



REVUE DE PRESSE

Du 22 novembre 2022

Mission Communication

SOMMAIRE

01 **ECONOMIE** P3

TOURISME : DES AIDES POUR PAYER LES FACTURES D'ENERGIE P3

E-COMMERCE : DES ACTEURS DU TOURISME DANS LE TOP 20 DES SITES FRANÇAIS ?..P5

02 **TENDANCES** P6

TOURISME : LES TENDANCES DE VOYAGE EN 2023 SELON EXPEDIA GROUP P6

NOËL : 55% DES FRANÇAIS PARTIRONT EN VACANCES, SELON OLIVIA GREGOIRE P7

TOURMAG DU 22/11

TOURISME : DES AIDES POUR PAYER LES FACTURES D'ENERGIE

https://www.tourmag.com/Tourisme-des-aides-pour-payer-les-factures-d-energie_a116325.html

Le secteur du tourisme est grandement impacté par la flambée des prix de l'électricité et du gaz. Que ce soit la SNCF, les remontées mécaniques ou les établissements touristiques, tous ces acteurs ont vu leurs factures augmenter. Pour permettre au plus grand nombre d'affronter cette mauvaise passe, le gouvernement a mis en place un plan de soutien.

Entre la guerre en Ukraine, le changement climatique impactant le niveau des lacs servant à la production hydraulique ou encore les retards sur l'entretien des centrales nucléaires... l'hiver à venir s'annonce tendu sur le plan de la production électrique en France.

RTE, le gestionnaire du réseau électrique, craint même une alerte rouge pour le mois de janvier, avec des coupures de courant si la situation ne s'améliore pas. Pour chance et jusque là, le pays est toujours emmaillotté d'une certaine douceur automnale.

Alors que la menace des coupures se rapproche, les acteurs du tourisme font face à des factures d'électricité en très forte hausse. Certaines stations ont vu les chiffres multiplier par 2 ou 3, incitant des villes à fermer des remontées ou écourter la saison hivernale.

Pour permettre au secteur du voyage de passer l'hiver, le gouvernement a mis en place un plan d'aide national, pour le paiement des factures d'électricité et de gaz.

Trois mesures ont été prises, comme de baisser de la fiscalité sur l'électricité (TICFE) à son minimum légal européen.

Energie : un bouclier tarifaire pour les TPE

Ainsi, pour 2022 et 2023, la réduction de taxe représentera un effort étatique de l'ordre de 8,4 milliards d'euros pour les entreprises.

"Les entreprises peuvent également bénéficier du mécanisme d'ARENH, qui leur permet d'obtenir une part importante de leur électricité à un prix fixe de 42€/MWh, plutôt qu'au prix de marché," précise le ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique.

Ce n'est pas tout, concernant les TPE de moins de 10 salariés, un bouclier tarifaire sera instauré.

Ces entreprises doivent réaliser moins de 2 millions d'euros de recettes et posséder un compteur électrique d'une puissance inférieure à 36 kVA.

De plus, un guichet d'aide au paiement des factures d'électricité sera instauré. Il permettra jusqu'au 31 décembre 2022, de bénéficier de l'aide au paiement des factures d'électricité.

Le montant ne pouvant pas dépasser 4 millions d'euros.

Pour les mois de septembre et octobre 2022, le guichet des demandes des aides sera ouvert le 19 novembre. Le guichet pour la période suivante (novembre – décembre 2022) sera ouvert début 2023.

"Pour les entreprises qui présentent des dépenses d'énergie plus importantes, une aide renforcée peut être mobilisée pour un montant maximal de 50 millions d'euros, et jusqu'à 150 millions d'euros pour les secteurs exposés à un risque de fuite de carbone," précise le communiqué.

Electricité et gaz : voici les conditions pour bénéficier du plan d'aide

Attention, ce plan n'est pas ouvert à toutes les sociétés françaises, il existe deux conditions.

Tout d'abord, il convient de justifier une hausse du prix de l'énergie de 50 % par rapport au prix moyen payé en 2021. De plus, les dépenses liées à l'électricité ou au gaz, doivent représenter au minimum 3% du chiffre d'affaires de l'entreprise en 2021.

TOURMAG DU 22/11

E-COMMERCE : DES ACTEURS DU TOURISME DANS LE TOP 20 DES SITES FRANÇAIS ?

https://www.tourmag.com/E-commerce-Des-acteurs-du-tourisme-dans-le-top-20-des-sites-francais_a116333.html

Pendant que le secteur du digital licenciement en masse dans la Silicon Valley, en France l'industrie paraît mieux résister à la crise. L'e-commerce est en forte hausse. Au 3e trimestre 2022, le nombre de cyberacheteurs s'élève à 42 millions soit 80% des internautes de 11 ans et plus. Dans le Top 20 de sites les plus consultés, nous retrouvons 4 acteurs du voyage, voire même 4,5 avec le Bon Coin.

