

En direct de l'Isère

Les 7 Laux parmi les stations-pilotes du projet ClimAlpTour

Initié en septembre 2008 par l'Université de Savoie, le projet ClimAlpTour s'est achevé le 1^{er} décembre 2011. Il a pour thème le changement climatique et son impact sur le tourisme dans l'Espace Alpin. La station des 7 Laux, sélectionnée aux côtés de 22 sites pilotes européens (dont 3 autres français) a participé à cette étude. Le projet est cofinancé par le Fond Européen de Développement Régional (FEDER) et le programme européen de coopération territoriale de l'Espace Alpin ; il rassemble 18 partenaires issus de 6 pays (Allemagne, Autriche, France, Italie, Slovénie et Suisse).

L'étude ClimAlpTour, dont les résultats ont été dévoilés le 3 novembre dernier, a permis d'évaluer la compétitivité et l'attractivité des stations de montagne, leur accessibilité, leur environnement naturel et leur exposition aux risques naturels. Cette analyse montre en particulier la dépendance des massifs français au tourisme hivernal de façon plus cruciale qu'en Suisse ou en Autriche, et par conséquent, la menace que représente le réchauffement climatique : sur les 143 stations françaises, 123 seulement conserveraient un enneigement satisfaisant en cas de réchauffement de 1°C ; ce chiffre passant à 96 stations pour un réchauffement de 2°C (prévu à l'horizon 2050) et à 55 pour un réchauffement de 3°C (A noter que ces indicateurs globaux ne quantifient pas l'impact sur la longueur de la saison, Ndlr).

Dans cette perspective, l'enjeu est de développer des activités estivales qui parviennent à apporter sur certains sites, une valeur ajoutée proche de celles des activités hivernales. Cet objectif doit être porté par l'ensemble des acteurs du tourisme en montagne (institutions, collectivités, socioprofessionnels...) au travers d'actions incitatrices ou régulatrices, portant aussi bien sur l'aménagement des stations que sur la valorisation des savoir-faire locaux.

Les recommandations formulées par l'étude ClimAlpTour confortent ainsi la politique de diversification engagée depuis 2003 par le Conseil général de l'Isère pour les massifs isérois. Les contrats de développement diversifié (CDD) visent en effet, tout en confortant les domaines skiables, à développer des activités hors ski, voire « 4 saisons », et ce afin d'anticiper les effets du changement climatique et de garantir la pérennité des activités touristiques en montagne.

En savoir + :
www.institut-montagne.org/Projet-ClimAlpTour ;
thomas.langlois@isere-tourisme.com

En direct de l'Isère

Les 7 Laux au sein du projet ClimAlpTour
Assises de l'Hôtellerie de Plein Air
Musée Hector Berlioz labellisé «Maison des Illustres»
Ascension réussie pour Allibert Trekking
Le Percy à la page du développement durable

Isère Tourisme en action

La campagne **MON HIVER** est lancée
Temps d'accès aux stations sur l'Appli
«Mon Hiver en Isère»
Bilan des workshops de l'automne
L'enquête clientèles, un outil d'aide à la décision
Les lauréats du concours départemental du fleurissement



Bon à connaître

Les Français, rois des résidences secondaires
Plein cadre sur les droits d'auteur en photographie
Lexique TIC : Google Adresses
Chiffres du mois : 5.48 millions

Planète Tourisme

Le bien-être, nouvel eldorado des stations de sports d'hiver ?
Acteurs en mouvement

Dernière minute

L'ouverture des stations iséroises

Les fédérations départementale et régionale reconduisent les assises de l'hôtellerie de plein air

Le camping est le mode d'hébergement touristique qui a connu la plus importante évolution depuis une vingtaine d'années suite à une politique d'investissements ambitieuse de la profession tant en matière d'hébergements locatifs que d'équipements de loisirs et de services.

Ce dynamisme a porté ses fruits avec une progression régulière de la fréquentation y compris en 2009 dans un contexte de crise économique (crise qui a eu un impact positif avec le recours à des modes d'hébergements moins chers, Ndlr). Alors que le nombre de terrains et d'emplacements a baissé régulièrement pour atteindre une quasi stabilité depuis 10 ans, la proportion de terrains 3 et 4 étoiles progresse régulièrement, de même que la proportion d'emplacements locatifs, c'est-à-dire équipés d'un hébergement type HLL, chalets, mobilhomes, etc.

L'hôtellerie de plein air constitue désormais la plus importante offre d'hébergements marchands en Isère comme en France. La fédération départementale de l'Isère regroupe 65 campings sur 120 classés dans le département. Elle a pour vocation à rassembler et fédérer les exploitants, à défendre les intérêts de la profession, à promouvoir l'offre auprès des touristes et développer la qualité via l'association «Camping Qualité». Il est à noter que sur les 986 établissements répondant à la charte «Camping Qualité» en France, 100 se trouvent en Rhône-Alpes et 31 en Isère.

