

Revue de presse professionnelle

Ressources disponibles à Eure Tourisme

Décembre 2009

2009



NORMANDIE,
TOUT
COMMENCE
DANS L'EURE



DÉPARTEMENT DE
L'EURE
EURETOURISME

www.eure-tourisme.fr

Sommaire

Benchmark	3
Nouveaux projets	3
Territoires.....	3
Economie du tourisme	3
Observatoire	3
Développement touristique	3
Animations.....	3
Ingénierie	4
Opérateurs.....	4
Montage de projets	4
Marketing	5
Tendance	5
Communication	5
Commercialisation.....	5
Stratégie marketing.....	5
Politique touristique	6
Produits et filières touristiques	7
Tourisme culturel.....	7
Tourisme adapté.....	8
Tourisme durable et environnement	8

Benchmark

Nouveaux projets

Pour plus de touristes a Coucy-le-Château : des projets en marche, L'Union, 27/11/09

..\PROSPECTION\Recherche_opérateurs\nouveaux_produits_www.lunion.presse.fr_projets_coucy_le_chateau_investisseur.pdf

La commune semble intéressée par des projets, de développement touristique notamment, en terme d'hébergement. C'est justement un projet d'hébergement d'un nouveau type qui serait dans les tuyaux. Il semblerait en effet qu'un investisseur privé soit prêt à installer un village « vacances » de type médiéval sous forme de huttes et de tentes.

Territoires

Corse : maîtriser le développement touristique, GOT n°2035, 02/12/09

L'objectif de la Corse est d'étaler l'activité touristique en développant une offre de séjours hors saison s'appuyant sur un tourisme de niche. Après avoir soutenu la montée en gamme et la compétitivité de l'offre entre 2000 et 2007, la collectivité territoriale met l'accent, au travers l'Agence du Tourisme de la Corse, sur le soutien à l'ingénierie et l'organisation territoriale en pôles correspondant aux microrégions.

Economie du tourisme

Observatoire

Memento du tourisme édition 2009, Direction du tourisme, 23/11/09

Disponible sur : <http://www.tourisme.gouv.fr/fr/z2/stat/memento/memento2009.jsp>

Le Memento du tourisme rassemble l'essentiel des statistiques sur le tourisme. Elle permet à la fois de situer la France dans le tourisme mondial, d'apprécier son poids dans l'économie française, de décrire l'offre disponible ainsi que la demande, qu'elle émane des résidents sur notre territoire ou de visiteurs venant de l'étranger.

Développement touristique

Animations

L'enchantement des marchés de Noël, Tourisme&Droit n°115, décembre 2009

Les marchés de Noël se sont développés depuis plusieurs années au point de devenir une véritable attraction touristique soumise toutefois à la réglementation des ventes au déballage. Leur impact économique impose une organisation bien huilée, à l'instar de l'opération annuelle « Strasbourg Capitale de Noël ». A découvrir dans ce dossier :

- *l'impact économique et touristique des marchés de Noël*
- *« Strasbourg Capitale Noël » : une organisation en régie directe*
- *La soumission des marchés de Noël à la vente au déballage*

Opérateurs

La BNP débarque sur le marché des résidences, quotidien du tourisme, 09/12/09

..\PROSPECTION\Recherche_opérateurs\nouveaux_produits_www.quotidiendutourisme.com_la_BNP_débarque_sur_le_marche_des_residences.pdf

Avec sa nouvelle marque "Hipark", la branche immobilière de BNP Paribas se lance sur le marché des résidences haut de gamme destinées principalement aux voyageurs d'affaires. BNP Paribas devrait commercialiser 10 à 15 résidences dans les 10 années à venir.

Privilodges : des résidences de caractère, l'hôtellerie-restauration, 08/12/09

..\PROSPECTION\Recherche_opérateurs\Descriptif_opérateurs\autres_www.lhotellerie-restauration.fr_privilodges_des_residences_de_caractere.pdf

Les Privilodges sont un concept d'« appart'hôtels » en centre-ville qui entend se développer. "Les Privilodges concentrent les atouts : le centre-ville, des bâtis de caractère et un service personnalisé qui va jusqu'aux courses ou la préparation d'un week-end touristique, à prix mesuré. Et dans cette structure à taille humaine, l'hôte n'a qu'un interlocuteur unique".

