



**REVUE DE PRESSE TOURISTIQUE**  
**du 28 au 30 mars 2022**

Mission Communication

# SOMMAIRE

## 01 TENDANCES .....P3

CEUX QUI PARTENT MOINS LOIN RESERVENT PLUS TARD.....P3

## 02 TRANSPORT ..... P6

AIR CORSICA, LE SPECIALISTE DE LA CORSE .....P6

MARSEILLE-AJACCIO EN 15' AVEC L'HYPERLOOP, C'EST POUR 2023 !.....P8

## 03 ECONOMIE .....P10

UNE TENSION FORTE ENREGISTREE SUR LES EMPLOIS SAISONNIERS .....P10

## 04 HEBERGEMENT .....P11

NOUVEAU CLASSEMENT HOTELIER : CE QUI CHANGE DES LE 1ER AVRIL .....P11



## BLOG ELLOHA DU 2 MARS

## CEUX QUI PARTENT MOINS LOIN RESERVENT PLUS TARD

<https://blog.elloha.com/2022/03/27/expedia-prouve-que-la-fenetre-de-reservation-bouge-encore/>

Ces deux dernières années, la pandémie a considérablement influencé de nombreux paramètres propres au voyage en ligne et, en premier lieu, celui de la "fenêtre de réservation"; c'est-à-dire, exprimée en jours, quelle période s'écoule entre le moment où le client réserve et celui où il arrive chez vous (en anglais, "Booking Window").

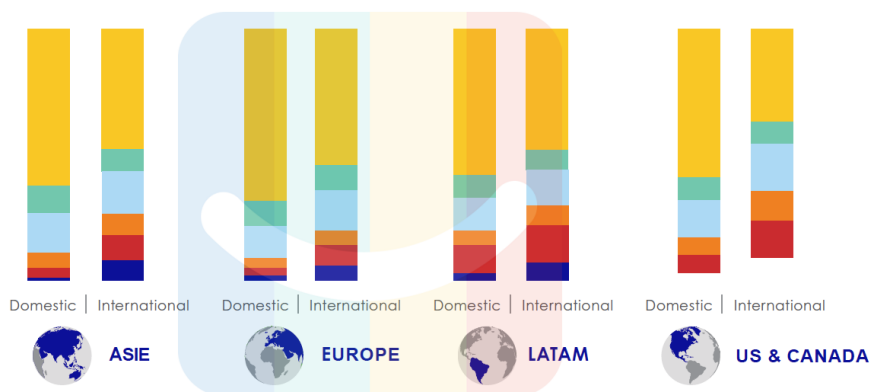
La fenêtre de réservation est un paramètre d'autant plus important que l'on a aussi constaté une explosion des réservations de dernière minute, liées aux inconnues de déplacement, aux mesures de "stop-and-go", aux déconfinements, aux zones oranges, rouges ... bref, tout un tas de paramètres que nous tentons progressivement de chasser de notre mémoire tant ils nous rappellent une période pas si simple que cela à gérer lorsque l'on est un professionnel du tourisme et des loisirs.

Pourtant, ces paramètres restent des indicateurs importants de tout professionnel (et de tout distributeur de voyages): ils permettent de mesurer les changements d'habitudes permanents des voyageurs et leur rapport, sans cesse en évolution, à la réservation en ligne.

La dernière étude d'Expedia éclaire précisément sur ces changements et ses variations importantes comme le fait que, en France et en Europe (plus que partout ailleurs dans le reste du monde), plus on se décide à partir près de chez soi, plus tard on décide de réserver ...

Q4 | 2021

Fenêtre de recherche et de réservation depuis les grandes régions du monde



Source: Expedia Group data, Q4 2021

Cette étude montre bien la différence fondamentale entre européens et le "reste du monde" dans leur "rapport au temps" ... de la réservation:

plus près les voyageurs ont décidé de partir, plus tard ils réservent !

alors que, dans le reste du monde, le délai de réservation reste relativement équilibré (à l'exception des US et du Canada) selon que l'on parte loin ou que l'on "reste au pays"...

Ces chiffres viennent donc confirmer un changement majeur que le covid a institué (la prédominance des séjours "domestiques") et la conviction, chez les voyageurs, que l'offre pléthorique (entre les "hébergements marchands" et les "non-marchands") est telle qu'ils peuvent finalement se permettre de réserver "au plus tard" sans prendre le risque de se retrouver sans toit sur la tête ...

