



REVUE DE PRESSE

DU 11 & 12 octobre 2022

Mission Communication

SOMMAIRE

01 **ECONOMIE** P3

VERS LA FRANCE, LES PRIX DES BILLETS D'AVION EXPLOSENT DEPUIS CERTAINS PAYS. P3

FRANCE : LA FREQUENTATION TOURISTIQUE AU-DESSUS DU NIVEAU D'AVANT-CRISE... P5

PENURIE DE CARBURANT : QUELLES CONSEQUENCES SUR LE VOYAGE ? P11

TOUSSAINT ET WEEK-ENDS FIN 2022 : LES FRANÇAIS PERSISTENT ET SIGNENT..... P13

3

02 **TRANSPORT** P16

AERIEN : PRES DE 200 PAYS S'ENGAGENT A LA NEUTRALITE CARBONE EN 2050 P16

o

03 **AILLEURS** P18

LA REGION EST L'ECHELON LE PLUS COHERENT POUR LE PILOTAGE TOURISTIQUE P18

ECHO TOURISTIQUE DU 11/10

VERS LA FRANCE, LES PRIX DES BILLETS D'AVION EXPLOSENT DEPUIS CERTAINS PAYS

<https://www.lechotouristique.com/article/vers-la-france-les-prix-des-billets-davion-explorent-depuis-certains-pays>

D'après MisterFly, en septembre, les prix ont bondi de 28% en général, au départ de la France. Qu'en est-il dans le sens opposé ? Tout dépend des destinations.

Mabrian Technologies s'est penché sur les tarifs aériens vers l'Hexagone pour des voyages prévus entre le 1er décembre 2022 et 31 janvier 2023, et livre ses conclusions en primeur pour L'Echo touristique.

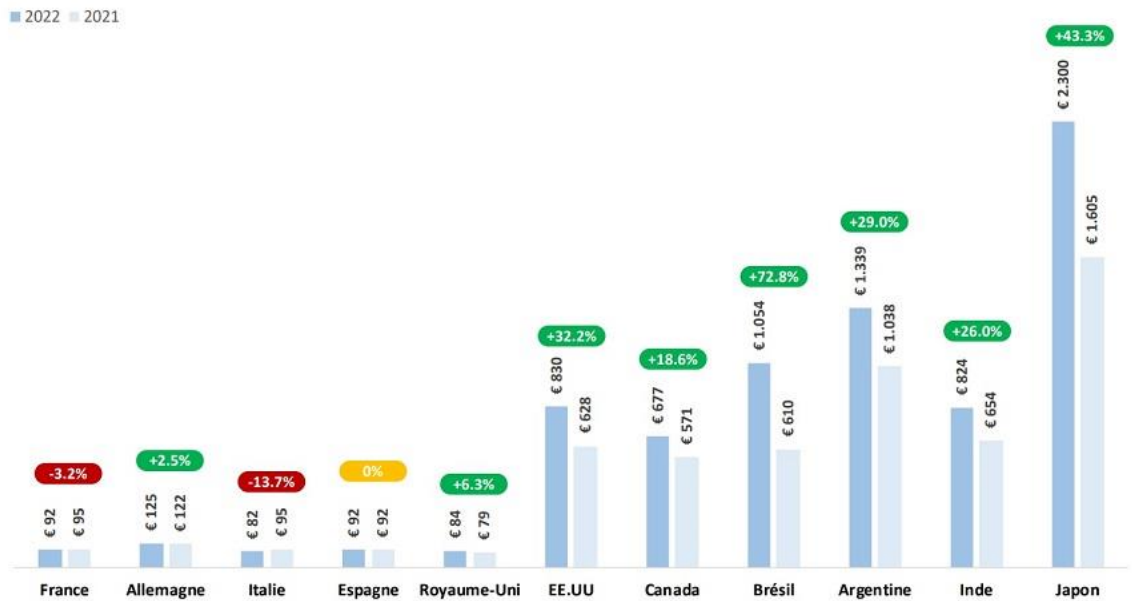
Cet expert de l'analyse de données touristiques constate, en comparaison avec l'exercice 2021, une hausse globale des tarifs aériens depuis l'étranger vers la France. Mais l'augmentation varie fortement en fonction des pays d'origine.

Depuis les pays européens, les tarifs aériens ne semblent pas croître outre mesure. Voyager depuis l'Allemagne et le Royaume-Uni sera certes plus onéreux. Mais à ce jour, le prix d'un vol aller simple vers l'Hexagone ne varie pas depuis l'Espagne et diminue même depuis l'Italie (-13,7%). Signalons également que les tarifs aériens domestiques diminuent de 3,2% par rapport à 2021.

Les prix s'envolent depuis l'Amérique vs 2021

En revanche, sur le long-courrier, l'inflation s'avère importante sur un an. Les prix grimpent fortement pour les vols depuis les États-Unis (+32,2%), le Canada (+18,6%) et s'envolent depuis le Brésil (+72,8%).

Enfin, pour l'Asie, qui présente toujours un niveau de connectivité très faible avec l'Hexagone, les tarifs vers la France sont en forte progression par rapport à 2021. Mabrian observe +26% depuis l'Inde et +43% depuis le Japon. La hausse des tarifs aériens longue distance n'est pas propre à la France. Sur la même période, l'entreprise constate une situation très similaire pour les destinations Espagne et Royaume-Uni.

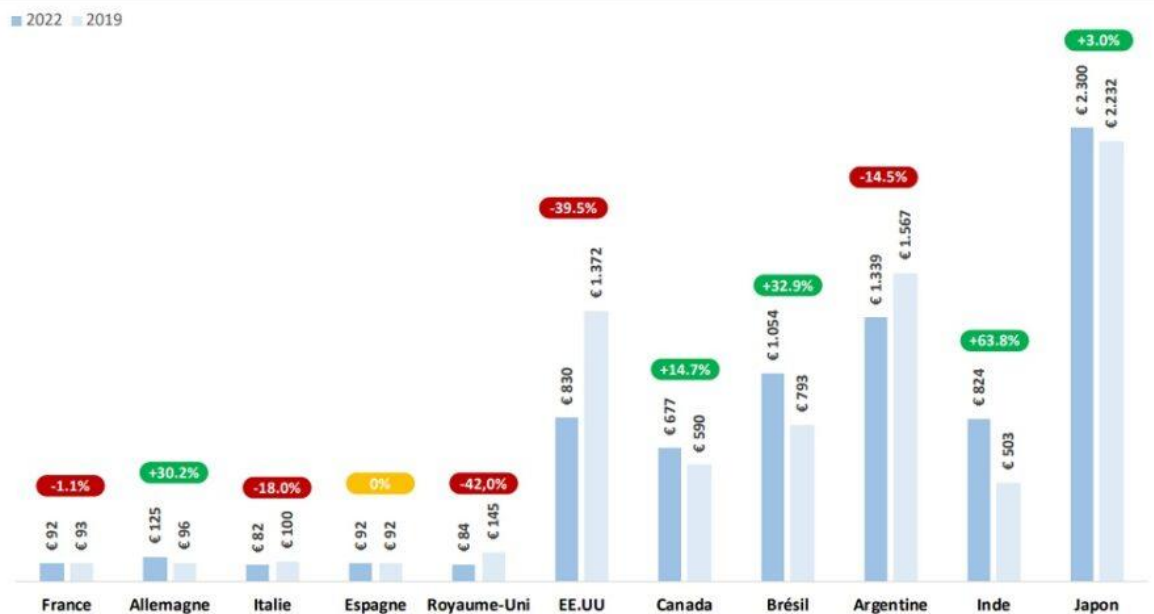


Aéroports destination France concernés : AJA, BES, BIA, BIQ, BOD, BSL, CDG, CFE, CLY, EBU, EGC, FSC, LDE, EBU, EGC, FSC, LDE, LIL, LYS, MRS, NCE, NTE, ORY, PUF, RNS, SXB, TLS.
Tarifs extraits le 04/10/2022

Pour L'Echo, Mabrian a également analysé les prix de l'étranger vers l'Hexagone pour des voyages prévus entre le 1er décembre 2022 et 31 janvier 2023, versus la même période en 2019 (voir ci-dessous). Les prix de l'Inde, du Brésil et du Canada augmentent là aussi fortement. Ce n'est en revanche pas le cas des Etats-Unis, bien au contraire. Les tarifs affichent même un recul significatif (-39,5%).

