



LA COCCINELLE, AVEC VOUS EN TOUS POINTS ...

## Revue de presse économique de l'APST

---

*1er au 10 juillet 2019*

*Avec Les Partenaires de l'APST*



### **Aérien.**

#### ► **Air France : Joon disparaît des écrans radars.**

(source Air Journal) 27 juin - Dix-sept mois après ses premiers vols au départ de l'aéroport de Paris-CDG, Joon disparaît officiellement du ciel, l'ensemble de ses 18 lignes étant reprises par Air France. Ses derniers vols long-courriers sont en provenance de Fortaleza et de Mumbai, tandis que sur le moyen-courrier les dernières rotations mercredi étaient à destination de Stockholm, Budapest, Rome et finalement Prague. (...)

Lancée en 2017, la nouvelle filiale avait été conçue selon Air France « pour répondre aux attentes des nouvelles générations de voyageurs. Au rendez-vous : flexibilité, expérience personnalisée et sur-mesure. Joon s'adresse à tous ceux qui ont envie d'une nouvelle expérience de voyage ». Dans les faits, la compagnie qui devait attaquer les low-cost long-courriers utilisait des employés (pilotes,

mécaniciens etc.) sous contrat Air France, seuls les PNC étant recrutés « aux conditions du marché », avec un coût environ 40% inférieur à celui de leurs homologues de la maison-mère. Ils avaient à eux seuls permis une baisse globale de 15% des coûts de la filiale.

Mais quand Benjamin Smith est devenu CEO du groupe Air France-KLM fin novembre 2018, il a « clairement fait savoir qu'il ne comprenait pas le positionnement ou l'identité de Joon » ; sa stratégie de montée en gamme pour Air France a signé la fin de Joon en février dernier, via un accord avec les syndicats d'hôtesse de l'air et stewards réintégrant les quelque 550 PNC au sein de la maison-mère. Malgré les « impacts incontestablement positifs de Joon, notamment le travail remarquable des équipes Joon qui ont lancé et fait vivre la compagnie », Air France expliquait alors que la marque a dès le début été « difficilement comprise par les clients, par les salariés, par les marchés, par les investisseurs » ; la multiplicité des marques « a créé de la complexité et a malheureusement affaibli la puissance de la marque Air France ».

<https://www.air-journal.fr/03/06/19>

## Ressources Humaines.

### ➔ De nombreuses entreprises confrontées à la difficulté de recruter.

Six entreprises de plus de 10 salariés sur dix rencontrent des difficultés pour recruter, selon le baromètre OpinionWay réalisé pour La Tribune, CCI France et LCI. Une tendance lourde du marché du travail.

De nombreuses entreprises confrontées à la difficulté de recruter

Avec un chômage qui poursuit son lent recul, les entreprises sont de plus en plus confrontées aux difficultés de recrutement. Le dernier baromètre OpinionWay pour le mois de juin confirme ce problème de fond : dans l'industrie, 28% des chefs d'entreprises ont été touchés par la difficulté de recruter. Le pourcentage passe à 22% dans le secteur de la construction ainsi que dans celui du commerce. Dans les services, il s'établit à 17%.

Pour trouver la perle rare, les employeurs ont recours à leur réseau personnel (pour 39% des personnes interrogées). C'est en particulier le cas dans le secteur de la construction où 68% des patrons puisent dans leur réseau de connaissances personnelles. 28% des employeurs passent par le réseau professionnel, 28% par les candidatures spontanées ou Pôle Emploi, l'Apec et les missions locales. 13% misent sur les offres d'emploi en ligne.

36% des entreprises émettent des critiques vis-à-vis des acteurs publics de l'emploi, ils sont jugés pas suffisamment efficaces pour trouver les profils recherchés. À relever également : si 60% des entreprises de plus de 10 salariés ont des problèmes de recrutement, le taux n'est que de 15% pour les entreprises de 0 à 9 salariés. Dans ces structures, les embauches restent en effet relativement

<https://www.journaldeleconomie.fr/01/07/19>

## Sociétal.

### ➡ **Vacances d'été : les Français sont-ils des « workaddicts » ?**

Même pendant leurs vacances, les Français et le travail sont en pleine dépendance.