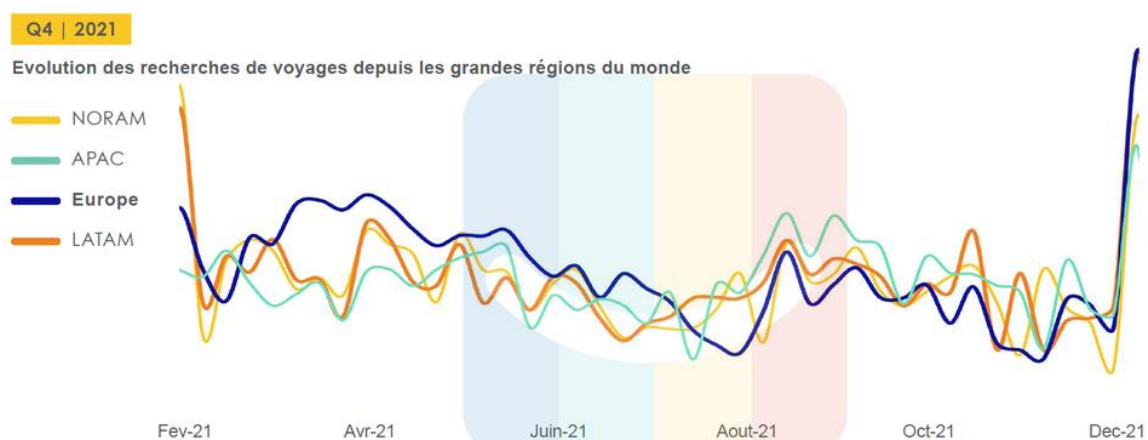
==Réserver plus tard, même quand on reste au pays, cela ne revient plus à courir le risque de ne pas trouver où se loger ... juste celui, peut-être, de payer son séjour plus cher que si l'on s'y prenait un peu plus tôt dans la saison ... Vive, donc, les promotions "Early-Bird" pour relancer l'intérêt de réserver plus de 21 jours à l'avance.

Cette étude vient donc confirmer les changements continuels dans les habitudes des voyageurs:

ceux qui découlent des habitudes nées de la pandémie,  
ceux qui découlent tout simplement de l'évolution dominée par la réservation en ligne et de la profusion d'offres accessibles à tout un chacun.

Avec des fenêtres de réservation de plus en plus courtes (et c'est une tendance de fond en France et en Europe), gérer un hébergement touristique devient un peu plus "touchy" car le temps semble désormais révolu où les calendriers de l'été étaient remplis à plus de 80% jusqu'à six mois à l'avance !

Toutefois, ces changements n'ont aucune influence sur l'activité même du voyage et l'intérêt des internautes pour réserver un hébergement durant les beaux jours qui arrivent : selon l'étude Expedia (voir ci-dessous), la courbe de recherches de séjours explose littéralement les compteurs !



Source: Expedia Group data, Q1-Q4 2021

Ces tendances révélées par Expedia ne sont pas les seules. La semaine dernière, son rival, Booking.com, à travers les propos de Carlo Olejniczak, vice-président et directeur général Europe, Moyen-Orient et Afrique au Skift Forum de Londres, affirmait que : "La France, le Royaume-Uni et l'Allemagne sont actuellement à l'origine d'une croissance à deux chiffres en Europe en créant des corridors de tourisme "local", mais à cheval entre pays frontaliers ... ce qui est nouveau et qui nous optimiste pour l'été !"

Du côté de Airbnb, même son de cloche : "Le trafic de notre site a augmenté de 40 %" déclarait Amanda Cupples, directeur pour l'Europe du Nord de la plateforme numéro 1 pour les locations de vacances.

Comme nous le "prédisons" depuis quelques mois, l'été 2022 devrait donc être un été exceptionnel. Mais il ne faut pas s'endormir sur ces "promesses"...

En effet, pour que chacun en tire le meilleur parti au niveau de son hébergement, il est important de suivre ces tendances pour identifier (de votre côté) s'il est nécessaire de vous y adapter (par exemple, mettre en place des offres "EarlyBird" pour sécuriser une partie de votre planning de l'été) ou de jouer sur la certitude que les clients seront, de toute façon, au rendez-vous et qu'il va falloir intégrer leurs décisions tardives sans s'inquiéter du remplissage tardif de votre planning ...

