



REVUE DE PRESSE TOURISTIQUE
Du 5 & 6 avril 2022

Mission Communication

SOMMAIRE

01 **FILIERES**..... N°

METTRE EN VALEUR LE PAYS AJACCIEN GRACE AU SLOW TOURISME.....N°

02 **TRANSPORT** n°

A AJACCIO, AIR CORSICA POSERA SES AVIONS GRACE A UN GUIDAGE SATELLITEN°

03 **TENDANCES**.....n°

LES EVENEMENTS RECENTS CHANGENT-ILS LA PERSPECTIVE DE VACANCES DES FRANÇAIS ?.....N°

04 **ECONOMIE**n°

EMPLOI : COMMENT LA REGION SUD VALORISE LES METIERS DU TOURISME.....N°

CORSE MATIN DU 5 AVRIL

METTRE EN VALEUR LE PAYS AJACCIOIS GRÂCE AU SLOW TOURISME

Mettre en valeur le pays ajaccien grâce au slow tourism

Faire découvrir la Ville Ajaccio dans ses moindres détails, c'est le souhait qu'émet l'office intercommunal de tourisme (OIT) à travers son programme « À chacun sa saison en Pays d'Ajaccio ». Avec plus de cent cinquante rendez-vous d'activités disponibles entre le 9 avril et le 8 mai 2022, grâce à quarante-trois prestataires, le pays ajaccien veut attirer les voyageurs, mais aussi ses insulaires, dès ce printemps. Et pour ce faire, le *slow tourism* est la démarche privilégiée.

« La tendance est à la découverte de territoire autrement. On souhaite partager et profiter de ce que la nature offre, surtout en prenant le temps. Il s'agit aujourd'hui de privilégier les rencontres avec les habitants, en découvrant les valeurs et le patrimoine de la destination », détaille Christelle Combette, présidente de l'OIT d'Ajaccio.

170 000 visiteurs par an à Ajaccio

Pour favoriser ce retour à la liberté et retrouver les 170 000 visiteurs annuels que connaissait la Ville d'Ajaccio avant la pandémie de Covid-19, cette édition 2022 repose sur cinq thèmes :

- « Respirer » le grand air grâce aux visites de sites naturels, que cela soit par bateau, kayak, à pieds, en canyoning ou encore à vélo électrique ;

- « Savourer » les mets et vins locaux en pays ajaccien ;

- « Partager » en famille à travers des chasses aux œufs, une visite de parc animalier, la découverte de l'escargot de Corse en danger d'extinction, mais aussi un escape game autour du vin et des cours de yoga en paddle ou en plein ciel ;

- « Explorer » l'histoire d'Ajaccio, par des visites patrimoniales guidées et s'imprégner de la culture grâce aux concerts polyphoniques ;

- « Créer » en atelier des bijoux, des peintures, et réaliser



L'office intercommunal de tourisme d'Ajaccio lance sa saison. En ligne de mire, le *slow tourism*, afin de profiter et s'imprégner de la ville et de ses habitants. PIF PAF AGENCY

des cueillettes en découvrant la transformation de plantes en huiles essentielles.

Ainsi, le city pass du pays ajaccien, qui est une carte prépayée permettant aux visiteurs d'accéder à des activités sur le territoire pour une durée de 24, 48 ou 72 heures (24, 36 ou 45 euros) en bénéficiant d'avantages, est mis en promotion. Une réduction de 20 % est appliquée sur les tarifs d'achats initiaux le temps de l'avant-saison.

Viser un tourisme international et toute l'année

Et dans le cadre de sa stratégie digitale « très offensive », un couple de blogueurs de voyages,

spécialistes du *slow travel*, est invité par l'OIT. Il possède une communauté sur Instagram de 52 000 personnes.

« Nous avons été contactés par ces influenceurs qui ont déjà démontré leur talent par leurs photos, vidéos sur les réseaux sociaux, ainsi que leur capacité à référencer les territoires en *slow tourism*. Ils s'adressent à un public qui a les mêmes valeurs que notre ville. Il y a une réelle importance digitale depuis quelques années, et l'emploi des codes de l'influenceur pour promouvoir un territoire est désormais indispensable », commente Nathalie Cau, directrice de l'OIT d'Ajaccio.

