



REVUE DE PRESSE TOURISTIQUE
Du 19 septembre 2022

Mission Communication

SOMMAIRE

01 **DIVERS**..... P3

IFTM TOP RESA : LE DERNIER SALON OU L'ON CAUSE...P3

THOMAS COOK PART A LA (RE)CONQUETE DE L'EUROPE... ET DE LA FRANCE ?P4

02 **INNOVATIONS**..... P8

REALITE AUGMENTEE, VOCAL, REALITE VIRTUELLE : LES DERNIERES INITIATIVES TECHNOS
DANS LE MONDE DE LA CULTURE.....P8

03 **JURIDIQUE**P10

PAYS BASQUE : LA REGLEMENTATION « ANTI-AIRBNB » FINALEMENT AUTORISEE PAR
LA JUSTICE.....P10

TOURMAG DU 19 SEPTEMBRE

IFTM TOP RESA : LE DERNIER SALON OU L'ON CAUSE...

https://www.tourmag.com/IFTM-Top-Resa-le-dernier-salon-ou-l-on-cause-%F0%9F%94%91_a115409.html

L'IFTM Top Resa s'apprête à ouvrir ses portes demain, mardi 20 septembre, Porte de Versailles à Paris. Ce salon, loué, critiqué ou vilipendé, n'en reste pas moins le "baromètre" annuel du secteur. Celui où la présence ou l'absence d'un confrère et néanmoins concurrent peut constituer un indice de taille... que chacun interprétera à sa guise. Mais d'autres enjeux sous-tendent l'édition 2022.

Bien entendu, la grand-messe de l'industrie ne roule plus carrosse comme autrefois.

Depuis son départ de Deauville où la manifestation "colonisait" littéralement la perle du Calvados et ses célèbres planches, (les anciens vous en parleront l'arme à l'œil) ce rendez-vous annuel a perdu de son aura et de son prestige.

Certains diront qu'il a gagné en professionnalisation ce qu'il a perdu en célébration. D'autres que ce rassemblement a perdu son âme en quittant les côtes normandes.

Sans trancher ce débat et malgré les efforts (louables) des uns et des autres, force est de constater que Top Resa n'a pas retrouvé la convivialité de jadis.

L'évolution du microcosme y est pour beaucoup.

La concentration, la disparition des géants et de leurs modèles anachroniques, les nouvelles technologies, les nouveaux modes de consommation, l'avènement de l'urgence environnementale, sont quelques-unes des évolutions majeures qui ont frappé de plein fouet le secteur du voyage.

Un secteur terriblement fragilisé par les deux années de crise sanitaire qui viennent de s'écouler et qui, tel un phénix, renaît de ses cendres. Voilà pourquoi bcette nouvelle édition d'[IFTM est un peu celle de la convalescence.]b

Celle d'une profession encore souffreteuse et pas tout à fait remise du tsunami qui a ravagé la planète. Des continents entiers en portent encore les stigmates. On pense particulièrement à l'Asie dont l'absence pénalise beaucoup de producteurs.

Peu à peu, le tourisme retrouve des couleurs...

Le rendez-vous de la porte de Versailles est aussi celui des retrouvailles, avec cette période complètement déjantée où, après avoir touché le fond, le secteur a tutoyé les cieus avec un été tout aussi "barré".

Il y a fort à parier qu'il en sera beaucoup question dans les allées...

Peu à peu, le tourisme retrouve des couleurs : le MICE est reparti comme en 40, le business travel renoue progressivement avec ses niveaux d'avant crise, le tour-operating a battu tous les records et la distribution lui a naturellement emboîté le pas.

Est-ce à dire que l'on efface tout et l'on recommence ?

Que nenni. A court et à long terme, l'industrie du tourisme fait face à deux scénarii : l'un structurel et l'autre conjoncturel, dont l'osmose plus ou moins importante déterminera l'avenir.

Le premier concerne la situation économique et financière actuelle des opérateurs. Quid de leur capacité à rembourser les PGE et à faire face à l'inflation dans un contexte et un marché incertains ?

