



REVUE DE PRESSE TOURISTIQUE
des 23 mai & 24 mai 2022

Mission Communication

SOMMAIRE

01 **CONJONCTURE** P3

LES RESERVATIONS EN LIGNE DECIDEMENT EN TRES GRANDE FORME ! P3

CAMPINGS : LA SAISON 2022 DEVRAIT BATTRE DES RECORDS P5

02 **TRANSPORT** P7

AIR CORSICA DOUBLE SON FIGARI – CHARLEROI CET ETE P7

TOURISME & COVID-19 : 86 FAILLITES DE COMPAGNIES AERIENNES EN 2 ANS P8

03 **CORSE** P9

UN LONG WEEK-END DE PASSION P9

04 **ECONOMIE** P10

POUR TRANSFORMER LE TOURISME, « L'ENTENTE DOIT ETRE TRES FORTE ENTRE LE PUBLIC ET LE PRIVE » P10

BLOG ELLOHA DU 23 MAI

LES RESERVATIONS EN LIGNE DECIDEMENT EN TRES GRANDE FORME !

<https://blog.elloha.com/2022/05/23/les-otas-decidement-en-tres-grande-forme/>

Les chiffres publiés la semaine dernière par la Fevad (la fédération du commerce en ligne) le confirment : pour le secteur du e-tourisme, la reprise des ventes s'intensifie avec +138,5% sur le 1er trimestre 2022 (par rapport au premier trimestre 2021)... Les OTAs (Booking, Expedia, Airbnb ...) sont les locomotives de cette très forte croissance, mais pas que ...

Les français ont soif de vacances d'été et cela se voit ... dans les chiffres publiés la semaine dernière par la Fevad, la fédération du commerce en ligne.

Selon son dernier baromètre, depuis le mois de mars, la reprise accélère et les ventes dépassent de 18% le niveau de 2019, soit la meilleure année de référence pre-covid.

Le 1er trimestre 2022 serait même le premier depuis le début de la crise sanitaire où le niveau des ventes de l'ICE100* Voyage retrouve le niveau pré-covid ... et le dépasse !

L'ICE100 est "l'Indice du Commerce Electronique" qui regroupe les 100 plus grands vendeurs établis sur le marché français; un indice basé sur le chiffre d'affaires réalisé en direct sur l'internet fixe et mobile. Dans cet indice 100, l'univers du voyage est représenté par 15 sites e-commerce parmi les plus célèbres.

Selon la Fevad, au 1er trimestre, le e-commerce (produits et services) a donc enregistré une croissance de +11,8% par rapport au 1er trimestre 2021 et atteint 32,5 milliards d'euros, soit plus de 3 milliards par rapport à l'an dernier. Le nombre de transactions s'élève, lui, à 527 millions contre 499 millions au 1er trimestre 2021.

Les réservations vont bon train et ce, malgré un contexte marqué par le conflit ukrainien et ses répercussions en matière d'inflation. Le désir des Français (et des européens) n'a - pour l'heure - aucunement été altéré par ce contexte et il semble que les arbitrages (au sein des budgets familiaux) se fassent encore au bénéfice du départ en vacances ... Donc, pas d'effolement sur les perspectives de la prochaine saison : hébergements et activités devraient encore tirer leur épingle du jeu; les budgets alimentation et restaurant risquant d'être les plus impactés par les conséquences inflationnistes.

Côté distribution, les OTAs tirent toujours leur épingle du jeu et dominant, selon la Fevad, le marché des réservations de voyages pour l'été 2022. Ces derniers devraient représenter au moins 51 % de toutes les réservations brutes en ligne.

Cependant, il semble que les efforts des professionnels du tourisme en matière de réservation directe commencent à payer puisque les études montrent un changement de comportement des consommateurs et une tendance, de plus en plus forte, à réserver "en direct" ... quand le site et le moteur de réservation sont à la hauteur, bien évidemment.