La fédération départementale associée à la fédération régionale Rhône-Alpes reconduit pour la 2^{ème} édition, les assises de l'hôtellerie de plein air qui se dérouleront les 25 et 26 janvier 2012 au Domaine Lou Capitelle à Vogüé en Ardèche. Cet événement est un moment privilégié pour débattre entre professionnels, fournisseurs et institutionnels, sur les enjeux d'aujourd'hui et de demain.

Cette manifestation permet aux partenaires de présenter leurs nouveautés, leurs innovations et de vendre leurs produits dans le cadre d'un workshop. Un pôle dédié à l'emploi et un espace réservé à des juristes spécialisés qui répondront individuellement aux gestionnaires feront également partie des services proposés.

De nombreux thèmes seront abordés au travers d'une série d'ateliers :

- les nouvelles normes de classement,
- l'accessibilité,
- la fiscalité des entreprises,
- les obligations des employeurs,
- les réseaux sociaux,
- les nouvelles fonctionnalités du site internet,
- l'accès Wifi dans les campings,
- la sécurité.

En savoir + : www.frhpa.com
et www.campingisere.com

Ascension réussie pour Allibert Trecking

Le groupe Allibert Trecking, basé à Chapareillan, est le numéro deux sur le marché du voyage d'aventures. Cette entreprise, certifiée «tourisme responsable» (label ATR), conçoit, réalise et vend des voyages principalement à pied pour découvrir le patrimoine naturel et culturel mondial. Allibert Trecking connaît un fort développement lié à la démocratisation du trek, à l'augmentation de la demande pour les activités nature et une politique d'innovation dynamique visant à séduire une clientèle plus large et plus segmentée, de l'alpiniste expérimenté à l'amateur de balades faciles.

Pionnier et leader sur de nombreuses destinations, Allibert Trecking est également reconnu pour ses valeurs du tourisme responsable : respect, solidarité, développement durable. Les circuits sont conçus afin de privilégier le contact avec le mode de vie local et les déplacements au rythme de la nature.

Le groupe commercialise ses séjours au travers de son site Internet et d'un réseau de cinq agences en direct basées à Chapareillan, Paris, Chamonix, Toulouse et Nice, ce qui lui garantit plus de 35 000 clients actifs chaque année. Avec

un chiffre d'affaires de 50 millions d'euros réalisé en 2010, il a récemment décidé d'ouvrir son capital afin de mener à bien sa stratégie de développement. CM-CIC Capital Finance (entreprise leader sur le marché du capital investissement) devient ainsi actionnaire à hauteur de 3 millions d'euros. Cette levée de fond devrait permettre à Allibert Trecking d'élargir sa gamme de produits et de conquérir de nouveaux marchés.

En savoir + : www.allibert-trekking.com

Le Musée Hector-Berlioz, 1^{er} site de l'Isère labellisé «Maisons des Illustres»



Créé par le Ministère de la Culture et de la Communication, le label «Maisons des Illustres» est attribué aux lieux dont la vocation est de conserver et transmettre la mémoire des personnalités qui les ont habités.

De Tino Rossi à Marguerite Yourcenar, de Rabelais à Christian Dior, 112 maisons, châteaux ou simples appartements de personnalités ayant compté dans l'Histoire ont obtenu le label à ce jour. Le musée Hector-Berlioz devient le 1^{er} site isérois à porter ce label.

Pour Chantal Spillemaecker, conservateur en chef du Musée, cette reconnaissance légitime eu égard à la notoriété du compositeur bien au-delà de nos frontières, labellise la mission culturelle de ce lieu de mémoire devenu, depuis la réhabilitation par le Conseil général de l'Isère en 2003, un lieu de savoir et de partage autour de la musique.

En savoir + : www.musee-hector-berlioz.fr

Le Percy à la page du développement durable

Le Percy est l'une des trois communes signataires de la Charte de l'Ecotourisme du Trièves aux côtés d'une quinzaine de structures privées ou associatives.

Petit village dynamique de 145 habitants, le Percy ne ménage pas ses efforts pour proposer un cadre de vie agréable.

Parmi les actions notables en terme de développement durable, on peut noter la modulation de l'éclairage public, la mise en place de panneaux thermiques pour la production d'eau chaude de la Mairie et du logement communal, l'utilisation du bois déchiqueté du Trièves ou encore l'encouragement à l'installation de jeunes agriculteurs ou artisans. A ce jour, se sont nouvellement installés un boulanger, une productrice de jus de fruit et un apiculteur.

Ce positionnement affirmé entraîne dans sa dynamique les opérateurs privés : le café-restaurant intercommunal de la Page, signataire de la charte de l'écotourisme, a fait le choix d'un approvisionnement quasi exclusif en denrées locales. Le café-restaurant bénéficie par ailleurs du réseau de chaleur communal et est accessible aux personnes en situation de handicap. Quant au refuge d'Esparron, équipé de toilettes

sèches, il ne lui reste que quelques aménagements à entreprendre pour se rendre totalement accessible. Des atouts pour le Percy mais également pour l'ensemble du Trièves dont le positionnement écotourisme se construit peu à peu.

