



REVUE DE PRESSE

Du 9 décembre 2022

Mission Communication

SOMMAIRE

01 TENDANCES..... P3

BAROMETRE ORCH./L'ECHO : LE TOP 20 DES DESTINATIONS EN NOVEMBRE 2022.....P3

TOURISME : GENERER DES RESERVATIONS SANS COMMISSION ET EN HORS SAISONP5

VACANCES NOËL : OU VEULENT PARTIR LES FRANÇAIS ?P9

02 CORSE..... P11

DESSERTS MARITIME 2023-2029 LA DSP AMARREE AU PRIX FORTP11

03 DIVERS.....P12

AIRBNB : NEW YORK DURCIT ENCORE LES REGLES DE LOCATION COURTE DUREEP12

ECHO TOURISTIQUE DU 9/12

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

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

Toutes destinations confondues, les ventes de voyages réalisées par les agences physiques et en ligne ont progressé de 7% en novembre 2022 versus novembre 2019, selon le Baromètre Orchestra pour L'Echo touristique. La situation s'est donc améliorée par rapport à novembre (-6%) et rappelle la dynamique de septembre (+4%).

En termes de destinations, la France (-5% en volume d'affaires) arrive en tête grâce aux sports d'hiver. Le panier moyen progresse de 31% dans le même temps, ce qui sous-tend un recul très significatif du nombre de clients.

Le Maroc au 4^e rang




L'Espagne arrive sur la deuxième marche du podium (+37%). Le pays affiche lui aussi une inflation à deux chiffres de la commande (+21%), comme la plupart des pays du top 20. Le panier moyen recule uniquement pour les Etats-Unis (-6%), alors qu'il stagne s'agissant de la Grèce et du Pérou.

La République Dominicaine arrive en troisième position du Top 20, comme en octobre 2022. Suit le Maroc (+94%), qui confirme sa remontada, et prend la quatrième place occupée le mois précédent par la Tunisie.

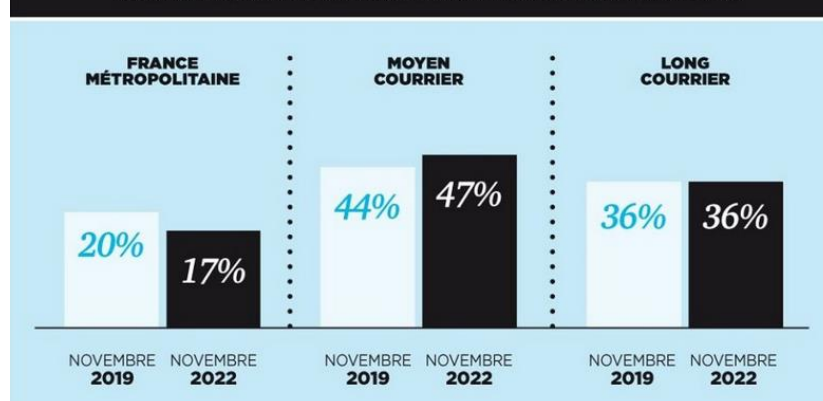
Nous publions chaque mois le baromètre des destinations, réalisé par la plateforme loisirs Orchestra pour L'Echo touristique, qui correspond aux ventes des voyageurs réalisées dans les agences offline et online françaises. Les données sont comparées à celles de 2019, année de référence pour l'industrie du tourisme.

TOP 20 DESTINATIONS (NOVEMBRE 2022)

EVOLUTION MENSUELLE 2022 VS 2019 : +7 %

Rang	Destination	Evolution du Volume d'Affaires (2022 vs 2019)	Evolution du Panier Moyen (2022 vs 2019)
1	 FRANCE MÉTROPOLITAINE	-5%	+31%
2	 ESPAGNE	+37%	+21%
3	 REP. DOMINICAINE	+41%	+17%
4	 MAROC	+94%	+20%
5	 EGYPTE	+38%	+49%
6	 TUNISIE	+5%	+12%
7	 GRECE	+29%	+1%
8	 ILE MAURICE	+30%	+15%
9	 MEXIQUE	+17%	+28%
10	 TANZANIE	+224%	+19%
11	 THAÏLANDE	-27%	+26%
12	 ÉTATS-UNIS	-28%	-6%
13	 MARTINIQUE	+118%	+17%
14	 GUADELOUPE	+104%	+20%
15	 PÉROU	+220%	-1%
16	 ITALIE	+21%	+28%
17	 JORDANIE	+1%	+21%
18	 CAP VERT	-7%	+7%
19	 EMIRATS ARABES UNIS	-25%	+34%
20	 PORTUGAL	-36%	+4%

