



REVUE DE PRESSE TOURISTIQUE du 28 février 2022

Mission Communication

SOMMAIRE

01 **TENDANCES**P3

ÇA RESERVE "DUR" EN CE MOMENT !.....P3

"LA PLUS FORTE SAISON TOURISTIQUE DE TOUS LES TEMPS" SELON 'EXPEDIA!.....P6

LE "WELLNESS" EXPLOSERÁ LES BUDGETS EN 2022P9

02 **ECONOMIE** P13

INVESTISSEMENT TOUR. : CES NOUVEAUX PROFILS QUI BOUSCULENT LE MARCHÉ.....P13

GITES DE FRANCE : UN VOLUME D'AFFAIRES EN HAUSSE DE 20% EN 2021P15

BLOG ELLOHA DU 27 FEVRIER

ÇA RESERVE "DUR" EN CE MOMENT !

<https://blog.elloha.com/2022/02/27/les-fenetres-de-reservation-ressemblent-deja-a-celles-de-2019/>

Les chiffres parlent : la montée des réservations estivales indique que la confiance revient vite chez les voyageurs. La prise de commandes arrive plus tôt qu'en 2020 et 2021, autrement dit, les réservations de dernière minute sont en recul ... sauf à Paris. Certes, il ne faut peut-être pas enterrer le Covid trop vite, mais les signes indiquant que 2022 sera l'année du grand retour des vacances planifiées se multiplient. De quoi dire "ouf !" chez les pros du tourisme privés de visibilité depuis deux ans.

Pour une reprise, c'est une sacrée reprise ! Un véritable boom des réservations se produit partout en France. Le Covid s'efface un petit peu, les indicateurs européens se mettent au vert en termes de pandémie tandis que les pays desserrent l'étau qu'ils se sont eux-mêmes imposé.

L'heure de la libération semble arriver à en croire le comportement des clients. Le World Travel & Tourism Council (WTTC) prévoit même une augmentation des réservations européennes supérieures de 250% à leur niveau de 2021 pour Pâques et de 80 % (pour l'instant) concernant l'été. Julia Simpson, présidente de l'organisation patronale (et mondiale !) du tourisme, déclare que les données de réservation pour les voyages intra-européens à Pâques et cet été seront à peine inférieures aux niveaux d'avant la pandémie "de seulement 38 % et 45 % respectivement".

Le rattrapage est donc réellement en marche. Au fil des semaines "les indicateurs montrent que la reprise s'accélère et pourrait encore se rapprocher des niveaux de 2019 au fur à mesure que l'été approchera", affirme le WTTC.

Bref, les résas vont suivre la courbe des températures, exactement comme avant. Des fenêtres grand ouvertes

Après le doute, la confiance ! Marriott a révélé le 16 février que ses fenêtres de réservations (délai entre le jour de la réservation et celui de l'arrivée) sont en train de s'élargir au niveau mondial; certes, sans encore retrouver les niveaux de 2019.

Toutefois, au quatrième trimestre 2021, la "Booking Window" est passée à 17 jours en moyenne. Si cela ne semble pas folichon, c'est un progrès de taille, car le groupe hôtelier américain spécialisé dans l'hôtellerie de luxe a subi des creux de seulement cinq jours de ces "booking windows" au deuxième trimestre 2020. Si le covid a accentué l'effet "Dernière Minute", le reflux durable de la pandémie est synonyme de prévoyance pour les futurs vacanciers qui n'hésitent pas à "border" leurs

prochains séjours. C'est donc le moment de sortir vos meilleures offres "Early Bird" !

La confiance, c'est aussi en France. On remarque "un changement de comportement des Français, qui se projettent enfin. Les réservations pour l'été sont déjà très avancées et dépassent également les niveaux de 2019", lance fièrement Interhome.

L'opérateur de locations de vacances souligne la forte envie d'évasion de nos concitoyens en analysant les statistiques de ses réservations enregistrées. Au 9 février, 38 % de ses clients avaient déjà réservé leur hébergement de l'été, soit de 4 à 6 mois avant l'échéance !

Cette superbe performance traduit un désir de sécuriser ses vacances, c'est-à-dire le contraire exact du "lastminute" qui a tant fait parler de lui au plus fort de la pandémie. Les propriétaires peuvent s'attendre à retrouver un peu de souffle et à voir venir les mois avec davantage de sérénité.

