

TUI a rapatrié tout le monde en mars 2026



Tous les clients et membres du personnel ont été rapatriés en toute sécurité, notamment grâce à

38 vols spéciaux

10.000 

clients de TUI Group dans la région du Golfe

1.500 

membres d'équipage sur place



Les voyages à forfait offrent le plus haut niveau de sécurité

AGENDA POLITIQUE

Juin 2026 – Édition belge

Secteur aérien belge

L'accessibilité financière des vacances en belgique sous pression

1

Tourisme dans l'UE

Renforcer la compétitivité

2

Entretien avec Mirjam Chlouba

"Nous ramenons tous nos clients chez eux"

3

Conflit au Moyen-Orient

Une réponse coordonnée à la crise

5

Croisières fluviales

Valeur régionale des voies navigables européennes

6

L'IA chez TUI

Les objectifs de l'UE deviennent réalité

7

ONU Tourisme et la TUI Care Foundation

Dynamiser le tourisme rural en Afrique

8

En bref

TUI Group en Belgique

9

TUI GROUP

Nous contacter

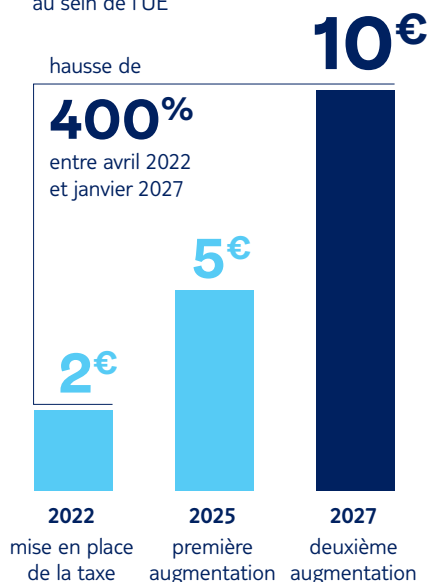
10

Secteur aérien belge

L'ACCESSIBILITÉ FINANCIÈRE DES VACANCES EN BELGIQUE SOUS PRESSION

Les vacances deviennent de moins en moins abordables pour les familles belges. La hausse des prix du carburant, mais aussi le poids cumulé des mesures politiques et des taxes, alourdissent les coûts opérationnels des compagnies aériennes. En fin de compte, ceux-ci se traduisent par une augmentation du prix des billets pour les consommateurs.

Taxe sur les vols de plus de 500 km au sein de l'UE



Accumulation des coûts

Le secteur aérien est confronté à la fois à des chocs externes et à une hausse des frais structurels. Les tensions géopolitiques entraînent une volatilité des prix du carburant et accroissent l'incertitude opérationnelle. Parallèlement, les nouvelles réglementations nationales et européennes accentuent encore davantage la pression sur les coûts.

Les principaux facteurs de coût sont les suivants:

- **Taxe sur le transport aérien:** à compter de janvier 2027, la taxe sur les vols de plus de 500 km passera à 10 € par passager, soit le double du tarif actuel. Les recettes sont versées au budget général sans contribuer directement à la décarbonisation du secteur.
- **Redevances aéroportuaires:** la structure des coûts varie considérablement d'un aéroport belge à l'autre. À Brussels Airport, elles s'élèvent à environ 35 € par passager, ce qui est nettement plus élevé qu'à Brussels South Charleroi Airport (0,6 €).
- **Réglementation sur les carburants:** le règlement européen ReFuelEU Aviation impose un taux de mélange de carburant d'aviation durable de 2 %, qui passera à 6 % d'ici 2030 et continuera d'augmenter par la suite. Si le carburant d'aviation durable est essentiel pour réduire les émissions de CO₂, son coût est actuellement trois à cinq fois plus élevé que celui du kérosène conventionnel.

Priorités politiques

Pour assurer la viabilité future du secteur aérien et maintenir des tarifs abordables pour les consommateurs, des mesures politiques ciblées s'imposent:

- Garantir un cadre réglementaire prévisible et cohérent qui soutienne les investissements dans la décarbonisation.
- Limiter l'accumulation des taxes nationales qui nuisent à la compétitivité des aéroports belges.
- Réinvestir les recettes issues des taxes sur le transport aérien dans l'innovation durable, telle que la production de SAF et le renouvellement de la flotte.
- Garantir une gestion efficace et fiable du trafic aérien.

