

Premier bilan de la saison touristique

Un sentiment de soulagement général

Ouf ! L'enquête téléphonique menée auprès d'un échantillon de prestataires gardois par le Comité Départemental du Tourisme relève un sentiment de soulagement général pour la saison 2005. Les résultats sont corrects mais n'ont rien d'exceptionnels. Le mois d'août a été très appréciable mais les pluies torrentielles de septembre ont brutalement mis fin à l'arrière-saison.



Malgré un début et une fin de saison difficile, la saison 2005 semble meilleure qu'en 2004

Après un printemps touristique plutôt morose (justifié en partie par l'absence des longs week-ends de mai), l'été gardois 2005 s'est avéré nettement mieux qu'en 2004. Le mois de juin, sans être exceptionnel, a amorcé une hausse qui s'est confirmée par la suite pendant le mois de juillet. Et à la surprise générale, le mois d'août s'est distingué — pour la première fois en deux ans — par des taux de fréquentation très satisfaisants pour les professionnels du département.

41% des prestataires interrogés au mois d'août déclarent une hausse de leur activité touristique, 35 % déclarent une stabilité et seulement 24 % déclarent une baisse.

Sur l'ensemble de la saison (septembre exclu), 63% ont jugé leur activité soit en hausse, soit identique. Seuls 36% ont estimé une baisse.

Analyse sectorielle

1) Secteur le plus touché depuis deux ans, **l'hébergement touristique** vit enfin une reprise, très nette au mois d'août :

- les professionnels du camping ont enregistré en 2005 une hausse progressive de leur activité, légère en juillet, puis très satisfaisante en août pour 60% des questionnés. Pour 40% d'entre eux, l'ensemble de la saison 2005 est à la hausse.
- les professionnels de l'hôtellerie traditionnelle ont connu une saison globalement positive bien que souvent en dents de scie. 65% des interrogés au mois d'août déclarent en effet une hausse, alors qu'en juillet, la même proportion de prestataires

COMMUNICATION GROUPEE

Nouvelle démarche pour l'édition 2006 "Destination Cévennes"

Brochure "spécial groupe" destinée aux organisateurs d'excursions, de séjours et de voyages, l'édition 2006 de *Destination Cévennes*, aura tout pour séduire ces professionnels du voyage. Plus pratique, plus synthétique mais toujours aussi précise, cette documentation sera disponible comme d'habitude en version papier et, nouveauté, en version électronique, au format "PDF". Grâce à la requalification du fichier pro (agences de voyages, autocaristes, tour operators), l'envoi par e-mail touchera directement la personne en charge de l'organisation de séjours dans notre région. En attendant le lancement de la vitrine interactive de l'offre locale (cf. page 22), *Destination Cévennes* continue sa mission : permettre la préparation d'un séjour clé en main sur notre territoire.

Contact : CCI, Pôle Commerce, Tourisme et Services aux Particuliers
04 66 78 49 49 -
tourisme@ales.cci.fr

DECOUVERTE ATYPIQUE

Un étonnant filon, caché dans la grotte de la Cocalière



À 60 mètres sous terre, dans la fraîcheur de la grotte de la Cocalière, Christophe & Jérôme Bouquet (exploitants du site) et Thierry Durand (Président de Codivia Rhône et propriétaire d'un domaine viticole à Moulézan) ont eu la savoureuse idée d'entreposer au printemps, 2000 bouteilles de 2001 et 2003. Vinifiés au *Domaine du Pian* à partir de cépages cabernet, syrah, grenache et cinsault, ces vins rouges, blancs et rosés ont ainsi bénéficié de conditions de vieillissement idéales : température constante à 14°, absence de poussières et de champignons... Dans ce décor insolite, la "cave" visible par les touristes lors de leur visite, a connu un franc succès toute la saison. En quelques semaines, plus de mille bouteilles ont été écoulées, vendues de 5,5 € à 8,5 € l'unité et étiquetées "Grotte de la Cocalière" —avec une mention précisant que le vin avait trouvé sa plénitude dans la grotte aux *diamants*. Un concept scintillant !