En complément, l'office travaille également sur la tenue d'événements tout au long de

l'année afin de mettre en avant l'attractivité de la ville « durant les quatre saisons ».

Un travail de référencement du site web sur les moteurs de recherche est également en cours, de sorte à rendre incontournables les offres proposées. Une e-billetterie sera prochainement mise en ligne, permettant donc la commercialisation des offres des prestataires.

L'OIT souhaite ainsi attirer et devenir un véritable conseiller vis-à-vis de sa clientèle. Cela passe donc par lui faire franchir le seuil de ses portes, afin de la comprendre et l'orienter finement vers ses partenaires, selon les besoins et les activités de séjour souhaités.

MARIE-CÉLINE SPOR

ECHO TOURISTIQUE DU 5 AVRIL

A AJACCIO, AIR CORSICA POSERA SES AVIONS GRACE A UN GUIDAGE SATELLITE

https://www.lechotouristique.com/article/a-ajaccio-air-corsica-posera-ses-avions-grace-a-un-guidage-satellite?utm_source=newsletter-1317&utm_medium=email&utm_campaign=Newsletter-1317

Face aux préoccupations environnementales, le transport aérien s'adapte, notamment grâce aux nouvelles méthodes de pilotage comme l'expérimente Air Corsica.

L'aéroport Ajaccio Napoléon-Bonaparte est devenu le premier en France métropolitaine à être doté d'une procédure d'approche satellitaire sophistiquée, mise en œuvre par la direction générale de l'Aviation civile (DGAC).

Cette procédure « va changer la donne pour les opérateurs desservant la plateforme d'Ajaccio et contribuer à une aviation plus verte », assure l'aéroport. Elle facilite l'accès à l'aéroport d'Ajaccio, qui sera ainsi moins sujet au déroutement en cas de mauvaise météorologie.

Certifiée en février dernier par la DGAC, cette nouvelle démarche a été inaugurée par un vol commercial A320neo d'Air Corsica ce 4 avril à 14h45, avec l'approche sur Ajaccio en provenance de Paris Orly.

En matière environnementale, elle assure une trajectoire générant moins de bruit et moins de pollution grâce à son raccourcissement qui représente quatre minutes de vol. Cela induit une réduction de la consommation de carburant, et donc des émissions de gaz à effet de serre. La nouvelle déviation évite le survol de la ville d'Ajaccio, ce qui entraîne une diminution des nuisances sonores pour les riverains urbains.

TOURMAG DU 6 AVRIL

LES EVENEMENTS RECENTS CHANGENT-ILS LA PERSPECTIVE DE VACANCES DES FRANÇAIS ?

https://www.tourmag.com/Les-evenements-recents-changent-ils-la-perspective-de-vacances-des-Francais_a113321.html

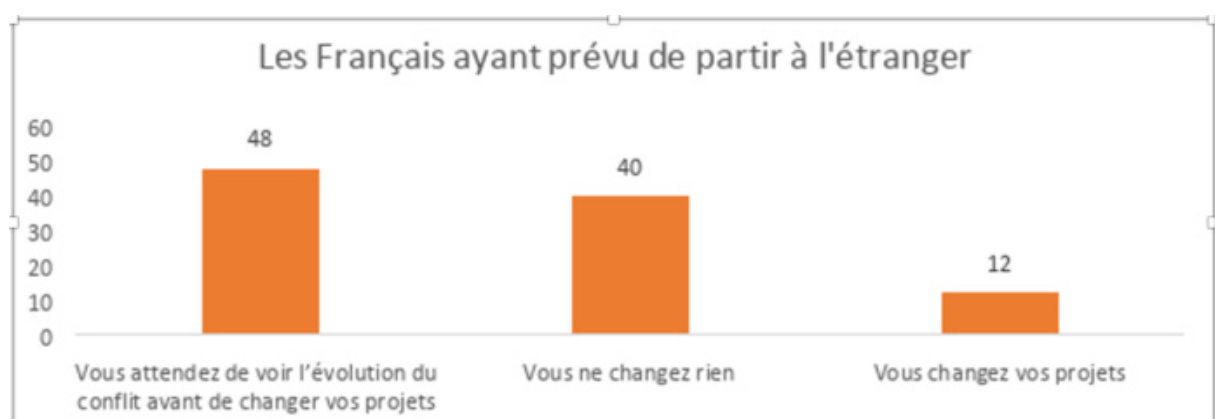
VVF Ingénierie a voulu connaître l'impact de l'actualité sur les projets de départ en vacances des Français. Cette filiale du groupe VVF enquête régulièrement pour connaître les intentions de départ des Français en vacances. La nouvelle enquête se déroule dans un climat plutôt anxiogène alors que les freins se multiplient... Qu'en sera-t-il des prochains départs ?