Sans mesures politiques ciblées, la Belgique risque de perdre sa position concurrentielle et de mettre en péril l'accessibilité financière des voyages en avion.

- **Gestion du trafic aérien:** une gestion efficace et fiable du trafic aérien est primordiale. Compte tenu des coûts élevés, la prévisibilité et la continuité du service sont cruciales. Une extension des niveaux de service minimum est nécessaire.
- **Redevances liées au bruit:** les normes bruxelloises en matière de bruit entraînent des frais supplémentaires pour les compagnies aériennes, même lorsqu'elles exploitent les avions les plus modernes et les plus silencieux, tels que le Boeing 737 MAX 8, ce qui décourage les investissements dans le renouvellement de la flotte.

Tourisme dans l'UE

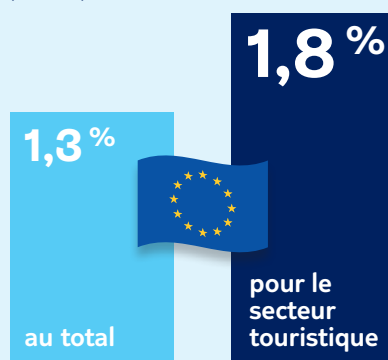
RENFORCER LA COMPÉTITIVITÉ

Le tourisme représente 10 % du PIB européen et assure les moyens de subsistance de 25 millions de personnes. Pourtant, les entreprises touristiques européennes sont soumises à une pression croissante. La réglementation européenne leur impose une charge injustifiée par rapport à leurs concurrents américains et asiatiques. Le manque d'infrastructures freine la transition écologique, tandis que la bureaucratie excessive immobilise les fonds d'investissement. TUI met en évidence les domaines dans lesquels des changements sont attendus depuis longtemps.

Le tourisme, moteur de croissance

Le tourisme dans l'UE a le potentiel de croître bien plus rapidement que l'économie dans son ensemble. Pour cela, il faut néanmoins que les conditions-cadres soient réunies.

Taux de croissance annuel moyen prévu pour la période 2025-2035:



Source: WTTC

Distorsion de concurrence due à une réglementation inégale

En tant qu'organisateur de voyages à forfait, TUI offre aux consommateurs une protection complète en vertu de la législation européenne, notamment une protection contre l'insolvabilité, une assistance et un rapatriement en cas de crise, ainsi que des annulations sans frais en cas de force majeure. Les plateformes en ligne, en particulier celles opérant depuis les États-Unis, échappent à ces exigences, bien qu'elles proposent des produits de voyage similaires. Elles devraient être soumises aux mêmes règles que les locations d'appartements de courte durée: toute personne proposant des services de voyage à titre commercial doit être assujettie aux mêmes obligations fiscales et réglementaires que les hôtels et les tour-opérateurs.

Les obstacles liés aux visas entravent la croissance

L'Europe souhaite devenir une destination attractive pour les voyageurs du monde entier, ce qui est un objectif louable. Toutefois, la lourdeur des démarches administratives constitue un frein: les voyageurs en provenance de marchés émetteurs à forte croissance, tels que la Chine ou l'Inde, doivent prévoir jusqu'à six semaines pour le traitement de leur visa avant leur départ. À l'inverse, les Émirats arabes unis, la Thaïlande et la Turquie délivrent des visas en quelques jours. Cette situation entraîne des pertes de réservations et une baisse de la création de valeur. Par conséquent, la réduction des délais de traitement relève également de la politique de concurrence.

Le secteur aérien soumis à une pression unilatérale sur les coûts

Le transport aérien est également marqué par d'énormes distorsions de concurrence. Ainsi, l'obligation imposée par l'UE de mélanger des carburants d'aviation durables (SAF) fait souvent peser une charge supplémentaire sur les vols long-courriers. Prenons l'exemple d'un vol entre Amsterdam et Cancún, au Mexique: alors que TUI doit respecter le quota coûteux de SAF pour l'ensemble du trajet, les compagnies aériennes non européennes faisant escale dans des hubs comme Istanbul ou Dubaï ne sont tenues de le faire que pour la première partie du trajet. De plus, les SAF sont disponibles à Amsterdam, mais pratiquement inexistantes à Palma de Majorque ou à Héraklion. Cela rend pratiquement impossible toute planification de la décarbonisation à l'échelle de la flotte. L'UE doit coordonner les obligations en matière de SAF au niveau international et investir spécifiquement les recettes du SEQE dans le développement du marché.

