



REVUE DE PRESSE

Du 12 & 13 janvier 2023

Mission Communication

SOMMAIRE

01 TENDANCES P3

L'ESSOR ANNONCE DU BIEN-ETRE "HARDCORE" P3

02 TOURISME DURABLE P6

LOI CLIMAT : INTERDICTION DU GREENWASHING OU COUP D'EPEE DANS L'EAU ? P6

03 CONJONCTURE P9

BILAN DES VACANCES DE NOËL : 61% DES DESTINATIONS FRANÇAISES ANNONCENT UNE HAUSSE DE FREQUENTATION ! P9

04 ECONOMIE P12

AIRBNB : 148 MILLIONS D'EUROS DE TAXE DE SEJOUR REVERSES AUX COMMUNES FRANÇAISES EN 2022 P12

TOURMAG DU 11/01

L'ESSOR ANNONCE DU BIEN-ETRE "HARDCORE"

https://www.tourmag.com/Futuroscopie-L-essor-annonce-du-bien-etre-hardcore-%F0%9F%94%91_a116991.html

A l'heure où le Salon des Thermalies prépare sa quarante-et-unième édition et alors que toutes les enquêtes concernant les tendances sociétales des années à venir, incluent la demande de bien-être dans le trio de tête, il semblerait qu'une nouvelle tendance émerge. C'est celle concernant le bien-être « hardcore ». Traduit littéralement, le terme implique des notions d'endurance et d'efforts et s'adresse à un public de rigoristes bien décidés à se protéger des agressions de la société. Nouvelle mode ou expression sociétale forte ? L'avenir devrait nous confirmer qu'il s'agit bien d'une tendance de fond en train de s'inscrire dans le paysage touristique et à laquelle il faudra savoir répondre.

Se faire chouchouter par des masseurs de rêve dans un spa d'hôtel de luxe, immergé dans un décor chromatique, olfactif, sonore, particulièrement apaisant, invitant l'ensemble de vos sens à se relaxer... compte-t-il déjà parmi les panoplies de wellness d'une époque en voie de disparition ?

Ou plus exactement, ces pratiques reflètent-elles le glissement vers le « mainstream » d'une demande de bien-être née dans les années quatre-vingt avec pour ambition de fournir la quintessence de l'esthétique et de la détente dans des ambiances empruntant de plus en plus à d'autres cultures (surtout orientales, extrêmes orientales, nordiques) leurs méthodes, leurs techniques et leurs soins ?

Façonnée en son temps par une avant-garde d'amateurs de sophistication, d'exclusivité, de volupté et de luxe, cette offre aujourd'hui peaufinée dans tous les palaces de la terre, les stations huppées et les quartiers chics des grandes villes, semble en effet en voie de banalisation, donc de vulgarisation parmi des segments de la société considérés comme une clientèle de suiveurs. Ce qui fait tout de même beaucoup de monde et justifie leur multiplication et leur indéniable succès. Lequel, soyons clairs, ne se démentira pas de si tôt.

Mais, l'un n'empêche pas l'autre. Pendant ce temps-là, les avant-gardes (soit moins de 8% de la population) n'ont pas chômé et, au contraire, elles ont inventé de nouveaux lieux et de nouvelles pratiques capables d'une part de leur procurer ce fameux bien-être tant recherché et de répondre à leurs nouvelles attentes issues en partie d'une réaction à la dureté du monde.

Fitness et wellness « hardcore » c'est quoi ?

Pour faire simple, ces « éclaireurs » ont développé des activités un tantinet brutes de décoffrage telles qu'on les pratique déjà dans certaines salles de fitness : comme la course sur tapis, le crossfit, l'aérobic, la boxe, l'haltérophilie... « on ne compte plus

ceux qui bousculent leur cœur et leur corps dans des entraînements quasi militaires » précise un article du magazine Elle, à propos de ces disciplines cachant mal leur vocation marketing.

Quant au Bootcamp, un programme créé en 2015 dans un studio parisien, il insiste sur le fait qu'il propose « des cours à haute intensité qui défient l'esprit et repoussent les limites physiques » !

Mais, le fitness « hardcore » se passe surtout en plein air. Et n'est pas nouveau non plus. Incluant des pratiques extrêmes comme le saut à l'élastique, les trails, le canyoning et autres vols en parapente, il a fait la gloire de la communication touristique des années quatre-vingt privilégiant des valeurs comme l'ambition et la rage de vivre mais aussi, les apparences physiques et le besoin de dépassement de soi.

