



REVUE DE PRESSE

Du 8 décembre 2022

Mission Communication

SOMMAIRE

01 CORSE..... P3

L'IGP, CONDITION POUR PRESERVER L'HUILE ESSENTIELLE D'IMMORTELLE.....P3

DEUXIEME SALON DE L'AGRICULTURE ET DE L'ARTISANAT AGRI'SGIANI LES 10 ET 11 DECEMBRE 2022.P4

02 DIVERS..... P5

DIALOGUES DU TOURISME ÉQUITABLE : DES BASES POUR REPENSER LE TOURISME ? .P5

TENDANCE : LE TELETRAVEL, CE N'EST PAS QUE POUR LES FREELANCESP7

03 TRANSPORTP9

GARANTIES AERIENNES : APPEL COMMUN DES PROS DU TOURISME ET DES CLIENTS !..P9

LES COMPAGNIES AERIENNES DEVRONT PAYER POUR LEURS EMISSIONS EN EUROPE P10

IATA : 4,7 MILLIARDS DE DOLLARS DE PROFITS POUR LES COMPAGNIE EN 2023P11

CORSE MATIN DU 8/12

L'IGP, CONDITION POUR PRÉSERVER L'HUILE ESSENTIELLE D'IMMORTELLE.

L'IGP, condition pour préserver l'huile essentielle d'immortelle

Hier se tenait la première assemblée générale de l'Association des producteurs d'huiles essentielles de Corse (Aprohec). Réunion qui portait en elle un objectif : préparer l'obtention d'une Indication Géographique Protégée (IGP), dédiée à l'huile essentielle d'immortelle de Corse

Chacun sait que la Corse est le berceau géographique de l'huile essentielle d'immortelle, lance d'entrée Michel Dubost, président de l'Association des producteurs d'huiles essentielles de Corse (Aprohec) et lui-même producteur. Et pour cause. Hier, la première assemblée générale de l'Association, créée au mois de mai dernier, était organisée à l'Office du développement agricole et rural de Corse (Odar).

L'ordre du jour ? L'obtention d'une Indication Géographique Protégée (IGP) pour l'huile essentielle d'immortelle de Corse. IGP à laquelle s'ajoute l'élaboration du cahier des charges qui va avec. À travers cette première réunion officielle, l'objectif est clair : apporter des réponses aux multiples enjeux auxquels la filière, récemment structurée, fait face.

« Nous tenons à la mise en place de cette IGP parce que l'huile essentielle de Corse est connue pour ses qualités et qu'il est primordial de préserver ce trésor et de le protéger par une appellation mettant en valeur une

production locale », explique le président de Aprohec. Une appellation qui permet aussi aux consommateurs « d'avoir la certitude que l'huile essentielle qu'ils achètent vient d'ici », poursuit-il. Avant d'évoquer un dernier point et pas des moindres, « la très rude concurrence » qui ne cesse de croître.

Faire face à la concurrence

« La production d'huile essentielle d'immortelle se développe énormément sur le continent, en Espagne, dans les Balkans et depuis peu, en Afrique du Nord », énumère le président et producteur. Pour faire face à cette concurrence accrue, plusieurs outils, dont l'IGP, vont être déployés.

« L'IGP permettra, grâce à son gage de qualité quant à la provenance du produit, de nous démarquer de la concurrence », explique d'abord Michel Dubost. Vient ensuite la mise en place d'une étude techno-économique. Son objectif ? « Dresser l'image la plus précise de l'état



Pour Michel Dubost, la promotion de ce produit patrimonial est aussi « l'affaire de la Corse et des CorSES ».

des productions à l'échelle insulaire en termes de volumes, de répartition, de prix au départ des exploitants puis des prix pour le consommateur », poursuit le président et producteur. « Il faudra

ensuite avoir une idée très précise du marché de l'huile essentielle d'immortelle dans sa globalité. »

Pour lui, s'imposer face à la concurrence est un enjeu qui ne concerne pas uniquement la



La collaboration entre producteurs et pépiniéristes est essentielle pour assurer une production qualitative.

filière et ses producteurs, mais la Corse dans son ensemble. « Il s'agit de défendre un produit patrimonial donc se démarquer des concurrents en valorisant l'image de l'île n'est pas seulement l'affaire des producteurs mais aussi celle de la Corse et des CorSES », estime-t-il.

