



**REVUE DE PRESSE TOURISTIQUE
DU 11 FEVRIER 2022**

Mission Communication

SOMMAIRE

01 **FILIERES**..... P3

UN MASSIF, SON TERRITOIRE ET CE QU'IL A VOCATION A PRODUIRE..... P3

SITES SENSIBLES : MIEUX REGULER POUR MIEUX PROTEGER..... P4

IL FAUT DEMOCRATISER LE TOURISME RESPONSABLE..... P5

NOUS ALLONS ELARGIR LA SELECTION CORSE P6

02 **CONJONCTURE** P7

INTERHOME : LA CLIENTELE FRANÇAISE SE RUE SUR LA DESTINATION FRANCE..... P7

CORSE MATIN DU 11 FEVRIER

UN MASSIF, SON TERRITOIRE ET CE QU'IL A VOCATION A PRODUIRE

Un massif, son territoire et ce qu'il a vocation à produire

En s'emparant de quelques thématiques fondamentales, dont celle de l'autosuffisance alimentaire, les assises de la montagne ont interrogé, hier, à Montegrossu, la capacité de la Corse à s'inscrire dans une logique de production en harmonie avec une terre à protéger et à valoriser

Sur la commune balanine de Montegrossu, le village de Montemaggiore est un véritable balcon sur la plaine et, plus loin, la baie de Calvi. Voilà bien le théâtre idéal des 5^{es} Assises de la montagne corse, l'événement qui met en lumière ce massif jamais très éloigné de la grande bleue, ses réalités singulières et autres préoccupations spécifiques. Mais depuis hier, et ce jusqu'à ce soir, ils sont nombreux les élus et autres acteurs de cette montagne à s'exonérer des grandes généralités. L'air du temps conduit désormais à cibler ce qui devient crucial, ce que commande la crise sanitaire particulièrement lourde, puis les changements climatiques. Pour en tirer les enseignements et agir sans plus tarder. Un constat d'abord mis en lumière l'autonomie alimentaire

vers laquelle il faut naturellement s'orienter aujourd'hui.

« La Corse est aujourd'hui une terre de consommation, pas de production »

« La résilience de la Corse en cas de grosse crise est relativement faible. On estime notamment que les stocks alimentaires disponibles sur l'île à un instant T correspondent à environ trois jours d'approvisionnement pour l'ensemble de la population. » Dans son propos de président de l'Odarc, Dominique Livrelli tenait visiblement à illustrer la situation pour éveiller les consciences. Et mettre en exergue la nécessité d'évoluer, surtout dans un cadre insulaire. Alimentation saine, circuits courts,

réduction des dépendances alimentaires. L'enjeu est d'autant plus colossal qu'il épouse celui d'un aménagement du territoire qui recouvre bien d'autres intérêts. « La prise de conscience se situe à l'échelle européenne où l'on invoque aujourd'hui le caractère impératif d'un agenda rural, confie Nanette Maupertuis, une présidente de l'Assemblée de Corse soucieuse d'élever le rural au-delà de la seule question agricole. C'est aussi le tourisme, le numérique, l'énergie... Quant à l'autonomie alimentaire, elle est liée à l'écologie et à la précarité. Il est aujourd'hui question d'autonomie alimentaire alors que l'on constate du surplus commercial et agricole. » Pour Jean-Félix Acquaviva, qui préside ces assises en l'absence de Gilles Simeoni, touché par le Covid, il s'agit d'un « combat de société. Malgré les contraintes législatives et réglementaires, nous pouvons passer très vite à l'opérationnel. »

« La précarité alimentaire, encore plus lourde depuis le Covid »

Si les politiques publiques les plus ambitieuses restent à mettre en œuvre, les initiatives préalablement prises sur le territoire sont déjà encourageantes. Une ASL qui, du côté de Cristinacce, met en valeur une quinzaine d'hectares, des projets en matière d'autonomie alimentaire sur la communauté de communes du Fiumorbu-Castellu et le Pays de Balagne. Mais les élus et autres acteurs s'adressent à la