Ainsi, on a observé que le nombre des coureurs de marathon augmentait régulièrement tandis que les pratiques risquées comme l'alpinisme ou le surf en mer et montagne connaissaient également un essor malgré leurs dangers. Sans parler des randonnées de nuit sur des terrains chaotiques rappelant les « excès » chers aux camps de scouts et aux survivalistes.

L'essor des pratiques mentales de « hardcore »

Prônant l'effort, cherchant à valoriser l'individu et à développer une forme de surpuissance nécessaire à la vie contemporaine, ces pratiques ne sont cependant pas seulement d'ordre physique. Elles sont aussi d'ordre mental comme le souligne un journaliste de Time Magazine.

On ne se contente plus de méditer, on jeûne en même temps. On ne se contente pas de faire du yoga durant quelques heures, on cherche des retraites situées dans des sites reculés, offrant des séjours spartiates, privant parfois les participants de manger et de parler...

De plus en plus connue, la pratique du jeûne semble devenir la panacée. Dès lors que l'on s'abstient de se nourrir, le corps se purifie. Sauf qu'avaler un bol de soupe ou de tisane par jour n'est un plaisir ni sur le plan gustatif, ni sur le plan de la convivialité !

Le glissement de l'endurance vers le bien-être

... En tout cas, d'une tendance à l'autre, peu à peu, les centres de wellness les plus avant-gardistes (et pas les moindres) se sont mis à programmer dans la catégorie du bien-être ces activités appartenant plus au registre de l'endurance, de la quête d'immunité, de la santé et de la résistance qu'à celles de la détente et la relaxation.

Exemples : le site de Canyon Ranch (un leader incontesté) propose à Woodsite un « parcours d'obstacles quasi militaires à travers les arbres ». Celui en France de Clairières et Canopée, propose un « séjour, créé en collaboration avec un instructeur de la méthode Wim Hof (exposition au froid) capable de renforcer l'immunité de manière naturelle ».

« Vous découvrirez comment devenir plus autonome dans le renforcement de votre immunité », précise l'argumentaire du site au sujet de cette pratique née dans

la Grèce ancienne, consistant à vous plonger quelques minutes dans un froid polaire destiné à vous requinquer !

Coordination accroître

Alors que pour le moment, comme le précise un journaliste du magazine Que choisir : « Il n'existe aucune preuve de ces multiples effets bénéfiques » ! Mêmes craintes au sujet des bains de vitamines : les IV Vitamins Drips qui, depuis la fin des confinements, enregistrent 300% de progression parmi la clientèle.

Résister aux agressions du monde contemporain

Choisis parmi des centaines d'autres, ces exemples ont fait dire au très sérieux Wall street journal dans son numéro du 6 janvier dernier que l'heure était bien au « hardcore wellness » capable de « booster » une clientèle cherchant avant tout à protéger sa santé et à préserver son immunité.

Mais, il ne s'agit pas que de cela. Il s'agit aussi et surtout pour certains de nos contemporains de se construire une sorte de carapace, un kit de protection capable de les mettre à l'abri de la violence, de l'agressivité extérieure, des attaques sournoises d'un monde pris au piège de ses excès.

Pratiquer le « hardcore », c'est se mettre en mode « résistance » et en mode « survie », quoi qu'il arrive en ne comptant que sur soi et ce que l'on de plus précieux : sa santé physique et mentale donc son corps et son esprit.

Sans pour autant céder à la facilité et se réfugier dans une bulle de confort capable de flatter les sens mais incapable de vous transformer en cet être surhumain qui pourrait affronter les dieux. Avec le « hardcore », on n'est plus dans le registre du plaisir. On est résolument dans celui de la difficulté et de la ténacité indispensables à une société de moins en moins protectrice...

TOURMAG DU 12/01

LOI CLIMAT : INTERDICTION DU GREENWASHING OU COUP D'ÉPÉE DANS L'EAU ?

https://www.tourmag.com/Loi-Climat-interdiction-du-greenwashing-ou-coup-d-epée-dans-l-eau_a116887.html

Depuis le 1er janvier 2023, l'écoblanchiment sur la neutralité carbone est interdit : il faut désormais prouver son action. Mais qu'on se rassure (ou pas), l'interdiction ne vaut pas pour tout le monde.

L'année 2023 commence bien : depuis le 1er janvier 2023, la loi Climat et résilience oblige les entreprises à donner des gages lorsqu'elles s'engagent à la neutralité carbone.

