

# Le tourisme en Champagne-Ardenne

## Une valeur sûre

Pour la région Champagne-Ardenne, l'année touristique 1999 a été un bon cru avec plus de 1,5 million de visiteurs, dont 600 000 étrangers. Selon l'Observatoire régional du tourisme, les hôtes de la région ont laissé plus de 2,5 milliards de francs dans les caisses des entreprises d'un secteur économique qui ne demande qu'à se développer.

## Panorama, bilan et perspectives

Les hôteliers de Champagne-Ardenne peuvent se frotter les mains, le bilan établi par l'Insee et le Comité régional du tourisme prouve que la saison 1999 a été excellente pour la profession. Le nombre de nuitées dans les hôtels homologués, de mai à septembre, a fait un bond de 13,9 % - une augmentation six fois supérieure à celle de 1998 -, dépassant ainsi largement le million. Pour les professionnels de la région, la hausse est bien supérieure à celle enregistrée dans tout l'Hexagone (1,7 %). Est-ce l'effet "éclipse", toujours est-il que la saison touristique a connu son apogée au mois d'août avec une augmentation de 23 % des nuitées par rapport à la même période de l'année 1998.

Cependant, nul n'est prophète en son pays et ce sont les touristes étrangers qui ont tiré vers le haut le tourisme régional, contrairement à ce qui s'était produit en 1998. La fréquentation étrangère a augmenté, en effet, de 32 % d'une année sur l'autre. En conséquence, la part des étrangers dans l'activité hôtelière régionale passe

de 40 % en 1998 à 46 % en 1999, dépassant d'un point le taux national. On note là un renversement de tendance par rapport à 1998 qui était passée de 42 % à moins de 40 %.

Si la Champagne-Ardenne a toujours les faveurs des touristes originaires des pays d'Europe du Nord, force est de constater que les visiteurs américains et canadiens, d'une part, italiens et grecs, d'autre part, sont chaque année un peu plus nombreux à découvrir la région (respectivement en hausse de 31 % et 37 %). La fréquentation allemande, en hausse appréciable en juin et juillet par rapport aux mois correspondants de 1998, a reculé légèrement en août. Les Allemands perdent ainsi leur deuxième place dans le classement des visiteurs étrangers au profit des Belges et des Luxembourgeois. Ceux-ci arrivent en tête s'agissant de la croissance, en raison d'une importante multiplication des séjours en août et septembre. Les Britanniques, pour leur part, dominent toujours largement. Ils ont été pratiquement cinq fois plus nombreux que les Hollandais, classés qua-

trième. Alors que les étrangers s'arrêtent, pour près de la moitié d'entre eux, dans les établissements 3 et 4 étoiles, l'activité hôtelière résultant de leur présence s'est accrue dans les quatre départements.

Avec une hausse de 24 %, les professionnels marnais ont enregistré une progression moins forte que leurs confrères du reste de la région en raison notamment de la désaffection allemande. Conjugué à une légère baisse des nuitées des clients français, ce résultat place cette année la Marne (première en 1998) au dernier rang régional pour la croissance globale (hausse de 11,1 %). Toujours supérieurs à ceux des autres départements, les taux d'occupation des hôtels étoilés de la Marne ont augmenté en juin, juillet et août, atteignant de nouveaux maxima à Reims en juin (81 %) et septembre (87 %).

Malgré ces résultats encourageants, la région n'apporte toujours qu'une modeste contribution au tourisme français, soit 1,3 % du total des nuitées dans l'hôtellerie homologuée étoilée.





A la découverte de la Champagne-Ardenne...

# DOSSIER

## Le tourisme en Champagne Ardenne



Château fort de Sedan

### La CCI de Châlons investit au Lac du Der

C'est en 1993 que la CCI de Châlons a initié un programme de construction de cellules commerciales sur la station nautique de Giffaumont, sur le Lac du Der, plus grande retenue d'eau artificielle d'Europe et premier pôle touristique de la région avec 800 000 visiteurs par an. La Chambre, maître d'ouvrage de l'opération, a travaillé en collaboration étroite avec le Syndicat mixte d'aménagement du Lac du Der. Une première tranche de 630 m<sup>2</sup>, comportant six boutiques et un bar, a été réalisée en 1997. Dans un deuxième temps a été construit un restaurant de 470 m<sup>2</sup> sur deux niveaux, à proximité immédiate du bar. Au total, l'investissement s'est élevé à 5,4 MF. L'opération a été financée en partie par des fonds propres de la CCI et un emprunt contracté par la Chambre, l'ensemble du programme ayant bénéficié



d'aides de l'Etat et de l'Europe au travers des fonds Fisac et Feder à hauteur d'environ 40 % du coût total. Dans le cadre de la création de cellules commerciales sur un site en phase de démarrage, les commerçants prenaient un risque particulier et la CCI a accepté de les accompagner en leur proposant ces cellules en location-vente pour un prix inférieur au coût du marché. ■

