



# REVUE DE PRESSE

DU 30 septembre 2022

Mission Communication

# SOMMAIRE

## 01 **CONJONCTURE** .....P3

LE TOURISME INTERNATIONAL APPROCHE 60% DES NIVEAUX PRE-PANDEMIE, MAIS... P3

## 02 **CORSE**..... P6

L'OFFICE DE TOURISME ACCUEILLE LE PREMIER CAFE DE L'ECONOMIE.....P6

LUMIU DEVELOPPE SES ATOUTS TOURISTIQUES,L'INTERCO' APPROUVE .....P7

## 03 **HEBERGEMENT** .....P8

LA PLATEFORME AS A GUEST S'OUVRE A L'EUROPE .....P8

## AIR JOURNAL DU 30 SEPTEMBRE

### OMT : LE TOURISME INTERNATIONAL APPROCHE 60% DES NIVEAUX PRE-PANDEMIE, MAIS...

<https://www.air-journal.fr/2022-09-30-omt-le-tourisme-international-approche-60-des-niveaux-pre-pandemie-mais-5243077.html>

Le tourisme international continue selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) de montrer « de nets signes de reprise », avec des arrivées qui ont atteint au cours des sept premiers mois 2022 57% des niveaux d'avant la pandémie de Covid-19. Mais la menace d'un retour en arrière est réelle..

Selon le dernier numéro du Baromètre OMT du tourisme mondial, les arrivées de touristes internationaux ont « presque triplé de janvier à juillet 2022 » (+172 %) par rapport à la même période en 2021, le secteur retrouvant près de 60 % de son niveau d'avant la pandémie. Ce « redressement vigoureux » est le résultat d'une forte demande refoulée de voyages internationaux, ainsi que de l'assouplissement ou de la levée des restrictions sur les voyages : au 19 septembre 2022, 86 pays n'avaient aucune restriction sanitaire.

L'Organisation estime que 474 millions le nombre de touristes internationaux ont voyagé pendant cette période, contre 175 millions sur la même période en 2021. Les chiffres des arrivées internationales pour les mois de juin et juillet 2022 pris ensemble sont estimés à 207 millions, soit plus du double des chiffres enregistrés pour ces deux mêmes mois l'an dernier. Juin et juillet représentent 44 % du total des arrivées sur l'ensemble des sept premiers mois 2022. L'Europe et le Moyen-Orient sont les régions ayant connu le plus fort redressement au cours de la période allant de janvier à juillet 2022, avec des arrivées qui ont atteint, respectivement, 74% et 76% de leurs niveaux de 2019.

L'Europe a enregistré près de trois fois plus d'arrivées internationales qu'au cours des sept premiers mois 2021 (+190%) « sous l'effet d'une forte demande intrarégionale et des voyages en provenance des États-Unis d'Amérique ». Les résultats de la région ont été particulièrement vigoureux au mois de juin (-21% par rapport à 2019) et au mois de juillet (-16%), « témoignant du dynamisme de l'activité estivale ». Les arrivées ont grimpé jusqu'à environ 85% de leur niveau de 2019 au mois de juillet. La levée des restrictions sur les voyages dans un grand nombre de destinations a aussi alimenté ces résultats (44 pays européens n'avaient pas de restrictions liées à la COVID-19 au 19 septembre 2022).

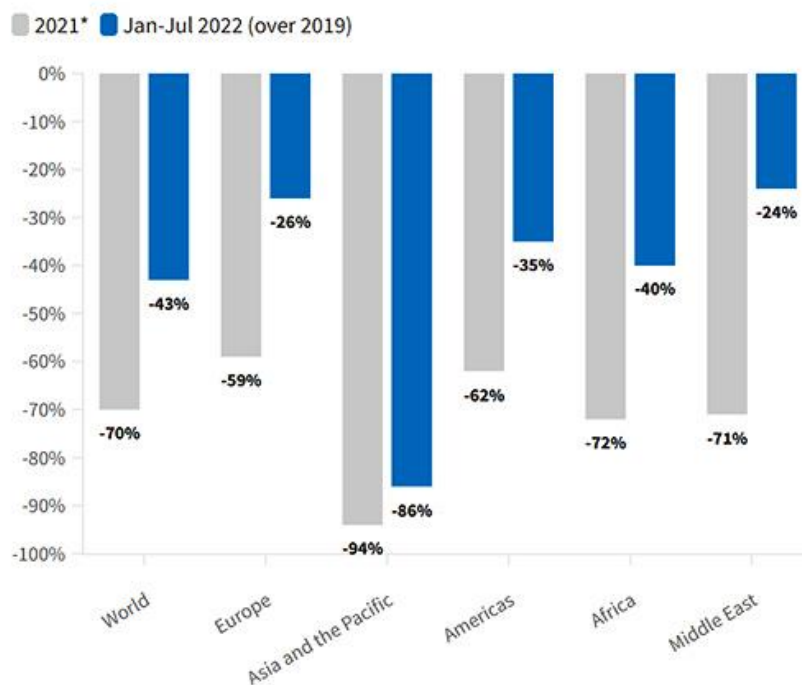
Au Moyen-Orient, les arrivées internationales ont été pratiquement multipliées par quatre en croissance interannuelle de janvier à juillet 2022 (+287%). Les arrivées ont dépassé le niveau d'avant la pandémie au mois de juillet (+3%), « grâce aux résultats exceptionnels enregistrés par l'Arabie saoudite (+121%) suite au pèlerinage du Hajj ».

