



Vitrine Cévennes

tout est en place pour une très belle saison

Avec les nouveaux outils de promotion et de commercialisation développés cette année pour www.cevennes-tourisme.fr, la saison 2008 promet de beaux résultats...



Ils ont toujours une bonne longueur d'avance sur leurs concurrents, les 134 adhérents à la "Vitrine Cévennes" ! Chiffres à l'appui, 60 d'entre eux l'ont à nouveau constaté le 6 février, lors de la rencontre CCI axée sur l'évolution du e-tourisme et les nouveautés 2008 de www.cevennes-tourisme.fr.

Le commerce sur Internet, c'est d'abord de l'e-tourisme

1^{re} bonne nouvelle, annoncée par le Cabinet d'études marketing 4V : les produits touristiques sont toujours au 1^{er} rang mondial des achats en ligne, avec 4,2 Mds€ de volume d'affaires réalisé en 2006 dans notre pays. Oui, le *business* sur

Internet, c'est d'abord de l'e-tourisme. La tendance se maintient alors que l'e-commerce explose (+40% par an !). Autres phénomènes constatés : l'Europe à 25 confirme sa place de 1^{er} marché planétaire avec 230 millions internautes et de plus en plus de femmes *surfent* sur le thème des voyages, notamment en France, où 63% des internautes sont maintenant des acheteurs en ligne - ce qui représente 19 millions d'acheteurs pour 30 millions d'utilisateurs (source Médiamétrie 2007). Enfin, parmi ces consommateurs, ce sont les +50 ans et les "CSP -" qui progressent le plus vite. L'achat en ligne se démocratise donc pour de bon - et c'est tant mieux !

Les sites publics sont les mieux cotés

2^e bonne nouvelle : l'Internet est non seulement le moyen le plus utilisé pour préparer ses vacances mais en plus, ce sont les sites d'organismes publics qui sont le plus plébiscités (73% contre 70 pour les sites privés de voyages dégriffés). La compétitivité des tarifs ne fait donc pas tout, il faut aussi savoir s'attirer la confiance des clients... 4V recommande d'ailleurs de se mettre systématiquement à la place du touriste dans son processus d'achat, puis de s'adapter en conséquence... Les nouveautés 2008 mises en place par la CCI devraient largement vous y aider. Lisez ce qui suit pour comprendre...

Nouvelles idées = nouveaux achats

Pour déclencher le processus d'achat chez un touriste, la première étape selon 4V, c'est de

donner envie, en proposant des offres spéciales et des idées de circuits. Bingo ! La rubrique "Idées-Séjours" de www.cevennes-tourisme.fr s'enrichie cette année de nouvelles thématiques saisonnières (plusieurs packs sont déjà prêts et vous pouvez devenir "force de proposition" sur les prochains, en envoyant vos suggestions à cevennes-tourisme@ales.cci.fr).

Un bon référencement, quoi de plus "naturel" ?

C'est bien d'avoir de bonnes idées, mais encore faut-il être vu et facilement trouvé. Dans ce domaine aussi, la vitrine sait se distinguer. Tous les liens avec les professionnels et les institutions touristiques ont été maximisés avec les *marques blanches* (cf. Synergies 10) et le travail de référencement naturel – ainsi que l'achat de mots-clés – s'intensifient pour améliorer en permanence la position de la vitrine Cévennes auprès des moteurs de recherche européens.

L'attractivité, gage de succès

Ce que les clients attendent aussi d'un site internet touristique marchand, c'est une certaine qualité de présentation et de service. Pour gagner en lisibilité, faciliter la navigation et l'accès aux informations, la vitrine s'offre donc **une nouvelle page d'accueil "Réserver en ligne"** et une **nouvelle rubrique "Hébergement"** (avec une page descriptive par hébergeur et, sur chacune de ces fiches, la possibilité de réserver en ligne avec les marques blanches).

