



REVUE DE PRESSE

Du 14 au 17 novembre 2022

Mission Communication

SOMMAIRE

01 **ECONOMIE** P3

LE COUT DE LA VIE, UN ENJEU MAJEUR POUR LA REPRISE DU TOURISME.....P3

TOURISME : OU EN EST LE PLAN DESTINATION FRANCE ?P3

UN COMITE DE FILIERE TOURISME QUI LAISSE SUR SA FAIMP5

02 **CORSE**..... P7

LA DESTINATION CALVI BALAGNE LANCE SON FESTIVAL ECOLOGIQUEP7

PoVo: SOCIAL ET TOURISME ALIMENTENT LE DEBAT EN CONSEIL MUNICIPALP8

U CASTELLU D'OREZZA SIGNALATU DA U PREMIU LEADER DI CORSICA.....P9

LE PROGRAMME D'ESCAPADES EN EUROPE DEVOILE PAR AIR CORSICA.....P10

03 **AILLEURS**P12

BRETAGNE : UNE NELLE STRATEGIE TOURISTIQUE POUR LA COTE DE GRANIT ROSE.....P12

04 **FILIERES**.....P13

VOYAGES D'AFFAIRES : L'ACTIVITE SE MAINTIENT MAIS QUID DE 2023 ?P13

FEVAD : L'E-TOURISME RESTE DYNAMIQUE AU 3E TRIMESTRE 2022P14

LA QUOTIDIENNE DU 15/11

LE COUT DE LA VIE, UN ENJEU MAJEUR POUR LA REPRISE DU TOURISME

<https://www.laquotidienne.fr/le-cout-de-la-vie-un-enjeu-majeur-pour-la-reprise-du-tourisme/>

Un sondage auprès de professionnels du voyage a demandé : « Lequel des éléments suivants est le plus susceptible d'affecter négativement votre entreprise en 2023 ? » et près de la moitié (44,8 %) ont cité le « coût de la vie en général ».

Le prix de l'essence est cité par 13,4 %, tandis que les prix de l'énergie préoccupent un répondant sur dix (9,6 %).

Ensemble, coût de la vie plus prix de l'essence et de l'énergie, représentent ainsi plus des deux tiers des personnes interrogées (67,8 %).

La guerre en Ukraine a été citée par un peu plus d'un répondant sur dix (11,9 %), tandis que d'autres problèmes ont été mentionnés par de plus petites proportions de répondants – augmentation des taux de Covid (5,4 %) ; 2022 chaos dans les aéroports (4,2 %) ; changement climatique (2,3 %) ; Brexit (1,9 %) ; et contrôles renforcés aux frontières (1,1 %).

L'enquête reflète les avertissements du Conseil mondial du voyage et du tourisme selon lesquels le rebond mondial de l'industrie est menacé par des vents contraires économiques.

En septembre dernier, le WTTC avait déjà souligné les défis posés aux ministres du tourisme du G20, affirmant que la collaboration entre les secteurs public et privé était plus que jamais nécessaire.

ECHO TOURISTIQUE DU 17/11

TOURISME : OU EN EST LE PLAN DESTINATION FRANCE ?

<https://www.lechotouristique.com/article/tourisme-ou-en-est-le-plan-destination-france>

Il y a un an presque jour pour jour, Jean Castex, alors Premier ministre, dévoilait le plan Destination France.

Lors de la relance du Comité de filière tourisme le 9 novembre 2022, Thomas Courbe, président de la Direction générale des entreprises (DGE), a fait un point d'étape sur le plan Destination France. Il s'agit d'un grand coup de pouce aux entreprises et aux collectivités, doté d'un budget de 1,9 milliard d'euros, dévoilé le

20 novembre 2021. En résumé, le gouvernement s'engage à près de 1,3 milliard d'euros de prêts, et 600 millions d'euros d'argent frais.

« Nous avons déjà engagé 375 millions d'euros », a déclaré Thomas Courbe.

Une semaine dédiée aux métiers du tourisme en 2023

« La quasi-totalité des 20 mesures du plan ont commencé à être déployés », a-t-il ajouté. Ainsi, la campagne de promotion sur les métiers a-t-elle démarré, et s'étalera jusqu'à fin 2023. Son budget : 9 millions d'euros sur deux ans.

« On travaille sur l'attractivité de la filière, ce qui peut permettre de faciliter le recrutement sur les métiers en tension, et attirer plus de jeunes vers les formations. » Résultat : l'audience du site Monemploiourisme.fr a fortement progressé, le nombre de clics vers les annonces de Pole Emploi pour le secteur du tourisme aussi. Mais difficile de déterminer le nombre d'embauches ainsi créées.

Le patron de la DGE a aussi annoncé la création d'un « carrefour » des métiers du tourisme de montagne organisé d'ici fin de l'année. Suivra en avril 2023 une semaine dédiée aux métiers du tourisme.