Destination France : prix moyen vol aller selon pays d'origine

Période du 01 décembre 2022 au 31 janvier 2023 vs 2019 - Source : Mabrian Technologies Travel Intelligence



Aéroports destination France concernés : AJA, BES, BIA, BIQ, BOD, BSL, CDG, CFE, CLY, EBU, EGC, FSC, LDE, EBU, EGC, FSC, LDE, LIL, LYS, MRS, NCE, NTE, ORY, PUF, RNS, SXB, TLS.
Tarifs extraits le 04/10/2022

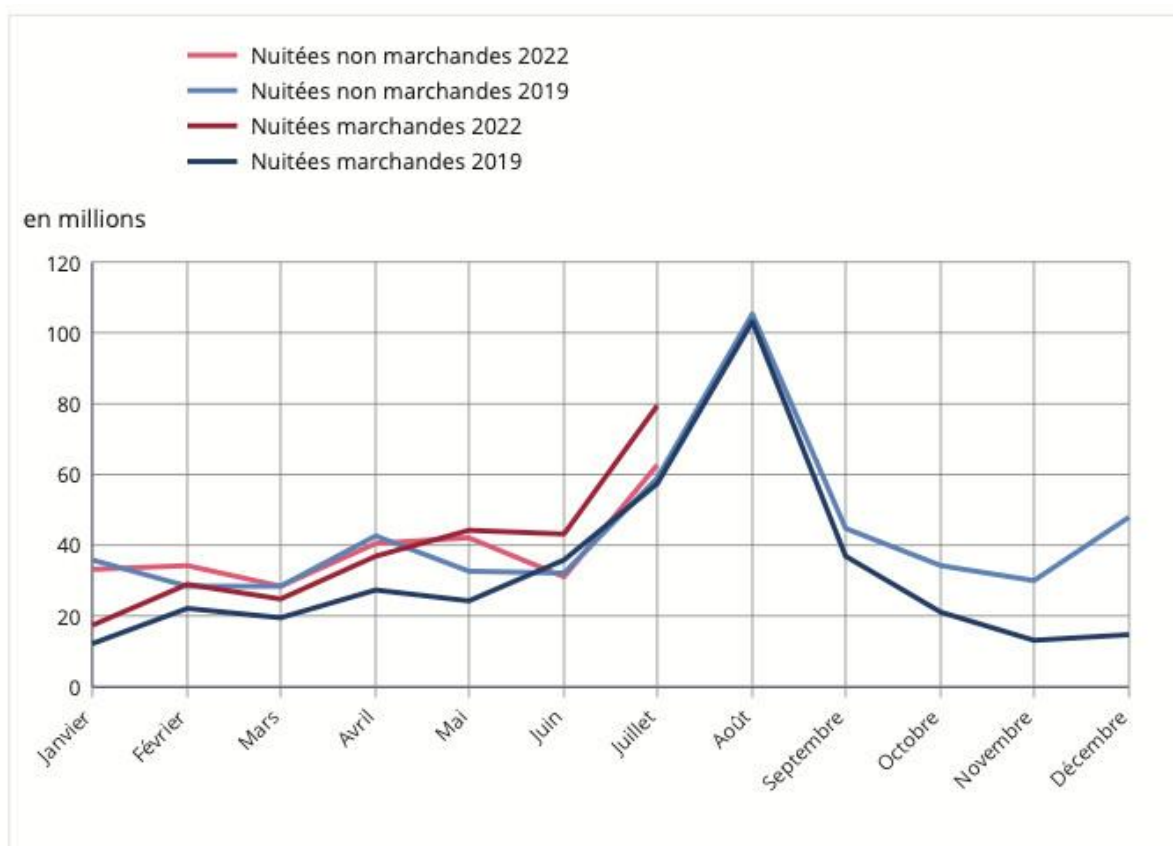
https://www.tourmag.com/France-la-frequentation-touristique-2022-au-dessus-du-niveau-d-avant-crise_a115736.html

L'Insee vient de publier son Focus N°275 qui analyse la fréquentation estivale de la destination France, tant par les résidents que les clientèles internationales. Ce qui a été engrangé est très positif. C'est la confirmation des bilans venus des régions et une bonne nouvelle à prendre compte-tenu d'une perspective plus aléatoire pour les saisons à venir.

Dans un résumé en quelques remarques positives, qu'il analyse ensuite plus en détail, l'Insee indique :

- La fréquentation de juin à août 2022 dans les hôtels et campings dépasse de 3% son niveau d'avant-crise.
- La clientèle résidente est nettement plus présente qu'en 2019 et demeure la principale composante du tourisme en France.
- Depuis juin 2022, les habitants de France métropolitaine passent davantage de nuitées dans l'hébergement marchand (hôtels, campings, locations auprès de particuliers, etc.) que dans le non-marchand (résidence secondaire, en famille ou chez des amis).
- La clientèle internationale est revenue aussi nombreuse qu'avant la crise sanitaire ; l'absence de touristes provenant de Chine, du Japon ou de Russie est compensée par la clientèle européenne.
- Les dépenses en voyages des touristes étrangers durant l'été 2022 dépassent de 7% celles de 2019, du fait des hausses de prix, notamment dans l'hôtellerie et la restauration.
- Avec une fréquentation et des prix en hausse, le chiffre d'affaires augmente de 14% dans l'hébergement et la restauration en juillet 2022, par rapport à juillet 2019.

Un hébergement touristique devenu principalement marchand



En juin et juillet 2022, l'hébergement marchand (hôtels, campings, autres hébergements touristiques, notamment locations auprès de particuliers) est devenu le principal mode d'hébergement des touristes résidents de France métropolitaine (voir figure 1).

Le retour à ce type d'hébergement avait été amorcé à l'été 2021, principalement sur le littoral et en montagne.

Jusqu'en juin 2022, les touristes résidents passaient leurs nuits autant en hébergement non marchand (en résidence secondaire, en famille ou chez des amis) qu'en hébergement marchand, voire davantage en dehors de la période estivale.

À la levée des restrictions de déplacement, à l'été 2020, l'hébergement non marchand constituait même le principal mode d'hébergement estival des résidents.

Plus le niveau de revenu est élevé, plus les résidents partent en voyage. Les différences de taux de départ observées à l'été 2022 selon le niveau de revenu des résidents correspondent à la situation d'avant-crise.

