



Séquence Veille Ingénierie Touristique

Synthèse des actualités à l'attention des sites touristiques

En partenariat avec
Rhône-Alpes
tourisme

NOVEMBRE 2011

Sommaire :

- 1- **Biodiversité & Tourisme**
- 2- Bilan de la **saison touristique estivale 2011**: malgré des conditions climatiques défavorables, la saison touristique estivale est meilleure que l'année dernière
- 3- **Rhône-Alpes** : bilan de la **saison été 2011** (Ain –Ardèche –Loire –Montagne –Rhône)
- 4- **Rhône-Alpes** : quatre ans de **baisse de la fréquentation hôtelière**
- 5- Le « **tourisme durable** » : l'idée d'un voyage idéal
- 6- Vendre le **tourisme de jardins**
- 7- Sur l'Appstore, on trouve désormais le **Guide officiel des incontournables sites français**
- 8- Un mémoire de master sur la **géolocalisation** au service du développement touristique
- 9- La ville de **Nancy utilise la géolocalisation** au service du développement touristique
- 10- La Serre **Biotropica**
- 11- Plus de 300.000 visiteurs pour le parc **Terra Botanica** à Angers
- 12- 18,3 millions de **mobinautes**.
- 13- Quels sont les **réseaux sociaux** préférés des Français ?

1- Biodiversité & Tourisme

LA DGCIS publie un guide pratique « Biodiversité & Tourisme, de nouvelles opportunités pour les entreprises et les destinations ? ».

Cet outil vise à mobiliser l'ensemble des acteurs du secteur touristique autour des enjeux de préservation de la biodiversité et à diffuser les bonnes pratiques qui peuvent y contribuer. L'argumentation et les perspectives qu'il décrit démontrent que l'on peut améliorer la compétitivité des entreprises et destinations touristiques en intégrant mieux la biodiversité à ces activités. Pour cela, des méthodes, des outils et des ressources disponibles sont présentés pour aider les professionnels et gestionnaires à passer concrètement à l'action.

[Télécharger le guide](#)

[Accéder au quizz "Biodiversité & Tourisme"](#) et évaluez les enjeux "biodiversité" de votre structure

2- Bilan de la saison touristique estivale 2011: malgré des conditions climatiques défavorables, la saison touristique estivale est meilleure que l'année dernière

Le bilan laisse apparaître une hausse de la fréquentation des hébergements de plus de 3%, avec un record de fréquentation dans les hôtels et campings. Le dynamisme des clientèles des pays émergents se poursuit.

Ce bilan varie en fonction des territoires : l'arc méditerranéen, les villes ainsi que les hébergements et destinations qui ont privilégié qualité et diversité sont les gagnants de l'été. Un bilan est également dressé sur l'opération « vacances 2011 », campagne de contrôles permettant de prévenir les pratiques déloyales, abus et infractions à l'égard des estivants.

Cette campagne a été marquée par une vigilance accrue concernant les offres sur internet, suite aux infractions relevées en matière de faux avis de consommateurs, et par une fermeté particulière dans les contrôles d'hygiène des établissements de restauration.

[Consulter le bilan estivale 2011](#)

3- Rhône-Alpes : bilan de la saison été 2011 (Ain –Ardèche –Loire –Montagne – Rhône)

Rhône-Alpes Tourisme et Ipsos, en partenariat avec les départements de l'Ain, de l'Ardèche, de la Loire, du Rhône, s'associent pour la 4^{ème} année consécutive afin de réaliser une grande enquête de conjoncture sur le déroulement des saisons touristiques en Rhône-Alpes en montagne, à la campagne et à la ville.

Elle donne l'occasion à un large panel de professionnels d'exprimer leur opinion sur l'activité touristique dans la région".