Prêt Tourisme et aides directes à l'événementiel

Autre mesure sur les rails, le rechargement du prêt Tourisme dédié aux TPE, PME et ETI. Environ 600 entreprises en ont bénéficié pour un montant total de 280 millions d'euros.

« Notre objectif est d'accorder, d'ici fin 2023, jusqu'à 750 millions d'euros de prêts aux entreprises pour lesquelles ils seront utiles. »

Thomas Courbe a également évoqué le dispositif d'aide en faveur des acteurs du tourisme d'affaires et d'événementiel. 4000 dossiers d'aide sont validés, en faveur d'exposants individuels souhaitant participer à des salons professionnels en France. C'était en sortie de crise un levier afin de relancer l'activité, pour un montant global de 100 millions d'euros.

Accompagnement digital

Par ailleurs, le plan Destination France prévoit un accompagnement pour développer le tourisme durable et l'innovation. « On a également une action importante dans le soutien au rayonnement de la Travel Tech. » De jeunes pousses sont notamment accompagnées financièrement à l'étranger (Tourism Innovation Summit de Séville et CES de Las Vegas).

Enfin, le gouvernement compte apporter sa pierre à la numérisation des entreprises du secteur. « Nous avons mené 22 000 diagnostics pour la numérisation des entreprises du secteur », et 10 000 autres sont lancés. Objectif : permettre à des sociétés d'identifier les solutions digitales à mettre en œuvre afin d'améliorer leur compétitivité.

Le gouvernement continuera de faire des points d'étape du plan Destination France dans le cadre du Comité de filière tourisme. Un CFT relancé la semaine dernière à Bercy par la ministre déléguée au Tourisme Olivia Grégoire.

Fonds de solidarité, PGE, activité partielle... Le secteur, qui représentait 8% du PIB en 2019, a déjà bénéficié de 38 milliards d'euros de soutien financier pendant la crise de Covid-19. La filière représente environ 2 millions d'emplois directs et indirects.

ECHO TOURISTIQUE DU 17/11

UN COMITE DE FILIERE TOURISME QUI LAISSE SUR SA FAIM

https://www.lechotouristique.com/article/edito-un-comite-de-filiere-tourisme-qui-laisse-sur-sa-faim?utm_source=newsletter-1677&utm_medium=email&utm_campaign=Newsletter-1677

Mercredi 9 novembre aura marqué une nouvelle impulsion. Celle d'Olivia Grégoire, ministre déléguée au Tourisme, qui a réuni, pour son premier Comité de filière, tout le « gratin » de l'industrie du tourisme. Un comité instauré par son prédécesseur Jean-Baptiste Lemoyne, sur fond de crise, mais qui prend résolument un nouveau virage. Je ne peux qu'appuyer les réserves de notre éditorialiste Dominique (Gobert). Et au regard de l'importance du sujet, me permet d'enfoncer le clou.

Trop institutionnel... Ministère, Direction générale des entreprises (DGE), régions, ADN Tourisme, Atout France sont cités dans la méthode de travail. Mais quid des personnes et des structures qui incarnent le secteur privé, soit les entreprises ? Lors de la présentation du CFT, ils étaient dans la salle mais pas vraiment dans le cartésien « discours de la méthode » d'Olivia Grégoire. Dans les huit pages du discours de la ministre, le mot « entreprises » apparaît trois fois... Parce qu'elle cite la Direction générale des entreprises à trois reprises.

Où sont les jeunes ?, s'interroge à juste titre Jean-Virgile Crance, le président de la Confédération des Acteurs du Tourisme (CAT). Si l'ambition consiste à réfléchir au tourisme de demain, il faut impliquer les voyageurs de demain. Ceux qui bousculent les certitudes des plus expérimentés.

Trop académique. Le comité scientifique, comprenant 5 enseignants/chercheurs sur 6 membres, aurait pu lui aussi s'ouvrir au monde privé, ou en tout cas diversifier ses profils. Pour devenir une forme de société d'économie mixte bien-pensante en quelque sorte.

Des questions restent en suspens, mais c'est sans doute aussi la traduction de notre impatience. Comment seront composés les comités thématiques, qui incarnent fortement le renouveau du CFT ? Le gouvernement désignera-t-il largement ses membres ? Ou attend-il des « candidatures spontanées » ? A ces questions, Bercy nous répond sobrement qu'il communiquera sur le sujet « d'ici la fin de semaine ».

En tout cas, après avoir échangé avec quelques professionnels du tourisme, une plénière tous les trimestres avec Olivia Grégoire ne satisfait pas non plus pleinement pour avancer sur des préoccupations tels la crise énergétique ou les PGE. Les acteurs de l'industrie craignent que le fil de discussion presque continu établi pendant la crise avec le ministère se distende. Et que le tourisme perde la considération qu'il a gagné pendant la pandémie...