Ces "changements" sont directement liés à la période covid où les consommateurs avaient pris l'habitude de réserver "plus en direct" quand cela était possible: selon Phocuswright, un des analystes leader du marché du voyage, les réservations directes reviendront à 50 % de l'ensemble des réservations brutes en ligne d'ici la fin de 2022. Les efforts de digitalisation accomplis à marche forcée par de nombreux professionnels commencent donc à payer !

À première vue, la récupération d'un "simple" pour-cent des réservations brutes en ligne via des canaux directs peut ne pas sembler un changement radical, mais ne vous y trompez pas, c'est un moment réellement décisif car il démontre que les professionnels du tourisme ont identifié les "biais" par lesquels ils peuvent réellement "reprendre la main sur leur business":

- Refonte de leur site vers une logique "plus marchande",
- Équipement systématique en moteur de réservation (comme elloha !),
- Multiplication de la visibilité via les OTAs et le channel manager,
- Création de fichiers clients et de campagnes e-marketing,
- Garantie du "meilleur prix" pour les réservations directes, etc.

Certes, de nombreux autres leviers existent et le mouvement de "reprise en mains" semble bien engagé. En France, une part encore importante de professionnels du tourisme reste toujours sous-équipée sur le plan digital; ce qui explique encore les très bonnes performances des OTAs sur ce marché à plus de 35 Milliards d'euros pour le seul premier trimestre 2022 !

Autre indicateur, celui des prix à la nuitée ... Selon les dernières données du spécialiste de l'industrie STR, ==le secteur hôtelier (et l'hébergement de tourisme, au sens large) européen devrait devenir le leader du e-commerce à l'occasion de la reprise au cours des six prochains mois.

Selon ce spécialiste, les tarifs journaliers moyens (ADR) sont désormais, en moyenne, supérieurs de 6% aux tarifs d'avant Covid.

Les taux d'occupation à travers le continent tendent également rapidement vers une reprise complète. Dans l'ensemble, le taux d'occupation s'est amélioré à 80 % des niveaux d'avant la pandémie.

Le directeur général de STR, Robin Rossmann, s'attend à ce que "l'Europe suive une trajectoire de reprise similaire à celle observée aux États-Unis, où l'ADR a dépassé les taux de 2019 et la demande de groupe a atteint 90% des niveaux d'avant la pandémie". Et de rajouter : "Il y a encore tellement de demandes refoulées ..."

La demande dite de loisirs (individuels et familles) s'est complètement rétablie, tandis que la demande de groupe dans toute l'Europe est actuellement à 50 % des niveaux de 2019, mais elle devrait encore augmenter, selon le rapport STR.

Les données STR, présentées vendredi, ont également indiqué que le coût du voyage – et non plus les restrictions et les craintes liées au Covid-19 – est "désormais le plus grand inhibiteur de voyages". Cependant, STR a insisté sur le fait que la demande "surmontera les vents contraires économiques actuels et les craintes d'inflation", qui se feront probablement sentir au plus tôt, en 2023; de quoi envisager plus sereinement la saison estivale 2022 !

Autre étude, celle du comparateur en ligne Liligo: selon son dernier rapport, 42% des Français auraient toutefois l'intention de partir à l'étranger (+19% par rapport à 2021) avec un recours à l'avion plus important que l'été dernier, soit 22% des voyageurs et +6% par rapport à 2021.

ECHO TOURISTIQUE DU 24 MAI

CAMPINGS : LA SAISON 2022 DEVRAIT BATTRE DES RECORDS

<https://www.lechotouristique.com/article/campings-la-saison-2022-devrait-battre-des-records>

Les premières tendances sont plus que positives pour l'hôtellerie de plein air, avec une saison qui démarre sur les chapeaux de roues.

Un lointain souvenir, la pandémie ? Il serait bien optimiste de l'affirmer, d'autant que la crise sanitaire a toujours des répercussions sur les comportements des voyageurs. Mais après avoir déjà particulièrement bien résisté en 2021, les premiers signaux semblent plus qu'encourageants pour l'hôtellerie de plein air cette année. La FNHPA (Fédération Nationale de l'Hôtellerie de Plein Air) note ainsi un démarrage précoce de la saison, avec un très bon week-end de Pâques, marqué par des taux d'occupation des hébergements locatifs en campings « remarquables », à 55 %.