PART DU VOLUME D'AFFAIRES PAR TYPES DE DESTINATIONS



https://www.tourmag.com/Tourisme-generer-des-reservations-sans-commission-et-en-hors-saison_a116559.html

Suite aux différentes crises ayant impacté le secteur du tourisme français, les professionnels du tourisme n'ont jamais eu plus besoin de conserver leurs marges.

Voici un article 100% pratique pour vous accompagner dans une commercialisation maligne, efficace et vertueuse de votre camping, hôtel, gîtes, village vacances, résidence ou même location saisonnière... qui ont tous un point commun que nous allons vous révéler...

Alors, que vous cherchiez à :

- rendre visible votre établissement sans commission,
- remplir votre établissement touristique en hors saison,
- capter des réservations directes,
- trouver de nouveaux marchés porteurs,
- optimiser vos marges,
- développer votre chiffre d'affaires,
- garder la main sur vos tarifs,

Cet article vous concerne ! Voici comment réussir le pari de la commercialisation directe et en hors saison en 3 actions simples.

Opter pour les marchés touristiques de niche pour garder la main sur ses marges, sa distribution et son taux de remplissage en saison comme hors saison

Vous avez un camping, vous avez un gîte, vous avez une résidence de vacances ou même un hôtel, plusieurs choix s'offrent à vous pour gérer votre commercialisation :

- gérer votre commercialisation 100% en direct,
- confier votre commercialisation à un tiers,
- communiquer sur une grande cible de clients via les OTA notamment,
- choisir un ou plusieurs marchés de niche pour cibler précisément les clients qui vous intéressent et qui vous correspondent...

Les marchés de niche sont des marchés spécifiques comme le marché de l'oenotourisme, du cyclotourisme, des motards qui voyagent... Ce sont des marchés hyper intéressants car la concurrence est moins forte et ils ont un potentiel de marges bien plus élevées. Quand on pense marché de niche on pense à "petit" marché mais c'est loin d'être toujours le cas...

Parmi les marchés de niches les plus connus aujourd'hui dans le tourisme, nous pouvons citer le cyclotourisme, l'oenotourisme ou encore le canitourisme qui est une tendance très forte depuis plusieurs années; les familles veulent maintenant

partir en vacances avec leur animal de compagnie. Il est devenu un prescripteur à part entière des vacances.

Pourquoi vous lancer sur un ou plusieurs marchés de niche ?

- Une commercialisation souvent en direct,
- Une facilité à cibler des clients qui voyagent en hors saison.
- Une facilité à accueillir des clients ayant les mêmes centres d'intérêt que vous.

Prenons l'exemple du cani-tourisme.

Le cani-tourisme c'est tout simplement partir en vacances ou en séjour avec un chien en trouvant des adresses adaptées à l'accueil de l'animal. Et c'est un marché de niche qui porte bien mal son nom puisque qu'il représente plus de 18 millions de français !!

Vous aimez les chiens ? Vous accueillez déjà vos clients avec leur chien ?

Quels avantages à être visible sur le marché des voyageurs avec chien via la plateforme EmmeneTonChien.com ?

- Vous vous démarquez facilement de vos concurrents (17 à 40% des hébergeurs seulement accueillent les vacanciers avec chien)
- Vous remplissez votre planning de réservation en hors saison car c'est une clientèle de hors saison idéale (jeune couple sans enfant et couple de sénior avec un chien),
- Vous n'avez RIEN à investir,
- Vous gardez les rênes de vos marges sans payer de commissions,
- Vous accueillez des clients qui aiment les animaux, comme vous.