En savoir + : www.alpes-trieves.com

Isère Tourisme en action

La campagne **MON HIVER** est lancée



Jacques Glénat, PDG des Editions Glénat, Jean-Pierre Roger, PDG des Editions Nivéales, Marie Noëlle Battistel, Députée, Christian Pichoud Président d'Isère Tourisme, Eliane Giraud Présidente du Parc Naturel Régional de Chartreuse et Conseillère Régionale, Isabelle Pissard, Directrice d'Isère Tourisme.

Temps d'accès aux stations de l'Oisans en direct sur l'Appli mobile MON HIVER en Isère

L'Appli Isère Tourisme devient **MON HIVER EN ISÈRE**. Elle change de tenue pour relayer la vaste opération de promotion d'Isère Tourisme et reprend la charte graphique du site web dédié du même nom. Résolument orientée «Montagne», l'application intègre tous les outils utiles aux skieurs et séjournants en montagne : offre des stations, météo des neiges (dernières chutes, qualité de la neige, pistes ouvertes...), webcams et surtout, une information routière en temps réel issue des informations du service Routes du Conseil général. Ce dispositif, mieux connu sous le nom d'«Itinisére», permet notamment de connaître instantanément les temps de parcours entre les stations de l'Oisans et Vizille.

Grâce à ce service unique en France, le «mobinaute» peut s'informer en temps réel sur l'état du trafic routier en direction des stations de l'Alpe d'Huez et des 2 Alpes et, en fonction des conditions de circulation, il se verra proposer les points d'intérêt touristiques (visites, restaurants, loisirs, hôtels...) à découvrir en fonction de sa géolocalisation.

L'application **MON HIVER EN ISÈRE** est disponible sur iPhone, iPod touch, iPad, Android, Windows Phone mobile, la dernière plateforme challenger du marché. Elle est téléchargeable à partir du site : <http://applis.isere-tourisme.com>.

Ou en flashant ce code :

En savoir + : tristan.piras-marcet@isere-tourisme.com



Les workshops d'automne... un retour positif

Isère Tourisme a été présent sur les deux workshops organisés le 12 et 13 octobre par les autocaristes du Puy de Dôme, Haute Loire, Savoie et Haute Savoie ; Un retour positif avec 70 contacts de responsables de clubs et associations.

Bilan des demandes côté clubs

A ces 70 clubs, nous avons proposé 58 journées thématiques et 12 séjours de 2 jours. Les thèmes recherchés sont le patrimoine et les produits du terroir, avec les facteurs de réussite suivants : dégustations, planning pas trop chargé et nombre de kilomètres limités.

Les thèmes recherchés par ordre de priorités : bateau croisière, châteaux, lieux de dégustation, musées et savoir-faire.

Les territoires qui ont suscité le plus d'intérêt sont le Sud Grésivaudan (28 demandes), la Chartreuse (15) et le Vercors (12). Les 15 autres se répartissent sur l'Isle Crémieu et Vienne.

Bilan côté autocaristes

Les autocaristes confirment la tendance des journées thématiques avec pas plus de 2 sites dans la journée ; le point d'orgue restant toujours le déjeuner.

En savoir + : anne.pinet@isere-tourisme.com
<http://groupes.isere-tourisme.com/>

L'enquête clientèles, un outil d'aide à la décision à ne pas négliger

La réalisation d'enquêtes clientèles constitue l'un des préalables indispensables à l'élaboration d'une stratégie marketing.

Le pôle «animation et services» d'Isère Tourisme, qui compte à son actif de nombreuses études clientèles et de satisfaction, met désormais ses compétences et son expertise au service des professionnels isérois, pour accompagner la réalisation interne de leurs enquêtes clientèles : définition de l'objectif, choix du mode d'enquête et échantillonnage, aide à l'élaboration du questionnaire et au traitement des données recueillies.

Au cours de l'été 2011, trois partenariats ont ainsi été mis en place : le Conseil général de l'Isère (pour le Festival de Tullins et la Coupe Icare), l'Office de Tourisme du Sud Grenoblois et le Pôle Touristique des cantons de Corps, La Mure et Valbonnais.

- Les deux enquêtes «déplacements des visiteurs» au Festival de Tullins et à la Coupe Icare ont permis d'identifier des typologies de clientèles selon leur provenance, leur comportement et leur sensibilité vis-à-vis des moyens de transports «alternatifs» (covoiturage ou transports en commun). Il apparaît ainsi que sur les 85% de visiteurs ayant utilisé leur véhicule personnel, plus de 65% seraient prêts au covoiturage ou à l'utilisation des transports en commun. La connaissance des provenances géographiques des visiteurs va permettre d'envisager la mise en place de lignes adaptées et la proposition de leviers indispensables (entrées à tarif réduit, parking réservé ou boisson offerte...).