La 5^e édition des Assises de la montagne corse est accueillie, depuis hier matin, par la commune de Montegrossu. Les grandes questions qui préoccupent actuellement le massif y sont évoquées. PHOTOS OLIVIER SANCHEZ/CRYSTAL PICTURES

Collectivité de Corse en cernant leurs propres limites, le besoin d'être accompagnés par de l'ingénierie humaine et technique. La dynamique des territoires encourage les décideurs territoriaux. D'où la volonté de l'Odarc de « faire converger notre production agricole et la demande des ménages », pointe le président qui considère par ailleurs « l'importance de la mise en production des espaces stratégiques agricoles ». Et Dominique Livrelli d'évoquer ce que cette première journée des assises aura permis de souligner à maintes reprises : la nécessaire transversalité. « De l'urbanisme à la préservation de

l'environnement en passant par l'hydraulique, le développement rural et bien sûr l'agriculture, toutes nos actions doivent être coordonnées. »

Au cœur du problème, le foncier, encore et toujours, sa nécessaire mobilisation « communale et intercommunale ». Rien de simple dans le contexte actuel, à l'instar de la « justice alimentaire » indissociable. « Car il s'agit de produire de la qualité à des prix socialement acceptables », souligne Jean-Félix Acquaviva. Un point également évoqué par François Casabianca, ancien chercheur à l'Inrae, aujourd'hui membre du Conseil écono-

mique, social, environnemental et culturel. « La précarité alimentaire, c'est aujourd'hui beaucoup d'exclus. Une tendance encore plus lourde depuis que la crise sanitaire sévit », insiste celui qui invite, en outre, à la prudence sur les mots, estimant que la notion d'autonomie alimentaire est sans doute excessive. « Je dirais plutôt qu'il faut passer d'une extrême à une moindre dépendance. » Un chemin dont Alexandre Vinciguerra, président de l'Adec, semble avoir pris la mesure. « Car la Corse est aujourd'hui une terre de consommation, pas une terre de production. »

NOËL KRUSLIN



Une attention toute particulière sur des problématiques qui engagent l'aménagement du territoire sous bien des aspects.

Sites sensibles : mieux réguler pour mieux protéger

La forêt et la filière bois, sans doute le sujet le plus sensible inscrit au programme de ces assises, l'action d'un collectif depuis plus d'un an s'attachant tout particulièrement à interpeller les pouvoirs publics compétents sur un espace en déshérence et une ressource en danger. Hier, les membres de ce collectif étaient présents à Montegrossu, comme tous les acteurs d'un massif forestier dans l'attente d'un vrai débat dans la perspective d'un événement plus décisif : les assises de la forêt l'été prochain.

Au nom de l'exécutif territorial, Julien Paolini s'est exprimé. « Nous sommes tous attachés à ce patrimoine. Depuis 30 ans, les bilans se sont enchaînés sur cette problématique. De premières assises en 1992, un transfert de compétences incomplet et insuffisant au niveau des moyens en 2002, de nouvelles assises en 2014 puis un plan régional qui a au moins eu le mérite de réactiver le débat. Mais il faut reconnaître que nous sommes toujours dans l'impasse », concède le président de l'Agence d'aménagement durable, d'urbanisme et d'énergie de la Corse.

Et le conseiller exécutif d'ajouter, en s'adressant au collectif : « Vous nous demandez de prendre la main. Nous allons la prendre, mais nous vous la tendons aussi, en espérant entrer, avec vous, dans une véritable phase opérationnelle lors des assises conclusives de juillet. » Les échanges se sont poursuivis en atelier, chacune des thématiques disposant de son espace, dont celui consacré à la protection des sites naturels sensibles. La séance plénière de la matinée avait auparavant dressé l'état des lieux et situé les enjeux.