En travaillant sur une cible marketing bien définie, vous êtes certains de communiquer la "bonne offre" auprès du "bon client" et votre taux de conversion en réservation est donc largement optimisé. Vouloir plaire à tout le monde à tout prix coûte bien plus cher !

Vous positionner sur le marché du cyclotourisme ne veut pas dire que vous ne recevrez que des clients avec des vélos, cela veut simplement dire que vous allez augmenter cette clientèle, mieux la recevoir et lui proposer des offres spécifiques à plus fortes marges. Si vous accueillez avec plaisir les animaux de vos clients chez vous, développez ce marché de niche pour développer votre chiffre d'affaires !

Délaisser les OTA pour travailler en direct via des plateformes de visibilité sans commission

Toujours dans l'objectif de garder la main sur vos marges et votre distribution, il est malin de créer un mix dans votre commercialisation.

Il n'est pas forcément question ici de tourner le dos aux OTA et à leurs commissions, par contre, il est très malin de mixer visibilité sur ces plateformes, visibilité via votre site web et d'augmenter votre potentiel via des plateformes sans commission.

Comment augmenter la visibilité directe de mon établissement touristique ?

Vous souhaitez attirer des clients directement sur votre site internet, voici quelques pistes de travail auxquelles penser dès maintenant.

- Travaillez votre site web, son arborescence, son référencement SEO,
- Publiez des articles de blog avec les bons mots clés,
- Partagez de jolies photos sur votre site,
- Vérifiez que vos informations et plannings sont à jour,
- Publiez du contenu régulier sur vos réseaux sociaux : instagram, facebook, tiktok afin de créer du lien avec votre future clientèle.

Comment choisir les bonnes plateformes de visibilité pour mon hébergement touristique ?

Tout comme pour l'exemple des marchés de niche, vous devez choisir une ou plusieurs plateforme(s) de visibilité en cohérence avec les clients que vous souhaitez accueillir.

Dans le cadre d'un travail sur votre commercialisation directe, assurez-vous tout d'abord que les plateformes choisies travaillent sous un modèle d'abonnement / adhésion annuelle sans commission.

Regardez ensuite leur trafic mensuel et annuel, leur nombre d'utilisateurs, leur site internet et sa praticité, le nombre de professionnels du tourisme déjà adhérents... Certaines proposent même des simulations pour estimer le nombre de réservations que vous pourrez atteindre.

Ensuite, prêtez attention aux cibles clients ou aux communautés touchées par ces plateformes et assurez-vous qu'elles correspondent à vos attentes ou envies.

Quelques exemples de plateformes de visibilité qui existent en France :

- Mise en relation directe entre propriétaires de chiens et hébergeurs dog-friendly
- Mise en relation entre personnes homosexuelles et hébergeurs gay-friendly.
- Mise en relation entre cyclistes et hébergeurs dont l'établissement est adapté à l'accueil vélo.

Encore une fois, prenons l'exemple du tourisme dog-friendly (ou canitourisme). Les solutions pros d'EmmeneTonChien.com vous offrent une visibilité auprès d'un public très ciblé : Les 18 millions de français qui voyagent chaque année avec leur animal de compagnie. La mise en relation se fait de manière directe, sans commission et la réservation est gérée par l'hébergeur. Avec une simple adhésion à partir de 84€HT/an, vous recevrez des clients rapidement et des clients que vous aimez ! testez, on en reparle dans 1 an !

En mettant en avant une offre adaptée à ce public cible, vous allez pouvoir capter facilement des réservations directes et autant en saison qu'hors saison. Le tout sans investissement, en mettant en place quelques gestes d'accueil simples qui plairont beaucoup à ces clients : une gamelle, un tapis pour le chien, un kit d'accueil pour chien...

L'objectif étant toujours de proposer la bonne offre au bon client pour maximiser le taux de conversion en réservation pour votre établissement.

Obtenir et afficher des labels pertinents et différenciants en fonction de l'offre que vous proposez.

Comme nous l'avons vu dans la partie précédente, afficher la bonne offre auprès du bon client est une première étape.

L'étape suivante est de valider et faire certifier votre démarche d'accueil à l'aide de labels dédiés et innovants pour rassurer votre client dans son processus de réservation.

Encore une fois, les labels que vous devez aller chercher doivent correspondre à votre offre, vos valeurs et votre public cible.