### Aéroport de Reims-Champagne : Majorque, d'un trait

Le soleil à portée d'aile à partir de l'aéroport de Reims-Champagne ? C'est une idée qui fait son chemin. Sous l'impulsion de la CCI de Reims et d'Epervain, et de l'association Décolle, le tour-operator belge Sunair propose pendant tout l'été des vols directs vers les Baléares avec des rotations Reims-Majorque-Reims.

Pour la CCI de Reims-Epervain, il s'agit de valoriser les atouts de la plate-forme aéroportuaire de Reims-Champagne en proposant à la clientèle marnaise et des départements voisins des vols directs vers le soleil. Cette démarche a été initiée par l'association Décolle, qui regroupe une douzaine d'agences de voyages essentiellement rémoises.

Créée en 1996 et présidée par Francis Legros, responsable régional du Syndicat national des agents de voyages (SNAV) et directeur de l'agence Terra Nostra voyages, Décolle veut développer



l'usage de l'aéroport Reims-Champagne. Elle a donc cherché une société capable de prendre le risque financier pour offrir un produit touristique attrayant en échange de l'engagement des agences de trouver la clientèle nécessaire à la rentabilité du projet. Des opérations ponctuelles ont montré la pertinence du choix. L'association passe donc à la vitesse supérieure en proposant avec Sunair plusieurs rotations pour Majorque tout au long de l'été. Installé à Lille depuis 26 ans, le tour-operator s'est en effet spécialisé dans les départs à partir de la province.

La durée et la nature des séjours ont été choisis en conformité avec les besoins des agents de voyages rémoises. Le produit correspond à 80 % des ventes réalisées sur juillet et août. L'attractivité de cette offre familiale, ses tarifs, la diversité de l'hôtellerie proposée concourent à rendre le produit intéressant. Les clients bénéficieront par ailleurs des atouts de l'aéroport rémois : ils éviteront le coût d'une navette ou le prix du stationnement pour se rendre à Orly ou à Roissy, et profiteront des qualités et du confort de Reims-Champagne. Les vols partiront tous les quinze jours, le samedi, à partir du 8 juillet. Seule la dernière rotation se posera à Paris au retour, une navette étant prévue.

Majorque pourrait ainsi marquer l'envol touristique de la plate-forme marnaise. ■

Région de passage, la Champagne-Ardenne a toujours autant de mal à retenir les touristes plus d'une journée et demie. La durée moyenne des séjours a diminué de 2 % pour s'établir très exactement à 1,37 jour. Cela tient au fait que les touristes français restent de moins en moins longtemps dans la région. La station thermique de Bourbonne-les-Bains est le lieu où l'on séjourne le plus longtemps, dix jours en moyenne pour les curistes. Toutefois, les observateurs notent que les séjours ont raccourci en 1999.

Soucieuse d'accompagner le développement de l'économie touristique, la Région apporte sa pierre à l'édifice. C'est ainsi qu'elle a décidé de subventionner l'installation de panneaux d'information sur la chasse et le tourisme dans les Ardennes, la publication d'une brochure par l'Office du tourisme de Châlons-en-Champagne, la mise en place d'un système de réservation régional pour les gîtes.

L'Insee et le Comité régional du tourisme ont réalisé l'an dernier leur première enquête de fréquentation dans les hôtels sans étoile. Ces établissements ont comptabilisé, de mai à septembre, 136 173 nuitées dont près de 32 000 en août. Ce mois se caractérise par un taux d'occupation de 78 % au niveau de la région (90 % dans l'Aube), ainsi que par une présence étrangère plus importante (13 %) que durant le reste de la saison. Dans la région, la participation des étrangers à l'activité des hôtels de cette catégorie est faible. Avec un maximum de 16 % en Haute-Marne, les quatre départements sont très loin d'atteindre la proportion nationale (28 %). Par ailleurs, la durée moyenne de séjour, déjà moins longue dans la région qu'en France, est encore plus courte dans ces établissements que dans les établissements étoilés (1,1 jour contre 1,4). Ces particularités, notent les observateurs, sont à rapprocher de la présence fréquente, dans les hôtels sans étoile de la région, d'une clientèle d'affaires. Systématiquement plus élevée que sur l'ensemble de la métropole, la part de la fréquentation due aux déplacements professionnels y dépasse largement 50 %, sauf en plein cœur de la période estivale. Même si les escales dans les terrains de camping ont tendance à raccourcir, le séjour moyen des campeurs reste tout de même presque deux fois plus long que celui des touristes qui font halte dans un hôtel homologué. L'été dernier, de nombreuses places sont restées vides même au plus fort de l'été. Le taux d'occupation régional est resté sous la barre des 50 %, sauf dans les terrains