Nous allons devoir changer notre "logiciel"

Le second concerne notre capacité à affronter un défi majeur : celui de la défiance des clients, sur les fondements mêmes de notre métier et de sa légitimité.

Nous allons devoir changer notre "logiciel" pour faire face aux nouvelles exigences d'un public toujours plus averti et sensibilisé aux grands débats qui secouent notre société : transport, énergie, décarbonation, inflation, conflits, pandémies... la liste est longue.

Nous devons balayer devant notre porte et faire amende honorable sur ces sujets pour conserver la confiance des consommateurs qui doutent.

J'évoquais dans mon précédent édito la problématique des brochures papier polluantes et contre-productives. Je le remets dans la boucle. Voilà un sujet sur lequel la profession pourrait s'entendre et agir collectivement pour faire bouger les lignes.

Il y en a beaucoup d'autres, bien sûr. Il faut souhaiter que cette édition de Top Résa où les débats seront particulièrement nombreux et les thématiques plutôt pertinentes, puisse faire avancer ces causes. Il y va de notre avenir !

TOURMAG DU 19 SEPTEMBRE

THOMAS COOK PART A LA (RE)CONQUETE DE L'EUROPE... ET DE LA FRANCE?

https://www.tourmag.com/Thomas-Cook-part-a-la-re-conquete-de-l-Europe-et-de-la-France-%F0%9F%94%91_a115393.html

Le 23 septembre 2019 la plus grande et vieille agence de voyages au monde faisait faillite. Thomas Cook déposait le bilan entraînant par le fond toutes ses filiales à travers le monde. 3 ans après cet événement retentissant, la Rédaction de TourMaG.com propose à ses abonnés toute cette semaine une série spéciale. Pour démarrer nous vous proposons de commencer par la fin et de voir ce qu'est devenu

le Thomas Cook repris par Fosun. Malgré sa disparition, le phénix a bien l'intention de renaître de ses cendres en Europe et peut-être même... en France !

Et si Thomas Cook était l'éternel phénix du tourisme ?

Deux mois après la faillite la plus retentissante de l'histoire de notre industrie, Fosun déjà propriétaire du Club Med rachetait à la découpe "certaines marques, noms de domaine, applications logicielles, comptes et licences de médias sociaux."

En septembre 2020, le plus grand conglomérat privé de Chine réchauffait les cendres de l'entreprise en mettant en ligne un nouveau site internet et relançant la marque, dans son pays de naissance : le Royaume-Uni.

Nous en étions restés là, sur des braises pas trop ardentes, mais quand même vivaces...

Depuis, la plus vieille agence de voyages au monde s'est lancée à l'assaut de l'Europe continentale, en s'implantant aux Pays-Bas en 2022. Un épisode passé inaperçu et pourtant pas vraiment anodin.

Ce retour pourrait bien être l'avant-poste d'une future offensive. Thomas Cook pourrait-il (re)conquérir le Vieux continent ? C'est en tout cas ce qui transpire des échanges avec la direction du Thomas Cook Nouveau.

D'ailleurs, le retour en France de la marque au cœur jaune ne serait pas seulement le fantasme de quelques nostalgiques.

Thomas Cook part à la (re)conquête de la France ?

C'est en préparant la série spéciale sur "Thomas Cook", et en tapant le nom de l'entreprise sur internet, que le site de l'agence de voyage déchu est apparu.

Tout d'abord, la plateforme est bien active (1ère surprise). Un message apparaît même en français.

"Dès que nous aurons de nouvelles actualités, vous recevrez un e-mail. Nous voulons aussi mettre en place une activité qui créera des vacances qui répondront à vos attentes – à l'endroit et au moment de votre choix," explique une lettre d'information diffusée sur le site.

Thomas Cook envisagerait-il dans un avenir proche de faire son come back dans le monde francophone ?

"Nous continuons à évaluer la possibilité d'une nouvelle expansion. Pour l'instant, il n'y a cependant aucun projet ferme," répond le responsable de la marque et des relations presse, contacté par nos soins.