Les Amériques (+103 %) et l'Afrique (+171 %) ont, elles aussi, affiché une forte croissance de janvier à juillet 2022 par rapport à 2021, atteignant 65% et 60%, respectivement, de leurs niveaux de 2019. En Asie-Pacifique (+165%), les arrivées ont plus que doublé au cours des sept premiers mois 2022, mais « restaient de 86% inférieures au niveau de 2019 sachant que certaines frontières demeuraient fermées aux voyages non essentiels ».

Plusieurs sous-régions ont atteint de 70% à 85% de leurs niveaux d'avant la pandémie au cours de la période allant de janvier à juillet 2022. L'Europe méridionale méditerranéenne (-15% par rapport à 2019), les Caraïbes (-18%) et l'Amérique centrale (-20%) ont bénéficié du plus fort redressement par rapport aux niveaux de 2019. L'Europe occidentale (-26%) et l'Europe du Nord (-27%) ont aussi affiché de solides résultats. Au mois de juillet, les chiffres des arrivées ont été proches de ceux d'avant la pandémie dans les Caraïbes (-5%), en Europe méridionale et méditerranéenne (-6%) et en Amérique centrale (-8%).

Parmi les destinations ayant communiqué des données relatives aux arrivées internationales au cours des cinq à sept premiers mois 2022, celles qui dépassaient les niveaux d'avant la pandémie ont été les îles Vierges américaines (+32% par rapport à 2019), l'Albanie (+19%), Sint Maarten dans les Antilles néerlandaises (+15%), l'Éthiopie et le Honduras (+13% tous les deux), Andorre (+10%), Porto Rico (+7%), les Émirats arabes unis et la République dominicaine (+3% tous les deux), Saint-Marin et El Salvador (+1% tous les deux) et enfin Curaçao (0%).

### International Tourist Arrivals



Source: World Tourism Organization (UNWTO) © • • Change over 2019 (provisional data)  
 Data as collected by UNWTO, September 2022. Published: 26/09/2022

A Flourish chart

Des dépenses touristiques en hausse, mais des défis croissants

La reprise en cours est d'après ce Baromètre de l'OMT observable aussi au niveau des dépenses de tourisme émetteur des grands marchés d'origine. Les dépenses de la France en particulier ont grimpé jusqu'à atteindre, de janvier à juillet 2022, -12% par rapport à 2019, tandis que les dépenses de l'Allemagne ont augmenté pour se situer à -14%. Les dépenses de tourisme international de l'Italie et des États-Unis d'Amérique se sont élevées, respectivement, à -23% et à -26%.

Il y a eu également une solide performance du transport aérien international de voyageurs, qui a connu 234% d'augmentation de janvier à juillet 2022 (45% en dessous des niveaux de 2019) et retrouvé, au mois de juillet, environ 70% de son niveau d'avant la pandémie, d'après l'IATA.

Parmi les destinations ayant communiqué des données relatives aux recettes du tourisme international au cours des cinq à sept premiers mois 2022, l'OMT cite la Serbie (+73%), le Soudan (+64%), la Roumanie (+43%), l'Albanie (+32%), la Macédoine du Nord (+24%), le Pakistan (+18%), la Turquie, le Bangladesh et la Lettonie (tous +12%), le Mexique et le Portugal (+8% tous les deux), le Kenya (+5%) et la Colombie (+2%) ont tous dépassé les niveaux d'avant la pandémie de janvier à juillet 2022.