Paris retrouve le sourire avec des "fenêtres courtes"

La capitale regagne de sa superbe en matière de tourisme international selon le baromètre mensuel de son Office de Tourisme (OTCP), publié mi-février. Cette étude confirme la progression à venir en se fondant sur les prises de réservation aérienne, c'est-à-dire les entrées de touristes étrangers.

Le bond est impressionnant (+ 936 % de résas supplémentaires par rapport à 2021, du 25 janvier au 6 février 2022), mais il reste 41,1 % de marge pour retrouver les valeurs de 2019.

À Paris, les fenêtres ne sont pas plus longues ou plus grandes, mais le raccourcissement de ces "booking windows" est vécu comme une véritable avancée, car il souligne la multiplication des réservations impulsives, de dernière minute. La réouverture des frontières et l'élimination des contraintes sanitaires (devenues des repoussoirs à tourisme) jouent à fond dans cette rapide réconciliation du tourisme, particulièrement européen, avec la capitale. Et c'est vraiment tant mieux pour Paris, qui souffre depuis deux ans déjà.

Hausse des marchés émetteurs par avion vers Paris mars-juin 2022 vs mars-juin 2019

- Espagne : +1081,7 %
- Royaume-Uni : +115,1 %
- Allemagne : +616,8 %
- Italie : +616,6 %
- Asie du Nord-Est : +83 %

Les Français votent (encore) pour la France !

Notre pays pourra profiter encore cette année du patriotisme économique qui a sauvé son industrie touristique depuis le printemps 2020.

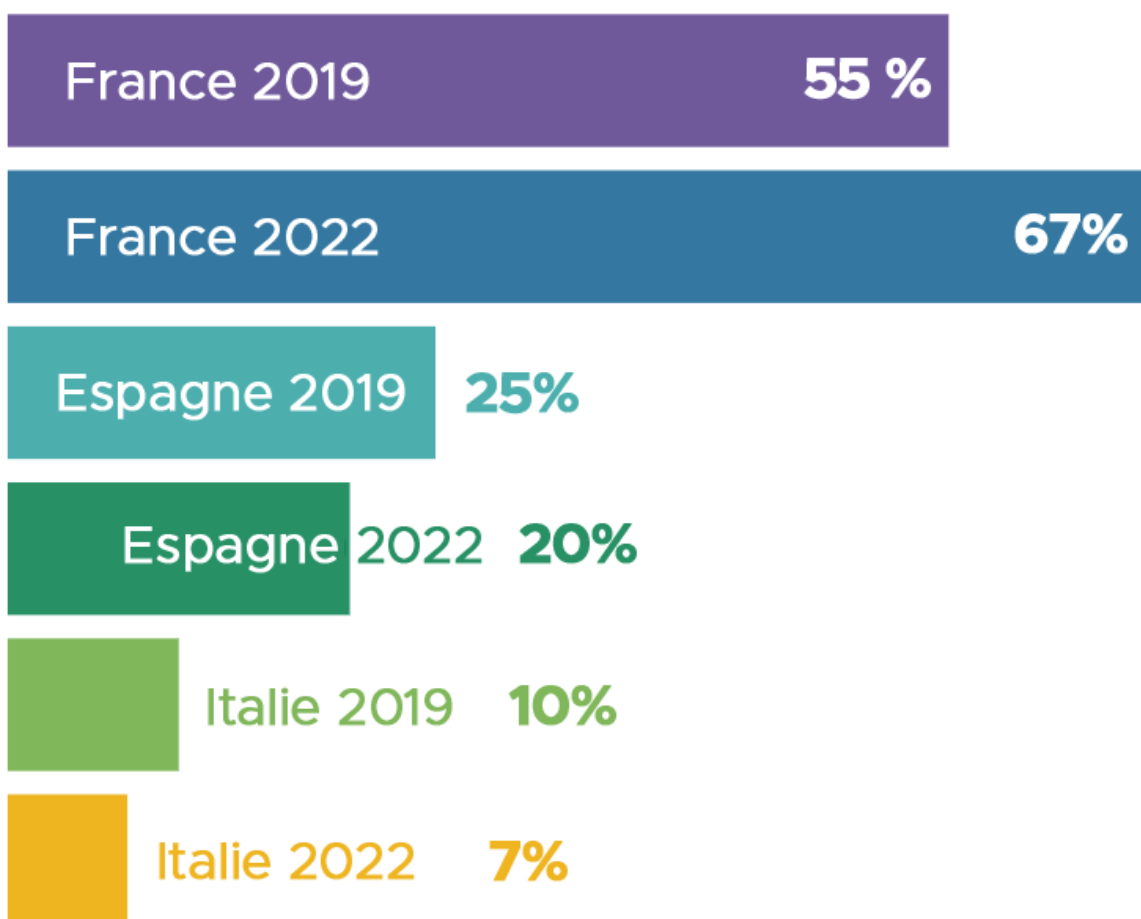
Selon les chiffres d'Interhome, la France progresse en proportion par rapport à 2019 en représentant 67% de l'ensemble des réservations effectuées par les Français, contre 55% en 2019.