[Bilan de la saison estivale 2011 en Rhône-Alpes](#)

4- Rhône-Alpes : quatre ans de baisse de la fréquentation hôtelière

En 2010, on compte 2 100 hôtels en Rhône- Alpes. En quatre ans, depuis 2007, l'activité de ce secteur a diminué. Une centaine d'hôtels ont fermé et la fréquentation s'est réduite de près de 1,1 million de nuitées, passant de 18,1 à 17 millions. Cette diminution de 6 % est plus forte que celle constatée en moyenne nationale (- 3 %). Rhône-Alpes fait partie avec Midi-Pyrénées et Poitou-Charentes des grandes régions touristiques où cette baisse est la plus importante. Les diminutions sont moins fortes en Aquitaine ou dans les Pays de la Loire. La baisse touche en premier lieu les hôtels 2 étoiles (- 12 %), elle est plus faible dans les 3 étoiles (- 2 %) et la situation est stable dans les 0-1 étoile. Seuls les établissements haut de gamme, de 4 et 5 étoiles, connaissent une progression (+ 4 %).

On constate un léger regain d'activité durant la première moitié de 2011. Ce début d'année plutôt favorable ne permet toutefois pas de rattraper la baisse enregistrée les quatre années précédentes. La fréquentation des mois d'hiver est notamment encore très en deçà de celle de 2007 avec près de 400 000 nuitées de moins (- 5 %). L'écart avec la moyenne nationale persiste également durant cette période.

Cette moindre activité des hôtels peut s'expliquer par trois grands types d'évolution : la concurrence des autres types d'hébergements, le contexte global peu dynamique de la fréquentation touristique régionale en période de crise, et la réduction de l'offre de chambres. Les touristes ne logent pas tous à l'hôtel, loin s'en faut. En 2009, selon la direction du Tourisme, plus de 71 % des français effectuant des voyages pour motifs personnels en France métropolitaine logent dans des hébergements non-marchands, par exemple dans la famille, chez des amis ou dans une résidence secondaire. Pour cette clientèle, la part des hébergements non marchands va croissant ; elle se situait autour de 67 % cinq ans auparavant. Les touristes étrangers ou ceux en séjour d'affaires, moins concernés par ce type d'hébergement, ne peuvent pas compenser cette tendance générale, leur fréquentation étant également en baisse.

[Lire la suite](#)

5- Le « tourisme durable » : l'idée d'un voyage idéal

Les touristes interrogés par le CRÉDOC définissent le tourisme durable à partir de leur propre expérience. Celle-ci les conduit, tout d'abord, à rejeter les offres les plus classiques.

Le « séjour en club-formule tout compris » leur apparaît comme l'archétype d'un tourisme ne respectant pas les principes du tourisme durable. Quel que soit le pays de destination, les touristes y voient un modèle de consommation standardisé et sans surprise : « les grands hôtels se ressemblent tous ; au Mexique ou en Tunisie, il n'y a pas de grande différence ». Surtout, tout leur semble marqué par la surabondance et le trop-plein : la nourriture, la boisson, la piscine, les animations, le nombre de touristes.

S'ajoute un sentiment d'enfermement entre touristes, à l'écart de la réalité locale et des habitants. La concentration spatiale de l'activité touristique est dénoncée pour ses effets sur l'environnement, mais aussi pour la dégradation ressentie des relations avec les populations locales. « Faussées » et réduites à de simples échanges marchands, elles virent vite à une confrontation mal vécue par le touriste rêvant d'authenticité et de relations « vraies ».

[Consulter les résultats de l'enquête du CREDOC](#)

6- Vendre le tourisme de jardins

13 millions de Français pratiquent peu ou prou le jardinage : le chiffre d'affaires croissant des jardineries en témoigne ; mais, de là à visiter le millier de jardins remarquables qu'offre le pays, il y a un pas que les Français sont peu à peu en train de franchir.

C'est de cet engouement tranquille que nous entretenit l'auteur, ainsi que des moyens de le stimuler.

Art vivant s'il en est, à mi-chemin entre les arts de la scène et les arts plastiques, le jardin cumule les vertus du vivant, du silence, de la beauté, et souvent de l'humour. Le jardin constitue la plupart du temps l'écrin des plus beaux monuments, or on se déplace de plus en plus pour lui seul : par sa facilité d'accès, sa bonhomie, son spectacle éphémère mais permanent tout au long des saisons, il séduit un large éventail de visiteurs.