Valorisez vos contenus et faites les traduire

Dans le processus d'achat des touristes, il reste un élément à ne pas négliger : la clarté de vos offres commerciales. Vos informations doivent être régulièrement actualisées, rapides d'accès, précises, fiables, personnalisées, et surtout bien traduites dans la langue natale de l'internaute. Ce n'est pas qu'un détail... D'après 4V, l'absence de traduction est le principal reproche qu'émettent les étrangers à ce sujet. Et se passer de traduction est un handicap d'autant plus gênant qu'il engendre souvent des litiges commerciaux. Avant le démarrage de la saison, testez donc la nouvelle option proposée aux adhérents : **un service de traduction professionnelle** (commerciale et juridique), en anglais (pour commencer), **pris en charge par la CCI à hauteur de 40% dans la limite de 1500 mots par abonné**. Concrètement, 1500 mots à 10



centimes d'euro le mot traduit, cela devrait vous coûter 150€ mais vous ne paierez que 90€ – la CCI se chargeant des 60€ restants. "Interesting, isn't it ?"

Sécurisez vos paiements... et allégez vos frais de 60 % avec PAYBOX

Sachant que 50 % des touristes (et 65 % des anglais) aiment pouvoir payer en ligne leur réservation, mieux vaut être équipé d'un système monétique multicarte. La plupart sont coûteux parce que la commission prélevée sur les ventes est élevée, mais il existe des solutions bien moins chères et tout aussi performantes. Ainsi, après comparaison, la CCI et ses partenaires vous recommande la société **PAYBOX, n°2 de la vente en ligne sur le marché français**. La solution de paiement sécurisé en ligne *Paybox* fonctionne avec toutes les cartes bancaires et n'implique pas la souscription d'un compte auprès d'une nouvelle banque. Et surtout, il n'y a pas de commission prélevée sur les ventes mais juste 100€ de frais de mise en service et un coût fixé par transaction, proposé à des **conditions préférentielles** aux adhérents de la vitrine Cévennes : **150€ par an pour 100 transactions** (et 0,66 centimes d'euro à partir de la 101^e transaction effectuée dans l'année).

Un "coup de push" tous les jours, ça aide aussi

Pour dynamiser le chiffre d'affaires collectif, la CCI renforce aussi le "push marketing" et les actions de promotion initiés l'an dernier :

campagnes de **relations presse** grand public (cf. Sylvie Blin), parution d'**annonces pub** dans divers supports spécialisés (Languedoc Sun, Guide 2008 des Logis, Club des sites remarquables,...), distribution de **cartes touristiques** avec le CDT et les Offices de tourisme, organisation de **jeux-concours sur Internet**, diffusion d'une **newsletter** aux clients recensés grâce à la rubrique "Nous contacter" (2000 adresses au minimum). Enfin, cerise sur le gâteau, l'installation de **bornes interactives Cévennes dans l'aéroport de Nîmes** est également prévue d'ici quelques semaines. Affaire à suivre, sur l'espace pro de www.cevennes-tourisme.fr !

Contact : CCI, Pôle Commerce, Tourisme et Services aux Particuliers - 04 66 78 49 49

Quelques autres bons conseils pour bien vendre sur Internet...

Avez-vous lu le **Guide des bonnes pratiques** réalisé par Marie-Hélène Carrière, du Cabinet FIDAL ? Inclus en annexe du dossier remis aux adhérents présents à la réunion CCI du 6 février, ce document compile tout ce qu'il faut savoir en matière d'obligations d'éditions électroniques, de conditions générales de vente en ligne, de passation de commandes, de promotion par courriels et de publicité sur Internet... Indispensable !



Sélection 2008

- **Allemagne** : *La fille sans qualités*, de Juli ZEH, éditions Actes Sud
- **Autriche** : *Un plus grand espoir*, de Ilse AICHINGER, éditions Verdier
- **Belgique** : *Boulevard périphérique*, d'Henri BAUCHAU, éditions Actes Sud
- **Danemark** : *Cochon d'Allemand*, de Knud ROMER, éditions Les Allusifs
- **Autriche** : *Le fils de l'accordéoniste*, de Bernado AXTAGA, éditions Christian Bourgois
- **Finlande** : *Le bestial serviteur du pasteur Huuskonen*, d'Arto PAASILINNA, éditions Denoël
- **France** : *Le dernier frère*, de Natacha APPANAH, éditions L'Olivier
- **Grande Bretagne** : *De la beauté*, de Zadie SMITH, éditions Gallimard
- **Italie** : *La première main*, de Rosetta LOY, éditions Mercure de France
- **Portugal** : *Les intermittences de la mort*, de Jose SARAMAGO, éditions du Seuil
- **Suède** : *Les larmes de Tarzan*, de Katarina MAZETTI, éditions Gaïa

