



RHÔNE-ALPES ÉCONOMIE

Comment se démarquer des offres standard d'hébergement, de restauration et de loisirs, pour gagner en valeur ajoutée ? En région Rhône-Alpes, des professionnels du tourisme et des territoires ont engagé la réflexion et affûté leurs prestations. Offres vertes, éco-responsables, ludiques ou design... toutes les pistes cohabitent pour anticiper la demande d'une clientèle en attente de différenciation.

L'innovation touristique gagne Rhône-Alpes

Selon l'Organisation mondiale du tourisme, la France est le premier récepteur de touristes au monde (74,2 millions de visiteurs en 2009), mais elle figure seulement au troisième rang en termes de richesse générée par les visiteurs internationaux. L'Espagne, bien que située en troisième position pour les arrivées, se classe quant à elle au deuxième rang mondial en 2008 et 2009, derrière les États-Unis. Un différentiel qui s'appuie sur des atouts bien identifiés. En 2011, l'étude KPMG sur l'analyse comparée des centres de profits entre les industries touristiques françaises et espagnoles relève les avantages concurrentiels ibériques. Sont notamment cités l'hôtellerie "resorts" pour la commercialisation et son positionnement (trois et quatre étoiles), les grandes infrastructures de congrès, très compétitives, le secteur des croisières,

doté d'un volume d'investissement de 285 M€ sur la période 2009-2013, ce qui a permis d'adapter les ports espagnols à l'accueil des navires de croisière. Enfin, l'anticipation, dès 1985, du marché des seniors, appuyée par une politique sociale d'aide aux départs en vacances. Cette stratégie a permis de lisser la fréquentation hors saison, de maintenir le niveau de la consommation touristique et de pérenniser les emplois dans les stations balnéaires. Bien que structurellement très différentes, les industries touristiques françaises et espagnole se trouvent confrontées, chacune à leur mesure, à des problématiques de rénovation et de repositionnement. Avec une longueur d'avance pour l'Espagne. "Depuis 10 ans, le gâteau du tourisme ne grossit plus. Désormais, c'est la qualité qui fera la différence", affirme Bruno Tamaillon,

dirigeant de Tam's Consultants, à Voiron, en Isère, société spécialisée dans l'ingénierie touristique intervenant dans le quart Sud-Est de la France. L'enjeu du tourisme réside ainsi plus que jamais sur les gains en valeur ajoutée.

L'attractivité de Rhône-Alpes

En 2009, Rhône-Alpes demeurait la première région touristique française en termes d'investissement avec 1,14 milliard d'euros injectés dans le secteur. C'est aussi la destination française qui attire le plus grand nombre de visiteurs

152,9 millions

de nuitées ont été enregistrées en 2010 en Rhône-Alpes. Source : La Mitra.



© D. Lattard

DRÔME

Un jardin aquatique, atout ludique dans un site d'exception

Le camping l'Hirondelle à Menglon, dans le Diois, est intégré au cœur d'un site naturel aux atouts géographiques d'exception, prisés par une clientèle fidèle d'Europe du Nord, ainsi que locale et régionale. En 1996, Michel Le Balc'h, gérant, procède à de premiers investissements, et crée deux piscines, 20 chalets, 20 mobil homes, pour un total de 100 emplacements, dont des implantations en bord de rivière. Le site évolue alors vers le concept de centre de loisirs, en conservant un ancrage fort pour le tourisme familial et nature. Depuis 2008, le processus d'extension s'est poursuivi : 170 emplacements sur 14 hectares, avec 400 m² de blocs sanitaires de proximité. "L'objectif est une montée en puissance qualitative, en répondant aux aspirations des touristes." En 2010, la fréquentation progresse et l'engagement est pris de créer une zone humide de 300 m², sur lesquels sont implantés 16 jeux d'eau aux formes ludiques et colorées : fleurs, serpents, arbres, arcs en ciel, et 600 m² de plage. Ce jardin aquatique, opérationnel en juin 2011, a mobilisé 160 000 euros, la maîtrise d'œuvre étant assurée par Michel Le Blac'h en personne, ingénieur de formation. Dès février dernier, les 800 réservations estivales étaient bouclées. Le concept séduit grâce à Internet, premier vecteur de commercialisation. La société qui a réalisé 580 000 euros de chiffre d'affaires en 2010 table sur un prévisionnel proche du million d'euros, en 2011.

