

En direct de l'Isère

Maîtres Restaurateurs de l'Isère : l'excellence dans les assiettes

Le titre de Maître Restaurateur est la seule certification nationale qui existe dans le secteur de la restauration. Créé en 2007 et décerné par le Préfet après un audit qui évalue 34 critères, ce titre est déjà attribué à 19 restaurants isérois intégrés aux 1 700 établissements certifiés en France. C'est une vraie reconnaissance du métier de restaurateur traditionnel qui valorise le savoir-faire et l'engagement en faveur de la qualité.

La création du titre de Maître-Restaurateur est issue de la volonté conjointe de l'Etat et des principales organisations professionnelles d'identifier et de valoriser l'excellence et le mérite des meilleurs restaurateurs.

Les restaurants pouvant prétendre à cette distinction doivent être des entreprises indépendantes ou appartenant à de petits ensembles (maximum trois établissements) et répondre aux conditions suivantes :

- Réaliser une cuisine authentique, placée sous la responsabilité directe du restaurateur (ou de son chef cuisinier) qui s'engage à travailler des produits bruts, essentiellement frais, en ne recourant pas à l'assemblage ou à des plats déjà préparés qu'il s'agirait simplement de réchauffer ;
- Appliquer un ensemble de règles simples mais garantissant une prestation de services de qualité (accueil, service à table, décoration...);
- Respecter la réglementation en matière d'hygiène et de sécurité.

Le titre de Maître-Restaurateur est délivré pour une durée de quatre ans ; il permet aux restaurateurs, outre d'être reconnu et promu, de bénéficier d'un crédit d'impôt de 50% sur des dépenses liées à la modernisation de l'établissement, dans une limite de 30 000 Euros.

En Isère, Laurent Gras, Président de la Chambre d'Industrie Hôtelière et Maître Restaurateur, a la volonté de promouvoir la qualité de la cuisine iséroise et le métier de restaurateur. Il rejoint en cela l'objectif d'Isère Tourisme de promouvoir la qualité de l'offre en matière de restauration comme sur les autres filières. Un plan d'actions pourrait être proposé en 2012. A suivre...

En savoir + : <http://umih38.umih.fr>

En direct de l'Isère

Les Maîtres Restaurateurs de l'Isère
Le Vercors, sur la voie de la mobilité douce
Fonds européens : de nouvelles orientations
Tourisme «vert» : le gîte La Source séduit

Isère Tourisme en action

Isère Tourisme 2012
Un appel à projets pour le Chemin de Fer de la Mure
Aides aux hébergements touristiques
Sit'ra L'offre des stations en piste !
Le réseau isérois s'étoffe
L'Isère s'invite dans les iDTGV
La presse en a fait l'écho
«Itinéraires», nouveau guide touristique

Bon à connaître

On a lu pour vous : le guide du REEMA
Réglementation : Sécurité et incendie des hôtels de 5^{ème} catégorie
Lexique Tic : Le QR code
Le chiffre du mois : 126 millions d'€uros

Planète Tourisme

Stratégie marketing : Les stations de ski à la loupe
Acteurs en mouvement

Le Vercors s'engage sur la voie de la mobilité douce

Fin 2011, la communauté de communes du massif du Vercors (CCMV) a inauguré la première phase d'un nouvel itinéraire dédié à la mobilité douce. Piétons, cyclistes VTT, VTC et VAE*, personnes à mobilité réduite, rollers, randonneurs, poussettes, tous peuvent désormais profiter des 25 kilomètres de pistes reliant St-Nizier-du-Moucherotte à Lans-en-Vercors, Lans à Villard-de-Lans et Autrans à Méaudre.

La «mobilité douce», c'est des déplacements non polluants (air, bruit, CO²), la stimulation de la santé publique et la réduction des dépenses privées et publiques en transports. C'est aussi une forte demande des clientèles du tourisme vert, en séjours itinérants.

Profitant des plats du Val de Lans, réhabilitant d'anciens chemins ou d'anciennes routes, passant d'un côté et de l'autre du Méaudret, les voies réservées et aménagées par la communauté de communes du massif du Vercors sont

rendues confortables par du «compacté fin» et praticables tout au long de l'année grâce à un damage sommaire en hiver. Elles seront prochainement équipées d'une signalétique spécifique, de bancs, points d'eau, aires de pique-nique, cabanes et aires de lavage de vélo.

En 2012 et 2013, des travaux conséquents vont être engagés sur les tronçons de Villard-de-Lans/Corrençon-en-Vercors et Villard-de-Lans/Méaudre afin de relier tous les villages du plateau entre eux. Au global, ce vaste projet nécessite un investissement de plus de 2 millions d'euros financés à 80% par la Région Rhône-Alpes et l'Europe.