Le roman européen à l'honneur en Cévennes

Avec une 2^e édition parrainée par les plus hautes instances, le Prix Cévennes peut prendre toute la place qu'il mérite dans le nouveau paysage littéraire européen.

Promouvoir les Cévennes en organisant sur Alès un concours européen dédié aux romanciers, aux éditeurs et aux libraires indépendants, voilà la belle idée développée l'an dernier par Francis Cabanat, président de la CCI Alès-Cévennes, et Jean-Marc Sevestre, directeur des librairies Sauramps. En quelques mois, la première édition du **Premier prix du roman européen** qu'ils ont organisé à Alès avec le soutien du Monde des Livres et de grands libraires francophones d'Europe a remporté un beau succès d'estime auprès des professionnels du secteur mais aussi auprès des hautes instances nationales et européennes. Pour preuve, cette année, la deuxième édition du Prix Cévennes se déroulera en effet **sous le haut patronage du ministère des Affaires Etrangères et Européennes et de la présidence de l'Union Européenne** à travers

son Ambassade et son Ambassadeur à Paris, Son Excellence Monsieur Janez Sumrada.

Soutiens renouvelés

L'événement 2008 est également soutenu par le journal *Le Monde* et ses correspondants européen, afin d'établir une communication régulière sur les sélections d'ouvrages, les comptes-rendus des libraires ayant participé aux premières sélections et les délibérations du jury européen.

Onze ouvrages en lice

Onze ouvrages choisis par les libraires participants au concours ont été présentés aux jurés le 15 février (lire ci dessous). **Cinq finalistes** seront nommés après délibération du jury du 16 au 18 mai et **la remise du Prix aura lieu le 14 juin**. Trois récompenses attendent le lauréat de cette année : le trophée *Prix Cévennes*, un chèque de 20 000 € et – nouveauté 2008 – une couverture médiatique tout au long de l'année assurée par le réseau des libraires participants à d'autres manifestations culturelles dans de grandes villes d'Europe : Paris, Rome, Amsterdam, Bucarest, Prague, Genève, Vienne...

Contact Prix Cévennes : CCI Alès-Cévennes, Caroline Pieraggi - 04 66 78 49 49
contact@prix-cevennes.com - www.prix-cevennes.com

Prix Cévennes : 10 librairies partenaires

Librairie Sauramps, Montpellier • Librairie Sauramps, Alès • Librairie Mollat, Bordeaux • Librairie Ombres Blanches, Toulouse • Librairie Passages, Lyon • Librairie Dialogues, Brest • Librairie Maison du Livre, Rodez • Librairie L'Armitière, Rouen • Librairie La Galerie, Le Havre • Librairie Folies d'encre, Montreuil • Librairie Comptoir des Mots, Paris.

Membres du jury 2008

Alberto MANGUEL
essayiste, romancier, traducteur, critique littéraire, directeur de collection

Pierre-Yves PETILLON
écrivain, spécialiste de la littérature américaine

René de CECCATTY
romancier, essayiste, traducteur et éditeur

Margot DIJKGRAAF
auteur, critique littéraire et directrice du Centre culturel académique Spui25 (Amsterdam)

Takis THEODOROPOULOS
auteur et éditeur (Athènes)

Geneviève BRISAC
écrivain

Georges NIVAT
écrivain, spécialiste de la littérature russe

Mécénat culturel : du don à l'investissement gagnant

Qu'on se le dise : le mécénat n'est plus réservé qu'aux grands groupes ! Avec le dispositif fiscal actuel, même les PME peuvent se distinguer dans ce domaine. Un atout de plus pour la notoriété de notre territoire.