hexagonaux : 18,5 % des Français sont venus au moins une fois dans la région au cours de l'année 2009, suivie par Provence-Alpes-Côte d'Azur (PACA, 17,6 %), l'Île-de-France (15,5 %) et le Languedoc-Roussillon (13,4 %). La clientèle étrangère assure, quant à elle, 34 % des nuitées touristiques globales, soit une part très proche de la moyenne nationale (36 %). Au total, l'industrie touristique génère, en Rhône-Alpes, 105 310 emplois (salariés et non salariés), en progression de + 7,5 % depuis 2006. Unique en son genre à l'échelle d'une région, la Mission d'ingénierie touristique Rhône-Alpes (Mitra), émanation du Conseil régional, a pour but

d'accompagner la performance de l'économie touristique rhônalpine, en apportant aux professionnels et institutionnels des contenus et des savoir-faire. Elle est l'instigatrice des trophées Innovation et Tourisme Rhône-Alpes, remis par Rhône-Alpes Tourisme, de concert avec la Chambre de commerce et d'industrie de région Rhône-Alpes. La Mitra lance par ailleurs tous les deux ans un appel à projets touristiques innovants. Il vise l'aide à l'ingénierie touristique, le soutien des projets en phase de commercialisation ou le support stratégique et financier des projets effectifs. L'écotourisme, le tourisme durable, le tourisme adapté, qui comptent

DOSSIER **Tourisme**

parmi les tendances émergentes du marché, sont quelques-uns de ses champs d'intervention. Et, sur ce plan, Rhône-Alpes détient des atouts spécifiques : "Un nouveau touriste se dessine, qui est à la recherche de valeurs, de sens, de ressourcement, de régénération, d'une certaine authenticité, loin

Un nouveau touriste se dessine, à la recherche de valeurs, de sens, de ressourcement

des strass et des paillettes, du stress et du business," note l'étude 2007 réalisée par la Mitra sur l'innovation dans le tourisme. Une tendance de fond, à laquelle se combinent de nouveaux modes de consommations : "Internet, la concurrence et la pratique des courts séjours font augmenter le niveau d'exigence des clients. On assiste à la mixité des pratiques, parfois dans le même séjour, qui voit se succéder des prestations de base et des prestations à forte valeur ajoutée, pour lesquelles le client, pré-informé, recherche un interlocuteur/conseiller très qualifié." D'où la nécessité d'une réforme en profondeur des offres existantes, afin d'être en adéquation avec ces nouvelles aspirations. Consciente de l'enjeu du tourisme pour la région, la commission Tourisme de la CCIR Rhône-Alpes, présidée par Roland Bernard, s'est emparée du sujet : "Fondamentalement, l'innovation porte dans la quête du "mieux travailler", en responsabilisant les principaux acteurs du tourisme dans la rénovation sociale partagée. Cette tendance se manifeste par l'essor des labels écodurables, qui supposent de changer nos méthodes de management. S'il n'existe pas d'ancrage dans ces démarches responsables, la profession risque d'être vite dépassée !"

Les loisirs : un temps fédérateur

"En période de crise, la demande de loisirs est forte, même si la consommation reste limitée au plan budgétaire. Plus la vie est stressante, plus le recentrage sur la



HAUTE-SAVOIE

Lake-montagnes créé l'émulation en station

Un pour tous, tous pour un ! Telle pourrait être la devise de Nicolas Rolland, cogérant avec son frère Jonathan du restaurant d'altitude Le Télémark Café, à La Clusaz, et instigateur du réseau Lake-montagnes. "Après plusieurs hivers sans neige, nous avons mesuré l'enjeu de ne plus soumettre notre activité aux aléas climatiques", expliquent-ils. Ils acquièrent et rénovent le chalet-refuge Vé la Marie à Noré, dédié aux séminaires et incentives, et innovent en créant The Camp de Base, Bivouac Expérience, une tente dôme géante, aménagée pour des séminaires dans la neige. Avec la création du portail Internet Lake-montagnes.com, le pari est alors d'impulser une synergie entre les prestataires locaux, hiver comme été, pour pallier les pics de saisonnalité et l'absence de neige. "Cette mutualisation de moyens permet d'offrir un catalogue de prestations toute l'année, et donne vie à des initiatives en réseau, fédérant des acteurs du tourisme." Ils proposent, avec leurs partenaires, plusieurs offres à la carte, comme l'organisation clé en main de mariages inédits, ou les BBQ Party – déjeuners ou dîners en extérieur, avec remorques. "Tous nos partenaires sont certifiés 100 % réseau Lake-montagnes, un gage de qualité, et ont compris l'enjeu d'une offre complémentaire." Fin 2010, la société SG Conseils a réalisé 1,2 M€ de chiffre d'affaires, avec six postes en CDI, contre 598 000 €, en 2007, avec des salariés saisonniers. www.lake-montagnes.com