« Il n'y a pas de hasard, il n'y a que des rendez – vous », disait Paul Éluard, aime à rappeler la ministre déléguée au Tourisme. Des rendez-vous que les pros du tourisme espèrent fréquents, directs, et constructifs. Olivia Grégoire est une femme politique à l'écoute, qui a pris le soin de rencontrer moult acteurs de la profession malgré les nombreux portefeuilles qui l'accaparent.

Gageons donc que, sur le fonctionnement, contrairement au discours de la semaine passée, le mode de fonctionnement du CFT nous réserve d'agréables surprises. Et que le Comité devienne, pour reprendre ses mots, « un lieu de travail » aboutissant « à des propositions concrètes ». Dans l'intérêt de notre belle industrie et de ses deux millions d'employés.

CORSE-MATIN DU 16/11

LA DESTINATION CALVI BALAGNE LANCE SON FESTIVAL ECOLOGIQUE

La destination Calvi-Balagne lance son festival écologique

Nous avions dans l'idée de créer un événement à l'instar du Festival du vent, qui s'est éteint mais a été un événement marquant puisqu'il a été sur le développement durable. Nous sommes partis de cette idée pour créer Green Orizante, en nous appuyant sur des conseils avisés afin d'allonger la fin de saison." François-Marie Marchetti, le président de la communauté de communes de Calvi-Balagne, résumait ainsi l'ambition et la genèse de ce nouveau festival où vont se mêler tourisme durable et transition écologique. Dans la salle de conférences de l'hôtel La Signoria, hier matin, une soixantaine d'élus et de professionnels du tourisme est venue assister à cette présentation. La première édition du festival n'aura lieu que l'année prochaine, du 20 au 22 octobre 2023.

« Je voudrais rappeler le contexte, reprend le président Marchetti. La compétence tourisme a été transférée aux intercommunalités le 1^{er} janvier 2017. Elle était précédemment exercée par les communes. Le législateur a donné ainsi une vision beaucoup plus globale et territorialisée de la compétence du tourisme et de son exercice. Calvi étant une place incontournable dans le tourisme en Corse, j'ai voulu décliner cette compétence sur l'ensemble du territoire des 14 communes. Nous avons travaillé en ce sens avec le conseil communautaire. Nous avons ainsi pu créer des bureaux d'information touristique,



Dans la salle de conférences de l'hôtel La Signoria, hier matin, une soixantaine d'élus et de professionnels du tourisme est venue assister à la présentation du festival Green Orizante, qui mêlera tourisme durable et transition écologique.

le premier sera bientôt inauguré à Lumiu. Un autre est en cours de confection sur la commune d'Aregius. Nous envisageons aussi de rénover le bureau d'information tourisme de Galeria et Morsu. »

Trois tables rondes

Cette journée de présentation a dû se dérouler sans le président de l'office de tourisme, Jean-Baptiste Ceccaldi, absent pour cause de déplacement, et sans la directrice Anne-Marie Piazzoli, pour

cause de Covid. C'est donc Laetitia Manicacci, vice-présidente de l'office intercommunal de tourisme, et Natasha Plaza, directrice adjointe, qui ont été les représentantes de l'OTI à cette occasion.

« Green Orizante est un projet qui va bien au-delà d'un festival écolo ou d'un simple phénomène de mode, assure Laetitia Manicacci. L'idée a été bien réfléchie. Notre volonté commune est de tracer des trajectoires dynamiques et respectueuses de l'environnement, de mettre en place des actions

innovantes et complexes dans le cadre de la protection, de la défense et de la valorisation de nos ressources naturelles et de notre biodiversité. Green Orizante incarne la vision de demain mais aussi les actions d'aujourd'hui. »

Plusieurs tables rondes ont ensuite été installées à La Signoria. Elles s'intitulaient « Un tourisme intelligent pour régénérer l'île de beauté », « Comment la Corse réécrit notre relation à la mer ? » ou encore « Les imaginaires, des clés essentielles pour se réinventer. »

La philosophie de cet événement à venir a été largement détaillée mais pas les éléments concrets comme le lieu exact ou la qualité des intervenants.

« Green Orizante est un événement qui va véhiculer les valeurs du tourisme durable à travers un programme riche et inspirant qui se veut ouvert sur la Méditerranée et le monde au-delà, conclut Laetitia Manicacci. Il prendra sa base à Calvi, bien sûr, mais toutes les communes vont collaborer. Ces communes sont déjà et seront à nouveau le théâtre d'expérimentations pour faire face aux enjeux climatiques et environnementaux. Elles seront le terreau de cette transition écologique et énergétique. »

L'annonce de ce futur festival Green Orizante est une démarche complémentaire qui s'ajoute à la politique de tri des déchets et à l'écobilabellisation de nombreux établissements touristiques. Ces exemples concrets ouvrent la voie.