Bien que son poids ne cesse de grandir, passant de 343 millions d'euros en 2000 à 1 milliard en 2005, le mécénat culturel est encore aujourd'hui trop souvent perçu par les entrepreneurs français comme le privilège des grands groupes. Pourtant, depuis la loi du 2 août 2003 et son dispositif fiscal très incitatif, les PME sont entrées en connivence avec la culture comme en témoigne le nombre florissant de manifestations, trophées, rencontres organisés en binôme par les CCI et les DRAC (Directions Régionales des Affaires Culturelles). Le don n'est donc plus à considérer comme un investissement sans retour, mais comme un véritable placement qui permet aux entreprises de soutenir l'intérêt général et de valoriser leur environnement immédiat.

Bonus pour l'image

À la différence du *sponsoring* qui sert à promouvoir les produits et marques, le mécénat culturel valorise l'image institutionnelle de l'entreprise auprès d'un **large public**, tout en créant un **effet miroir** positif auprès des salariés. Accompagner un événement culturel, participer à la réfection d'un monument, contribuer à la restauration d'une fresque, soutenir un festival de musique ou de cinéma deviennent alors autant d'actions possibles à intégrer dans le plan de communication d'une PMI-PME.

Bonus pour l'imposition

Dans la limite d'un plafond annuel de 0,5 % du chiffre d'affaires de l'entreprise, le mécénat culturel permet de bénéficier d'une **réduction de l'impôt sur les sociétés à hauteur de 60 %**

du montant du don, avec une possibilité de report de 5 ans en cas de dépassement ou de déficit. Ce chiffre peut aller jusqu'à **90 % de réduction pour l'acquisition d'un trésor national ou d'une œuvre d'intérêt patrimonial majeur** au profit d'une collection publique.

Bonus pour les relations publiques

Lors de l'établissement d'une convention de mécénat, en plus des engagements des deux parties, l'entreprise peut recevoir des contreparties qu'elles souhaitent obtenir. Cela concerne essentiellement la communication et les relations publiques et ces avantages **sont plafonnés à hauteur de 25 % du montant du don**. À titre d'exemples de contreparties, on peut citer des billets d'entrée pour spectacles, des visites privées, l'insertion du logo de l'entreprise sur les outils de promotion, la mise à disposition d'espaces de réception et bien d'autres encore à imaginer ensemble.

Devenir donateur, oui, mais auprès de qui ?

En Languedoc-Roussillon comme en Cévennes, d'innombrables opportunités de mécénat sont envisageables. Les dons peuvent être adressés aux organismes d'intérêt général, aux associations à but non-lucratif, aux collectivités locales, à l'Etat et à ses établissements publics, aux fondations, aux organismes du spectacle vivant pour leurs activités de diffusion (à l'exclusion des organismes constitués en sociétés), ainsi qu'à certains établissements d'enseignement publics ou privés agréés.

À titre d'exemples sur la région alésienne, citons le *Festival cinématographique Itinérances* d'Alès,

le *Festival de la parole à Barjac*, le *Festival des cordes sensibles* à Saint-Ambroix, le spectacle théâtral *Campagn'art* à Vézénobres, la restauration du château de Portes, le soutien aux musées locaux... et le *Prix Cévennes* – 1^{er} prix du roman européen !

Comment "donner" ?

Vous pouvez effectuer un don en numéraire mais également en compétences par la mise à disposition de salariés de l'entreprise, ce qui permet de valoriser ses savoir-faire et en nature par le don ou le prêt de matériel ou d'espaces.

Le saviez-vous ?

Selon l'ADMICAL (Association pour le Développement du Mécénat Industriel et Commercial), 18% des entreprises de plus de 200 salariés font du mécénat. 53% sont des PME et 57% sont implantées en région.

Domaines d'application du mécénat culturel

- La sauvegarde, l'enrichissement et la valorisation : monuments, musées, livres, archéologie,...
- La diffusion du spectacle vivant : musique, danse, théâtre, cinéma, cirque.
- Le soutien à la création contemporaine par l'acquisition d'œuvres originales d'artistes vivants.
- Le soutien à l'interprétation musicale par l'achat et le prêt d'instruments de musique à des musiciens de haut niveau
- La diffusion de la littérature, de la langue et des connaissances scientifiques françaises
- Les actions au croisement de la culture et du social...