L'OMT rappelle au passage que cette demande plus forte que prévu a aussi posé « d'importants défis opérationnels et de main-d'œuvre dans les entreprises et les infrastructures touristiques, en particulier les aéroports ». En outre, la situation économique, aggravée par l'agression de la Fédération de Russie contre l'Ukraine, représente un risque baissier considérable. La montée des taux d'intérêt dans toutes les grandes économies, la hausse des prix de l'énergie et des denrées alimentaires, combinées à la perspective croissante d'une récession mondiale ainsi que le suggère la Banque mondiale, sont « autant de menaces importantes pour la reprise du tourisme international pendant le restant de l'année 2022 et en 2023 ». Le ralentissement potentiel est « perceptible » à la lumière du dernier indice de confiance de l'OMT, « traduisant une plus grande prudence à l'égard de l'avenir, et d'après les tendances des réservations, qui montrent des signes de tassement ».

Le Secrétaire général de l'OMT, Zurab Pololikashvili, a déclaré : « Le tourisme poursuit son redressement soutenu, mais des défis demeurent, qu'ils soient d'ordre géopolitique ou économique. Le secteur redonne de l'espoir aux populations partout dans le monde et leur rouvre des perspectives. Le moment est venu à présent de repenser le tourisme, la direction qu'il prend et son impact pour l'humanité et pour la planète. »

CORSE MATIN DU 30 SEPTEMBRE

L'OFFICE DE TOURISME ACCUEILLE LE PREMIER CAFÉ DE L'ÉCONOMIE

## SARI DI SULINZARA

# L'Office de tourisme accueille le premier café de l'économie

La Communauté de communes de l'Alta Rocca organise lundi 3 octobre, à l'office du tourisme de Solenzara, son tout premier Café de l'économie. Il s'agit d'un dispositif de rencontre entre les partenaires institutionnels et les entreprises du territoire qui a pour objectif de développer le réseautage, proposer une offre de formation continue pour les entreprises et améliorer l'attractivité et le dynamisme économique local. Ce premier café de l'économie débutera à 9 h 30 avec la présentation des missions de l'office de tourisme. Par la suite, les entreprises du territoire assisteront à la présentation du Guide des aides ATC et du Fonds tourisme durable par la CCI puis des ateliers et des entretiens individuels auront lieu entre 10 h 40 et 12 heures. Ce dispositif de cafés de l'économie est axé sur les financements de la filière tourisme mais également sur la transmission de l'entreprise et s'adresse en grande partie aux entreprises des territoires ruraux qui peinent à accéder à l'information et la sensibilisation. « Certains chefs d'entreprise sont vieillissants et il va falloir trouver une solution pour aider les entreprises des zones rurales qui souffrent d'un manque de connaissance et d'une distance importante avec ces institutions dont on parle et qui sont là pour les aider. Nous, nous amenons les institutions à l'entreprise », explique Samantha Rossi-Colombani, chargée de mission à la Communauté de communes de l'Alta Rocca.

## Des formations pour les petites entreprises rurales

« Notre objectif est de se rapprocher du porteur pour lui donner toutes les possibilités des disposi-



Samantha Rossi-Colombani et Véronique Sanges sont à l'origine de ce concept. ADRIEN COUTAT

tifs existants. En l'occurrence pour la transmission, il y aura des notaires qui viendront avec nous et des avocats qui se tiendront à disposition des entreprises pour définir un parcours de transmission et de cession. » L'office du tourisme intercommunal de l'Alta Rocca va également proposer des formations pour permettre aux petites entreprises du territoire de faire face aux défis du marché et aux difficultés administratives et financières. « Il faut savoir que dans le territoire de l'Alta Rocca, 98 % des entreprises ont moins de dix employés. En l'occurrence, le tourisme, c'est l'une des filières les plus structurées avec une offre à destination des entreprises de petite taille. Il est parfois diffi-

cile, pour elles, d'effectuer des démarches administratives. Il faut donc qu'on les accompagne dans la mesure où l'on a vraiment un tissu économique qui est composé de microentreprises. C'est pour cette raison que nous allons mettre en place des cycles de formations sur une journée. Nous envisageons d'ailleurs pour le mois de novembre une demi-journée de formation sur le numérique dans l'entreprise. Cette formation aura pour objectif de sensibiliser les petites structures au mouvement du marché, mais aussi à celui du marketing et de la communication modernisée pour répondre de la meilleure manière possible aux nouveaux enjeux d'aujourd'hui », affirme Véronique Sanges, di-