JEAN-FRANÇOIS PACELLI



La première édition du festival n'aura lieu que l'année prochaine, du 20 au 22 octobre 2023.

PHOTOS OLIVIER SANCHEZ / CRYSTAL PICTURES

Social et tourisme alimentent le débat en conseil municipal

Beaucoup de délibérations techniques ce lundi soir en conseil municipal, mais l'occasion de revenir sur des sujets comme le logement ou le tourisme, au travers de demandes de garantie d'emprunt, de gestion de la taxe de séjour ou des zones de mouillage organisées de Santa Ghjulia.

Ce sont donc les finances qui ont ouvert le bal, avec quatre délibérations présentées par Jacky Agostini. Ainsi, la commune a été sollicitée par l'office public de l'habitat pour une demande de garantie d'emprunt concernant la mise en œuvre de la réhabilitation de quinze logements sociaux vacants à Pifano I et II, pour lesquels les travaux ont déjà été effectués. Trente-quatre autres logements sociaux vacants sont concernés par un dispositif similaire, mais cette fois l'ensemble des quartiers possédant des logements sociaux sont concernés. « Il s'agit d'un mécanisme habituel et de régularisation. L'impact budgétaire de ces opérations est neutre et ne nous pénalise pas », a rappelé l'adjoint aux finances, précisant que logements de la deuxième délibération étaient « vacants en 2020. L'office de l'habitat n'avait pas souhaité faire les travaux à l'époque car le coût était trop élevé. Le changement de tête à l'office a fait évoluer les choses et les travaux ont finalement été réalisés. »

Le sujet du logement et la stratégie mise en œuvre par la municipalité seront débattus plus largement lors du conseil municipal du 12 décembre, a annoncé le maire. « Avec le premier adjoint Michel Giraschi, qui est chargé de ce dossier, nous ferons un point complet et évidemment ouvert au débat pour évoquer les sommes mises en jeu dans ce dossier, qui avoisinent les 7 M€ tant pour permettre des acquisitions que de la valorisation de l'existant », a précisé Jean Christophe Angelini.

Dans un tout autre registre, la délibération sur la délégation et la redevance d'occupation du domaine public maritime pour les zones de mouillage organisées de Santa Ghjulia a permis d'évoquer plus précisément le secteur qui compte 166 anneaux, un chiffre



Les mouillages organisés dans la baie de Santa Ghjulia ont été l'occasion d'évoquer la gestion du site de manière plus globale.

ARCHIVES MICHEL LUCCIONI

« stabilisé » qui « complète l'offre portuaire et vient offrir des prestations et services indissociables de l'identité économique et touristique de la ville », a affirmé le maire.

Sécurité et écologie à Santa Ghjulia

L'opposition, par la voix de Jean Michel Sauli, s'est interrogée sur la fréquentation de la zone, en particulier pendant la saison estivale, et sur les problématiques de sécurité et d'écologie qu'elle engendre. L'élue a notamment évoqué le carrefour d'entrée à la baie côté Moby Dick, « pour lequel il faudrait peut-être solliciter la CdC, propriétaire de la route, pour réfléchir à une zone d'accès plus sécurisée ». La surfréquentation du site, « carte postale de notre destination », pourrait aussi être analysée, estime-t-il, via « un audit avec les socioprofessionnels et les résidents de la zone afin de réguler la fréquentation du secteur pour qu'elle se fasse de manière plus respectueuse et que chacun

puisse en profiter, y compris en juillet-août ».

Le constat est partagé « à 100 % » par la majorité municipale, a souligné Jean Christophe Angelini, qui a précisé qu'un « certain nombre de choses ont été prévues concernant la zone, y compris dans le PLU, pour entériner le désenclavement de la zone ». Des visites sur site ont été effectuées par l'équipe municipale, « et des réunions avec les socioprofessionnels sont prévues », a complété Santina Ferracci, conseillère municipale chargée du tourisme. Elle souhaite également solliciter la Collectivité pour évoquer la possibilité d'un rond-point ou autre pour faciliter l'accès au site et réduire sa dangerosité, « et qui va avec le problème de stationnement qui arrive jusque sur la route et génère de nombreux soucis ». L'élue estime qu'on « ne peut pas interdire l'accès à Santa Ghjulia où tout le monde veut venir, mais il faut trouver un point d'équilibre pour que les gens qui sont logés là puissent aussi profiter, tout en prenant en compte l'écologie et en

essayant d'améliorer les services comme le ramassage des déchets. »

Tourisme toujours avec l'adoption de la prestation de services pour la gestion de la taxe de séjour. Florence Valli, pour l'opposition, a interrogé la majorité sur la destination de l'argent récolté dans le cadre de cette taxe, « qui est récupérée en intégralité par la commune comme le permet le statut de l'office de tourisme et qui est imputée sur des actions en lien avec le tourisme selon une gymnastique comptable », a précisé Jacky Agostini. La taxe de séjour a permis à la commune d'encaisser 1,6 M€ l'an dernier, « mais au-delà du levier financier, c'est l'attractivité du territoire qui est exprimée via cette taxe. Il y a aussi l'idée que l'argent public a un effet levier, qui conduit à considérer ces sommes de manière dynamique avec un écho majeur, ce qui n'interdit évidemment pas de réfléchir à une autre manière de procéder quant à son recouvrement et à la destination des sommes », a conclu Jean Christophe Angelini.

