

Revue de presse professionnelle

Ressources disponibles à Eure Tourisme

Juin 2010

2010



NORMANDIE,
TOUT
COMMENCE
DANS L'EURE



DÉPARTEMENT DE
L'EURE
EURE TOURISME

www.eure-tourisme.fr

Sommaire

| | |
|---|---|
| Benchmark | 3 |
| Nouveaux projets | 3 |
| Economie du tourisme | 3 |
| Observatoire | 3 |
| Développement touristique | 3 |
| Aménagement | 3 |
| Ingénierie | 4 |
| Opérateurs | 4 |
| Marketing | 4 |
| Tendance | 4 |
| Stratégie marketing..... | 5 |
| TIC..... | 5 |
| Politique touristique | 6 |
| Produits et filières touristiques | 6 |
| Tourisme culturel | 6 |
| APN | 7 |
| Hébergements | 8 |
| Tourisme durable et environnement | 9 |
| Bien-être..... | 9 |

Benchmark

Nouveaux projets

Terra Botanica : en Anjou, l'avenir se dessine en vert, GOT n°2064, 23/06/10

L'aventure de Terra Botanica en Anjou, premier parc européen dédié au végétal, permet au Conseil Général du Maine et Loire de développer une image du territoire en cohérence avec un savoir-faire reconnu, et de doter le département d'un site emblématique pour dynamiser la fréquentation touristique.

Economie du tourisme

Observatoire

Nos vacances 2010 décryptées, voyage you vox, 28/06/10

[..\presse\conjoncture_www.voyage.youvox.fr_nos vacances 2010 decryptées.pdf](#)

A quelques jours du début des vacances scolaires gros plan sur 3 études récentes qui nous en disent plus sur les motivations des touristes européens :

- La préférence pour les séjours de durée moyenne se renforce
- La prime à l'Europe perdue dont la plupart dans leur propre pays
- Priorité au repos
- Des vacances organisées, en plus grande autonomie et avec une utilisation croissante d'Internet

L'hôtellerie européenne sort la tête de l'eau, l'hôtellerie-restauration, 23/06/10

[..\presse\conjoncture_www.lhotellerie-restauration.fr_l'hôtellerie européenne sort la tete de l'eau.pdf](#)

La reprise du secteur se fait sentir depuis le début de l'année 2010. Le début d'année de l'hôtellerie contraste totalement avec l'année précédente, les trois principaux indicateurs du secteur en Europe étant tous dans le vert jusqu'au mois d'avril, d'après la base de données internationale STR.

Développement touristique

Aménagement

Fiches conseils sur la qualité environnementale et paysagère pour les campings, François tourisme Consultant, 2010

[..\presse\Aménagement\fiches qualité paysage et environnement camping](#)

Conçues pour les questionnaires de campings, l'objectif de ces fiches est d'apporter des informations, des conseils, des chiffres, des astuces et des témoignages pour mener la gestion quotidienne (voire un projet de création/réhabilitation) écologique d'un terrain de camping. Ces fiches ont été élaborées pour le compte du Parc naturel régional des Ballons des Vosges, en collaboration avec le CAUE des Vosges.

Un impôt indirect local spécifique au développement du tourisme, juristourisme n°121, juin 2010

Les impôts directs locaux, dont les plus connus sont les taxes foncières et d'habitation, constituent l'essentiel des ressources fiscales des collectivités territoriales. Les impôts locaux indirects, eux, s'ils sont variés, représentent en général des apports subsidiaires, mais qui ont augmenté ces dernières années. La taxe de séjour s'inscrit dans cette fiscalité locale indirecte.

Ingénierie

Opérateurs

Victimes de la défiscalisation, les professionnels de la résidence de tourisme se diversifient, Les Echos, 17/06/10

[..\presse\ingénierie__www.lesechos.fr_victimes_de_la_defiscalisation_les_pro_de_la_residence_de_tourisme_se_diversifient.pdf](http://www.lesechos.fr_victimes_de_la_defiscalisation_les_pro_de_la_residence_de_tourisme_se_diversifient.pdf)

Destinés à favoriser le développement touristique dans des zones sous-équipées, divers dispositifs fiscaux profitent aux investisseurs. Pervertis, ils ont provoqué la défaillance d'un grand nombre d'opérateurs. Les plus solides s'intéressent désormais à un nouveau marché, celui des résidences d'affaires en centre-ville.