Ces nouvelles offres de déplacement permettront de mieux gérer les flux et de réduire les nuisances ainsi que les émissions de CO2, élément pris en compte par le label «éco-événement» du Conseil général de l'Isère.

- L'enquête «évaluation des animations» de l'Office de Tourisme du Sud Grenoblois visait à mesurer le taux de satisfaction des participants aux différentes animations proposées et à évaluer les retombées économiques.

Les résultats permettent de conforter le programme d'animations de l'Office qui satisfait largement les visiteurs. Des pistes d'amélioration sont toutefois mises en exergue sur les aspects organisationnels (stationnement, accessibilité, information obtenue en amont...). Emergent également des idées pour accroître les retombées économiques (création de produits «spectacle + goûter» ou «dîner + spectacle», développement de produits dérivés ou de partenariat, etc.)

- Enfin, l'enquête sur le territoire des 3 cantons de Corps, la Mure et Valbonnais a contribué à améliorer la connaissance des clientèles touristiques, à mieux appréhender leurs attentes et leurs niveaux de satisfaction et à tester les atouts et l'image de la destination, pour orienter les choix en matière de développement touristique et de promotion. Le positionnement «eau, sensations, randonnées», pressenti par le Pôle touristique pour le territoire a été en grande partie validé par cette enquête estivale.

Ces enquêtes illustrent l'intérêt de mettre en place des outils de pilotage au niveau local afin de disposer d'éléments concrets d'aide à la décision.

En savoir + : carine.andre@isere-tourisme.com



21 communes iséroises primées au concours départemental du fleurissement

Les espaces verts représentent une composante essentielle du cadre de vie des habitants et des visiteurs. L'aménagement et le fleurissement des parcs, des jardins, des rues, des maisons, des places de villages et de tous les espaces publics participent sans conteste à l'amélioration du cadre de vie des résidents et des touristes.

Voir à cet égard les résultats de la dernière enquête Ipsos «Les Français et les Villes et Villages Fleuris» publiée en octobre 2011 : plus une commune dispose de «fleurs», plus elle est jugée agréable à vivre et attractive pour les touristes.

Depuis 5 ans, le Conseil général confie à Isère Tourisme l'organisation du concours départemental de fleurissement. Ce concours s'adresse aux communes mais aussi aux maisons, immeubles, commerces et fermes fleuris. Il a pour objectif de récompenser les actions menées par les collectivités locales et les particuliers en faveur de l'embellissement et du fleurissement.

La cérémonie de remise des prix du concours 2011 s'est déroulée le 15 novembre dernier à Morestel, cité des peintres classée 4 fleurs. En présence de plus de 250 personnes -élus des communes, techniciens des espaces verts et des services communaux, offices de tourisme, particuliers et membres du jury- Isère Tourisme, par la voie de son président Christian Pichoud, a récompensé les lauréats :

- 21 communes récompensées (3 communes par catégorie) dont Pinsot, Le Bouchage, Barraux, St-Quentin-Sur-Isère, St-Etienne-de-Saint-Geoirs, St-Martin-d'Hères et Mont de Lans, médaillées d'or de leur catégorie.
- 40 particuliers
- 38 communes dotées de «fleurs» (label national) et visitées par le jury cette année
- 7 prix d'encouragement décernés par la Profession (Union Horticole de l'Isère, Lycées horticoles)
- 2 prix spéciaux du développement durable, nouvelle distinction décernée aux communes de St-Quentin Fallavier et de St-Marcellin.

En savoir + : <http://pro.isere-tourisme.com/fleurissement/agnes.porte@isere-tourisme.com>

Bon à connaître

On a lu pour vous : la résidence secondaire en France

Etude ATOUT FRANCE - DGCIS du Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie, les régions Bourgogne et Languedoc-Roussillon et le département de l'Hérault / décembre 2010

L'INSEE définit une résidence secondaire comme «un logement utilisé pour les week-ends, les loisirs ou les vacances»

Depuis la fin de la seconde guerre mondiale, la France a vu son parc des résidences secondaires exploser et passer de 250 000 à près de 3 millions en une soixantaine d'années, soit douze fois plus qu'en Allemagne, un record mondial. Le phénomène a été alimenté après 1975 par le développement des TGV puis par l'apparition des 35 heures.

Le parc des résidences secondaires représente aujourd'hui 70% de l'offre française en hébergement touristique, ce qu'on appelle «l'hébergement non marchand».

Atout France souhaitait explorer les pistes pour optimiser leur fréquentation et générer des retombées économiques locales.

Principales caractéristiques du marché des résidences secondaires

Répartition des résidences secondaires sur le territoire français :

- mer (36%), campagne (29%), ville (14%), montagne (13%), autres (8%)
- 72% des résidences secondaires de montagne sont situées dans les Alpes, soit plus de 280 000 logements. Elles pèsent 58% des lits des 2 Savoie et 65% des lits de l'Isère.
- plus de la moitié des résidences secondaires (57%) est située à proximité d'un pôle d'attraction touristique et 21% dans un lieu isolé (autres 22% en villes, villages...).