Travailler avec les pépiniéristes, une nécessité

Toujours dans l'optique d'acquiescer le positionnement le plus stratégique possible sur un marché de plus en plus concurrentiel, la mise en place d'un atelier réunissant pépiniéristes et producteurs devrait être actée. « Cela nous permettra de progresser collectivement, donc de gagner en qualité et ainsi nous démarquer », commente le président de l'Aprohec.

Ce n'est certainement pas le pépiniériste Marc'Andria Crispi qui dira le contraire. « Les pépiniéristes comme les producteurs rencontrent des difficultés. Il faut travailler ensemble et arriver à se mettre d'accord pour trouver des solutions », considère-t-il. La contrainte majeure ? La période de production qui impacte inévitablement la qualité du plant. « L'idéal serait de semer les graines

au mois de juillet et d'avoir après d'avoir les plants prêts à la fin octobre et de les livrer jusqu'à une date limite, début novembre par exemple », explique-t-il. « Il faut respecter les périodes de production, on ne peut pas aller contre la nature », reprend le pépiniériste. Raison pour laquelle l'idée de la mise en place d'un calendrier indiquant les périodes propices à la production en fonction des différentes régions a été mise sur la table.

En tous les cas, si les échanges entre producteurs et pépiniéristes apparaissent comme une condition sine qua non à une huile essentielle d'immortelle de qualité, pour Marc'Andria Crispi, une chose est sûre, « on n'a pas besoin du continent ».

« L'Odar apporte une aide aux producteurs sur les plans et c'est vraiment dommage de faire indirectement repartir cet argent issu des subventions sur le continent car cela fait perdre à l'économie locale », déplore-t-il.

Pour assurer une gestion optimale du marché, une solution : « Que producteurs et pépiniéristes aillent dans le même sens afin de maîtriser la filière de A à Z, de la récolte de la graine à la fabrication d'huile. »

IRÈNE AHMADI



L'association réunit « deux-tiers » des producteurs d'huiles essentielles de l'île, selon son président.

PHOTOS JOSÉ MARTINETTI

AgriGiani, deuxième salon de l'agriculture et de l'artisanat



Lors de la présentation de l'événement porté par la commune de Vescovatu. DOC CORSE-MATIN

Quando Agricultura rima cun artigianatu. Le thème est scindé en deux et les deux ne font qu'un. C'est la thématique renouvelée du deuxième salon de l'agriculture et de l'artisanat qui a débuté cette semaine avec des ateliers destinés aux scolaires, et propose en point d'orgue durant ce week-end des 10 et 11 décembre, un espace de foire, de démonstration,

de dégustation et d'échanges, installé à proximité immédiate de la Chambre d'Agriculture de la Haute-Corse à Vescovatu. La commune casincaise est le principal partenaire de cet événement, qu'elle accueille et soutient avec une réelle implication.

Dans la continuité de la première édition, et fort du succès de la manifestation de 2021, la

Des ateliers pédagogiques

Depuis le début de la semaine et jusqu'à vendredi, quatre écoles primaires sont accueillies, chaque jour, sur le site d'Agri'Giani, soit 14 écoles au total. Elles y découvrent le chapiteau « animaux » animé par les élèves du lycée agricole de Borgu, l'atelier pâtisserie avec le personnel de la CDA2B, l'atelier maraichage pour apprendre à planter, la fabrication du brocciu, un atelier forge et coutellerie avec les syndicats de couteliers, un atelier Interfel pour apprendre les goûts, et les ateliers AOP châtaignes, noisettes, mele di Corsica et Oliu di Corsica. De belles leçons de choses, avec des professionnels passionnés, pour une belle entrée en matière d'Agri'Giani, deuxième du nom.

J.P.



La démonstration de fabrication de Brocciu fera encore artie des animations « phare » de la manifestation. JACQUES PAOLI

Chambre d'Agriculture de la Haute-Corse, avec la Chambre régionale d'Agriculture de Corse, en partenariat avec la commune de Vescovatu et la Chambre des métiers et de l'artisanat de Corse, ont fait le choix de renouveler l'aventure, et donnent rendez-vous pour une deuxième affiche dont le programme promet de satisfaire un très large public.