L'Hexagone est suivi de l'Espagne (à 20% cette année, contre 25% en 2019) et de l'Italie (7% cette année contre 10% en 2019). Les Français constituent déjà la clientèle majoritaire pour l'hiver en cours, à concurrence de 61% contre 46% lors de l'hiver 2018-2019.

Pour l'été 2022, 38 % des réservations déjà bookées en France le sont par des Français, contre 23 % en 2019 (les Allemands sont 39 %, après avoir dominé à 55 % l'été 2019).

En somme, la tendance de l'année est la conformation de celle de 2020, en plus grand : la préférence est donnée aux destinations françaises, malgré, cette année, des perspectives de sortie du territoires plus claires que jamais depuis 2 ans.

Top 3 des pays réservés chez Interhome



© Interhome / elloha 2022

Le trio de tête reste identique à 2019, mais le "repli" sur la France est manifeste. Une tendance à confirmer

Les chiffres affinés qui arriveront au printemps confirmeront la tendance haussière de la fréquentation touristique des prochaines périodes de vacances.

Pâques (du 16 avril au 9 mai si l'on cumule toutes les périodes régionales) donnera un avant-goût du succès des vacances d'été (du 7 juillet au 1er septembre pour la France), sans oublier les points d'étape fournis par les week-ends autour du 26 mai (jeudi de l'Ascension) et du 6 juin (pentecôte).

Le rallongement des fenêtres de réservation, à confirmer sur la durée, peut soulager tous les professionnels du tourisme en attente de visibilité économique depuis le début du Covid.

Pour notre pays, la fidélité du public bleu-blanc-rouge sera à nouveau confirmée cette année. La belle saison va probablement redémarrer fort !

BLOG ELLOHA DU 27 FEVRIER

"LA PLUS FORTE SAISON TOURISTIQUE DE TOUS LES TEMPS" SELON LE BOSS D'EXPEDIA

<https://blog.elloha.com/2022/02/27/la-plus-forte-saison-touristique-de-tous-les-temps-selon-expedia/>

La formule "Travel is back" résume l'actualité du tourisme, associée à la maîtrise du Covid. Le patron d'Expedia prédit euphoriquement une période estivale super-explosive. Cette grande libération post-pandémie, présente en Europe mais pas en Asie, serait associée à des budgets de vacances bien plus importants qu'auparavant. Le millésime 2022 s'annonce mémorable, avec un regain d'intérêt pour la ville.

La sortie de la crise sanitaire a des allures d'après-guerre (même si l'actualité nous ramène dramatiquement à une autre forme d'inquiétude...), avec d'énormes envies de rattrapage : après les privations (confinements, restrictions, masques, précautions), place au retour d'une certaine insouciance et d'une tranquillité d'esprit.

"Nous parlons depuis longtemps de demande refoulée mais jusqu'à présent, il y a eu trop de restrictions", affirme Peter Kern, PDG d'Expedia Group. Le patron de la première OTA rivale de Booking prévoit carrément que ==l'été 2022 sera "la plus forte saison touristique de tous les temps". Rien que ça !

L'hébergement touristique (au sens large) retrouve davantage de tonus que le secteur des croisières et du transport aérien, tandis que les voyages d'affaires continueront de fonctionner au ralenti.

Sur ce segment "business", "2022 est l'année de réajustement, la révolution est pour 2023" soutient William Edel, PDG de l'agence Wagram (Paris), spécialisée dans le voyage d'affaires.

Le pronostic audacieux de Peter Kern, prononcé le 17 février, complète l'estimation effectuée le 9 février par le World Travel & Tourism Council, selon lequel les réservations pour l'été 2022 dépassent déjà d'au moins 80 % les niveaux de 2021, tandis que les voyages et le tourisme dépasseront de 6,2 % les niveaux de 2019 dès cette année. Ces données à caractère mondial sont variables selon les pays : nous assistons à une "reprise en ordre dispersé", observe Le Monde du 24 février, au regard des niveaux de vaccination et des politiques de réouverture des pays variables.