Ces parcours sécurisés et accessibles (43 kilomètres au total) seront propices à la découverte du patrimoine naturel, culturel, agricole et artisanal. Fermes, exploitations agricoles, transformation des ressources locales, vente de produits locaux, hébergements touristiques, restauration seront valorisés tout au long des itinéraires.

Les Offices du Tourisme sont déjà mobilisés dans le cadre de la mise en tourisme de cette voie douce intercommunale.

*vélo à assistance électrique

En savoir + : arepellin@orange.fr

Fonds européens : de nouvelles orientations pour soutenir les projets

La Commission Européenne a présenté en octobre dernier ses propositions législatives sur la future politique régionale également appelée «politique de cohésion» 2014-2020. Cette politique définit notamment les crédits attribués au Fond Européen de Développement Régional (FEDER) et au Fond Européen Agricole pour le Développement Rural, fonds qui peuvent concerner les porteurs de projets touristiques*.

Les crédits affectés au FEDER et au Fond Social Européen (FSE) devraient représenter 376 milliards d'euros, soit près de 40% des crédits de l'Union Européenne (UE) sur cette période.

Cette nouvelle politique devrait répondre à 3 priorités :

- Parvenir à une croissance intelligente, fondée sur l'éducation, la recherche, l'innovation et les actions en faveur des technologies de l'information et de la communication ;
- Promouvoir une croissance durable fondée sur une réduction des émissions de carbone, une exploitation des ressources plus durable, un soutien aux entreprises innovantes dans les secteurs de l'environnement et de l'énergie, et une meilleure information des consommateurs ;
- Développer une croissance inclusive en améliorant la qualité des emplois, en investissant dans la formation professionnelle et en modernisant le marché du travail et les systèmes de protection sociale.

Aussi, les actions financées par le FEDER toucheront essentiellement à l'efficacité énergétique et aux énergies renouvelables ainsi qu'à la compétitivité des entreprises et à l'innovation (au total 80% des crédits).

Pour mémoire, entre 2007 et 2013 :

• 3 847 737 € ont été mobilisés dans le cadre du POIA dans les massifs du Vercors-Trièves (2 071 684 €), de la Chartreuse (1 236 553€) et du Valbonnais (539 500 €) ;

• 6 200 000 € de subventions ont été attribués aux territoires de Belledonne (1 700 000 €), de Chartreuse – Avant Pays Savoyard (1 500 000 €), du Vercors (1 500 000 €) et de l'agglomération du Pays Voironnais (1 500 000 €) dans le cadre du programme LEADER.

En conclusion, il faudra attendre la fin de l'année 2012 pour connaître plus précisément les opportunités de l'Union Européenne (enveloppe sur 7 ans et critères d'attribution) et les enveloppes accordées chaque année.

* notamment dans le cadre du Programme Opérationnel Inter-massifs des Alpes (POIA) et du programme Liaison Entre Actions de Développement Rural (LEADER).

En savoir + : http://ec.europa.eu/europe2020/index_fr.htm ou <http://www.europe-en-rhonealpes.eu/web/fr/2-europe-en-rhone-alpes.php>

Tourisme vert : le gîte «La Source» séduit des clientèles internationales

Tombés sous le charme d'une propriété située sur les coteaux de Saint-Jean-de-Moirans dans le pays Voironnais, Suzy et Alain Guillard entreprennent, en 2005 la rénovation et la transformation de l'écurie tricentenaire coiffée d'un séchoir à noix en gîte de charme.

Ouvert depuis 5 ans et toute l'année, le gîte «La Source» accueille 40% de clients étrangers en provenance d'Australie, du Canada, des Etats-Unis, d'Afrique du Sud, de Tunisie, ou, plus classiquement, d'Allemagne, de Belgique...

Si cette attractivité peut paraître étonnante au regard de la notoriété de cette destination rurale sur le plan international, la conjonction de différents facteurs contribue à cette réussite : niveau de qualité (gîte classé et labellisé Clévacances 3 clés), performance de la communication et gestion de la relation-client.

La clientèle est composée d'un tiers d'hôtes venant découvrir la région, d'un tiers de visiteurs ayant de la famille dans les environs et un tiers de clientèles d'affaires liées à la zone d'activités Centralp.

Ces différents segments se complètent et permettent d'assurer un taux de remplissage annuel de l'ordre de 60% (à l'exception de 2010 particulièrement touché par la crise économique).

La clientèle est d'abord séduite par l'architecture exceptionnelle du gîte, par son équipement de qualité (dont le wifi) et par son environnement naturel : style campagnard empreint du terroir local, jardin luxuriant et thématique autour de l'eau, de la source et des bassins vivants. Des animations estivales sur les plantes médicinales et comestibles, et des soirées à thèmes attirent les passionnés de jardin et de botanique. Mais pas seulement.