« Cette tendance positive s'est depuis confirmée avec des taux d'occupation élevés à 48% sur les vacances de printemps, détaille la FNHPA. Le week-end de l'Ascension (26-29 mai) présente de très hauts niveaux de réservations avec des hébergements locatifs qui devraient afficher complets et des emplacements nus en hausse de 10% en termes de réservation par rapport à la même période en 2019 », indique la fédération. Un week-end de l'Ascension qui s'annonce donc exceptionnel, représentant ainsi un « vrai galop d'essai » de la haute saison, selon Gé Kusters, vice-président de la FNHPA.

« Les courts séjours ont tendance à augmenter, et notamment les courts séjours de très forte proximité, remarque Gé Kusters, qui dirige également le camping Le Paradis en Dordogne. J'en veux pour preuve il y a quinze jours, sur mon camping, 10% de mes clients étaient originaires de Dordogne. Ça, ça n'arrivait jamais avant. »

La clientèle étrangère de retour

Sur l'été, la haute-saison estivale s'annonce également très prometteuse, notamment en juillet (+47% de réservations en ligne pour début juillet par rapport à 2019).

Malgré un coup d'arrêt lors du début de la guerre en Ukraine, les réservations dans les campings ont repris dans les 15 jours qui ont suivi. Bonne surprise également pour les professionnels du secteur, le creux habituellement constaté lors des premiers jours de juillet à tendance à se combler.

Même si la clientèle devrait cette année encore être majoritairement française, les campings voient revenir la clientèle étrangère, et en particulier des Européens de proximité. La profession s'attend ainsi à retrouver en 2022 un niveau de fréquentation élevée de la part des Wallons, des Allemands et des Suisses, alors que les Italiens, les Espagnols, les Britanniques et les Néerlandais ne semblent pas encore avoir tout à fait repris leurs habitudes touristiques d'avant-brise.

Une saison qui s'allonge

S'imposant toujours comme une valeur sûre, le littoral reste la destination la plus prisée par les touristes, avec des niveaux de réservation record en Nouvelle-Aquitaine, en Occitanie, en Bretagne ou encore sur la Côte d'Azur. Parallèlement, le succès pour la campagne et la montagne se confirme. La FNHPA relève notamment un regain d'attractivité pour les territoires ruraux comme la région Bourgogne Franche-Comté (+50% des réservations par rapport à 2020) ou encore la région Grand-Est (+17%).

Toutes les catégories de camping bénéficient de cette dynamique, qu'il s'agisse de l'entrée de gamme à 1 étoile ou 2 étoiles, le milieu de gamme à 3 étoiles ou 4 étoiles et les campings haut de gamme à 5 étoiles. Elle concerne également l'ensemble des types d'hébergement, aussi bien les emplacements nus que les hébergements locatifs.

Les signaux sont aussi favorables sur les ailes de saison (avril, mai, juin d'une part et septembre, octobre d'autre part). « Dans la continuité du début de saison précoce, les mois de septembre et octobre s'annoncent prometteurs, avec des dynamiques de réservations en hausse, dépassant largement les niveaux de 2019 », relève la FNHPA. « Dans ce contexte, de nombreux campings envisagent donc de rester ouverts plus tard que les années précédentes, jusqu'à la mi-octobre voire jusqu'aux vacances de la Toussaint pour certains. »

AIR JOURNAL DU 23 MAI

AIR CORSICA DOUBLE SON FIGARI – CHARLEROI CET ETE

<https://www.air-journal.fr/2022-05-23-air-corsica-double-son-figari-charleroi-cet-ete-5236030.html>

La compagnie aérienne Air Corsica proposera cet été jusqu'à quatre vols par semaine entre Figari et Charleroi, sa quatrième route entre la Corse et l'aéroport belge.