Le questionnaire a été administré en ligne par le cabinet conseil interne à VVF courant mars auprès d'une population représentative de près de 4 000 répondants, dont 17 % déjà clients VVF au cours des 10 dernières années.

Il s'agit déjà de savoir si les intentions de départ sont affectées par les différentes causes négatives qui s'accumulent depuis le début de l'année ; et si ce contexte général serait finalement un coup de pouce supplémentaire pour inciter les Français à partir dans l'hexagone.

Pour 75 % des Français interrogés, la dégradation de l'environnement socio-économique, la guerre, les craintes sur le pouvoir d'achat, la hausse des carburants... les incitent à prévoir leurs prochaines vacances dans l'Hexagone plutôt qu'à l'étranger.

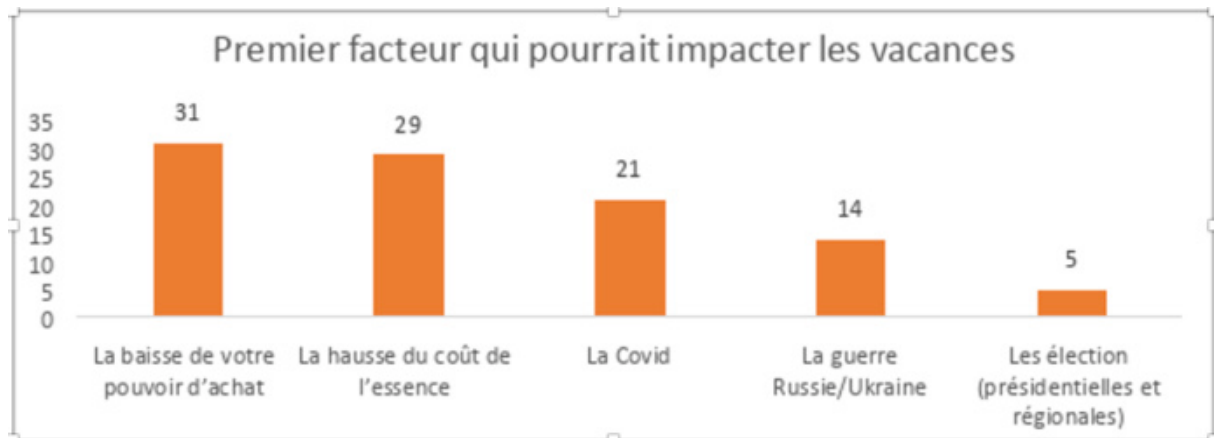
Et de plus, 48 % des Français ayant prévu de partir à l'étranger sont indécis sur la réalisation du projet.

En attente de voir comment la situation va évoluer

Près de la moitié des répondants prêts à partir à l'étranger préfèrent attendre de voir comment le conflit évolue avant de faire évoluer leur projet.

40 % affirment qu'ils ne les modifieront pas. Seulement 12 % ont pris la décision de les changer.

