



# REVUE DE PRESSE

Du 9, 10 & 11 janvier 2023

Mission Communication

# SOMMAIRE

## 01 **TOURISME DURABLE**..... P3

TOURISME DURABLE : 2022, L'ANNEE DE LA PRISE DE CONSCIENCE ?.....P3

SUR-TOURISME, LES "NO LISTS" DES GUIDES FODOR'S DONNENT L'EXEMPLE .....P6

## 02 **CORSE**..... P10

VERS UNE STATION 4 SAISONS .....P10

NEUF ETABLISSEMENTS LABELLISES « CLEF VERTE » EN CORSE.....P11

## 03 **CONJONCTURE** .....P12

BAROMETRE ORCHESTRA : LE TOP 20 DES DESTINATIONS EN DECEMBRE 2022 .....P12



## TOURMAG DU 9/01

## TOURISME DURABLE : 2022, L'ANNEE DE LA PRISE DE CONSCIENCE ?

[https://www.tourmag.com/Tourisme-durable-2022-l-annee-de-la-prise-de-conscience\\_a116869.html](https://www.tourmag.com/Tourisme-durable-2022-l-annee-de-la-prise-de-conscience_a116869.html)

Rétrospective en 25 articles

Parfois, s'arrêter et regarder en arrière peut aider à y voir plus clair. Alors que l'écoanxiété grandit et que les crises s'accumulent, il semble tout de même que la tendance soit à une volonté collective d'aller plus loin dans la lutte pour un voyage responsable.

Comme le temps passe vite. Qu'il est loin le temps où, en 2020, Emmanuel Macron comparait les défenseurs de la décroissance à des « amish » : en 2022, le président sonnait « la fin d'une certaine forme d'abondance » pour annoncer, du moins dans le discours, une volonté d'aller vers un monde plus sobre.

Cette année, le rapport du GIEC est passé presque inaperçu. Et pour cause : il paraissait au moment même où Vladimir Poutine envahissait l'Ukraine. La COP27 a accouché d'une souris. La COP15 (mais si, vous savez, sur la biodiversité) n'a pas tellement fait parler d'elle...

Avec une crise climatique et une écoanxiété à leur comble, il est compliqué de voir du positif.

Et pourtant, lorsqu'on se penche sur les articles parus dans cette rubrique durant l'année 2022, on peut y trouver une lueur d'espoir. Une prise de conscience des touristes, des entreprises et des actions qui petit à petit se généralisent.

Allez, on fait le bilan, calmement, (en 25 articles, quand même, il faut ce qu'il faut) pour commencer 2023 sous de bons auspices.

### **La crise climatique et le surtourisme s'enflamment**

Avec une crise climatique largement entamée, le tourisme doit plus que jamais s'adapter aux urgences environnementales et sociales.

On l'a vu cet été, avec un stress hydrique et une sécheresse malheureusement largement prévisibles.

Alors que certains territoires voyaient les touristes désertés pour cause de chaleurs trop intense (et sans spoiler, ça n'est qu'un début) ; d'autres zones ont, cette année encore, dû faire face à des vagues de sur-tourisme et la pollution qui va avec.

Ça n'est pas en 2022 que la tendance à la détestation du touriste a pu se résorber... Devant de tels débordements, les institutions et les pros du tourisme tentent, testent et réfléchissent.

## **Au sujet du climat,**

**Lire :** [Sécheresse : la Région PACA en première ligne](#)

**Lire :** [Écotourisme et sécheresse : le rôle clé des Parcs Naturels Régionaux](#)

**Lire :** [Incendies en Gironde : quelles conséquences pour le tourisme ?](#)

**Lire :** [Surtourisme : quelle solution quand tout déborde ?](#)

## **On s'interroge sur l'avenir du tourisme**

Et cette année, dans TourMaG, nous avons fait la part belle à ces réflexions. Au moment où le tourisme se cherche un avenir durable dans tous les sens du terme, nous avons posé la question à des intellectuels.

Nous avons aussi donné la parole à des pros qui essaient d'ouvrir de nouvelles voies vers un tourisme plus responsable et plus équitable, alors que l'ATES ouvrirait ses premiers dialogues du Tourisme Équitable.