Atout principal de l'événement, son site d'accueil exceptionnel, qui en permet le déploiement, avec l'installation de chapiteaux et des aires de parking à proximité.

Durant ce week-end, c'est le monde agricole dans toute sa diversité qui va s'y exposer, sous la houlette de l'association Agri'Giani gestionnaire de l'événement, présidée par Fabien Lindori, éleveur à Venzolasca.

L'inauguration est prévue le vendredi 9 décembre à partir de 17 heures et sera suivie d'une

soirée de prestige. Il s'agira d'une soirée professionnelle qui a pour objet la promotion des filières agricoles.

L'ouverture au grand public se fera les samedi et dimanche à partir de 10 heures. Le public pourra notamment suivre la fabrication de fromage frais (10 heures) une animation Prévention santé par l'alimentation (11 h 30), fabrication de Brocciu (14 heures) et animation de prévention manipulation et contention des bovins (15 heures).

Une soirée musicale est prévue le samedi soir, à partir de 19 heures, animé par le groupe El Diablo, suivie d'un DJ set avec Jean-Baptiste Leccia. L'événement agricole de l'année se profile à Vescovatu. Il promet d'être festif à l'approche des fêtes de fin d'année, et de faire honneur aux filières agricoles et de l'artisanat, prêts à entrer en scène.

JACQUES PAOLI

TOURMAG DU 8/12**DIALOGUES DU TOURISME ÉQUITABLE : DES BASES POUR REPENSER LE TOURISME ?**

https://www.tourmag.com/Dialogues-du-Tourisme-Equitable-des-bases-pour-repenser-le-tourisme_a116575.html

Organisé par l'ATES, avec l'IREST et Tetraktys

Ce 29 novembre 2022, l'Association pour le Tourisme Équitable et Solidaire (ATES) organisait ses Dialogues du Tourisme Équitable, en partenariat avec les étudiants de l'Institut de recherche et d'études supérieures du tourisme (IREST) et l'ONG Tetraktys, qui s'intéresse aux actions de développement local en s'appuyant sur les ressources naturelles et patrimoniales.

Un premier opus plein de promesses, qui réunissait de nombreux acteurs du tourisme équitable, venus échanger mais aussi construire le tourisme de demain.

Dans un environnement de plus en plus complexe, avec une image du tourisme de plus en plus détérioré, le tourisme équitable doit démontrer l'impact positif qu'il a sur les sociétés sur lesquelles il intervient.

Pour l'ATES, l'objectif du jour était de répondre à la question : « Comment faire, quels argumentaires pour modifier les comportements des professionnels, des politiques, des consommateurs et favoriser le changement de pratiques ? »

Pour y répondre, une série de tables rondes réunissant universitaires et professionnels, et de très nombreuses questions du public pour discuter, échanger et se questionner sur l'avenir du tourisme.

Peu d'études universitaires

Ça n'était pas le sujet du jour. Mais c'est pourtant l'un de ceux qui sont ressortis des nombreux échanges : de quoi parle-t-on, quand on parle de tourisme équitable ?

Il existe très peu d'études universitaires sur le sujet : 27 articles publiés en 20 ans et le dernier publié en français date de... 2013 !

De son côté, le commerce équitable génère une dizaine de fois plus d'études.

On ne trouve pas non plus de travaux économiques autour de l'impact du tourisme équitable, quand les études diverses et variées sur le(s) tourisme(s) pullulent.

Un manque qui pourrait sembler mineur mais qui a son importance pour les acteurs du tourisme équitable.

Sans études, pas de définition claire, pas de chiffres qui parlent des bienfaits du tourisme équitable et solidaire, et aucune base solide pour communiquer et faire avancer le secteur.

Le tourisme équitable : un tourisme redistributif

Revenir au vocabulaire, c'est toujours un bon début. Si l'on en croit l'Observatoire des Inégalités, l'équité, c'est l'esprit de justice et le respect de ce qui est dû à chacun. Une première pierre pour expliquer ce qu'on entend par tourisme équitable : c'est celui qui s'intéresse à la dignité humaine, concrètement dans son action.