L'e-commerce continue de cannibaliser le commerce physique, malgré deux années de fortes croissances.

Alors qu'aux USA, les acteurs licencient en masse, en France le marché a augmenté de 16,8 % par rapport au 3ème trimestre de 2021, pour générer près de 36 millions de revenus. Un accroissement porté par le voyage.

Cette embellie se matérialise aussi chez les plus grands sites d'e-commerce en France.

D'après le dernier Observatoire des Usages Internet de Médiamétrie le 3e trimestre 202 a enregistré 42 millions de cyberacheteurs, soit 80% des internautes de 11 ans et plus.

E-commerce : Airbnb en forte hausse en France

En moyenne, 47,6 millions d'internautes (75% des Français) ont consulté, chaque mois, au moins un des sites et/ou applications du Top 20. C'est 900,000 visiteurs par rapport à la même période l'an dernier.

Dans ce Top plusieurs noms du tourisme sont présents, dont certains en forte progression.

"A noter cependant Rakuten qui, avec Air B&B, signe la plus forte progression du classement en se hissant à la 12ème place avec plus de 10,3 millions de visiteurs uniques par mois," précise le communiqué.

Au 1er trimestre 2022, la plateforme de location d'hébergements ne figurait même pas dans ce classement. En cette fin d'année et avec 9,78 millions de visiteurs mensuels, Airbnb accroche une 13e place.

Parmi les autres noms de l'industrie, nous retrouvons Le Bon Coin (2e, 26,98 millions de visiteurs mensuels), Booking (5e, avec 15,874 millions de visiteurs mensuels), SNCF Connect (11e, avec 10,383 millions) et Veepee (15e, avec 9,184 millions de visiteurs).

AIR JOURNAL DU 22/11

TOURISME : LES TENDANCES DE VOYAGE EN 2023 SELON EXPEDIA GROUP

<https://www.air-journal.fr/2022-11-22-tourisme-les-tendances-de-voyage-en-2023-selon-expedia-group-5244215.html>

Hotels.com, Abritel et Expedia.fr dévoilent leurs tendances de voyage pour l'année prochaine. Les données internes des trois marques d'Expedia Group combinées aux résultats d'une étude menée auprès de milliers de voyageurs(*), révèlent un appétit grandissant pour les séjours personnalisés.

« Depuis 2019, les voyageurs ont dû s'adapter à de nouvelles normalités chaque année. Aujourd'hui, on assiste à un engouement pour les grandes villes culturelles, les séjours bien-être alternatifs, et une croissance de la demande pour des vacances dans des destinations autres que la mer et la montagne. En somme, ce n'est pas une nouvelle normalité mais bien l'apparition de tendances originales pour s'affranchir des contraintes. C'est cela le grand renouveau », annonce Jon Gieselman, président des marques d'Expedia Group.

Destinations urbaines et culturelles

Après une mise en sommeil ces dernières années, les grandes villes ont à nouveau le vent en poupe. La plupart des destinations dont la demande a connu la plus forte croissance sur Expedia sont des villes bouillonnantes et riches de culture. Qu'il s'agisse de participer à l'Edinburgh Festival Fringe, de sillonner les rues pavées qui enjambent les 7 collines de Lisbonne ou de boire un verre sous les cerisiers en fleurs à Tokyo, en 2023 les voyageurs veulent de l'effervescence urbaine.

- 1-Édimbourg, Écosse
- 2-Lisbonne, Portugal
- 3-Tokyo, Japon
- 4-Dublin, Irlande
- 5-New York, États-Unis
- 6-Sydney, Australie
- 7-Dubaï, Émirats arabes unis
- 8-Montréal, Canada
- 9-Munich, Allemagne
- 10-Bangkok, Thaïlande

Hébergement 3 étoiles

Les voyageurs sont en quête de moyens plus malins d'explorer le monde, mais sans pour autant renoncer au confort ou à l'originalité de leur séjour. 32 % des voyageurs français admettent en effet être plus soucieux que jamais du rapport qualité/prix. Il en résulte un attrait croissant pour les hôtels 3 étoiles qui proposent des services et équipements de qualité, des intérieurs élégants et une atmosphère unique

En 2023, 40 % des voyageurs français prévoient de séjourner dans des hôtels de 1 à 3 étoiles et 37 % se disent attentifs aux offres incluant des prestations supplémentaires gratuites (petit-déjeuner, accès au spa, articles de toilette haut de gamme). 23% déclarent à présent envisager de séjourner plus souvent dans des hôtels 3 étoiles plutôt que de dépenser un budget en une seule fois dans un séjour plus luxueux.