Qui sont les touristes ? Vers où vont-ils ? Quel est l'avenir de l'industrie du tourisme et dans quelle direction aller ? Autant de questions que les voyageurs eux-mêmes se posent. Cette année, plusieurs études ont prouvé qu'ils attendaient des réponses de la part d'un secteur qu'ils attendent au tournant.

## **Au sujet de l'avenir du tourisme,**

**Lire :** [Crise climatique : pourquoi les agences de voyages doivent s'engager](#)

**Lire :** [Le tourisme durable, un critère pour 93% des voyageurs](#)

**Lire :** [J.-F. Rial "La maison brûle... mais il est encore possible de limiter la propagation..."](#)

**Lire :** [Entre autonomie et folklorisation : le tourisme sur le fil](#)

**Lire :** [Jean-Didier Urbain : "Le touriste, ça n'est pas un gisement naturel"](#)

**Lire :** [Le slow tourisme peut-il s'ancrer dans nos sociétés ?](#)

**Lire :** ["Un tourisme de masse en croissance ne sera jamais durable" selon Timothée Parrique](#)

## **Le greenwashing épinglé**

Une année pleine de réflexion certes, mais une année marquée aussi par l'action ! Car s'il se questionne sur son avenir, le tourisme montre enfin du doigt ceux qui ne jouent pas le jeu.

L'écoblanchiment - ou greenwashing n'est pas une nouveauté et l'industrie du tourisme ne fait pas exception. Mais cette année, elle a su se regarder en face, se remettre en question, et se défendre contre ceux qui profitaient des attentes des voyageurs pour repeindre leur communication en vert.

Et si on s'attendait à ce que des ONG comme Greenpeace montrent du doigt certains acteurs de l'aérien, il était bien plus étonnant de voir des institutions comme la mairie de Marseille s'en prendre à la croisière, ou des acteurs du tourisme avoir le courage de porter plainte devant le Jury de Déontologie Publicitaire.

#### **Au sujet de l'écoblanchiment,**

**Lire :** [Climat : Greenpeace épingle Air France, Ryanair, Easyjet and co](#)

**Lire :** [Pub et Greenwashing : "Ce que Lufthansa fait passer sur son action est faux, tout simplement"](#)

**Lire :** [Greenwashing : Guillaume Jouffre dépose une plainte contre Skyscanner](#)

**Lire :** [Greenwashing : une pétition contre les pratiques de Skyscanner](#)

**Lire :** [Greenwashing : l'aérien se paie la SNCF et gagne ! Oui mais...](#)

#### **La RSE sort du bois**

Prenant acte des urgences environnementales et de la nécessité d'évoluer, le secteur cherche à s'adapter.

On voit de plus en plus d'acteur revendiquer une politique RSE (responsabilité sociale des entreprises) ambitieuse.

Cette année encore, Atout France et Logis Hotel étaient main dans la main pour aider le monde de l'hôtellerie-restauration à opérer sa mue.

D'autres se posent la question des labels : comment les unifier et faciliter la compréhension par le secteur et surtout ses clients des actions mises en place ?

Et TourMaG, modestement, a essayé d'accompagner les professionnels du tourisme dans leur transition. De manière didactique, nous avons voulu expliquer les enjeux, et vous donner des astuces pour aller plus loin.

#### **Au sujet de la RSE et des solutions concrètes,**

**Lire :** [La RSE, kezaoko ? Explications en 3 points !](#)

**Lire :** [Démarche RSE : foncez, ce n'est pas si compliqué !](#)

**Lire :** [Tourisme durable : être engagé est une "question de survie" !](#)

**Lire :** [Les écolabels vont-ils être les arbitres du tourisme ?](#)

**Lire :** [Comment la France veut devenir la première destination durable au monde](#)

**Lire :** [Calculer l'empreinte carbone en ferry, c'est enfin possible](#)

**Lire :** [Chronotrans : quelles destinations à portée de train ?](#)

**Lire :** [Comment réduire votre empreinte numérique ?](#)

### **Aller plus loin en 2023**

Comme vous, on ne va pas s'arrêter en si bon chemin.