Comme dans tous les cas, mieux vaut jouer l'équilibre :

consacrez, par exemple, un tiers de vos offres du moment à stimuler de la réservation "Early-Bird",

Gardez confiance sur les volumes réguliers de réservation entre 21 et 60 jours (non concernés par le Early-Bird) sans promotion particulière (à part vos packages),

Et "jouez" sur les prix quasiment au jour le jour, dès que vous entrez dans la période "fatidique" du "Last-Minute", à compter, par exemple, des prochains weekends de mai. Si vous constatez que vos hausses de prix sur le LastMinute ne trouvent pas tous les preneurs sur ces dates, changez aussitôt votre fusil d'épaule en vue des réservations de l'été.

Tous ces conseils ne sont pas de portée "universelle": en fonction de votre type d'hébergement, de votre localisation (ville, mer, campagne, montagne) et de votre niveau de concurrence, il vous faut évidemment ajuster le tir. Mais, ces tendances sont réelles et vous ne perdez rien à reconsidérer votre stratégie tarifaire si vos outils vous permettent de le faire au doigt et à l'oeil. C'est ainsi que vous serez en mesure de saisir le maximum d'opportunités et de recueillir le meilleur prix possible pour vos nuitées ... et ce, quelle que soit la fenêtre de réservation de vos clients !

## ECHO TOURISTIQUE DU 28 MARS

### AIR CORSICA, LE SPECIALISTE DE LA CORSE

<https://www.lechotouristique.com/article/air-corsica-le-specialiste-de-la-corse>

Entretien avec Luc Bereni, président du Directoire d'Air Corsica

#### **En France, que représente aujourd'hui Air Corsica sur le marché du transport aérien ? Quel est son historique ? Et son positionnement ?**

**Luc Bereni** : Air Corsica assure depuis plus de 30 ans le service public aérien entre trois aéroports majeurs du continent (Marseille, Nice et Paris-Orly) et la Corse (Ajaccio, Bastia, Calvi, Figari). Tout au long de l'année, nos 12 avions (ATR72 et Airbus A320) assurent de 60 à 100 vols quotidiens sur ces lignes, qui représentent plus de 80 % de notre activité. Avec deux millions de passagers transportés par an (référence 2019, mais c'est aussi notre objectif en 2022), nous nous situons au troisième rang national, derrière notre partenaire Air France et sa filiale Transavia.

Nos sommes une compagnie « de niche » en termes de réseau, puisque nos avions ne volent qu'au départ et à destination de notre île, mais tout à fait « globale » en ce qui concerne l'offre de services, qui se veut adaptée à la grande diversité de la clientèle voyageant sur nos avions : les touristes bien sûr avec beaucoup de familles et tous types de déplacements personnels, en individuel ou en groupe, comme les sportifs, les UM, les séniors, mais aussi les personnes voyageant pour raisons professionnelles et le segment MICE sur lequel nous sommes bien présents

#### **Air Corsica ne cesse d'élargir son offre, et tout particulièrement en 2022... Quelles sont les principales nouveautés de votre réseau ? Avec quelle ambition pour les années à venir ?**

**Luc Bereni** : Les 12 lignes de service public que nous assurons quotidiennement vers la Corse sont complétées en 2022 par 12 liaisons nationales depuis plusieurs métropoles régionales, notamment Lyon et Toulouse que nous connectons à notre île toute l'année, et 12 liaisons internationales saisonnières depuis divers pays européens, avec en premier lieu la Belgique (Bruxelles Charleroi).

Notre but est de participer activement à l'ouverture de la Corse à toujours plus de marchés, et de faciliter ainsi l'arrivée d'une nouvelle clientèle touristique, tout en permettant aux insulaires de bénéficier d'un vaste choix de vols directs. En 2022, nous ouvrons Toulon-Figari, Zurich-Ajaccio et Rome-Ajaccio, tout en revenant à des niveaux de capacités comparables à ceux de l'avant-Covid-19 sur les autres lignes.

#### **Quels outils et services avez-vous mis en place pour aider les agences de voyages à mieux vendre Air Corsica à leurs clients ?**

**Luc Bereni** : Nous sommes distribués bien évidemment par tous les GDS et membre du BSP France ainsi que des BSP des pays européens que nous relions à la Corse. Notre site [www.aircorsica.biz](http://www.aircorsica.biz) contient toutes les informations pratiques,

adresses e-mail et numéros de téléphone de nos différents services pour les voyages individuels, en groupe, les transports exceptionnels, etc.