Points de vente :

Grotte de la Cocalière,
30500 Courry - 04 66 24 34 74

**Caveau de la Tour à Saint-Ambroix,
route Alès, 30500 Saint-Ambroix
04 66 24 39 77 ou 04 66 25 67 59**

affirmait une baisse ! Pour l'ensemble des mois touristiques, 58% d'entre eux ont jugé soit une hausse, soit une équivalence.

– les prestataires d'autres modes d'hébergement (résidences de tourisme, villages de vacances, meublés Clévacances et Gîtes de France) estiment aussi pour l'ensemble de la saison 2005, une hausse ou une équivalence à la saison 2004.

2) Les prestataires du secteur "activités touristiques" sont également satisfaits de leur saison, en particulier au mois d'août pour 75% des interrogés qui déclarent une hausse ou une équivalence de la fréquentation – à l'exception des professionnels du tourisme sportif (dont 56% déclarent une baisse) et des spécialistes du tourisme fluvial (dont la majorité pense que la saison reste aussi médiocre qu'en 2004).

3) Pour 56% des offices de tourisme interrogés, la fréquentation touristique semble effectivement supérieure à l'an dernier, notamment, là encore, grâce au mois d'août d'après 73% d'entre eux.

4) Les touristes sont donc redevenus plus nombreux, mais leur budget est moins important qu'en 2004. C'est un manque à gagner pour les commerçants questionnés, très peu nombreux à signaler une hausse de leur activité.

Analyse géo-touristique

Très affecté en 2004, le bord de mer a obtenu un bon taux de satisfaction tout au long de la saison 2005 — surtout au mois d'août — d'après 63% des prestataires dont les résultats sont en hausse ou à l'identique par rapport à l'an dernier.

Également interrogés, les professionnels des zones "campagne" et "ville" font à peu près la même analyse que ceux du littoral, c'est-à-dire un démarrage plutôt lent mais une bonne fin de saison.

Fréquentation française

71% des professionnels ont jugé la fréquentation française supérieure ou identique par rapport au mois d'août 2004. Sur l'ensemble de la saison, le taux de satisfaction baisse mais reste convenable pour 65% des interrogés.

Parmi les tendances 2005, le tourisme urbain s'affiche comme une valeur montante : les professionnels implantés en ville sont apparemment les plus nombreux à constater une hausse de leur activité. Enfin, les professionnels du tourisme culturel (43%) et les offices de tourisme (42%) sont les plus nombreux à juger la fréquentation en hausse.



NB : seuls les prestataires du tourisme sportif souffrent d'une chute plus ou moins forte de leur clientèle, au dire de 56% de réponses.

Fréquentation étrangère

Grande absente les deux dernières années, la clientèle étrangère semble être bel et bien revenue en 2005, surtout au mois d'août où 73% des professionnels estiment sa fréquentation en hausse ou à l'identique par rapport aux années précédentes. Sur l'ensemble de la saison touristique, le taux de bonnes réponses diminuent mais reste très satisfaisant : 67%.

Ce nouvel afflux de touristes étrangers est confirmé par la majorité des offices de tourisme interrogés. Questionnés sur ce sujet, 39% des professionnels du camping déclarent également une nette hausse de cette population et c'est en bord de mer que les prestataires — tous secteurs confondus — sont les plus nombreux à déclarer un regain d'activité.

En termes de nationalités, les touristes allemands et néerlandais sont moins nombreux qu'auparavant. La destination Gard semble séduire davantage les Anglais, les Belges, les Suisses, les Italiens, les Espagnols ainsi que nos voisins d'Europe du Nord et de l'Est, sans oublier nos lointains cousins d'Amérique du Nord.

Contact Comité Départemental du Tourisme, Barbara Plaidi,
04 66 36 96 42 - plaidi@tourismegard.com

Sources : Comité Départemental du Tourisme
(Service Observatoire Départemental d'Economie Touristique).