On va continuer de demander à des intellectuels et des pros de penser le tourisme. On va essayer de comprendre ce qui se joue sous nos yeux, comment y faire face. On va chercher des solutions inspirantes, des agents de voyages qui prennent des directions inattendues, des TO originaux...

## **TOURMAG DU 10/01**

### **FUTUROSCOPIE : SUR-TOURISME, LES "NO LISTS" DES GUIDES FODOR'S DONNENT L'EXEMPLE**

[https://www.tourmag.com/Futuroscopie-sur-tourisme-les-No-lists-des-guides-Fodor-s-donnent-l-exemple-%F0%9F%94%91\\_a116949.html](https://www.tourmag.com/Futuroscopie-sur-tourisme-les-No-lists-des-guides-Fodor-s-donnent-l-exemple-%F0%9F%94%91_a116949.html)

Dans une période aussi chaotique que celle que nous vivons, alors que tous les repères se délitent et se transforment, le tourisme constitue l'un des secteurs les plus chahutés. Parmi toutes ses composantes, l'information est elle aussi en transition. Sur la forme évidemment. Mais, cela tout le monde le sait et tente de gérer au mieux les nouveaux outils technologiques. Plus important, une mutation est aussi à l'œuvre sur le fond. De nombreux signaux l'indiquent. Et c'est une très bonne chose. Ainsi, guides de papier et sites internet montent au créneau non pas pour vanter les richesses du monde et y attirer de nouveaux touristes, mais au contraire pour les dissuader de faire le voyage. C'est le cas des Guides Fodor's dont la dernière « No List » vient de paraître...

Ce sont les guides américains Fodor's (créés il y a 80 ans) qui ont diffusé la nouvelle via un communiqué de presse. Leur nouvelle liste intitulée « Fodor's No List 2023 » vient de paraître. De quoi s'agit-il ?

Dès 2016, les géants du guide de voyages, sensibles aux problématiques de surtourisme publiaient une liste de destinations touristiques à éviter. Rassemblées sur le site de l'éditeur, ces destinations étaient alors relativement peu nombreuses.

On y trouvait la Grande barrière de corail, Miami Beach, New Delhi, Times square ou Dubaï considéré comme encore en construction donc ne valant pas le voyage ! Parallèlement, des alternatives à ces destinations étaient proposées en proximité.

Deux ans, plus tard, en 2020, la « No list » reprenait du service et proposait cette fois d'éviter Barcelone, Big Sur en Californie, le site d'Angkor, Bali, la montagne du Matterhorn dans l'Himalaya, les route des Keys en Floride... Et tant d'autres. Mais, cette année, après deux ans de Covid et de décélération du voyage international, les menaces se rapprochent et de nouvelles destinations augmentent la « No list 2023 ».

Il s'agit de destinations extrêmement populaires comme Étretat et les calanques de Cassis en France. Mais, il s'agit aussi de Lake Tahoe dans l'ouest américain, Venise, Amsterdam, la côte amalfitaine, la Cornouailles, certains coins de Thaïlande et d'Hawaï, notamment de petites îles menacées par la dégradation de la biodiversité et les pénuries d'eau dont les insulaires sont victimes au profit des touristes.

### **Une « No list » engagée, intelligente donc efficace**

Car, et là encore, la mutation est de taille, les auteurs de la « No List » ne se contentent pas de dénoncer les risques courus par une destination. Ils expliquent avec force détails, les raisons pour lesquelles certains sites doivent être évités. Ainsi, si les phénomènes de saturation sont effectivement dénoncés, les menaces écologiques qui leur sont liées sont détaillées. Et méritent de l'être.

Car, tous les voyageurs ne sont pas forcément au courant et conscients des dégâts qu'ils font subir au patrimoine naturel, à la biodiversité et aux populations locales. Ainsi, en Cornouailles par exemple, un auteur de la « No list » dénonce l'étroitesse des routes, les nuisances subies par les habitations qui les bordent, la hausse de l'immobilier née des locations privées...

En Antarctique, est souligné le problème de la fonte accélérée de la glace à cause des bateaux, aussi peu nombreux soient-ils, qui émettent des charges énormes de CO2 détruisant la flore et la faune maritime, tout en transportant des virus inconnus. Même souci à Lake Tahoe où les particules fines émises par le trafic aérien et routier transforment les eaux du célèbre lac.

