



## REVUE DE PRESSE TOURISTIQUE

### Du 6, 7, 8 & 9 septembre 2022

Mission Communication

# SOMMAIRE

01

## TRANSPORT ..... P3

UN FERRY « ZERO PARTICULE », ANTI POLLUTION, DEVOILE A MARSEILLE.....P3

APRES MARSEILLE, UNE PETITION CORSE VENT DEBOUT CONTRE LES CROISIERES .....P4

PAYS-BAS : ET MAINTENANT UNE TAXE PASSAGER A PRES DE 30 EUROS .....P5

02

## ECONOMIE ..... P6

LA MAIRIE DE PARIS VEUT TAXER DAVANTAGE LES TOURISTES LES PLUS AISES .....P6

HOTELLERIE : EN CINQ ANS, LA PART DE VOYAGEURS RESERVANT EN DIRECT A BONDI DE 40%.....P7

03

## CONJONCTURE ..... P9

LE TOURISME A-T-IL TOURNE LA PAGE DU COVID ?.....P9

04

## ACTUALITES GOUVERNEMENTALES ..... P12

OLIVIA GREGOIRE : SES MESSAGES CLES AUX DECIDEURS DU TOURISME .....P12

**ECHO TOURISTIQUE DU 6 SEPTEMBRE****UN FERRY «ZERO PARTICULE», ANTI-POLLUTION, DEVOILE A MARSEILLE**

<https://www.lechotouristique.com/article/un-ferry-zero-particule-anti-pollution-devoile-a-marseille>

Un filtre novateur qui réduit considérablement la pollution du transport maritime : l'armateur La Méditerranée a dévoilé lundi son ferry « zéro particule », qui reliera Marseille à la Corse, présenté comme une première mondiale.

« C'est une solution inédite, une première mondiale », a assuré Marc Reverchon, président de la compagnie, à bord du Piana sur lequel est écrit en gros « premier navire au monde zéro particule ». C'est « un équipement qui est totalement novateur dans le monde maritime », a surenchéri Stanislas Lemor, PDG de Stef, spécialiste de la logistique du froid, qui détient La Méditerranée.

Ce filtre, aujourd'hui installé sur les quatre moteurs du Piana, permet d'éliminer 99% des oxydes de soufre (SO2) mais aussi 99,9% des particules fines et ultrafines, parmi les principaux polluants de l'air émis par les navires. « Ils vont bien plus loin que ce qu'impose la réglementation, en traitant toutes les émissions de particules », a commenté auprès de l'AFP Damien Piga, directeur des relations extérieures et innovation chez AtmoSud, organisme régional de surveillance de la qualité de l'air. Une réglementation de plus en plus sévère à Marseille

Depuis 2020, la teneur en soufre des carburants marins est limitée à 0,5%, contre 3,5% auparavant, selon une réglementation de l'Organisation maritime internationale (OMI). Et à partir de 2025, elle sera même limitée à 0,1% en Méditerranée.

Quand la Méditerranée a lancé l'expérience en 2018, elle cherchait un procédé pour respecter cette réglementation « car on ne voulait pas installer de +scrubbers+ », a détaillé Christophe Séguinot, directeur technique de la Méditerranée.

Les «scrubbers», équipements posés sur les cheminées des paquebots, qui consistent à laver à l'eau de mer les fumées, sont contestés car la plupart des armateurs s'en équipent optent pour un circuit ouvert, avec rejet des polluants en mer, plutôt qu'un système fermé, où le soufre filtré est stocké à bord des bateaux. La Méditerranée est en avance

Le filtre à particules développé par la Méditerranée reprend un principe déjà éprouvé dans les centrales thermiques par exemple : une poudre de bicarbonate de sodium est injectée à la sortie des moteurs, dans le collecteur des gaz d'échappement.

Le bicarbonate va réagir chimiquement sur les particules présentes dans ces gaz d'échappement, puis finir sa course dans un filtre composé de sacs, sur lesquels il va se déposer et capter les particules et métaux lourds.