Naissance du groupe Élysées Hotels, l'hôtellerie-restauration, 02/12/09

..\PROSPECTION\Recherche_opérateurs\Descriptif_opérateurs\hôtellerie_www.lhotellerie-restauration.fr_naissance_du_groupe_elysees_hotels.pdf

En 2008, la petite chaîne volontaire Élysées West Hotel, qui regroupait 180 hôtels, fusionnait avec la chaîne catalane Hotusa. Le groupe est prêt aujourd'hui à relever de nouveaux défis, sous la marque Élysées Hotels. La fusion avec Hotusa permet de passer à la réservation sur internet, un réseau qui devient mondial, et l'accès à des services et des outils informatiques ultra performants. Hotusa est un groupe solide dont l'activité se répartit entre un pôle hôtelier avec des établissements en filiales (murs et fonds) et d'autres dont il ne gère que la commercialisation grâce à son deuxième pôle, celui d'agent de voyages et de tour opérateur, avec une clientèle très marquée 'loisirs'.

Montage de projets

Le Comité Départemental de Tourisme organise le Vendée Pro Tourisme, vendée infos, 10/12/09

..\presse\ingénierie_www.vendeeinfos.com_Le-CDT organise le vendée pro tourisme.pdf

Profitant de sa présence au Salon « Nautic » de Paris sur un espace dédié à la Vendée, le CDT Vendée a organisé une rencontre entre investisseurs français et les porteurs de projets touristiques vendéens. Pour la deuxième année consécutive, l'opération « Vendée Pro Tourisme » s'est déroulée sous la forme d'un « speed meeting ». Le CDT Vendée a mis en place cette opération afin de développer l'économie touristique vendéenne en accompagnant des projets de développement touristiques ambitieux

Tendance

Le tourisme volontaire, ça ne se passe pas qu'en Afrique! Réseau de veille en tourisme, 02/12/09

..\presse\Tendance_veilletourisme.ca_2009_12_02_le-tourisme-volontaire-.pdf

Organisations de gestion de la destination (DMO), Tour-opérateurs, planificateurs de congrès, hôteliers, compagnies aériennes et de croisières répondent au besoin d'un nouveau genre de visiteurs qui souhaitent donner de leur temps, de leurs efforts et même de leur argent pour aider les communautés qui les reçoivent. L'offre du tourisme volontaire dit «volontourisme» se structure et se diversifie autour de cette jonction entre le voyage et le bénévolat. La culture, l'éducation, la science, l'aventure, l'agriculture, etc., sont autant de domaines où se manifeste le volontourisme, pourvu que les deux notions de tourisme et de volontariat soient combinées.

Communication

Fonctionnalités et outils : comment tirer le meilleur de Google ? Tourmag, 30/11/09

..\presse\marketing_www.tourmag.com_Fonctionnalites-et-outils-comment-tirer-le_meilleur_de_google.pdf

Google est le moteur de recherche habituel pour 91,3% des français. Mais Google peut aussi être un redoutable outil pour l'activité d'e-tourisme ... Panorama des fonctionnalités et outils de Google :

- La géolocalisation
- La création de site
- La veille Google

Commercialisation

L'e-tourisme poursuit sa croissance et transforme le secteur du voyage, veille info tourisme, 10/12/09

..\presse\marketing_www.veilleinfotourisme.fr_'l'etourisme_poursuit_sa_croissance.pdf

Le nombre d'intermédiaires se réduit entre le producteur de voyage et le consommateur, selon la nouvelle étude du cabinet PricewaterhouseCoopers sur le marché du e-tourisme. Le secteur du e-tourisme, qui affichait ces dernières années des croissances vertigineuses - de l'ordre de 20% par an avec des pics à 30-40% depuis 2003 - résiste à la crise et continue de gagner des parts de marché sur le marché physique.

Les Logis lancent une Smartbox, quotidien du tourisme, 08/12/09

..\presse\Commercialisation_www.quotidiendutourisme.com_les_logis_lancent_une_smartbox.pdf

Edité à 40 000 exemplaires au prix de 149,90 euros, ce coffret propose 116 séjours dans un Logis au choix en France et en Europe comprenant un dîner pour 2 personnes, une nuit, un petit-déjeuner.

Stratégie marketing

Démarches de massifs : affirmer une identité, GOT n°2036, 09/12/09

Les massifs adoptent une stratégie de mise en réseau des acteurs au sein d'une marque de destination pour optimiser leur communication et être facilement repérables sur les marchés.