Enquête sur le bassin d'Alès 2005 : une saison en dents de scie, globalement meilleure qu'en 2004

Après deux années touristiques difficiles où beaucoup de professionnels ont grincé des dents, notre arrondissement semble avoir tout autant profité des bons résultats de l'été que le reste du département.*

Domage qu'il ait tant plu en septembre...

Qu'en pensent nos principaux responsables d'entreprises touristiques ? Comment jugent-ils la saison ? Pour le savoir, notre animatrice tourisme à la CCI, Mélanie Ruegger, est allée à leur rencontre...

**Sources : Comité Départemental du Tourisme*

Tendance pour les sites touristiques

Cette année, à première vue, les touristes séjournant dans nos vallées ont préféré s'adonner aux activités ludiques plutôt qu'aux activités culturelles.

La faute à la météo estivale, peut être... Et oui, les jours de pluies, les touristes se réfugient souvent dans les musées ! Avec l'été radieux que nous avons connu, l'affluence attendue n'a pas eu lieu. De plus, les visiteurs ont changé de comportement, ils semblent beaucoup plus attentifs à leurs dépenses : ils ne viennent plus par hasard, ils téléphonent d'abord pour se renseigner sur les tarifs.

Ce phénomène a été largement constaté par nos professionnels, en particulier avec les clients étrangers. En revanche, le public gardois est en hausse et les sites à tendance plus familiale s'en sortent mieux que les autres.

De nombreux professionnels pensent également que les touristes ont préféré séjourner ailleurs, effrayés par la communication persistante des médias sur les problèmes liés à la sécheresse et aux restrictions d'eau.

⌘ La Bamboueraie

Témoignage de Joseph Matera



L'avant saison a été timidement inférieure à 2004. Juillet a été relativement mauvais, mais le mois d'août nous a permis de créer l'équilibre par rapport à l'an dernier. Il nous reste à quantifier la clientèle étrangère et les résultats de l'arrière-saison (septembre a mal démarré avec les fortes pluies). Si la fréquentation baisse, c'est peut-être parce que les

touristes préfèrent multiplier des séjours plus courts et moins onéreux, plutôt que prendre de traditionnelles longues vacances.

⌘ Le train à vapeur des Cévennes

Témoignage de François Zielinger



La saison a été meilleure que l'an dernier, mais pas exceptionnelle — et l'avance prise en août a été totalement perdue en septembre suite aux fortes pluies du début du mois. À ce jour, nous sommes en légère baisse par rapport à 2004. En ce qui concerne notre public, nous

avons constaté que notre clientèle étrangère était principalement constituée de néerlandais. Pour 2006, je souhaiterais une meilleure communication groupée.

⌘ La Cocalière



Témoignage de Christophe Bouquet

La saison a été bonne : +9% en juillet, +12% en août ! Et l'arrière-saison s'annonce bien. Il faut dire que nous avons fait de gros efforts en communication.

Notre clientèle vient le plus souvent de l'Ardèche. Nos tarifs sont raisonnables, du coup, les clients consomment beaucoup plus au snack et à la boutique. Et la nouvelle aire de pique-nique créée cette année a permis d'accueillir plus confortablement les visiteurs.

Notre clientèle est internationale, avec une majorité de Néerlandais, Belges, Anglais et Allemands... qui apprécient les traductions de la visite qui leur sont offertes lors de l'achat des billets. Pour les groupes étrangers, nous pouvons effectuer la visite en néerlandais, en anglais ou allemand. En général, ce qui attire les famil-

GRAND'COMBE

Saison-test pour la forêt de fossiles de Champclauson



Découverte vers 1960 suite aux premières exploitations à ciel ouvert par les HBCM, la forêt de fossiles de Champclauson — située sur la commune de la Grand'Combe — s'est ouvert au public pour une première saison touristique, du 1er juillet au 31 août 2005. Grâce à l'initiative de Jacky Souchon, la collection de roches fossilifères qui présente un grand intérêt géologique et paléontologique se découvre au travers d'un circuit thématique accessible aux handicapés. La visite commentée, d'une durée d'1h30, se fait dans un petit train qui amène les spectateurs au cœur d'un amphithéâtre naturel où sont exposés de rares spécimens. Une richesse touristique de plus pour notre région, un atout précieux pour la Grand'Combe.