Du 21 mai au 1er octobre 2022, la compagnie corse propose jusqu'à quatre rotations hebdomadaires entre Figari-Sud Corse et l'aéroport de Charleroi-Brussels South, opérés en Airbus A320 de 180 sièges les mercredis, vendredis, samedis et dimanches au cœur de la saison estivale – au lieu de deux fois par semaine l'été dernier. Le marché belge « offrant un fort potentiel de développement touristique pour l'île », Air Corsica double son offre cette année et propose à ses clients belges mais aussi insulaires » 18.700 sièges contre 9000 l'an dernier, en concurrence directe avec Ryanair.

La compagnie aérienne souligne qu'elle favorise ainsi une « véritable flexibilité des séjours » : le choix des jours d'opération et des créneaux horaires permet les combinaisons des courts et longs séjours, et l'offre multiple de vols facilite les entrées et sorties par tous les aéroports de Corse pour mieux découvrir l'île. Les tarifs démarrent à 59€ TTC l'aller-simple, et comprennent l'emport gratuit d'un bagage en soute de 23 Kg par personne.

Cette liaison inaugurée l'été dernier est sa quatrième au départ de Corse vers la Belgique, les lignes au départ d'Ajaccio, Bastia et Calvi ayant été lancées au cours des années 2017 et 2018. Le Figari – Charleroi avait alors débuté avec un mois de retard en raison des restrictions sanitaires liées à la pandémie de Covid-19 ; « malgré ces aléas ayant engendré des engagements tardifs de la part des touristes Belges, la ligne avait connu de très bons résultats avec un coefficient moyen de remplissage, déjà prometteur, de l'ordre de 73% sur la saison été 2021 », rappelle Air Corsica dans un communiqué.

Luc Bereni, Président du directoire d'Air Corsica, a déclaré : « Depuis l'ouverture de nos lignes vers Charleroi Bruxelles Sud en 2017, Air Corsica est devenue la première compagnie aérienne entre la Belgique et la Corse, au départ des quatre aéroports de l'île, qu'il s'agisse du nombre de vols annuels ou de passagers transportés. Nous poursuivons notre forte implantation sur l'aéroport de Charleroi Bruxelles Sud en déployant une offre conséquente représentant un volume de sièges jamais atteint jusqu'ici, puisque nous proposons dès cette année de dépasser le seuil des 100.000 sièges sur la saison été 2022, une capacité en forte hausse par rapport à l'été 2021 au cours duquel nous avons programmé 72.000 sièges ».

Jean Dominici, Président de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Corse, a ajouté : « Ce déploiement vers la Belgique, initié en 2021 et confirmé aujourd'hui avec une offre amplifiée et une desserte étendue, traduit le souhait d'ouvrir la destination à une clientèle étrangère en constante augmentation et concrétise le partenariat entre la CCI et Air Corsica sur une plateforme en pleine expansion. Cette ligne vient ainsi étoffer le réseau global de 45 lignes de Figari-Sud Corse qui proposera cette année près de 1,2 million de sièges offerts par l'ensemble des opérateurs, soit 45% d'augmentation par rapport à 2019 ».

LAQUOTIDIENNE DU 24 MAI

TOURISME & COVID-19 : 86 FAILLITES DE COMPAGNIES AERIENNES EN 2 ANS

<https://www.laquotidienne.fr/tourisme-covid-19-86-faillites-de-compagnies-aeriennes-en-2-ans/>

Au total, 86 compagnies aériennes ont été déclarées en faillite en raison de l'impact de la pandémie en seulement deux ans. Les dernières données de l'Association du transport aérien international (IATA) révèlent ainsi qu'en 2020, jusqu'à 53 entreprises étaient vouées à la faillite, alors qu'en 2021 ce chiffre est tombé à 33. Malgré les graves conséquences du Covid-19 durant cette période, les données sont finalement meilleures que celles obtenues en 2019, avant la crise sanitaire. Au cours de cette période, 59 compagnies aériennes ont fait faillite, six de plus que l'année de la crise et 26 de moins que l'année dernière.