Accueil, hospitalité et tourisme, Revue espaces n°276, décembre 2009

Dans le tourisme, on emploie souvent le mot "accueil" pour désigner trois concepts différents et complémentaires : l'hospitalité, l'atmosphère et, enfin, l'accueil proprement dit, qui implique une relation humaine. Les Français ont la réputation de mal accueillir les touristes étrangers. Cette réputation est-elle fondée ? Ce n'est pas sûr. Quoiqu'il en soit, la tendance actuelle en faveur d'une "automatisation" des services ne va pas dans le sens d'un bon accueil. Aller à la rencontre des touristes sur le terrain, accueillir hors les murs, tel est le point commun des stratégies des organismes touristiques qui font de l'accueil une priorité. Bien accueillir, c'est une question de culture, mais c'est aussi un choix de société. Si l'on admet que l'accueil est un enjeu majeur pour la destination France, encore faut-il mettre en place une politique nationale en la matière.

- *Accueil, atmosphère et hospitalité. Des concepts à ne pas confondre*
- *L'accueil. Entre reconnaissance, hospitalité et maternage*
- *L'accueil, fait culturel et choix de société*
- *Destination France. Comment accueillir mieux les étrangers*
- *Stratégies d'accueil par les organismes de tourisme : OT de Nantes métropole, CRT Paris - Île-de-France, Lyon Tourisme et congrès*
- *Cité des sciences et de l'industrie. Bien accueillir pour enrichir l'expérience de visite*
- *Les toilettes, une question de dignité*

Politique touristique

Les décrets d'application de la nouvelle loi Tourisme sont publiés, quotidien du tourisme, 27/12/09

Décret n° 2009 -1650 du 23 décembre 2009 portant application de la loi n° 2009 -888 du 22 juillet 2009 de développement et de modernisation des services :

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=?cidTexte=JORFTEXT000021529652>

Décret no 2009-1652 du 23 décembre 2009 portant application de la loi no 2009-888 du 22 juillet 2009 de développement et de modernisation des services touristiques :

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=?cidTexte=JORFTEXT000021530009&dateTexte=ξoldAction=rechJOξcategorieLien=id>

Les décrets et arrêtés d'application de la loi n°2009- 888 du 22 juillet 2009 de développement et de modernisation des services touristiques ont été publiés dimanche 27 décembre 2009 au Journal Officiel.

Classement hôtelier : Ce que les nouvelles étoiles veulent dire, Quotidien du tourisme, 28/12/09

La réforme du classement hôtelier a été mise sur les rails dimanche avec la publication d'un arrêté au Journal officiel. Désormais, le classement sera valable cinq ans, et la loi prévoit également une révision régulière des critères.

- *La catégorie zéro étoile n'existe plus.*
- *Une étoile : Chambre de 9 m² (hors sanitaires, pas obligatoires dans la chambre). Une salle de bain ou de douche pour 8 chambres. Récepteur TV dans 50% des chambres, linge de toilette, éclairage à la tête du lit avec interrupteur indépendant. Deux chaises. Une table/bureau. Un réveil. Penderie. Du chauffage. Des volets ou des rideaux opacifiants. Un accueil au moins 8 heures par jour. Petit déjeuner en salle. L'hôtel n'est pas tenu d'accepter les cartes de crédit. Oreillers et couvertures supplémentaires sur demande.*

- *Trois étoiles : Chambre de 13,5 m², sanitaires (obligatoires) compris. En plus des équipements des "une étoile" : interrupteur d'éclairage central près du lit, point lumineux sur la table/bureau, meuble porte-bagage, téléphone, télévision (chaînes françaises). Oreillers, couvertures supplémentaires à disposition dans la chambre. Petit déjeuner en chambre non obligatoire. Dans les parties communes : accès internet, journaux, espace salon, ascenseur dès 3 étages. Paiement possible par carte de crédit. Pas de climatisation obligatoire.*
- *Cinq étoiles : Chambre de 24 m² minimum, sanitaires compris. Lits en 160x200, mini bar, coffre fort, accès internet, télévision avec chaînes internationales et thématiques, nécessaires de correspondance, de couture, à chaussures, penderie fermée, peignoir. Petit déjeuner en chambre possible. Room service 24h/24, sur demande ordinateur, fax ou imprimante dans la chambre. L'hôtel doit proposer un accueil 24h/24, 7j/7 dès 30 chambres, la prise en charge des bagages sur demande, un chariot à bagages, une bagagerie, un service de voiturier, un service réveil personnalisé. Il doit également disposer d'un site internet en deux langues, de personnel parlant deux langues étrangères dont l'anglais et d'un restaurant permettant de dîner 5 jours/7.*

Produits et filières touristiques

Tourisme culturel

Visite culturelle et TIC : le numérique au service de la visite touristique et culturelle, Atout France, septembre 2009

