



## NOTE DE VEILLE – JANVIER 2022

### ATTRACTIVITE

#### ➤ #Covid19 : près de six Franciliens sur dix prêts à déménager, la Région Auvergne-Rhône-Alpes plébiscitée

La crise sanitaire a donné aux salariés des envies de déménagement : quatre Français sur dix se disent prêts à déménager dans l'hexagone pour trouver un nouvel emploi.

Les Franciliens, en particulier (près de 6 sur 10), cherchent de plus en plus souvent un emploi en dehors de leur région et Auvergne Rhône Alpes est celle qui a le plus la cote !

[https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/c-est-mon-boulot/covid-19-pres-de-six-franciliens-sur-dix-prets-a-demenager-la-region-auvergne-rhone-alpes-plebiscitee\\_4889711.html](https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/c-est-mon-boulot/covid-19-pres-de-six-franciliens-sur-dix-prets-a-demenager-la-region-auvergne-rhone-alpes-plebiscitee_4889711.html)

#### ➤ Marketing territorial : enjeux, outils, perspectives

##### Dossier Espaces – Novembre/décembre 2021

Les territoires touristiques sont devenus des marques. Ils s'organisent pour renforcer leur visibilité et leur attractivité, dans un univers très concurrentiel. Seulement voilà, un dispositif de promotion peut convenir à un territoire et, pas du tout à un autre. La marche à suivre, de la réflexion à la mise en œuvre, suit une trame commune qui implique la mobilisation de différents acteurs : institutionnels, professionnels du tourisme, sans oublier les habitants et les visiteurs eux-mêmes. Mais la clé du succès réside dans une stratégie marketing sur mesure, pertinente et créative. A chacun de piocher parmi les multiples modes de communication ceux qui y correspondent le plus : site web, réseaux sociaux, magazine papier, newsletter, vidéo, recours à des ambassadeurs ou des influenceurs...

<https://www.tourisme-espaces.com/doc/10819.marketing-territorial-enjeux-outils-perspectives.html>

### TRANSITION DU TOURISME - TOURISME DURABLE

#### ➤ Actualisation des critères de classement des hébergements

##### Du vert et du digital contre des étoiles (hôtels, campings, résidences de tourisme et villages vacances)

Le classement de l'offre hôtelière française va être adapté aux mutations du secteur avec de nouveaux critères applicables dès le 1<sup>er</sup> avril 2022, avec 2 notions majeures : le « digital » et la « durabilité »

1- Le digital, proposer :

- proposer « un service minimum » c'est-à-dire au moins le wifi
- mais aussi la numérisation de certains services comme le check-in (pour privilégier la qualité d'accueil, l'hospitalité sans friction ni paperasse)
- la généralisation du QRCode pour mettre à disposition des clients un livret d'accueil, informations utiles

2- Le développement durable : pas de classement Atout France sans la totalité de ces critères environnementaux :

- économie d'eau,
- économie d'énergie et gestion des déchets,
- ampoules basse consommation,
- produits d'entretien respectueux de l'environnement,
- obligation d'information des clients sur les solutions de mobilité douce à proximité du lieu de villégiature,
- proposition minimale de 3 produits alimentaires issus du circuit-court lorsque l'établissement propose un service de restauration,
- formation des personnels sur les 3 grands sujets d'économies de ressources,

Parmi les critères optionnels :

- recyclage des eaux grises,
- extinction automatique des lumières lorsque les chambres sont vidées,
- mise à disposition de produits d'accueil écologiques dans la salle de bain.

[https://blog.elloha.com/2022/01/16/du-vert-et-du-digital-contre-des-etoiles-en-2022/?utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Sem%203%20%20Les%20nouvelles%20rgles%20du%20classement%20touristique&utm\\_content=Sem%203%20%20Les%20nouvelles%20rgles%20du%20classement%20touristique+CID\\_5845cdd375cc574fc5f2854cc6635d0a&utm\\_source=NL%20elloha&utm\\_term=Les%20nouvelles%20rgles%20du%20classement%20touristique%202022](https://blog.elloha.com/2022/01/16/du-vert-et-du-digital-contre-des-etoiles-en-2022/?utm_medium=email&utm_campaign=Sem%203%20%20Les%20nouvelles%20rgles%20du%20classement%20touristique&utm_content=Sem%203%20%20Les%20nouvelles%20rgles%20du%20classement%20touristique+CID_5845cdd375cc574fc5f2854cc6635d0a&utm_source=NL%20elloha&utm_term=Les%20nouvelles%20rgles%20du%20classement%20touristique%202022)

### ➤ **Quelle réalité pour le tourisme durable ?**

#### **Une enquête exclusive KANTAR x L'ADN x AUVERGNE-RHONE-ALPES TOURISME**

Le tourisme durable n'est pas encore largement connu. Moins de 2/3 des Français en ont entendu parler et surtout cela reste flou pour la majorité. On retiendra toutefois que la notion parle plus aux jeunes et aux CSP+.