Les Riceys dans l'Aube



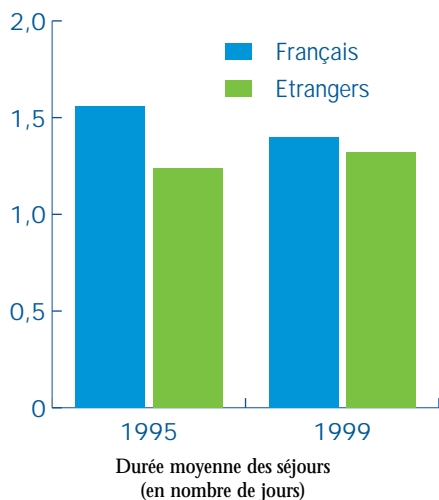
Haras de Montier-en-Der

classés 3 et 4 étoiles. Pourtant, la saison 1999 - plus favorable que la précédente côté météo - a été également meilleure en ce qui concerne la fréquentation, avec une progression de 5,9 % des nuits passées en Champagne-Ardenne par les adeptes du camping-caravaning (318 000 personnes dont 99 900 Français).

L'activité dans l'hôtellerie de plein air a donc retrouvé un niveau comparable - et même un peu supérieur - à celui de 1997 (762 238 nuitées). Mais, comme dans l'hôtellerie traditionnelle, cette embellie ne doit rien aux touristes français qui paraissent plutôt enclins à limiter leurs séjours sur les terrains de camping de la région comme sur tout le territoire. La désaffection a été particulièrement sensible en juin et en août. Malgré un retournement de tendance en septembre, le bilan est négatif s'agissant de la présence tricolore dans les campings champardennais (baisse de 6,1 % par rapport à 1998). En revanche, la fréquentation étrangère a progressé de 18,4 %, davantage que pour l'ensemble du territoire (hausse de 12,3 %). Les campeurs et caravaniers étrangers ont assuré 55 % de l'activité de l'hôtellerie de plein air, avec toujours une majorité de Néerlandais. Toutefois, l'hégémonie batave est battue en brèche par la progression régulière des bataillons de campeurs anglais, allemands et belges.

Toujours dans le registre du tourisme vert, la fréquentation des gîtes ruraux a augmenté d'environ 9 % pour atteindre le nombre de 221 000 nuitées (183 000 nuitées en 1998).

## Fréquentation des campings



## L'indispensable baromètre

L'ensemble des CCI de Champagne-Ardenne lance une enquête confidentielle et anonyme auprès des hôteliers-restaurateurs des quatre départements afin de "leur fournir des indicateurs de gestion", comme l'explique François Jehlé, président de la commission régionale Tourisme à la Chambre régionale de commerce et d'industrie (CRCI) : "Cette action conduite par les CCI est complémentaire des données déjà existantes à l'Insee et au Comité régional du tourisme (CRT) qui portent uniquement sur les flux touristiques. Nous, Chambres, nous nous positionnons sur une évaluation de l'activité économique de l'industrie hôtelière en Champagne-Ardenne. Grâce à l'enquête mensuelle des CCI, la profession va disposer d'indicateurs intéressants, permettant à chacun de se comparer à une moyenne régionale, outils inexistant à ce jour en région".

Rentabilité économique, structure des ventes, indice de fréquentation, revenu par chambre sont quelques-uns des ratios à l'échelon départemental qui sont communiqués mensuellement aux hôteliers. Et la CRCI établira chaque semestre un bilan régional reprenant ces mêmes indicateurs qui leur sera également adressé. De plus, chaque hôtelier-restaurateur pourra bénéficier des conseils d'un technicien de sa Chambre qui viendra commenter ses résultats annuels. Les professionnels intéressés par cette enquête doivent contacter leur CCI.

