



REVUE DE PRESSE

DU 3, 4, 5 & 6 octobre 2022

Mission Communication

SOMMAIRE

01 CORSE.....P3

PORTIVECHJU : UN AUTOMNE DORE OPTIMAL POUR LES HOTELS DU CENTRE URBAIN..P3
ARTICLEN°

02 FILIERES..... P4

LE BLEISURE CONTINUE DE SEDUIRE LES VOYAGEURS D’AFFAIRESP4

03 ECONOMIEP6

LES TAUX D'OCCUPATION CET ETE ONT DEPASSE LES NIVEAUX PRE-PANDEMIQUES.....P6
BAROMETRE ORCH./L'ECHO : LE TOP 20 DES DESTINATIONS EN SEPTEMBRE 2022P7

CORSE MATIN 03/10/2022

PORTIVECHJU : UN AUTOMNE DORE OPTIMAL POUR LES HOTELS DU CENTRE URBAIN

Un automne doré optimal pour les hôtels du centre urbain



Un bel automne pour l'historique hôtel Holzer.

Leur nombre a sérieusement réduit au fil des années, dont le célèbre hôtel préféré des routards, l'hôtel Panorama. Les hôtels urbains, ceux que l'on peut situer dans les murs du cœur de ville. Quatre sont encore ouverts et tous entièrement rénovés et disposant de tous les services. Deux d'entre eux sont ouverts à

l'année : l'historique hôtel Holzer, aujourd'hui flambant neuf mais gardant toujours son cachet cher aux Porto-Vecchiais et toujours propriété de la même famille. Ouvert également, le plus high-tech, hôtel Alcyon doté d'un toit terrasse ouvert et fermé, bar, salon des petits-déjeuners et encas offrant un point de vue incompara-



Au bord de la piscine du Tilbury, face au golfe.



Petit-déjeuner au Point de Vue de l'Alcyon.

PHOTOS P. C.

ble sur le golfe et la vieille ville. Plus saisonnier, l'hôtel Mistral rénové et en devenir encore avec en façade son mythique bougainvillier, grâce à sa taille et sa couleur rouge incroyable, sans oublier le Tilbury, pareillement face au golfe avec piscine et jardin au premier étage terrasse.

Un va-et-vient incessant

Tous affichent une fréquentation estivale optimale, mais également un automne qui l'est tout autant ! « C'est peut-être le plus bel automne que j'ai connu dans cet établissement... » Explique une cliente habituée du Mistral, « l'hôtel ferme le 2 novembre et je sais que ses réservations sont excellentes jusque-là ! »

À l'Alcyon, le discours est identique (avec son « extension ») qui voit ce moment de l'année, « comme exceptionnel, d'autant plus que nous attendons ce que l'on appelle la saison des groupes nombreux. En ce qui concerne ces jours d'arrière-saison, ce sont les dernières minutes qui se multiplient, les gens passent et de-

mandent... ou téléphonent le jour même de leur nuitée ! » Explique Lara, Témoin de cette fréquentation, les petits-déjeuners pris hier matin dimanche dans ces différents établissements. Le Point de Vue de l'Alcyon pris d'assaut par ses hôtes et la terrasse piscine du Tilbury aussi. « C'est un début de mois d'octobre étonnant », pour Audrey. Les choses sont différentes chez Holzer, hôtel urbain par excellence (difficile d'y trouver une chambre) car les clients vont prendre généralement leur petit-déjeuner dans les rues et ruelles de la ville à quelques pas comme pour le Mistral.

Tous ont bien travaillé et travaillent bien, étonnamment, en ces premiers jours du mois d'octobre, quand presque une cinquantaine de vols nationaux et internationaux arrivaient, samedi et dimanche, dont six détournés samedi en raison d'un vent violent, sur le tarmac de Figari-Sud-Corse, et que près de 400 voitures débarquaient hier au quai Syracuse depuis Toulon. Ce même navire était emprunté hier dès 11 du matin en direction de Livourne via Bastia !

P. C.

DEPLACEMENTSPROS DU 3/10

LE BLEISURE CONTINUE DE SEDUIRE LES VOYAGEURS D'AFFAIRES

<https://www.deplacementspros.com/travel-experience/etude-bleisure-opinionway>

OpinionWay dévoile une nouvelle étude sur le bleisure pour la marque hôtelière Kyriad. Selon elle, plus d'un Français sur deux a déjà prolongé son séjour professionnel pour en profiter à titre personnel.

Lors d'une étude réalisée entre juin et juillet 2022, l'institut OpinionWay dévoile que plus d'un Français sur deux, dont 73% de CSP+ de moins de 35 ans affirment avoir déjà prolongé leur déplacement professionnel d'un ou plusieurs jours pour visiter ou pour prendre des congés sur place. Un chiffre à la hausse après deux années marquées par la crise sanitaire et la baisse des nuitées en hôtel pour la cible corporate (-80% en 2020).