Congrès RENATOUR : l'innovation touristique à l'honneur

La CCIT du Roannais, en lien avec l'ACFCI et la CCIR Rhône-Alpes accueillera le 46^e Congrès national des conseillers tourisme des Chambres de commerce et d'industrie, en présence d'une centaine de congressistes (conseillers tourisme et innovation des CCIT) de toute la France, du 21 au 23 septembre 2011. Cette édition sera consacrée à l'innovation dans les entreprises touristiques. Perspective des débats : quel tourisme à l'horizon 2020 ? Quelles attentes des consommateurs ? En quoi l'innovation est-elle une réponse à ces nouvelles aspirations ? L'innovation, quelles applications dans l'offre et les services ?

Pour vous inscrire : www.roanne.cci.fr

vie familiale s'intensifie, avec la quête d'un lieu de solidité. Ainsi, le temps de loisirs devient fédérateur. D'où un impact déterminant sur le tourisme de proximité, régional notamment," note Bruno Tamaillon. La quête du bien-être sous-tendue par les prestations nature et environnement, les soins et le tourisme

En période de crise, la demande de loisirs est forte

anti-âge est l'un des axes clés de l'essor touristique des dix prochaines années. Innovations concrètes dans le domaine de l'écoconstruction à laquelle s'associe un certain art de vivre : les œnolodges, dans le Beaujolais, qui allient pour la conception de cet habitat de plein air haut de gamme un design inspiré des ca道les du cru, avec une offre authentique portant sur la dégustation des produits du terroir. Ou bien, encore, dans un registre plus familial et convivial, le Pack Tribu des Roulottes Créatives, dans la Loire, une roulotte évolutive pour un tourisme nomade, tout au long de l'année. Ces deux concepts d'hébergement innovants, privilégiant le bien-être et une logique de développement durable, ont été nommés aux trophées Innovation et Tourisme Rhône-Alpes 2010, dans la catégorie tourisme durable-écotourisme. Le niveau d'exigence des clients est identique pour les initiatives liées à l'amélioration de l'accueil et du service, et à l'individuation des prestations. "Ces innovations visent une reconnaissance individuelle à travers une demande personnelle ou familiale. Un travail tout en finesse." C'est le parti pris du domaine de la Griottière, près de Saint-Étienne, qui a su percevoir l'intérêt d'un relationnel de qualité avec les clients, et les atouts d'une offre de loisirs individualisée.

Des écueils à contourner

Si les commodités sont appréciées, attention à la surenchère technologique. "L'usage des nouvelles technologies doit offrir une vraie valeur ajoutée,"

qui concerne la fragmentation de l'offre. "Si l'on passe son temps à saupoudrer, on devient moins bon !", affirme Gérard Guerrier, directeur général de la société Allibert Trekking, dans l'Isère. Et d'argumenter : "Alors

La demande se segmente et l'offre doit suivre

qu'hier la demande portait sur des gîtes en montagne avec un guide professionnel, aujourd'hui les clients réclament des gîtes de charme, assorti d'un guide local, fin connaisseur de l'histoire et de la civilisation du site parcouru. Bref, la demande devient pointue, elle se segmente et notre offre doit suivre : circuits familles, raids, circuits liberté avec un service aérien plus souple, et des activités à la carte." C'est pourquoi, "l'innovation passe par une veille permanente et une mise en valeur des dernières techniques à disposition des professionnels en matière d'e-tourisme, de marketing, de promotion, de gestion environnementale. En cela, le rôle des CCIT est essentiel," résume Jean-Paul Poulet, président de la CCIT de l'Ardèche, référent en matière de tourisme méridional, à la CCIR Rhône-Alpes.