Priorité au bien-être

Une nouvelle vague de bien-être s'abat sur les vacances en 2023. Plus de la moitié (59 %) des Français interrogés affirment être plus ouverts qu'avant à l'idée de s'offrir un séjour bien-être. La jeune génération domine cette tendance puisque 69 % des 25-34 ans se disent intéressés par ce type d'expérience avec Bali comme destination idéale.

Plus ces activités sont originales, plus elles sont appréciées : l'étude montre que les activités nature comme la sylvothérapie (ou bains de forêt) et la récolte de fruits suscitent plus d'intérêt pour 2023 que les classiques cours de cuisine diététique, séjours sportifs et séances de méditation.

(*) Etude réalisée auprès de 24 000 personnes dans 17 pays, il s'agit d'adultes qui ont planifié un voyage domestique ou international au cours des 36 prochains mois.

ECHO TOURISTIQUE DU 22/11

NOËL : 55% DES FRANÇAIS PARTIRONT EN VACANCES, SELON OLIVIA GREGOIRE

<https://www.lechotouristique.com/article/noel-55-des-francais-partiront-en-vacances-selon-olivia-gregoire>

La ministre déléguée au Tourisme a partagé des tendances optimistes pour la fin d'année, malgré les différents freins qui pourraient ralentir l'activité touristique.

Selon Olivier Grégoire, les Français sont davantage partis en vacances à la Toussaint cette année qu'en 2019, dernière année de référence avant l'irruption de la crise sanitaire.

Environ 26% des Français sont partis en vacances pendant les dernières vacances, contre 25% en 2021. Sur cette période, « 86% d'entre eux ont choisi la France, se réjouit la ministre déléguée au Tourisme. Destinations urbaines et littorales en ont profité, tandis que dans les Alpes, le taux d'occupation des hébergements est en progression de 4%, à 53%. « Dans ce contexte morose, ce sont des bonnes nouvelles », après un été de forte reprise, note Olivia Grégoire.

Pourtant, différents freins pourraient ralentir le secteur dans les semaines et mois qui viennent. La hausse globale des prix n'épargne pas l'industrie du voyage et des loisirs, et les incertitudes générales liées à l'inflation ou à l'évolution du conflit en Ukraine occupent les esprits des Français. Rajouter à cela une neige qui tarde à tomber, repoussant l'ouverture de domaines skiables mondialement connus, et vous obtenez un important retard sur les prises de commandes pour certains

acteurs du tourisme hexagonal. Sans compter les problèmes de ressources humaines, récemment rappelés par Olivia Grégoire...

La clientèle étrangère est également de retour de façon pérenne

Olivier Grégoire, elle, préfère jouer la carte de l'optimisme. « Les prévisions de fréquentation pour le mois de décembre et les vacances de Noël sont très bonnes, puisque 55% des Français ont l'intention de partir » sur la période. Un chiffre étonnamment élevé au regard des éléments cités précédemment, et qui inclut sans doute les déplacements familiaux, privilégiés pendant cette période pour un grand nombre de Français. « Tous les territoires bénéficient de ces tendances. Selon l'Observatoire des stations de montagne, le taux en occupation prévisionnel dans les stations de ski pour les deux semaines de vacances de Noël et la première semaine de janvier est en hausse de 4% par rapport à 2021. Pour l'ensemble de la saison 2022/2023, la hausse prévisionnelle atteint 7% versus 2021, chiffre la ministre.

Et si les Français conservent le goût du voyage en France malgré l'amélioration de la situation sanitaire internationale et la réouverture de nombreuses frontières, la clientèle internationale aussi reprend le chemin de l'Hexagone. « Pendant la saison estivale, nous avons battu des records de fréquentation, et ce malgré l'absence de touristes asiatiques et russes ». Les intentions de départs, pour les six prochains mois, sont stables et même en légère hausse pour certains marchés qui se portent bien, comme celui des Etats-Unis, du Japon ou de l'Allemagne.

Des résultats et des tendances qui prouvent que le secteur du tourisme a retrouvé son dynamisme, selon Olivia Grégoire. « Le tourisme a été largement impacté par la crise sanitaire, et très logiquement soutenu pendant cette période. Constaté le retour de ce dynamisme, tant en matière de fréquentation qu'en matière de consommation, c'est positif. »

Atc.corsica