## Equipement touristique : il faut s'adapter à la demande

Avec 288 hôtels homologués tourisme au 1<sup>er</sup> mai 1999, représentant 7 947 chambres, le parc hôtelier de Champagne-Ardenne est classé avant-dernier, juste avant le Limousin. Le parc hôtelier régional régresse chaque année : il a perdu 6 % de ses chambres en cinq ans. Ce recul affecte les Ardennes, l'Aube et la Haute-Marne, ainsi que les catégories 1 étoile et 3 étoiles. Pourtant, les 2 étoiles ont progressé et les 4 étoiles sont restés stables. La comparaison avec le niveau national révèle précisément un excès de chambres 2 étoiles et un manque de chambres 4 étoiles. Autrement dit, le parc hôtelier est sous-qualifié. Le meilleur niveau de confort est atteint dans la Marne, mais il reste insuffisant. L'expertise réalisée par les cabinets Coach Omnium et Promotour a mis le doigt sur cette faiblesse structurelle du parc hôtelier en quantité et en qualité, tant il est vrai qu'une forte capacité d'accueil attire la demande et que le niveau d'occupation augmente avec le confort de l'hôtel. Les étrangers, bien plus que les Français, sont particulièrement demandeurs d'hôtels haut de gamme. Un sur deux choisit un hébergement 3 étoiles ou 4 étoiles : 55 % des Britanniques et 49 % des Allemands optent pour ces deux catégories. La tendance est identique en ce qui concerne les touristes japonais, américains et suisses. Le parc

étant bien sollicité par la clientèle étrangère, la Champagne-Ardenne se rattrape pour le taux d'occupation : en 1997, elle se situait au quatrième rang des régions françaises.

En juin 1999, l'Observatoire régional du tourisme constatait que le prix moyen affiché des chambres dans la région avait augmenté de 12 % en l'espace de quatre ans (263 F en 1995, 295 F en 1998), les tarifs moyens étant inscrits dans une fourchette comprise entre 250 F pour la Haute-Marne et 330 F pour la Marne. Une meilleure occupation des chambres et des prix plus élevés avaient conduit à une augmentation de 22 % du chiffre d'affaires en 48 mois. Il avait atteint 405 millions de francs en 1998, le département de la Marne représentant 63 % de ce résultat et l'hôtellerie 3 étoiles 41 %. En 1998, une chambre rapportait 30 % de plus qu'en 1995. Le chiffre d'affaires par chambre avait le plus progressé dans les catégories 4 étoiles (hausse de 61 %) et 1 étoile (hausse de 48 %).

La capacité d'accueil des campings n'a guère évolué en France au cours des dix dernières années : elle est de 900 000 emplacements. Toutefois, le niveau de confort des terrains n'a cessé de s'améliorer, tant et si bien qu'aujourd'hui la moitié des emplacements est classée 3 ou 4 étoiles. En Champagne-Ardenne, la dernière région française





Sous-bois dans les Ardennes

## DOSSIER

### Le tourisme en Champagne Ardenne



Maison à pans de bois

## Le tourisme ardennais fait salon à Paris

Depuis seize ans se tient au mois de novembre à la Gare de l'Est une manifestation intitulée "A la rencontre des Ardennes". A l'initiative de la CCI des Ardennes, cette exposition, jusqu'alors très orientée vers les produits de bouche, a choisi pour thème cette année "Loisirs, tourisme et détente dans les Ardennes". Raymond Walkiewicz, président de la commission Tourisme à la CCI, explique les raisons de ce nouveau positionnement.

### *Quel est l'historique de cette manifestation ?*

Un Comité de liaison inter-consulaire (Clic) regroupe les trois Chambres consulaires des Ardennes qui gèrent et organisent à tour de rôle cette manifestation. Organisateur de l'édition 2000, nous souhaitons repositionner cet espace comme une vitrine de l'économie ardennaise et non comme un simple marché gastronomique. Bien entendu, les produits de bouche seront toujours là, mais en nombre plus réduit.

### *Qui associez-vous à ce projet ?*

La Chambre d'agriculture et la Chambre de métiers demeurent nos partenaires privilégiés avec le Conseil général. Nous avons associé dès le début de l'année, l'ensemble des acteurs du tourisme ardennais avec bien entendu au premier chef le Comité départemental du tourisme. C'est ainsi que la Ville de Charleville-Mézières, le château fort de Sedan, le Festival international

de la Marionnette et le célèbre club de Football CSSA (Club Sportif Sedan Ardenne) ont accepté de participer concrètement à cette réorientation de la manifestation.