Le parc des résidences secondaires est plutôt :

- ancien, avec 60% des logements construits avant 1974,
- de petite taille, avec une moyenne de 3.8 pièces pour les maisons individuelles et 2.4 pièces pour les appartements. A noter, les deux tiers des appartements de montagne comptent entre 1 à 2 pièces.
- de confort moyen.

90% des résidences sont détenues par des Français et 10% par des étrangers, principalement européens (avec bien entendu des contrastes importants selon les destinations ; par exemple, forte propriété étrangère en Dordogne, Ndlr).

La fréquentation des résidences secondaires

- Les propriétaires français représentent 25% des nuitées touristiques totales et les propriétaires étrangers 10% des nuitées étrangères en France.
- Le taux d'occupation moyen est de 12%, soit 42 nuits par an ; ce résultat inclut les week-ends (6.6 en moyenne par an), les semaines de vacances (2.5) et la mise à disposition pour «les parents ou amis» (une douzaine de nuits par an).
- La saisonnalité est moins marquée qu'en hébergement marchand

Des retombées économiques non négligeables

Le marché des résidences secondaires contribue à l'emploi : 40 000 emplois estimés dans le BTP pour les travaux de construction neuve et de gros entretien ; 30 800 dans les commerces et services pour les charges courantes ; 73 000 dans les commerces et services locaux du fait des dépenses des propriétaires et des locataires pendant leur séjour ; 700 emplois, enfin, chez les intermédiaires de la location.

De même ces habitations constituent des ressources pour les finances locales : 402 euros par logement au titre de la taxe d'habitation, 629 pour les taxes foncières et 123 pour la taxe d'enlèvement des ordures ménagères.

Les enjeux de la mise en marché des résidences secondaires

La lutte contre le phénomène de «volets clos» vise à optimiser les retombées économiques locales comme les dépenses de consommation courante, les activités et les taxes de séjour. Le potentiel de clientèles existe, la location de meublés étant

un mode d'hébergement apprécié par les français ainsi que par les touristes étrangers venant séjourner en France. La «mise en marché» d'hébergements qualifiés participe ainsi à l'image de la destination.

Cependant, cette mise en marché se heurte aux réticences de nombreux propriétaires mais également à la faible qualité des biens loués, souvent mal adaptés à la demande (trop petits, mal entretenus, peu équipés ...).

Les intermédiaires comme les labels, agences immobilières ou centrales de réservation ont un rôle prépondérant, pour accompagner les propriétaires dans leurs démarches (gestion contractuelle, entretien des logements...) et mieux structurer l'information (visibilité des biens, gestion des calendriers d'occupation, ...). En la matière, la visibilité que donne Internet pourrait bien, dans les années qui viennent, faciliter l'ouverture des «volets clos» (Ndlr).

En savoir + : www.atout-france.fr/publication/residence-secondaire-france



Réglementation : Plein cadre sur le droit d'auteur en photographie

Tout professionnel du tourisme utilise des photographies pour illustrer ses documents, brochures, affiches, sites internet ou autres supports promotionnels. Cet usage est bien évidemment règlementé... Voici un rappel des principes du droit d'auteur en France.

Le copyright, une idée fautive :

En France, toutes les œuvres, comme les photographies, sont protégées du seul fait de leur création. Il n'y a pas d'obligation de dépôt comme aux Etats Unis avec le fameux copyright. Cette mention n'a donc pas d'influence sur la protection de l'œuvre (régie par le Code de la propriété intellectuelle). Son absence ne signifie donc nullement que l'œuvre n'est pas protégée.

Droit moral et patrimonial, 2 droits fondamentaux à prendre en compte

Le droit patrimonial ou droit lié à l'œuvre, est le droit exclusif d'exploitation de l'œuvre accordé à son auteur. Il peut ainsi en tirer profit par cession (détaillé ci-dessous). Ce droit s'exerce pendant toute la vie de l'auteur, il est transmissible à ses héritiers jusqu'à 70 ans après sa mort, au-delà l'œuvre tombe dans le domaine public.

Le droit moral, droit lié à l'auteur, reconnaît la paternité d'une œuvre. Ce droit est inaliénable, imprescriptible (d'une durée illimitée) et perpétuel (transmis à la descendance de l'auteur). Il est bon de savoir que, même lorsqu'une œuvre est tombée dans le domaine public, il est impératif de mentionner le nom de l'auteur au risque de s'exposer à des dommages et intérêts de la part des héritiers.

La cession de droit

Pour toute utilisation d'une œuvre ou d'une partie de l'œuvre d'un auteur, il faut avoir le consentement de son auteur, c'est la cession des droits.

Cette cession doit comporter les éléments suivants :

- Le détail de ou des photographies cédées
- Les droits cédés (droit de représentation, de reproduction, de communication, d'adaptation, de distribution...)
- La durée de cession des droits
- La zone géographique concernée
- L'exclusivité ou non
- Et, bien évidemment, le coût fixé entre l'auteur et l'acquéreur des droits

Et les photographies libres de droits ?