Développement des infrastructures

Les énergies durables sont également appelées à transformer le secteur des croisières. TUI Croises s'est adapté à cette évolution, en équipant par exemple tous ses navires d'un système d'alimentation à quai écologique. Cependant, la plupart des ports méditerranéens ne disposent pas de raccordements à l'électricité verte, ce qui rend indispensable un développement urgent des infrastructures. L'électrification des transports terrestres de TUI dans les destinations rencontre également des obstacles. Dans de nombreuses destinations, l'électricité verte disponible est insuffisante, les réseaux ne sont pas adaptés et il manque des bornes de recharge rapide pour les poids lourds.

Entretien avec Mirjam Chlouba

"NOUS RAMENONS TOUS NOS CLIENTS CHEZ EUX"

Février 2026: suite au déclenchement du conflit en Iran, la région du Golfe ferme son espace aérien. Des milliers de clients TUI se retrouvent bloqués. Mirjam Chlouba dirige l'équipe de gestion de crise de TUI à Hanovre. Une conversation sur les rapports de situation, les évacuations aériennes et la valeur ajoutée des voyages à forfait.

La gestionnaire de crise

Mirjam Chlouba est Director of Crisis Management GAS chez TUI Deutschland et dirige l'équipe de gestion de crise depuis 2021. Elle a rejoint le groupe en 1998, où elle a travaillé dans le domaine de l'aide d'urgence pour la marque 1-2-Fly. Membre de l'équipe de gestion de crise du groupe depuis 2004, elle a géré des situations allant du nuage de cendres volcaniques de 2010 au conflit dans la région du Golfe en 2026, en passant par la pandémie de coronavirus.



Mme Chlouba: le 28 février 2026, quand avez-vous compris qu'il fallait mobiliser l'équipe de gestion de crise?

Le premier appel est arrivé tôt samedi matin depuis Israël. Nous avions des clients là-bas; une sirène d'alerte aérienne a retenti. Nous les avons fait passer en Égypte par la frontière terrestre. En quelques heures, tout l'espace aérien de la région du Golfe a été fermé.

TUI a néanmoins réussi à évacuer ses clients de la région du Golfe. Comment avez-vous procédé?

Effectivement, les grands hubs de Dubaï et d'Abou Dhabi étaient complètement paralysés; toute activité avait cessé. Toutefois, nous savions qu'à Al-Aïn, à environ 130 kilomètres de Dubaï, il y a un petit aéroport dans le désert, avec un terminal, un tapis à bagages et un guichet. Nous y avons envoyé nos propres avions: ils sont arrivés vides et sont repartis remplis de passagers vers la Crète. De là, nous avons pu ramener les clients chez eux sur des vols réguliers. L'effort d'organisation a été colossal.

Comment avez-vous obtenu les autorisations de vol?

Compte tenu de la fermeture générale de l'espace aérien, chaque vol nécessitait une autorisation spéciale. Et comme nous utilisions également des appareils immatriculés au Royaume-Uni, nous avons dû obtenir au préalable l'autorisation d'atterrir au sein de l'UE. Au final, tout se met en place dans une opération comme celle-ci: la compagnie aérienne, la sécurité, les guides touristiques à destination et les hôtels, qui ont fourni à nos clients des paniers-repas pour le petit aéroport. Sans ce travail d'équipe, nous n'aurions pas pu rapatrier les gens à un tel rythme. C'est là que réside la force de TUI.

Deux navires de croisière de TUI se trouvaient également dans la région?

Deux navires de croisière de notre flotte Mein Schiff se trouvaient dans la région lorsque les hostilités ont commencé. Là encore, notre priorité absolue était d'évacuer par avion les quelque 5000 passagers le plus rapidement possible; nous y sommes parvenus dès le 17 mars. Les navires eux-mêmes sont restés sur place avec un équipage réduit, car le détroit d'Ormuz était impraticable. Ce n'est que lorsqu'une fenêtre d'opportunité s'est ouverte le 18 avril qu'ils ont quitté la région, en étroite coordination avec les autorités.

Une opération comme celle-ci a un coût. Qui la finance?

En cas de crise, les prix grimpent en flèche, tant pour les vols charters que pour l'hébergement à l'hôtel. C'est nous qui supportons la majeure partie de ces coûts. Même si l'obligation légale de prendre en charge les frais d'hôtel ne s'applique que pendant quelques jours, chez TUI, nous n'avons jamais facturé un client en situation de crise. Nos clients peuvent compter sur nous.