Vous souhaitez communiquer auprès de clients qui voyagent à vélo ? Le label accueil vélo paraît pertinent.

Vous souhaitez mettre en avant votre démarche écologique ou écoresponsable pour toucher des clients soucieux de l'environnement ? Le label Clé verte est sûrement adapté.

Prenons encore une fois l'exemple du marché du cani-tourisme. Vous souhaitez communiquer auprès des familles avec chien pour signaler que vous accueillez les animaux ? Alors dirigez-vous vers le label QUALIDOG. Ce label, créé en 2018, est un référentiel national qui certifie votre engagement et votre démarche d'accueil positive envers les animaux de compagnie. Ce label rassure votre client sur le bon accueil que vous réservez à son animal. La grille de critères QUALIDOG permet de valoriser vos services !

Si pour la plupart des labels, vous devez répondre à un cahier des charges fastidieux et investir dans du matériel ou des infrastructures pour obtenir le précieux sésame, ce label est un peu différent. Vous accueillez les chiens de vos clients avec plaisir et bienveillance ? Alors vous êtes éligible au Label ! C'est le niveau 1 : il correspond à 1 truffe. Plus vous proposez de services, plus vous obtiendrez de truffes. Être bien accueillis et non plus regardés de travers, c'est presque tout ce que demande la communauté des voyageurs avec chien.

Le label Qualidog vous permet aussi de vous démarquer des hébergements touristiques alentour qui refusent ou tolèrent simplement les animaux de compagnie. C'est une vraie bonne astuce marketing pour capter les clients que vos confrères n'accueillent pas !

Le label QUALIDOG est délivré par la société EmmeneTonChien.com.
Voici quelques témoignages de professionnels du tourisme labellisés :

Kevin, village Pierre et Vacances Belle Dune (Somme)

"Nos clients ont été ravis de voir que nous étions labellisés Qualidog cette saison !"

Valérie, Gîtes du Domaine des Chillards (Normandie)

"Je suis très contente de mon label et de mon partenariat avec EmmeneTonChien.com, j'ai eu une trentaine de réservations pour cette première année"

Bertrand, Camping Moulin des Iscles (Var)

“Je ne m’attendais pas à ces retombées pour une première année de labellisation, les clients ont été au RDV avec près de 35 réservations”.

Fabienne, Gîtes Pyrénées mon amour (Pyrénées)

“Je suis impressionnée des retombées de mon label Qualidog et de ma visibilité sur EmmeneTonChien.com, j’ai eu beaucoup de demandes et séjours et de réservations de la part de familles avec chiens, tous plus adorables les uns que les autres.”

Un chiffre à retenir : 28 !

L’obtention du Label Qualidog vous permet un retour sur investissement moyen de 28€ de CA généré pour 1€ investi !

Quel que soit le label que vous choisirez, gardez en tête que c’est un argument marketing supplémentaire à ne pas négliger et surtout à mettre en avant sur votre site web et vos réseaux sociaux dans le but de capter des réservations directes et d’améliorer davantage votre image de marque.

J’espère que cet article vous a été utile et vous a donné quelques idées malignes pour augmenter votre commercialisation en direct, mieux remplir votre planning de réservation et augmenter vos marges.

Tout l’enjeu pour vous est de maîtriser votre distribution via différents canaux : direct, réseaux sociaux, OTA, plateformes de visibilité pour optimiser vos marges et votre taux de remplissage.

TOURMAG DU 9/12

VACANCES NOËL : OU VEULENT PARTIR LES FRANÇAIS ?

https://www.tourmag.com/Vacances-Noel-Ou-veulent-partir-les-Francais_a116635.html

Bien que l’inflation touche le tourisme et que la sinistrose ambiante plombe le moral de tout le monde, le tourisme semble continuer sur sa lancée. Olivia Grégoire a révélé les résultats plutôt optimistes sur les envies de départs des Français lors des vacances à venir et cette tendance se confirme internet. De Similarweb à Google, nous avons fait un tour.

Fin octobre, Olivia Grégoire se félicitait de la bonne tenue du tourisme, face au contexte morose.