Depuis quelques années déjà, des banques d'images en ligne proposent un fonds conséquent de visuels sous la mention «libres de droits», mais que recouvre au juste cette expression ?

C'est une expression, consacrée par l'usage, qui autorise, le plus souvent par le biais d'une licence et d'une participation financière forfaitaire, à utiliser une ou plusieurs photos dans des conditions précises. La licence faisant office de garantie contractuelle entre la banque d'images et vous.

Il peut arriver que certaines photos dites libres de droits soient également gratuites, cela signifie que le photographe en a autorisé sa diffusion gratuitement dans le cadre d'un contrat de cessions de droits spécifique entre lui et le propriétaire des droits.

En savoir + :

www.culture.gouv.fr/culture/infos-pratiques/droits/armelle.aujas@isere-tourisme.com

Lexique TIC

Tic pour Technologies de l'Information et de la Communication, un secteur en constante évolution et qui tend à faire évoluer nos métiers ; On parle même de révolution numérique !

C'est pourquoi Isère Tourisme propose, dans sa lettre mensuelle, un zoom lexical illustré d'exemples.



GOOGLE ADRESSES, qu'est-ce que c'est ?

Google Adresses (Google Places) est un service de recherche géolocalisée. Cette fonctionnalité permet à toute structure de créer, gérer et mettre à jour une «fiche entreprise» qui sera ensuite disponible sur le moteur de recherche Google, sur Google Maps et sur tous les sites Google associés (rappel : 200 millions d'utilisateurs de Google dans le monde ; 1er moteur de recherches avec 90% de part de marché en France).

97% des internautes recherchent des «entreprises» locales lorsqu'ils effectuent une requête sur Google ; Celles-ci sont désormais totalement intégrées aux résultats naturels et apparaissent souvent en position dominante dans le classement des résultats de recherche liés à des lieux spécifiques. Elles sont repérables à l'icône rouge, symbole de Google Maps.

Google fournit des détails sur chaque lieu et affiche à la droite de chaque résultat la mention «Page Google Adresses» qui renvoie à une fiche d'entreprise.

Google Adresses fonctionne par localisation géographique. Il détecte automatiquement le lieu où se trouve l'internaute et lui propose des offres locales. Toutefois, les mots-clés géolocalisés supplantent la localisation de l'internaute : par exemple, un consommateur parisien qui effectue une recherche de restaurants du terroir obtiendra une liste de restaurants à Paris sauf s'il précise un autre lieu dans sa requête type «restaurants du terroir Villard-de-Lans» (mots-clés géolocalisés).

GOOGLE ADRESSES, son intérêt :

Google Adresses peut apporter à tout établissement touristique (hôtel, gîte, chambres d'hôtes, camping, restaurant, musée, site, etc.) une forte visibilité, souvent supérieure à celle obtenue directement avec le référencement naturel du site internet. C'est donc un outil complémentaire pour entrer en contact avec des clients potentiels.

Comment créer une fiche «entreprise» ?

En premier lieu, il faut s'inscrire par le biais d'un compte gmail sous Google, création gratuite en quelques clics.

Une fois connecté à son compte gmail, il s'agit de cliquer sur Google Adresses puis sur «Ajouter une nouvelle entreprise». Google demande ensuite d'entrer le numéro de téléphone de la structure pour vérifier si Google Maps contient déjà des renseignements concernant votre établissement. Si tel est le cas, il faudra modifier les détails existants et ajouter de l'information pertinente y compris des photos et des vidéos (60% des internautes accordent plus d'attention aux résultats qui sont accompagnés d'une image) ; dans le cas contraire, il s'agira de créer sa propre fiche.

Une fois toutes les étapes réalisées, Google vous demandera de confirmer que vous êtes bien le propriétaire de cette fiche. Il vous enverra un code de validation par courrier postal, que vous devrez insérer dans Google Adresses avant que votre fiche soit mise en ligne.

En savoir + : www.google.fr

Le chiffre du mois : 5,48 millions

C'est le nombre de nuitées marchandes et non marchandes enregistrées dans le périmètre à neige isérois* pendant l'hiver 2010/11. Si sur la totalité du département, la saison hivernale a connu des résultats proches des hivers précédents, le périmètre à neige accuse une baisse de fréquentation toutefois inégale suivant les massifs.

La fréquentation du périmètre à neige* recule en effet de -7%, par rapport à 2009/10 et de -5% par rapport à la moyenne des 5 derniers hivers. La saison 2010/11 fait partie des hivers à l'enneigement capricieux et les indicateurs d'activité sont tous orientés à la baisse : chiffres d'affaires des remontées mécaniques (-8%), redevance du ski nordique (-12%), journées-skieurs (-12%), nuitées marchandes (-4%)... Cependant, le bilan de la saison n'a pas été identique dans toutes les stations iséroises : alors que les domaines de haute altitude se sont bien défendus, les stations de moyenne montagne ont dû, pour la plupart, déplorer d'importantes baisses.