L'équipe de gestion de crise de TUI

À eux seuls, les 15 collaborateurs de TUI Crisis Management et de TUI Operations en Allemagne surveillent toutes les destinations mondiales 24 heures sur 24. Chaque incident, qu'il s'agisse d'accidents de la circulation, de catastrophes naturelles ou de crises politiques, est classé selon un système de feux tricolores allant du vert au rouge. En cas d'urgence grave, l'équipe TUI Crisis Management GAS, composée d'environ 40 collaborateurs, ainsi que des collègues issus des différents départements du groupe (compagnie aérienne, hôtel, guides touristiques, informatique, service juridique et communication), sont systématiquement impliqués dans le processus de gestion de crise. Lors du conflit au Moyen-Orient, qui a déclenché une alerte rouge, des milliers de collaborateurs TUI ont été mobilisés.

Pourquoi TUI n'a-t-elle pas annulé à l'avance les voyages vers cette région?

Mon équipe et moi-même surveillons la situation sécuritaire dans nos destinations 24 heures sur 24. Les avis de voyage émis par le ministère des Affaires étrangères constituent la principale référence juridique, en particulier pour les annulations, qui sont strictement réglementées par la loi sur les voyages à forfait. Dans ce cas précis, l'avis de voyage n'a été émis que vers 18h30 le 28 février, alors que les frappes aériennes battaient déjà leur plein. Notre équipe de crise travaillait déjà d'arrache-pied à ce moment-là.

Les crises sont de plus en plus fréquentes. Qu'est-ce que cela signifie pour vous et votre équipe?

En vingt ans, j'ai connu cinq alertes rouges: le nuage de cendres, le Covid-19, les grandes vagues de grèves et, aujourd'hui, le conflit dans le Golfe. La fréquence augmente. Nous investissons constamment dans le personnel, les systèmes et la formation. À l'heure actuelle, la gestion de crise n'est plus une situation exceptionnelle, mais une compétence fondamentale dans le secteur mondial du voyage. Elle devrait également être reconnue sur le plan politique, tant du point de vue de la protection des consommateurs que pour valoriser les vacances à forfait comme une forme de voyage fiable.

Principales mesures prises en réponse à la crise le 28 février

- | | |
|--------------|--|
| 8h00 | Alerte concernant des frappes aériennes contre l'Iran. TUI organise des départs par voie terrestre pour ses clients en Israël. |
| 8h30 | Informations concernant la fermeture de l'espace aérien dans la région du Golfe. TUI autorise l'annulation sans frais des voyages vers les zones touchées. |
| 11h00 | Estimation du nombre de clients: environ 10 000 clients de TUI Group sont concernés. |
| 13h00 | Équipe de crise GAS de TUI: premières informations communiquées aux clients sur place. TUI annule activement les voyages vers les pays concernés. Les premiers clients de TUI, en particulier ceux en provenance d'Extrême-Orient qui devaient effectuer une correspondance dans le Golfe, sont réacheminés vers d'autres itinéraires aériens. |
| 18h00 | Avertissements aux voyageurs émis par les autorités pour tous les pays concernés. TUI examine les options de rapatriement. |

“ Ce soir, nous avons franchi une nouvelle étape importante dans l'organisation de liaisons aériennes supplémentaires pour nos clients ayant réservé un forfait. Au départ du petit aéroport d'Al-Aïn, aux Émirats arabes unis, nous avons pu mettre en place une correspondance vers Hanovre via Héraklion à l'aide de nos appareils moyen-courriers. Je tiens à remercier tout particulièrement nos collègues des cinq compagnies aériennes nationales, qui ont collaboré pour effectuer les contrôles de sécurité nécessaires pour TUI Airline, puis ont rendu possible la planification des vols en étroite coordination avec les autorités compétentes. Parallèlement, nous souhaitons remercier nos clients pour leur patience et leur compréhension lors de leur voyage retour.”



Sebastian Ebel
CEO de TUI Group
8 mars 2026



Conflit au Moyen-Orient

UNE RÉPONSE COORDONNÉE À LA CRISE

L'escalade du conflit au Moyen-Orient a également affecté le tourisme dans l'est et le sud de la Méditerranée. La Turquie, l'Égypte et Chypre, piliers essentiels du tourisme émetteur européen, ont toutefois fait preuve d'une résilience remarquable. La manière dont elles ont géré cette situation difficile peut servir de modèle à d'autres destinations.