rectrice de l'Office de tourisme intercommunal de l'Alta Rocca. Samantha Rossi-Colombani et Véronique Sanges travaillent actuellement main dans la main sur les thématiques qui seront abordées lors des cafés de l'économie du quatrième trimestre de l'année 2022. Sachant que ce concept a une forme évolutive qui s'adapte à chaque édition, les partenaires institutionnels qui seront présents à Solenzara ne seront pas invités aux autres cafés. La Communauté de communes de l'Alta Rocca va essayer de faire en sorte que les prochains cafés de l'économie puissent se réaliser avec toutes les chambres, l'Adec et des organismes de formation.

ADRIEN COUTAT

# Lumiù développe ses atouts touristiques, l'interco' approuve

C'est par un hommage à l'ancien maire de Zilia qu'a débuté le conseil communautaire, ce mercredi soir dans le complexe sportif de Calvi-Balagne. Jacques-Innocent Santelli, premier magistrat de la commune entre 1973 et 2020, est décédé le 14 août dernier. « Il a été un membre fondateur de notre intercommunalité », a rappelé le président François-Marie Marchetti avant de demander une minute de silence en sa mémoire. Après la nomination de Didier Bicchieray comme secrétaire de séance, et l'approbation du procès-verbal du conseil du 29 juin, l'assemblée s'attaquait aux dix-sept délibérations figurant à l'ordre du jour.

Trois d'entre elles étaient relatives à l'accueil touristique sur la commune de Lumiù. Bien que la compétence tourisme soit celle de l'office intercommunal, la commune conserve un droit de regard et d'initiative sur son territoire ; et c'est en bonne entente que les deux collectivités se sont accordées. « En date du 18 novembre 2018, nous avons souhaité décliner l'accueil touristique à Calvi et dans les villages au travers de bureaux d'information touristique (BIT), rappelle le président Marchetti. Un projet de BIT est en cours à Aregnu. Un BIT existe déjà au pont des Cinque arcade de Galeria, mais c'est un préfabriqué et nous souhaitons lui donner une autre dimension. Le BIT de Lumiù sera bientôt opérationnel et nous devrions l'inaugurer avant la fin de l'année. Je voudrais souligner la très bonne collaboration avec l'équipe municipale de Lumiù. » Le maire de Lumiù Étienne Suzzoni confirmait son propos :



Ce mercredi soir dans le complexe sportif de Calvi-Balagne, le conseil communautaire a rendu hommage à Jacques-Innocent Santelli, maire de Zilia entre 1973 et 2020, décédé le 14 août.

OLIVIER SANCHEZ / CRYSTAL PICTURES

« C'est une belle réalisation et la commune a complété les travaux en refaisant les trottoirs et en y accolant un distributeur automatique de billets. Nous en avons eu pour 100 000 € en totalité, avec les raccordements de réseaux divers. Cela rendra un service à toute notre communauté. »

## Un bureau touristique autonome et digitalisé

Aucun agent ne sera en charge de l'accueil des touristes dans ce nouveau BIT. « Il fonctionnera en autonomie totale, explique Jean-Baptiste Ceccaldi, le président de l'Office de tourisme intercommunal. Tout sera automatisé et digitalisé. Il n'y aura aucun personnel, sauf pour son ouverture et sa fermeture. C'est une première pour nous. Les autres BIT du territoire prendront le même chemin s'il s'agit d'une réussite. »

À l'unanimité, le conseil communautaire a approuvé la convention tripartite de mise à disposition de ce bureau d'information touristique de Lumiù.

Enfin, pour clore ce chapitre dédié au tourisme à Lumiù, le conseil communautaire a validé la démarche entreprise par la commune afin d'obtenir son classement en Station tourisme. « Nous devons compléter un dossier volumineux, assure Maxime Vuillamier, adjoint au maire de Lumiù. Il comprend beaucoup de recherches, de critères d'hygiène et de sécurité, un recensement de l'hébergement touristique, une signalétique et tout ce qui permet de faire valoir la qualité de l'accueil des touristes.