C'est aussi celui qui redistribue. Comme le commerce équitable, le tourisme équitable promet une juste rémunération et un traitement juste des populations locales sur lesquelles il s'appuie.

Comme l'ont souligné plusieurs intervenants ou professionnels du secteur : il propose de découvrir les populations locales, leur identité, leur patrimoine, sans qu'elles ne soient dépendantes du tourisme. C'est une source de revenu supplémentaire

Au tourisme équitable s'ajoute un volet solidaire : une partie d'un voyage sera redistribuée à des associations et ONG locales, ou, comme l'indique la définition de l'ATES reversée dans « un fonds de développement dédié à des projets d'intérêt général ».

Le tourisme équitable : entre commerce et plaidoyer

Dialogues du Tourisme Équitable : des bases pour repenser le tourisme ?

Pour Bernard Schéou, docteur en Sciences économiques, chercheur associé au Centre d'Économie et d'Éthique pour l'Environnement et le Développement et membre du CA d'ATES, le tourisme équitable ne peut pas vraiment être défini, mais il a une histoire.

« Ce sont des femmes et des hommes qui ont pensé un tourisme plus solidaire et redistributif, conçu des projets complémentaires » autour des relations Nord-Sud, dans les années 90, et qui ont convergé au début des années 2000.

Soit en s'inspirant du commerce équitable, soit en se tournant vers le plaidoyer pour promouvoir un tourisme différent, soit en créant des certifications de tourisme exemplaire. Soit, comme pour la création d'ATES, en imaginant une charte et une grille de critères pour définir un tourisme équitable.

Pour l'association, cette forme de tourisme s'appuie sur « une intégration forte des populations locales dans les différentes phases du projet touristique. Cette forme de tourisme a pour objectif final un développement durable et équilibré des territoires ».

Calculer son impact pour être crédible

Le tourisme équitable, on sait ce que c'est.

On sait aussi à quoi il sert : à ajouter de la justice, de l'égalité entre les populations, en veillant à ne jamais se rendre indispensable mais n'être qu'un appui.

Issu du plaidoyer, le tourisme équitable est par nature militant. Il a pour but d'orienter des stratégies politiques, industrielles.

Il doit alors proposer une vraie alternative, prouver aux uns que le projet n'est pas qu'humaniste mais rentable, montrer aux autres qu'il permet d'autonomiser les populations et de valoriser le patrimoine naturel et culturel

Stigmatisé car polluant et pas nécessaire, le secteur du tourisme peut trouver une nouvelle jeunesse dans le voyage responsable et notamment le tourisme équitable.

Mais il a besoin de preuve. Entre études quantitatives et statistiques, évaluation et approche qualitative, le tourisme équitable cherche - et trouve - son modèle de calcul d'impact.

Comment savoir si les populations locales se portent mieux avec le tourisme tout en évitant la dépendance à l'industrie ? Comment calculer et connaître concrètement son impact (positive et négative) ? C'était toute la question des Dialogues du Tourisme Équitable, et c'est ce qu'abordera notre prochain article.

DEPLACEMENTSPROS DU 8/12

TENDANCE : LE TELETRAVEL, CE N'EST PAS QUE POUR LES FREELANCES

<https://www.deplacementspros.com/mobility-management/tendance-le-teletravel-ce-nest-pas-que-pour-les-freelances>

Télétravel", ce mot-valise, hybride de "télétravail" et de "travel" se répand avec constance depuis quelques mois, notamment depuis l'expérience du confinement et du travail à distance qu'il impliqua durant de longues semaines.

Dans la plupart des cas, il fait référence à ces travailleurs nomades qui changent de lieu de vie plusieurs fois par an, souvent à l'étranger, tout en exerçant leur profession, par la grâce d'outils numériques désormais assez performants pour un travail efficace. Autant dire : toute séduisante qu'elle soit, une option qui ne peut convenir qu'à un certain type de travailleurs indépendants.