Cependant, la comparaison 2019-2020 est quelque peu trompeuse, car le niveau d'inactivité de nombreuses compagnies aériennes était très élevé au cours de l'année Covid malgré le fait qu'elles n'aient pas été déclarées en faillite.

Parmi les disparues, on note ainsi la compagnie charter d'affaires VolDirect, Atlantis Armenian Airlines (Arménie), Air Namibie, Air Burundi, Embraer Great Dane Airlines (Danemark), Stobart Air (Irlande), Thomas Cook Airlines Balearics (Espagne), Czech Airlines (République tchèque), Flybe ou Ernest Airlines (Italie) ...

Selon les chiffres de la IATA, les pertes cumulées des transporteurs ont dépassé les 51,8 milliards de dollars (44,5 milliards d'euros) l'an passé en raison du Covid.

Alors qu'avant la crise, il y avait 93 entreprises dont les opérations étaient paralysées, en 2020, explique l'étude de IATA, ce nombre est passé à 156. « L'optimisme arrive en 2021, avec seulement 69 entreprises paralysées, 24 de moins que deux ans auparavant.

Ces chiffres auraient être bien pires sans le soutien étatique accordé par de nombreux gouvernements au secteur aérien. En Espagne par exemple, de petits renflouements ont été accordés à Air Europa et à Plus Ultra Líneas Aéreas, mais d'autres pays ont été beaucoup plus ambitieux, comme l'Allemagne et la France venant en aide à Air France et Lufthansa avec des injections de milliards d'euros, ou comme les Pays-Bas avec la compagnie néerlandaise KLM.

CORSE MATIN DU 24 MAI

UN LONG WEEK-END DE PASSION

Corse infos

CORSICA INFURMAZIONE

mardi 24 mai 2022

corse matin

32

Un long week-end de passion

Ce jeudi de l'Ascension, la Corsica Cyclo GT 20 va vivre sa première édition pour quatre étapes entre Bastia et Bonifacio. 116 cycloportifs vont prendre le départ de cette épreuve partagée entre randonnée et compétition, sur le parcours conçu par l'Agence du tourisme de la Corse

L'association sportive et le pouvoir public territorial ont finalement réussi à mettre sur pied l'événement par lequel ils se sont trouvés plus qu'un intérêt commun. Le CESR 20, club cycliste bastiais, souhaitait enrichir le calendrier en proposant une épreuve cycloportive sans précédent dans l'île. L'Agence du tourisme de la Corse profitera d'une belle vitrine pour conforter la promotion de son GT 20, parcours cycliste taillé pour la découverte de l'île à vélo sur 600 km.

Le produit fut inauguré au mois d'août 2019, suggère sur 12 étapes, à l'appréciation des cyclotouristes déjà mis en appétit par les somptueuses images télévisées du grand départ du Tour de France en Corse. C'était en juin 2013... À partir de jeudi, l'événement va mettre en pleine lumière ce véritable « GR 20 du vélo ». « Ce tracé a été conçu pour montrer la Corse comme une véritable terre de vélo,

explique Olivier Leonetti, chargé de mission à l'ATC, responsable du soutien à l'hébergement touristique rural et de la thématique vélo. Le GT 20, c'est la colonne vertébrale cycliste de la Corse, un tracé à partir duquel nous travaillons sur d'autres boucles, plus locales, et sur des transversales, tout en continuant à privilégier les routes secondaires. »

Au cours de ces trois dernières années, la promotion du GT 20 n'a sûrement pas eu les effets produits par la cycloportive qui va épouser son parcours. D'où l'intérêt de profiter de la magie

Un événement parrainé par Stephen Roche, grand champion et vainqueur du défunt Tour de Corse professionnel



La présentation officielle de l'épreuve avait lieu à l'Université de Corse.