Marketing

Tendance

Low cost et tourisme, revue espace n°282, juin 2010

Décrié à ses débuts, le low cost est désormais plébiscité par des consommateurs qui, de plus en plus souvent, réclament des produits plus simples, plus fondamentaux, en échange de prix bas. Si elle est devenue "tendance", la low cost attitude ne s'applique pas à tous les produits, tout le temps. Ainsi, par exemple, certains clients voyagent sur des compagnies aériennes low cost pour se payer de meilleurs hôtels une fois arrivés à destination. D'autres préfèrent dormir dans des hôtels low cost (cf. l'exemple précurseur de Formule1) pour voyager plus souvent. D'autres encore préfèrent séjourner dans une station de sports d'hiver plus éloignée des pistes (cf. Brides-les-Bains) pour pouvoir séjourner dans un meilleur hôtel ! Les combinaisons sont multiples et il est probable que toutes les pistes de "low costisation" de l'offre n'ont pas encore été explorées. Face à cette nouvelle concurrence, les opérateurs traditionnels doivent faire la preuve de la valeur ajoutée de leur offre.

- *L'achat low cost. Un phénomène durable*
- *L'achat low cost, un mode de consommation alternative ?*
- *Le modèle low cost, révélateur de valeur ajoutée*
- *Vers un nouvel équilibre entre compagnies aériennes low cost et majors ?*
- *Transavia France. Un modèle économique low cost original*
- *La bataille du rail low cost n'a pas encore commencé !*
- *HotelFI réinvente l'hôtellerie low cost*
- *Brides-les-Bains surfe sur la low cost attitude !*

Les natifs numériques et les futurs du voyage, étude Amadeus / Peclers Paris, mai 2010

[..\presse\Tendance\natifs numérique et le futur du voyage.pdf](#)

Cette étude prospective vise à comprendre comment quelqu'un qui a une quinzaine d'années aujourd'hui voyagera demain en 2020 ?

7 tendances clés identifiées pour le futur du voyage :

- 1. Gérer mes identités*
- 2. Faciliter ma vie*
- 3. Trouver le meilleur prix*
- 4. Démultiplier mon réseau*
- 5. Communiquer en temps réel*
- 6. Se repérer toujours partout*
- 7. Ma réalité augmentée*

Stratégie marketing

Les tournées de presse, une facette du marketing à exploiter, Réseau de veille en tourisme, 04/06/10

[..\presse\marketing_veilletourisme.ca_les-tournees-de-presse-une-facette du mkg à exploiter.pdf](#)

Le pouvoir d'influencer positivement un voyageur potentiel constitue le but ultime de toute action marketing. On le sait, le consommateur est plus fermé qu'avant à la publicité. C'est pourquoi faire l'objet d'un reportage écrit ou télévisuel représente une occasion de rêve de tirer profit d'un espace promotionnel jugé plus neutre par le consommateur. Faites-vous le nécessaire pour intéresser les médias à votre produit? Maîtrisez-vous les rouages des tournées de presse afin de vous assurer de maximiser la rentabilité d'un tel projet?

- *Pourquoi courtiser les journalistes ?*
- *La sélection des participants*
- *Par où commencer ?*

TIC

GPS et tourisme : Suivez la direction! Réseau de veille en tourisme, 11/06/10

[..\presse\marketing_veilletourisme.ca_gps-et-tourisme-suivez-la-direction.pdf](#)

La technologie du GPS (global positioning system) a grandement évolué. Le nombre d'applications a explosé et les fonctions sont dorénavant beaucoup plus complètes. Facile à manipuler et peu coûteux, il est devenu très apprécié au voyageur. Pour les destinations touristiques, c'est l'occasion de mettre en valeur l'offre touristique. Comptez sur Google pour accélérer l'étendue de son utilisation.