"Les Français continuent de partir en vacances. C'est plutôt une bonne nouvelle pour le tourisme," notait la ministre déléguée chargée des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme.

Surtout, la dernière enquête d'Atout France dévoilait que 55% des Français ont l'intention de réaliser un voyage ces prochaines semaines (de la période de Noël aux vacances d'hiver).

L'optimisme partagé par les sondés se retrouve aussi sur la toile, du moins c'est ce que semble observer Similarweb.

"Le trafic web agrégé des dix plus grandes compagnies aériennes a augmenté de 5 % en septembre 2022, en glissement annuel, pour atteindre 21 millions.

Le trafic d'octobre a augmenté de 50% par rapport à septembre 2020 (pendant la pandémie), et est resté stable par rapport à octobre 2019 (avant la pandémie)" explique l'entreprise spécialiste de la donnée sur internet.

Vacances : le ski en grande forme, le long courrier aussi !

L'intérêt du voyage sur Google paraît ne pas faiblir, alors que le spectre des restrictions s'est éloigné.

Ainsi, les recherches autour du mot "voyage" reviennent à des volumes pas trop éloignés de ceux constatés en 2019 pour les mois de novembre et décembre.

Dans les sujets associés les plus fréquents nous retrouvons : Voyages Leclerc, agence de voyages, vol, tout inclus et avion.

Et bonne nouvelle pour les stations, les Français ne boudent pas le ski.

Les recherches n'ont même jamais atteint ce niveau pour la 1^{er} semaine de décembre depuis presque toujours. Même en 2018 ou 2019, les internautes semblaient moins intéressés par la pratique du ski, que cette année.

A noter malgré tout la hausse record sur les trois derniers mois des requêtes de "sejour ski pas cher", sans doute révélateur de la hausse généralisée des prix.

Du côté de Similarweb, les voyageurs ont des envies d'ailleurs.

"Sur les 28 derniers jours et dans le top 20, 6 mots clés concernent des vols long-courriers à destination de New York, Tokyo, Dubaï, Montréal, Bali ou Bangkok.

Mais l'Europe et les villes du Sud de la France sortent particulièrement gagnantes avec 10 mots clés ayant généré 51K de volume de recherche," estime l'entreprise de data.

Depuis le 1^{er} novembre et sur Google, les destinations de voyage privilégiées des internautes nous retrouvons avec la plus forte hausse le Qatar (+75%), Finlande, Maldives, Emirats Arabes Unis, République dominicaine, Cap Vert et Cuba.

CORSE MATIN DU 9/12

DESSERTE MARITIME 2023-2029 LA DSP AMARREE AU PRIX FORT

CORSICA INFORMAZIONE

Desserte maritime 2023-2029 la DSP amarree au prix fort

Corse-Matin s'est procuré le rapport qui sera soumis lors de la session des 21 et 22 décembre. Les montants de compensation explosent, la barre des 100 M€ annuels à nouveau franchie. Au terme des sept ans de la délégation de service public, plus de 745 M€ auront été déboursés



Les compagnies Corsica Linea et La Méditerranée se répartissent les cinq lignes de la continuité territoriale entre la Corse et Marseille pour la DSP 2023-2029.

FRITZICK/SECORH

Plus de 145 millions d'euros par an. C'est le montant global des offres initialement déposées par Corsica Linea et La Méditerranée (en tenant compte de la mise à disposition dans le cas où chacune des compagnies avait fait valoir la réserve, notamment pour Porto-Vecchio et Propriano) à la suite de l'appel à candidatures lancé par la Collectivité de Corse pour la délégation de service public maritime, lancée au mois de mai 2021. Une DSP qui doit prendre la mer à partir du 1^{er} janvier prochain, après sept raccourcissements opérés entre le 1^{er} octobre 2016 et le 22 décembre 2022.

Réserve au jour à quelques 107 millions par an (100,80 M€ par an) pour la DSP maritime de 22 mois, 1^{er} mars 2023-31 décembre 2022, encore en vigueur pour quelques jours.