Il faut dire que les ambitions ont peut-être été quelque peu minorées au regard des difficultés financières de son propriétaire.

Fosun doit en effet rembourser près de 16 milliards d'euros avant mars 2023. Le conglomérat a dû se délester des quelques bijoux de famille et commence à grandement inquiéter les marchés financiers.

Pour en revenir à nos moutons, Thomas Cook n'étudierait pas encore un retour en France, mais regarderait bien le marché.

Thomas Cook veut relancer la marque en Europe !

Le verbe étudier est un peu fort.

Nous reconnaissons que la marque Thomas Cook conserve une reconnaissance parmi les consommateurs. Nous souhaitons continuer à développer notre activité en Europe où nous voyons des opportunités," répond alors le responsable.

En résumé, Thomas Cook est de retour et entend casser la baraque, du moins avec son nouveau positionnement. Nous sommes allés un peu plus loin que cette annonce.

La nouvelle mouture de l'ancien géant du tourisme est nettement plus allégée.

"Notre modèle d'entreprise est différent de celui de l'ancienne entreprise : nous n'avons pas de magasins, nous n'avons pas d'avions et l'argent de nos clients est protégé en dehors de notre entreprise dans un trust qui offre une garantie totale," précise le responsable de la marque et des relations presses.

Thomas Cook a tiré un trait sur le dinosaure pour gagner en agilité et devenir un simple revendeur de voyages.

Les hôtels ne sont plus la propriété de l'entreprise. Celle-ci développe des relations directes avec les établissements les plus cotés, tout en proposant les billets des principales compagnies aériennes, avec des départs depuis les aéroports du Royaume.

Il est loin le temps où Thomas Cook, en personne, faisait office de guide et accompagnait ses clients aux quatre coins du globe.

"Nous avons construit l'une des plateformes numériques de vacances les plus rapides.

Notre expertise en matière de voyages est disponible tout au long du parcours client pour lui offrir des conseils et répondre à ses questions par chat, en direct ou par téléphone."

Thomas Cook : les Pays-Bas sont le laboratoire en Europe

La marque iconique du voyage est donc une plateforme entrant en concurrence avec les Edreams Odigeo, LastMinute and co.

Pour se faire une place dans la très concurrentielle distribution en ligne, la firme anglaise entend miser sur la... vidéo. Alors que FTI a sa propre chaîne de voyages - une chaîne de téléshopping - l'émanation de la plus vieille agence de voyages mise, de son côté, sur les clips.

"Notre application au Royaume-Uni offre une nouvelle approche des applications de voyage, en se concentrant sur le contenu vidéo court et en permettant aux gens de regarder une vidéo puis de cliquer pour réserver," poursuit le responsable.

Une application qui reprend les codes des réseaux sociaux, avec des courtes vidéos faisant la promotion des destinations. Un changement de positionnement qui semble porter ses fruits.

Au cours du 1er semestre de l'année, 46 000 forfaits ont été vendus. Un chiffre qui serait tout simplement deux fois supérieur à celui de l'ensemble de l'année 2021.

"C'est encore loin de l'ampleur de l'ancienne activité, mais cela constitue une forte croissance pour une start-up.

Nous sommes très satisfaits de nos débuts aux Pays-Bas. Comme il s'agit de notre première expansion en Europe continentale, il était important pour nous de tester la force de la marque et d'adapter notre plateforme numérique à un nouveau marché."

La Hollande fait donc office de laboratoire dans un marché se rapprochant un peu plus des standards anglais et allemands.

D'ailleurs, face à ce succès, la direction envisage d'accentuer l'éventail des produits dans l'autre pays du fromage. Et pour compléter l'offre, les aéroports allemands et belges seront bientôt accessibles aux vacanciers néerlandais.

Thomas Cook : plus de 100 salariés et des recrutements

Même si Fosun donne des signaux d'essoufflement et fait craindre le pire, le conglomérat chinois reste ambitieux, pour une marque rachetée 13 millions d'euros.