- *La bataille du marché du GPS*
- *La navigation grâce aux téléphones intelligents*
- *Google s'impose*
- *Le GPS pour découvrir des circuits thématiques*
- *GPS pour bonifier l'expérience d'un séjour*

En 2009, l'e-tourisme a pesé 8 milliards d'euros, L'écho touristique, 22/06/10

Le tourisme en ligne en 2009 a généré huit milliards d'euros de chiffre d'affaires, soit une progression de 15% par rapport à 2008. Ce sont en effet plus de 10 millions de Français qui ont réservé par Internet leurs prestations de type transports, hébergement, location de voitures, activités de loisir et forfaits tout compris, ce qui représente 35% des Français de 15 ans et plus partis en 2009. Ces résultats grimpent à 11 milliards d'euros (3 milliards de CA réalisés off line) et à

50% de la population si on prend en compte la préparation en ligne du séjour, "ce qui dénote l'importance du multicanal", souligne Guy Raffour.

Politique touristique

CRT : un livre blanc pour rappeler son rôle dans le tourisme, Tourmag, 01/06/10

<..\presse\Texte loi\livre-blanc-fncrt.pdf>

La FNCRT a présenté la semaine dernière un livre blanc dans lequel elle recense toutes ses actions en faveur du développement touristique. L'occasion de démontrer son rôle actif dans le secteur, au cas où les parlementaires voudraient lui retirer ses attributions dans le cadre de la nouvelle réforme territoriale. « Nous souhaitons que le tourisme reste une compétence partagée, avec toujours la région comme chef de file » explique André Chapaveire, le président.

L'Assemblée adopte une réforme des collectivités largement remaniée, la gazette des communes, 03/06/10

..\presse\Texte loi_infos.lagazettedescommunes.com_lassemblee-adopte-une-reforme-des-collectivites-largement-remaniee.pdf

L'Assemblée nationale a achevé l'examen du projet de loi de réforme des collectivités dans la nuit du 2 au 3 juin 2010. Parmi les aménagements réalisés : les députés avaient ajouté le tourisme au sport et à la culture aux compétences que peuvent exercer communément les régions, les départements et les communes.

Le classement des résidences de tourisme se met en place, localtis, 24/06/10

..\presse\Texte loi_www.localtis.info_le-classement-des-residences-de-tourisme-se-met-en-place.pdf

L'article 12 de la loi du 22 juillet 2009 de développement et de modernisation des services touristiques a revu en profondeur la procédure de classement des différents modes d'hébergement touristique. Un décret du 23 décembre 2009 est ensuite venu préciser les modalités de mise en œuvre de cette réforme.

Un arrêté du 4 juin 2010 fixe ainsi les normes et la procédure de classement des résidences de tourisme, qui doit entrer en vigueur le 1er juillet 2010. Il précise notamment que l'exploitant d'une telle résidence qui souhaite obtenir le classement de son établissement doit s'adresser à un organisme évaluateur accrédité, dont la liste figure sur le site d'Atout France. Les critères, pas moins de 175 critères, portent à la fois sur les équipements, sur le service au client et sur l'accessibilité aux personnes handicapées et le développement durable.

Produits et filières touristiques

Tourisme culturel

Tourisme culturel : enjeux et mutations, juristourisme n°121, juin 2010

Qu'est-ce qui incite le plus un voyageur à visiter un pays ? Sa richesse culturelle. Les pouvoirs publics l'ont bien compris en essayant de tirer profit de ce secteur clé dans l'économie touristique qu'est le tourisme culturel.

- *Tourisme culturel : un concept protéiforme*
- *Tourisme culturel et rénovation du patrimoine*

- *Gestion des événements culturels : quelques repères juridiques*
- *La valorisation « à la française » du patrimoine monumental*
- *Les festivals, objet de tourisme culturel*
- *La cession par l'Etat des monuments historiques*

Tourisme gastronomique: la cuisine promotionnelle, Réseau de veille en tourisme, 31/05/10

..\presse\Tourisme culturel_veilletourisme.ca_tourisme-gastronomique-la-cuisine promotionnelle.pdf

La popularité du tourisme gastronomique n'est plus à démontrer; un véritable déluge de promotions, de blogues et de magazines alléchants le prouve. Les voyageurs sont toujours plus conscients par la qualité, la provenance et la préparation des aliments et cherchent des destinations où ils pourront goûter aux saveurs propres à la région ou au pays. Que ce soit pour la pure gastronomie, l'agrotourisme ou une expérience spa, quelques bonnes pratiques méritent d'être soulignées.