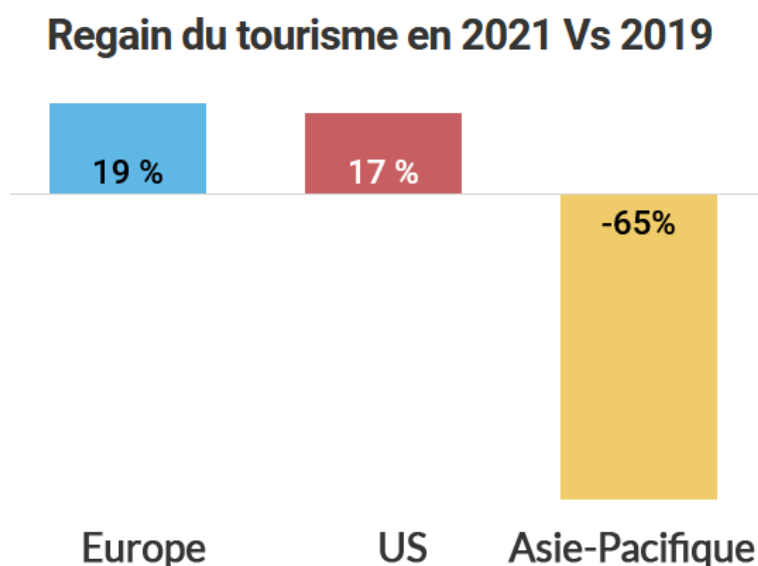
En termes généraux donc, un fort vent d'optimisme souffle, à la faveur de la triple vaccination et du cash disponible dans les foyers. Si le regain des déplacements de loisirs se confirme depuis l'été 2021 (même si Omicron a perturbé l'entame de l'hiver), nous allons atteindre "un pic à l'été", soulignent les experts qui se sont confiés au "journal du soir".

Pour corroborer le tout, le bulletin publié le 10 février par l'European Travel Commission estime que le tourisme en Europe va atteindre cette année 80% des chiffres de fréquentation de 2019. Le rattrapage sera donc net, grâce à la demande de voyages intérieurs (supérieurs à 2019) et intra-européens, qui seront encore 35% inférieurs en volume à ce qu'ils étaient en 2019.

L'Europe en bonne forme, l'Asie en berne

Le retour du voyage n'est pas homogène selon les destinations : l'Organisation mondiale du tourisme observe en 2021 une augmentation globale de 4 % des déplacements internationaux par rapport à 2020, ce qui représente une baisse de 72 % par rapport à 2019.

L'agence rattachée à l'ONU constate une reprise "lente" et "inéegale", comme le démontrent ces données consolidées.



© WTO / elloha 2022

Cette année, il est peu probable que l'Asie et l'Amérique latine retrouvent une dynamique décisive, en raison à la fois de protocoles plus stricts et "un nombre plus élevé de cas de Covid en cours", estime Peter Kern, le "boss" d'Expedia.

L'envie de ville est bien là !

Les annonces du PDG d'Expedia sont le fruit des statistiques de réservations reçues par la plateforme basée à Seattle et ce, au plan mondial.

Elles laissent entendre que le rural, fortement célébré durant le Covid en raison de l'évitement social (le brassage de population tant redouté), pourrait être un peu délaissé au profit de la ville en 2020.

"Les gens en ont assez d'aller dans les parcs nationaux. Ils veulent aller à New York et assister à un spectacle à Broadway", déclare-t-il au sujet de ses compatriotes américains. Pas sûr que les français suivent la même logique ...

S'agissant des voyageurs américains, ce dernier observe que les villes européennes dotées de nombreuses attractions culturelles (Florence, Paris et Londres) sont déjà très demandées. Il s'agit cependant d'une vision extérieure, que l'on peut contrebalancer par les prévisions d'Airbnb, qui s'attend à une confirmation de la nouvelle passion des voyageurs pour la ruralité française, tout en s'engageant très concrètement pour développer la campagne.

Dans ce même sens, le désir accru de nature, à 30 %, va persister, selon une étude sur les intentions et les attentes des voyageurs, présentée par Accor début février. Les escapades citadines monteront à 26 % du total des destinations à mesure que les touristes seront tranquilisés. Mais, en France, le désir de "vert et d'espace" est réel !

