

Le « QR code » dans les bars et restos n'emballe pas les foules

COVID-19

Tandis que le « QR code » est obligatoire pour le public accueilli en intérieur, de nombreux restaurants font part de leurs difficultés. Reste aussi à convaincre la clientèle.

Dans les rues de Nîmes, peu de restaurants affichent à leur porte le fameux « QR code », devant être scanné via l'application gouvernementale « TousAntiCovid ». Depuis la deuxième phase du déconfinement initiée le 9 juin, les bars et restaurants (comme les salles de sport) doivent obligatoirement enregistrer les entrées et sorties des clients installés à l'intérieur. Dans les faits, cette obligation n'est pas toujours respectée face à la difficulté d'application.

Nombre de restaurateurs expliquent ne pas pouvoir, en plus du service à gérer après plusieurs mois d'absence, surveiller la clientèle. Directeur du restaurant Les Alizés à Nîmes, Cyril Allouat partage ce ressenti : « Je comprends pour remonter aux cas contacts, mais les gens ne savent pas comment ça marche et nous demandent. On doit faire de la pédagogie mais on n'a pas que ça à faire. » Jusqu'à présent, les clients pré-



Dans le restaurant Les Alizés à Nîmes, les clients doivent scanner ce « QR code » et s'enregistrer pour manger à l'intérieur. PHOTO H.T.

fèrent la terrasse, mais avec la montée du thermomètre et la mise en route de la climatisation, le restaurateur craint d'être « confronté » davantage à cette situation.

Même écho pour Élodie Prat, gérante de la Kitchenette Foodstore. « C'est très compliqué à mettre en place, nous, on est en mode cafet', ça rajoute un truc à faire dans le rush du service. Mais quand on sera rodé, ça roulera », relate la jeune femme. De son côté, Élise Bodin, associée au restaurant La Locanda, est passée par là, mais se dit rassurée. « Au départ j'angoissais, mais en fait c'est très simple. Même si, jusqu'au dernier

moment, on n'avait pas de détails », souligne Élise Bodin, qui relève ne pas pouvoir « flitquer les gens ».

Retour du cahier de rappel

Dans des villes plus reculées comme à Anduze, le « QR code » n'est pas encore entré en fonction. On privilégie le cahier de rappel, comme à l'automne dernier, où le client laisse ses coordonnées. « Les gens peuvent venir signer à l'intérieur et, quand on a le temps, on fait tourner le cahier mais ce n'est pas gérable quand on a de l'affluence », souligne Émilie Maurin, associée du restaurant familial La Rocaille.

Interrogée sur le soutien de la clientèle à cette stratégie, Émilie Maurin note plutôt « l'inverse » et « certains ne veulent pas s'inscrire ». L'approbation des clients sera donc décisive. Chez ces derniers, la confiance n'est pas vraiment au rendez-vous face aux risques, démentis par le gouvernement, de collecte des données. Attablé en terrasse face aux arènes de Nîmes, Jean-Pierre confie : « Ça ne me dérange dans la mesure où je suis sûr qu'il n'y aura pas de fichier. » Avant de glisser : « Après, entre ce qu'ils disent et ce qu'ils font, c'est pas toujours pareil. »

Hugo Tortel

La Vallée de la Cèze, la revanche touristique des arrière-pays

TOURISME

Pour le lancement de la saison estivale, les offices de tourisme de Provence Occitane, Cèze Cévennes et Méjannes-le-Clap ont décidé de mutualiser leurs forces pour développer une image forte, celle de la Vallée de la Cèze.



L'année dernière, le partenariat avec l'émission « Question pour un champion », offrant un séjour dans la Vallée de la Cèze, a permis un gros coup de pub pour le territoire. PHOTO XAVIER BORG

Tout seul on va plus vite, ensemble on va plus loin », entame Jérôme Bassier, président de Cèze Cévennes. C'est dans cette optique que les trois offices de tourisme de la Vallée de la Cèze, qui s'étend du parc national des Cévennes jusqu'aux rives du Rhône, ont décidé de collaborer pour renforcer l'image du territoire.

« L'objectif est de se servir du potentiel touristique existant et de le développer de manière commune pour mettre en avant notre patrimoine, avec nos villages classés « Plus beaux villa-

ges de France », mais également nos grottes, nos activités de plein air comme le VTT et bien sûr notre rivière reine, La Cèze », explique Lesly Reynaud, directeur de Provence Occitane.

Avec 20 383 visiteurs chaque année, les professionnels du tourisme espèrent prendre leur revanche sur les régions voisines, souvent privilégiées car plus connues. « Aujourd'hui, avec la crise, les touristes reviennent aux fondamentaux. On est passé à du tourisme expérientiel, où les destinations rurales, les arrière-pays sont plus recherchés car moins bondés. On passe du client roi au client moi, privilégiant l'expérience humaine », poursuit Xavier Borg, président de Cèze Cévennes.

Une action coordonnée qui vise déjà de grands projets, comme l'accueil d'un centre de préparation pour les JO ou encore le développement d'un pôle national vélo toutes disciplines, « une première en France », se réjouit Yann Josselin, directeur du centre d'entraînement sportif à Méjannes-le-Clap. E.A.

La Métropole montpelliéraine souhaite limiter les locations Airbnb pour soutenir l'hôtellerie locale

ÉCONOMIE

Michaël Delafosse a présenté le 11 juin les principaux axes du plan de soutien pour l'hôtellerie locale réclamé par les professionnels montpelliérains depuis plusieurs années.

La règle va être drastique : nous instaurons la régulation d'Airbnb », a annoncé Michaël Delafosse, président de Montpellier Méditerranée Métropole. Une mesure d'aide aux hôteliers locaux qui risque de faire grincer des dents les loueurs de la plateforme, lesquels auront désormais un quota à respecter : « nous limiterons à 120 jours par an les locations Airbnb dans la métropole héraultaise », explique Michaël Delafosse. La concurrence que subissent les hôteliers face à Airbnb a été illustrée par une étude publiée en 2019 : elle recense, autour de Montpellier, plus de 11 000 logements disponibles sur Airbnb contre 4 500 chambres d'hôtel. Pour le maire de Montpellier et président de la Métropole, « ces chiffres sont la preuve d'une concurrence déloyale. C'est fondamental pour les hôteliers et pour les habitants de la métropole dans le marché locatif d'encadrer Airbnb ».

Afin se faire respecter cette restriction, les loueurs dépassant le quota devront payer une amende pouvant s'élever jusqu'à 10 000 euros. Aux côtés de Michaël Delafosse, Jacques Mestre, président de l'Umih 34, a affirmé : « Nous augmentons de 5 % la taxe de séjour sur les logements Airbnb afin que les locations contribuent aux différentes charges d'accueil touristique des collectivités. »

Baptiste Restier

* Union des métiers et des industries de l'hôtellerie



Michaël Delafosse, président de Montpellier Méditerranée Métropole. PHOTO BAPTISTE RESTIER