de l'événement sportif, de toucher un public arriéré à un calendrier qui lui permet de vivre sa passion en découvrant d'autres horizons. La crise sanitaire a quelque peu retardé l'échéance. Initialement programmé au printemps 2021, la Corsica Cyclo GT 20 s'élancera finalement un an plus tard, pour le plus grand plaisir de Jean-Marc Angelotti, président du CESR 20 et du comité d'organisation. « Nous avons trouvé, aux côtés de l'ATC et du service des sports de la Collectivité de Corse, de véritables partenaires pour offrir une épreuve qui, bien au-delà de cette première édition, semble promise à un succès qui va s'inscrire dans la durée. Je dois totaliser environ 250 emails de la part de cycloportifs désireux d'avoir eu les informations trop tard, surpris par les contraintes

de la crise Covid, qui promettent malgré tout d'être là en 2023. » En attendant, ils seront très exactement 116 (liste des engagés arrêtée hier) à s'élancer de la Place Saint-Nicolas ce jeudi. « Au-delà des nombreux insulaires, des coureurs venus de toute la France, avec deux Luxembourgeois et un Belge, poursuit Jean-Marc Angelotti. Je crois que les

participants sont vraiment intéressés par la formule de l'épreuve qui la rend accessible à tous. Seulement quatre segments chronométrés, le reste en mode randonnée avec une moyenne autour des 20 km/h, dont la totalité de la 2^e étape entre Patrimonia et Porto. Ceux qui viennent pour la compétition auront droit à un classement à partir des chronos, mais

dans l'ensemble, la Corsica Cyclo GT 20 est conçue comme une épreuve qui permet de partager, tous ensemble, une passion pour le vélo. L'abandon sur une étape permet quand même de repartir le lendemain. »

Au-delà des coureurs, la caravane comptera au total 260 personnes. De quoi alimenter de manière considérable l'économie touristique pendant une semaine. Quant au parrain de cette épreuve inaugurale, l'organisation pouvait difficilement trouver un meilleur client. Vainqueur la même année, en 1987, du Tour de France, du Tour d'Italie et du championnat du monde, exploit qui seul Eddy Merckx réalisa avant lui, l'Irlandais Stephen Roche arrive demain soir à Bastia. À 62 ans, il devrait s'aligner au moins sur la première étape. « Son profil nous intéressait parce qu'il s'agit d'un grand champion, explique Olivier Leonetti, mais aussi parce qu'il fait partie des vainqueurs du Tour de Corse professionnel. » Une épreuve qu'organisait, il y a 40 ans, le regretté Henri Angelotti, père de Jean-Marc. Petit clin d'œil de l'histoire.

NOËL KRUSLIN



Stephen Roche, lors du grand départ du Tour, en Corse, il y a 9 ans. L'ancien champion irlandais reviendra dans l'île parrainer la toute nouvelle cycloportive.

JEAN-PIERRE BELZIT

Les étapes

- Jeudi 26 mai, 10 h 30 : Bastia-Patrimonia (tour du Cap), 110 km. Deux tronçons chronométrés : Macinaghju-Moulin Mattei (10 km), Centuri-Patrimonia (53 km).
- Vendredi 27 mai, 8 h 30 : Patrimonia-Porto, 190 km (tout le parcours en mode randonnée).
- Samedi 28 mai, 8 h 30 : Porto-Ghisoni, 140 km. Un tronçon chronométré : Porto-Vergiju (54 km).
- Dimanche 29 mai, 8 heures : Ghisoni-Bonifacio, 150 km. Un tronçon chronométré : Ghisoni-Quezza (74 km).
La remise des récompenses aura lieu à Bonifacio, à 16 heures. Un concert de Feli clôturera l'événement.

N.K.



Au mois d'octobre dernier, l'Isula Race mettait déjà en valeur le littoral insulaire. La Corsica Cyclo GT 20 va prendre le relais des jeudi, pour quatre étapes.