Pour rappel, la neutralité carbone, c'est le point d'équilibre entre les émissions de carbone d'une entreprise et son absorption via des puits de carbone que sont les océans, la faune, la flore et les sols.

Mais le concept de neutralité carbone est souvent une excuse pour un greenwashing à peu de frais.

En effet, pour certaines entreprises, la solution est toute trouvée : il suffit de compenser et de planter des arbres. Problème : un arbre mettant 25 ans à pousser, c'est autant de temps perdu. Facile donc de promettre une neutralité carbone à horizon 2050. De plus, il y a une forte déperdition et des coupes régulières, les essences locales ne sont pas toujours respectées et on produit des champs d'arbres plutôt que des forêts, provoquant la chute de la biodiversité.

De son côté, l'ADEME publiait en mai 2022 des réserves sur cette notion de compensation carbone. Selon elle, « ces arguments peuvent tromper le public, freiner des changements de comportements et provoquer des effets rebonds négatifs. Ils empêchent aussi de mettre en avant les acteurs qui font preuve de sincérité et s'investissent réellement pour le climat

Que prévoit la loi en matière de neutralité carbone ?

Pourtant, la neutralité carbone n'est pas toujours une excuse, et ne s'arrête pas toujours à la compensation. De plus en plus d'entreprise intègre la notion de sobriété (l'empreinte la moins impactante étant toujours celle qu'on ne produit pas).

Et parce qu'il n'est pas toujours simple pour une entreprise de réduire radicalement ses dépenses carbone - surtout dans le tourisme, certaines ne passent pas une compensation plus responsable, en soutenant par exemple des actions

d'associations en local ; avec une transparence et une volonté de « prouver » leur action.

C'est justement ce que le décret de la loi Climat et résilience demande désormais.

L'article Art. D. 229-106. dispose ceci : « l'annonceur qui affirme dans une publicité qu'un produit ou un service est " neutre en carbone ", " zéro carbone ", " avec une empreinte carbone nulle ", " climatiquement neutre ", " intégralement compensé ", " 100 % compensé " ou emploie toute formulation de signification ou de portée équivalente respecte les dispositions de la présente section ».

Elle prévoit la réalisation d'un bilan annuel des émissions, avec une analyse du cycle de vie (de la production de matière première à la fin de vie) du produit ou service concerné, et surtout de ne pas s'arrêter à la compensation, mais de réduire considérablement ses émissions directes et celles générées par ses partenaires et clients afin d'aller au bout de la démarche.

Tourisme : l'aérien exempté

En cas d'infraction, l'amende peut aller jusqu'à 100 000 €, et pourrait être doublée en cas de récidive.

Une amende qui peut paraître insurmontable pour une PME (la grande majorité des entreprises en France), mais qui ne risque d'arrêter ni Amazon ni Total. Dommage, quand on sait que les entreprises les plus grosses sont les plus émettrices.

L'autre sujet qui provoquait déjà les grincements de dents des ONG et des associations alors qu'elle n'était encore qu'un projet, c'est que la loi ne s'adresse pas à toutes les entreprises. Mieux, les secteurs exemptés sont parmi les plus polluants.

Ainsi, dans le tourisme, les producteurs de voyages et les réceptifs devront donner des gages avant d'affirmer que leur empreinte carbone est nul. L'hôtellerie-restauration aussi, ainsi que le secteur de la distribution. Une avancée très positive.

Les transporteurs ? Oui... Mais le secteur de l'aérien lui, en sera exempté.

La neutralité carbone est pourtant bien un des principaux arguments que le secteur de l'aérien valorise pour montrer sa volonté de réduire son empreinte.

Cet automne, les 193 États membres de l'Organisation de l'Aviation civile internationale (OACI) signait un accord non contraignant sur l'aviation civile visant à atteindre une neutralité carbone à horizon 2050.

Elle peut donc en faire la publicité sans avoir besoin de prouver au législateur sa bonne foi.

À la publication du projet de loi initial, Jean-Marc Jancovici écrivait : « Un plein à la pompe neutre en carbone ? Un vol en avion neutre en carbone ? Une centrale électrique au charbon neutre en carbone ? Tout cela est désormais possible en France, avec la bénédiction du législateur » (voir plus bas).

Certains y voit tout de même une possibilité pour les entreprises plus sobres ou les organismes de défenses de l'environnement une première pierre permettant de mieux combattre le greenwashing - par exemple, avec des décisions plus contraignantes que celles du Jury Déontologique de la Publicité.