Dès 2016, la Méditerranée – qui assure du transport de fret et de passagers entre Marseille, la Corse et le Maroc – a été la première compagnie de ferries en Méditerranée à brancher électriquement ses navires à quai à Marseille, pour limiter les émissions polluantes.

## ECHO TOURISTIQUE DU 8 SEPTEMBRE

### APRES MARSEILLE, UNE PETITION CORSE VENT DEBOUT CONTRE LES CROISIERES

[https://www.lechotouristique.com/article/apres-marseille-une-petition-corse-vent-debout-contre-les-croisières?utm\\_source=newsletter-1560&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Newsletter-1560](https://www.lechotouristique.com/article/apres-marseille-une-petition-corse-vent-debout-contre-les-croisières?utm_source=newsletter-1560&utm_medium=email&utm_campaign=Newsletter-1560)

Les protestations citoyennes vont-elles enrayer la rentrée des compagnies de croisières ? Après un été agité à Marseille et en Corse, où opérations de blocages, manifestations et pétition ont fleuri, une pétition réclamant l'interdiction des croisières à Ajaccio a été remise à ses destinataires\* par le collectif Stop Croisières Ajaccio, à l'origine du mouvement. Pour l'heure, plus de 26 500 personnes l'ont signée.

Dans son texte, le collectif explique que [sa lutte] « s'inscrit dans un mouvement national, européen et international : partout la grogne monte et les citoyens s'élèvent contre un tourisme de masse qui détruit notre environnement, et en particulier contre ces bateaux de croisières gigantesques totalement anachroniques à notre époque, car les ressources de la planète qui nous accueille ne sont pas infinies ».

#### **Une « autre économique que le tourisme de masse est possible »**

Stop Croisières Ajaccio poursuit en expliquant qu'il « n'est plus tolérable aujourd'hui de valoriser à ce point l'argent et de mépriser tant la vie : nous nous devons de préserver la vie, avant qu'il ne soit trop tard... Notre santé et notre environnement priment sur le profit de quelques-uns et ce n'est pas négociable ! Il faut en finir avec les solutions de facilité et la politique du on a toujours fait comme ça ».

Selon le collectif, une « autre économie que le tourisme de masse est possible pour la Corse : une transition vers un tourisme patrimonial et de qualité s'avère nécessaire afin de sortir de la précarisation sociale liée à l'emploi saisonnier, pour créer un autre modèle économique, sain et pérenne, rendant la Corse et les corses plus autonomes ».

Le collectif appelle donc les autorités à « entendre » les signataires de la pétition, alors que près de 230 bateaux de croisières ont fait escale à Ajaccio pendant la saison estivale.

\*Mairie d'Ajaccio, Chambre de Commerce et d'Industrie de Corse du Sud, Collectivité de Corse et Présidence de la République.

## AIRJOURNAL DU 8 SEPTEMBRE

### PAYS-BAS : ET MAINTENANT UNE TAXE PASSAGER A PRES DE 30 EUROS

<https://www.air-journal.fr/2022-09-08-pays-bas-et-maintenant-une-taxe-passager-a-pres-de-30-euros-5242574.html>

Après avoir plafonné le nombre de vols à Amsterdam, le gouvernement des Pays-Bas aurait décidé pour le début d'année prochaine une augmentation de la taxe passager à 28,58 euros.

Voyager en avion va devenir plus cher dans les aéroports néerlandais à partir du 1er janvier 2023 : selon les sources du quotidien De Telegraaf, la taxe passager passerait alors de 7,95 euros à 28,58 euros, soit quelques 20 euros de plus sur le prix du billet d'avion. Cette augmentation était voulue par la coalition au pouvoir qui trouvaient qu'elle ne rapportait pas assez, expliquent ces sources, espérant en outre que la hausse des prix « encouragera les voyageurs à choisir des options de transport plus soutenables comme le train ».