Retour des principales clientèles internationales dans les hôtels et campings

en millions

	2019			2022		
	Juin	Juillet	Août	Juin	Juillet	Août
Ensemble des résidents	23,4	40,0	50,6	24,0	43,9	52,3
Ensemble des non-résidents, dont :	13,6	21,7	22,0	12,7	21,4	21,9
Pays-Bas	1,6	4,9	5,1	1,6	4,8	5,5
Allemagne	2,7	3,0	3,4	3,0	3,3	4,0
Belgique	1,1	3,2	2,0	1,0	3,5	2,0
Royaume-Uni	1,7	2,4	3,7	1,5	1,9	3,0
États-Unis	1,3	1,3	0,9	1,2	1,2	0,9
Suisse	0,6	1,1	0,7	0,7	1,5	0,8
Espagne	0,9	1,0	1,4	0,7	0,9	1,3
Italie	0,5	0,7	1,4	0,6	0,7	1,5

Nombre de nuitées passées par les clientèles résidente et internationale dans les hôtels et campings de juin à août

Avec le développement de la clientèle résidente et une clientèle internationale revenue cet été, la fréquentation de juin à août 2022 dans les hôtels et campings dépasse de 3% son niveau d'avant-crise (Voir figure2). Les nuitées de la clientèle internationale restent deux fois moins nombreuses que celles des résidents.

Les fréquentations des Américains et des Britanniques, les deux principales clientèles internationales des hôtels, se sont progressivement rétablies pour revenir à leurs niveaux de juillet et août 2019. Le retour de la clientèle américaine a été aidé par un dollar renforcé face à l'euro.

Les clientèles néerlandaise, allemande et belge, principales clientèles internationales des campings depuis de nombreuses années, étaient déjà revenues à l'été 2021. Elles sont encore plus présentes durant l'été 2022. Au contraire, la clientèle britannique n'est revenue qu'à 72 % de son niveau de 2019 dans les campings. Les autres clientèles sont presque toutes revenues durant l'été 2022, y compris celles venant de pays hors d'Europe, comme des Amériques et du Proche et Moyen-Orient.

Toutefois, les clientèles russe, japonaise et surtout chinoise sont toujours manquantes. La fréquentation hôtelière de chacune de ces clientèles atteint 15 à 20 % de son niveau de l'été 2019. Ces trois clientèles étrangères représentent 1% de la fréquentation étrangère des hôtels durant l'été 2022, contre 7% en 2019.

La fréquentation d'avant-crise enfin retrouvée en Île-de-France

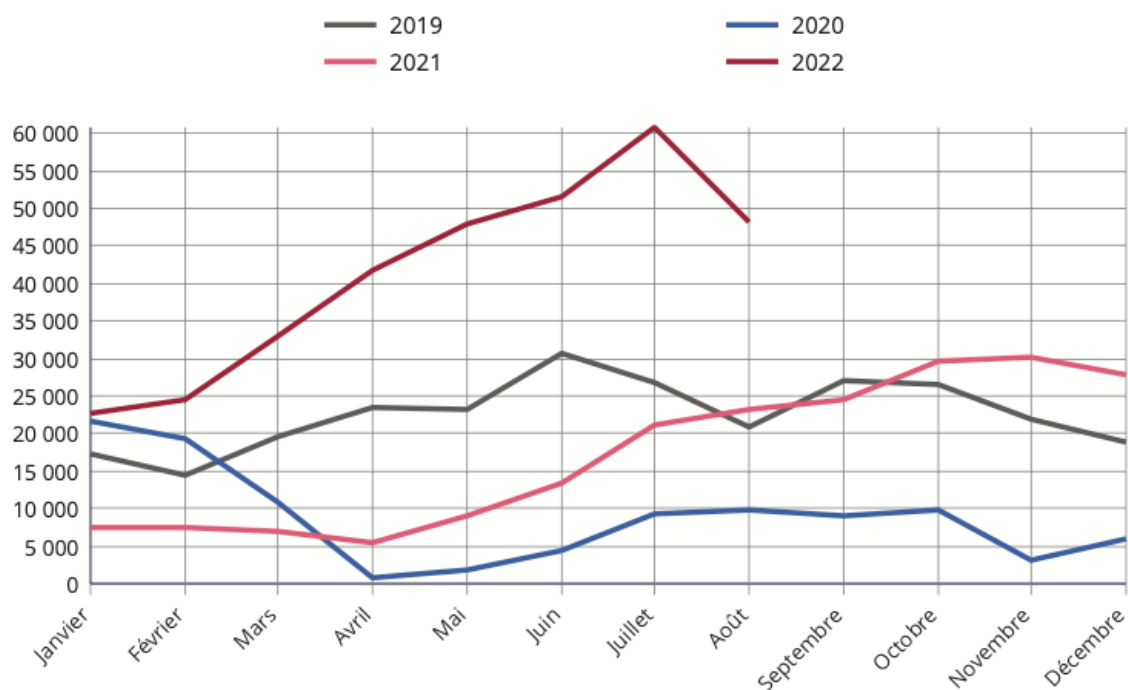


Figure 3 – Nombre de commentaires laissés sur Airbnb concernant des locations situées à Paris

Avec le retour de la clientèle internationale et une fréquentation soutenue de la clientèle résidente, Paris et la région Île-de-France retrouvent, à partir de juin 2022, le niveau de fréquentation hôtelière de 2019 pour la première fois depuis le début de la crise sanitaire.

De même, la fréquentation hôtelière dans les espaces urbains, affectés par la faible présence de touristes internationaux avant l'été 2022, revient à des niveaux comparables à 2019.

Outre les hôtels, les locations auprès de particuliers ont été plébiscitées : le nombre de commentaires laissés sur le site d'Airbnb concernant une location à Paris dépasse de beaucoup le niveau de 2019 (Voir figure 3).

Cette hausse peut en partie s'expliquer par un usage plus fréquent des commentaires, mais son ampleur indique néanmoins une très probable augmentation des locations auprès de particuliers par rapport à 2019.

Les dépenses des visiteurs étrangers en augmentation de 7%, du fait de la hausse des prix