**Qu'en est-il de vos relations avec les tour-opérateurs ? Leur proposez-vous des conditions spécifiques ? Quid des possibilités d'affrètement ?**

**Luc Bereni** : La plupart des voyageurs français qui programment la Corse sont présents à bord de nos avions. Nous travaillons aussi avec au moins un TO de référence dans chacun des pays européens que nous relient à la Corse : Royaume-Uni, Belgique, Suède, Autriche, etc. Les formules que nous proposons sont très variées : elles vont du groupe ponctuel au bloc sièges tout au long d'une saison, en passant par l'allotement, le tarif négocié et d'autres formules adaptées aux besoins des clients BtoB.

Nous effectuons aussi des vols « charters », ponctuels ou en série, comme ce printemps avec un partenaire du nord de la France qui affrète un A320 d'Air Corsica en mode « baladeur » depuis des aéroports régionaux inédits, vers celui d'Ajaccio. C'est une formule intéressante qui sera sans doute appelée à se développer à l'avenir.

**Premier transporteur aérien de l'« île de beauté », et acteur incontournable de l'identité corse, comment travaillez-vous avec l'Agence du Tourisme de la Corse (ATC) pour promouvoir la destination ?**

**Luc Bereni** : Les deux tiers du capital d'Air Corsica sont détenus par la Collectivité Territoriale de Corse, dont fait également partie l'Agence du Tourisme de la Corse. Nous fonctionnons donc en totale synergie avec l'ATC sur le plan de la promotion de nos lignes auprès de la clientèle touristique. Nous avons aussi des partenariats locaux forts, qui sont le fruit de nombreuses années de coopération, avec la Chambre de Commerce de la Corse et un grand nombre d'hôteliers et de prestataires réceptifs locaux, ce qui nous permet par exemple de proposer un produit « fly and drive » très compétitif.

Quand, autour de l'ATC, nous nous adressons tous ensemble au marché français et aux marchés étrangers, cela représente une réelle capacité de communication, sachant qu'en ce qui nous concerne, notre marque parle déjà d'elle-même : quand il s'agit d'aller en Corse par avion nous partons avec une longueur d'avance sur la concurrence en termes de référencement... !

**Alors que la saison estivale va bientôt commencer, quel message voulez-vous faire passer aux professionnels du tourisme, agences de voyages et tour-opérateurs ?**

**Luc Bereni** : Air Corsica entretient depuis sa création en 1990 un lien fort avec le monde de la distribution, notamment en France. Nous privilégions le contact direct, la proximité et l'écoute qui font partie de notre ADN. À ce titre, notre slogan « Tellement proche de vous » s'adresse à tous nos clients, y compris aux professionnels... !

## TOURMAG DU 30 MARS

### MARSEILLE-AJACCIO EN 15' AVEC L'HYPERLOOP, C'EST POUR 2023 ! (EMBARGO 31 MARS)

[https://www.tourmag.com/EXCLUSIF-Marseille-Ajaccio-en-15-avec-l-Hyperloop-c-est-pour-2023--embargo-31-mars\\_a113131.html](https://www.tourmag.com/EXCLUSIF-Marseille-Ajaccio-en-15-avec-l-Hyperloop-c-est-pour-2023--embargo-31-mars_a113131.html)

Les Compagnies maritimes ont du souci à se faire. Un nouvel acteur débarque dans la desserte Corse-Continent et proposera dès 2023 une liaison Marseille-Ajaccio en 15'. La capitale de la Corse du Nord va être plus proche de la métropole phocéenne que ses propres quartiers sud. La start-up française Looping qui développe le concept a reçu une subvention massive de la région SUD et de la Corse pour mettre en place cette liaison qui sera opérationnelle dès l'automne 2023.

Interview exclusive de Jérôme Loupé, son président.

#### **TourMaG.com - Après des essais mitigés, on pensait que vous aviez jeté l'éponge ?**

**Jérôme Loupé:** "Pas du tout, nous ne faisons pas de déclarations fracassantes, mais nous avançons, nous fonçons, même..."

#### **TourMaG.com - Qu'entendez-vous par là ?**

**Jérôme Loupé:** "Je tiens tout d'abord à rappeler le principe de l'hyperloop, qu'Elon Musk, qui n'est pas un rigolo, a remis au goût du jour le concept éprouvé de l'Hyperloop.