“ La question pour les ministres et les investisseurs n'est pas de savoir si le tourisme va se redresser, mais à quelle vitesse ils choisiront de le rendre possible.”

En mai 2026, le World Travel & Tourism Council (WTTC) a analysé quatre décennies de données sur les crises mondiales. Le résultat est sans appel: aucune destination majeure n'a jamais subi un effondrement permanent. La reprise est la norme, et son rythme dépend presque entièrement de la qualité de la réponse politique.

Ces pays partagent un point commun: leurs autorités nationales ont réagi rapidement et ont travaillé en étroite collaboration avec les principaux acteurs du secteur, dont TUI Group. Ce faisant, elles ont cherché à mettre en place les conditions nécessaires à la reprise. Parmi les facteurs déterminants, on peut citer:

- **Le maintien des liaisons aériennes essentielles:** les autorités aident les compagnies aériennes et les tour-opérateurs à conserver les principales liaisons internationales. Lorsque cela s'est avéré nécessaire, des ajustements ciblés des itinéraires ont été mis en œuvre pour éviter les couloirs sensibles, tout en respectant pleinement et à tout moment les exigences en matière de sécurité.
- **Les mesures de soutien aux compagnies aériennes:** les gouvernements ont apporté un soutien spécifique aux compagnies aériennes. Cela comprend des mesures d'incitation à l'exploitation de vols, des réductions temporaires des redevances et une aide opérationnelle. Les compagnies aériennes ont ainsi pu continuer à proposer des prix compétitifs malgré des défis importants et contribuer à stabiliser l'écosystème touristique.

Réservez en toute flexibilité, voyagez en toute sécurité

Les forfaits dynamiques de TUI allient personnalisation et protection juridique complète: les voyageurs peuvent combiner de manière flexible vols, hôtels et transferts, tout en bénéficiant d'une couverture totale prévue par la directive européenne relative aux voyages à forfait. Les destinations peuvent ainsi accueillir des clients qui seront directement pris en charge par TUI en cas de crise. Les gouvernements des marchés sources en profitent également: en tant qu'organisateur du forfait, TUI est légalement responsable de l'assistance et du transport de retour, de sorte que le rapatriement ne relève pas des pouvoirs publics.

- **L'assouplissement des modalités d'exploitation hôtelière:** des hôtels en Turquie, en Égypte et à Chypre ont mis en place des conditions de réservation assouplies, notamment des délais d'annulation prolongés et des options de modification de réservation, afin d'offrir davantage de flexibilité aux voyageurs.
- **La communication proactive:** les instances touristiques ont communiqué rapidement, clairement et avec professionnalisme. Les mesures de sécurité ont été expliquées en détail, tandis que des mises à jour et des clarifications régulières ont assuré la transparence. Ces actions ont permis d'éviter des annulations inutiles et de prendre des décisions de réservation basées sur des faits.

TUI: un partenaire fiable en temps de crise

La Turquie, l'Égypte et Chypre gèrent les répercussions du conflit au Moyen-Orient grâce à des mesures coordonnées, ciblées et pragmatiques. Il est important de noter que les gouvernements et les autorités de ces pays et régions collaborent dans un esprit de confiance avec les acteurs du secteur touristique tels que TUI Group. C'est sur cette base que nous pouvons contribuer à stabiliser ces destinations, même dans un contexte délicat.