Promouvoir des sites plus méconnus

Bavella, la Restonica, le Fangu, pour n'évoquer que ces espaces remarquables victimes de leur succès. Car la surfréquentation pèse, menace les écosystèmes et expose les visiteurs au danger. Tout particulièrement ciblé par la présidente de l'Agence du tourisme de la Corse, une période de la saison estivale qui correspond sur l'ensemble de l'île, à un pic de fréquentation. « Entre le 5 et le 12 août, il y a environ 760 000



La forêt à reconquérir et à mettre en valeur, les sites sensibles sur lesquels pèse la surfréquentation. Des sujets épineux pour les participants à ces assises.

personnes dans l'île, entre la population résidente, les vacanciers et la diaspora, observe Angèle Bastiani. Ce sont bien sûr les sites naturels qui débordent durant ces quelques jours de l'été. » En sa qualité de président de l'Office de l'environnement, Guy Armanet a détaillé la réalité d'un site du massif de Bavella. « Purcaraccia et ses 54 000 visiteurs en 2021, ça fait peur. Il y a des passages périlleux et on voit des familles en claquettes qui portent des glacières. »

S'appuyer sur le cadre réglementaire existant des « Opérations Grand Site », établir des cahiers des charges précis, intensifier l'action sur le terrain, la communication et l'information. Tels sont les solutions sur lesquelles le pouvoir public entend s'appuyer, tout en travaillant à moyen terme, sur le véritable moyen de mieux réguler les flux de visiteurs : agir sur une meilleure répartition de la fréquentation sur le territoire, dans le temps et dans l'espace.

La promotion de sites tout aussi remarquables mais plus méconnus doit être notamment privilégiée.

N. K.

« Il faut démocratiser le tourisme responsable »

JEAN-PIERRE NADIR. - Fondateur d'Easyvoyage et de la plateforme FairMoove. En visite à la résidence d'accélération du tourisme durable, il évoque l'opportunité économique que représente le développement d'une démarche durable pour les différents acteurs du secteur

On entend beaucoup parler du tourisme durable. Est-ce un modèle crédible ou juste de la poudre aux yeux ?

Le tourisme est souvent conçu comme étant soit un problème, soit une solution. D'ailleurs, les Corses sont souvent sur la ligne de crête. Aujourd'hui, il y a de nouveaux modèles de consommation qui se veulent plus positifs, plus équitables. Or, le tourisme responsable est souvent associé à un tourisme un peu punitif. Or, le voyage et les vacances sont plutôt synonymes de plaisir, de relâchement, d'abandon. N'est-ce pas un oxymore que d'associer tourisme et responsabilité ? La réponse est non. C'est une perspective dans laquelle on tient compte des intérêts des producteurs, des populations. C'est ça la responsabilité. Et c'est positif puisqu'on contribue aussi au développement économique.

Mais il y a tout de même deux injonctions contradictoires. D'un côté, le tourisme obéit à une logique de flux pour être rentable. Par nature, il a une dimension hyperconsommatrice et saisonale. Et de l'autre côté, il y a ce principe de responsabilité. Concrètement, comme on

les concilie ?

C'est tout l'enjeu. D'abord, il faut conscientiser les gens, leur expliquer ce que c'est que le tourisme responsable. Ensuite, il faut qu'il y ait une offre. Or, il y a très peu d'acteurs qui portent ce concept. Et souvent, ce sont de petits acteurs qui ont de petites capacités. Or, pour que ça marche, il faut que ce soient de gros drivers pour intéresser le plus grand nombre. Mon propos, c'est de démocratiser le tourisme responsable, de démocratiser l'éthique, l'écologie et l'immersion. Ensuite, il faut flécher la demande vers les acteurs économiques, à commencer par l'hébergement, qui vont intégrer différentes notions, comme le zéro plastique, les énergies propres, qui vont limiter leur consommation en eau, se fournir en produits locaux. Déjà, si on recrée des chaînes, si les hôteliers disent : « *Moi je veux de la 'perma' et du bio. Et je vais aller voir les petits producteurs à qui je vais donner les moyens de pouvoir se développer* », ce sera déjà un grand pas. Ce qui est certain, c'est que dans le tourisme, c'est toujours l'offre qui draine la demande. S'il n'y a pas d'offre, les gens ne peuvent pas inventer ce qui n'existe pas.