Pour en revenir aux pénuries d'eau qui frappent aussi le Nevada et l'Arizona, la baisse drastique des réserves est amplement évoquée et expliquée... Ainsi que les effets en chaîne qui en découlent : les coupures d'électricité faute d'énergie pour faire tourner les centrales !

Sans compter que l'on dissuade aussi les touristes d'embarquer sur des croisières sur le Rhin et le Danube dont les niveaux ont déjà fortement baissé...

### **La vocation des guides réinventée par les "No lists"**

Certes, les guides Fodor's ne sont pas les seuls à œuvrer dans le sens d'un contingentement de l'activité touristique. Mais, force est de remarquer que le revirement dans le domaine est de taille. Il n'y a pas si longtemps, la vocation de l'information touristique était de mettre en valeur des sites et destinations jugées comme indispensables à la culture des voyageurs, tant pour leur esthétique que pour leur valeur historique et iconique.

Les plumes des auteurs de guides se confondaient en louanges et descriptions mirifiques capables d'attirer le public vers des essentiels du patrimoine mondial.

Les premiers guides Baedeker en Allemagne, Murray outre-Manche, les Guides Johanne en France (ancêtres des Guides Bleu) remplissaient cette vocation, assortis de renseignements pratiques indispensables. Puis, ce fut le cas de Michelin et des guides du Touring club de France pour les automobilistes et les cyclotouristes et après-guerre de tant d'autres précieux ouvrages signés par les grands de l'édition.

Dès les premiers pas du tourisme, les voyageurs publiaient aussi des récits détaillant leurs déplacements, s'extasiant sur la beauté ou la laideur du monde (voir dossier : les écrivains voyageurs) tout en ne ménageant pas leurs critiques sur certains sites et les conditions pratiques déplorables dans lesquelles on voyageait.

### **« Comment être un meilleur voyageur dans les années à venir ? »**

En fait, le constat et la réflexion engagée par les Guides Fodor's est simple : l'industrie touristique ne peut poursuivre son essor au même rythme de croissance et continuer d'envoyer et accueillir des millions de touristes sur des zones fragiles ou en voie de fragilisation.

La réponse des éditeurs est donc tout aussi simple : conseillons aux voyageurs d'éviter un certain nombre de destinations en péril. Mais surtout éduquons les. Quand on intitule un paragraphe de la « No list » : « Comment être un meilleur voyageur » et plus loin, un autre paragraphe : « How can travelers help » ! Il est clair que l'on a fait du chemin entre la première « No List » et celle de cette année.

Non seulement, il s'agit aujourd'hui de dissuader, mais on incite les touristes à diffuser l'information, à convaincre d'autres touristes du bien fondé de la démarche et in fine, on les invite aussi à réparer les dégâts qu'ils font à travers des gestes utiles comme le ramassage des déchets, la plantation d'arbres, le nettoyage des plages et pistes de ski...

D'ailleurs, Randy Durband, le CEO of the Global Sustainable Tourism Council (GSTC), précise qu'il n'a jamais voulu empêcher les touristes de visiter certaines destinations. « On veut seulement les responsabiliser et les sensibiliser aux problématiques environnementales et humaines » affirme-t-il.

### **Mais, en même temps, les « Go List » poursuivent le chemin inverse**

Enfin, parallèlement à ce travail dont on ne peut que souhaiter qu'il se développe (et il devrait le faire) porté aussi par tous les sites en ligne des ONG et associations diverses se battant pour la cause écologique, force est de constater que tous les sites de voyages ne sont pas sur la même longueur d'ondes.

Quand on ouvre le site des Guides Lonely Planet (les plus lus dans le monde), où incite t'on le voyageur à poser ses valises ? A Petra en Jordanie ! Aux îles Galápagos ! Dans des réserves africaines, au volant de véhicules hyper polluants et nocifs pour les animaux sauvages ! Dans le parc de Yellowstone pour observer « les grizzlis et les geysers » ou à Angkor et aux chutes d'Iguaçu !

Et pourquoi pas un thé dans un troquet au pied de l'Annapurna alors que l'on connaît les dégâts faits par les trekkeurs (les déchets notamment) ?