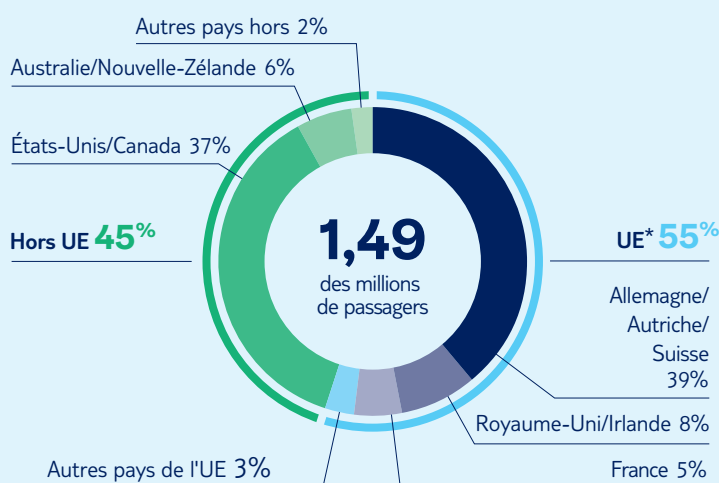
Croisières fluviales

VALEUR RÉGIONALE DES VOIES NAVIGABLES EUROPÉENNES

La popularité des croisières fluviales ne cesse de croître. À l'échelle européenne, environ 1,5 million de passagers ont opté pour ce type de voyage en 2025, soit une augmentation de 8 % par rapport à l'année précédente. Pour maintenir cette croissance et permettre à l'Europe de tirer parti d'un tourisme réceptif de haute qualité, les ports, l'approvisionnement énergétique et les voies navigables nécessitent désormais des investissements publics.

Les croisières fluviales, un pôle d'attraction pour le tourisme réceptif

Origine des passagers des croisières fluviales en Europe, 2025



*y compris le Royaume-Uni; source: IG River Cruise

Facteur économique clé

L'itinéraire Rhin-Moselle de TUI River Cruises, par exemple, comprend des escales dans des villes comme Riol, Cochem et Bernkastel-Kues, où le tourisme constitue un pilier de l'économie locale.



Les croisières fluviales en Europe attirent des visiteurs du monde entier. Plus de la moitié d'entre eux proviennent d'Amérique du Nord, du Royaume-Uni, d'Asie et d'Australie. Ce segment de clientèle se caractérise notamment par une demande particulière pour des offres de croisière haut de gamme et des expériences authentiques. Les communautés locales vivant le long des voies navigables profitent grandement de cette activité. Par exemple, les croisiéristes dépensent en moyenne environ 30 € par personne lors d'excursions d'une journée au bord du Danube, principalement dans le commerce de détail et l'hôtellerie.

TUI investit en Europe

TUI River Cruises, une marque exclusive au Royaume-Uni spécialement destinée au marché britannique des vacances, s'inscrit dans cette dynamique de croissance et élargit son offre sur le Rhin, le Main et le Danube, ainsi que sur les itinéraires néerlandais et belges. À partir de 2027, TUI River Cruises sera également actif au Portugal, où sera notamment déployé le TUI Luzia, le premier navire neuf de la marque. Il a été commandé au

chantier naval néerlandais Concordia Damen, qui a également décroché des contrats pour deux autres nouvelles constructions. TUI River Cruises apporte ainsi un soutien spécifique à l'industrie navale européenne. L'entreprise s'engage également en faveur du développement durable: l'ensemble de la flotte européenne peut utiliser l'alimentation à quai dans les ports où celle-ci est disponible. À partir de 2028, les nouvelles constructions seront conçues pour fonctionner avec des carburants alternatifs tels que le méthanol.

Pour assurer une croissance durable et renforcer la création de valeur régionale le long des fleuves, il est crucial de disposer d'infrastructures modernes et respectueuses de l'environnement. Les principaux enjeux sont les suivants:

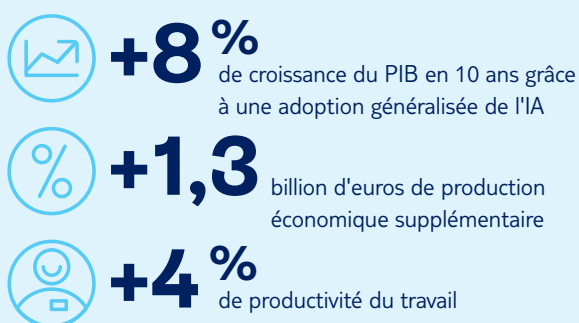
- **Développer des installations d'amarrage:** des options d'amarrage supplémentaires et fiables sont nécessaires afin de désengorger les destinations touristiques très fréquentées et de créer de la capacité pour de nouveaux itinéraires.
- **Promouvoir l'alimentation à quai:** la flotte de TUI River Cruises en Europe est compatible avec l'alimentation à quai. Pour permettre aux navires de réduire leurs émissions lorsqu'ils sont amarrés au port, il est essentiel de développer les installations de ce type le long des fleuves.
- **Entretien des voies navigables fiables:** les chenaux de navigation, les écluses et les goulets d'étranglement doivent être entretenus et modernisés. Des voies navigables fiables constituent la base indispensable à la stabilité des horaires et à l'investissement à long terme dans des bateaux fluviaux modernes.