Des démarches collectives au plan des territoires

Pour favoriser les stratégies de services, de différenciation, de segmentation de l'offre, des démarches collectives sont déployées par les professionnels du tourisme en Rhône-Alpes. Elles visent toutes à renforcer l'attractivité et la valorisation du territoire. Moteur de ces innovations, les chambres consulaires territoriales concourent au déploiement de solutions innovantes. C'est le cas de la CCIT Nord-Isère, à travers la mise en place du dispositif Engagement Qualité Tourisme. Objectif : améliorer les performances des restaurateurs, des hébergeurs touristiques, avec un parti pris : s'inscrire dans le développement durable. "D'ici 2012, une quarantaine d'entreprises du Nord-Isère auront



VILLEFRANCHE

Les œnolodges abritent un tourisme de plein air haut de gamme

Les œnolodges s'inspirent des cadoles du Beaujolais, petites cahutes de pierre ou de bois plantées au cœur des cépages. Dotées d'un spa, ces habitations légères de loisir associent un design innovant aux techniques d'écoconstruction. Le concept, développé depuis octobre 2010 par la société Marguerite et compagnie, concilie l'hôtellerie de plein air haut de gamme et les atouts d'un territoire. Point d'orgue : "La découverte et la dégustation de produits authentiques, portés par une région renommée pour sa gastronomie", assure Valérie Bererd, gérante du camping municipal Les Portes du Beaujolais, à Anse, dans le Rhône, avec Vincent Lissonde, créateur des œnolodges en Haute-Savoie, François Guillemard et Marc Bermond, fabricants de maisons bio-climatiques. L'idée est dans l'air du temps. "Notre clientèle, nord-européenne notamment, est très sensible à la démarche d'écoconstruction", rendue possible par la mobilisation des filières courtes d'approvisionnement en matériaux (filiale bois du Beaujolais). Lauréats des trophées Innovation et Tourisme Rhône-Alpes 2010, dans la catégorie tourisme durable - écotourisme, les œnolodges séduisent un tourisme exigeant, en quête de quiétude et d'authenticité, à un prix raisonnable.

suivi cette démarche d'amélioration de la qualité globale, centrée sur la satisfaction du client," note Daniel Paraire, président de la CCIT Nord-Isère, référent pour le tourisme de plaines et de collines à la CCIR Rhône-Alpes. Une fois passées les épreuves (tests aveugles, clients témoins...), l'ambition est l'obtention de la marque nationale Qualité Tourisme. Citons également, pour ce territoire, la démarche engagée avec le

conseil général de l'Isère et l'Ademe sur les économies d'eau et d'énergie qui vont permettre, par exemple, un gain de moitié sur les consommations d'eau par des gestes souvent très simples. Ainsi que le lancement, inédit, d'un classeur sur le tourisme durable. Cet outil pratique est mis à la disposition des professionnels, accompagné d'un pré-diagnostic environnemental et d'une formation. La CCIT Nord-Isère

DOSSIER **Tourisme**

est en effet pionnière en Rhône-Alpes pour la déclinaison de deux labels environnementaux : Clé verte et l'écolabel européen. "Tendre vers le tourisme vert est incontournable et porteur au plan publicitaire. L'idée est d'impliquer les acteurs du tourisme, tout comme les clients finaux," assure Daniel Paraire. Du côté de la CCIT du Roannais, ce sont 150 professionnels du tourisme qui sont engagés dans le réseau Tout Sourire. À la clé, une démarche qualité, des services et formations sur mesure pouvant mener à l'obtention de la marque nationale Qualité Tourisme. "La nouveauté du catalogue 2011", précise Philippe Dalaudière, élu tourisme, "ce sont des ateliers sur les réseaux sociaux, ou comment utiliser Internet pour doper son activité, et surtout des ateliers sur la thématique environnementale, en cohérence avec les exigences instaurées par la nouvelle classification hôtelière." Tout Sourire propose en outre des conseils personnalisés, par exemple pour l'amélioration de la décoration et de l'aménagement d'un établissement, ou encore la réalisation de reportages photos, etc. La CCIT de la Drôme déploie,