Il faut mettre cependant un bémol sur le succès immédiat de Paris, car la clientèle asiatique, qui constitue un gigantesque contingent de touristes, reste absente pour un moment encore.

La Chine continue de dissuader les déplacements de ses nationaux, de sorte que la manne représentée par cette clientèle à Paris (avec 1000 euros de dépenses par séjour, hors transports, contre 900 € pour les Américains) ne sera pas disponible immédiatement. La non-reconnaissance des vaccins chinois s'ajoute au problème. Et les difficultés de survol du conflit russo-ukrainien ne devrait rien arranger à la chose ...

Une augmentation des prix assumée

Le scénario d'une inflation à 5% cette année dans la zone euro, selon la Commission européenne, concerne aussi l'hôtellerie et l'industrie touristique en général.

Mais les voyageurs sont optimistes et veulent injecter du budget dans leurs loisirs : l'étude Accor révèle que la clientèle touristique a l'intention de dépenser en moyenne 39 % de plus en voyages en 2022 qu'en 2019 (et de s'offrir 4 voyages dans l'année).

Ces clients privés de liberté, souhaitant dépenser des sommes importantes, sont également repérés par Peter Kern d'Expedia : "Les prix seront élevés, les gens sont prêts à payer ce qu'il faut pour voyager et aller où ils veulent".

Le boss d'Expedia affirme qu'une partie de la demande refoulée "est constituée d'épargne accumulée" par des personnes "lassées de dépenser en biens matériels ménagers" et "déjà prêtes à payer pour de nouvelles expériences".

À noter aussi que ce rapport analytique évalue à 14 % la proportion d'Européens qui prévoient de s'offrir du luxe comme jamais. En parallèle, une enquête mondiale dévoilée en décembre 2021 par les hôtels Voco d'IHG Hotels & Resorts révèle que 78% des voyageurs recherchent un service d'hébergement de haute qualité. Ce faisceau d'indices sérieux invite à garder fermement le sourire.

Le défi : préserver les acquis du Covid

La levée des obstacles aux voyages mis en place pendant la pandémie semble devoir précéder un retour à la case départ de 2019. Avec des modifications durables dans le comportement et les choix des voyageurs.

Pour la France, par exemple, ces améliorations concernent la montée en puissance des destinations de campagne et de petites villes, le tourisme à échelle humaine et le partage de valeurs de proximité, relation humaines et même d'implication dans les territoires au travers des achats chez les producteurs et artisans locaux (l'impact du voyage sur la planète est important pour 87% des personnes, selon Accor.

Cet esprit du voyage conscient, moins évident en ville, pourrait faire (partiellement) les frais d'un redémarrage du tourisme à une vitesse plus forte (plus folle ?) que jamais.

Le défi général est de préserver son attrait envers la clientèle qui a fait la découverte du rural de façon "opportuniste", dans les circonstances de crainte du virus. Le contexte anxigène disparaissant, le retour à la normale ne doit pas entraîner un effet de reflux. Pour les propriétaires de logements indépendants, l'enjeu est donc de rester séduisants (et non plus seulement utiles), en amorçant une période qui conservera uniquement les bons côtés de la parenthèse pandémique en matière d'accueil, de convivialité et de bien-être mental, de technologie et d'approche de leurs logements.

BLOG ELLOHA DU 27 FEVRIER

LE "WELLNESS" EXPLOSERAIT LES BUDGETS EN 2022

<https://blog.elloha.com/2022/02/27/lessor-du-wellness-tourisme-une-chance-pour-la-france/>

Transformé par le Covid, le tourisme de la santé et du bien-être prend sa revanche. Avec une prévision de croissance mondiale proche de 60 % d'ici 2025, l'économie mondiale du bien-être fournit des perspectives alléchantes pour la France, 3e pays européen dans ce domaine qui exige désormais une prise en compte encore plus forte de l'expérience vécue.

C'est une tendance sérieuse, bousculée par le Covid : le marché mondial du bien-être ne demandait qu'à s'épanouir, mais la pandémie a ralenti son expansion.

En décembre 2019, pile au moment de l'éclosion du coronavirus, le groupe Accor publiait un livre blanc sur ses stratégies 2020, dans lequel le "wellness", ou business du bien-être, figurait en très bonne place.

Ce document estimait que le budget des clients disposés à s'offrir des séjours wellness devait jouir d'une hausse de 178% (!) par rapport à l'année qui s'achevait. Nous connaissons la suite, les projets touristiques ont été bridés, les émergences ont été freinées, les grandes évolutions ont été reportées à des jours meilleurs.