Le gîte bénéficie d'un site Internet traduit, en partie, en 4 langues (anglais, allemand, italien et espagnol) et largement enrichi de suggestions de visites, de découvertes du patrimoine, d'activités de loisirs et de balades.

Il est référencé dans une douzaine d'annuaires touristiques en France et à l'étranger et un travail sur les mots clefs efficaces et sur le référencement permet de s'imposer sur les moteurs de recherche.

Les réservations sont effectuées directement en ligne et les gestionnaires du gîte accordent une attention toute particulière à la gestion de la relation client, privilégiant un accueil personnalisé (en langue anglaise si nécessaire) et partageant leur passion pour la région et la nature.

Une belle réussite qui a valeur d'exemple, à la fois ancrée dans un territoire dont le patrimoine est respecté et révélé, et portée par un couple qui a la capacité de se mettre «dans le regard de l'autre». Une capacité d'ouverture acquise peut-être au terme d'années de grands voyages...en camping-car.

*En savoir + : <http://www.gite-la-source.com>
<http://www.jardindelasource.net>*

Isère Tourisme en action

Isère Tourisme 2012 : Un socle solide et un plan de charge conséquent

La mise en place de l'EPIC est parachevée : la composition du conseil consultatif a été votée par le Comité Directeur d'Isère Tourisme le 10 janvier 2012. Il associera largement toutes les composantes du tourisme isérois : associations spécialisées d'échelle départementale, fédérations professionnelles, offices de tourisme, intercommunalités, associations de développement touristique et personnalités qualifiées.

Des commissions thématiques permettront une approche partenariale de certains dossiers opérationnels. Déjà la commission « promotion-communication » a été réunie pour la sélection de l'agence qui redéfinira notre charte graphique.

Rendez-vous est donné pour la première réunion du Conseil Consultatif au 1er trimestre, pour tirer un bilan de l'année 2011 et exposer les perspectives 2012.

Le plan de charge d'Isère Tourisme a été défini en conjuguant la stratégie du Département, les objectifs du plan marketing 2011-2014, et les attentes de nos partenaires sur les territoires dont les encouragements sur plusieurs plans sont nos meilleurs guides.

Le Conseil général de l'Isère a mobilisé sur le budget 2012, 2,4

millions d'euros en faveur d'Isère Tourisme, afin de conduire les missions «fil-rouge» (observation, grands projets, structuration de l'information, etc.) et les actions spécifiques cette année : plan d'actions promotion suivant la stratégie «nature-montagne-outdoor» et «patrimoine et histoire», déclinée sur l'été et sur l'hiver (MonHiver 2012 est déjà programmé) ; renforcement des actions «randonnées» (et refuges) et «cyclotourisme» ; optimisation de l'outil web ; et, espérons-le, une offre de services pour la commercialisation.

Souhaitons-nous une bonne réussite collective, et comme on dit : «Y a plus qu'à...»

En savoir + : isabelle.pissard@isere-tourisme.com

Un appel à projets pour relancer le Chemin de Fer de la Mure

Suite à l'appel à projets lancé par le Département pour la mise à disposition et la valorisation du chemin de fer de La Mure en septembre dernier, trois entreprises se sont portées candidates pour faire revivre le site dans les prochaines années

Le 7 décembre 2011, le Conseil général de l'Isère en lien avec Isère tourisme, a organisé une audition des différentes structures.

A noter cependant, que les candidats ont tenu à informer le Département de l'impossibilité de voir redémarrer une activité en 2012 sur le site pour des raisons techniques (travaux préalables nécessaires avant réouverture) mais aussi administratives (délais pour obtenir l'autorisation de circuler délivrée par les services de l'Etat).

Malgré cet élément, toutes nous ont assuré de l'intérêt qu'elles portent au chemin de fer de La Mure et espèrent voir aboutir dans les meilleurs délais leur projet.

Des idées, des projets sérieux qui ont amené le Département à demander à l'ensemble des candidats d'approfondir leur offre pour le 29 février 2012.

En savoir + : nicolas.bontoux@isere-tourisme.com

Aides aux hébergements touristiques : le règlement départemental s'adapte au nouveau référentiel du classement hôtelier

En Isère, l'hôtellerie classée représente 18 % de la capacité d'accueil marchande et pèse 28 % de l'activité estivale et 26 % de l'activité hivernale. Maintenir cette hôtellerie, dans les zones rurales notamment, est indispensable au développement de l'économie touristique départementale d'autant que le parc hôtelier a considérablement évolué ces dernières années. Le dispositif d'aides départemental s'adapte pour tenir compte de ces évolutions.