Pas de réaction à ce stade de la part des compagnies aériennes locales ou desservant les Pays-Bas, la taxe ne s'appliquant que sur les vols au départ du pays (pas sur ceux en correspondance). Mais les passagers, qui ont déjà fait face depuis le printemps à des centaines d'annulations de vols en particulier à Amsterdam-Schiphol en raison du manque de personnel, subissent déjà une hausse du prix du billet entraînée entre autres par le plafonnement du nombre de vols dans le principal aéroport du pays (officiellement pour diminuer les nuisances sonores).

La compagnie nationale KLM Royal Dutch Airlines avait entre autres annoncé début juillet y supprimer 10 à 20 départs quotidiens vers des destinations européennes. Afin de rétablir la stabilité opérationnelle, « soulageant ainsi la pression sur le personnel de Schiphol et de KLM », déclarait alors la branche néerlandaise du groupe Air France-KLM.

## ECHO TOURISTIQUE DU 7 SEPTEMBRE

### FISCALITE : LA MAIRIE DE PARIS VEUT TAXER DAVANTAGE LES TOURISTES LES PLUS AISÉS

<https://www.lechotouristique.com/article/fiscalite-la-mairie-de-paris-veut-taxer-davantage-les-touristes-les-plus-aises>

La mairie de Paris, qui reproche à l'Etat un désengagement financier, préconise dans un rapport publié mardi une plus forte taxation des logements et bureaux vacants, et des touristes fortunés, ce qui nécessiterait une intervention législative.

Alors que la Ville de Paris évalue à 1,2 milliard d'euros le coût pour elle de la crise sanitaire, entre les pertes de recettes et les dépenses supplémentaires, « le système actuel de fiscalité des collectivités locales est à bout de souffle, et nécessite d'être urgentement réformé », soulignent Nicolas Bonnet-Oulaldj, chef des élus communistes parisiens, et Paul Simondon, adjoint PS aux finances de la maire Anne Hidalgo, dans leurs propositions.

Parmi celles-ci, trois sont incitations pour le logement : le lancement d'une taxe additionnelle sur les bureaux vacants, la multiplication « au moins par quatre » de la taxe sur les logements vacants ou le déplafonnement de la majoration de la taxe d'habitation sur les résidences secondaires en zone tendue.

D'autres visent notamment les touristes les plus aisés avec un déplafonnement de la taxe de séjour sur les palaces et les hôtels de luxe.

#### **Des mesures qui pourraient s'appliquer dès 2023**

L'exécutif de gauche dirigé par Mme Hidalgo, qui reproche au gouvernement un manque de soutien financier depuis la crise sanitaire, préconise aussi une « réflexion nationale afin de mieux taxer les bénéfices des multinationales installées à Paris » et de « faire davantage contribuer l'économie numérique et le commerce de livraison », à travers la création d'une taxe sur les flottes de livraison ou les produits livrés.

Si la perte d'autonomie fiscale fait l'objet d'un « constat unanime de la part des élus, quel que soit leur bord politique » en France, et si ce rapport « doit s'adresser à tous », la capitale a connu un « impact de la crise amplifié » et il existe une « spécificité parisienne sur les taxes de séjour et les résidences secondaires », justifie à l'AFP M. Bonnet-Oulaldj.

Pour M. Simondon, ces « outils de fiscalité incitative » peuvent « être partagés très largement par les élus » de tous bords, y compris par des maires de droite « dans des villes où la situation du logement est très tendue ».

Pour l'adjoint aux finances, certaines mesures présentées sont « applicables dès 2023 » si une majorité parlementaire se dégage sur le sujet. « Les DMTO, la taxe de séjour, ça ne coûte rien à l'Etat, ni aux classes populaires », défend M. Bonnet-Oulaldj pour qui il s'agit de mesures de « justice sociale ».