SANDRINE ORDAN

U Castellu d'Orezza signalatu da u Premiu Leader di Corsica



André Gour au centre de son univers bucolique.

Le projet Castellu d'Orezza présenté par le Gal Castagniccia Mare à Monti a été élu Prix Leader de Corse et retenu pour le prix Leader France à Angers lors du congrès national annuel des Groupes d'action locale.

Un projet de territoire qui a porté haut les couleurs de la Castagniccia, pour sa pertinence, sa philosophie, sa conception et ses perspectives d'avenir. Un projet dont l'éclosion a créé un véri-

table rayonnement, patrimonial, économique et social, depuis le village de Carchetu au cœur de l'Orezza.

Le Gal Castagniccia Mare à Monti se félicite d'avoir fait confiance à André Gour, créateur du Castellu d'Orezza, maison d'hôte, reconnue parmi les plus belles de Corse, que le soutien du Gal a permis de faire monter en gamme. Le président François Berlinghi y reconnaît un projet



U Castellu d'Orezza.



Un jardin particulièrement soigné.

PHOTOS JACQUES PAOLI

innovant et valorisant à plus d'un titre pour l'intérieur : « *Le village de Carchetu connaît une véritable dynamique de développement en matière d'hôtellerie, avec des acteurs qui agissent en concertation et en complémentarité les uns des autres. Un bel exemple de mise en synergie des atouts de cette micro-région, dont la fréquentation touristique est en plein essor. La reconnaissance du programme européen Leader qui vise à soutenir le développement des territoires ruraux porteurs d'une stratégie locale de développement, est plus que légitime.* »

L'essor de Carchetu

Village quasiment à l'abandon au début des années 2000, Carchetu Brusticu est aujourd'hui un fleuron de la Castagniccia. En écho à la motivation d'une équipe municipale, qui a su redonner du sens à la vie de la commune, des acteurs locaux ont fait le pari de vivre dans leur village. La notoriété de cette petite commune orezzinca dépasse aujourd'hui très largement le classement aux monuments historiques de son église Sainte-Marguerite, ou l'en-

gouement pour sa cascade naturelle de A Struccia. André Gour, créateur et gérant du Castellu d'Orezza, en a capté le rayonnement : « *Le village de Carchetu, tout comme la Castagniccia, ont de formidables atouts intrinsèques. En rénover la ruine dont j'ai fait l'acquisition en 1997, j'ai pu réaliser, plus de 10 ans plus tard, mon rêve de faire revivre le village. Ma réflexion s'est concrétisée par étapes. J'ai d'abord retapé la maison pour y vivre, puis pour faire vivre la montagne et, aujourd'hui, je m'inscris dans une démarche collective de travailler tous ensemble. Les choses s'imbriquent de manière naturelle et cohérente. Le Castellu d'Orezza c'est l'aboutissement de toute ma vie.* »

Du beau, de l'authentique : U Castellu d'Orezza s'inspire du cadre bucolique qui l'entoure. Une synergie de bien-être et de tourisme nature qui séduit un public de plus en plus nombreux. La halte promet détente, découverte, au milieu des montagnes orezzinche qui ont tant à offrir aux amoureux de la nature. Pour André Gour, l'objectif est atteint !

JACQUES PAOLI

CORSE-MATIN DU 17/11

LE PROGRAMME D'ESCAPADES EN EUROPE DEVOILE PAR AIR CORSICA

<https://www.corsematin.com/articles/le-programme-descapades-en-europe-devoile-par-air-corsica-133769>

C'est un programme "hivernal" de janvier à mars fort de 14 destinations vers 7 pays qui a été présenté hier dans les locaux de la CCI de Haute-Corse. L'Italie reste notre voisine la plus choyée avec 8 villes au menu dont Catane, Palerme, Naples, Pise, Vérone ou encore Milan

"Nous apportons notre soutien plein et entier au déploiement de qualité que va opérer Air Corsica en 2023 au bénéfice des résidents de notre territoire insulaire de manière générale. C'est pour cela qu'au-delà des OSP et des lignes saisonnières, nous apprécions et saluons l'engagement des dirigeants, des cadres et de l'ensemble des collaborateurs de la compagnie pour le développement du réseau aérien qui relie la Corse aux métropoles Européennes..." en quelques mots, le président régional de la CCI, Jean Dominici, qui jouait à domicile pour cette présentation du programme hivernal a bien résumé cette volonté de renforcer une opération qui remporte chaque année un franc succès.