### *Qu'allez-vous montrer Gare de l'Est ?*

Tout d'abord que les Ardennes, malgré un récent classement désastreux pour notre image, sont un département où, à deux heures de Paris, on peut sur un week-end pratiquer le golf, pêcher, naviguer sur la Meuse, faire une escapade en Belgique ou assister à des manifestations culturelles de premier ordre. Afin de dynamiser l'espace d'exposition, nous organiserons sur les dix jours des animations multiples pour créer du trafic autour de nos stands. Dédicaces de photos par les joueurs du CSSA, démonstration de fauconnerie, saynètes de marionnettes...

### *Pensez-vous que ces nouvelles dispositions suffiront à édifier une image touristique favorable aux Ardennes ?*

Bien entendu, cette seule manifestation n'est pas suffisante pour édifier une politique d'image forte et durable. Elle n'en constitue pas moins un premier élément-test d'importance. Ainsi, nous envisageons d'organiser au printemps de l'année suivante, sur le Parvis de la Défense à Paris, une manifestation similaire mais qui s'adresserait à une population de cadres à fort pouvoir d'achat et dans une période où l'on prépare ses longs week-ends de mai ainsi que ses vacances. ■

## Festival mondial de marionnettes à Charleville-Mézières

Pour la 12<sup>e</sup> édition, qui se déroulera du 15 au 24 septembre 2000, le Festival mondial des Théâtres de marionnettes de Charleville-Mézières souhaite encore améliorer ses performances de 1997.

Deuxième festival de théâtre en France (derrière Avignon), le festival IN a représenté 250 compagnies de 42 nationalités différentes qui ont produit 550 spectacles. Le festival OFF a, quant à lui, permis de découvrir une soixantaine de compagnies qui ont donné 120 représentations gratuites à travers la ville. Avec le "Grand huit" qui a proposé aux communes du département des Ardennes, mais aussi de la région Champagne-Ardenne, plus de 100 spectacles, la

fréquentation totale a été estimée à 110 000 spectateurs. Un bon point pour l'économie ardennaise. ■



pour sa capacité d'accueil en hôtellerie de plein air, l'offre stagne à 8 000 places. Le niveau de confort moyen, inférieur à la moyenne nationale, progresse de façon moins rapide. Sur 105 campings homologués recensés en 1999 dans la région, on ne dénombrait que quinze terrains 3 étoiles (1 872 emplacements) et seulement quatre terrains classés 4 étoiles (421 emplacements), soit moins d'un tiers du total des places disponibles. Les observateurs du secteur du tourisme ont remarqué que la clientèle, étrangère notamment, s'était transférée de la catégorie 2 étoiles vers la catégorie 3 étoiles, et surtout vers la 4 étoiles dont la part de marché a doublé entre 1992 et 1999.

Les gîtes ruraux n'en finissent plus d'avoir le vent en poupe. Cette autre forme d'hébergement s'est particulièrement développée au cours de la dernière décennie puisque le nombre des gîtes a augmenté de 43 %, le parc dépassant aujourd'hui les 550 unités. Parallèlement à cette montée en puissance, le niveau de confort des hébergements a progressé. Le nombre de gîtes classés 1 épi a diminué de 41 % tandis que le nombre des gîtes 3 épis et 4 épis a augmenté de 256 % sur les dix dernières années.

## L'hôtellerie à la loupe

Les cabinets Coach Omnium et Promotour ont récemment passé au crible l'hôtellerie de la région. Leur enquête a permis de dégager un certain nombre de pistes d'actions afin d'améliorer la compétitivité de ce secteur. C'est d'une absence d'image dont souffre la Champagne-Ardenne, région touristique qualifiée de "méconnue" par les enquêteurs. Ou plutôt de la prédominance d'une seule image, celle du champagne. Reims, riche de sa cathédrale et de ses caves, capte une grande partie de ces visiteurs d'un jour (une à deux nuitées en moyenne) dont beaucoup viennent des pays européens limitrophes (quatre nuitées sur dix) : Grande-Bretagne, Benelux, Allemagne, auxquels s'ajoutent les Etats-Unis. La clientèle française, et plus précisément francilienne, préfère, elle, toujours passer ses week-ends dans l'Ouest plutôt que séjourner dans la région des bulles et des grands lacs.