- *Quelques exemples de niches de tourisme gastronomique*
- *Un partenariat audacieux*
- *Un centre de villégiature axé sur l'agriculture*
- *Le tourisme dans les fermes scandinaves*
- *Une région, un label*
- *Le gastronomique Spa Eastman*

APN

Sentiers sous-marins : découvrir le milieu côtier, GOT n°2062, 09/06/10

Le sentier sous-marin est un outil pédagogique d'éducation à l'environnement permettant de sensibiliser le public à la fragilité et à la biodiversité des premiers mètres du milieu marin, et le support de produits de randonnée subaquatique.

Vélo : un phénomène de société, GOT n°2063, 16/06/10

La pratique du vélo est en plein essor, notamment en ville. L'impact de la filière concerne aussi bien le tourisme, l'industrie, le sport que la santé. L'étude présentée lors de la journée technique d'Atout France, a permis de préciser le poids économique du vélo en France.

- *Données de l'étude « Economie du vélo »*
- *Vélos en libre-service : des coûts non négligeables*
- *Un schéma vélo pour Paris*

Portrait des touristes à vélo, DGCIS, mai 2010

<..\presse\APN environnement\portrait des touristes a velo dgcis.pdf>

40 % des Français de plus de 4 ans font régulièrement du vélo. Plus de 20 millions en ont un usage de loisirs ou touristique. En séjour touristique, le vélo est la 2ème activité physique des Français. Les touristes issus de régions où la pratique du vélo est élevée utilisent plus souvent le vélo pendant leur séjour. Ces touristes sont de plus en plus nombreux, qui sont-ils ?

- *Les différentes clientèles*
- *Un tourisme pour tous ?*
- *Des motivations hédonistes avant tout*
- *Saisons, destinations et durée de séjour : des tendances très nettes*
- *Les cyclistes itinérants privilégient l'hébergement marchand*
- *Accès à la destination : train + vélo une combinaison d'avenir*
- *Des touristes dépensiers*

Les coûts et les avantages des vélos en libre service, commissariat général au développement durable, mai 2010

[..\presse\APN environnement\couts et avantages vélos libre service.pdf](#)

Les systèmes de vélos en libre service (VLS) sont en plein essor. Le premier a été implanté à Rennes en 1998, mais c'est le lancement de Vélo'v à Lyon mi-2005 qui a été le déclencheur de projets dans plusieurs villes françaises.

En rapprochant les coûts de mise en place et d'exploitation de l'ensemble des avantages procurés, les systèmes de vélos en libre service présenteraient un bilan globalement équilibré, leur coût global annuel de 100 millions d'euros (M€) étant compensé par des avantages d'un niveau sensiblement équivalent, dont bénéficient en premier lieu les utilisateurs du service.

De l'itinérance aux pratiques itinérantes : vers un nouveau tourisme ?, Etude GTA-FFRando-FFCAM-SNAM, mars 2010

[..\presse\APN environnement\de l'itinérance aux pratiques itinérantes vers un nouveau tourisme.pdf](#)

L'itinérance... c'est quoi au juste ? Qui concerne-t-elle et pourquoi ? Quel est son poids réel en termes de pratique et de retombées économiques pour les territoires ? En montagne plus particulièrement, représente-t-elle une vraie filière alternative pour affronter les nouveaux enjeux (réchauffement climatique, effritement des clientèles) ? Une enquête exclusive dévoile les premières réponses...

- À pied, à vélo, à cheval, en voiture, en moto : les chiffres disponibles
- Exclusif : à travers la toile, portrait de l'itinérant pédestre...
- ... et de l'itinérance pédestre
- L'itinérance, une nouvelle chance pour la montagne ?

Fréquentation et Impact du Tour de Bourgogne à Vélo, Bourgogne tourisme, juin 2010

[..\presse\APN environnement\Etude fréquentation et impact tour de bourgogne en velo](#)

L'étude menée par Bourgogne Tourisme est la base d'observation utile dans le domaine de l'analyse d'impact économique du tourisme à vélo en France. Les résultats obtenus sont sans équivoque : 93,6 millions d'euros générés pour le tourisme à vélo en Bourgogne, soit 50 000 euros de dépenses moyennes par an et par kilomètre d'itinéraires.