C'est pour cela que nous installons un distributeur de billets même si le coût est important. Depuis notre arrivée en 2014, nous tâchons de développer un tou-

risme plus responsable en termes de social et d'écologie. »

Le classement Station touristique récompense les communes qui s'investissent dans le développement d'une politique touristique ambitieuse. Pour l'obtenir, il est notamment nécessaire de disposer d'une offre d'hébergement significative, de mettre en valeur ses ressources naturelles ou patrimoniales, de justifier de la quantité et de la qualité des animations qui rythment l'année, de recenser le nombre d'associations sportives actives sur le territoire.

Les communes qui sollicitent ce classement doivent évidemment témoigner d'une politique active en matière d'accueil mais aussi d'information et de promotion touristique. Une démarche saluée et approuvée par les élus de Calvi-Balagne.

JEAN-FRANÇOIS PACELLI

ECHO TOURISTIQUE DU 30 SEPTEMBRE

LA PLATEFORME AS A GUEST S'OUVRE A L'EUROPE

<https://www.lechotouristique.com/article/la-plateforme-as-a-guest-souvre-a-leurope>

La plateforme qui veut aider les hôteliers à vendre leurs chambres disponibles en saison creuse exporte son modèle à l'étranger. Entretien avec Damien Montembault, co-fondateur d'As a Guest.

**L'Echo touristique : Initialement, la proposition d'As a Guest, c'est une nuit dans un hôtel haut de gamme à un prix fixe, 89 euros. Le concept a évolué ?**

**Damien Montembault** : Nous maintenons le principe du prix fixe, qui est une promesse commerciale forte. Mais nous avons désormais deux offres : l'une à 99 euros, et l'autre à 179 euros. Nous avons fait le choix d'augmenter notre prix, pour la première formule. Car ce prix doit être réaliste et tenir compte du modèle économique de nos partenaires hôteliers. La pandémie a bouleversé leurs activités, provoquant une hausse des coûts importante. Donc, nous avons augmenté notre prix fixe de 10 euros, montant qu'on reverse intégralement aux hôteliers par solidarité. As a Guest est une société à mission, et cela fait partie de notre ADN.

**Que propose de plus la nouvelle offre, à 179 euros ?**

**Damien Montembault** : C'est une offre plus haut de gamme, qui nous permet de proposer notre concept à d'autres hôtels, qui ne pourraient pas y adhérer avec un prix bas. Nous renforçons ainsi notre positionnement dans les destinations urbaines par exemple, ou nous en ouvrons de nouvelles, comme Lyon. Le principe est le même : en profitant de certaines fenêtres de tir, on peut séjourner dans un hôtel haut de gamme niçois, à la belle saison, pour 179 euros, ou dans un 4\* parisien très tendance. Mieux remplir son hôtel en période creuse, c'est un objectif que tous les hôteliers partagent. Et c'est la richesse d'As a Guest : nous ne prenons pas d'allotement, et notre relation avec les hôteliers est totalement transparente. Quand ils peuvent vendre cher, nous ne leur demandons pas de vendre sur notre plateforme. C'est d'ailleurs ce qui nous différencie des autres OTA's.

**As a Guest se concentre toujours sur la France ?**

**Damien Montembault** : Nous travaillons à l'extension de notre portefeuille de destinations. Nous avons déjà quelques partenaires en Belgique et en Andorre, mais nous sommes surtout concentrés sur le développement de l'Espagne, du Portugal ou encore de l'Italie. Nous prospectons également dans les Caraïbes françaises et néerlandaises. Notre proposition peut intéresser de nombreux opérateurs. Avec As a Guest, ils s'assurent un meilleur taux d'occupation. Et, surtout, ils font un pas vers la transformation durable de leur activité. De notre côté, nous affinons notre calcul de l'empreinte carbone de chaque nuitée vendue sur la plateforme, et nous la compensons. 1% de notre chiffre d'affaires est également



consacré au soutien de la formation des jeunes en hôtellerie/restauration, le développement d'offres culturelles dans les territoires lésés et la biodiversité et l'environnement.

**Concrètement, pour les hôteliers, comment se passe votre partenariat ? Ont-ils accès à un espace personnel ?**

**Damien Montembault** : Sur un point de vue purement technique, As a Guest laisse la main à l'hôtelier sur sa commercialisation en leur permettant de renseigner les jours où ils veulent vendre via notre plateforme. C'est une commercialisation ouverte, mais nous avons des revenue managers qui peuvent les accompagner si besoin. As a Guest peut devenir un vrai outil de management avec lequel on peut affiner son taux d'occupation, et donc sa rentabilité. Et puis, nous avons huit personnes totalement dédiées à nos relations avec les hôteliers.

Atc.corsica