Le pouvoir d'achat : 1er facteur qui pourrait impacter les vacances des Français

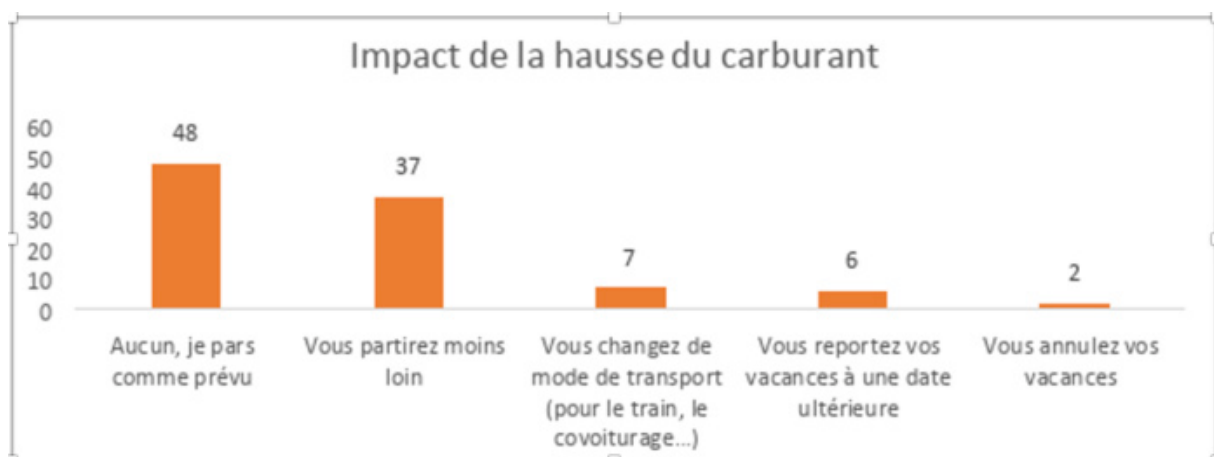


Loin devant la Covid, la guerre ou les élections, les considérations financières sont les premières qui seraient susceptibles d'avoir un impact sur les vacances des Français.

Le pouvoir d'achat se positionne en 1er (31 %) talonné par la hausse du coût de l'essence (29 %).

La Covid n'a pas disparu des préoccupations des Français et supplante largement la guerre Russie/Ukraine (21 % vs 14 %). Les élections se classent en dernier (5 %)

La hausse des prix du carburant : 52 % modifient leurs projets



Pour les Français qui avaient prévu, à ce jour, de partir en vacances - 46 % pour Pâques et 74 % cet été - la hausse des carburants a de forts impacts. Elle modifie les projets de plus de la moitié d'entre eux (52 %) :

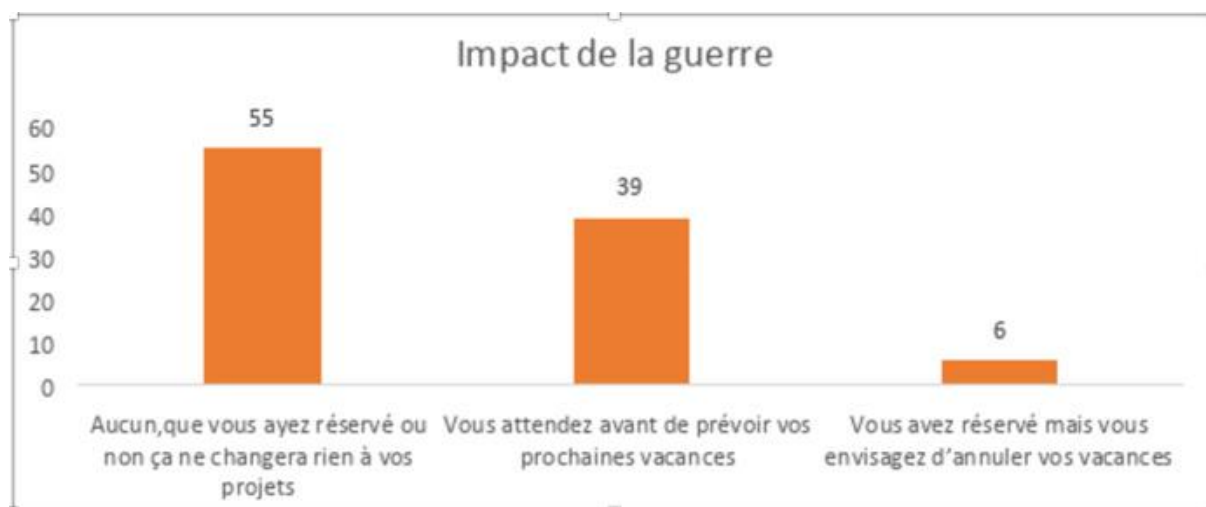
37 % partiront moins loin

7 % laisseront leur véhicule personnel au profit du train, covoiturage...

6 % reportent leurs vacances à une date ultérieure

2 % seulement les annulent

La guerre : 39 % attendent pour réserver leurs vacances



La guerre Russie/Ukraine impacte moins les intentions de vacances des Français que la hausse du carburant : 55 % maintiennent leurs projets initiaux.