Renseignements : Jacky Souchon, Forêt de fossiles de Champclauson, 30110 La Grand'Combe 04 66 60 34 65

AERODROME DE DEAUX

Quand on aime aller vite, rien de tel qu'un avion taxi !

Comme nous l'avions dit lors de notre précédent numéro, le potentiel de l'aérodrome de Deaux ne demande qu'à décoller ! Base d'entraînement de vol de plus en plus apprécié, l'aérodrome permet aussi de relier rapidement les grandes métropoles voisines et de traverser sans encombre l'arc méditerranéen. Ceux qui aiment aller vite le savent... Ainsi, c'est en prenant l'avion taxi depuis l'Espagne, les 6 et 7 juillet dernier, que Carlos Sainz, (vice) champion du monde de rallye automobile WRC, est venu s'entraîner sur la piste de Monteils, l'un des circuits du Pôle Mécanique d'Alès. Fans de vitesse ou non, nos décideurs locaux peuvent eux aussi tester les avantages de l'avion taxi pour leurs déplacements professionnels.

Contact : CCI, Pôle Equipements
04 66 78 49 49
stephane.fourdrigniez@ales.cci.fr

les, c'est bien sûr la beauté de la grotte, son accès facile, la possibilité de faire la visite en poussette et le fameux retour en petit train.

Cette année, la Cocalière dépassera les 100.000 visiteurs, ce qui en fait maintenant le premier site naturel le plus visité du Gard.

↳ Musée des Vallées Cévenoles



Témoignage de Daniel Travier

Ce n'est pas une très bonne année. L'avant saison et la pleine saison affichent une réelle baisse. Pourtant nous avons imaginé cet été de nombreuses animations, bien relayées par les médias, ce qui nous a valu une bonne publicité en juillet et août. L'ouverture du château de Saint-Jean, situé sur la place

en nette progression.

Tendance pour les loisirs actifs

Globalement, les prestataires de loisirs actifs et/ou sportifs de l'arrondissement sont très satisfaits de la saison 2005 — contrairement à la plupart de leurs confrères gardois qui ont témoigné auprès du Comité Départemental du Tourisme une baisse de leur activité. Peut-être que la diversité des paysages en Cévennes incite davantage les touristes à la pratique sportive et à la découverte de nouve



J Parapente Sud

Témoignage de Nicole Verboom & Laurent Geoffray

Nous avons eu plus de monde en 2005 qu'en 2004

rées erronées. Finalement, nous avons fait plus que maintenir notre chiffre d'affaires par rapport à 2004. Je suis donc satisfaite de 2005 !

Tendance pour les hôtels et

Tous ceux qui ont joué la carte d'Internet semblent bien plus satisfaits de la saison que les autres. Deuxième sentiment partagé par la plupart des professionnels : les touristes fractionnent leurs départs en vacances et par conséquent, dépensent moins que les années précédentes.

J Lou Cante Perdrix

Témoignage de M. Abbé

Pour nous, la fréquentation a été meilleure cette année. Logis de France à la Vernarède, nous avons reçu cet été 1000 visites par mois sur notre site Internet. Ce support est un vrai plus qui nous amène une nouvelle clientèle étran-

en centre-ville, nous a-t-elle été préjudiciable ? Nous nous adressons au même profil de clientèle. Sans doute aussi, sommes-nous éloignés du pôle gare-aquarium.

Apparemment, beaucoup de musées et sites culturels sont en baisse. Il faut dire que cet été, il n'a jamais plu — or, le moindre jour de pluie nous apporte généralement un flux supplémentaire de visiteurs. Le flux touristique ne semble pas progresser, pour certains même il régresse, et le pouvoir d'achat stagne ou baisse alors que l'offre en sites croît.