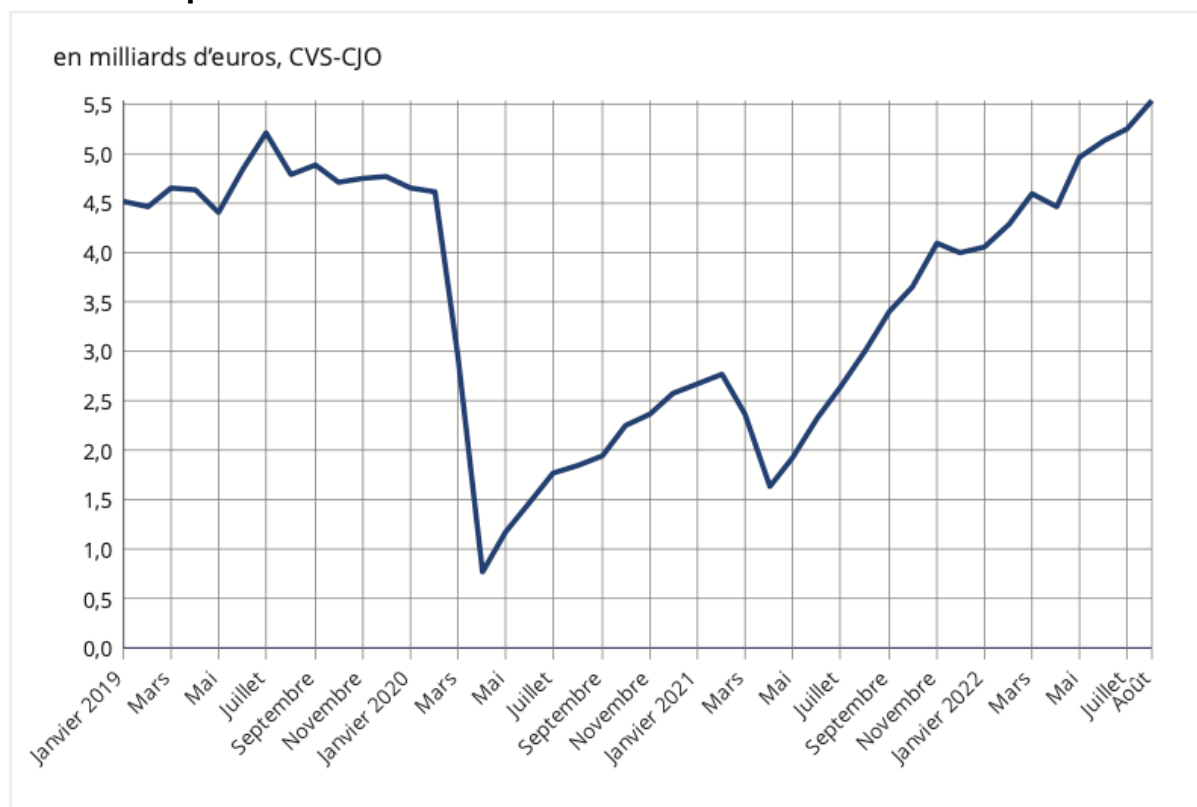


Figure 4 – Dépenses de voyages des non-résidents en France

Durant l'été 2022, les visiteurs étrangers ont dépensé 7% de plus que durant l'été 2019 (Voir figure 4). Cette hausse résulte de deux évolutions opposées : une hausse des prix et une baisse des volumes.

Une hausse des prix importante dans les secteurs touristiques

L'indice des prix à la consommation dans les hôtels, motels, auberges et hébergements similaires augmente tout au long du premier semestre 2022 ; en juin-juillet-août 2022, cet indice s'établit à 13 % au-dessus du niveau des prix de la même période en 2019. Les prix à la consommation dans les restaurants, cafés et établissements similaires augmentent également pour s'établir à 8+ % au-dessus des prix de juin-juillet-août 2019.

Outre l'hébergement et la restauration, la hausse des prix par rapport à l'été 2019 concerne l'ensemble des produits entrant dans les dépenses des touristes (titres de transport, achats divers, etc.). Au total, la hausse des prix dans les secteurs touristiques est supérieure à la hausse des dépenses des visiteurs étrangers.

Lire aussi : Bilan été, PGE, stratégie... Olivia Grégoire, la ministre du Tourisme, fait sa rentrée

Cela signifie que, corrigée de l'inflation, la dépense des visiteurs étrangers baisse à l'été 2022 par rapport à l'été 2019.

Cette baisse en volume est d'abord le fait de la baisse de la dépense totale des touristes en provenance de Chine, et dans une moindre mesure du Japon et de Russie, que ne compense pas la hausse des dépenses des voyageurs venant d'Europe et des États-Unis.

Hausse du chiffre d'affaires dans l'hébergement et la restauration

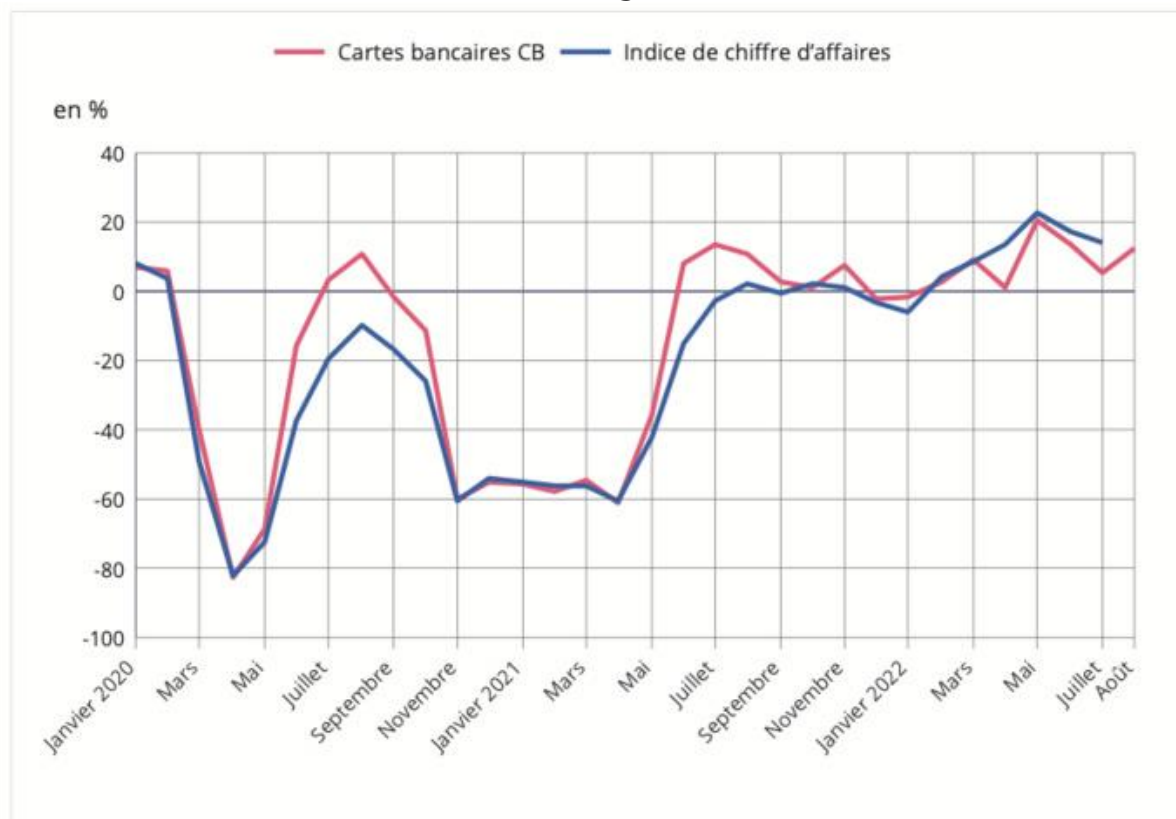


Figure 5 – Évolution des montants de transaction par cartes bancaires CB et indicateurs de chiffre d'affaires dans l'hébergement et la restauration, par rapport à 2019

Le chiffre d'affaires de l'été 2022 progresse au moins au même rythme, sinon davantage, que les prix dans l'hébergement-restauration par rapport à l'été 2019.

Cette hausse de l'activité en volume serait imputable au tourisme des résidents, étant donné la baisse de dépenses des étrangers en volume. La nette hausse de la dépense des résidents en hébergement et restauration, mesurée par leurs achats en cartes bancaires CB, conforte cette hypothèse (Voir figure 5).

Lecture : en juillet 2022, les montants de transaction par cartes bancaires CB dans les secteurs de l'hébergement et de la restauration sont 5,4 % supérieurs à ceux de juillet 2019. L'indice de chiffre d'affaires de ces secteurs augmente quant à lui de 13,9 %.

Champ : France, secteurs de l'hébergement et de la restauration.