L'IA chez TUI

LES OBJECTIFS DE L'UE DEVIENNENT RÉALITÉ

Avec son initiative "Apply AI", la Commission européenne a défini un mandat clair: l'intelligence artificielle doit être intégrée plus rapidement dans les secteurs économiques stratégiques. TUI met déjà ce principe en pratique dans l'industrie du tourisme, non pas dans le cadre d'un projet pilote, mais en tant que partie intégrante de sa stratégie d'entreprise.

Le potentiel de l'IA dans l'UE

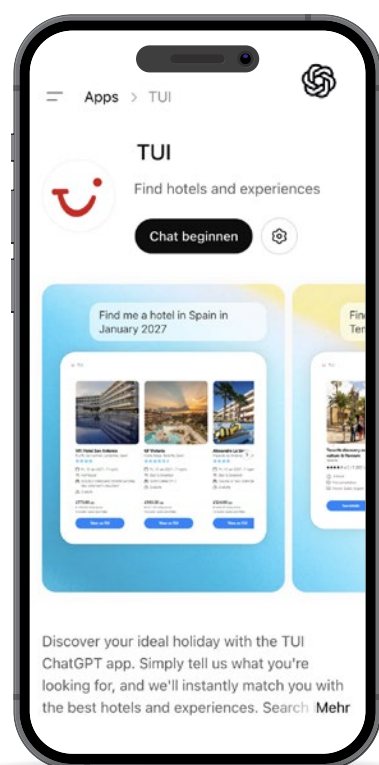


Sources: Implement Consulting Group/Google, Banque des règlements internationaux

En tant que groupe touristique européen, TUI s'est fixé comme objectif de devenir une entreprise axée sur l'IA. La mise en œuvre concrète de cette ambition est en cours. Des équipes de prototypage IA issues de la division technologique collaborent avec des experts internes pour développer des produits, automatiser des processus et incorporer cette technologie dans des plateformes mondiales. Par exemple, le 6 octobre 2025, Open AI a annoncé son intention d'intégrer des applications dans ChatGPT. Neuf jours plus tard, le premier prototype TUI était prêt, et une solution est opérationnelle depuis la fin du mois d'avril de cette année. Toute personne utilisant l'appli TUI dans ChatGPT se voit proposer des hôtels, des expériences et, bientôt, des voyages adaptés directement dans le chat, avec un lien de réservation. Dès la première semaine, nous avons reçu des requêtes de recherche provenant du Royaume-Uni, d'Allemagne et des pays scandinaves. TUI dispose ainsi d'un canal inédit lui permettant d'atteindre jusqu'à 900 millions d'utilisateurs actifs chaque semaine.

Une entreprise pionnière

TUI a été l'une des premières entreprises à intégrer une application dans ChatGPT



Un compagnon de voyage basé sur l'IA

Parallèlement, TUI développe un compagnon de voyage basé sur l'IA destiné à la phase post-réservation. Ce nouvel assistant numérique relie les données de voyage des clients à des informations locales actualisées, qu'il s'agisse de restaurants ou de l'itinéraire entre deux destinations. Les projets de voyage deviennent ainsi dynamiques, avec des recommandations personnalisées. Ce qui est particulièrement intéressant, c'est que l'IA ne s'appuie pas sur des connaissances statiques, mais est alimentée par des géodonnées en temps réel constamment mises à jour. De cette manière, TUI fournit des informations fiables et évite les hallucinations problématiques de l'IA. Le service, lancé en mai, a été conçu en partenariat avec Google. Il montre comment TUI intègre systématiquement l'IA générative dans ses produits.

Les conditions-cadres doivent évoluer au même rythme

TUI déploie également à grande échelle l'approche de l'IA en interne: plus de 8000 employés ont suivi une formation spécifique sur les applications Copilot sur leur lieu de travail au cours des quatre premiers mois de l'année. Néanmoins, les décideurs politiques doivent soutenir les applications d'IA, dont le nombre croît rapidement. Avec la stratégie "Apply AI", l'Europe a franchi une étape importante pour accélérer la mise en œuvre de l'IA dans des secteurs économiques clés. Ce qui est désormais crucial, c'est de définir une politique d'innovation qui renforce les entreprises européennes dans l'utilisation pratique de l'IA, favorise un développement axé sur les opportunités et interprète les exigences réglementaires de manière à ne pas étouffer l'innovation. C'est la seule façon pour l'Europe de suivre le rythme des principaux acteurs américains et chinois et d'imposer ses propres solutions européennes sur le marché.