"Travailler sur le potentiel de l'Euro-Méditerranée"

La présidente du conseil de surveillance, Marie-Hélène Casanova-Servas, a également mis l'accent sur ce rayonnement hivernal qui sera encore amélioré en 2023. " La volonté du conseil exécutif étant de placer la Corse au centre de l'Europe, ces destinations vers l'Italie sont plébiscitées, mais nous avons la volonté de travailler sur le potentiel de l'Euro Méditerranée et vous voyez bien qu'à part l'Irlande, le reste c'est l'Espagne, l'Italie, la Croatie. Ces destinations permettent aux Corses, à 1 h 30 de vol, de voyager et faire connaître la Corse. La volonté c'est de travailler sur ce potentiel, de faire voyager notre savoir-faire aussi, et de faire en sorte que les Corses puissent profiter de ces escapades à des prix très attractifs compte tenu des augmentations très importantes des prix des carburants. Ce programme permet aussi aux agences de voyages de travailler, puisqu'elles ont un quota de billets, c'est un véritable partenariat. Nous avons fait le choix de très belles destinations, je pense à Dubrovnik au départ de Bastia, et bien d'autres, au départ d'Ajaccio..." C'est à Luc Bereni que revenait, la tâche et le plaisir non dissimulé de présenter chacune des destinations. Certaines, le président du directoire de la compagnie Air Corsica les a... testées en personne puisqu'il revenait de Malte !

" Un programme de vol vertueux et efficace économiquement"

"L'an dernier nous avons proposé 8 destinations, mais il y avait encore le risque Covid, cette fois nous en proposons 14, la compagnie a été créée pour le service public c'est son cœur de métier mais c'est aussi notre rôle de proposer des destinations à 360° autour de notre île, nous répondons à une demande. Nous avons voulu positionner ces vols plutôt sur le mois de mars car c'est une période lors de laquelle beaucoup de nos compatriotes sont disponibles, il ne faut pas oublier que nous sommes, nous-mêmes, une destination touristique, et que beaucoup de clients d'Air Corsica sont des professionnels de l'hébergement, la restauration et autres. De notre côté, l'été nous avons la nécessité de répondre aux

engagements, en termes de service public mais aussi de contribuer à la desserte touristique avec des vols que l'on connaît comme au départ de la Belgique ou la Suède. C'est à la fin de l'hiver que nous avons donc les avions disponibles pour ces escapades dans les villes européennes. C'est une heureuse rencontre entre une demande des clients et une disponibilité de la compagnie" a expliqué le Bastiais.

Pour Luc Bereni il y a incontestablement une appétence pour les voyages, et donc la compagnie a augmenté la capacité en doublant pratiquement le nombre de vols. " Notre priorité c'était d'imaginer un programme de vol qui soit suffisamment vertueux et efficace économiquement pour que le surcoût du carburant soit absorbé par cette efficience opérationnelle. La promesse de tenir ce tarif 299 ttc aller-retour, nous avons pu la maintenir en maîtrisant les coûts et en enchaînant des destinations proches les unes des autres."

L'Italie c'est le best-seller de ces escapades, le président du conseil de surveillance s'en explique : " nous constatons que c'est la destination la plus accessible par les Corses, c'est celle où chacun y trouve son compte que ce soit pour le shopping, la vie nocturne, ou pour assister à un match de football. La demande sur l'Italie reste forte mais nous savons aussi que des clients veulent des destinations nouvelles et nous alternons même sur l'Italie, mais aussi Séville, des vols qui ont toujours du succès..."

Du succès et il faudra se dépêcher de réserver car il n'y a aura pas de places pour tout le monde car ils seront nombreux les candidats à ces escapades vers l'Albanie, l'Autriche, la Croatie, l'Espagne, l'Irlande, Malte et l'Italie.

Le programme des vols

Janvier : Ajaccio -Séville (Espagne) du 26 au 29 janvier

Février : Bastia-Dublin (Irlande) du 2 au 5 février, Ajaccio-Dublin du 2 au 5 février

Mars : Ajaccio-Tirana (Albanie) du 8 au 11 mars, Bastia-Lameza Calabre (Italie) du 11 au 15 mars; Ajaccio-Catana (Italie Sicile) du 11 au 15 mars; Bastia-Malte du 15 au 18 mars; Ajaccio Split (Croatie) du 15 au 18 mars, Bastia-Palermo (Italie) du 18 au 22 mars;

Ajaccio-Naples (Italie) du 18 au 22 mars; Bastia-Dubrovnik (Croatie) du 22 au 25 mars; Ajaccio-Pise (Italie) du 22 au 25 mars; Bastia-Salzburg (Autriche) du 25 au 29 mars; Ajaccio Verone (Italie) du 25 au 29 mars; Ajaccio - Milan Bergame du 29 mars au 1er avril

ECHO TOURISTIQUE DU 16/11

BRETAGNE : UNE NOUVELLE STRATEGIE TOURISTIQUE POUR LA COTE DE GRANIT ROSE

<https://www.lechotouristique.com/article/bretagne-une-nouvelle-strategie-touristique-pour-la-cote-de-granit-rose>

L'office de tourisme, qui représente 56 communes, a présenté une stratégie pour la période 2022-2027.