Pour les voyageurs d'affaires, prolonger un déplacement professionnel permet de découvrir des spécialités culinaires de la destination pour 93% des sondés, de visiter les lieux touristiques (89%) ou bien d'effectuer des activités locales (87%). Et ce sont les CSP+ de moins de 35 ans qui sont le plus enclins à prolonger un déplacement professionnel. Pour 67% d'entre eux, le critère de la localisation de l'hôtel est primordial lors du choix de l'hôtel. Selon l'étude, les avis clients (45%), les infrastructures de loisirs comme la piscine, le spa ou la salle de fitness (23%) ou encore le design de l'hôtel (22%), sont également des critères que prennent en compte les voyageurs d'affaires de moins de 35 ans lors de leur déplacement professionnel.

Malgré une tendance à la hausse et l'amélioration de l'encadrement du bleisure en entreprise, pour ceux n'ayant pas pu prolonger leur séjour, 63% des répondants déclarent qu'ils auraient aimé pouvoir le faire. Et cette tendance devrait encore prendre de l'ampleur avec la démocratisation du télétravail. 53% des sondés déclarent même être prêts à demander à leur employeur de leur permettre de profiter d'un déplacement professionnel pour rester sur place plus longtemps en télétravail.

Lors de la réservation de l'hôtel, ce sont les profils de voyageur d'affaires CSP+, principalement résidents en Ile-de-France qui sont les plus attentifs aux infrastructures mises à disposition pour télétravailler dans les meilleures conditions (espaces de co-working, bureau dans les chambres et un wifi de qualité). « Associer déplacement professionnel, télétravail et séjour personnel, c'est le nouveau combo gagnant pour les voyageurs d'affaires. Bleisure ou Bizcation et Tracances, sont clairement les tendances qui s'ancrent dans les nouvelles attentes de notre clientèle pour motif professionnel. Ces tendances nous poussent à réinventer l'expérience hôtelière avec des emplacements stratégiques et à offrir non

seulement une qualité de confort idéale pour dormir comme pour travailler mais aussi une facilité d'accès aux centres d'intérêt, à la fois proche du centre-ville et du quartier d'affaires, un cadre touristique et des services adaptés au télétravail », conclut Daphné Mereuze, Chef de marque Kyriad France.

TOURMAG DU 5/10

HOTEL : LES TAUX D'OCCUPATION CET ETE ONT DEPASSE LES NIVEAUX PRE-PANDEMIQUES

https://www.tourmag.com/Hotel-les-taux-d-occupation-cet-ete-ont-depasse-les-niveaux-pre-pandemiques_a115649.html

près une été de reprise, les bases de données Agency360® et Demand360® d'Amadeus montrent des indicateurs de "reprise solides" pour le reste de l'année 2022 et "des preuves de la confiance croissante des voyageurs" à l'approche de 2023.

Les données de Demand360® indiquent que l'occupation hôtelière mondiale "a dépassé les niveaux pré-pandémiques de manière constante tout au long de l'été". Pour juillet et août 2022, les hôtels ont connu une moyenne d'occupation de 67% au niveau mondial, contre une moyenne de 64% sur la même période en 2019 - soit une augmentation de 3% par rapport à il y a 3 ans.

"Ces tendances positives pour les réservations de séjours indiquent une confiance constante des consommateurs, posant d'excellentes bases pour un quatrième trimestre solide avec des données de réservations dépassant déjà les réservations de 2019" précise Amadeus.

Reprise régulière du voyage d'affaires

Les voyages de groupe devraient bénéficier d'une forte saison de salons et conférences au quatrième trimestre. Le taux d'occupation des groupes à l'échelle mondiale se maintient à seulement 1 à 2% des niveaux pré-pandémiques pour le reste de l'année 2022, à mesure que le secteur des conférences commence à rebondir.

« Les occasions de se réunir doivent être exploitées au maximum afin d'avoir le plus grand impact possible. Nous devons concevoir des événements qui en valent la peine, dont les participants reviennent motivés et où des solutions seront créées. Le pouvoir des relations humaines est la ressource la plus précieuse », a ajouté Mariela McIlwraith, Chief Sustainability Officer, Events Industry Council (EIC) Centre for Sustainability and Social Impact.

Les voyages d'affaires connaissent également une reprise régulière au fil de l'année. Selon les données Agency360® d'Amadeus, 2022 comble l'écart par rapport aux niveaux de 2019, et "les réservations d'hôtel dans tous les principaux systèmes de distribution mondiaux (GDS) ont augmenté de 98 % en août 2022" par rapport à janvier 2022.

"Au début de cette année, les volumes de réservations hôtelières étaient inférieurs de 62 % par rapport à 2019, mais cet écart s'est progressivement réduit au cours de

2022, les volumes mondiaux de réservations hôtelières en août terminant seulement 23 % derrière les niveaux de 2019."