"Fosun a soutenu notre croissance et a investi dans notre développement pendant toute la période du covid.

L'entreprise se concentre sur le long terme et veut construire la marque en tant qu'entreprise de voyage numérique qui innove et propose des vacances familiales fantastiques," affirme le dirigeant.

L'enjeu étant d'oublier la façon de construire le voyage du passé, pour devenir une marque innovante et reconnue dans la distribution digitale.

Aujourd'hui une centaine de personnes travaillent dans les fonctions numériques, le support client, le commercial et le marketing, le tout au Royaume-Uni et aux Pays-Bas.

Rien de comparable avec la taille de l'entreprise passée, qui comptait plus de 28 000 employés à travers le monde et faisait voyager 20 millions de voyageurs.

C'est donc un nouveau chapitre qui s'ouvre avec de nombreux employés ayant connu l'ancienne version de Thomas Cook. Si l'enjeu n'est pas de reconquérir le monde, l'agence de voyages en ligne se montre ambitieuse et poursuit son recrutement pour soutenir son développement.

Thomas Cook est mort, vive Thomas Cook ?

TOM.TRAVEL DU 19 SEPTEMBRE

REALITE AUGMENTEE, VOCAL, REALITE VIRTUELLE : LES DERNIERES INITIATIVES TECHNOS DANS LE MONDE DE LA CULTURE

<https://www.tom.travel/2022/09/19/realite-augmentee-vocal-realite-virtuelle-les-dernieres-initiatives-technos-dans-le-monde-de-la-culture/>

En cette rentrée culturelle, trois initiatives technologiques menées par des institutions culturelles et patrimoniales ont attiré notre attention. Elles utilisent la réalité augmentée, le vocal ou la réalité virtuelle pour faire découvrir des monuments et lieux culturels et donner envie de s'y rendre.

Première initiative, celle du Musée d'histoire naturelle de Londres qui a signé un partenariat avec Amazon. Depuis le 9 septembre, les détenteurs d'appareils connectés (enceinte, tablette) de la marque peuvent discuter avec l'assistante intelligente Alexa afin de lui poser des questions sur les informations pratiques du musée et en apprendre plus sur les océans, la vie marine, les dinosaures ou encore le changement climatique. Des quizz sont également proposés aux enfants et adultes voulant tester leurs connaissances scientifiques. Pour la petite histoire, Doug Gurr, l'actuel directeur général du Musée d'histoire naturelle de Londres est l'ancien patron d'Amazon UK. Ceci explique cela.

Survoler la France en réalité virtuelle

Après avoir proposé de survoler Paris, Flyview propose désormais de survoler les monuments et sites naturels de la France entière en réalité virtuelle grâce à un partenariat avec Atout France et le Centre des monuments nationaux. Equipés d'un casque de réalité virtuelle, les visiteurs sont positionnés sur une plateforme mouvante afin d'avoir l'impression de voler avec un jetpack. Ils découvrent 15 lieux, des falaises d'Etretat au Château et remparts de la cité de Carcassonne.

Pour réaliser ces images, 30 jours de tournages aériens à 360° réalisés en 10K à bord d'un ULM ont été nécessaires.

« Le Centre des monuments nationaux et Atout France souhaitent offrir aux visiteurs un spectacle et une expérience inoubliables, des émotions et des souvenirs mémorables, et leur donner ainsi l'envie d'approfondir la découverte du patrimoine culturel et naturel de la France », déclare Caroline Leboucher, Directrice générale d'Atout France.

Des filtres Snapchat qui, pour une fois, ne servent pas pour les selfies

A l'occasion des journées européennes du Patrimoine qui se tenaient ce week-end, le site Richelieu, berceau historique de la Bibliothèque nationale de France (BnF), rouvrait ses portes après 12 ans de travaux. Pour marquer le coup, la BnF s'est associée à l'AR Studio Paris, le studio de réalité augmentée de Snapchat. Les visiteurs ont ainsi pu découvrir l'entrée du bâtiment telle qu'elle était de 1875 à 1912

grâce à un filtre en réalité augmentée. Pour cela, ils n'avaient qu'à scanner un Snapcode et à diriger leur smartphone vers l'entrée. L'occasion de « rencontrer » virtuellement l'aviateur Louis Blériot et l'architecte français Jean-Louis Pascal.