Vacances d'été : les Français sont-ils des « workaddicts » ?

Qapa.fr, l'agence d'intérim 100% online, a interrogé plus de 135 000 professionnels et 4,5 millions de candidats afin de savoir si les congés rimaient toujours avec « farniente ». Work addict ? Globalement, les Français ont beaucoup de mal à décrocher de leur boulot pendant leurs congés. Cet attachement est même plus fort chez les femmes, qui sont 73% à rester accrochées à leur travail alors que les hommes sont 61% dans ce cas.

Cette omniprésence du travail pendant les vacances des Français est un phénomène beaucoup plus présent qu'auparavant et qui semble progresser d'année en année. C'est en effet ce que déclarent 89% des femmes et plus de 85% des hommes interrogés.

Si les Français devaient choisir le responsable de cette liaison permanente avec le travail, le smartphone arriverait directement à la première place pour 95% des femmes et 92% des hommes.

Les Français ne se déconnectent jamais totalement

Paradoxalement, les Français ne se déconnectent jamais totalement des univers numériques pendant leurs congés. Les femmes sont même plus accrochées que les hommes puisqu'elles sont seulement 29% à décrocher alors que les hommes sont plus de 38% à le faire, mais restent tout de même très minoritaires.

À la question « Pensez-vous que vous risquez de travailler un peu pendant vos vacances ? », seulement 37% des Français répondent « oui ». Dans le détail, les hommes sont un peu plus concernés avec 43% de représentativité et les femmes plafonnent à 31%. Mais la plupart des Français (43%) espèrent quand même ne pas travailler pendant leurs congés.

Pendant la période estivale, si vous voulez joindre un professionnel, mieux vaut lui envoyer un email plutôt que de l'appeler directement. En effet, 78% des Français avouent qu'ils ne décrocheront pas leur téléphone portable alors que 63% répondront si c'est un email.

Si les Français restent accrochés à leur travail pendant leurs congés, c'est surtout par crainte de perdre leur emploi. C'est ce que déclarent 27% des femmes et 28% des hommes interrogés. Ensuite, les avis divergent. 26% des femmes continuent à travailler un peu car tout le monde le fait et 25% des hommes uniquement parce qu'ils s'ennuient en vacances. Enfin, 10% des Français ne décrochent pas d'un boulot qui leur apporte beaucoup de satisfaction.

<https://www.journaldeleconomie.fr/09/07/19>.

## **Tourisme.**

### ➡ **En Grèce, le tourisme fait moins recette cette année.**

Le pays, qui a longtemps profité du climat instable de ses concurrents turc et égyptien, accuse une chute de 15% de fréquentation par rapport à 2018.

Quand on choisit sa destination de vacances, la Grèce a bonne cote. Le pays ne manque pas d'attrait entre soleil, mer cristalline et paysages pittoresques. Cette année encore, la Grèce devrait accueillir plus de trois fois sa population en nombre, soit près de 30 millions. Une jolie performance pour un secteur, deuxième pilier de l'économie, qui représente 18 % du PIB. Les professionnels sont pourtant inquiets. Et pour cause, le charme grec semble moins opérer cette année. Déjà, le secteur affiche une chute de 15 %, comparativement à 2018. Si le pays reste le premier, en termes de volumes, pour les tour-opérateurs français, il accuse une baisse de fréquentation des visiteurs de l'Hexagone, de 8 % pour les îles et de 6 % pour le continent.