2022 semble être l'année de l'accomplissement des envies et du déploiement d'un secteur qui s'impatiente. Le "wellness" devait être une excellente opportunité avant le Covid, il le reste deux ans plus tard, mais il lui reste de la marge pour se structurer davantage et se rendre encore plus visible auprès des voyageurs.

L'économie du bien-être Top 20 mondial de 2020

| | Wellness Economy Size | |
|----------------|-----------------------|------|
| | US\$ billions | Rank |
| United States | \$1,215.7 | 1 |
| China | \$682.7 | 2 |
| Japan | \$303.6 | 3 |
| Germany | \$223.9 | 4 |
| United Kingdom | \$158.4 | 5 |
| France ← | \$133.1 | 6 |
| Canada | \$95.1 | 7 |
| South Korea | \$94.1 | 8 |
| Italy | \$91.8 | 9 |
| Australia | \$84.4 | 10 |
| Brazil | \$82.6 | 11 |
| India | \$77.6 | 12 |
| Russia | \$71.4 | 13 |
| Spain | \$62.6 | 14 |
| Mexico | \$46.5 | 15 |
| Netherlands | \$41.0 | 16 |
| Taiwan | \$38.4 | 17 |
| Switzerland | \$38.2 | 18 |
| Indonesia | \$36.4 | 19 |
| Turkey | \$34.6 | 20 |

© Global Wellness Institute / elloha 2022

La performance française reste quand même remarquable pour 2020, dernière année scrutée par le Global Wellness Institute (GWI), qui a publié ces chiffres le 15 février 2022, dans un rapport de 110 pages.

Les US sont de loin le premier marché mondial du bien-être (28 % du total). Et la France est dépassée, en Europe, par le Royaume-Uni et l'Allemagne, qui assure un résultat de 68 % supérieur à celui de notre pays.

Le marché du bien-être est touristique (entre autres), mais il comprend 11 secteurs différents, dont la nutrition, l'immobilier, les soins de santé, la technologie, la durabilité, etc). Leur addition produit le résultat planétaire de 4,4 milliards de dollars de chiffre d'affaires en 2020... et une prévision à 7 milliards en 2025, selon le rapport de GWI "The Global Wellness Economy : Looking Beyond COVID", qui contient ce palmarès mondial.

Cela correspond à une extraordinaire poussée de 59 %, soit 6,1 milliards d'euros en seulement trois ans. Pour le secteur de l'hôtellerie, l'enjeu est d'épouser la vague, qui ne devrait pas être passagère.

Le spa ne suffit plus !

Voilà venu un nouveau concept, venu de la réalité : le voyage "transformateur". La période Covid a accéléré le temps et les envies, elle a chassé la banalité, par exemple, le spa.

"Le tourisme de bien-être s'est longtemps concentré sur l'industrie du spa, mais les temps ont changé", argumente Sahara Rose De Vore, consultante en voyages bien-être. Cette fondatrice de l'entreprise Travel Coach Network explique avec clarté la période "avant" et "après" le Covid : "le bien-être a changé, ce que les voyageurs recherchent a également changé", précisait-elle le 6 février dans Travel Weekly.

Selon cette spécialiste, le climat pandémique a confronté les gens "à plus de difficultés, d'obstacles, de stress, d'inquiétudes et d'angoisses que jamais auparavant". En réponse, si la tendance au bien-être et aux expériences de tourisme transformatrices est en vogue dans l'industrie hôtelière, ==de nombreux établissements "passent à côté de l'essentiel".

Le "voyage transformateur", identifié et défendu par Sahara Rose De Vore "ringardise" les hôtels, les croisières et les agences de voyages qui n'ont pas compris qu'un virus a modifié les comportements et les désirs : "les voyages ont beaucoup plus de valeur sur notre bien-être et notre vie en général, c'est pourquoi on accorde plus de sens et de but aux expériences de voyage".

Autrement dit, le bien-être exige désormais des séquences globales, autrement plus riches qu'un clapotis d'eau rassurante, car les clients se sont habitués à des prestations vite considérées comme des pré-requis. Pour ces voyageurs qui en veulent toujours plus, il faut "intégrer les voyages transformateurs et le bien-être dans un marketing plus actuel et efficace". L'experte suggère de "construire un récit" (le fameux storytelling), de façon puissante, pour toucher les gens "émotionnellement et personnellement".