Mais pour les ONG et associations, la loi n'est pas assez ambitieuse. Elles dénoncent à la fois le projet et les amendements ainsi que le décret de promulgation qui réduisent à peau de chagrin les propositions faites par la Convention Citoyenne pour le Climat, qui devaient pourtant être reprises sans modification.

Avec un peu de malice, les associations pourraient presque accuser la ministre d'avoir promulgué un décret lui-même coupable d'écoblanchiment puisqu'il vante une action forte pour, finalement, accoucher d'une souris.

ADN TOURISME DU 12/01**BILAN DES VACANCES DE NOËL : 61% DES DESTINATIONS FRANÇAISES ANNONCENT UNE HAUSSE DE FREQUENTATION !**

<https://www.adn-tourisme.fr/vacance-noel-2022/>

« Comme les taux de réservations nous le laissaient prévoir, les vacances de Noël se terminent sur un bilan très satisfaisant. Plus de 60% de nos destinations françaises sont en hausse par rapport aux vacances 2021-2022. Les professionnels ont su adapter leurs offres aux attentes des vacanciers que ce soit à la montagne, à la campagne ou sur le littoral. Excellente surprise : les villes ont connu cette année une progression inattendue. En effet, plus de 86% des destinations urbaines sont en hausse cette année. Comme tout au long de l'année 2022, nouvelle année de référence, les Français ont montré leur besoin de se reposer, de changer d'air et de vivre des expériences qui sortent du quotidien. Avec de grands rendez-vous comme la Coupe du Monde de Rugby ou un calendrier de jours fériés très favorable, l'année 2023 devrait elle aussi tenir ses promesses »

François de Canson, Président d'ADN Tourisme

En septembre dernier, 55% des Français assuraient vouloir partir au moins un week-end en vacances cet hiver. Les retrouvailles en famille ou entre amis, l'envie de changer d'air, de se poser, de se reposer ou une météo souvent clémente ont décidés les Français à voyager en dépit d'un climat social morose et des inquiétudes sur leur pouvoir d'achat. Ainsi, pour les professionnels du tourisme sur les territoires, les vacances de Noël 2022-23 se terminent sur une note très positive : la fréquentation est en hausse pour 3 destinations sur 5.

La période s'est même déroulée « mieux que prévue » pour un tiers des destinations.

Dans l'ensemble, la fréquentation a été plus soutenue la deuxième semaine que la première. Par ailleurs, face à un calendrier initialement peu favorable, avec des jours fériés tombant des dimanches et une période de vacances rallongée d'une journée, de nombreuses adaptations ont été nécessaires du côté des hébergeurs.

La montagne, secteur privilégié en termes de réservations à cette période de l'année, a néanmoins pu pâtir, selon les altitudes et les massifs, de conditions météorologiques bien trop chaudes pour la saison, mais les destinations ont su s'adapter et ainsi limiter les annulations de réservations grâce à une remarquable capacité d'adaptation.

La fréquentation française aurait peut-être pu être meilleure si la grève dans les transports ferrés n'avait pas engendré de nombreuses annulations de séjour à l'aube du week-end de Noël.

Le retour des clientèles européennes de proximité (notamment italiennes et espagnoles sur les zones Sud) reste remarqué et suscite même beaucoup d'espoirs en montagne pour début janvier (période où les marchés belges, néerlandais et anglais sont en congés cette année).

L'échantillon de zones analysé à partir de la téléphonie mobile (dispositif Flux Vision Tourisme) confirme ces tendances :

- la fréquentation française des vacances de Noël 2022/23 est en progression, tant au regard de Noël 2021, que comparativement à Noël 2019, dernière année de référence.
- La fréquentation européenne de proximité est, quant à elle, en nette progression par rapport aux vacances de Noël 2020 et 2021, et se rapproche du niveau de référence 2019.