Sources : Insee, indice de chiffre d'affaires ; données Cartes Bancaires CB, échantillon sur base mensuelle, calculs Insee.

https://www.tourmag.com/Penurie-de-carburant-queles-consequences-sur-le-voyage-%F0%9F%94%91_a115751.html

La pénurie de carburant impacte d'ores et déjà plusieurs métiers du voyage et du tourisme : autocaristes, taxis, ou encore loueurs de voitures. Si jusqu'ici l'activité tient le choc, les professionnels s'inquiètent d'un éventuel enlisement de la grève qui a été reconduite ce mercredi.

Les files d'attente aux stations services ne vont pas se réduire ce mercredi.

En effet, la grève se poursuit dans les raffineries en France. La CGT a annoncé la reconduction de la mobilisation chez TotalEnergies. Idem du côté d'Esso-ExxonMobil de Port-Jérôme en Seine-Maritime.

Pour éviter les pénuries, le gouvernement a annoncé des réquisitions de personnel pour débloquer les dépôts de carburants du groupe Esso-ExxonMobil. Il pourrait en être de même chez TotalEnergies.

En attendant, difficile de trouver du carburant. Cette pénurie pourrait-elle avoir des conséquences pour les acteurs du tourisme et du voyage ?

Pénurie de carburant : autocars quelles conséquences ?

Les entreprises de transport de passagers font notamment face à des difficultés. "Pour l'instant nos voyages partent", nous confirme un autocariste qui souhaite rester anonyme, "mais il ne faut pas que cela dure éternellement. Nous avons été ravitaillés mais à des prix dingues !"

De son côté, Pierrick Burban, PDG d'Autocars Menguy-Burban, est inquiet pour la fin de semaine : "La situation devient très compliquée sur la région parisienne pour le transport scolaire, le transport d'ouvriers et le tourisme de proximité.

C'est aussi une problématique pour les chauffeurs qui viennent travailler avec leur véhicule personnel. Et le conflit s'étend aussi dans le 44... Il faudrait vraiment que l'Etat intervienne."

Les longs séjours eux partent. "Les chauffeurs font le plein sur les autoroutes où c'est encore possible", précise Pierrick Burban qui reste préoccupé : "la vraie problématique ce sera pour la fin de cette semaine".

De son côté, la FNTV (Fédération nationale du transport de voyageurs) a alerté également le gouvernement que certaines activités étaient déjà à l'arrêt. "Nos entreprises éprouvent de grandes difficultés d'approvisionnement en carburants, notamment dans les Hauts-de-France, l'Île-de-France, le Grand Est et la Normandie", explique Ingrid Mareschal, déléguée générale de la FNTV.

"Certains réseaux et services scolaires sont déjà à l'arrêt et d'autres le seront demain faute de livraison de carburant, leurs stocks étant à zéro ou avec un ou deux jours

d'autonomie, parfois sans visibilité de la part de leurs fournisseurs sur la prochaine date de livraison.

Nous faisons un point quotidien avec le Ministère des Transports depuis vendredi pour tenter de favoriser l'approvisionnement des cuves des professionnels du transport public et du transport scolaire.

Nos entreprises effectuant des lignes FlixBus sont donc forcément impactées par cette situation ainsi que les activités de transport touristique et occasionnel."

FlixBus demande des garanties sur l'approvisionnement

Face à la pénurie de carburant qui se répand en France, FlixBus justement demande aux autorités d'apporter des garanties d'approvisionnement aux transporteurs réguliers de voyageurs.

"La pénurie de carburants nous touche forcément, même si les difficultés opérationnelles restent aujourd'hui encore limitées. Nous sommes bien sûr conscients que les secteurs de première nécessité doivent rester prioritaires dans les mesures qui seront prises pour lutter contre la pénurie actuelle, indique Yvan Lefranc-Morin, directeur régional FlixBus.

Néanmoins, pour nos passagers et nos partenaires, nous souhaitons attirer l'attention des autorités sur la nécessité d'assurer une continuité de l'approvisionnement en carburant pour les transporteurs réguliers de voyageurs comme FlixBus."

Quid des loueurs de voitures ?

Autre secteur qui pourrait être impacté : celui des loueurs des voitures.

Pour l'heure, chez EuropCar Mobility Group, l'activité tient le coup. "Pour le moment nous ne constatons pas d'énormes baisses d'activité, nous notons juste un renchérissement des véhicules électriques de quelques points. Pour l'instant, l'activité tient !", précise Cédric Douls, directeur commerce et Marketing France d'EuropCar.

Pierre Feisthauer, chargé de développement chez Carigami, n'observe pas non plus de baisse de réservations : "il n'y a pas de baisse, mais le niveau actuel pour les prises de commandes est extrêmement bas".

Les taxis ont demandé quant à eux à "être prioritaires sur les stations-service" car ils "font partie intégrante de la chaîne de soin", a réclamé le porte-parole de la Fédération nationale du taxi (FNDDT), Gilles Alonso sur France Info.

Le Ministère de la Transition Ecologique a "explicitement demandé aux Préfets d'intégrer les taxis conventionnés dans les dispositifs de priorisations", précise un communiqué de la FNDDT, mais seuls les taxis conventionnés pourront bénéficier de ce statut.

Les vacances de la Toussaint en question ?

Sans carburant, difficile de rejoindre son lieu de vacances.

Mais pour l'heure, les hébergeurs ne constatent aucun affolement de la part des clients. Chez Gîtes de France, il n'y a aucune demandes d'annulations, ni de report. "Nous avons très peu d'appels entrants concernant ce sujet", nous assure un porte-parole.

La saison s'annonce "a priori" non impactée non plus chez Logis Hotels : "pour l'instant pas de taux d'annulation hors norme et pas de frein sur la dynamique de croissance observée sur la rentrée et l'arrière-saison."

Idem du côté de VVF : "Cette grève n'a pas d'impact, cela n'influence pas les réservations sur la Toussaint. Ce sujet n'a pas été relevé par notre service clients", ajoute Stéphane Le Bihan, directeur général de VVF.

Pas de sujet non plus du côté de The Originals, Human Hotels & Resorts. "Je suis actuellement en tournée chez nos hôteliers et cela n'est pas une préoccupation qui est remontée.

Toutefois je reste prudente, le corporate représente 75% de notre activité et cela pourrait évoluer en fonction de la situation", précise Elisabeth Sirou, directrice des ventes E-distribution et Corporate du groupement hôtelier.

TOURMAG DU 12/10

TOUSSAINT ET WEEK-ENDS FIN 2022 : LES FRANÇAIS PERSISTENT ET SIGNENT...

https://www.tourmag.com/Toussaint-et-week-ends-fin-2022-les-Francais-persistent-et-signent_a115744.html

VVF Ingénierie, cabinet-conseil spécialiste d'études et de conduite de projet d'équipements touristiques durables, filiale de VVF, constate que malgré le climat d'incertitude lié à l'actualité, les Français ont toujours envie d'escapades, que ce soit lors de week-end ou pour les vacances de la Toussaint. Avec qui vont-ils partir, où et comment ?

L'incertitude prime en ce début d'automne pour près de la moitié des Français (48 %). Les autres sont autant à être sereins qu'inquiets (26 % ex-aequo). Malgré des pourcentages encore très forts, les Français ressentent moins que l'actualité pourrait avoir des impacts négatifs à très négatifs sur leurs prochaines vacances, en comparaison de juillet dernier.

Remontant en première position par rapport à cet été, la dégradation du pouvoir d'achat est considérée comme le facteur le plus susceptible d'impacter négativement le budget des vacances (67 % vs 85 % cet été). Elle est suivie par la hausse du prix de l'énergie (63 %).