Dans le domaine du tourisme d'affaires, la concentration est tout aussi flagrante. Deux villes tirent principalement leur épingle du jeu, Reims et Troyes. Le parc hôtelier comprend de nombreuses petites structures de type familial dans lesquelles la restauration est souvent l'activité dominante.





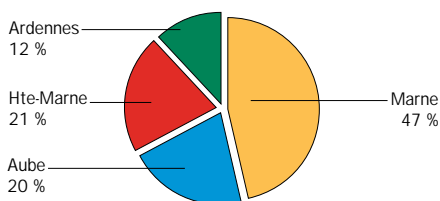
Envol du grues cendrées sur le Lac du Der



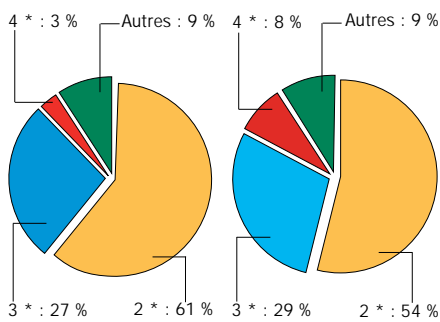
Château de Joinville

Selon l'audit, il semble ne pas y avoir de problèmes majeurs en termes d'accueil, de rapport qualité-prix (les tarifs sont de 10 à 15 % plus bas que dans d'autres régions, à gammes comparables), de prestations ou bien encore de professionnalisme. En revanche, l'enquête met le doigt sur deux faiblesses majeures : le manque de modernité des équipements pourtant réputés comme étant "fonctionnels" et surtout une offre insuffisante en hôtels de grande capacité, notamment en 3 et 4 étoiles. Les professionnels interrogés expriment leurs difficultés en matière de personnel (recrutement et fidélisation) et leur méconnaissance de la clientèle, des méthodes marketing. Les axes de travail préconisés par les consultants visent à améliorer l'offre : création de circuits court séjour au départ des portes de la région, informer et former les hôteliers sur les attentes de la clientèle et les marchés, leur expliquer comment bien équiper leur établissement, favoriser les regroupements de professionnels par zone touristique à l'instar du club Invitation en Haute-Marne, valoriser les métiers de l'hôtellerie-restauration par le biais d'une charte emploi-qualité. Ces actions seraient mises en place selon un calendrier pluriannuel.

### Nombre de chambres d'hôtel homologuées



### Hôtellerie : répartition des chambres étoilées



En Champagne-Ardenne

En France

## Les CCI de la région, acteurs du tourisme de découverte

**N**e dites plus visites d'entreprise, mais tourisme de découverte économique (TDE). Tous les acteurs concernés se sont retrouvés début avril à Limoges afin de faire le point et examiner les enjeux de cette nouvelle forme - prometteuse - de tourisme. Les Chambres de commerce et d'industrie ont initié en 1995 le premier rendez-vous national de la visite d'entreprise et du tourisme de découverte économique. L'engouement des Français pour ce type de visite ne se dément pas depuis une quinzaine d'années. Le nombre de visiteurs a doublé en dix ans, atteignant les 10 millions annuels. L'usine marémotrice de la Rance (Ille-et-Vilaine) arrive en tête du hit-parade des sites les plus visités avec 350 000 visiteurs accueillis chaque année. EDF, qui est d'ailleurs en pointe dans le TDE grâce à son parc de centrales électronucléaires, réalise de gros efforts pour promouvoir ce tourisme du XXI<sup>e</sup> siècle. L'électricien national organise depuis 1995, les Trophées du tourisme industriel et technique. Il édite aussi des guides Collection EDF - La France contemporaine, publiés chez Solar (le guide Alsace - Lorraine - Champagne-Ardenne recense quelque 60 possibilités de visite dans la région). En Champagne-Ardenne, les chiffres sont plus modestes. Cependant, grâce aux CCI, pas moins