En considérant, des postes mar-jours = exploitation, investissement et carburant - sera à la hausse pour chacune des cinq lignes de la continuité terri-

Bèche non vertueuse

toriale entre la Corse et Marseille, pesant la Collectivité à sortir du cycle vertueux dont elle avait fait l'un de ses mantras depuis l'arrivée aux responsabilités des nationalistes en décembre 2015.

En attendant, l'un attend à nouveau des plaidoiries que l'on pensait ne jamais entendre.

Les conclusions des négociations, notamment en termes financiers, seront soumises à l'examen puis au vote de l'Assemblée de Corse lors de la session des 21 et 22 décembre prochains. Une session initialement programmée les 13 et 16 décembre et reportée en raison d'un dossier maritime qui, entre discussions plet à pied avec les candidats délégataires et l'absence d'une validation par l'Europe, avait perverti Gilles Simonetti, ne parvenant pas à s'inscrire sur le calendrier.

Reste que du côté de la validation par l'Assemblée, le président de l'Assemblée insulaire n'a partagé aucun retour de la part de la Commission européenne pas plus que du ministre délégué aux Transports, Clément Bouasse, qui devait communiquer les éléments de ses échanges avec l'Europe, et l'on ne sait pas si celle-ci a définitivement donné son feu vert à la DSP qui naviguera à partir de début janvier.

En attendant, l'un attend à nouveau des plaidoiries que l'on pensait ne jamais entendre.

Reste que du côté de la validation par l'Assemblée, le président de l'Assemblée insulaire n'a partagé aucun retour de la part de la Commission européenne pas plus que du ministre délégué aux Transports, Clément Bouasse, qui devait communiquer les éléments de ses échanges avec l'Europe, et l'on ne sait pas si celle-ci a définitivement donné son feu vert à la DSP qui naviguera à partir de début janvier.

Reste que du côté de la validation par l'Assemblée, le président de l'Assemblée insulaire n'a partagé aucun retour de la part de la Commission européenne pas plus que du ministre délégué aux Transports, Clément Bouasse, qui devait communiquer les éléments de ses échanges avec l'Europe, et l'on ne sait pas si celle-ci a définitivement donné son feu vert à la DSP qui naviguera à partir de début janvier.

Reste que du côté de la validation par l'Assemblée, le président de l'Assemblée insulaire n'a partagé aucun retour de la part de la Commission européenne pas plus que du ministre délégué aux Transports, Clément Bouasse, qui devait communiquer les éléments de ses échanges avec l'Europe, et l'on ne sait pas si celle-ci a définitivement donné son feu vert à la DSP qui naviguera à partir de début janvier.

Reste que du côté de la validation par l'Assemblée, le président de l'Assemblée insulaire n'a partagé aucun retour de la part de la Commission européenne pas plus que du ministre délégué aux Transports, Clément Bouasse, qui devait communiquer les éléments de ses échanges avec l'Europe, et l'on ne sait pas si celle-ci a définitivement donné son feu vert à la DSP qui naviguera à partir de début janvier.

Corsica Linea maître à bord

Reste que du côté de la validation par l'Assemblée, le président de l'Assemblée insulaire n'a partagé aucun retour de la part de la Commission européenne pas plus que du ministre délégué aux Transports, Clément Bouasse, qui devait communiquer les éléments de ses échanges avec l'Europe, et l'on ne sait pas si celle-ci a définitivement donné son feu vert à la DSP qui naviguera à partir de début janvier.

Reste que du côté de la validation par l'Assemblée, le président de l'Assemblée insulaire n'a partagé aucun retour de la part de la Commission européenne pas plus que du ministre délégué aux Transports, Clément Bouasse, qui devait communiquer les éléments de ses échanges avec l'Europe, et l'on ne sait pas si celle-ci a définitivement donné son feu vert à la DSP qui naviguera à partir de début janvier.

Reste que du côté de la validation par l'Assemblée, le président de l'Assemblée insulaire n'a partagé aucun retour de la part de la Commission européenne pas plus que du ministre délégué aux Transports, Clément Bouasse, qui devait communiquer les éléments de ses échanges avec l'Europe, et l'on ne sait pas si celle-ci a définitivement donné son feu vert à la DSP qui naviguera à partir de début janvier.