ONU Tourisme et la TUI Care Foundation

DYNAMISER LE TOURISME RURAL EN AFRIQUE

Le tourisme est l'un des principaux moteurs de croissance en Afrique. Ce secteur représente environ 7 % du PIB du continent et soutient des millions d'emplois. Pourtant, une grande partie de son potentiel reste inexploitée. C'est pourquoi ONU Tourisme et la TUI Care Foundation lancent une initiative conjointe visant à fournir une aide spécifique aux régions rurales et à stimuler la création de valeur locale.

Ce projet est unique en son genre: pour la première fois, ONU Tourisme apporte un financement direct et un soutien technique à cinq ONG dans quatre pays africains dans le cadre du Programme de petites subventions, mis en œuvre en partenariat avec la TUI Care Foundation. L'accent est mis sur les artisans. Outre une contribution financière, ceux-ci bénéficient d'un accompagnement concret en matière de développement de produits, de normes de qualité et de marketing, en ciblant le tourisme comme marché de vente clé. Voici un aperçu des cinq premiers projets financés:

“ Ce premier appel à propositions pour le Programme de petites subventions "Tourisme pour le développement rural", rendu possible par la TUI Care Foundation, témoigne de notre engagement en faveur d'un tourisme piloté par les communautés rurales. Les projets sélectionnés constituent des bases locales essentielles pour les acteurs créatifs et les entrepreneurs des zones rurales d'Afrique. Ils favorisent non seulement l'autonomisation économique, mais ils nous aident aussi à positionner le tourisme comme un moteur clé du développement rural.”

Shaikha Alnuwais
Secrétaire générale d'ONU Tourisme

- **Mozambique:** les artisans des communautés vivant autour du parc national de Gorongosa bénéficient d'un soutien, avec une attention particulière portée aux personnes en situation de handicap. Plus de 60 % des participants sont des femmes.
- **Namibie:** ancré au sein de la communauté autochtone Khwe, ce projet valorise les arts traditionnels grâce à des formations en développement de produits et en storytelling culturel. Un centre culturel est en cours de création dans le parc national de Bwabwata pour servir de pôle d'activité.
- **Rwanda I:** jusqu'à 100 participants (des jeunes et des femmes pour la plupart) reçoivent une formation en arts visuels et en entrepreneuriat. Parallèlement, ils accèdent au marché du tourisme afin de commercialiser leurs produits avec succès.
- **Rwanda II:** le projet combine la conservation de la nature et le développement du tourisme dans la forêt de Busaga. Des visites guidées de la forêt sont prévues, qui permettront notamment de rencontrer des artisans.
- **Tanzanie:** des femmes et des jeunes de la communauté massaï sont formés à l'artisanat et aux services touristiques. L'objectif est de transformer le patrimoine culturel en opportunités économiques.



Lancement du partenariat: Thomas Ellerbeck, président de la TUI Care Foundation, et Shaikha Al Nowais, Secrétaire générale d'ONU Tourisme, en mars 2026 lors de la signature de l'initiative conjointe.

En bref

TUI GROUP EN BELGIQUE



TUI GROUP

NOUS CONTACTER



Thomas Ellerbeck

Member of the Group Executive
Committee of TUI Group and
Chairman of TUI Care Foundation
thomas.ellerbeck@tui.com
+49 (0)30 60902060-60



Alexander Panczuk

Group Director Policy & Reputation
of TUI Group and Executive Director
of TUI Care Foundation
alexander.panczuk@tui.com
+49 (0)172 2814983



Johanna Vijverman

Public Policy Manager Belgique
johanna.vijverman@tuifly.be
+32 (0)494 93 50 33

Impression

Éditeur:

TUI Group
Group Corporate & External Affairs
Pariser Platz 6 a | 10117 Berlin
www.tuigroup.com/en/policy

Bureau de Bruxelles

Avenue de Cortenbergh 116
B-1000 Bruxelles

Bureau de Berlin

Pariser Platz 6 a
D-10117 Berlin

Dernière date de modification:

23 juin 2026

Agence partenaire:

Köster Kommunikation