ALAIN CAMOIN

Une équipe d'étudiants dans la course

Ancien coureur cycliste en 1^{re} catégorie amateur, aujourd'hui animateur de créneaux sportifs au Suaps de l'Université de Corse, Patrick Rossi est un capitaine de route heureux. Il s'appête à prendre le départ de la Corsica Cyclo GT20 avec une équipe d'étudiants du campus corseois. Le projet est né en septembre dernier, à l'heure de la rentrée universitaire 2021-2022, au hasard d'une rencontre avec l'organisateur.

« Tout a commencé, en effet, par une discussion avec Jean-Marc Angelotti qui nous a fait comprendre tout l'intérêt de l'organisation vis-à-vis de l'accueil d'une équipe universitaire. J'ai commencé par en parler avec mes étudiants habitués à fréquenter nos créneaux course à pied et vélo, tout en lançant un appel dans la perspective de la constitution d'une équipe sur la page Facebook du Suaps. Voilà comment nous avons pu mener à bien ce projet. »

8 coureurs, et des profils divers

Ils seront 8 à prendre le départ, au bout d'une période de préparation qui aura finalement duré toute l'année universitaire. Avec Patrick Rossi, que des étudiants Nathan Rol-Daravella, Emry Badie, Bastien Rieger, Flavio Filidori, Alexandre de Susini, Benja-



L'équipe universitaire de Corte, lors d'un entraînement, hier, autour de la cité paoline.

N.K.

min Pruvot et Vincent Andreani. Les profils sont divers, avec des puristes du cyclisme, des traileurs et autres triathlètes, plus ou moins compétiteurs. Dans l'histoire sportive de l'Université de Corse, la constitution d'une

équipe dans cette discipline particulièrement exigeante est un événement. « Notre préparation a été collective dans la mesure du possible, explique Patrick Rossi, car le week-end, en général, les étudiants quittent Corte

pour rentrer chez eux. Mais nous avons quand même pu organiser de nombreuses sorties ensemble, chacun ayant complété son entraînement de son côté. » Il a fallu gérer en même temps le volet logistique, veiller à la

confection de tenues à l'effigie et aux couleurs de l'université. Cette participation étudiante à la GT 20 s'inscrit d'ailleurs dans le cadre du 40^e anniversaire de l'institution. « L'organisation a tout fait pour faciliter notre par-

ticipation, souligne le capitaine de route, l'université nous a aidés financièrement à travers la mobilisation d'un fonds d'initiative. » Quant à l'objectif, il s'agit de vivre, tous ensemble, une belle aventure humaine et sportive. « Aller tous au bout, confie Emry, prendre avant tout du plaisir et, si l'occasion se présente, accrocher une bonne place. »

Le week-end dernier, le groupe s'est offert une sortie jusqu'au col de Vergio, juge de paix de la 3^e étape. L'heure est aux derniers réglages avant de s'élancer et de profiter pleinement de cette GT 20.

En pensant déjà à la suite, car pour les étudiants, ce long week-end de l'Ascension sera, certes, un aboutissement, mais peut-être aussi le début de quelque chose. Sans envisager, du moins pour le moment, une participation à un championnat universitaire, le projet a permis de pérenniser un rendez-vous hebdomadaire dans le programme des activités du Suaps : « Le créneau vélo le mercredi après-midi, pour une sortie de 2 h 30, précède Patrick Rossi. Pour le reste, nous sommes soumis à la rotation des effectifs étudiants au gré de la fin des cursus et de l'arrivée d'autres éléments. Gageons que cette première aventure autour de la GT 20 pérenniera une vraie dynamique cycliste. »

N.K.

ECHO TOURISTIQUE DU 24 MAI

POUR TRANSFORMER LE TOURISME, « L'ENTENTE DOIT ETRE TRES FORTE ENTRE LE PUBLIC ET LE PRIVE »

<https://www.lechotouristique.com/article/pour-transformer-le-tourisme-lentente-doit-etre-tres-forte-entre-le-public-et-le-prive>

Comment les régions et les grandes entreprises peuvent s'associer pour faire du tourisme français le plus performant du monde ? Quel rôle à jouer pour l'Etat ? Quelle politique d'investissements ? Autant de questions discutées lors d'une table-ronde organisée par l'Alliance française du tourisme.