Depuis 2000, à l'image de la tendance nationale, l'hôtellerie indépendante apparaît particulièrement fragilisée en Isère où elle a enregistré une perte de -23 % de ses établissements classés «tourisme» ce qui représente -1 615 chambres. Dans ce contexte, le dispositif départemental en faveur de l'hôtellerie rurale et

familiale a été réadapté en octobre 2009 en ciblant les aides sur les catégories 2 et 3 étoiles.

Depuis cette date, un nouveau référentiel du classement hôtelier a été instauré lequel entrera en vigueur au 23 juillet 2012. Une 5^{ème} étoile est créée ce qui engendrera très probablement le glissement quasi mécanique d'actuels hôtels 3* vers la 4^{ème} étoile. Dans une logique de renouvellement et de montée en gamme des produits et services proposés, le Conseil général de l'Isère a décidé d'adapter son dispositif en conséquence.

Désormais, les propriétaires d'hôtels ruraux et familiaux classés en deux, trois, ou quatre étoiles à l'issue des travaux pourront prétendre à une aide départementale.

En savoir + : sylvie.delachanal@isere-tourisme.com



Nouveaux diffuseurs : l'offre des stations en piste cet hiver

Désormais, l'offre touristique saisie dans Sitra remonte également sur les sites de Ski France, France Montagnes, Ski Info, Ski360 ou Sports-hiver.com. En «tête de gondole», les fêtes et manifestations sont largement reprises et mises en avant par ces diffuseurs.

A l'automne dernier, des passerelles de transfert automatique des données ont été mises en place entre la base Sitra et les sites Internet de ces quatre structures. Bénéficiant d'une audience élevée*, enrichis de contenus éditoriaux ou d'infos pratiques actualisées en temps réel (neige, météo, ouverture des pistes...), avec pour cible une clientèle de passionnés et jouissant parfois d'une communauté active d'internautes (plus de 18 000 pour ski Info), ces sites sont pour les stations iséroises une opportunité supplémentaire de valoriser leurs offres touristiques, et à moindre coût grâce à Sitra puisqu'évitant une deuxième saisie des informations.

Recommandations de Cécile, l'animatrice SITRA d'Isère Tourisme :

Pour optimiser au mieux ces circuits de diffusions, il est bien évidemment nécessaire que l'Office de Tourisme de la station soit un membre actif du réseau et accorde une attention particulière à la saisie des informations, gage d'une crédibilité reconnue.

- Chaque onglet des fiches doit être rempli avec soin tant sur le contenu (dates, principaux tarifs, informations pratiques...) que sur la forme, dont les textes reflètent l'importance et la qualité de la manifestation.
- Les photos, illustrant et valorisant l'offre sont devenues indispensables aux yeux des clients et méritent également une attention particulière.

* Audiences : Anmsm-ski France : 240 000 par mois en saison ; Ski Info = 2,5 millions de visites en décembre 2011 ; Sports hiver.com : 300 000 visiteurs par mois en saison...

En savoir + : cecile.eichinger@isere-tourisme.com



10 Offices de Tourisme isérois rejoignent les 38 structures déjà adhérentes

2012 voit 10 nouveaux Offices de Tourisme rejoindre le réseau Sitra en Isère :

Ainsi ce sont une quinzaine de collaborateurs de ces Offices de Tourisme qui vont être formés à l'utilisation de Sitra au mois de janvier 2012.

- Oz-en-Oisans a signé son adhésion fin décembre 2011 ce qui permet à l'Oisans d'être totalement intégré dans la base de données Sitra.
- Les Offices de Tourisme de la Tour-du-Pin et de la chaîne des Tisserands permettent, avec la Maison du Tourisme des Vallons du Guiers déjà membre, de couvrir le territoire des Vals du Dauphiné.
- Crémieu est désormais adhérent et assure le recensement de l'offre de toute sa communauté de communes.
- Les 6 offices de tourisme de Chartreuse, assistés par Chartreuse Tourisme, sont en cours d'adhésion.

A noter, deux autres formations SITRA sont proposées en ce début d'année, pour les personnes ayant déjà suivi la formation «prise en main»:

- 1 - Elaborer ses « questionnaires pré-remplis » pour interroger ses prestataires à partir des informations déjà saisies sous Sitra - lundi 6 février.
- 2 - Perfectionnement et astuces : connaître les fonctions avancées pour gagner du temps, utiliser les critères internes - lundi 12 mars.

En savoir + : cecile.eichinger@isere-tourisme.com

L'Isère s'invite dans les TGV avec iDTGV*

Dans le cadre du dispositif de promotion MON HIVER et en complément de la diffusion du magazine MON HIVER dans les TGV, Isère Tourisme a mis en place un partenariat avec iDTGV* sur la cible France Nord-Ouest.