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) ont envahi la vie quotidienne suscitant de nouvelles pratiques et des nouveaux modes de consommation. De nouveaux services deviennent ainsi des éléments d'attraction supplémentaire pour les sites culturels et touristiques en permettant d'accompagner les visiteurs dans la découverte d'un lieu que la visite soit libre ou accompagnée. Les TIC ont également permis de démultiplier les contacts entre l'offre culturelle et touristique par l'apparition d'offres conjuguant ces deux dimensions. L'accès aux destinations a été naturellement facilité (promotion, vente et réservations en ligne, accès à une offre plus vaste et lisible, fidélisation...) et l'offre a également évolué sans cesse en matière d'usages : sites Internet, GPS, espaces multimédia, dispositifs de visites virtuelles... L'enjeu est considérable et offre des perspectives nouvelles pour chaque établissement. Jusqu'à présent, seuls quelques sites majeurs pouvaient espérer une audience internationale. A présent, plusieurs centaines de millions d'internautes se trouvent à portée de tous ceux qui sauront construire une vraie attractivité via le numérique. Ceci suppose néanmoins certaines conditions : communiquer dans la langue de ses interlocuteurs, répondre à leurs attentes culturelles mais aussi pratiques, respecter leur diversité avec pédagogie et empathie. Dans ce contexte, comment innover en faisant les bons choix ? Comment créer de la valeur utile pour chacun des acteurs concernés : visiteur physique ou électronique, gestionnaire de site ou responsable territorial ? Quel retour sur investissement attendre ?

La présente étude établit un panorama mondial des exploitations actuelles des TIC par les établissements et sites culturels. Elle en dégager les pratiques les plus prometteuses, et souligne les perspectives les plus mobilisatrices.

Quand l'entreprise vaut le détour, localtis, 26/11/09

..\presse\Tourisme culturel__www.localtis.info_quand l'entreprise vaut le détour.pdf

Les visites d'entreprises sont déjà courantes en France. En 2006, 836 sociétés auraient ainsi reçu plus de 8 millions de visiteurs, d'après une enquête de l'Assemblée des chambres françaises de

commerce et d'industrie (ACFCI) et de la Direction du tourisme. L'ACFCI leur a consacré la journée du mercredi 25 novembre à Paris en rappelant que si ces visites sont souvent bénéfiques aux entreprises, elles peuvent aussi profiter à leurs territoires environnants.

Tourisme adapté

Handi-Vacances : un nouveau label pour quoi faire ?, la gazette des communes, 07/12/09

..\presse\Tourisme adapté_www.lagazettedescommunes.com_handivacances_un_nouveau_label_pour_quoi_faire.pdf

Nadine Morano avait lancé le 16 juillet dernier l'idée d'un label Handi-vacances, destiné à récompenser les communes exemplaires en termes d'accessibilité globale pour les vacances des personnes handicapées. Une initiative accueillie avec scepticisme devant l'absence de «plus-value» par rapport au label officiel déjà existant : "Tourisme Handicaps"... Néanmoins, Nadine Morano, avec Hervé Novelli, a installé, le 3 décembre, la commission chargée de définir le cahier des charges du nouveau label d'ici mars 2010 et de lancer un appel à candidatures pour premières labellisations avant l'été.

Tourisme durable et environnement

Bilan Carbone : un diagnostic fondamental, GOT n°2037, 16/12/09

Dix stations pilotes se sont engagées dans la réalisation d'un Bilan Carbone, dans le cadre de la Charte nationale en faveur du développement durable dans les stations de montagne. Les premiers résultats permettent de prévoir des plans d'actions pour réduire les émissions de gaz à effet de serre.

Développement durable : un enjeu pour les collectivités locales, GOT n°2038, 23/12/09

Les communes multiplient les initiatives liées au développement durable, positives pour leur image. Toutefois, lorsque tourisme durable rime avec nécessité de maîtriser les flux pour protéger des sites fragiles, il peut s'avérer difficile de fédérer les acteurs locaux au sein d'une gouvernance de territoire.

Tourisme et émissions carbone : première approche Rhône- Alpes, MITRA, 21/12/2009

..\presse\Tourisme durable_pro.rhonealpes-tourisme.com_tourisme-et-emissions_carbone_1ere_approche.pdf

Rhône-Alpes Tourisme vient de réaliser une étude intitulée « Première approche des émissions carbone générées par le tourisme en Rhône-Alpes ». Destinée aux décideurs privés et institutionnels, cette étude est une première nationale. L'objectif était de déterminer le contenu carbone de l'activité d'un touriste étranger comparativement à celui émis par un touriste français.