Suite aux mesures prises pour maîtriser les coûts des carburants, la crainte des impacts négatifs de leur augmentation chute, de la 1ère place en juillet (86 %), à la

troisième en cette rentrée (60 %). (Sondage effectué du 22 au 28 septembre 2022 avant les grèves dans les raffineries)

Des intentions de départs plus élevées pour les week-ends que pour la Toussaint

Week-end d'automne	Toussaint
Mer – 30 %	Mer – 41 %
Campagne – 23 %	Campagne 23 %
Europe – 15 %	Paris et villes touristiques ex-aequo avec la montagne - 11 %

43 % des répondants ambitionnent de partir un ou plusieurs week-ends d'ici la fin de l'année contre 38 % pour la Toussaint.

Dans les deux cas, le pourcentage de personnes n'ayant pas décidé de leur destination est similaire (27 % pour les week-ends vs 28 % pour la Toussaint).

Pour les Français qui partent en vacances et qui ont déjà choisi leur destination, la mer et la campagne sont les deux environnements préférés, que ce soit pour le week-end ou pour la Toussaint (Voir tableau ci-dessus).

Les réservations mieux anticipées pour la Toussaint ; les week-ends plus propices à des réservations à « la dernière minute »

Les Français qui partent en vacances cet automne sont plus nombreux à avoir déjà réservé pour la Toussaint que pour leurs week-ends (26 % vs 18 % le week-end). En 2021 les réservations pour la Toussaint avaient été plus précoces : 39 % des Français les avaient déjà effectuées à fin septembre.

En revanche, les week-ends sont davantage propices à des réservations de dernière minute : 21 % vont s'y prendre une semaine avant (vs 15 % pour la Toussaint) et 15 % le feront 2 ou 3 jours en amont (vs 9 % pour la Toussaint).

Bénéficiaire de tarifs avantageux est la première raison invoquée par ceux ayant déjà réservé leurs vacances (47 %). Viennent ensuite, avec des pourcentages similaires, l'assurance d'avoir la destination choisie (24 %) et la tranquillité d'esprit (23 %).

La Toussaint : des vacances familiales

Week-end	Toussaint
29 % : une offre de restauration	19 % : une offre de restauration
20 % : des activités sportives	19 % ex-aequo : des activités culturelles
18 % : des offres « bien-être » (spa, sauna, hammam...)	18 % : des activités pour enfants

Si les Français passent principalement leurs vacances en famille, cette tendance est plus prononcée à la Toussaint (70 %) que lors des week-ends (53 %) où l'on part davantage seul ou avec des amis.

Les vacances de la Toussaint étant plus familiales, les activités pour enfants arrivent dans le top 3 des services attendus, alors que pour les week-ends, les offres « bien-être » sont privilégiées.

La voiture toujours reine mais le train monte en puissance le week-end

Le véhicule personnel reste le moyen de locomotion favori : 70 % l'utilisent à la Toussaint (vs 64 % le week-end). Ces derniers se révèlent plus propices à des déplacements en train (19 % vs 17 % pour la Toussaint).

Gîtes et clubs vacances en tête des hébergements ; hôtel et location appréciés en week-ends

Plus d'un quart des vacanciers ne se sont pas encore décidés quant à leur hébergement (18 % pour les week-ends et 16 % pour la Toussaint).

Les autres optent en premier lieu pour les gîtes et clubs vacances associatifs notamment pour la Toussaint (38 % vs 27 % le week-end)

A l'inverse, les hôtels qui arrivent en 2ème position, sont privilégiés le week-end (19 % vs 11% à Toussaint). On retrouve cette même tendance sur la 3ème marche du podium avec les locations entre particuliers via les plateformes (15 % le week-end vs 12 % à la Toussaint).

Le budget reste la boussole des vacances mais les vacanciers recherchent dépaysement et tranquillité

Le budget est un facteur particulièrement décisif pour des congés plus longs comme ceux de la Toussaint (33% vs 29 % pour les week-ends).

Les deux autres motivations sont identiques dans les 2 cas de figure mais avec des pourcentages légèrement plus élevés pour les week-ends. Les vacanciers souhaitent découvrir de nouveaux lieux (28 % le week-end et 25 % pour la Toussaint) et recherchent la tranquillité loin de la foule (18 % le week-end et 17 % pour la Toussaint).

ECHO TOURISTIQUE DU 11/10

AERIEN : PRES DE 200 PAYS S'ENGAGENT A LA NEUTRALITE CARBONE EN 2050

<https://www.lechotouristique.com/article/aerien-pres-de-200-pays-sengagent-a-la-neutralite-carbone-en-2050>

Ces Etats ont signé un accord prévoyant une décarbonation totale de l'aérien pour la moitié du siècle, en 2050. Les spécialistes estiment toutefois que ce n'est pas suffisant.

Vendredi 7 octobre, 193 Etats représentés aux Nations unies ont conclu un accord pour atteindre la neutralité carbone en 2050 dans l'aviation civile mondiale, souvent montrée du doigt pour son rôle dans la crise climatique.

Les représentants des 193 Etats de l'Organisation de l'Aviation civile internationale (OACI), une agence de l'ONU dont le siège est à Montréal, sont parvenus en assemblée à « un accord historique sur un objectif collectif ambitieux à long terme de zéro émission de carbone » au milieu du siècle, a tweeté l'organisation. Cette dernière a précisé qu'elle « continuait de plaider pour que les Etats fassent preuve de beaucoup plus d'ambition et d'investissement afin que l'aviation soit entièrement décarbonée d'ici à 2050 ou avant ».

L'aérien réservé aux plus riches ?

« C'est un excellent résultat », a estimé auprès de l'AFP une source diplomatique européenne, précisant que « seuls quatre pays, dont la Chine, avaient exprimé des réserves ». Mais l'accord est encore loin de satisfaire les ONG de défense de l'environnement, qui regrette sa faiblesse et le fait qu'il ne soit pas juridiquement contraignant.

Aujourd'hui responsable de 2,5 à 3% des émissions mondiales de CO₂, le secteur aérien s'avère difficile à faire passer aux énergies renouvelables, même si l'industrie aéronautique et les énergéticiens y travaillent d'arrache-pied. L'avion concentre de nombreuses critiques, d'autant qu'il est vu comme un moyen de déplacement réservé aux plus riches. En outre, 50% des émissions de l'aérien proviennent des 1% de voyageurs se déplaçant le plus.

1 550 milliards de dollars d'investissements

L'Association internationale du transport aérien (Iata) s'est dite « fortement encouragée » par le vote à l'OACI, qui intervient un an après que ce porte-voix des compagnies eût entériné le même principe en assemblée générale.

Le directeur général de l'Iata, Willie Walsh, s'attend désormais à « des politiques publiques bien plus solides en faveur de la décarbonation, comme des incitations à augmenter la capacité de production des carburants d'aviation durables »,

d'origine non fossile, principal levier pour réduire les émissions du secteur aérien selon les compagnies.

Selon l'IATA, créer une aviation décarbonée représente 1 550 milliards de dollars d'investissements entre 2021 et 2050. « La communauté mondiale de l'aviation salue cet accord emblématique », a déclaré pour sa part le directeur général du Conseil international des aéroports (ACI World). « C'est un tournant dans les efforts pour décarboner le secteur aérien, avec des gouvernements et des industriels qui se dirigent désormais dans la même direction, au sein d'un cadre réglementaire commun », a ajouté Luis Felipe de Oliveira, cité dans un communiqué de son organisme fédérant 1.950 plateformes aéroportuaires dans 185 pays.