À l'instar de nombreux voyageurs internationaux, les Français repartent vers l'Égypte, la Jordanie ou encore la Turquie, qui affichent un bond inégalé de fréquentation. «Ces destinations étaient jugées dangereuses jusqu'à présent pour cause du terrorisme ou de situation politique instable. Elles sont revenues sur le marché avec des offres de séjour défiant toute concurrence», souligne Christos Panaretou, directeur de l'agence de voyages Yalos Tours. Le phénomène touche d'ailleurs aussi les touristes grecs. En outre, le gouvernement d'Alexis Tsipras en décidant d'augmenter les taxes aéroportuaires a poussé les deux compagnies low-costs Ryanair ou easyJet à réduire leur nombre de vols. «Athènes reste un des aéroports les plus chers d'Europe», critique Christos Panaretou.

Comme nombre de professionnels, il fustige les taxes excessives imposées aux touristes, les incitant à se retirer dans des destinations à meilleur coût. «Il faut que chaque touriste paie 4 euros par personne et par jour dans les hôtels. Ajoutons à cela les billets d'avion qui sont hors de prix. Le résultat est déprimant. C'est la première fois que je ne vois pas de réservations en juillet et août dans les hôtels du pays hors clubs, qui sont remplis par les tour-opérateurs.»

Destination d'hiver

Cette baisse motive tout de même nombre de Grecs à promouvoir les autres beautés, au-delà des plages et du soleil, que peuvent offrir d'autres destinations dans leur pays : la gastronomie, l'histoire, les sports nautiques ou montagnards, les randonnées, et même les îles et villages moins connus. Ce ne sont pour le moment que des initiatives personnelles, le gouvernement grec n'ayant pas fait de cet autre aspect du pays une priorité. Les hôteliers, pour leur part, se démènent pour faire d'Athènes comme du reste du pays une destination d'hiver tant pour les loisirs que les séminaires professionnels.

<http://premium.lefigaro.fr/economie/03/07/19>.

### ➡ **Les cars de tourisme devenus indésirables à Paris.**

Les contrôles et verbalisation se multiplient contre les cars de tourisme à Paris qui ne sont plus les bienvenus dans l'hypercentre. Les professionnels dénoncent des conditions de travail de plus en plus difficiles.

Près des lieux touristiques, les montées et descentes des cars se font au pas de course. Arrêtés sur la chaussée ou dans des voies de bus, les conducteurs de ces cars touristiques doivent faire au plus vite pour éviter la verbalisation fixée à 135 euros. D'autres laissent leur moteur tourner en attendant de récupérer les touristes. Autant de nuisances contre lesquelles veut lutter la mairie de Paris.

"Les cars ne sont plus les bienvenus dans l'hypercentre", tranchait lundi dans Le Parisien Emmanuel Grégoire, premier-adjoint d'Anne Hidalgo. La Ville a décidé de sévir contre les mauvaises pratiques des autocaristes.

"On a pris deux décisions, la première c'est de créer une infraction pour les moteurs qui tournent à vide. Ça rend les Parisiens fous, explique Jean-François Martins, maire-adjoint en charge du Tourisme. Deuxièmement, le sujet c'est évidemment de réduire petit à petit la place de ces autocars dans Paris. Ils sont en volume pas si nombreux, ils sont 2.000 par jour (...) mais ils provoquent des nuisances bien au-delà de leur propre nombre".

A terme, les cars de tourisme, comme les véhicules particuliers devront se plier à l'interdiction du diesel dans la capitale à l'horizon 2024.

"De plus en plus difficile de circuler"

Du côté des professionnels, ils déplorent une dégradation de leurs conditions de travail et estiment n'avoir souvent pas d'autre choix que de bloquer la circulation pour laisser monter ou descendre leurs clients.

"On a de moins en moins d'emplacements. Sur Paris, il y a beaucoup de travaux, quand les travaux sont à côté de parkings autocar, le parking autocar est réquisitionné", déplore un chauffeur de bus touristique. "Ça devient de plus en plus difficile de circuler dans Paris. Plein d'accès sont interdits, ça bouche partout, on arrive en retard pour les clients", ajoute un autre.

Les guides touristiques regrettent aussi cette situation et font face aux critiques des voyageurs.