Deux technologies ont été utilisées pour réaliser ces expériences : le Landmarker, qui permet d'ajouter des éléments en réalité augmentée sur un bâtiment, et la Sky Segmentation, afin de superposer des éléments virtuels dans le ciel.

ECHO TOURISTIQUE DU 19 SEPTEMBRE

PAYS BASQUE : LA REGLEMENTATION « ANTI-AIRBNB » FINALEMENT AUTORISEE PAR LA JUSTICE

<https://www.lechotouristique.com/article/pays-basque-la-reglementation-anti-airbnb-finalement-autorisee-par-la-justice>

Nouvelle volte-face dans le pays basque, au grand dam des spécialistes de la location saisonnière.

Plus de 16 000 meublés touristiques sont recensés dans les 24 communes du Pays basque d'une zone dite « tendue », soit une augmentation de 130% entre 2016 et 2020, selon l'Agence d'urbanisme Atlantique et Pyrénées (Audap). Ce qui crée de nombreuses tensions.

Vendredi dernier, le tribunal administratif de Pau a levé la suspension de la mesure de compensation destinée à lutter contre l'expansion des meublés de tourisme au Pays basque, et dont la plateforme Airbnb est le symbole.

Dans leur ordonnance rendue le 16 septembre, les juges de la juridiction administrative mettent « fin à la suspension de l'exécution de la délibération du conseil communautaire de la Communauté d'agglomération Pays Basque du 5 mars 2022 ».

Saisi d'un référé suspension, ce même tribunal avait donné raison le 3 juin à un collectif de 50 requérants propriétaires et sociétés de conciergerie, qui avait relevé un « doute sérieux » quant à la légalité de cette mesure votée début mars.

Compensation dès mars 2023

Début juillet, les élus du Pays basque avaient revu leur règlement, au regard des observations formulées par les juges des référés, pour en proposer une version « ajustée ».

La mesure de compensation oblige les propriétaires à produire, dans la même ville et avec une surface équivalente, un bien sur le marché locatif à l'année pour compenser un logement transformé en meublé touristique. Elle doit s'appliquer à 24 communes du Pays basque d'une zone dite « tendue ».

Les règles avaient été précisées, pour y introduire une « meilleure proportionnalité », face à la « rareté voire l'inexistence de locaux éligibles à la compensation », soulignée par les juges.

Le nouveau règlement permet notamment aux propriétaires d'acheter des « droits de commercialité » à d'autres pour récupérer des locaux et concède également que

des locaux de rez-de-chaussée, jusque-là exclus du cadre, puissent être convertis tant que leur vitrine ne donne pas sur le domaine public.

A la suite de cette décision, la version modifiée de la règle de compensation pourra désormais s'appliquer à compter du 1er mars 2023.

L'association Alda se réjouit

Le combat juridique entre l'agglomération basque et les requérants n'est toutefois pas terminé : après ce référé suspension, moyen d'urgence fondé sur la forme de la délibération, une audience au fond, sur le contenu même de la mesure et sur sa légalité, aura lieu dans les prochains mois.

L'association Alda, qui défend le droit à se loger au Pays Basque, s'est réjouie de cette décision, un « camouflet » à l'égard « des divers lobbies et multi-proprétaires (...) qui avaient multiplié les recours contre ce règlement », écrit-elle dans un communiqué.

Selon elle, le vote du 5 mars « a stoppé net l'hémorragie du parc résidentiel privé vampirisé par les Airbnb permanents » et « dissuade aujourd'hui les investisseurs financiers et prêts bancaires qui attendront de connaître l'issue finale des procédures judiciaires actuelles avant d'acheter des logements habités à l'année pour les



Atc.corsica

Site professionnel du tourisme Corse