## ECHO TOURISTIQUE DU 8 SEPTEMBRE

### HOTELLERIE : EN CINQ ANS, LA PART DE VOYAGEURS RESERVANT EN DIRECT A BONDI DE 40%

<https://www.lechotouristique.com/article/hotellerie-en-cinq-ans-la-part-de-voyageurs-reservant-en-direct-a-bondi-de-40>

Pour les hôteliers, capter en direct la clientèle pour s'affranchir – autant que possible – de la dépendance aux OTA est une préoccupation permanente. Et visiblement, leurs efforts paient. C'est en tout cas ce qui ressort de la dernière étude\* publiée par Coach Omnium. « Si ces plateformes en ligne ont toujours autant de succès comme moyen de trouver et de commander des séjours hôteliers selon 65 % des voyageurs interrogés, notre sondage de 2022 révèle que la part de clients qui réservent en direct auprès des hôtels – en plus ou à la place de passer par des OTAs, selon les séjours – a bondi à 70 % contre 30% en 2017 », souligne ainsi Coach Omnium.

Un « phénomène inattendu », pour la société d'études marketing et économiques spécialisée dans le tourisme et l'hôtellerie, qui s'explique par « de nouvelles habitudes insoupçonnées ». Selon Coach Omnium, les voyageurs auraient ainsi tendance à utiliser les OTA pour choisir un établissement en fonction de leurs critères grâce aux moteurs de recherche de ces plateformes, avant de se rendre sur le site Internet de l'hôtel. Si le prix est plus avantageux, et que d'autres critères sont remplis, tels que l'e-réputation, ils effectuent alors la réservation. « Au grand bonheur des hôteliers qui économisent ainsi une commission à payer à l'intermédiaire qui leur a uniquement servi – gratuitement – de vitrine ou d'appât, note Mark Watkins, le fondateur de Coach Omnium. La condition reste tout de même que les sites des hôtels soient professionnels, rassurants et attrayants. »

#### **Le prix, nerf de la guerre**

L'idée encore fortement ancrée que les OTA type Booking ou Expedia semble donc progressivement s'estomper. Depuis 2015 et l'intervention de l'Autorité de la concurrence, en coordination avec la Commission européenne, les hôteliers peuvent en effet proposer des tarifs inférieurs à ceux affichés sur le site de Booking.com sur leur canal de vente hors ligne, ce qui n'était pas le cas auparavant.

Un élément d'autant plus important que le prix est – plus que jamais – le nerf de la guerre. D'après la même étude, parmi les critères de choix d'un établissement, le prix vient en deuxième position (75% des personnes sondées). « Cet item a augmenté en importance car ils étaient 58% à le mentionner lors de notre précédent sondage mené en 2017 », relève Coach Omnium. Le premier critère reste la localisation (88% des personnes interrogées y font référence). Les avis en ligne arrivent en troisième position (importants pour 46% des clients d'hôtels). Le nombre d'étoiles défini en fonction du classement hôtelier, dépossié en avril

dernier, n'est en revanche pris en compte que par 16% des personnes interrogées... contre 64% en 2009.

Une fois l'hôtel présélectionné, 86% des voyageurs vont regarder parfois ou systématiquement les notes, photos et commentaires publiés par les autres clients sur les sites dédiés (Booking, TripAdvisor, Expedia...). Des avis jugés plus fiables que tout label ou publicité, pointe également Coach Omnim.

\* Etude quali-quantitative réalisée en juin 2022, à compte d'auteur par Coach Omnim, par sondage en face-à-face, auprès de 621 clients d'hôtels, français et européens, représentatifs de la clientèle hôtelière en France, par gamme, par CSP, par fréquence de séjours et par origine.