Il ne s'agit donc plus de proposer un sauna, un spa, un hammam et un jardin, le tout associé à un lieu de caractère, il faut aussi envelopper ces éléments "dans une histoire qui enchante".

L'enjeu est de taille à en croire Sahara Rose De Vore, qui propose un marketing personnalisé, selon vos possibilités, pour honorer les besoins des voyageurs de 2022, 2023 etc., en leur offrant des "expériences transformatrices qui créent des liens, stimulent la créativité, rajeunissent, créent des souvenirs et améliorent leur bien-être".

À la fois psy, sociologue et économiste, la spécialiste devine que le public veut "voyage introspectif qui consiste moins à consommer et plus à s'engager".

ECHO TOURISTIQUE DU 28 FEVRIER

INVESTISSEMENT TOURISTIQUE : CES NOUVEAUX PROFILS QUI BOUSCULENT LE MARCHÉ

<https://www.lechotouristique.com/article/investissement-touristique-ces-nouveaux-profils-qui-bousculent-le-marche>

En dépit de la crise sanitaire, les signaux restent au vert pour l'investissement touristique dans l'Hexagone selon le dernier baromètre publié par Ancoris. D'après le cabinet de développement économique, spécialiste de la détection et du développement de projets d'implantations d'entreprises en France, le marché est même en pleine effervescence. Par rapport à l'année précédente, le cabinet a pu observer une hausse de 14% des implantations concrétisées. Le taux de projets abandonnés ou différés, quant à lui, régressait de 40%. « Au 1er semestre 2021, nous avons constaté que la crise sanitaire n'avait pas eu un impact sur la quantité de projets touristiques mais sur la nature des projets, détaille le cabinet. En ce début d'année 2022, nous confirmons ce constat : Ancoris a détecté autant de projets en 2021 qu'en 2020, des projets particulièrement novateurs, hybrides et disruptifs. L'année 2021 confirme la confiance des investisseurs dans le secteur touristique. »

Des projets hybrides

Et Ancoris est aux premières loges pour assister au développement d'une nouvelle offre dans l'Hexagone. « La grande nouveauté de ce deuxième semestre réside dans l'émergence de projets particulièrement hybrides, qui cassent les codes existants et s'ouvrent aux habitants au travers de projets qui deviennent des « lieux de vie », dont l'offre « ultra locale » associe hébergement, restauration, espace de travail, magasin de produits locaux et lieu dédié aux habitants (local associatif, cabinet médical, services publics...) », détaille Ancoris.

A nouveaux projets, nouveaux profils ? Il semblerait, en effet. « Nous remarquons de plus en plus l'arrivée de ce que nous appelons les « grands comptes émergents », rapporte ainsi Guillaume Gady. Ce sont des groupes de taille régionale, qui commencent à avoir deux, trois sites d'hébergements, explique-t-il. Et de citer en exemple Evi Hob, le concept développé par Franck Le Roux et son équipe, qui ambitionne de redonner vie à de petits hôtels éloignés des grandes villes.

« Une entreprise comme Evi Hob est symptomatique d'une tendance qui commence à passer à l'échelon supérieur, analyse Guillaume Gady. On voit arriver de plus en plus de projets avec des concepts un peu similaires, très connectés aux territoires, au terroir, au point que la revitalisation des territoires fait partie intrinsèque de leur pitch commercial. »

« C'est ce que nous appelons les grands comptes émergents, pour lesquels nous avons créé une classe d'investisseurs supplémentaires, qui vient s'ajouter aux grands comptes et aux entrepreneurs indépendants, poursuit Guillaume Gady. Il y a une vraie modulation du marché de l'investissement avec cette nouvelle classe d'investisseurs qui ressort fortement, qui portent des concepts en lien avec ce que la clientèle attend, avec l'objectif de dupliquer ou multiplier leur modèle à l'échelle de plusieurs régions ou plusieurs territoires. » Des nouveaux investisseurs, pas encore connus du grands publics, qui souhaitent donc « casser les codes » en proposant des expériences riches de sens avec des projets à fortes valeur ajoutée, adaptés aux nouvelles attentes des clientèles, liste Ancoris. Cette nouvelle classe d'investisseurs représente plus de 15% des projets détectés par l'équipe tourisme d'Ancoris.