de 4 500 personnes ont pu visiter 175 entreprises de toutes sortes, en 1999. Et, poursuivant leur politique volontariste qui commence à porter ses fruits, les Chambres lancent cette saison un guide unique destiné en priorité à une clientèle extra-régionale. Quarante-quatre entreprises représentatives de l'économie champardennaise ont été sélectionnées afin d'accueillir des groupes qui se verront proposer aussi plusieurs circuits associant la visite d'une entreprise, un déjeuner au restaurant et la visite d'un lieu culturel ou de loisirs. Les CCI jouent donc un rôle important dans l'essor du TDE en tant que moyen de développement et de communication de l'entreprise. Elles ont d'ailleurs été les premières institutions à initier et à faire émerger des opérations de cette nature ainsi qu'à structurer cette nouvelle forme de découverte économique. Les chambres consulaires sont les organismes les plus dynamiques et les plus sensibilisés à ce projet global à vocation d'aménagement du territoire pour faire du TDE un véritable outil de développement au bénéfice des régions et des entreprises. Sachant que 80 % des revenus du tourisme sont réalisés sur 20 % de l'Hexagone, il apparaît clairement que le tourisme de découverte économique pourrait contribuer au rééquilibrage économique des territoires.

### Les règles de la bonne visite

- Veiller à la sécurité et à la confidentialité. Attention : l'Etat classe certains établissements selon l'activité présentant un caractère confidentiel ou stratégique. Les entreprises doivent aussi veiller à l'accessibilité du site pour les personnes handicapées.
- Être correctement assuré.
- Respecter les normes d'hygiène. Une entreprise, notamment dans l'agroalimentaire, qui s'ouvre aux visiteurs, doit mettre en place un règlement intérieur à l'attention du public qu'elle accueille et de son personnel.
- Bien évaluer les coûts d'une visite. Les postes de base sont : l'accueil et le guidage, le circuit (étude et conception), le marketing, les supports image et son, la signalétique.
- Mettre en place un système de guidage. Plusieurs possibilités s'offrent à l'entreprise selon l'importance du circuit et du nombre de visiteurs par an : pas besoin d'une personne spécifique pour moins de 2 000 touristes ; de une à trois personnes peuvent être nécessaires quand l'entreprise reçoit jusqu'à 10 000 visiteurs. Le guidage peut être assuré par un salarié, une société prestataire de services, un guide de l'Office de tourisme, un groupement d'employeurs.
- Gérer les réservations. Les Offices de tourisme apparaissent comme les partenaires les plus appropriés pour assurer cette fonction. Il est possible de simplifier la réservation à l'aide d'un logiciel adapté comme celui que propose la CCI de Limoges et de la Haute-Vienne.
- S'occuper de la commercialisation. Attention : le chef d'entreprise ne peut pas vendre lui-même ou organiser des produits touristiques englobant la visite de son entreprise, l'hébergement, la restauration, le transport.





Tourisme de découverte économique

## DOSSIER

### Le tourisme en Champagne Ardenne



Port de Dienville

## Emploi et formation, même combat

Selon l'Observatoire régional du tourisme, l'emploi salarié dans le domaine du tourisme a augmenté de 10 % dans la période 1995-1997, atteignant 9 300 emplois. La restauration concerne la moitié de ces emplois. Dans ce secteur, la restauration traditionnelle représente les trois quarts des effectifs, la restauration rapide le quart restant. L'hébergement, principalement les hôtels avec restaurant, correspond au tiers des emplois touristiques. Les structures sont plutôt de taille modeste, elles comptent de quatre à cinq personnes en moyenne. Les secteurs en croissance sont la restauration rapide et les hôtels sans restaurant.

Dans une étude publiée fin 1999, l'Insee met l'accent sur la stabilité de l'emploi dans un domaine où les embauches saisonnières sont inévitables. En effet, les trois quarts des salariés du tourisme en Champagne-Ardenne bénéficient de contrats d'une durée supérieure à six mois, plus de la moitié occupant un même poste toute l'année. A l'opposé, les contrats de très courte durée - moins d'un mois - ne concernent qu'une personne sur cinquante. Au cours de l'année 1999, 4 300 offres d'emploi dans les métiers de l'hôtellerie-restauration ont été déposées dans les ANPE de Champagne-Ardenne

(2 700 offres concernaient des contrats de travail supérieurs à six mois). Parallèlement, 2 300 demandeurs d'emploi étaient inscrits fin décembre 1999 dans les ANPE, dont 790 âgés de moins de 25 ans. Ce faible nombre de demandeurs, comparé au volume des offres d'emploi déposées annuellement, associé à l'importance des offres d'emploi de plus de six mois, reflètent les fortes tensions enregistrées sur le marché du travail concernant ces professions. De façon plus détaillée, c'est l'ensemble des spécialités de l'hôtellerie-restauration qui s'avère aujourd'hui concerné par ce phénomène. Hormis les difficultés endémiques de recrutement de cuisiniers qualifiés, l'année écoulée a vu les problèmes s'accroître dans les métiers des services tant en salle que de réception ou d'étage (concernant les hôtels).