**TOURMAG DU 9 SEPTEMBRE****LE TOURISME A-T-IL TOURNE LA PAGE DU COVID ?**

[https://www.tourmag.com/Le-tourisme-a-t-il-tourne-la-page-du-Covid\\_a115266.html?utm\\_source=article&utm\\_medium=newsletter\\_une&utm\\_campaign=2022\\_09\\_09\\_newsletter](https://www.tourmag.com/Le-tourisme-a-t-il-tourne-la-page-du-Covid_a115266.html?utm_source=article&utm_medium=newsletter_une&utm_campaign=2022_09_09_newsletter)

Le tourisme a-t-il tourné la page du Covid ? Dominique Torre, Professeur de Sciences Economiques, Université Côte d'Azur, Jean-Charles Briquet-Laugier, Secrétaire général, Maison des Sciences de l'Homme et de la Société Sud-Est, Université Côte d'Azur et Sylvie Rochhia Maître de conférences en Sciences économiques, Université Côte d'Azur tentent de répondre à cette question en prenant l'exemple de l'hébergement en région PACA.

La saison touristique estivale 2022 fut « remarquable » pour les professionnels français, a souligné, le 29 août dernier, la ministre déléguée chargée du Tourisme, Olivia Grégoire, en commentant les premiers bilans de l'Insee, d'Atout France et d'ADN Tourisme. Selon François de Canson, président d'ADN Tourisme et maire (ex-LR) de La Londe-les-Maures (Var), on se dirige même vers « année historique », ce qui confirmerait que le secteur est bel et bien en train de tourner la page de crise du Covid.

Les deux années précédentes, la crise sanitaire avait en effet profondément impacté l'activité touristique sur tous les continents, et particulièrement dans les pays les plus visités d'Europe, dont la France. Paris, la première destination mondiale, n'avait pas été épargnée, et les régions littorales à forte attractivité avaient à peine mieux résisté.

La région Provence-Alpes-Côte d'Azur, qui rassemble les départements du Sud-Est (Alpes-de-Haute-Provence, Hautes-Alpes, Alpes-Maritimes, Bouches-du-Rhône, Var et Vaucluse) constitue un bon baromètre de ces répercussions. Dans l'hôtellerie par exemple, la recette moyenne par chambre (RevPar) a bondi de 30 % par rapport à 2019, notamment sous l'effet du retour des touristes étrangers américains et du Golfe.

La région PACA associe en effet aux zones littorales de renommée mondiale de la Côte d'Azur d'autres zones attractives comme les stations des Alpes du Sud, les sites du Luberon ou la région d'Aix-en-Provence. La métropole de Marseille y tient une place particulière avec des visiteurs professionnels plus nombreux que les touristes pendant une grande partie de l'année. Depuis 2015, la part des locations saisonnières s'est accrue dans toute la région, compte tenu essentiellement du développement des plates-formes de réservation en ligne et notamment de leur leader mondial Airbnb.

## **Airbnb s'en sort mieux que l'hôtellerie**

Nous avons mené une étude en partenariat avec la région qui nous a permis d'utiliser des données individuelles exhaustives relatives à la plate-forme Airbnb, renseignant à la fois les localisations des hébergements touristiques, leur nombre, leur durée, leurs prix, les caractéristiques des propriétaires, et bien d'autres choses, à défaut de connaître l'identité des occupants. Nous disposons aussi, grâce à une étude antérieure portant sur la même région, des données similaires depuis 2015.

De ce travail sont ressorties quatre constatations principales.

D'abord, les locations saisonnières transitant par la plate-forme ont souffert de la crise sanitaire dans la région. Leur fréquentation a été, en moyenne, bien plus faible que lors des deux années 2018 et 2019, mais cette baisse reste moins forte que celle qu'a subie l'hôtellerie dans la région. Le nombre de jours réservés a en effet baissé de 37 % entre 2019 et 2020, et les revenus locatifs ont décrû de 33 % quand les hôtels de la région affichaient 45 % de nuitées en moins et des revenus chutant de 59 %.

Cette baisse s'est accompagnée – ce qui était impossible sur le plan hôtelier – d'une contraction de l'offre, de presque 10 % en moyenne, certains propriétaires ayant préféré donner un autre usage à leurs biens, voire à les occuper eux-mêmes.