Pour résumer, c'est une capsule qui se déplace dans un tube sous vide d'air. Il est surélevé par un système de coussin d'air ou par un système de sustentation magnétique qui le maintient en lévitation au dessus des rails, afin de réduire les frottements."

#### **TourMaG.com - Plus concrètement, comment ça marche ?**

**Jérôme Loupé:** "Les capsules sont propulsées grâce à des moteurs à induction qui utilisent l'énergie électrique pour générer un champ électromagnétique. Ces moteurs sont placés à intervalles réguliers dans les tubes et transmettent l'énergie grâce à des électroaimants fixés sur les capsules.

Grâce à ce principe, nous pouvons, en toute sécurité, transporter aisément passagers et marchandises et atteindre des vitesses supersoniques, de l'ordre de 1000 kilomètres/heure.

#### **TourMaG.com -- Pourquoi spécialement Marseille-Ajaccio ?**

**Jérôme Loupé:** "Parce que c'est la distance idéale (300 km, environ) pour faire des tests grandeur nature. Nous sommes désormais en mesure d'atteindre une vitesse théorique de 1 102 km/h, ce qui nous permettra de proposer des dessertes en 15 minutes entre l'île de Beauté et le continent.

#### **"Economiquement, nous promettons une véritable révolution..."**

**TourMaG.com - Oui, mais les infrastructures tubulaires et les piliers qui vont supporter l'ensemble représentent tout de même un investissement considérable ?**



**Jérôme Loupé** : "Certes, le budget est conséquent, mais regardez La Réunion qui a doublé le périmètre de l'île avec une route construite au dessus de la mer. Aujourd'hui nous avons la technologie et le savoir-faire pour entreprendre ce type de projet.

**TourMaG.com - Certainement mais cela représente un budget considérable sans compter le coût environnemental ?**

**Jérôme Loupé** : "En ce qui concerne le budget, je suis en mesure de vous annoncer qu'il est d'ores et déjà bouclé. La région Paca et la région Corse se sont entendues sur une subvention de l'ordre de 500 millions d'euros et l'Etat abondera le reste. Nous sommes dans une enveloppe globale d'1 milliard 200 millions environ.

**TourMaG.com - Quel est l'intérêt d'une telle liaison alors que nous avons des compagnies maritimes et aériennes qui desservent régulièrement la Corse ?**

**Jérôme Loupé** : "L'intérêt est lié principalement au tourisme, bien sûr mais aussi à la continuité territoriale.

En ce qui concerne le premier, nous avons déjà reçu des marques d'intérêt de la part de grand Groupes comme Marietton Développement ou encore d'Exotismes, qui est un spécialiste des îles.

**Aller aussi aisément à Ajaccio qu'à l'Estaque en bateau**

Les opérateurs touristiques métropolitains et corses (Ollandini, Corsicatours...), mais aussi les transporteurs maritimes ou aériens, veulent investir dans le projet.

Economiquement, nous promettons une véritable révolution avec la possibilité pour les voyageurs des deux côtés de la méditerranée d'aller aussi aisément à Ajaccio qu'ils se rendent à l'Estaque en bateau.

En outre, nous allons réduire drastiquement le budget consacré à la continuité territoriale qui coûte un bras chaque année à la collectivité. Enfin, du point de vue écologique, l'alimentation de l'hyperloop se fera au moyen de panneaux solaires, donc il n'y aura pas d'impact environnemental...

Au contraire, il a été calculé que b[ 300 km de voies Hyperloop dédiées au fret permettraient, par exemple, d'éviter l'émission de 140 000 tonnes de CO2 chaque année

**TourMaG.com - Quel est le calendrier prévu ?**

**Jérôme Loupé** : "Les études de faisabilité et celle d'impact sont terminées. Nous avons commencé à implanter les piliers (il en faudra un environ par kilomètre) et ensuite nous poserons les tuyaux. Les travaux avancent bien et nous prévoyons de terminer les infrastructures d'ici la fin de l'année. La mise en service étant prévue pour le printemps 2023.