Des roulottes créatives modulables à l'envi

Les Roulottes Créatives, à Saint-Vincent-de-Boisset, dans la Loire, comptent parmi les entreprises régionales nominées aux trophées Innovation et Tourisme Rhône-Alpes 2010, dans la catégorie tourisme durable-écotourisme, pour leur concept de roulottes modulables. La principale innovation ? Le Pack Tribu, une vaste roulotte, dotée d'une grande pièce à vivre, où peuvent se réunir jusqu'à 15 personnes, et qui permet d'associer des mini-roulottes chambres et sanitaires. Avantage : elles sont interchangeable d'un Pack Tribu à l'autre, voire d'un camping à l'autre, permettant une évolution constante du logement de plein air. "C'est le Pack Tribu qui s'adapte aux clients, et non l'inverse. De plus, sa modularité offre aux campings de collectivité notamment un amortissement tout au long de l'année. Par exemple, pour une utilisation hors saison touristique, en centre-village, en complément d'une salle des fêtes," explique Henry Seive, instigateur du projet avec Marc Giroudon. La conception technique et la réalisation sont confiées à un menuisier professionnel, acteur local de la filière bois depuis 20 ans. La structure se compose d'un bois régional pérenne, et l'isolation est réalisée en ouate de cellulose et fibre de bois, lui conférant une atmosphère saine et de bien-être. Un produit inédit, parfait pour la pratique d'un tourisme familial écodurable. Créé en 2007, le spécialiste des roulottes en kit a réalisé 80 000 euros de chiffre d'affaires en 2010.

www.roulottescreatives.com

En pratique

Exemples d'accompagnements innovants proposés par les CCIT de Rhône-Alpes.

CCIT de l'Ain

- Des rencontres *Speed-meeting* suscitent des échanges de qualité entre professionnels du tourisme sur le territoire.

CCIT du Beaujolais

- La marque déposée Made in Beaujolais, vecteur de promotion du territoire, est à ce titre partenaire d'événements à fortes retombées touristiques tels que le marathon du Beaujolais et l'étape beaujolaise de la course cycliste Paris-Nice.

CCIT de la Drôme

- Promenade gourmande (www.promenade-gourmande.fr) regroupe des restaurateurs et producteurs locaux autour de la valorisation des savoir-faire culinaires et des produits du terroir.
- Séminaires de caractère (www.seminaire-de-caractere.fr) réunit des hôteliers-restaurateurs indépendants qui proposent des formules de séminaires originales.

CCIT de Grenoble

- Le Club Euro Alpin, un réseau de 100 pro-

fessionnels de la montagne, mise sur l'échange de bonnes pratiques, comme l'organisation d'une rencontre sur les applications micro et nanotechnologiques dans le secteur de la montagne.

CCIT de Haute-Savoie

- Coordination, sur la destination montagne, du programme européen Hotel Energy Solution, conçu pour accroître la compétitivité du secteur de l'hébergement hôtelier via l'amélioration des problématiques énergétiques.

CCIT Nord-Isère

- La démarche d'Engagement Qualité Tourisme vise l'obtention du label national Qualité Tourisme.

CCIT du Roannais

- Le réseau roannais Tout Sourire prône une démarche d'amélioration globale de la qualité pour l'obtention de la marque nationale Qualité Tourisme.

CCIT de Savoie

- Les séminaires Dirigeants proposent aux entreprises touristiques un accompagnement stratégique de l'innovation, jusqu'au plan d'action, au côté d'un expert.

CCIT de Saint-Étienne/Montbrison

- L'opération Qualité Commerce s'inscrit dans une logique de professionnalisation des commerçants de proximité. Ce dispositif permet d'ajuster les pratiques commerciales aux mutations de l'offre et de la demande, via un accompagnement stratégique adapté.

CCIT de l'Ardèche

- Réflexion en lien avec Cyb@rdèche à la mise en place d'un club e-Tourisme fédérant les entreprises les plus actives dans la vente en ligne, les solutions de mobilité ou l'animation de communautés sur les réseaux sociaux.