« On est au tout début d'un mouvement. » FLORENT SELVINI

Avec son objectif de rentabilité, l'entreprise est-elle la mieux placée pour développer le tourisme durable ?

Oui. Évidemment, les pouvoirs publics peuvent accompagner et aider. Mais ce sont toujours des initiatives individuelles qui créent des modèles vertueux. Et ce tourisme responsable et durable doit aussi être profitable. S'il n'est pas profitable, les acteurs l'abandonneront. Quand les acteurs économiques perçoivent un marché, ils se

offres sont-elles complémentaires ?

Ce qui est sûr, c'est qu'elles vont cohabiter encore un long moment. Aujourd'hui, 70 % des gens interrogés sur le tourisme durable se disent intéressés. Environ 10 % d'entre eux sont décroissants, dont la moitié très décroissants : c'est la bande à Cyril Dion, Pierre Rabhi, ceux qui disent : « *Deux chèvres, c'est suffisant pour vivre et on s'habille chez Emmaüs*. » Moi je m'inscris différemment. Ces 70 % ne sont ni militants ni irresponsables. Ce sont des gens qui, en conscience, disent : « *Ça m'intéresse mais on trouve ça où ?* » Aujourd'hui sur ces 70 %, 5 % ont un début de consommation qui intègre ces notions. On est loin d'avoir fait le plein. On est au tout début d'un mouvement. Pour qu'il s'amplifie, il faut d'abord le rendre populaire, sympathique. En attendant, il y a le tourisme de masse : ce tourisme populaire qui a réussi et qui au départ est un bienfait pour l'humanité. Alors, effectivement, aujourd'hui, il occasionne des nuisances et on se dit que les touristes sont trop nombreux. C'est vrai, pour principalement trois raisons : d'abord, ils partent

tous au même moment, ensuite ils vont tous aux mêmes endroits, et enfin, ils n'ont pas vraiment d'alternative.

Sauf que l'alternative est généralement plus coûteuse.

Pour l'instant, je reconnais que, globalement, le tourisme durable est un peu plus cher. Mais pourquoi ? Car on est au début, mais plus on va avancer, plus il va générer d'économies pour les acteurs. Par exemple, l'écobâti va retenir la chaleur en hiver. La géothermie, ça coûte cher au départ : près de 15 000 euros d'investissement en moyenne. Mais quelques années plus tard, ils sont amortis et il n'y a plus de courant électrique à payer. Les coûts vont baisser. Donc la solution c'est l'offre, l'abaissement des coûts pour permettre au plus grand nombre d'y accéder. Car si ça reste un tourisme de riches, on passe à côté du sujet puisque grosso modo, 80 % des gens continueront à consommer de la même manière. Et s'il n'y a que 10 ou 15 % des gens qui changent, ce ne sera pas suffisant. Il faut que ce soit un gros braquet.

PROPOS RECUEILLIS PAR LAETITIA GIANNECHINI

« Nous allons élargir la sélection corse »



« On pourra toujours dire que je rachète mon paradis. »

FLORENT SELVINI

Vous êtes à la tête de la plateforme FairMoove, qui propose notamment une sélection d'hôtels « responsables ». Comment les avez-vous sélectionnés ?

Nous avons sélectionné 3 000 hôtels sur les 650 000 présentés par Booking, dont 45 000 présentés comme « green ». Auparavant, nous leur avons appliqué 120 critères qui sont le fruit de l'addition des principaux labels qui analysent et certifient les produits hôteliers. Nous avons établi une métagrille avec tous ces critères répartis dans plusieurs catégories : l'écologie d'abord, mais aussi l'aspect éthique, c'est-à-dire la manière dont sont traitées les populations locales, le personnel, les producteurs locaux. Il y a aussi l'immersion, à savoir comment on interagit localement pour replanter, reboiser, développer productions locales, etc. Ensuite, les établissements sont notés selon huit critères : cinq sont touristiques, par exemple l'emplacement par rapport à la

mer, les activités, la gastronomie, etc. Et trois sont des critères écoresponsables. Nous sommes le seul site au monde qui note l'écologie, l'éthique de l'hôtel et l'immersion.