Côté demande, les visiteurs de 2020, moins nombreux et français en grande majorité, ont en moyenne préféré l'hébergement individuel à l'hôtel, pour différents motifs à propos desquels on ne peut que formuler des hypothèses (clientèle plus familiale qu'habituellement, bonne perception des avantages de la location saisonnière en termes de distanciation, meilleure expérience en termes de contact avec la population locale). Côté offre, le marché a montré comme on pouvait s'y attendre plus de réactivité que l'hôtellerie, en adaptant ses disponibilités à une demande plus restreinte.

## **L'arrière-pays résiste plus que les villes**

Deuxième constatation : la baisse de fréquentation s'est très inéquitablement répartie sur le territoire de la région. Elle a été très importante dans les grandes agglomérations, impressionnante dans les zones de forte attractivité traditionnelle, beaucoup plus faible ailleurs, certains territoires ruraux de l'arrière-pays connaissant même une embellie toute particulière. Les Hautes-Alpes et surtout les Alpes de Haute-Provence amortissent notamment la crise, voire en profitent, alors que les autres départements s'affaissent.

Les villes les plus attractives de la Côte d'Azur restent les plus touchées (les Alpes-Maritimes connaissent une chute de 46 % du nombre de jours réservés et de 37 % des revenus engendrés, Nice perd 50 % de ses jours réservés, Cannes 49 %, etc.). Alors que la baisse de fréquentation hôtelière est estimée à 82 % en station de sport d'hiver entre les saisons 2019-2020 et 2020-2021, dans les deux départements alpins, les locations saisonnières en stations de sport d'hiver et transitant par la plate-forme amortissent la crise. Les chutes de fréquentation vont de 17 % à 33 % en 2020, Allos parvenant même à accroître le nombre de ses jours réservés.

Les hébergements situés en arrière-pays, en vallée ou en moyenne montagne s'en sortent mieux encore : dans les Alpes de Haute-Provence, ce sont 33 communes de taille modeste comme Les Mées, Castellane ou Banon, qui affichent une fréquentation en hausse. Le même phénomène s'observe à un degré moindre dans les Hautes-Alpes. Ces observations peuvent donner le sentiment que les vacanciers

ont plus qu'habituellement recherché l'entre-soi, la nature et l'authenticité au sortir des confinements.

### **Tarifs en hausse**

Troisième constatation, les séjours se sont allongés, ce qui semble être à nouveau la conséquence d'une modification de la clientèle, plus familiale qu'à l'accoutumée. À nouveau, cet allongement est plus fort dans les départements alpins et dans les zones de densité urbaine la plus faible.

Enfin, la hausse des tarifs est l'observation qui nous a le plus surpris. En bons économistes, nous imaginions que la baisse de la demande aurait poussé les propriétaires et la plate-forme à proposer des rabais, à « casser les prix ». Ce n'est pas ce qu'indiquent les données. Dans les six départements de la région, les tarifs journaliers montent, à la fois en moyenne et par personne.

Cette hausse n'est pas due à un effet de structure (ils augmenteraient parce que les hébergements sont plus grands) mais bien parce que ladite « loi de l'offre et de la demande » n'a pas joué. Les propriétaires ont-ils cherché à gagner sur le prix ce qu'ils perdaient en volume, ou la plate-forme les a-t-elle dissuadés à baisser leurs prix pour ne pas avoir à les remonter une fois la crise passée ? En tous cas, on observe que ce sont les multipropriétaires, moins enclins à suivre les recommandations de la plate-forme, qui s'adaptent le mieux en baissant parfois leurs prix, alors que ceux qui louent un ou deux logements ont tendance à ne pas changer leurs prix ou à les accroître.

Il sera à présent intéressant de voir si les phénomènes observés au plus fort de la crise amorceront de nouvelles tendances en termes d'attractivité touristique ou si le retour à la « normale » sur le plan sanitaire nous fera retourner aux distributions historiques des flux touristiques en région PACA.