Un dispositif de promotion original

L'opération portait sur la réalisation d'animations dans les trains iDTGV, avec dégustation de produits locaux (Bleu du Vercors, Noix de Grenoble et Chartreuse), un jeu concours pour gagner des semaines au ski pour 4 personnes (partenaires : stations d'Allemont, Auris-en-Oisans, Chamrousse, Collet d'Allevard, Villard-de-Lans et 7 Laux) et un échange sur les articles du magazine MON HIVER.

2 dates ont été retenues : les 9 et 16 décembre sur la ligne Paris-Brest aller/retour.

Cette action était accompagnée d'un dispositif de communication complet : site web, blog, page facebook et newsletter du partenaire iDTGV et d'Isère Tourisme, annonces vocales et affichettes pour que les collaborateurs d'Isère Tourisme soient incontournables...

Des passagers séduits par l'offre iséroise

Cette démarche a permis de distribuer 1000 magazines **MON HIVER**. L'attrait des belles dotations du jeu-concours a aussi contribué à drainer un flux régulier de passagers dans la voiture bar où nous nous trouvons. La qualité des produits offerts à la dégustation a largement séduit les passagers, ce qui a donné envie à ce public de (re)découvrir notre département. En conclusion, une opération à renouveler.

*iDTGV, jeune filiale en pleine expansion de la SNCF, iDTGV cherche à proposer une nouvelle façon de voyager à ses clients par le biais d'une distribution exclusivement sur Internet, de tarifs attractifs et d'une offre de services particulièrement innovante.

Créée en 2004, iDTGV commercialise actuellement son offre sur 30 destinations dans toute la France.

En savoir + : anne.frayse@isere-tourisme.com

La presse en a fait l'écho

Les médias sont un vecteur essentiel dans le développement de la notoriété et la promotion de l'offre touristique du département.

Un point sur les actions ÉTÉ d'Isère Tourisme :

Le vélo et les grands événements ont été les fers de lance des opérations vers la presse : dossiers et communiqués de presse, newsletters, relances régulières auprès des 480 journalistes, accueils presse avec les territoires et les opérateurs.

Pour la période de janvier à septembre 2011, l'évaluation des retombées presse représente plus d'une centaine d'articles dont 30 parutions dans des médias nationaux. L'équivalence en contrevalet publicitaire est estimée à près de 430 000€.

Outre les belles retombées médiatiques dans la presse régionale, à relever sur des supports nationaux :

- TF1, un reportage pour le journal de 13 heures sur la ligne ferroviaire des Alpes, le Trièves et le Mont-Aiguille. Le sujet a été diffusé le 8 juillet dernier ;
- L'Express (lectorat : 2 569 000 personnes), un dossier de 12 pages consacré à la naissance du Dauphiné, paru début juillet ;
- Magazine Le Cycle, Vélo magazine, ou le magazine Balades, les nombreuses actions menées pour promouvoir le cyclotourisme et la randonnée en Isère ont permis de bénéficier d'une bonne couverture dans cette presse spécialisée.



En savoir + : brigitte.roland@isere-tourisme.com

«Les Itinéraires Isère», un nouveau guide touristique en construction

Les Editions Itimédias éditent depuis plus de quatre ans des guides touristiques valorisant le patrimoine des départements de France. Après plus de 30 destinations, elles réalisent actuellement le guide «Les Itinéraires Isère».

Le projet éditorial

Résolument orienté vers la découverte du département, le guide «Les itinéraires Isère» apportera un regard sur le patrimoine, sur l'environnement et sur les découvertes touristiques, par la lecture et par la vidéo.

La réalisation de ce guide est conduite en partenariat avec Isère Tourisme en association avec la Direction de la Culture et du Patrimoine du Conseil général de l'Isère, qui permettent d'identifier les interlocuteurs à l'échelle départementale et d'enrichir les informations par une approche transversale des ressources de l'Isère.

Un travail collaboratif

Les partenaires touristiques de l'Isère sont invités à s'associer gratuitement à cette édition, au travers de textes de présentation du patrimoine touristique (patrimoine bâti et naturel, artisanat, gastronomie, insolite...) et de photos libres de droits.

Format et calendrier

Le chemin de fer éditorial sera réalisé sur environ 352 pages, en couleur, format 15 cm x 21 cm.

Le prix public sera de 24.90 euros et la publication de l'ouvrage est prévue pour l'automne 2012.

En savoir + : anne.pinet@isere-tourisme.com

Bon à connaître

On a lu pour vous :

Le guide «Repères pour l'éducation à l'environnement auprès des publics et acteurs de stations de sports d'hiver» de REEMA

Le Réseau d'Éducation à l'Environnement Montagnard Alpin (REEMA), centre de ressources et d'échanges soutenu par la DATAR et les Régions Rhône-Alpes et Provence-Alpes-Côte-d'Azur, a pour but de développer et de promouvoir l'éducation montagne, dans une perspective de développement durable. En novembre dernier, il a publié un guide intitulé «Repères pour l'éducation à l'environnement auprès des publics et acteurs des stations de sports d'hiver».