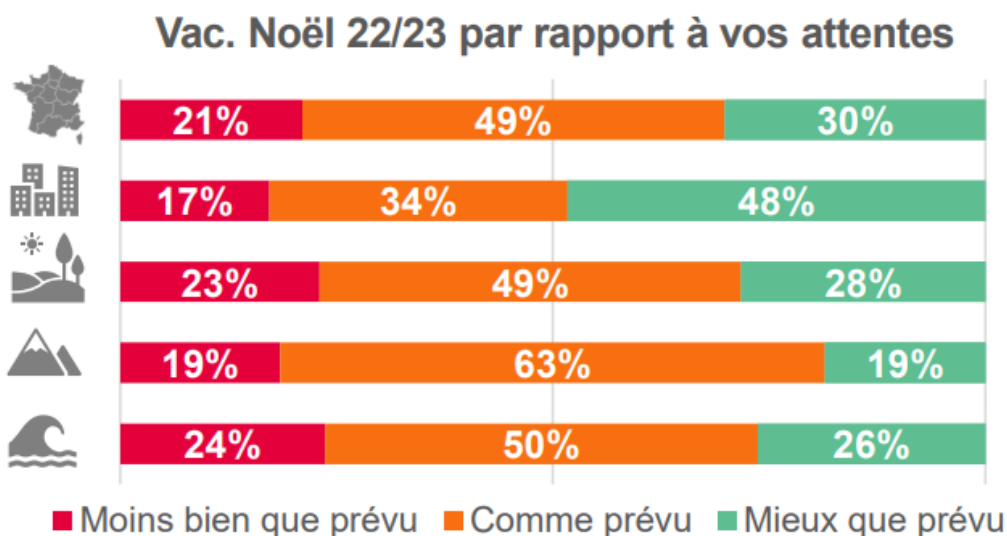
DES RESULTATS TOUTEFOIS VARIABLES SELON LES ESPACES TOURISTIQUES

Pour plus de 60% des répondants, les vacances de Noël se sont déroulées « comme prévu » en montagne, période pourtant tourmentée par un enneigement capricieux à basse altitude, selon les massifs. En outre, les stations espèrent jouer les prolongations puisque plusieurs marchés européens sont encore en congés à l'issue des vacances scolaires françaises.

En espace rural, la fréquentation a progressé pour 62% des répondants par rapport à 2021, période qui s'est déroulée « comme prévu » pour une petite moitié des destinations.

47% des destinations littorales ont connu une fréquentation supérieure à celle des dernières vacances de Noël. Ces destinations sont celles où la déception est la plus perceptible (période qui s'est déroulée « moins bien que prévu » pour 1 répondant sur 4).

Les destinations urbaines sont celles où les résultats sont les plus optimistes sur la période : 86% des destinations sont en progression au regard des dernières vacances de Noël, ce qui a surpris positivement près de 50% des répondants.



PERSPECTIVES

L'année 2023 est prometteuse. Neuf jours fériés sur onze tombent en semaine cette année. La France organisera en septembre et octobre la Coupe du Monde de Rugby. Le grand international devrait poursuivre son fort rebond enregistré en 2022. Mais attention : il faudra veiller à garder un excellent de niveau de service et faire face à une pénurie de main d'œuvre qui perdure. Surtout que l'inflation pourrait rester élevée cette année.

ECHO TOURISTIQUE DU 13/01**AIRBNB : 148 MILLIONS D'EUROS DE TAXE DE SEJOUR REVERSES AUX COMMUNES FRANÇAISES EN 2022**

<https://www.lechotouristique.com/article/airbnb-148-millions-deuros-de-taxe-de-sejour-reverses-aux-communes-francaises-en-2022>

Cette enveloppe est en croissance de 60% en comparaison avec l'année précédente, grâce à la reprise du secteur du tourisme.

La plateforme de locations saisonnières Airbnb aura reversé 148 millions d'euros de taxe de séjour aux communes françaises en 2022, annonce le groupe californien.

Les montants de taxe de séjour collectés par Airbnb pour le compte des hôtes entre novembre 2021 et octobre 2022 sont particulièrement élevés dans les grandes villes françaises. C'est le cas à Paris (24,3 millions d'euros contre 9,4 millions en 2021), Marseille (2,8 millions d'euros contre 1,9 million), Nice (2,4 millions d'euros contre 1,2 million).

« Ces grandes villes bénéficient ainsi du retour des voyageurs internationaux et des grands événements, qui attirent de nouveau les voyageurs sur leur territoire », souligne la plateforme.

Près de 30% de la taxe de séjour collectée en France bénéficie aux communes rurales de moins de 3 500 habitants.

Automatiser

Airbnb indique par ailleurs communiquer « les revenus des hôtes à l'administration fiscale une fois par an depuis 2020 » et fournir aux municipalités, conformément à la réglementation en vigueur, « des données détaillées sur les séjours effectués » via son site, depuis novembre 2021. En France, la taxe de séjour oscille entre 1% et 5% du prix hors taxe de la nuitée par personne.

La plateforme travaille « avec des États membres de l'Union européenne et leurs autorités fiscales afin d'automatiser la collecte et le reversement de la taxe de séjour ».

Le leader mondial des locations saisonnières réalise en France son plus gros chiffre d'affaires au monde après les États-Unis.

Atc.corsica