Néanmoins, on note un certain attentisme pour 39 % d'entre eux qui prévoient leurs congés en fonction de l'évolution de la situation. Seulement 6 % sont assez pessimistes pour envisager d'annuler leurs vacances.

Élections : 21 % des vacanciers se sont organisés pour être présents sur leur lieu de vote



Pour près d'un quart des vacanciers, les élections ne modifient pas leurs prévisions de départ : ils voteront par procuration ou s'abstiendront.

21 % sont prévoyants : ils ont organisé leurs dates de congés afin d'être présents pour mettre leur bulletin dans l'urne. On note quand même 1 % de vacanciers qui ont annulé leur départ afin de pouvoir voter.

ECHO TOURISTIQUE DU 6 AVRIL

EMPLOI : COMMENT LA REGION SUD VALORISE LES METIERS DU TOURISME

<https://www.lechotouristique.com/article/emploi-comment-la-region-sud-valorise-les-metiers-du-tourisme>

L'industrie du tourisme – et particulièrement les filières de l'hôtellerie et de la restauration – peine à attirer des travailleurs, plus exigeants après la crise sanitaire. Salaires, conditions de travail, vie personnelle... des nouvelles attentes qui contraignent les professionnels du secteur à s'adapter pour tenter de demeurer attractifs.

La région Provence-Alpes-Côte d'Azur (Paca) n'est pas épargnée et a décidé de faire de la valorisation des métiers du tourisme « une priorité absolue », selon François de Canson, le président du Comité régional du tourisme (CRT) de la région. « Nos entreprises souffrent de cette situation qui pourrait rapidement affecter l'image de nos destinations. Il faut une mobilisation générale de tous les acteurs, de tous nos partenaires. Nous avons décidé d'agir concrètement et immédiatement », précise François de Canson.

Trois axes majeurs

Le CRT a donc défini « trois axes majeurs » qui structureront cette campagne de valorisation. D'abord, la région met en œuvre plusieurs dispositifs, comme l'appel à projets « Formations professionnelles innovantes pour les métiers du tourisme », abondé à hauteur de 500 000 euros, en 2022. Son objectif ? « Permettre aux demandeurs d'emploi, aux saisonniers, aux jeunes diplômés et aux salariés de monter en compétences », selon le CRT.

Un dispositif de « Chèque expertise tourisme », sous forme de diagnostics-conseils, au budget dédié de 130 000 euros en 2022, permettra aussi d'offrir « un soutien sur-mesure aux entreprises du tourisme pour permettre l'amélioration de leurs performances ». Enfin, des partenariats seront noués, notamment pour la valorisation des perspectives de carrière auprès des jeunes et des demandeurs d'emploi, la mise en relation de l'offre et de la demande d'emplois et la facilitation des passerelles professionnelles, indique le CRT.

Près de 9% de l'emploi régional

L'organisme de promotion veut également mettre en avant le fait que « les choses changent » dans les métiers de l'hôtellerie et de la restauration, qui souffrent parfois d'une mauvaise image. Ainsi, les professionnels de la région ont élaboré une charte de bienveillance. En l'adoptant, ils s'engagent à respecter « dix démarches de progrès » envers leurs salariés, portant par exemple sur la mise en œuvre d'une politique salariale motivante, la valorisation des compétences ou encore l'assurance du bien-être au travail. Une campagne de communication nationale

initiée par le CRT Paca viendra également soutenir cette mise en lumière des métiers du tourisme.

Enfin, le CRT Paca déploie, sur son site, une plateforme regroupant les offres d'emplois disponibles dans la région. Actuellement, plus de 8 300 offres d'emplois sont relayées, concernant tous les types d'établissements : hôtels, restaurants, structures institutionnelles, aéroports, centres de vacances, campings... Un outil inspiré de Monemploiourisme.fr et adapté aux besoins de la région.

Car, comme tous les autres territoires touristiques, le sud doit attirer des salariés pour faire fonctionner son industrie, qui représente quelques 25 000 entreprises et 20 milliards d'euros de ressources annuelles, soit 13% du PIB régional. L'importance de son poids économique se traduit également en termes d'emplois, l'ensemble des activités liées au tourisme regroupant 166 550 personnes en région, soit 8,7 % de l'emploi régional, dont 141 000 emplois directs et 119 000 emplois salariés.



Atc.corsica

Site professionnel du tourisme Corse