Vous êtes le fondateur d'Easyvoyage, une plateforme qui a encouragé le tourisme de masse, un modèle polluant et hyperconsommateur. Que répondez-vous à ceux qui vous accusent de « greenwashing » ?

Ma première action a été d'aider à démocratiser l'accès au voyage. Dans les années 2000, c'était très important. Il se trouve que cette action a montré ses limites sur le plan écologique. Le « greenwashing » consiste à perpétuer un modèle tout en tentant de développer un discours qui permette de le justifier. Moi ce n'est pas ce que j'ai fait. J'ai quitté Easyvoyage et recréé une boîte avec une logique complètement différente, sur un concept fort, porteur de valeurs et de sens. Et ça va

prendre beaucoup de temps. C'est un cycle d'au moins trois à quatre ans avant d'arriver à avoir des volumes suffisants pour être rentable. Je n'oppose pas les expériences. Pour moi, c'est un enchaînement logique. Au pire, on pourra toujours dire que je rachète mon paradis et que tout ça, c'est de la repentance par rapport à mon concept précédent.

Sur l'île, votre site ne recense qu'un établissement, en Haute-Corse. Comment l'expliquer ?

C'est vrai que nous n'avons pas beaucoup avancé sur le sujet corse mais nous allons le faire. J'ai vu qu'il y avait ici un certain nombre d'hôtels qui avaient pris des engagements assez forts. Je vais m'intéresser à mon retour à ces hôtels. Nous avons vocation à élargir la sélection corse qui pour l'instant est effectivement assez réduite.

**PROPOS RECUEILLIS
PAR L. G.**

ECHO TOURISTIQUE DU 11 FEVRIER

INTERHOME : LA CLIENTELE FRANÇAISE SE RUE SUR LA DESTINATION FRANCE

<https://www.lechotouristique.com/article/interhome-la-clientele-francaise-se-rue-sur-la-destination-france>

L'opérateur de locations de vacances en Europe voit ses réservations à destination de l'hexagone s'envoler. Grâce à la clientèle française.

Une clientèle hexagonale qui permet à Interhome d'afficher de belles performances en ce début d'année 2022. « Les réservations ont explosé dans les Alpes pour la saison hiver 2021/2022 et pratiquement tous les biens d'Interhome ont déjà été loués pour les vacances scolaires », précise le groupe. Les Alpes concentrent 70% des réservations hivernales, contre 66% pendant l'hiver 2018/2019. Et 61% de ces réservations ont donc été effectuées par des Français (contre 46% en 2018/2019).

Une tendance qui s'étire jusqu'à la saison estivale à venir, puisque 38% des réservations déjà effectuées auprès d'Interhome l'ont été par des clients français (contre 23% à l'été 2019). Les Français contribuent ainsi presque au même niveau que les Allemands (39% contre 55% en 2019). Et c'est bien en France que les Français habitués – ou non – d'Interhome prévoient de passer leurs vacances d'été.

Plus des deux tiers des réservations vers la France

En effet, la destination représente 67% de l'ensemble des réservations effectuées par les Français (contre 55% en 2019). Les destinations les plus réservées sont la Côte d'Azur (21%), le Languedoc-Roussillon (17%) et l'Aquitaine (17%). En deuxième position, l'Espagne perd du terrain mais confirme sa place incontournable pour le marché français (20% des réservations en 2022 contre 25% en 2019), suivie par l'Italie (7% contre 10%). Le Portugal, largement derrière, arrive en quatrième position.

Fort d'un portefeuille de 40 000 maisons et appartements situés dans 27 pays, Interhome Group fait partie du groupe Hotelplan, basé à Glattbrugg, en Suisse. La marque s'appuie notamment sur un réseau de 200 agences de services locales pour accueillir ses clients lors de leur arrivée à destination.



Atc.corsica

Site professionnel du tourisme Corse