Les touristes ne rentrent plus dans les musées par hasard. Il leur faut une motivation culturelle forte. Sans doute s'agit-il d'une frange réduite du tourisme de nos vallées. Ceci explique aussi en partie notre baisse de fréquentation et à contrario un accroissement notoire du taux de satisfaction. L'usage des audio-guides est lui aussi

car nous avons beaucoup travaillé sur la communication. Pourtant la météo nous a causé quelques difficultés cette année : au total, nous n'avons eu qu'un tiers du temps "vitable" sur la saison touristique ! Nous sommes ouverts tous les jours, de début avril à début octobre. La saison prochaine, un nouveau bâtiment verra le jour (avec boutique, salle d'étude, bar à sandwiches) pour accueillir les élèves et les passagers valides et non valides.

Notre activité souffre d'un a priori sur la sécurité. C'est injuste, car le parapente n'est pas dangereux si vous respectez les règles élémentaires de sécurité, ce qui vaut pour tout autre activité sportive. Le parapente est un sport accessible au plus grand nombre, à condition d'être accompagné par des professionnels. Il nous est d'ailleurs déjà arrivé de faire voler des personnes de plus de 80

gère. À l'hôtel, nous avons eu 70% d'étrangers en juillet dont 80% de Belges ! Et la fréquentation du restaurant est en hausse depuis que nous avons changé les menus.

↳ Hôtel Restaurant des Amis

Témoignage de Laurence Bultez

Concernant l'hôtel, la fréquentation n'a pas été exceptionnelle en juillet, mais le mois d'août a été meilleur. Il y a moins de clients étrangers que l'an dernier et leurs séjours ont été plus courts. Ce sont principalement des Belges, des Néerlandais et des Anglais que nous avons reçu — les Allemands ont été moins nombreux qu'en 2004. Côté restaurant, nous sommes un peu déçus, la clientèle pique-nique sans hésiter !

Apparemment, les touristes viennent de moins en moins en été. En plus, les médias ont beaucoup communiqué

sur le manque d'eau et la sécheresse en avant saison. Le manque d'eau s'est conclu par des interdictions de baignades. Le tout n'a qu'entraîné une baisse de fréquentation.

ans et même des handicapés moteurs. Nous sommes formés pour cela et nous disposons d'un matériel adapté. mauvais que ça. De quoi redonner de l'appétit au plus grand nombre !

L'inquiétude vécue en début de saison n'en valait pas la peine. Au final, les résultats ne sont pas si

┆ Le Coq en Pâte

Témoignage de Mireille Roustan

Nous nous attendions à une saison des plus moroses, suite à un tas d'informations qui, fort heureusement, se sont avé-

NB : certains prestataires pensent également que les médias, au travers de leurs communiqués alarmistes sur la sécheresse en avant saison, ont contribué à réduire les réservations, notamment celles des clients potentiels étrangers.

Globalement, les dirigeants de campings ne sont pas mécontents de la saison 2005, considérée comme équivalente à celle de 2004. Tous constatent pourtant une baisse des consommations annexes (épicerie, bar, restaurant...) et, comme d'habitude, une diminution de la durée des séjours.

┆ Camping Les Plans

Témoignage de Nathalie Fernandez

Nous sommes plutôt satisfaits : la fréquentation est en hausse par rapport à 2004, même si la haute saison n'a duré que du 13 juillet au 20 août. L'avant saison a été normale. Seul le chiffre d'affaires du bar est en baisse. Notre clientèle étrangère compte beaucoup de Belges, de Néerlandais, de Suisses et d'Allemands. Personnellement, je pense que ce qui freine notre développement, c'est le fait que la vallée de Mialet est peu connue. Il faudrait une meilleure communication sur ce sujet. Pour information, une demande de panneaux de signalisation pour cette vallée est en cours auprès des autorités.