Sur le site des guides du Routard, pour 2023, ce n'est pas mieux. Sont recommandés : Lisbonne (la ville la plus saturée d'Europe), les aurores boréales en Scandinavie et Islande mais aussi les îles des Canaries les plus préservées : La Gomera et El Hierro ou Lanzarote...

Des îles qui avaient une petite chance d'échapper à l'invasion touristique et qui sont en train de la perdre. Non seulement, Lanzarote par exemple, a vu le nombre de vols directs augmenter, notamment depuis la France mais le JT de France 2 ne s'est pas privé de dérouler un reportage sur ses atouts naturels sur les écrans du 20 H !



Les paradoxes restent donc de mise et le combat des partisans d'un tourisme modéré et sobre également. Comme le combat entre « No list » et « Go list ». Mais espérons que les « No lists » l'emporteront.

CORSE MATIN DU 11/01

VERS UNE STATION 4 SAISONS

ASCU

## Vers une station quatre saisons



L'absence répétitive de neige remet en question l'avenir de la station et de ses activités. Changement climatique oblige, télésièges et tire-fesses devront bifurquer des pistes de ski à celles de VTT et de randonnée.

PHOTOS JEANNOT FILIPPI

**P**isteur secouriste, directeur de station, canons enneigeurs. Tout est prêt. On attend juste la neige. Ces mots, Bernard Franceschetti les répète, presque inlassablement, chaque hiver. Le maire d'Ascu garde les yeux rivés sur le ciel. Il guette l'arrivée des flocons, synonymes de vie pour la station d'Ascu Stagnu.

Mais cette année encore, pour l'instant, rien. Un léger manteau blanc a partiellement recouvert les pistes fin novembre et dans la nuit d'hier. Trop peu pour tenir sur la durée. Même les canons à neige, les seuls sur l'île, n'y font rien. « Ils ne fonctionnent qu'à partir de températures négatives et pour l'instant, le minimum que nous avons eu était de 4 °C », confie le maire. Les températures presque printanières de la fin d'année ont donné l'ultime coup de massue aux espoirs des skieurs corses.

Inaugurée au début des années 1960, la station d'Ascu Stagnu était promise à un avenir radieux. C'était sans compter sur l'avalanche de 1969 qui tua quatre collégiens calvaises et la tempête de 1993 qui détruisit la station. Puis, silence radio. Jusqu'en 2015, année de sa réouverture et du début d'une nouvelle dynamique de projet portée par la municipalité d'Ascu.

### Côtoyer les cimes

Après 2,5 millions d'euros de travaux et le retour d'une première remontée mécanique de 500 mètres flamboyant neuve, la mairie voit plus loin. Un autre projet d'extension est mis sur la table. Il comprend un télésiège

grim pant jusqu'à 1 700 mètres et deux télésièges supplémentaires dont le point d'arrivée est fixé à 2 000 mètres. De quoi ouvrir six pistes.

Coût du projet : entre 4 et 4,5 millions d'euros pour aider les skieurs à atteindre les coins les plus enneigés. En février 2022, tout semble encore d'actualité, les chutes de neige suffisantes renforcent l'idée que le projet tient la route. Une concrétisation pour la saison 2023-2024 est même évoquée. « Ce projet semble aujourd'hui compromis. La présence de neige est trop intermittente », soupire Bernard Franceschetti.

### Multi-activités

Pour autant, hors de question d'abandonner le site. « Nous

avons lancé une étude précise sur le développement futur de la vallée. La station serait un maillon d'une chaîne englobant cet espace », confie le maire. Un maillon à double face : une avec de la neige, l'autre sans. « L'idée est de faire vivre le site toute l'année et pour cela, il faudra la préparer à accueillir d'autres activités que le ski. »

VTT, randonnée, raquettes, ski de randonnée... Les pistes et équipements de la station pourraient être taillés sur mesure pour fonctionner toute l'année et attirer plusieurs publics. « De nouvelles boucles de randonnées sont déjà en train d'être tracées », précise Bernard Franceschetti. L'édile voit plus loin que le site même de la station et imagine « du kayak sur la rivière en contrebas ». L'étude permettra de

pointer les premières possibilités courant 2023. « Avec la Collectivité de Corse nous attendons les résultats d'ici le mois de juin. Ils nous serviront pour établir un plan de développement. »

### Sport, culture et découverte

Si tout est encore au stade de réflexion, la volonté est claire et bien affichée : faire de la vallée d'Ascu un haut lieu de la montagne et de la nature pour tous, avec ou sans neige.