De nombreuses régions en font même l'un de leurs porte-drapeaux touristiques. Pour autant, le jardin doit trouver son positionnement entre les sites culturels, les parcs publics et les lieux de vente de plantes.

Il manque en effet en France, à l'instar de la Grande-Bretagne, des Pays-Bas ou de l'Italie, une reconnaissance plus marquée de ses jardins classés et de ses grands paysagistes disparus ou vivants.

Au sommaire de cet ouvrage

1. Le visiteur de jardins
2. Les offres du tourisme des jardins
3. La mise en marché des jardins

Claude Origet du Cluzeau, Collection Patrimoine, Editions Économica

[En savoir plus](#)

7- Sur l'Appstore, on trouve désormais le Guide officiel des incontournables sites français

Il a été réalisé avec l'agence de développement touristique de la France, Atout France. L'histoire de près de 3000 monuments accessibles en mode push sur iPhone sur l'ensemble du territoire national, en français, anglais, allemand, espagnol et italien annonce le spitch. Une bien bonne idée sauf que seulement 240 monuments sont en accès gratuits, les autres, agglomérés autour des cités patrimoniales sont en accès payant à 1,59 €. L'intérêt, c'est celui du mode push, il faut pour cela activer la géolocalisation, très énergivore comme chacun le sait, et on bénéficie alors d'alertes dès que l'on passe à proximité d'incontournables."

[Appstore : Guide officiel des incontournables sites français](#)

8- Un mémoire de master sur la géolocalisation au service du développement touristique

Dans le cadre d'un master de l'Université Paul Verlaine – Metz, Emilie Nanty a mené une enquête sur le thème de "la géolocalisation, applications mobiles et tourisme" et s'est intéressée à la géolocalisation au service du développement touristique des collectivités.

Quelques résultats de cette enquête qui figure dans son mémoire :

- 71% recherchent des restaurants, bars ou cafés à proximité de l'endroit où ils se trouvent
- 71% utilisent les cartes géolocalisées
- 65% utilisent la fonction GPS du mobile
- 59% calculent un itinéraire pour se rendre d'un lieu à un autre
- 62% cherchent des informations sur les lieux et monuments qui les entourent
- 24% regardent les avis des autres utilisateurs
- 18% utilisent les services de réalité augmentée récemment développés
- 79% souhaitent une information en temps réel
- 32% souhaitent des informations personnalisées.
- 65% des personnes interrogées aiment la gratuité des applications mobiles

La moitié des répondants déclare télécharger une application mobile en lien avec le lieu de son séjour.

Les photos ou vidéos de vacances sont les plus facilement partagées sur les applications mobiles (à 50%), viennent ensuite les avis sur le lieu de vacances (38%), ceux sur les restaurants, cafés, bars (32%) et sur un mode d'hébergement (32%).

Sans surprise, les services de géolocalisation sont majoritairement utilisés pour chercher un itinéraire (89%) et se positionner sur une carte (83 %) lors de voyages (74%), de sorties au restaurant, dans un bar... (63%) ou de déplacements professionnels (59%).

[Accéder au mémoire](#)

[Accéder aux annexes du mémoire](#)

9- La ville de Nancy utilise la géolocalisation au service du développement touristique

La ville de Nancy a équipé ses arbres de tags numériques. "Le sentier (numérique) de l'arbre" consiste en un parcours reliant 24 arbres équipés de flashcodes. L'utilisateur recueille sur son smartphone (version texte ou sonore) les informations concernant l'arbre devant lequel il se trouve (caractéristiques botaniques, histoire, propriétés médicinales). Ce projet intègre la géolocalisation, puisque l'on peut savoir exactement où l'on est dans la ville et où se trouvent les arbres suivants. Ce service constitue le prolongement de l'exposition "La diversité des arbres de Nancy" à la maison de la Nature en 2010. « *Dans ce cas précis, le téléphone mobile devient un média complémentaire aux supports papier qui peuvent être édités par la Ville de Nancy* ».

10- La Serre Biotropica

Le parc zoologique Biotropica dans l'Eure, dont l'ouverture est prévue pour septembre 2012, sera dédié aux espèces végétales et animales issues de zones tropicales et sera situé à proximité immédiate de la base de loisirs de Léry-Poses, sur la commune de Val-de-Reuil.