Faire des achats sur les marchés et soutenir entreprises de la région, recycler et privilégier marche, vélo ou transports en commun sont les pratiques déjà réalisées les plus courantes.

Ils se disent prêts à modifier leur façon de voyager

Mas peu de visibilité des offres touristiques durables et jugées peu crédibles

Les principaux labels de tourisme durable sont pour l'instant assez méconnus (1/3 des Français n'en connaît aucun !).

<https://pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com/quelle-realite-pour-le-tourisme-durable/?fbclid=IwAR1bPGXOjTJCuzCYtFkrTxHrkeG-eGYWy3M5p7XRyPDrJJO1BMCHF2KnjiM>

### ➤ **Bilan des émissions de gaz à effet de serre dans le secteur du tourisme en France - Ademe**

Photographie des émissions de GES générées directement et indirectement par l'activité touristique en France pour identifier les postes sur lesquels agir, mesurer et suivre dans le temps la performance des actions menées sur le territoire. Une étude ayant pour vocation de sensibiliser les acteurs du tourisme et les touristes eux-mêmes

<https://bibliothèque.ademe.fr/changement-climatique-et-energie/4688-bilan-des-emissions-de-gaz-a-effet-de-serre-du-secteur-du-tourisme-en-france.html>

## PROFILS, ATTENTES ET COMPORTEMENTS

### ➤ Nouvelles aspirations des Français

#### Etude ADN tourisme – CRT - Unat

Etude des tendances de consommation touristique avant, pendant et après crise sanitaire. Nouvelles tendances ? Lesquelles vont apparaître ? S'éteindre ? Perdurer ?

Compte rendu de la 2<sup>ème</sup> phase d'une étude menée en 3 temps :

- Phase 1 QUALI (2020) : exploration des nouvelles tendances / éclairage sur concepts de tourisme responsable et solidaire Aspiration des Français – phase quali
- **Phase 2 QUANTI (sept. 2021) : Mesurer, quantifier le poids de ces tendances**
- Phase 3 (2022 ?) : Qu'en est-il ?

[Etude Nouvelles Aspirations des Français-Support webinaire -Janvier 2022.pdf](#)

### ➤ Premier coup d'œil sur l'été 2022 - G2A consulting

Le calendrier des vacances scolaires étrangères et françaises, les stratégies tarifaires des opérateurs et les préconisations de G2A aux professionnels.

<https://www.g2a-consulting.com/wp-content/uploads/2021/12/calendrier-e22-1.pdf>

## DONNEES/ETUDES NATIONALES OU REGIONALES DE REFERENCES

### ➤ Les données socio-économiques du département de l'Isère.

Document réalisé par le service Intelligence Économique et Territoriale d'Auvergne-Rhône-Alpes Entreprises.

Quelques données de cadrage sur population, tissu économique, industrie et dynamique de l'emploi :

- ⇒ Faible croissance de la population : 1,3 million d'habitants (16% d'Aura) – Département relativement jeune
- ⇒ 104 044 établissements / 521 150 emplois ; 15% d'Aura ; 2<sup>ème</sup> département en nb d'emplois derrière Rhône
- ⇒ Un département industriel : 16% de l'emploi
- ⇒ 2015/19 : forte croissance de l'emploi, tirée à la hausse par commerces et services, chute en 2020 (moins forte qu'en région)

<https://www.auvergnerhonealpes-entreprises.fr/blog/nos-publications-3/post/chiffres-clefs-donnees-socio-economiques-de-l-isere-janvier-2021-1483>

### ➤ Les derniers bilans de l'observatoire du tourisme sur le site pro d'Isère attractivité

- La note de conjoncture n°154 sur le bilan des vacances de Noël en Isère :

[https://isere-attractivite.com/sites/default/files/minisite/pro/OBS/Note/note\\_154\\_-\\_bilan\\_vacances\\_de\\_noel\\_2021-22.pdf](https://isere-attractivite.com/sites/default/files/minisite/pro/OBS/Note/note_154_-_bilan_vacances_de_noel_2021-22.pdf)

- Le bilan de l'été 2021 : [https://isere-attractivite.com/sites/default/files/minisite/pro/OBS/Note/note\\_152b\\_-\\_bilan\\_saison\\_ete\\_2021.pdf](https://isere-attractivite.com/sites/default/files/minisite/pro/OBS/Note/note_152b_-_bilan_saison_ete_2021.pdf)

- Les chiffres clés de 2020 du tourisme en Isère : [https://isere-attractivite.com/sites/default/files/minisite/pro/OBS/pdf\\_pour\\_mise\\_en\\_ligne.pdf](https://isere-attractivite.com/sites/default/files/minisite/pro/OBS/pdf_pour_mise_en_ligne.pdf)