Accélération sur la RSE

Pour les territoires qui veulent attirer ces nouveaux profils, afin de développer leur offre et leur attractivité touristique, il va falloir s'adapter. « Au regard de l'évolution de ces projets (hôtellerie hybride, domaines écotouristiques, projets mixtes, hôtels « au vert », insolite... (...)) il apparaît nécessaire pour les territoires d'approfondir leur connaissance du foncier disponible dans l'optique d'être réactifs lorsqu'un projet est détecté et capter immédiatement l'intérêt de l'investisseur, pointe Ancoris. « Leurs recherches s'orientent avant tout vers des opportunités foncières exploitables et aménageables, propices à l'accueil d'hébergements légers de loisirs (tiny-houses, écolodges, cabanes) ou à la construction d'hôtels hybrides alliant offre d'hébergement innovante et prestations annexes qualitatives (développement personnel, activités ludiques ou sportives, slow tourisme, expériences, bien-être), respectant l'environnement et l'ancrage territorial. » Les sites d'implantation recherchés sont parfois peu communs : ports de plaisance ou terres agricoles par exemple, observe en outre Ancoris.

Autre tendance significative, dans lesquels ces nouveaux profils se retrouvent souvent : « 42% des projets détectés en 2021 sont inscrits dans une démarche environnementale forte, constate Guillaume Gady. Nous voyons une vraie accélération », insiste-t-il. Pour accompagner les professionnels Ancoris a créé ses propres indicateurs RSE. « Les territoires ont aussi des attentes de plus en plus fortes sur le sujet, ils ont envie de voir s'implanter des projets à impact, qui tiennent compte des liens avec le territoire et le local. Notamment pour tout ce qui va être source d'approvisionnement, c'est très important. (...) L'idée, c'est que ce projet s'intègre parfaitement dans son environnement, décrypte Guillaume Gady. Pour les territoires, avoir affaire à des porteurs de projets qui veulent investir, créer de l'emploi, et qui veulent en prime créer une relation forte de compréhension avec le territoire et de vie dans son écosystème, c'est génial. Ce sont des gens qui viennent pour l'aimer, ce territoire, et donc y rester. »

Les montants investis sont par ailleurs importants : en 2021, 35% des projets se situaient dans une fourchette comprise entre 500000 et un million d'euros, 26% de 1 à 3 millions d'euros, et 18% dépassaient même les 3 millions d'euros, un chiffre en hausse de 2% par rapport à 2020.

* Données 2020 et 2021 issues du traitement de 329 projets d'implantations sur l'ensemble de la France, issus de plus de 3 000 contacts entrants, détectés et traités par l'équipe tourisme d'Ancoris dans le cadre d'une quinzaine de missions de

prospection réalisées en 2020 et 2021 pour différents territoires (Régions, Départements, EPCI) exclusivement sur le secteur du tourisme.

ECHO TOURISTIQUE DU 28 FEVRIER

GITES DE FRANCE : UN VOLUME D’AFFAIRES EN HAUSSE DE 20% EN 2021

<https://www.lechotouristique.com/article/gites-de-france-un-volume-daffaires-en-hausse-de-20-en-2021>

Le réseau a profité d'un tourisme tricolore l'an dernier, enregistrant même de meilleures performances qu'avant la pandémie.

Gîtes de France annonce avoir enregistré de très bonnes performances en 2021. Avec plus de 303 millions de nuitées vendues et 5 millions de vacanciers accueillis, le réseau affiche ainsi une progression de 25% par rapport à 2020. Le volume d'affaires, de son côté, a atteint les 600 millions d'euros, un chiffre en progression de 20% par rapport à 2019, année de référence désormais pour l'industrie. C'est donc mieux qu'avant la pandémie, le réseau ayant bénéficié du tourisme de proximité. Les régions ayant enregistré les meilleures progressions sont la Haute Loire, l'Indre, le Cher, la Lozère, la Gironde, la Corrèze, le Pas de Calais, le Gard, l'Orne, la Meurthe-et-Moselle et l'Ardèche, détaille Gîtes de France. Cette croissance exceptionnelle a permis au réseau de collecter 18,5 millions d'euros à travers la taxe de séjour, versus 12 millions en 2020. Un montant directement reversé directement aux communes françaises et qui bénéficiera à l'économie locale, souligne le réseau. Gîtes de France indique par ailleurs que plus de 5000 nouveaux hébergements ont rejoint le réseau en 2021. 50 000 hébergements – gîtes, chambres d'hôtes, camping, gîtes de groupes, gîtes d'étapes... – sont actuellement agréés par le réseau.



Atc.corsica

Site professionnel du tourisme Corse