En plus de retracer l'histoire des stations françaises, de présenter leur fonctionnement ainsi que leurs enjeux économiques, sociaux et environnementaux, ce guide présente les objectifs de l'éducation à l'environnement, décrit la démarche à suivre et propose des retours d'expériences sur les démarches en cours ainsi que des outils méthodologiques.

La sensibilisation des publics des stations de sports d'hiver à la montagne hivernale représente un champ de thématiques très large qui s'adresse à l'ensemble des décideurs locaux, des acteurs socioprofessionnels et des touristes.

La station devrait ainsi être considérée selon deux approches :

- Un territoire de montagne intégré à un espace naturel et au contact des populations locales
- Une petite ville d'altitude avec ses problématiques spécifiques en matière de gestion des ressources et de changement climatique

Dans ce contexte, le guide élaboré par des acteurs locaux de l'éducation à l'environnement et des stations de sports d'hiver, constitue un dossier technique à destination des porteurs de projets pour mener une démarche inscrite dans la durée qui permette de :

- Sensibiliser au patrimoine alpin, à la culture de la montagne hivernale et aux enjeux du développement durable en altitude ;
- Questionner et développer l'éducation à l'environnement auprès des publics et acteurs des stations de sports d'hiver ;
- Initier des démarches collectives et travailler ensemble à l'éducation à l'environnement à l'échelle de la station et de son territoire (vallée, massif).

En savoir + : Télécharger gratuitement le guide sur http://www.reema.fr/wakka.php?wiki=GuideStation/download&file=REEMA_Guide-EEM-stations_2010.pdf

Réglementation : Sécurité-incendie des hôtels de 5^{ème} catégorie : léger sursis et assouplissement de la réglementation de 2006

Un arrêté du 26 octobre 2011 précise les nouvelles dispositions de la réglementation incendie qui visent à adapter les normes de sécurité à la situation de chaque établissement : possibilité de se fonder sur une analyse de risque individualisée de chaque établissement et présentation de mesures alternatives aux dispositions de l'arrêté.

Proposition de solutions alternatives

L'arrêté introduit la possibilité pour l'hôtelier de proposer des solutions alternatives lorsque certaines dispositions ne peuvent être appliquées pour des raisons architecturales ou techniques propres au bâtiment.

Ces solutions doivent être approuvées par la commission de sécurité compétente après une étude fondée sur l'analyse de risque propre à l'établissement.

Enclouement des escaliers

En principe, il est obligatoire d'enclouer l'escalier dès que l'établissement possède plus d'un étage sur rez-de-chaussée. Quant aux établissements recevant plus de 50 personnes, ils doivent avoir deux escaliers. Toutefois, des solutions

alternatives adaptées aux caractéristiques de l'établissement peuvent être désormais proposées.

Définition de la notion de «modification» d'un établissement

L'arrêté du 26 octobre 2011 apporte désormais une précision sur ce que l'on appelle «modification» d'un hôtel :

- les aménagements pouvant avoir comme conséquence un changement significatif du niveau de sécurité ;
- les travaux d'amélioration, de transformation ou de réhabilitation d'établissements existants lorsqu'ils impliquent la création, la modification ou le remplacement d'éléments de construction ou d'équipement.

Ne sont concernés ni les travaux d'entretien, ni les travaux de réparations courantes, ni même la remise en état d'un élément existant de construction ou d'équipement à l'intérieur des volumes préexistants.

Cas particulier des très petits hôtels existants

L'arrêté prend en compte les très petits hôtels qui sont définis comme «des établissements recevant moins de 20 personnes au titre du public dans les chambres et dont le plancher bas de l'étage le plus élevé est situé à moins de 8 mètres du sol». Afin de proportionner les travaux de mise en sécurité au niveau de risque présenté réellement par ces établissements, et pour tenir compte de leur capacité notamment économique à investir et entretenir des dispositifs complexes et coûteux, l'enclouement des escaliers n'est pas obligatoire et une alternative à l'installation d'un système de sécurité incendie de catégorie A peut être proposée.

Date et échéancier

Les établissements n'ayant pas engagé les travaux d'amélioration de la sécurité contre l'incendie prescrits par l'arrêté du 24 juillet 2006 devront avoir transmis en mairie, pour le 1^{er} janvier 2012, un dossier de mise en sécurité, accompagné d'un échéancier de travaux prenant en compte les prescriptions de l'arrêté modificatif. Toutefois, en cas de risques avérés, la commission de sécurité incendie peut exiger la réalisation de travaux immédiats.