Contacts

- Pour tout renseignement : CCI Alès-Cévennes, Caroline Pieraggi – 04 66 78 49 49
- DRAC Languedoc-Roussillon, Véronique Cotteceau – 04 67 02 35 21
- Informations relatives au mécénat industriel et commercial : www.admical.com
- Modèle de convention : www.culture.gouv



Clubs de tourisme : les projets fourmillent...

A la demande de leurs adhérents, les clubs de tourisme local se réunissent régulièrement pour aborder de nouvelles pistes de développement collectif. L'an dernier, une dizaine de rencontres ont été ainsi organisées pour travailler sur divers sujets, tels que les démarches environnementales, l'évolution de l'économie touristique des Cévennes, les salons professionnels, le marché des séminaires et la mise en réseau des membres des clubs sur Internet. Et maintenant, en 2008 ? Plusieurs projets sont envisagés. L'un d'eux concerne la création d'une rubrique Tourisme sur le site CCI, avec forum et **guide des savoir-faire touristiques locaux**. Mais la priorité de ce printemps, c'est de s'impliquer dans le programme d'amélioration de l'exploitation économique du secteur, un dossier clé, issu de la 2^e Conférence Economique Départementale et qui prévoit notamment le déploiement généralisé de **diagnostics Hygiène** dans la restauration, ainsi que l'encouragement aux démarches de labellisation régionale comme **Qualité Sud de France** (lire ci-dessous).

Contact (Club des Prestataires de loisirs, Club des Hébergeurs professionnels, Club des Hôteliers de Plein Air) : CCI, Pôle Commerce, Tourisme et Services aux Particuliers 04 66 78 49 49



Bonne démarche pour vos affaires

Adhérer à Qualité Sud de France quand on gère un établissement touristique, c'est faire "d'une pierre deux coups" en obtenant à la fois la **marque nationale Qualité Tourisme™** et le **label régional Sud de France**. Une démarche dynamisante, validée par l'Etat et mise en place au 1er février par le CRT en partenariat avec le Conseil régional, les Conseils généraux, la CRCI et les CCI. But visé : valoriser la destination Languedoc-Roussillon (en France et à l'étranger), par la promotion à grande échelle d'une offre touristique territoriale harmonisée, positive et sécurisée – c'est-à-dire plus lisible et mieux apte à répondre aux attentes des clients. Six filières professionnelles sont actuellement concernées, à commencer par l'hôtellerie et l'hôtellerie de plein air. Sachez aussi que pour vous aider à recevoir cette double agrémentation, la CCI est prête à vous accompagner en établissant un pré-audit et en évaluant, avec vous, les mesures correctives à apporter avant qu'un visiteur mystère ne vienne chez vous pour l'audit de validation. Faites un premier test sur www.qualite-sudfrance.com et rencontrez-nous pour connaître l'ensemble de la procédure, le suivi de la satisfaction client, les formations, les actions de médiatisation,...

Contact : CCI, Pôle Commerce, Tourisme et Services aux Particuliers - 04 66 78 49 49



Nouveaux entrants cévenols au Club des sites touristiques du Gard

Avec l'arrivée de 10 nouveaux entrants début 2008, le Club des sites touristiques du Gard compte aujourd'hui 35 sites-membres dont 7 du territoire Alès-Cévennes : la Bambouseraie, le Château de Saint-Jean du Gard, la Grotte de Trabuc, le Musée du Désert, le Musée des Vallées Cévenoles, le Préhistorama et le Train à vapeur des Cévennes.

Contact : CCI, Pôle Commerce, Tourisme et Services aux Particuliers 04 66 78 49 49



Hôtel**
Restaurant
Séminaires
Réceptions
Mariages



Cadre de grande élégance
Une cuisine préparée avec goût et talent
42, place Pierre-Semard
30100 ALES
Tél. 04 66 86 00 33
Fax 04 66 30 02 63 - www.leriche.fr