Reste que du côté de la validation par l'Assemblée, le président de l'Assemblée insulaire n'a partagé aucun retour de la part de la Commission européenne pas plus que du ministre délégué aux Transports, Clément Bouasse, qui devait communiquer les éléments de ses échanges avec l'Europe, et l'on ne sait pas si celle-ci a définitivement donné son feu vert à la DSP qui naviguera à partir de début janvier.

Reste que du côté de la validation par l'Assemblée, le président de l'Assemblée insulaire n'a partagé aucun retour de la part de la Commission européenne pas plus que du ministre délégué aux Transports, Clément Bouasse, qui devait communiquer les éléments de ses échanges avec l'Europe, et l'on ne sait pas si celle-ci a définitivement donné son feu vert à la DSP qui naviguera à partir de début janvier.

Reste que du côté de la validation par l'Assemblée, le président de l'Assemblée insulaire n'a partagé aucun retour de la part de la Commission européenne pas plus que du ministre délégué aux Transports, Clément Bouasse, qui devait communiquer les éléments de ses échanges avec l'Europe, et l'on ne sait pas si celle-ci a définitivement donné son feu vert à la DSP qui naviguera à partir de début janvier.

Reste que du côté de la validation par l'Assemblée, le président de l'Assemblée insulaire n'a partagé aucun retour de la part de la Commission européenne pas plus que du ministre délégué aux Transports, Clément Bouasse, qui devait communiquer les éléments de ses échanges avec l'Europe, et l'on ne sait pas si celle-ci a définitivement donné son feu vert à la DSP qui naviguera à partir de début janvier.

Compagnie régionale, une promesse et sept ans de galère

Quid de la compagnie maritime régionale ? La question est ouverte. « La vision politique du système de desserte maritime insulaire par la majorité territoriale a été consacrée par la délibération adoptée par l'Assemblée de Corse le 5 septembre 2016. Le Conseil exécutif a parallèlement initié des travaux de préparation de caractéristiques d'un bassin de service public en matière maritime, condition sine qua non de la mise en œuvre, à terme, du schéma de desserte dont les principes ont été posés : une compagnie territoriale d'exploitation à capitaux en partie publics (Collectivité de Corse) et une société d'investissement permettant à la collectivité publique d'acquiescer progressivement tout en partie de l'investissement ».

La mise en œuvre du schéma prévoyant a été suspendue, rappelle Gilles Simonetti dans le rapport qui sera présenté dans quinze jours, afin de sécuriser juridiquement la desserte maritime de la Corse à compter du 1^{er} janvier 2023, en se situant dans une hypothèse de délégation de service public, « dont il s'agit d'écarter de la pertinence et de la conformité aux exigences du droit communautaire ».



Quel avenir pour une compagnie maritime régionale, « vieille » promesse de campagne de 2015 ? Il faudra attendre 2030 pour le savoir.

Si la compagnie maritime tient toujours ses engagements, pour le moment, on observe que de la réalité, le système de délégation de service public n'est pas, lui non plus, à l'abri d'une réflexion sur le fond témoignant de la complexité globale du dossier de la continuité territoriale. Surtout quand il modifie une mesure annuelle de l'Etat.

Un gel, un chantier

Reflection qui a trouvé écho dans l'hémicycle des deux chambres du Parlement, Assemblée territoriale et Sénat, récemment. Rappelant au centre de la problématique une dotation

de continuité territoriale (DCT) de la Corse à compter du 1^{er} janvier 2023, en se situant dans une hypothèse de délégation de service public, « dont il s'agit d'écarter de la pertinence et de la conformité aux exigences du droit communautaire ».

Si la compagnie maritime tient toujours ses engagements, pour le moment, on observe que de la réalité, le système de délégation de service public n'est pas, lui non plus, à l'abri d'une réflexion sur le fond témoignant de la complexité globale du dossier de la continuité territoriale. Surtout quand il modifie une mesure annuelle de l'Etat.

Reflection qui a trouvé écho dans l'hémicycle des deux chambres du Parlement, Assemblée territoriale et Sénat, récemment. Rappelant au centre de la problématique une dotation

de continuité territoriale (DCT) de la Corse à compter du 1^{er} janvier 2023, en se situant dans une hypothèse de délégation de service public, « dont il s'agit d'écarter de la pertinence et de la conformité aux exigences du droit communautaire ».