L'Alliance française du tourisme (AFT), qui fédère les plus grandes entreprises du secteur du tourisme, pense en effet qu'on ne pourra pas transformer le tourisme français « si tout le monde ne se met pas autour de la table », selon son président, Dominique Marcel. L'association, qui veut faire le lien entre les institutionnels et le privé, milite pour l'élaboration d'une stratégie touristique globale associant tous les acteurs de la filière.

Car les partenariats publics/privés semblent plus stratégiques que jamais pour le développement de sites structurants. « L'impulsion de l'Etat est essentielle », lance Franck Louvrier, président de la Commission déléguée Tourisme de Régions de France, et vice-président de la région Pays de la Loire. « Dans ma région, il y a par exemple un site privé très connu, le Puy du Fou. Mais comment fonctionnerait-il sans route, sans chemin de fer ? A l'inverse, il rayonne aussi sur la région, en termes d'emploi, et donc de formation ». Formation et transports, deux compétences à la charge de l'exécutif régional.

« Pour relancer la machine, nous avons fait en sorte qu'elle ne s'arrête pas pendant la pandémie »

« Le rôle de l'Etat, c'est de se mettre au service des projets de territoires », répond Olivier Sichel, le directeur général délégué de la Banque des Territoires. « Pour relancer la machine, nous avons d'abord fait en sorte qu'elle ne s'arrête pas pendant la pandémie. Quand on décide d'investir 200 millions d'euros, en plein cœur de la crise, sur le nouveau Futuroscope, c'est un acte fort ». Et cet investissement massif provoque un effet d'entraînement qui mobilise également les fonds d'entreprises privées ou de structures institutionnelles locales.

Sur le terrain, ces partenariats créent une interdépendance positive entre les acteurs publics et privés. La société GL Events, qui officie dans le tourisme d'affaires, a bénéficié de 10 millions d'euros d'investissements de la Banque des Territoires pour la construction d'un hôtel au Matmut Stadium, le stade de rugby de Lyon, dont GL Events est propriétaire. « Ça prouve que cela marche », estime Olivier

Ginon, le fondateur de GL Events. L'entreprise, elle, renvoie la monnaie de la pièce en organisant de grands congrès.

Relancer le tourisme français

Permettant ainsi la reprise – et le rayonnement – de l'activité touristique française. « Les visiteurs des congrès internationaux sont des consommateurs d'hôtellerie, de restauration, etc ». Ce qui se traduit pour GL Events par un chiffre d'affaires de 1,2 milliard d'euros en 2019, et à 1 milliard prévu en 2022 (après une chute à 400 millions d'euros en 2020). « La dynamique du privé va concourir à la relance du tourisme français, et il n'y a pas de réussite, dans le tourisme d'affaires, sans une entente très forte entre le public et le privé. »

Reste ensuite à mettre du sens pour que ces projets puissent répondre aux nouvelles attentes du marché. « C'est le seul moyen d'aller vers l'acceptation. Quand Pierre et Vacances inaugure le nouveau Center Parcs des Landes de Gascogne, l'acceptation est totale, parce que le projet tient compte des spécificités locales », pense Olivier Sichel. « Le nouveau Futuroscope, lui aussi, sera à énergie positive. On a fait très attention à toutes les caractéristiques durables du projet ».

Finalement, les entreprises privées co-financent des équipements avec les acteurs institutionnels qui, eux, assurent le lien avec l'écosystème local. L'Etat, lui, sort l'artillerie lourde lorsqu'il estime qu'un projet touristique peut structurer un territoire. Et l'Alliance France Tourisme espère toujours que tous ces acteurs réfléchissent ensemble à la transformation du tourisme en France.



Atc.corsica

Site professionnel du tourisme Corse