Parmi les startups qui se sont engouffrées dans la brèche (Remoters, Holiworking...), l'une d'entre elles sort du lot : Teletravel. Pas uniquement parce que Yacine Bakouche, son créateur (et CEO du tour-opérateur Best of Tours), humant avec une certaine efficacité l'air du temps, eut l'excellente idée de déposer la marque en 2020.

Egalement parce que le type de séjours qu'elle promeut peut convenir à des salariés. Parmi la trentaine de télétravellers (trois fois plus qu'il y a six mois) que la solution (du offline et une plateforme internet) accompagne actuellement, ceux-ci sont d'ailleurs confortablement majoritaires. "On a souvent tendance à assimiler le télétravail à un rythme hebdomadaire. C'est le cas, la plupart du temps. Mais il existe d'autres formules : un collaborateur en full présentiel huit ou neuf mois dans l'année, et un ou deux mois en full télétravail. C'est à eux qu'on s'adresse", explique Yacine Bakouche.

Marque employeur

Ce dernier ne se prétend pas visionnaire, il avoue même avoir été surpris par le vivier de télétravailleurs que constitue ce segment particulier de télétravailleurs : "On pensait s'adresser en priorité aux travailleurs indépendants, ce n'est finalement pas le cas. Mais ce n'est pas tout : on imaginait les mentalités françaises moins prêtes à ce genre de schémas qu'au Royaume-Uni ou en Europe du Nord, notamment. Ou bien, que les travailleurs seraient célibataires sans enfants. Ou encore, dans le cas de salariés, qu'ils travailleraient dans des startups, ou dans la communication, par exemple. Eh bien, tout ça ne s'est pas forcément vérifié, loin de là."

Avec la même humilité, il concède avoir, à la pratique, découvert la notion de "marque employeur". Car c'est un élément central dans la stratégie des entreprises qui permettent - voire encouragent - ce type de pratiques à leurs collaborateurs. Au bout du télétravail, c'est, pour l'employeur, l'attractivité et la rétention de talents qui est espérée.

Mais pas uniquement : "Ca peut être le perfectionnement dans une langue étrangère, l'exploration d'un nouveau marché, l'étude d'un terrain et l'imprégnation d'un territoire (un viticulteur anglais dans la région bordelaise, par exemple), ou encore la possibilité de côtoyer des collègues de filiales à l'étranger, dans le cas de multinationales", explique le même.

"Au final, résume Maëva Proux, directrice du développement, l'objectif est que le collaborateur sorte grandi de cette expérience." Et que, bien sûr, l'entreprise en récolte les bénéfices en termes d'engagement, d'adoption d'une culture "corporate", de connaissances et de compétences acquises, etc.

Si un jour, donc, votre boss vous propose deux mois de télétravail à Bali, ce n'est pas parce qu'il est gentil.

TOURMAG DU 8/12

GARANTIES AERIENNES : APPEL COMMUN DES PROS DU TOURISME ET DES CLIENTS !

https://www.tourmag.com/Garanties-aeriennes-appel-commun-des-pros-du-tourisme-et-des-clients-_a116584.html

C'est un fait assez rare pour être souligné. Les organisations de défense des consommateurs et les organismes européens représentant les opérateurs de voyage et de séjours, les prestataires d'assurance et les intermédiaires en ligne appellent d'une même voix à l'instauration d'une protection obligatoire contre l'insolvabilité des compagnies aériennes.

L'ECTAA, eu travel tech (représentant les intermédiaires en ligne), ainsi que des organisations représentant les consommateurs et les prestataires d'assurance européens demandent dans une lettre ouverte commune à la Commission européenne la mise en place d'une protection obligatoire contre l'insolvabilité des compagnies aériennes.

Les signataires* demandent à l'Europe d'inclure dans son initiative "pour une meilleure protection des passagers et de leurs droits" une obligation pour les compagnies aériennes de fournir des garanties financières couvrant leurs responsabilités envers les passagers en cas d'insolvabilité.

"Comme c'est le cas pour d'autres prestataires dans différents secteurs industriels, il devrait incomber aux compagnies aériennes de couvrir les risques découlant de leurs propres activités.