CORSE MATIN DU 30 MARS

UNE TENSION FORTE ENREGISTRÉE SUR LES EMPLOIS SAISONNIERS

# Une tension forte enregistrée sur les emplois saisonniers

Il y a plus d'offre que de demande. Une situation qui conduit les professionnels insulaires du tourisme à jouer la carte de l'attractivité, sur un marché hyperconcurrentiel, pour finaliser leur recrutement saisonnier en faisant appel à des salariés souvent continentaux ou étrangers

**L**e recrutement des saisonniers, c'est un combat qu'on mène depuis le mois d'octobre." Comme ce professionnel balain, ils sont nombreux à lancer la campagne des recrutements au lendemain du clap final de la saison d'été. Cette année, ils seront près de 85 salariés, parmi lesquels des permanents et des habitués, à travailler à l'hôtel de luxe *La Villa* à Calvi. Il n'empêche que pour préparer sa saison, son propriétaire, Jean-Pierre Pinelli, à l'instar de l'ensemble des professionnels du tourisme, doit composer avec de nouveaux paramètres : la désaffection pour la profession, le défaut de qualification, les exigences salariales réévaluées et la concurrence. « Le recrutement est toujours difficile et, cette année encore, le secteur débutera la saison avec plus de 10 % d'emplois qualifiés qui n'auront pas été pourvus. Une réalité qui va contraindre la profession à faire une analyse de la problématique », poursuit le propriétaire, membre du Cercle des grandes maisons corse. Avec d'autres adhérents du Cercle, ils ont mis à profit la basse saison pour travailler sur une charte de l'emploi saisonnier. Un cadre et des engagements pour jouer la

carte de l'attractivité dans un secteur hyperconcurrentiel.

**En Corse, les opportunités augmentent, le chômage recule**

Le secteur de l'hôtellerie et de la restauration représente sur l'île 1 762 établissements, selon des sources Pôle emploi. Et, au fil des années, des nouveaux commerces continuent d'ouvrir leurs portes. « Le nombre d'opportunités augmente tandis que le taux de chômage sur l'île diminue, il est aujourd'hui de 7,2 %. Cela accentue donc les tensions en termes de recrutement », fait remarquer Michel Castelli, directeur adjoint de Pôle emploi Corse. Chiffres à l'appui, il démontre que le nombre de demandeurs d'emploi locaux est bien en dessous des besoins exprimés par les professionnels du territoire. Entre le mois d'avril et juillet dernier, plus de 20 000 déclarations d'embauche ont ainsi été enregistrées. « Nous avons pour notre part 4 000 demandeurs d'emploi inscrits dans le secteur hôtellerie et restauration et plus de 80 % d'entre eux ont trouvé un emploi. Les personnes qualifiées re-



En Corse, les opportunités d'emploi saisonnier augmentent mais le nombre de demandeurs d'emploi recule. De quoi renforcer les difficultés de recrutement. ANGELE RICCIARDI

vaillent sans difficulté. C'est faux de dire que les Corses ne veulent pas travailler en saison, la réalité c'est qu'il y a plus d'offre que de demande. »

Pour aller chercher les saisonniers qui font défaut, les professionnels du tourisme multiplient les annonces sur les plateformes. Une nécessité, car seuls 25 % des recrutements saisonniers sont concrétisés via Pôle emploi. Sur les réseaux sociaux, des

pages sont créées pour mettre en contact les profils d'ici et d'ailleurs. Celle dédiée aux saisonniers de Corse rassemble plus de 7 300 membres. Les établissements, du commerce standing à la structure familiale, affichent les postes à pourvoir. Les candidats déposent des annonces et postent des CV. Ils sont étudiants sur le continent, saisonniers dans une station de ski ou actifs en reconversion. Quelques clics et des

prises de contact plus tard, des recrutements sont confirmés.

**Un rapport de force qui s'est inversé...**

Force est de constater que le rapport de force entre l'offre et la demande s'est inversé. « Il y a encore 20 ans, si l'employeur ne trouvait pas le bon salarié, il avait d'autres candidats en attente. Ce n'est plus le cas. L'entreprise doit

nécessairement se montrer attractive. Les professionnels insulaires ont fait de gros efforts via la convention collective en termes de salaire et de conditions de travail », reconnaît le directeur adjoint. Le salaire horaire minimal (1<sup>er</sup> échelon, 1<sup>er</sup> niveau) pour le secteur de l'hôtellerie-restauration est passé de 9,98 € à 11,01 € bruts de l'heure. En marge de ces avancées, la Corse subit son insularité. « Elle est en concurrence avec le Pays basque ou encore la Côte d'Azur. Des régions qui rencontrent les mêmes tensions saisonnières », indique Michel Castelli.