"Les touristes aiment bien Paris parce que c'est une belle ville. Mais la qualité actuelle des transports dans Paris est un véritable problème et fait perdre de son charme à Paris", constate Aude Deboaisne, guide touristique.

La municipalité assure de son côté vouloir "accompagner une mutation" en mettant en place des "parkings de desserte pour que les cars arrêtent de rentrer dans Paris". Les visiteurs et les professionnels sont quant à eux invités à se tourner vers les transports en commun et les mobilités douces.

<https://www.bfmtv.03/07/19>.

## ➡ **Tourisme : tous à l'usine !**

Serait-ce une nouvelle passion française ? Des petits ateliers artisanaux aux grandes usines de l'industrie, plusieurs millions de visiteurs partent chaque année à la découverte des entreprises de l'Hexagone. Des visiteurs désireux de pratiquer un tourisme de proximité, au cœur des territoires.

Découvrir, dans les Pyrénées, la confection des bijoux en grenat. Pénétrer dans une centrale hydraulique en Corrèze pour comprendre les différentes étapes de la production d'énergie. Se rendre dans la « cathédrale du Comté », qui abrite 100 000 meules dans le Doubs, et rencontrer un maître-caviste pour apprendre les secrets de fabrication de ce fromage...

Peut-être pousserez-vous, cet été, les portes d'une entreprise ? C'est en tout cas, selon les spécialistes du tourisme, une véritable tendance à travers l'Hexagone : les sites professionnels, petites unités artisanales comme vastes ensembles de production industrielle, multiplient aujourd'hui les propositions pour faire découvrir au public leurs coulisses... Et les Français répondent présent : 12 millions de visiteurs en 2012, 13 millions en 2016 et 15 millions en 2018. Le tourisme industriel ou des savoir-faire a le vent en poupe.

Un tourisme local

« Ces touristes sont aussi des consommateurs qui désirent aujourd'hui aller voir par eux-mêmes ce qui se passe dans les entreprises. Et ces visites de terrain, sans intermédiaire, répondent à leur demande de transparence », explique Cécile Pierre, déléguée générale d'Entreprise et Découverte, association qui accompagne la mise en place de telles visites.

Les visiteurs sont aujourd'hui en grande majorité français (à 90 %). Ce sont même souvent des habitants de la région, désireux de pousser les portes d'entreprises qui font partie de leur environnement quotidien. C'est, aux yeux de Cécile Pierre, un autre élément expliquant le développement de ces visites : « On trouve beaucoup de personnes vivant dans le territoire, proches du site. Les locaux se saisissent de cette nouvelle offre avec la volonté de pratiquer un tourisme durable, de proximité. » Derrière ces visites se dessinent ainsi une tendance lourde : la montée en puissance d'un « tourisme alternatif, participatif, loin des sites de masse, axé sur des découvertes plus authentiques ». Des découvertes qui peuvent donc commencer au coin de sa rue.

Des ressources additionnelles

Cet attrait n'a pas échappé aux professionnels du tourisme. Pour certains, la découverte des acteurs économiques locaux est même devenue un « produit d'appel » pour développer l'activité territoriale. « En organisant des visites des chantiers navals ou de l'usine d'Airbus, une ville comme Saint-Nazaire mise sur ses savoir-faire pour faire connaître son territoire », poursuit Cécile Pierre.

Les entreprises ont également bien compris tout l'intérêt d'un tel engouement. « Elles sont dans une démarche de communication et peuvent ainsi développer une relation directe avec le consommateur », poursuit la déléguée générale d'Entreprise et Découverte.

C'est aussi l'occasion pour les artisans de développer la vente de leurs produits avec, bien souvent, la mise en place d'un espace boutique en fin de visite. Dans le secteur de la production alimentaire, par exemple, comme à la confiserie du Roy René, à Aix-en-Provence. Les calissons y remportent un franc succès auprès de visiteurs, ravis de mêler le plaisir des papilles à la découverte d'un produit ancré dans son territoire !

<http://www.leparisien.fr> 04/07/19.