Pour son cinquième anniversaire, l'Office de tourisme communautaire « Bretagne Côte de Granit Rose », qui représente 56 communes du territoire Lannion-Trégor Communauté, a dévoilé une nouvelle stratégie touristique.

Une stratégie basée sur trois axes principaux : revendiquer que le territoire est une destination touristique (en fédérant les socio-professionnels et les habitants) ; promouvoir la destination (positionnement, communication, diffusion de l'information...) ; et mettre en place une offre différenciante (accompagner les filières dans leur évolution, renforcer la qualification de l'offre touristique...).

Deux initiatives concrètes

Deux initiatives concrètes viennent illustrer cette nouvelle volonté stratégique. Depuis le mois de juin, un carnet de voyage numérique a été mis à disposition des bureaux d'information touristique du territoire. Il permet au conseiller en séjour, à l'OT, de personnaliser l'offre en fonction de son interlocuteur. Cet été, plus de 2 500 carnets de voyages ont déjà été généré.

Un centre de contact a également été créé. Ses objectifs sont multiples : harmoniser l'accueil à distance, valoriser le métier de conseiller en séjour par le conseil personnalisé, développer la base de données, respecter les engagements auprès de la marque qualité tourisme...

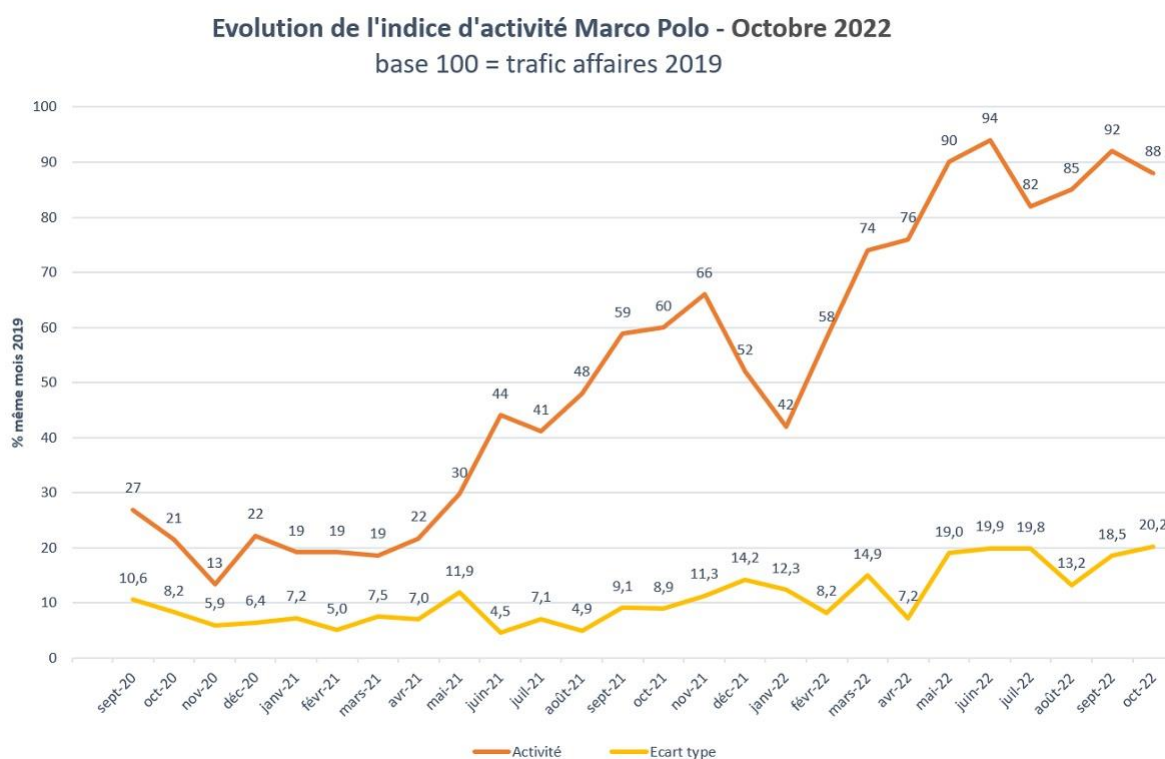
Au total, une soixantaine de « fiches action » ont été écrites et seront déployées ces cinq prochaines années. Le territoire, qui aimerait être classé au patrimoine mondial de l'Unesco, est l'un des plus touristiques de Bretagne

TOURMAG DU 16/11

VOYAGES D'AFFAIRES : L'ACTIVITE SE MAINTIENT MAIS QUID DE 2023 ?

https://www.tourmag.com/Voyages-d-affaires-l-activite-se-maintient-mais-quid-de-2023_a116255.html

L'indice Marco Polo pour octobre 2022 montre que l'activité voyages d'affaires se maintient. Toutefois des incertitudes demeurent pour 2023.