En savoir + : <http://www.legifrance.gouv.fr/sylvie.delachanal@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 un zoom lexical illustré d'exemples.

L'essor des Smartphones et le renouvellement du parc téléphonique en Europe mérite que l'on s'intéresse à la technologie dite des «QR Code».

Le QR code c'est quoi ?

Le QR code est une sorte de code barre en 2D. Le «QR» signifie Quick Reponse car le contenu que comporte ce carré noir et blanc peut être décodé rapidement. Créé en 1994 par l'entreprise japonaise Denso-Wave, le QR code commence

seulement à se faire connaître en Europe alors qu'il est très populaire au Japon.

Il existe plusieurs formats (QR Code, Datamatrix, Shotcode, Colorzip, Maxi code...) mais le plus répandu reste le QR code.

Différents formats de code :



Code QR Datamatrix Shotcode Colorzip Maxicode

Le QR code, mode d'emploi

Capable de contenir une quantité de données bien supérieure au code barre classique (7 089 caractères numériques contre 13 caractères), le QR code s'utilise en étant «flashé» par l'appareil photo d'un Smartphone, puis simplement analysé grâce à une application dédiée (Qrafter sur iOS, MobileTag sur Android, etc...). Il permet alors d'obtenir automatiquement des informations supplémentaires comme un numéro de téléphone, une vidéo, une carte de visite, un site web, etc. et son utilisation est gratuite.

Quel est l'intérêt d'utiliser un QR code ?

Un QR code sur un site Internet ne présente que peu d'intérêt : le client se trouvant déjà sur Internet, un simple lien vers une page suffit. En revanche, lorsque votre cible feuillette une brochure ou est en visite d'un musée ou d'une ville, le QR code permet un accès très rapide à une information additionnelle qui peut être conservée dans le téléphone.

Une réponse adaptée aux «mobinautes»

Les internautes en mobilité (mobinautes) sont de plus en plus nombreux en France à utiliser leur smartphone pour trouver des informations pratiques durant leur séjour. Pour faciliter cette recherche, nombreux organismes de promotion touristique, à l'image d'Isère Tourisme, utilisent des QR Codes sur leurs différents supports de communication.



Qrcode d'Isère Tourisme à flasher sans modération !

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

Chiffre du mois : 126 millions d'€

C'est le montant des investissements touristiques réalisés en matière d'hébergements (y compris résidences secondaires), de remontées mécaniques, de casinos, de parcs de loisirs, de centres de congrès et de parcs des expositions, en Isère au cours de l'année 2010 (derniers chiffres connus).

Ce volume représente 11% de l'investissement touristique en Rhône-Alpes, ce qui place l'Isère au 3^{ème} rang régional derrière la Savoie (35%) et la Haute-Savoie (25%) et devant le Rhône (8%).

L'impact des investissements dans les remontées mécaniques est bien évidemment considérable ; il pèse un quart des investissements touristiques isérois.

En comparaison avec 2009, les investissements se sont accrus de +9.5%, un indicateur encourageant dans un environnement globalement morose.

En matière d'investissements touristiques, Rhône-Alpes, avec près de 1.1 milliard d'euros occupe la première position nationale devant Provence-Alpes-Côte d'Azur (1 milliard d'euros) et le Languedoc-Roussillon (764 millions d'euros).

Source : Atout-France - Tableau de bord des investissements touristiques – Edition 2010

Planète tourisme

D'ici et d'Ailleurs Stratégie marketing : les stations de ski à la loupe

Dans un contexte de stagnation du marché des sports d'hiver arrivé à maturité, l'intensité concurrentielle entre destinations et l'évolution des comportements des clients rendent plus complexe la définition d'une stratégie pour les stations.

Focus sur deux analyses publiées fin 2011 pour éclairer les choix.

Les critères des Français pour choisir une station des Alpes

Après deux ans d'étude basée à la fois sur l'offre (300 critères analysés par station) et sur la demande (entretiens qualitatifs puis enquête quantitative auprès de 3 050 Français partis aux sports d'hiver au cours des trois dernières années), Yves Bontoux, consultant en stratégie et marketing touristique, et Gabriel Guallino, enseignant-chercheur à l'ESC Chambéry Savoie ont déterminé les critères des Français pour choisir leur destination de sports d'hiver.