Hébergements

Confort, design, urbanité et petits prix: le nouveau créneau de l'hôtellerie économique, Réseau de veille en tourisme, 15/06/10

[..\presse\Hébergements_veilletourisme.ca_confort-design-urbanite-et-petits_prix_le_nouveau_creneau_de_l'hôtellerie_éco.pdf](#)

Le secteur de l'hôtellerie économique est en plein essor, principalement en Europe. En fait, les termes «économique» et «budget» ne sont plus synonymes de bas de gamme ou défraîchi. Ce type d'hébergement offre plutôt une gamme d'établissements allant du plus petit budget au luxury budget, où les moindres détails font la différence. Les auberges de jeunesse flirtent avec ce secteur qui embrouille les règles de la classification. Une révolution? Peut-être pas. Une prise de conscience? Certainement.

- On se moque de la crise économique
- Les étoiles... quelles étoiles?
- Les auberges de jeunesse s'en mêlent
- Et au centre-ville, SVP!

Les hôtels low cost, un phénomène européen duplicable ? L'hôtellerie-restauration, 11/06/10

[..\presse\Hébergements__www.lhotellerie-restauration.fr_hotels low cost.pdf](#)

Qu'on les appelle 'budget hotels', ou 'hôtels économiques', les hôtels low cost ont bien changé depuis leur apparition dans les années 1980 en France et au Royaume-Uni. La gamme de l'économique s'est élargie, et va de l'hyper low cost à l'économique conventionnel. Petit tour d'horizon non exhaustif.

Hébergement en ville, nouveau marché et enjeu majeur pour Gîtes de France, RSS Tourisme infos, 09/06/10

[..\presse\Hébergements\hebergement en ville nouvel enjeu pr GdF.pdf](#)

Décidée en juin 2009, l'arrivée du réseau Gîtes de France en ville se concrétise avec le choix d'une appellation spécifique et la labellisation des premiers hébergements urbains. Le réseau a retenu l'appellation City Break en complément de la marque Gîtes de France. Les objectifs :

- Développer le parc et la visibilité de la marque Gîtes de France sur l'ensemble du territoire
- Pénétrer de nouveaux marchés
- Déployer le concept « Gîtes de France » à l'international

Tourisme durable et environnement

L'UNAT lance des outils pour le développement durable dans le tourisme associatif, TER Durable, 28/06/10

[..\presse\Tourisme durable__www.terdurable.com_unat-lance-des-outils-pour-le-dd dans le tourisme associatif.pdf](#)

L'Union Nationale des Associations de Tourisme (UNAT) de la région Rhône-Alpes vient de lancer plusieurs outils pour aider les acteurs du tourisme associatif à entreprendre une démarche de développement durable. Le premier outil est un guide composé de 28 fiches pratiques s'adressant plus particulièrement aux associations engagées dans le tourisme à vocation sociale. Le deuxième outil développé par l'UNAT Rhône-Alpes est le « Réseau d'échange Tourisme associatif et développement durable », une plate-forme interactive pour les internautes. <http://www.unat-rhonealpes-durable.asso.fr/fiche/presentation/theme>

2 nouveaux secteurs pour la Clef Verte, La Clef verte, 19/03/10

Après les campings, les hôtels puis les meublés et chambres d'hôtes, la Clef Verte s'attaque aux Résidences de tourisme et Villages vacances ainsi qu'aux auberges de jeunesse et hébergements collectifs. Tout l'hébergement marchand sera ainsi couvert par la Clef Verte !

Bien-être

Stations thermales : diversifier l'offre, GOT n°2064, 23/06/10

La baisse de la fréquentation thermique et l'incertitude des investissements face à une rentabilité incertaine peuvent entraîner le désengagement d'opérateurs privés gestionnaires d'établissements thermaux. Pour redynamiser l'activité et mieux la contrôler, certaines stations créent une SEM fédérant les acteurs économiques et institutionnels autour d'un projet de territoire.