Ce parc sera constitué d'une serre tropicale de 5 000 m², d'une zone animalière terrestre et du lac des chalets, d'environ 2 ha. La première pierre de ce projet a été posée le samedi 15 octobre. Avec plus de 200 000 visiteurs / an attendus d'ici 2016, ce projet veut participer à l'accélération de l'attractivité touristique de l'Eure et témoigne du formidable potentiel de développement de cette destination.

A suivre de près...

[Suivez l'avancement du projet Biotropica sur la page Facebook dédiée](#)

11-Plus de 300.000 visiteurs pour le parc Terra Botanica à Angers

Terra Botanica, parc à thème dédié au végétal à Angers (Maine-et-Loire), a accueilli cette année 301.049 visiteurs, soit 15% de plus que lors de sa première saison, ont indiqué lundi les responsables de ce nouveau site d'attraction.

Ouvert d'avril à novembre, Terra Botanica avait enregistré près de 260.000 visiteurs pour sa saison d'ouverture, dépassant déjà les objectifs de ses créateurs.

Près de 60% des visiteurs sont venus d'autres départements que le Maine-et-Loire dont 27% de la région Pays-de-la-Loire, 10% des départements limitrophes et 5% de l'étranger, en provenance principale du Royaume-Uni.

« C'est d'autant plus intéressant que notre stratégie reste, avant tout pour le moment, d'asseoir notre assise territoriale avant de communiquer à l'international. 2011 aura été une année d'affirmation mais nous restons prudents » précise Jean-Pierre Chavassieux, le président de la SEM Terra Botanica.

Selon des données encore provisoires, le chiffre d'affaires réalisé sur le parc s'est élevé à 6 millions d'euros dont 1 million pour le restaurant.

12-18,3 millions de mobinautes.

Depuis un an, Médiamétrie et Netratings mesurent l'évolution de l'audience du mobile en le considérant comme un média à part entière : *ce média a connu au cours de cette année un développement exponentiel : au 3ème trimestre 2010, 13,7 millions de personnes se connectaient à l'Internet mobile au cours du dernier mois. Un an plus tard, ils sont près de 5 millions de plus soit 18,3 millions de mobinautes le dernier mois (1) (+34%). Aujourd'hui ce sont 6 millions de personnes qui se connectent tous les jours à l'Internet mobile, soit 2 fois plus qu'il y a un an.*

Ainsi, 4 utilisateurs sur 10 de téléphones mobile sont équipés de smartphone, contre un sur dix il y a un an.

[Le communiqué de Médiamétrie](#)

13-Quels sont les réseaux sociaux préférés des Français ?

Twitter, Facebook, Copains d'avant ou encore Google+, quel est la progression de la notoriété des réseaux sociaux ? Où sont présents les Français et pourquoi ? Comment interagissent-ils avec les marques ? Le point avec la sixième vague de l'Observatoire des réseaux sociaux de l'Ifop.

Toujours en première position, Facebook reste sans surprise le réseau social le plus connu. Le site de microblogging Twitter gagne quant à lui cinq points de notoriété pour atteindre la troisième marche du podium.

Mais les grands gagnants sont Badoo, qui gagne cinq places et onze points ainsi que LinkedIn qui gagne autant de places pour venir se placer juste derrière son concurrent français, Viadeo, qui poursuit aussi sa progression.

Windows Live est le grand perdant de l'année 2011. Il voit sa notoriété chuter de sept points, un peu moins que MySpace qui lui en perd neuf, et sort du podium. Google Buzz, fermé après l'arrivée de Google+, chute de onze points pour perdre quatre places. Google+, qui fait sa première apparition dans le classement à la huitième position est déjà connu de 64% des français".

[En savoir plus](#)

Pour tout renseignement :

Vincent BIOT

Séquence Nature Rhône-Alpes

41 rue du Souvenir, 69009 Lyon

Tel : 04 78 33 56 21, Fax : 04 78 33 49 97

vincent.biot@sequence-nature.fr

www.sequence-nature.fr