Si la compagnie maritime tient toujours ses engagements, pour le moment, on observe que de la réalité, le système de délégation de service public n'est pas, lui non plus, à l'abri d'une réflexion sur le fond témoignant de la complexité globale du dossier de la continuité territoriale. Surtout quand il modifie une mesure annuelle de l'Etat.

Reflection qui a trouvé écho dans l'hémicycle des deux chambres du Parlement, Assemblée territoriale et Sénat, récemment. Rappelant au centre de la problématique une dotation

A.-C.C.

TOURMAG DU 9/12

AIRBNB : NEW YORK DURCIT ENCORE LES REGLES DE LOCATION COURTE DUREE

https://www.tourmag.com/AirBnb-New-York-durcit-encore-les-regles-de-location-courte-duree_a116636.html

New York a renforcé la loi encadrant la location courte durée sur les plateformes du type Airbnb. Les nouvelles règles entreront en vigueur dès le 9 janvier 2023. Les propriétaires devront prouver notamment que l'appartement loué est bien leur résidence principale.

Vous rêviez de croquer la grosse pomme ? De visiter la Statue de la Liberté et de déambuler sur la 5e Avenue les bras chargés de paquets... Et vous aviez envisagé une petite location en essayant de trouver dans un appartement sur Airbnb ?

Et bien sachez que la location d'appartement à New York est strictement encadrée. Et la Mairie de New York a renforcé une nouvelle fois les règles qui encadrent la location d'appartements courte durée dans la ville, comme l'explique le site spécialisé CNewYork.

Ces nouvelles dispositions concernent toutes les plateformes de type Airbnb à New York aux Etats-Unis.

Ainsi à compter du 9 janvier 2023, les propriétaires de biens immobiliers devront apporter la preuve que l'appartement loué est bien leur résidence principale. Ils devront également démontrer aux plateformes spécialisées qu'ils vivent bel et bien dans l'appartement mis en location et qu'ils n'ont pas réservé une chambre avec une porte spécialement dédiée pour les voyageurs.

Il sera demandé un plan de l'habitation.

Les propriétaires qui ne pourraient pas justifier que la location de vacances est bien leur résidence principale encourent une amende 5000 dollars. Quant aux plateformes qui ne vérifieront pas que les propriétaires habitent bien dans le bien mis en location pourraient se voir infliger une amende de 1500 dollars

Airbnb New York : des règles déjà contraignantes

CNewYork rappelle que les lois qui encadrent la location courte durée à New York sur Airbnb ou les plateformes du même type étaient déjà très contraignantes.

Au-delà des règles citées ci-dessus, les locations dans la ville de New York pour une durée de moins de 30 jours ne sont pas autorisées sauf si le propriétaire est présent pendant toute la durée du séjour ou que la location d'appartement se trouve dans un immeuble de moins de 3 appartements...

Des dispositions qui réduisent considérablement les possibilités pour un séjour à New York entre amis ou des vacances en famille pour une à deux semaines.

C'est à partir de 2010 que la Mairie de New York a décidé de s'attaquer aux locations courtes durées. En 2016, une loi du Sénat est venue encore renforcer les contraintes déjà mises en place.

L'objectif était d'enrayer la spéculation immobilière, de nombreux investisseurs achetaient des appartements dans le seul but de les mettre en location sur Airbnb ou sur des plateformes du même type.

Location AirBnb New York : quelles sont les risques ?

Comme le conseille le site spécialisé sur New York mieux vaut éviter de répondre à une annonce de location de courte durée à New York si elle ne respecte pas les points énumérés ci-dessus.

En effet, le risque est de voir tout bonnement sa location annulée... peut être même au dernier moment. Et il est parfois compliqué de trouver un logement ou un hôtel à un tarif attractif en dernière minute.

Alors comment louer un appartement à New York ? Où loger au cœur de Manhattan, au pied de l'Empire State Building ou près de Central Park ou encore de Times Square ?

Il existe des alternatives simples : des chambres chez l'habitants strictement encadrées par la loi, des hôtels bien sûr ou les appart'hôtels.

Atc.corsica