CCIT de Lyon

- La charte de la restauration équitable et durable, unique en France, est soutenue par la CCI de Lyon et l'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie du Rhône. Elle structure une démarche collective qui engage les professionnels à s'approvisionner auprès de producteurs locaux, bio... à améliorer leurs pratiques (sports, gestion des déchets...) et à faire connaître leur engagement auprès de leurs clients.

quant à elle, une offre de formation dans le cadre du programme européen Leader (fonds européens et régionaux), à destination des restaurateurs drômois, axé sur la valorisation des fruits locaux dans l'art culinaire. L'enjeu est aussi de sensibiliser les professionnels à des circuits courts d'approvisionnements, ainsi qu'à l'alliance des vins et des fruits issus du terroir. La formation, très qualitative, est assurée en partenariat avec les maisons familiales et rurales (MFR) et l'université du vin, à Suze-la-Rousse. Elle est dispensée par Jean-Jacques Gallifet, certifié maître restaurateur, propriétaire de l'Auberge de la Valloire à Epinouze. En 2010, la CCIT de Savoie a mis en place un séminaire Dirigeants, financé en partie par la région Rhône-Alpes, dans le cadre du réseau Innovation. Cette opération pilote a permis aux entreprises de formaliser une stratégie touristique et d'élaborer un plan d'action, accompagné par un expert. Sept entreprises ont plébiscité cet accompagnement, axé sur les gains en valeur ajoutée.

Référent pour le tourisme de montagne, René Chevalier, président de la CCIT de la Savoie, confirme : "La réorganisation des stations de sport d'hiver suppose la définition de nouvelles modalités de



NORD-ISÈRE

L'Entrecôte joue la carte qualité

Managé depuis dix ans par Martine et Jean-Marc Cruder, le restaurant l'Entrecôte, à Saint-Jean-de-Soudain, vient d'obtenir la marque Qualité Tourisme. Cette consécration nationale récompense une démarche d'amélioration constante de la qualité globale, suivie dans le cadre du dispositif régional Engagement Tourisme Qualité Rhône-Alpes, relayé par la CCIT Nord-Isère. La première phase, initiée en 2007, "a été l'occasion pour nous de prendre du recul sur tout ce que l'on ne voyait plus", explique Martine Cruder. Améliorer l'ergonomie générale du site, aménager la disposition des tables, fluidifier le passage des clients et du personnel (une vingtaine de salariés et d'apprentis), créer des menus de saison et, bientôt, une carte en anglais, telles ont été les transformations apportées. Sans compter la révision de la politique tarifaire et l'informatisation des prises de commandes. "Cette démarche a généré un apport réel en termes de qualité de service." En 2009, la démarche s'est poursuivie par des investissements plus conséquents : réfection de la terrasse extérieure, accès handicapés et création d'un logo, signature des lieux. Le restaurant, ouvert tous les jours, midi et soir, a généré un million d'euros de chiffre d'affaires en 2010, profitant d'une clientèle fidèle. Les gérants prévoient la rénovation de l'intérieur des salles pour qu'elles soient en connexion avec leur boutique-cave à vins, augmentant ainsi la capacité d'accueil de 50 personnes. Ils envisagent, à terme, la création d'un hôtel mitoyen de 50 à 60 lits.

Des skieurs servis sur un plateau

En 2002, Bernard Fontaine rachète la société belge TSI Food Pack service, pionnière dans la livraison de repas au domicile des étudiants au ski, dans les stations de sports d'hiver de Savoie. Dès 2003, il réoriente l'offre à destination des particuliers, passant de 6000 étudiants livrés, en 2002, à 60000 personnes, l'hiver 2007 – soit plus d'1 million de repas. L'innovation ? Dès l'arrivée en station, les vacanciers trouvent leur réfrigérateur doté de victuailles pour une semaine. Outre la livraison anticipée des plats, la société conçoit les menus – du basique au plus élaboré, pour trois repas quotidiens –, les conditionne et les livre à domicile, dans le respect de la chaîne du froid. "En 2006, le groupe Pierre et Vacances Premium nous a permis de mettre le pied à l'étrier. En 2007, Pierre et Vacances, Maeva, puis l'ensemble du groupe Odalys (70 % des lits des Alpes) ont assuré l'essor global de l'activité," explique Bernard Fontaine. L'entreprise a réalisé 2 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2010. Aujourd'hui, l'enjeu est d'assurer une communication d'envergure à destination du grand public (via Internet pour la cible britannique), afin d'asseoir la notoriété et gagner du terrain avec les livraisons l'été. Le budget hebdomadaire pour un pack famille (deux enfants et deux adultes) : 209 €.