La fréquentation s'est répartie de façon plus inégale que d'habitude sur l'ensemble de la saison :

La première partie a été correcte et stable pendant les vacances de Noël et de février ; Les professionnels ayant su proposer des offres adaptées aux contraintes du calendrier scolaire et les domaines skiables équipés ont pu entretenir au mieux leur capital neige.

Inversement, la seconde moitié de l'hiver a souffert du manque de précipitations et d'un calendrier des vacances de Pâques tardif, enregistrant une forte baisse de -28% de nuitées par rapport à 2009/10.

En savoir + : télécharger le bilan hiver 2010/11 de l'activité touristique en Isère sur <http://pro.isere-tourisme.com> rubrique «L'Isère en chiffres»

**Périmètre à neige : Chamrousse, Vercors et Oisans, seuls territoires équipés de compteurs routiers, soit 80% des lits touristiques marchands de la montagne iséroise; Etude FLUX - B.E.T. F. MARCHAND*

Planète tourisme

D'ici et d'Ailleurs Le «bien-être», le nouvel eldorado des stations de sports d'hiver ?

Les SPA, trois lettres qui ont révolutionné l'univers du bien-être dont le thermalisme et la thalassothérapie avaient jusque là le monopole. Aux côtés des centres de balnéothérapie et de massages, ils font désormais partie intégrante de l'offre touristique des stations de sports d'hiver. Cette saison, 4 nouvelles structures ouvrent leur port en Isère : Le Centre Ô des Cimes-Spas d'Altitude à l'Alpe d'Huez, l'Harmonie en Soi à Chamrousse, la Cordée d'à Côté à St-Christophe ou encore Oréade Balnéo à St Pierre-de-Chartreuse viennent compléter l'offre déjà conséquente des 22 stations iséroises. De nombreux massifs, à l'image des Pyrénées, ont choisi un positionnement «bien-être».

Il y a 10 ans, l'étude socioculturelle de Cofremca, réalisée dans le cadre du 1er carnet de route de la montagne, a présenté le marché du «bien-être» comme une tendance de fond de la société européenne, valable pour les 15-20 prochaines années. Une nouvelle notion de santé, au delà de l'absence de maladie, qui recouvre bien-être, ressourcement, hédonisme, détente et équilibre du corps bousculé par le rythme stressant de la vie quotidienne... Le bien-être est désormais au cœur des préoccupations des consommateurs qui profitent du temps des vacances pour prendre le temps.

Le succès est effectivement au rendez-vous et le tourisme de bien-être connaît un essor considérable.

Cet engouement a donné lieu à une offre protéiforme, de la plus médicalisée à la plus «exotique», composée d'acteurs très hétérogènes : professionnels de la thalassothérapie et du thermalisme, gestionnaires de spa ou de thermoludisme,

hôteliers, gîtes ou résidences de tourisme, casinotiers, marques de cosmétiques, etc.

Un marché conséquent avec 1 million de personnes adeptes de «bien-être»

D'après Atout France, il est estimé que près d'un million de personnes - dont 10 % des touristes étrangers - s'offrent chaque année une parenthèse bien-être en France. Le cœur de cible est la femme (62 % du marché) mais les hommes y adhèrent en plus grand nombre chaque année. Contrairement aux idées reçues, la tendance générale va au rajeunissement de la clientèle avec 30% de personnes de moins de 40 ans contre 10 % en 1990.

Un marché segmenté et concurrentiel

Le marché du bien-être est confronté à une pression concurrentielle intense favorisée par des effets de mode (tels les spas) et des prix attractifs sur des destinations «soleil» (une semaine remise en forme tout compris pour moins de 750€). Il se segmente en trois grands types d'activités : la thalassothérapie, le thermalisme, la balnéothérapie/spa.

Par définition, la thalassothérapie consiste à l'utilisation, sous surveillance médicale, des bienfaits du milieu marin (eau de mer, sable et algues) dans un but thérapeutique. La France est incontestablement leader international avec 53 instituts et 350 000 curistes en 2006 (derniers chiffres connus) soit 1.4 million de journées/cures par an.

Le thermalisme est voisin de la thalassothérapie mais utilise les eaux de source et leurs dérivés (vapeur, gaz et boues); il se définit comme un ensemble de traitements exclusivement médicaux.

Avec ses 1 200 sources minérales, la France représente 20% du capital européen. L'activité thermique, c'est 105 établissements, 495 000 curistes et 8,8 millions de journées cures par an. L'Isère compte deux établissements : Allevard-les-Bains (3 745 curistes en 2009) et Uriage-les-Bains (3 890 curistes en 2009).

Le thermalisme français connaît une érosion régulière de son activité depuis une vingtaine d'année. Les causes sont nombreuses : baisse de la prise en charge par la sécurité sociale, problèmes d'image, etc.