┆ Camping du Chercheur d'Or

Témoignage de Martine Lacombe

Avec du recul, nous sommes globalement plutôt satisfaits de cette saison. Le locatif a bien marché (nous avons 30 mobil homes) et la fréquentation du camping classique a été meilleure qu'en 2004. En juillet, nous avons eu du monde, beaucoup de Belges, de Suisses et de Néerlandais. Mais ça n'a pas été l'euphorie pour autant... Le manque d'eau dans les rivières nous a été préjudiciable car dans notre clientèle nous avons beaucoup d'amateurs d'orpaillage, des pêcheurs et bien sûr des baigneurs. De plus, les achats à l'épice-

Toutes ces informations ont été recueillies du 1^{er} au 15 septembre 2005 par Mélanie Ruegger, animatrice tourisme à la CCI.

┆ Domaine de la Sablière

Témoignage de Mme Cespédes

En tant que gestionnaire du camping, dans l'ensemble, j'ai constaté que la saison a été moins bonne que l'an passé en chiffre d'affaires (-3,5%) malgré une fréquentation familiale en hausse de 3% avec des séjours plus courts.

Les Français sont en augmentation (+4%) ainsi que les Néerlandais (+8%), les Belges (+5%). En baisse : les Suisses (-3,5%), les Allemands (-7%). En chute libre : les Anglais (-25%).

À mon avis, les Français ont privilégié des vacances familiales plus proches compte tenu de leur budget. En ce qui concerne les Néerlandais, ils ont effectué un retour vers la France car les vacances en Croatie coûtent le même prix que chez nous mais le voyage est plus long, donc plus coûteux. Quant aux Allemands, ils sont sensibles à la sécheresse, surtout en avant saison où ils viennent faire du canoë-kayak sur nos rivières — de plus, la Croatie est plus proche pour eux. Et les Anglais ? Très sensibles à la sécheresse, ils ont privilégié la côte ouest, l'Atlantique. Ils sont très attachés au green : le vert de leur pelouse leur manque même en vacances !

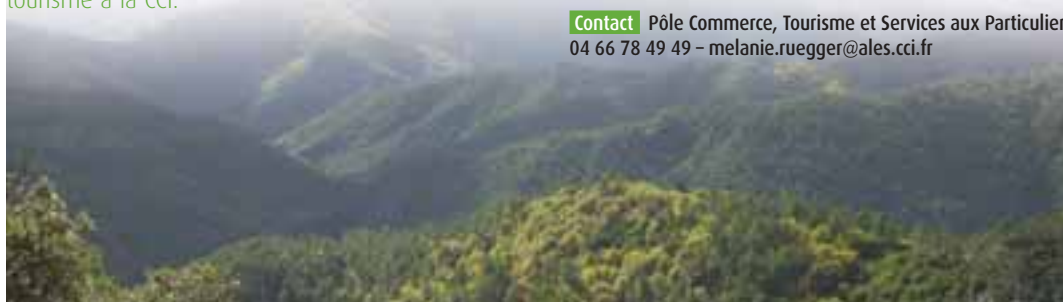
Le locatif a mieux fonctionné que le camping classique, ce qui confirme la tendance ressentie depuis quelques années. La tente toute équipée — prête à vivre et très confortable — ainsi que le concept de résidence mobile, sont de plus en plus appréciés par les vacanciers.

Les commerces annexes (magasin et restaurant) n'ont pas subi de baisse et se sont maintenus au chiffre d'affaires de 2004.

En tant qu'administratrice de la FHPA, je pense que notre profession a souffert de la fixation des médias sur la sécheresse, qui pour les touristes est synonyme de chaleur, donc de désagréments — ce qui n'a pas été le cas.

Enfin, en termes de communication, ce qui est essentiel pour nous, Internet est en train de devenir un moyen de développement réellement indispensable.

Contact Pôle Commerce, Tourisme et Services aux Particuliers
04 66 78 49 49 - melanie.ruegger@ales.cci.fr



Valorisons l'offre touristique sur le web Le réseau est prêt, rejoignez-nous !