Pour les cosignataires, ni les consommateurs, ni les contribuables, ni les fournisseurs de garanties forfaitaires ne devraient être rendus responsables de la mauvaise gestion des compagnies" indique un communiqué de l'ECTAA.

87 compagnies aériennes ont fait faillite entre 2011 et 2019

Pour justifier leur requête, les organisations citent une étude réalisée en 2020 par la Commission européenne : entre 2011 et 2019, 87 compagnies aériennes ont fait faillite, affectant 5,6 millions de consommateurs.

"La crise du COVID-19 a mis les finances des compagnies aériennes sous une pression supplémentaire.

Il n'est donc pas surprenant qu'en cette période d'incertitude en Europe, les analystes s'inquiètent encore des faillites de compagnies aériennes ou de graves problèmes de liquidités", ajoutent-ils.

"Les agents de voyage et les voyageurs plaident depuis longtemps pour l'introduction d'obligations de protection contre l'insolvabilité pour les compagnies

aériennes, reflétant les obligations existantes dans la directive sur les voyages à forfait.

Cette dernière peut être une source d'inspiration, la Commission pouvant prendre exemple sur le fonds de garantie mis en place depuis des années au Danemark", a déclaré Eric Drésin, secrétaire général de l'ECTAA.

"La création d'une protection obligatoire contre l'insolvabilité des compagnies aériennes devrait être couplée au renforcement de la surveillance des licences des transporteurs aériens de l'UE, mais le renforcement de la surveillance ne devrait en aucun cas remplacer la nécessité d'une protection obligatoire contre l'insolvabilité des compagnies aériennes", a conclu Emmanuel Mounier, secrétaire général de eu travel tech.

ECHO TOURISTIQUE DU 8/12

TITRE LES COMPAGNIES AERIENNES DEVRONT PAYER POUR LEURS EMISSIONS EN EUROPE

<https://www.lechotouristique.com/article/les-compagnies-aeriennes-devront-payer-pour-leurs-emissions-en-europe>

Les compagnies aériennes devront payer pour les émissions de CO2 de leurs vols intra-européens, avec la disparition de quotas gratuits dont elles bénéficiaient jusqu'ici, mais les vols internationaux resteront épargnés, selon un accord conclu mercredi dans l'Union européenne.

Le texte, approuvé après de longues négociations par les eurodéputés et les Etats membres, s'inscrit dans le vaste plan climat européen. Outre les vols intérieurs à l'UE, il s'appliquera aussi aux vols entre l'UE et le Royaume-Uni ou la Suisse, mais exclut pour le moment les vols entre l'Europe et le reste du monde, selon un communiqué du Conseil européen.

Les vols intra-européens sont déjà soumis au marché des quotas d'émissions carbone (ETS) où les compagnies aériennes peuvent acheter et échanger les « droits à polluer » requis pour compenser leurs émissions, à l'instar des industriels et des énergéticiens. Mais elles se voyaient jusqu'ici offrir des quotas gratuits couvrant l'essentiel de leurs émissions pour les aider à rester compétitives face à leurs rivales étrangères.

Plus de privilège pour l'aérien

Un privilège que les eurodéputés et Etats membres ont décidé de supprimer progressivement d'ici trois ans : 25% de ces allocations « gratuites » disparaîtront dès 2024 et 25% de plus en 2025. Elles seront entièrement supprimées en 2026.

Une partie des recettes collectées par la vente des quotas sera transférée au Fonds d'innovation européen, pour subventionner des technologies bénéfiques au climat. Un nouveau mécanisme allouera des quotas gratuits d'émissions de CO2 en contrepartie de l'adoption de carburants aériens durables (SAF), permettant aux compagnies de compenser en partie la différence de prix avec le kérosène classique.

Ce mécanisme sera appliqué de façon plus généreuse dans certain cas pour contribuer à garantir l'approvisionnement en carburants « verts » des îles de petite taille, des petits aéroports et des régions ultrapériphériques. « Nous avons trouvé un bon équilibre entre l'ambition climatique pour les compagnies aériennes et le soutien à ce secteur pour accomplir cette transition, avec un outil tangible pour l'aider à se décarboner », a observé l'eurodéputée Suncana Glavak (PPE, droite), négociatrice pour le Parlement.