La balnéothérapie est, étymologiquement, l'action de soigner par les bains. Mais le terme a été utilisé par les établissements qui proposent des séjours de bien-être sans disposer d'une eau aux qualités particulièrement reconnues. Il recouvre donc aujourd'hui, au mieux de l'eau de source et, dans bien des cas, de l'eau... du robinet.

Une de ces composantes est le SPA : Sanitas Per Aqua, (la santé par les eaux en latin), mot qu'utilisent les anglo-saxons pour désigner la balnéothérapie. Le terme de SPA, très à la mode ces dernières années, véhicule des notions de luxe et d'exotisme qui visent à rafraîchir la notion de thalasso (la partie paramédicale et les vertus de l'eau de mer en moins).

D'après l'étude internationale menée en 2007 par l'Isipa (International Spa Association) et ITEC France (International Trade Exhibition Company), 4,8 millions de Français fréquentent des spas. La plus grande population de «spa addicts» se trouve aux Etats-Unis (32,2 millions), devant le Japon (15,8 millions) et l'Italie (10,7 millions). En France, le Spa a bénéficié d'une hausse de fréquentation de l'ordre de +15% par an.

Le thermoludisme, positionnement «bien-être» des Pyrénées

Développé depuis le début des années 1980 en Allemagne, le thermoludisme modernise l'activité thermale traditionnelle. Il repose sur la création d'établissements de détente et de bien-être conçus autour de bassins et de jeux d'eau récréatifs alimentés en eau minérale naturelle ou thermale. Ces structures sont habituellement ouvertes toute l'année, en accès libre, et accueillent tous les publics y compris les enfants. Elles incluent également une offre SPA et bien-être (massages divers, à caractère esthétique, de relaxation et de soins du corps).

En 1998, la région Midi-Pyrénées a choisi d'encourager la diversification de l'offre des stations et des centres thermaux par la création de centres thermoludiques.

Avec 11 centres thermoludiques, cette région possède désormais la collection la plus riche de France. En 2010, la fréquentation de l'ensemble de ses centres s'élevait à 641 700 entrées, en progression de + 17% par rapport à 2009, due en partie à l'ouverture de deux nouveaux centres (les «Bains du Rocher» à Cauterets en et «Edenvik» à Capvern-les-Bains)

En savoir + : www.tourisme-midi-pyrenees.com/fr/listel/bien-etre-et-remise-en-forme/centres-thermoludiques-tous_3720_1.php

Les acteurs en mouvement

Jean BRESSON, sénateur de la Drôme, succède à Gérard PERRISSIN-FABERT à la présidence de Rhône-Alpes Tourisme.

Marie-Christine TARDY, conseillère régionale depuis 1998 et maire de Meylan, est élue Vice-Présidente de Rhône-Alpes Tourisme en charge des formations.

L'ADT Chartreuse a accueilli sa nouvelle chargée de mission promotion et communication, **Dorothee LOCATELLI** qui a pris ses fonctions le 16 août dernier, à mi-temps d'abord pendant un mois, puis à temps plein.

La **Grande Traversée des Alpes-GTA** a déménagé ; ses bureaux sont désormais situés au 6 rue Clot Bey à Grenoble.

Dernière minute



Les stations de sport d'hiver de l'Isère ouvertes à ce jour *:

Alpe d'Huez, Autrans, Chamrousse, Corrençon-en-Vercors, Col de l'Arzelier, Col de Romeyère, 2 Alpes, St Hilaire du Touvet, Venosc, Villard-de-Lans, Oz en Oisans, Vaujany, Villard-Reculas.

Et le 17 décembre :

Alpe-du-Grand-serre, Auris-en-Oisans, Col de Marcieu, Col d'Ornon, Col de Porte, Col du Barioz, Collet d'Allevard, La Grave - La Meije, Gresse-en-Vercors, le Sappey-en-Chartreuse, les 7 Laux, St Pierre-de-Chartreuse.

Pour choisir sa station et ses activités facilement, consulter le site d'Isère Tourisme : www.mon-hiver.com ou télécharger le guide 2011-2012 des stations de ski de l'Isère :

www.isere-tourisme.com/web/docs/stations_2011-12.pdf

Diffusion

Si vous souhaitez recevoir la Lettre d'Info d'Isère Tourisme, envoyez vos coordonnées et adresse mail à carine. andre@isere-tourisme.com

Contact

La «lettre d'info Isère Tourisme» est éditée par Isère Tourisme.
Directeur de publication : Isabelle Pissard
Responsable de la rédaction : Carine André
carine.andre@isere-tourisme.com
Ont participé à ce numéro : Carine André, Armelle Aujas, Sylvie Delachanal, Cécile Eichinger, Thomas Langlois, Dorothee Marion, Anne Pinet, Tristan Piras, Sophie Battaglia..
Réalisation : Sophie Battaglia

Isère Tourisme
Palais du Parlement
4 Place St André
38000 GRENOBLE
Tél. : 04 76 00 33 82
<http://pro.isere-tourisme.com>

www.isere-tourisme.com