Des ONG restent sur leur faim

Le ministre français chargé des Transports, Clément Beaune, s'est réjoui d'« une avancée majeure », jugeant sur Twitter qu'« il n'y aura pas d'avenir pour l'avion sans décarbonation » et se disant « fier d'avoir porté ce combat avec mes homologues européens ».

« Ce n'est pas le moment de l'accord de Paris pour l'aviation », a toutefois déploré Jo Dardenne, de l'ONG Transport & Environment (T&E). « Ne prétendons pas qu'un objectif non contraignant permettra de ramener l'aviation à zéro », a-t-elle ajouté. Même déception concernant l'ajustement de son mécanisme de compensation carbone (Corsia) qui a été revu par l'assemblée de l'OACI.

L'Assemblée a décidé de changer le niveau de référence de ce système, pour le porter à 85% des émissions produites en 2019, et de modifier la méthode de répartition des obligations entre les transporteurs aériens. Lancé en 2016, Corsia visait à l'origine à plafonner les émissions aux niveaux de 2020

TOURMAG DU 12/10**FRANCK LOUVRIER (PAYS DE LA LOIRE) : "LA REGION EST L'ECHELON LE PLUS COHERENT POUR LE PILOTAGE TOURISTIQUE"**

https://www.tourmag.com/Franck-Louvrier-Pays-de-la-Loire-la-Region-est-l-echelon-le-plus-coherent-pour-le-pilotage-touristique-%F0%9F%94%91_a115697.html

Franck Louvrier, Président du CRT des Pays de la Loire et président de la Commission Tourisme de Régions de France

A peine finie la saison estivale, le président du Comité Régional du Tourisme des Pays de la Loire se satisfait des bons résultats atteints, malgré des freins réels, dont le prolongement incite à être prudent pour les mois et saisons à venir. Il insiste sur les priorités de sa Région en matière de politique touristique et sur le rôle de la Commission Tourisme, nouvellement créée chez Régions de France.

TourMag : Président du CRT des Pays de la Loire, comment jugez-vous la saison estivale qui vient de s'achever ?

Franck Louvrier : Le constat est à peu près unanime à travers les régions françaises, et en Pays de la Loire plus particulièrement, que ce soit sur le littoral ou dans les terres, voire même en matière de tourisme urbain : la saison a été très positive en termes d'affluence y compris sur le mois de septembre, qui est pour nous un mois important.

Il nous reste une inconnue, la reprise attendue du tourisme d'affaires qui reste préoccupante, comme une résultante persistante de la période Covid.

Deuxième point très positif, le retour de la clientèle internationale au niveau des fréquentations de 2019, voire au-delà sur certaines zones géographiques.

Les effets indirects étonnants d'une série Netflix

Nous nous attendions au retour de la clientèle britannique, traditionnelle pour les Pays de la Loire, la bonne surprise vient des clientèles des pays du Sud sur les bords de Loire et une véritable affluence de la clientèle américaine pour des raisons multiples.

Il est surprenant de voir qu'une série Netflix comme « Emily in Paris » produit comme effets secondaires. La venue de nombreux TO américains au Rendez-Vous en France de mars dernier n'y est sans doute pas étrangère non plus.

Nous avons enregistré plus forte proportion d'excursionnistes à la journée

TourMag : Une saison pratiquement sans nuage donc ...

Franck Louvrier : Il faut quand même signaler les tensions que tous les professionnels ont connu en matière de personnel et de recrutement de

saisonniers. Nous avons sans doute perdu une part de chiffre d'affaires due à l'impossibilité d'assurer un service complet, tous les jours, ou sur des amplitudes horaires suffisamment larges.

C'est un sujet pour lequel il faudra trouver des solutions comme le pourboire numérique, pour que les métiers de service gagnent en attractivité financière, ou encore en matière de logement.

Nous avons aussi subi l'impact des incendies de l'été avec des tronçons d'itinéraires vélo fermés en Sarthe et en Anjou et des accès à la forêt.

TourMag : Ressentez-vous néanmoins des premiers signes d'inquiétude sur la prolongation effective de cette dynamique ?

Franck Louvrier : Nous avons effectivement constaté quelques éléments à prendre en compte pour nos objectifs 2023. En premier lieu, la part très importante des excursionnistes à la journée par rapport aux touristes qui séjournent en Pays de la Loire.

En second lieu, le très grand succès des locations saisonnières entre particuliers au détriment de l'hébergement marchand classique et, par voie de conséquence, sur la restauration. En analysant le ticket moyen, on constate de fait les prémices d'une baisse du pouvoir d'achat, tant en France qu'au Royaume-Uni qui est notre premier pays émetteur.

La mise en place de Solutions Immo Tourisme est une réponse aux difficultés des entrepreneurs

TourMag : Quelles dispositions avez-vous déjà envisagé ?

Franck Louvrier : La préoccupation pour nos professionnels est l'augmentation des taux d'intérêt qui va peser sur leur capacité d'investissement.

Nous travaillons sur des dispositifs de soutien avec BPI France, comme Solutions Immo Tourisme une foncière qui aide à l'acquisition ou qui reprend des actifs dans les situations les plus extrêmes.

Je ne voudrais pas oublier l'augmentation des coûts de l'énergie qui va peser dès les prochaines saisons sur tous les opérateurs touristiques. On ne peut qu'espérer que la tension sociale ne s'aggrave car elle déterminera la reprise du tourisme d'affaires que nous attendons. Dans ce contexte, nous allons naturellement privilégier le tourisme de proximité qui a permis de traverser correctement la crise sanitaire.

TourMag : Quel est votre état d'esprit après la période d'euphorie constatée à travers les régions à l'annonce des bilans saisonniers ?

Franck Louvrier : On surveille comme le lait sur le feu tous les indicateurs qui pourraient dérapier comme le taux de remboursement des PGE.

Nous avons mis en place un suivi tous les six mois des contacts pris à Rendez-Vous en France

tourMag : On a déjà évoqué l'effet positif du Rendez-Vous en France de mars 2022 à Nantes, y voyez-vous des effets à plus long terme ?

Franck Louvrier : Je dois déjà saluer l'engagement de tous les partenaires après deux éditions reportées. Honnêtement en début d'année, il fallait faire preuve de volonté pour mettre en œuvre un événement de cette envergure.

Au final, ce sont près de 650 tour-opérateurs et des journalistes internationaux de 57 pays face à 700 acteurs du tourisme. Je ne prendrai qu'un exemple significatif : l'accueil de tour-opérateurs espagnols au Puy du Fou en juin pour renforcer les liens de distribution.

Nous avons mis en place un suivi tous les six mois des contacts pris en mars dernier. Ce ne doit pas être pour nous une opération « one shot », mais le début de relations sur la durée, notamment avec tous ceux qui ont participé aux pré-tours sur notre région.

TourMag : Vous signalez l'effet d'entraînement de locomotives comme le Puy du Fou sur la clientèle étrangère notamment. On pourrait y rajouter le Voyage à Nantes. Est-ce qu'elles n'ont pas pour effet de cacher les atouts des autres départements ?