En tête, 3 familles de critères (échelle de 1 à 5) :

Famille #1

La qualité du domaine skiable (plaisir du ski sur un domaine à enneigement garanti avec des remontées mécaniques performantes), les qualités intrinsèques du site (panoramas, charme de la station) et les tarifs font partie des facteurs déterminants dans le choix des vacances, dans un contexte de crise économique où les arbitrages budgétaires des clients sont pratique courante :

- Avoir la garantie de l'enneigement (4,1)
- Admirer un vaste panorama (4)
- Ressentir le plaisir de la glisse (4)
- Utiliser des remontées mécaniques performantes (3,9)
- Etre charmé par la station (3,9)
- Privilégier les tarifs les plus attractifs (3,9)

Famille #2

Cette seconde partie révèle des attentes associées aux vacances en général (partager un bon moment, être au calme) dans un environnement spécifiquement montagnard :

- Etre dans un environnement préservé (3,8)
- Evoluer au milieu des chalets et des sapins (3,8)
- Partager un bon moment avec des proches (3,8)
- Etre au calme (3,8)

Famille #3

Les paradigmes des domaines «infinis», du soleil garanti, et du «tout à portée de main» arrivent curieusement en fin de liste :

- Skier sur un grand domaine (3,6).
- Prendre le soleil (3,6).
- Avoir tous les services à portée de main (3,5).
- Sortir des sentiers battus (3,5).
- Bénéficier d'un certain confort (3,5).

Performance marketing des stations françaises : flocon ou chamois d'or ?*

Plusieurs professeurs dont Hélène Michel de Grenoble Ecole de Management, ont récemment mis au point une méthode pour évaluer la «performance marketing» des stations de ski françaises en se focalisant sur le domaine skiable.

Cette méthode est fondée sur l'efficacité et privilégie une forme de gestion «raisonnée» : organiser ses ressources pour atteindre la performance maximum.

Cette méthode prend en compte des indicateurs de résultats (chiffre d'affaires, nombre de passages aux remontées mécaniques...) et des indicateurs de ressources (emplois, nombres de lits et de pistes...).

Sur un échantillon de 38 stations de ski, 24 obtiennent leur chamois d'or (note maximum d'efficacité technique), signe que les stratégies marketing adoptées dans ces stations semblent pertinentes au regard de la fréquentation qu'elles connaissent.

Pour les 14 stations «non performantes», la méthode met en avant les leviers à activer pour améliorer leur score d'efficacité :

- Potentiel du domaine skiable : exemple, 10 stations ouvriraient trop tôt dans la saison et fermentaient trop tard
- Organisation interne : exemple, 4 stations auraient un nombre trop important d'employés permanents et 5 stations un nombre trop élevé de personnel saisonnier
- Ajustement des produits «supports» (lits, parkings...) : 9 stations auraient un parc de lits marchands trop important ; une gestion plus raisonnée du parc immobilier serait nécessaire

Cette méthode fournit ainsi des outils pour permettre aux décideurs de repérer les écarts, de les analyser et de mieux décider de l'allocation des ressources.

* extrait d'un article paru dans Décisions Marketing : Olga Goncalves, Gabriel Guallino, Hélène Michel et Elisabeth Robinot (2011) «Flocon ou chamois d'or ? Mesurer la performance marketing d'un service touristique : le cas des stations de ski françaises» Décisions Marketing, oct-déc 2011.

Les acteurs en mouvement

Christian DOUCHEMENT vient d'être nommé directeur de l'Office de Tourisme de Villard-de-Lans. Passionné de ski et de montagne, il rejoint la station du Vercors après avoir été, entre autre, directeur général de la Compagnie des Alpes sur la filiale parcs de loisirs et directeur d'Orex Loisirs Ingénierie (spécialisée dans des missions de développement et d'aménagement touristique).

Christine BILLAUD, directrice de la SNAT (société de navigation et d'activités maritimes) qui comprend le bateau à Roue, le jardin des fontaines pétifiantes et la grotte de Thais à Royans-Vercors, a reçu le trophée national «femmes chef d'entreprises» de la catégorie Tourisme. Avec 31 salariés, ce complexe touristique accueille 100 000 visiteurs par an pour un chiffre d'affaires d'un million d'euros.

Thierry MICHAUD succède à Jean-Noël CHALVIN à la présidence de l'Office de Tourisme des 2 Alpes.

Dans le cadre de la nouvelle organisation de l'Office de Tourisme d'Autrans, **Sandrine NICOLL** est nommée directrice-adjointe ; oeuvrant aux côtés de **Benoît LAFARE** directeur de station depuis 2011, elle a particulièrement en charge l'exploitation quotidienne de l'OT ainsi que la relation avec les partenaires locaux et institutions professionnelles de la branche.

Nommé Directeur du Parc national des Écrins à compter du 1^{er} février dernier, **Bertrand GALTIER** arrive de la Réunion où il dirigeait la DEAL (Direction de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement). Il succède à Michel Sommier devenu directeur des Parcs nationaux de France.

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, Nicolas Bontoux, Sylvie Delachanal, Cécile Eichinger, Anne Fraysse, Thomas Langlois, Anne Pinet, Tristan Piras, Brigitte Roland.
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