« Au village, il y a un grand bâtiment en bois que nous aimerions transformer en centre d'immersion. On y accueillerait tout type de publics mais surtout des scolaires grâce à une gestion publique externe comme cela se fait à Vizavona sur le site de Savaghju », décrit Bernard Franceschetti. La situation pourrait bénéficier aux structures déjà existantes « comme l'écomusée situé en bas des pistes. Nous avons du mal à le mettre en valeur ».

### Des partenaires cruciaux

Reste que tout cela a un coût. S'il n'est pas encore chiffré, il devrait être financé comme les investissements précédents en majeure partie par la Collectivité de Corse et l'État qui le font généralement à hauteur de 80 %. « C'est un peu juste. Si on veut développer le rural, il faudrait plutôt se pencher sur un financement à hauteur de 90 % hors taxes. Là, presque tout devient possible », glisse Bernard Franceschetti.

PIERRE-MANUEL PESCECCI



Pour le maire d'Ascu, Bernard Franceschetti, il faut savoir se réinventer et préparer la vallée et ses installations à une activité scolaire, sportive et culturelle tout au long de l'année.

**DISTINCTION****Neuf établissements labellisés « Clef verte » en Corse**

La « Clef verte », premier label international de tourisme durable pour les hébergements touristiques et pour les restaurants, a dévoilé son palmarès national 2023.

En France, l'année 2023 constitue un record historique pour « Clef Verte » avec 1077 établissements labellisés, à savoir une hausse de 25 % (855

structures avaient été labellisées en 2022) notamment dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur qui connaît la plus forte progression avec une hausse de près de 40 % d'hébergements supplémentaires par rapport à l'année précédente.

Les hôtels enregistrent une performance particulièrement élevée avec 411 lauréats contre 267 en 2022 (soit + 54 %).

Rendez-vous est fixé pour la cérémonie d'annonce du palmarès « Clef Verte » et de remise des prix à Marseille le 17 janvier.

La Corse compte neuf lauréats (cinq hôtels, trois résidences de tourisme et un village de vacances) : six en Corse-du-Sud (trois à Lecci ; un à Porto-Vecchio, Bonifacio et Pietrosella) dont un nouveau (celui de Bonifacio), et trois en Haute-Corse (à L'Ile-Rousse, Calvi, et Linguizzetta).

Premier label environnemental international pour l'hébergement touristique et la restaura-

tion, le label « Clef Verte / Green Key » distingue 3 700 hébergements touristiques et restaurants dans 60 pays qui justifient d'une gestion environnementale performante et de pratiques responsables autour de 100 à 120 critères sur sept thématiques. Il tient notamment compte des actions concrètes menées pour préserver les ressources en eau et pour promouvoir la sobriété énergétique.

La « Clef Verte » est attribuée par un jury d'experts du tourisme et de l'environnement. En France, ce label est déployé par l'association Teragir qui porte également les programmes « Pavillon Bleu », « EcoEcole », « la Journée internationale des forêts » et « Jeunes Reporters pour l'Environnement » et la campagne de mobilisation citoyenne « Action solution ».

**CINÉMA****Le Clan prend de l'avance en Corse**

Ce mercredi, *Le Clan*, nouveau long métrage d'Éric Fraticelli, arrive dans les cinémas de l'île une semaine avant sa sortie nationale, prévue sur le continent le 18 janvier prochain. Plus que l'effet *Bienvenue chez les Ch'tis* qui avait entériné ce genre de pratique en 2008, l'acteur-réalisateur et ses producteurs le voit comme un cadeau à ce public insulaire qui leur est cher : « *C'est pour vous que je fais des films* », avait déclaré Pido devant une salle comble du Régent en novembre dernier, au premier jour de la tournée du film. Depuis, *Le Clan* a fait le