SAVOIE

DOSSIER **Tourisme**

gestion - relation public/privé, avec l'ensemble des acteurs économiques -, une meilleure gestion des risques et des questions relatives au développement durable – dont l'impact du changement climatique. Aussi, face aux incertitudes, et dans un contexte concurrentiel fort, le devenir de nos stations dépendra de leur capacité à innover." A Grenoble, le Conservatoire national des arts et métiers et Grenoble École de Management, établissement de la CCIT de Grenoble, lancent à la rentrée 2011 un mastère spécialisé management du tourisme de montagne, durable et innovant, en partenariat avec l'Institut français du tourisme (IFT), la Ville de Grenoble, l'Institut de géographie alpine, le groupe ADS et la société Poma. L'innovation gagne le terrain du tourisme en Rhône-Alpes ! ■ A. Le Men

Ce dossier, réalisé pour la Chambre de commerce et d'industrie de région, est diffusé par les magazines : *Présences*, Grenoble (34 000 ex.), *Impulsion*, Haute-Savoie (30 000 ex.), *Partenaires Savoie* (25 500 ex.), *Grand Angle 01*, Ain (22 000 ex.), *Informations économiques*, Saint-Étienne-Montbrison (20 000 ex.), *L'Économie drômoise* (20 000 ex.), *Nord-Isère économie* (14 400 ex.), *Roanne éco* (10 000 ex.), *Entreprendre en Beaujolais* (6 000 ex.). **Photos :** F. Ardito (Isère, Nord-Isère), T. Béguin (Roanne), D. Gillet (Ain), V. Gout (Villefranche), D. Lattard (Drôme), G. Piel (Haute-Savoie), P. Rony (Saint-Étienne), F. Rumillat (Savoie). **Contact :** *Présences*. Tél. : 04 76 28 28 76.

Le dossier est consultable en ligne sur le site <http://www.rhone-alpes.cci.fr/>



SAINT-ÉTIENNE

Convivialité au domaine de la Griottière

"C'est la qualité du relationnel qui fait la différence dans l'approche du client." Forts de ce constat, Sylvie et Pascal Verzier acquièrent, en 2002, un ancien corps de ferme en belles pierres, qu'ils restaurent. "Nous souhaitons créer un lieu atypique, qui n'existe pas dans le sud de Vienne, sur les contreforts du parc national du Pilat, entre vignobles et sapins." À l'origine, la société Convivial concept visait le marché des entreprises (séminaires, assemblées générales...), avec un accueil d'au maximum 300 personnes, sous chapiteau. Rapidement, les prestations se sont élargies aux particuliers, avec la création d'une piscine et d'un gîte. Le parti pris étant de personnaliser l'accueil avec des animations sportives, ludiques ou thématiques. Parmi celles-ci, des ateliers découvertes et dégustations de vins AOC de prestige, comme le saint-joseph, le vin de Condrieu et le côte-rotie. Les sessions sont animées par les propriétaires du site, détenteurs d'un brevet en viticulture-œnologie, en association avec des viticulteurs locaux. Les perspectives ? Instaurer un partenariat, économiquement viable, avec la filière locale de producteurs et restaurateurs bio. La société, en croissance régulière depuis sa création, a réalisé 200 000 euros de chiffre d'affaires en 2010.

Quelle dynamique touristique pour les métropoles de Rhône-Alpes ?

Le 35^{ème} congrès annuel mondial de l'INTA - association internationale de développement urbain - se tiendra du 6 au 10 novembre 2011 à Lyon et Grenoble. Il portera sur les dynamiques de développement touristique des métropoles intermédiaires. Le 8 novembre, à Grenoble, un atelier spécifique, avec l'apport d'experts internationaux, sera consacré aux conditions d'émergence de l'innovation dans les métropoles moyennes. L'initiative est organisée par Rhône-Alpes Tourisme, en lien avec Grenoble Métropole, la Ville de Grenoble, le conseil général de l'Isère, l'agence d'urbanisme de la région grenobloise et l'université Pierre-Mendès France.

Contact : Bruno Jan, responsable ingénierie sur l'innovation dans le tourisme, et le tourisme urbain et métropolitain à la Mitra.

www.innovation-tourisme.com <<http://www.innovation-tourisme.com>>
bruno.jan@rhonealpes-tourisme.com