Franck Louvrier : Quand vous avez un TGV lancé à plus de 200 km, il ne faut pas ralentir la locomotive pour entraîner les wagons qui lui sont attachés. Nous avons la chance d'en avoir plusieurs déjà connues mais d'autres surgissent comme la célébration l'an prochain des 100 ans des 24 Heures du Mans, une nouvelle édition du Vendée Globe en 2024, qui vont braquer les regards internationaux sur notre territoire.

Il nous reste à développer des offres plus propices à la clientèle de proximité comme le bocage mayennais, comme les rivières de l'Ouest, le nouveau musée contemporain de l'Abbaye de Fontevraud, et nos châteaux...

Nous avons ce qu'il faut pour lutter contre le tourisme de masse par la diversité. Nous avons des menus bien établis qui répondent aux besoins essentiels et une carte qui s'enrichit pour ceux qui veulent sortir des sentiers battus.

Les 24 Heures du Mans vont célébrer leur centenaire l'an prochain

TourMag : C'est votre vision du marketing territorial ?

Franck Louvrier : Il faut dépasser la volonté de n'être connu qu'aux frontières de sa région. La force d'une marque, c'est son rayonnement international et nous avons la chance d'en posséder plusieurs sur le territoire, connues dans le monde entier.

TourMag : L'une d'entre elles, les 24 Heures du Mans, est au cœur d'un projet de resort qui a un peu de mal à sortir de terre. Allez-vous y contribuer ?

Franck Louvrier : Nous sommes effectivement en lien direct avec Pierre Fillon, président de l'ACO et propriétaire du circuit, qui est le porteur du projet de Resort 24 Heures du Mans.

Il est en train de réviser son plan d'investissement pour incorporer les nouveaux enjeux environnementaux de la course automobile, avec notamment le recours à l'hydrogène qui devrait apparaître dans l'édition 2024 ou 2025.

La Région est un partenaire important de l'ACO. La célébration des 100 ans ne devrait pas être un retour sur le passé mais davantage une projection sur l'avenir. Mais je préfère laisser Pierre Fillon faire lui-même ses annonces.

TourMag : Que penser de divers projets privés qui peinent à se concrétiser, comme le Musée des Collectionneurs à Angers ?

Franck Louvrier : Il s'agit là d'opérations menées par des opérateurs privés, comme vous le signalez, en l'occurrence la Compagnie de Phalsbourg. La ville d'Angers a besoin d'un signe fort d'attractivité qui lui manque en ce moment.

Nous suivons le sujet sans être impliqué directement car il a le mérite de contribuer à une restructuration urbanistique, une meilleure intégration de la culture dans la cité et la création d'une offre différente.

C'est une belle idée et nous serons sûrement amenés à un moment à l'accompagner, comme nous l'avons fait à l'occasion de la donation Cligman au musée de Fontevraud, qui dispose désormais d'un fond exceptionnel de plus de 900 œuvres.

Un projet de vaste complexe oenotouristique en préparation pour 2024 en Anjou

Pour votre information, je suis allé visiter le site de Parnay en Anjou, un projet de complexe oenotouristique, avec hôtellerie et restauration, de plusieurs dizaines de millions d'euros autour du vignoble ligérien qui sera exceptionnel.

Il va contribuer à renforcer la notoriété de la gastronomie ligérienne qui fait un peu défaut.

TourMag : S'il est un domaine où les Pays de la Loire font figure de pionniers, c'est le cyclotourisme qui est aujourd'hui largement repris par toutes les autres. Comment conserver ce leadership ?

Franck Louvrier : Nous avons déjà un avantage géologique, c'est que nous sommes un pays plat. Et nous ne cessons d'investir dans les infrastructures de la Loire à vélo environ 2 millions d'euros par an.

Nous présentons aujourd'hui 3 400 kilomètres d'itinéraires cyclables qui nous met en tête des régions de France dans ce domaine. Avec notre voisine, la région Centre Val de Loire, nous avons déjà investi 60 millions d'euros pour développer le cyclotourisme.

La priorité est de développer la marque Accueil Vélo, détenue par plus de 700 professionnels dans la Région pour traduire en chiffre d'affaires une activité très populaire. Il n'est pas question de s'endormir sur nos lauriers. C'est l'une des priorités du nouveau Schéma de développement touristique.

TourMag : Êtes-vous concernés par les grands événements sportifs qui vont marquer 2023 et 2024 ?

Franck Louvrier : La Baule est un camp de base pour l'équipe d'Argentine et Nantes va accueillir plusieurs matches du Mondial de Rugby. 2024 débutera avec les 100 ans des 24 Heures du Mans et si nous n'avons pas d'épreuves nautiques des JO, décentralisées à Marseille et Tahiti, la côte atlantique se rattrape avec le Vendée Globe qui n'est pas sur les mêmes dates.

TourMag : Le Schéma régional de développement touristique, adopté en mars dernier, met en avant trois axes : continuité, relance, ambition. Lequel, selon vous, est le plus important ?

Franck Louvrier : Il a été élaboré pendant et en sortie de crise, à laquelle personne n'était préparée, avec une large consultation. Il en ressort que notre priorité est de générer le tourisme de demain avec de fortes ambitions.

Notre rôle politique est d'anticiper autant que faire se peut. La relance a été engagée et les dispositifs restent actifs. Nous devons nous adapter et faciliter cette adaptation aux enjeux qui sont mis en avant dans l'après-crise en matière environnementale, durable.

L'échelon de la Région est le plus cohérent pour le pilotage touristique

TourMag : Vous êtes également le 1er président d'une commission nouvelle, Tourisme, au sein de Régions de France. Est-ce à dire que les Régions ont pris à bras le corps leur responsabilité et le pilotage en la matière ?

Franck Louvrier : La fameuse loi NOTRe n'avait pas tranché dans le partage de la compétence touristique entre les différents échelons territoriaux qui se l'approprient.

Mais on voit bien, à l'expérience, que l'échelon le plus cohérent et le plus efficace est celui de la région, avec comme interlocuteur l'État et ses agences. La meilleure illustration a été le travail des Régions pour soutenir leurs professionnels pendant la crise.

C'est la bonne dimension pour faire face aux concurrences des pays et régions internationales. Nous devons garder ce rôle de chef de file en entraînant les autres échelons territoriaux que sont les départements et les communautés de communes.

A l'occasion de ma rencontre avec la ministre Olivia Grégoire, Ministre déléguée au Tourisme, je lui ai exprimé notre volonté de co-construction et de participation active au Comité de filière pour prendre des initiatives concrètes.

TourMag : Arrivez-vous, comme président de la Commission Tourisme de Régions de France, à parler pour tous vos confrères présidents de CRT, qui sont aussi en concurrence les uns avec les autres ?

Franck Louvrier : L'émulation est stimulante et bonne conseillère. Nous avons chacun des atouts et des forces différents ce qui renforce l'attractivité et la diversité de l'offre française. Si chacun réclame la 1ère place dans un domaine, à l'arrivée le pays peut présenter une offre variée et puissante.

A travers ces communications, il est important que les touristes étrangers pensent France que ce soit pour les sports d'hiver, le littoral, le patrimoine ou les mobilités douces.

Rassurez-vous nos rencontres permettent à la fois d'avoir une vision globale, de faire des échanges de bonnes pratiques et d'expériences. J'ai pu le constater récemment sur les enjeux de recrutement, les enjeux du numérique ou de développement durable.

L'enjeu est d'embarquer toutes les régions pour avoir un discours cohérent face à la ministre. Ce que la Loi NOTRe ne nous a pas aidé à faire.

Atc.corsica