## ECHO TOURISTIQUE DU 11/01

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

[https://www.lechotouristique.com/article/barometre-orchestra-lecho-le-top-20-des-destinations-en-decembre-2022?utm\\_source=newsletter-1768&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Newsletter-1768](https://www.lechotouristique.com/article/barometre-orchestra-lecho-le-top-20-des-destinations-en-decembre-2022?utm_source=newsletter-1768&utm_medium=email&utm_campaign=Newsletter-1768)

Toutes destinations confondues, les ventes de voyages réalisées par les agences physiques et en ligne reculent de 4% versus décembre 2019, après avoir progressé de 7% en novembre 2022, selon le Baromètre Orchestra pour L'Echo touristique. La tendance se rapproche donc de celle du mois d'octobre (-6%). Ce nouvel état des lieux confirme aussi une envolée des prix à géométrie variable selon les pays. Jusqu'à +48%, pour les séjours en Egypte.

En termes de destinations, la France métropolitaine arrive naturellement en tête en cette saison de ski. Mais sa baisse atteint un niveau vertigineux en volume d'affaires (-43%). La chute en nombre de clients s'avère nettement plus importante, puisque le panier moyen bondit de 29%. Hausse des prix, manque de neige, arbitrages budgétaires : les raisons de cette désaffection sont multiples. A l'étranger, Espagne, Grèce et Maroc en tête

Nombre de Français ont préféré partir à l'étranger. Derrière l'Hexagone, trois pays affichent une très forte croissance : l'Espagne (+44%), la Grèce (+52%) et le Maroc (+68%). L'augmentation du panier moyen, pour ce trio méditerranéen, est plus modéré que dans notre pays. A la 6e place, la République Dominicaine représente la première destination long-courrier.

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

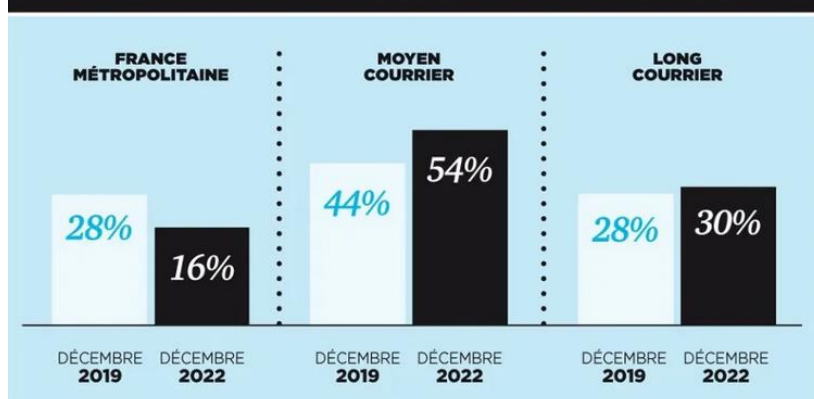


## TOP 20 DESTINATIONS (DÉCEMBRE 2022)

EVOLUTION MENSUELLE 2022 VS 2019 : -4 %

Rang	Destination	Evolution du Volume d'Affaires (2022 vs 2019)	Evolution du Panier Moyen (2022 vs 2019)
1	 FRANCE MÉTROPOLITAINE	-43%	+29%
2	 ESPAGNE	+44%	+18%
3	 GRECE	+52%	+8%
4	 MAROC	+68%	+16%
5	 TUNISIE	+9%	+15%
6	 REP. DOMINICAINE	+28%	+21%
7	 EGYPTE	+43%	+48%
8	 ILE MAURICE	+31%	+13%
9	 MEXIQUE	+2%	+21%
10	 ÉTATS-UNIS	+8%	+2%
11	 THAÏLANDE	-23%	+31%
12	 JORDANIE	+215%	+6%
13	 TANZANIE	+135%	+4%
14	 GUADELOUPE	+90%	+18%
15	 PORTUGAL	-19%	+12%
16	 ITALIE	-27%	+6%
17	 INDONÉSIE	+142%	+20%
18	 CAP VERT	-30%	+12%
19	 MARTINIQUE	+25%	+20%
20	 EMIRATS ARABES UNIS	-40%	+45%

### PART DU VOLUME D'AFFAIRES PAR TYPES DE DESTINATIONS



Atc.corsica