Les compagnies en colère

A contrario, l'association européenne des compagnies aériennes Airlines for Europe (A4E) s'est dite « extrêmement déçue » de la disparition programmée des quotas gratuits d'ici 2026. A cette date, les solutions de décarbonation ne seront pas disponibles à grande échelle, a-t-elle déploré dans un communiqué.

Enfin, selon l'accord, les compagnies devront, à partir de 2025, déclarer non seulement leurs émissions de CO₂, mais également d'autres particules polluantes (dioxyde d'azote, suie...) contribuant au réchauffement climatique, en vue d'un possible durcissement réglementaire de l'UE en 2028.

Pour autant, les eurodéputés n'ont pas obtenu gain de cause sur l'inclusion des vols internationaux au départ de l'Europe : ces derniers seront toutefois couverts de 2022 à 2027 par le mécanisme international de compensation carbone (CORSIA), dans lequel les compagnies aériennes seront contraintes d'acheter des « crédits carbone » au-delà d'un certain seuil d'émissions, précise l'accord.

Une décennie de perdue pour les ONG

La Commission devra cependant examiner après 2025 l'efficacité de ce mécanisme international, et, si elle est jugée insuffisante, préparer une proposition pour soumettre au marché carbone de l'UE ces vols internationaux.

En excluant les vols internationaux, l'accord européen « ignore 58% des émissions de CO₂ de l'aviation européenne (...) Nous sommes sur le point de perdre une décennie en inaction climatique », déplore l'ONG environnementale Transport&Environment. Selon elle, le système CORSIA ne « couvrirait qu'à peine 22% des émissions internationales totales d'ici 2030 ».

ECHO TOURISTIQUE DU 8/12

IATA : 4,7 MILLIARDS DE DOLLARS DE PROFITS POUR LES COMPAGNIE EN 2023

<https://www.lechotouristique.com/article/iata-47-milliards-de-dollars-de-profits-pour-les-compagnie-en-2023>

Dans sa dernière étude, l'Association du transport aérien international (Iata) estime que la rentabilité de l'industrie aérienne mondiale reviendra en 2023, avec un « petit » profit net de 4,7 milliards de dollars. Il s'agirait du premier bénéfice de l'industrie à l'échelle mondiale depuis 2019, quand elle affichait 26,4 milliards de dollars (marge bénéficiaire nette de 3,1%).

Mais un bénéfice de 4,7 milliards de dollars sur des revenus de 779 milliards de dollars (soit une marge bénéficiaire nette de 0,6%) illustre également qu'il reste du chemin à parcourir pour mettre l'industrie mondiale sur une base financière solide.

Cette année, les pertes nettes des compagnies aériennes devraient s'élever à 6,9 milliards de dollars. C'est mieux que les prévisions de juin 2022, qui les estimaient à 9,7 milliards de dollars. Et « nettement mieux que les pertes de 42,0 milliards de dollars et 137,7 milliards de dollars qui ont été réalisées en 2021 et 2020 respectivement », souligne Iata.

Baisse de l'inflation des prix du pétrole

Des compagnies aériennes sont suffisamment rentables afin d'attirer les capitaux nécessaires à leur essor et à leur décarbonation. Mais d'autres ne le sont pas.

Malgré les incertitudes économiques, il existe « de nombreuses raisons d'être optimiste pour 2023 ». La baisse de l'inflation des prix du pétrole et la poursuite de la demande refoulée devraient aider à maîtriser les coûts alors que la forte tendance à la croissance se poursuit. Toutefois, avec des marges aussi minces, « même un changement insignifiant de l'une de ces variables a le potentiel de faire basculer la balance en territoire négatif. La vigilance et la flexibilité seront essentielles », prévient Willie Walsh.

La performance financière de toutes les régions continue de s'améliorer depuis l'ampleur des pertes liées à la pandémie observée en 2020. L'Amérique du Nord est la seule région à retrouver la rentabilité en 2022 selon les estimations de l'IATA, et deux autres régions la rejoindront l'année prochaine, l'Europe et le Moyen-Orient. L'Amérique latine, l'Afrique et l'Asie-Pacifique devraient rester dans le rouge.

Atc.corsica