Si, l'an dernier, la Corse a pu bénéficier des effets d'aubaine liés aux restrictions Covid, elle doit cette année redoubler d'efforts pour partir en quête de personnels qualifiés. D'un bout à l'autre de l'île, des postes sont ouverts.

Chef pâtissier à Bonifacio, commis à Porticcio, responsable de bar à Propriano, serveur à Bastia, responsable maintenance dans le Nebbiu ou vendeuse en Balagne...

À quelques semaines du coup d'envoi de la saison, « le mercato » des saisonniers bat son plein.

**JULIE QUILICI-ORLANDI**

## ECHO TOURISTIQUE DU 30 MARS

## NOUVEAU CLASSEMENT HOTELIER : CE QUI CHANGE DES LE 1ER AVRIL

<https://www.lechotouristique.com/article/nouveau-classement-hotelier-ce-qui-change-des-le-1er-avril>

Annoncée dès novembre 2021, la nouvelle grille de classement des hôtels entrera en vigueur vendredi.

Plus de vert et plus de digital, voilà en substance les principales évolutions du nouveau classement hôtelier, qui entre en vigueur le 1er avril. Annoncé en novembre dernier par le Premier ministre Jean Castex dans le cadre du plan de reconquête du tourisme, le classement a subi un lifting avec un objectif : l'adapter aux innovations de l'offre et aux mutations du secteur. « Les critères de classement fixent des exigences sur le niveau de confort et la qualité de service, contrôlées tous les 5 ans par un organisme de contrôle accrédité par le Cofrac, détaille Atout France. Ce contrôle est déclaré pour les demandes portant sur les catégories 1\*, 2\* et 3\*. Il est complété par une visite mystère pour les catégories 4\* et 5\*. Le contrôle est effectué sur la base des critères de classement en vigueur. »

Pour le dépoussiérer, un ménage a été fait dans les critères obsolètes : exit par exemple les critères optionnels de mise à disposition d'une radio, d'un lecteur DVD, d'un fax ou d'installer un judas ou un téléphone dans la salle de bain, détaille le GNI.

Les critères liés au développement durable montent quant à eux nettement en puissance. Au nombre de 13 dans le précédent classement – dont seulement 3 obligatoires –, ils sont désormais au nombre de 27, souligne le GNI. Et 13 sont désormais obligatoires. « On notera particulièrement l'obligation de mise en œuvre d'au moins une mesure de réduction de consommation d'énergie, de consommation d'eau et de déchets, la mise en place de mesures visant à réduire l'impact environnemental de la gestion du linge (en proposant de réduire la fréquence du changement de linge de toilette et de lit), l'existence de systèmes de tri des déchets », détaille le GNI.

### **Digital et mutualisation**

Une formation du personnel à la gestion économe de l'énergie, aux mesures d'économie d'eau, et à la gestion des déchets est désormais obligatoire. Ce critère était optionnel dans la précédente version du classement.

Le digital est lui aussi davantage pris en compte dans cette nouvelle grille. L'accès au wifi est dorénavant obligatoire dans toutes les catégories et le check-in peut être effectué sous une forme dématérialisée.

Comme prévu, les nouvelles tendances observées dans le développement des projets hôteliers sont également intégrées à la nouvelle classification, comme la

prise en compte de la mutualisation, entre deux hôtels proches et sous certaines conditions, de certains services ou équipements. C'est là l'autre évolution majeure de ce classement. Il peut s'agir d'une piscine, d'un spa, d'un restaurant, mais aussi les salles de réunion, une aire de jeux pour les enfants, des bornes de recharge pour véhicules électriques...

Le classement, dont la nouvelle grille est [disponible ici](#), est une démarche volontaire. Le contrôle des hébergements est effectué tous les cinq ans par des organismes de contrôle accrédités par le Cofrac. En novembre dernier, 87% des chambres hôtelières étaient classées en France.

Outre les hôtels, le classement des hébergements collectifs concerne aussi les campings, les parcs résidentiels de loisirs, les résidences de tourisme et les villages de vacances. L'ensemble des hébergements bénéficie d'un classement allant de 1\* à 5\*, évalués en fonction du niveau de confort des équipements, des services proposés, des bonnes pratiques en matière de respect de l'environnement et d'accueil des clientèles en situation de handicap.





# Atc.corsica

Site professionnel du tourisme Corse