Comment évolue l'activité voyages d'affaires ?

Après le trou d'air de juillet 2022 et le redressement du business en août et en septembre l'activité infléchit en octobre 2022.

"Les congés de la Toussaint ont amené une réduction des voyages d'affaires somme toute assez limitée, faisant passer l'indice d'activité de 92 au mois de septembre à 88 sur octobre" explique Arnaud de Lamezan, vice-président de Marco Polo.

"On peut donc constater que si l'activité générale des déplacements professionnels n'a toujours pas retrouvé son allant de 2019, elle se maintient depuis quelques mois à des niveaux que beaucoup qualifient de satisfaisants."

Reste de nombreuses inquiétudes en particulier sur l'impact de la hausse généralisée des tarifs et la poursuite de l'inflation.

A très court terme, quelles en seront les conséquences sur les budgets de la fin de cette année et de la suivante ? De plus cette situation n'est-elle pas porteuse de risques sociaux accrus ?

La confiance des acteurs reste encore assez bien orientée, mais la visibilité pour 2023 semble bien réduite.

ECHO TOURISTIQUE DU 17/11

FEVAD : L'E-TOURISME RESTE DYNAMIQUE AU 3E TRIMESTRE 2022

<https://www.lechotouristique.com/article/fevad-le-tourisme-reste-dynamique-au-3e-trimestre-2022>

Quel est le bilan e-commerce du troisième trimestre 2022 en France ? Lors d'une conférence de presse ce matin, la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad) a livré des tendances intéressantes sur l'activité des sites marchands, la place du voyage, et des perspectives incertaines en raison du contexte économique.

Selon le panel iCE100 de la Fevad, regroupant une centaine de sites leaders, l'e-commerce se stabilise à périmètre constant en termes de ventes de produits grand public (-2,4% versus le 3e trimestre 2021). Avec un « effet moteur des ventes de voyages/loisirs » sur l'ensemble de l'e-commerce, note Marc Lolivier, délégué général de la Fevad.

E-tourisme : +15% au 3e trimestre versus 2019

Après « un cycle de rattrapage très important » observé ces derniers mois, la croissance décélère néanmoins dans l'e-tourisme (+28% versus 2021). Par rapport à 2019, soit en comparaison avec le niveau pré-Covid, les ventes de prestations touristiques, transports et loisirs affichent une progression de 15% par rapport à 2019. Cette dynamique est portée par la levée de nombreuses restrictions de voyage, cumulée à la hausse du panier moyen.

Pour mémoire, les ventes de prestations touristiques avaient bondi de +68% au deuxième trimestre 2022, versus le deuxième trimestre 2021, et de 25% versus 2019.

Le social selling émerge

Au total, en prenant en compte les nouveaux sites marchands comme les sites leaders, les Français ont dépensé près de 36 milliards d'euros au troisième trimestre (+16,8%). C'est donc le poids de l'e-commerce, tous produits et services confondus, à périmètre non constant.

Le panier moyen, lui, remonte (+7,3%) alors qu'il tendait à diminuer jusqu'à maintenant. Nous sommes dans une période de stagflation, avec une hausse des prix et une stabilisation des ventes, souligne Marc Lolivier.

Autre tendance intéressante à retenir : tous produits confondus, un Français sur 5 a déjà appuyé sur un bouton « achat » sur les réseaux sociaux (social selling). A commencer par les jeunes générations.

Une inflation qui inquiète

Après la crise du Covid, le commerce est désormais bousculé par la crise de l'énergie et l'inflation, relève pour sa part François Monboisse, président de la Fevad. Ce qui peut entraîner « des restrictions de pouvoir d'achat énormes », ajoute-t-il. Tout en espérant qu'Internet soit identifié comme un espace de « bonnes affaires ».

« La situation est plus tendue qu'elle n'a jamais été depuis une dizaine d'années », note François Monboisse. L'inflation globale, estimée à 6% sur 12 mois en France, masque des difficultés plus grandes. « L'inflation atteint 19% sur l'énergie et 12% sur l'alimentaire », qui font partie des dépenses en grande partie incompressibles.

Atc.corsica