Selon une enquête d'Amadeus auprès des agents de voyage, 60 % des personnes interrogées déclarent qu'elles se connectent désormais au GDS plus de 4 fois par jour grâce à la reprise des voyages d'affaires.

7 agents sur 10 s'accordent à dire que la crise COVID-19 a renforcé leur rôle.

ECHO TOURISTIQUE DU 6/10

BAROMETRE ORCHESTRA/L'ECHO : LE TOP 20 DES DESTINATIONS EN SEPTEMBRE 2022

<https://www.lechotouristique.com/article/barometre-orchestra-lecho-le-top-20-des-destinations-en-septembre-2022>

Quelles sont les destinations gagnantes et perdantes du mois de septembre ? Le point avec le Baromètre Orchestra pour L'Echo touristique.

Toutes destinations confondues, les ventes de voyages réalisées par les agences physiques et en ligne augmentent de 4% en septembre versus septembre 2019, selon le Baromètre Orchestra pour L'Echo touristique. C'est moins bien qu'en août (+10%), comparable à juillet (+3%), et nettement moins bien qu'en juin 2022 (+29%).

Compte tenu de la hausse à deux chiffres du panier moyen sur 15 des 20 destinations, le nombre de clients décroît, lui, fortement. Cette augmentation du montant de la commande atteint des sommets sur la France métropolitaine (+34%), l'Egypte (+35%) et la Thaïlande (+36%).

La France arrive en tête, mais recule

Dans le top 20 des destinations, la France arrive en tête bien qu'elle recule en volume d'affaires (-13% vs 2019). L'envolée des prix contribue sans doute à ce ralentissement, qui concerne les vacances à la montagne.

Toujours en pleine forme (+46%), l'Espagne monte sur la deuxième marche. La République Dominicaine ferme le podium, avec une croissance musclée (+52%). Une belle saison d'hiver se profile pour cette destination d'hiver.

L'Asie à la peine, la Tanzanie au top





Sur le long-courrier, l'Asie peine toujours à redécoller malgré la réouverture de nombreux pays. Seule la Thaïlande (-37%) émerge, à la 11e place. Là aussi, les tarifs élevés des billets d'avion contrarient la reprise.

A contrario, la Tanzanie, dans les bonnes grâces des voyageurs, poursuit son ascension (+253%).

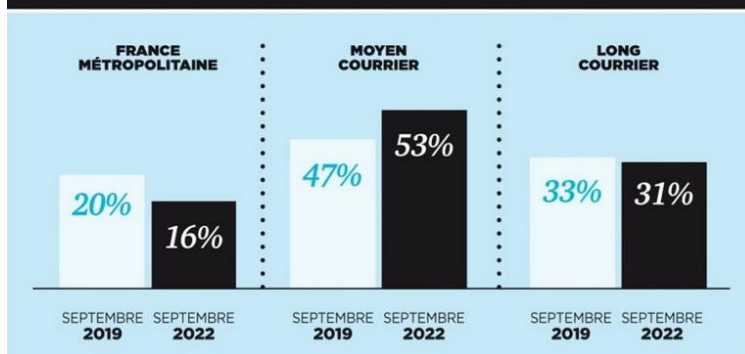
Nous publions chaque mois le baromètre des destinations, réalisé par la plateforme loisirs Orchestra pour L'Echo touristique, qui correspond aux ventes des voyageurs réalisées dans les agences offline et online françaises.

TOP 20 DESTINATIONS (SEPTEMBRE 2022)

EVOLUTION MENSUELLE 2022 VS 2019 : +4 %

Rang	Destination	Evolution du Volume d'Affaires (2022 vs 2019)	Evolution du Panier Moyen (2022 vs 2019)
1	 FRANCE MÉTROPOLITAINE	-13%	34%
2	 ESPAGNE	46%	18%
3	 REP. DOMINICAINE	52%	15%
4	 GRECE	14%	8%
5	 TUNISIE	0%	19%
6	 MAROC	55%	10%
7	 EGYPTE	66%	35%
8	 ILE MAURICE	39%	12%
9	 TANZANIE	253%	20%
10	 MEXIQUE	-18%	26%
11	 THAÏLANDE	-37%	36%
12	 TURQUIE	-17%	23%
13	 MARTINIQUE	29%	12%
14	 EMIRATS ARABES UNIS	-8%	17%
15	 PORTUGAL	-1%	11%
16	 ÉTATS-UNIS	-17%	7%
17	 GUADELOUPE	19%	8%
18	 ITALIE	-29%	8%
19	 FINLANDE	144%	0%
20	 MALDIVES	9%	28%

PART DU VOLUME D'AFFAIRES PAR TYPES DE DESTINATIONS



Atc.corsica