L'idée se concrétise : l'offre touristique des Cévennes aura bientôt son système marchand sur le web ; une vitrine multi-sites où l'on jouera la transparence au bénéfice de tous, à commencer par le consommateur final qui pourra réserver l'ensemble de son séjour en libre-service, sans intermédiaire. Tous les partenaires institutionnels sont déjà sur la même longueur d'onde. Lancement dès 2006 !

Listes des institutions et groupements intéressés au projet

Office de Tourisme :

Alès, Anduze, Allègres-les-Fumades, Florac, Genolhac, La Grand Combe, Pont de Montvert, Saint-Ambroix, Vallée Borgne, Vézénobres.

Communautés de Communes :

Autour de Lédignan, Cévennes Actives, Grand Alès, Hautes Cévennes, Pays Grand Combien, Ranc d'Uzège/Pays de Cèze, Région de Vézénobres.

Pôles Touristiques :

Cévennes Mont Lozère, Pays Cévenol, Piémont Cévenol.

Institutions publiques :

La CCI de Nîmes et l'antenne du Vigan, la Chambre d'Agriculture du Gard, la CCI DE la Lozère, le Comité Départemental du Tourisme, le Parc National des Cévennes, le syndicat mixte Pays de Cévennes.

Institutions privées :

Association départementale des Gîtes de France, Cévennes Eco-Tourisme, Foyers Ruraux du Gard, Le Chemin de Stevenson.

Un été constructif pour un projet structurant

Durant toute la saison estivale, les élus au Pôle Tourisme et les techniciens de la CCI ont poursuivi leur démarche de sensibilisation auprès des institutionnels et des grands réseaux de professionnels travaillant sur les zones des Cévennes. Depuis le mois de juin dernier, une vingtaine de réunions ont ainsi été animées et organisées par la CCI pour que ce projet voit le jour début 2006.

Le principe du projet et la technologie permettant de commercialiser l'offre touristique des professionnels sans intermédiaire ont fait l'unanimité. Du syndicat mixte "Pays de Cévennes" au Parc National en passant par l'association départementale des Gîtes de France, tous sont prêts à apporter leur soutien à ce projet. Tous sont convaincus que cet outil est désormais indispensable au développement touristique local.

Le système est ouvert à tous

Initié par la CCI Alès-Cévennes, ce projet de système marchand vise à rendre plus lisible et plus accessible l'offre touristique de notre territoire.

En terme de *lisibilité*, l'idée est de proposer un système alimenté directement par les professionnels locaux du tourisme. Soyons clair, personne ne veut d'un portail où le consommateur s'adresse à un "tour operator" ! L'objectif est de créer une plateforme de commercialisation sans intermédiaire où l'internaute pourra visualiser l'ensemble des disponibilités offer-



image non contractuelle

tes en termes d'hébergement et d'activités. Ensuite, libre à lui de faire son "panier" avec les prestataires de son choix. En terme d'*accessibilité*, ce système permettra à chaque internaute de réserver en ligne l'ensemble de son séjour dans les moindres détails. Et cela au centime près. Ce choix pourra se faire depuis n'importe quel

ordinateur, avant le départ en vacances ou une fois arrivé sur place. Ainsi, par exemple, les offices de tourisme ou les réceptions d'hôtels sollicités pourront effectuer eux même ce travail de réservation et de paiement pour le compte de leurs clients.

Dans moins de 5 ans, 70% du CA touristique passera par le web !

Plusieurs rapports d'experts le confirment : c'est dès maintenant qu'il faut amorcer le virage de la commercialisation sur internet car dans un délai de 5 ans, 70% du chiffre d'affaires touristique se fera par ce canal de vente. Et bien entendu, seules les entreprises qui auront pris les devants seront gagnantes...

Unissons-nous dès aujourd'hui

Ne ratons pas le tournant. Le lancement de cette plateforme en 2006 nécessite une prise de conscience collective dès aujourd'hui : plus l'offre sera grande, plus le projet sera efficace. C'est pour cela que la CCI souhaite l'implication de tous.

Contact Pôle Commerce, Tourisme et Services aux Particuliers
04 66 78 49 49 - tourisme@ales.cci.fr