## ECHO TOURISTIQUE DU 9 SEPTEMBRE

### OLIVIA GREGOIRE : SES MESSAGES CLES AUX DECIDEURS DU TOURISME

[https://www.lechotouristique.com/article/olivia-gregoire-devoile-sa-feuille-de-route-aux-decideurs-tourisme?utm\\_source=newsletter-1564&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Newsletter-1564](https://www.lechotouristique.com/article/olivia-gregoire-devoile-sa-feuille-de-route-aux-decideurs-tourisme?utm_source=newsletter-1564&utm_medium=email&utm_campaign=Newsletter-1564)

C'était sa toute première participation à un événement de la profession. Olivia Grégoire était présente à la 15e édition du Dîner des Décideurs de L'Echo touristique. Une édition placée sous son haut patronage.

A cette occasion, la ministre déléguée chargée des PME, de l'Artisanat et du Tourisme a pris le temps d'échanger, individuellement, avec la grande majorité des 65 dirigeants réunis. « Grâce à vous, les chiffres de la consommation se portent bien », a-t-elle expliqué. « Nous nous acheminons vers une saison proche de l'exceptionnel, qui montre la résistance et la résilience des acteurs du secteur. »

« Je suis contente de vous retrouver alors que le secteur va mieux, et ravie de m'exprimer sans masque », s'est-elle amusée. Et ce « après deux années difficiles » en raison de la pandémie de Covid-19. « L'Etat a été présent, c'est son rôle quand la crise met en péril un écosystème représentant 8% du PIB. » Le gouvernement a déboursé 38 milliards d'euros sur la table, dont 12 milliards d'euros en PGE.

#### Le Comité de filière tourisme bientôt relancé

La ministre déléguée au Tourisme compte poursuivre le travail de concertation instaurée avec succès pendant la pandémie. « Le comité de filière tourisme sera relancé d'ici quelques semaines », a-t-elle ajouté. « Vous serez informés et conviés. » La préparation de la Coupe du monde de rugby 2023 et des Jeux Olympiques 2024 comptera parmi les thèmes à l'ordre du jour.

Pour mémoire, le comité de filière tourisme a été créé en 2019 pour faciliter la coconstruction des politiques touristiques entre professionnels et pouvoirs publics. C'était sous l'impulsion de « l'excellent » Jean-Baptiste Lemoyne, a souligné Olivia Grégoire, en parlant de son prédécesseur.

#### Devenir n°1 des recettes mondiales

S'agissant de la destination France, l'enjeu est double. C'est d'abord de rester la première destination mondiale en nombre de visiteurs, alors que d'autres pays comme l'Arabie Saoudite tentent de prendre la France de vitesse. Il s'agit aussi d'effectuer « une montée en gamme et en compétences », afin d'aller chercher « une première place » au chapitre des recettes. Première place occupée aujourd'hui par les Etats-Unis.

« Devenir la première puissance économique mondiale, grâce au tourisme, c'est possible. Je ferai tout ce qui est en mon pouvoir pour vous accompagner dans cette montée qualitative. »

## **Plan de com' sur les métiers**

Sa feuille de route s'inscrit dans le cadre du plan de relance du tourisme annoncé par Jean Castex, dans lequel « la reconquête des talents » représente un pilier. A l'heure de la reprise se pose le problème du manque d'attractivité du secteur et de la pénurie de personnel.

Mardi 13 septembre débutera justement une campagne nationale de communication qui mettra l'accent sur les métiers du tourisme, sous l'impulsion de Bercy, en collaboration avec MonemploiTourisme.fr. Objectif : « mettre l'accent sur la beauté, la pérennité et l'attractivité des métiers du tourisme ».

D'autres priorités figurent dans la feuille de route d'Olivia Grégoire, comme la RSE et la sobriété énergétique. L'enjeu sera d'embarquer les nombreuses PME du secteur, autant que les grands groupes, dans une tourisme plus vertueux et la « sobriété énergétique ». Le gouvernement demande aux entreprises de réduire de 10% la facture énergétique sur deux ans. Les Entreprises du voyage auront aussi à cœur d'évoquer la question sensible des PGE, que certains opérateurs peineront à rembourser.