En revanche, le nombre de jeunes demandeurs inscrits apparaît important (33 % des demandeurs contre 23 % tous métiers confondus). L'expérience professionnelle peut donc partiellement faire défaut à ces débutants dans un secteur où les rythmes de travail sont déterminants pour les établissements. Face aux contraintes de l'exercice de la profession (jours et horaires de travail notamment), la désaffection pour ces

métiers semble donc plutôt concerner les professionnels des âges intermédiaires.

Du CAP au BTS, toutes les filières de formation aux métiers du tourisme et de l'hôtellerie-restauration existent en Champagne-Ardenne (1 677 élèves en formation initiale sous statut scolaire et 695 jeunes en apprentissage pour l'année 1998-1999). Le lycée d'enseignement général et technologique à dominante hôtellerie et tourisme de Bazeilles, dans les Ardennes, est le fleuron des moyens éducatifs existant dans la région. Cet établissement, dont la capacité avoisine le millier d'élèves, prépare au Bac technologique hôtellerie, aux BTS hôtellerie-restauration et tourisme-loisirs, au BEP hôtellerie-restauration, au Bac professionnel restauration, à la mention complémentaire employé sommelier et à la formation complémentaire pâtissier d'hôtel.

Le lycée Uudinot, à Chaumont, pourrait accueillir, à l'horizon 2001, un BTS proposant deux options : personnel d'accueil et commercialisation des produits touristiques.

La CRCI propose la liste complète des formations dans l'hôtellerie sur son site Internet "www.champagne-ardenne@cci.fr" - "Rubriques"

## L'émergence du e-tourisme

Fabuleux outil d'information, Internet est en passe de s'imposer en France comme dans tous les autres pays occidentaux. C'est ainsi que l'institut américain Dataquest crédite l'Hexagone de 3 millions d'internautes en 1998, soit une croissance de 127 %. Force est de constater que le secrétariat d'Etat au tourisme n'a pas attendu ! C'est en effet l'une des premières administrations à s'être dotée d'un site Internet : l'initiative remonte à novembre 1997. Quant à la Fédération nationale des offices de tourisme et syndicats d'initiative, elle était apparue sur le Web quelques mois auparavant.

Depuis cette époque, les choses ont évolué. L'administration a numérisé des données publiques et mis en ligne des formulaires concernant l'organisation et la réglementation des professions du tourisme. Pouvoirs publics et professionnels ont travaillé de concert pour mettre au point un format commun de description et d'échange des

données, TourinFrance, et un serveur de réservation d'hébergement et de produits touristiques, ResinFrance.

Dans un autre registre, le commerce électronique compte de plus en plus d'adeptes en France. Selon une étude du cabinet Médiangles, les Français ont dépensé 1,2 milliard de francs sur le Web, entre octobre 1998 et mars 1999. Dans deux cas sur trois, le règlement des achats a été réalisé en ligne. Sans surprise, les achats ont principalement concerné le matériel informatique, les livres, les voyages et les disques. Cette tendance conforte les arguments des experts qui citent le tourisme comme leader du commerce électronique à l'horizon 2001 avec 35 % de parts de marché. Déjà, les réservations en ligne dans le tourisme européen ont augmenté de 600 % en 1999. Tout aussi intéressant, la dépense moyenne sur Internet en 1999 a été supérieure de 80 % par rapport au panier moyen dans le tourisme européen tradi-

tionnel. D'autre part, le nombre de voyageurs d'affaires réservant via le Web a doublé en l'espace de six mois. Ces indicateurs devraient inciter les hôteliers-restaurateurs à s'approprier la Toile.

### Quelques sites Internet liés au tourisme

[www.tourisme-champagne-ard.com](http://www.tourisme-champagne-ard.com) : Comité régional du tourisme de Champagne-Ardenne

[www.aube-champagne.com](http://www.aube-champagne.com) : Comité départemental du tourisme de l'Aube

[www.tourisme-haute-marne.com](http://www.tourisme-haute-marne.com) : Comité départemental du tourisme de la Haute-Marne

[www.gites-en-france.com/champagneardenne.htm](http://www.gites-en-france.com/champagneardenne.htm) Gîtes et chambres d'hôtes en Champagne-Ardenne

[www.la-marne.com](http://www.la-marne.com) : Informations sur la Marne (agenda, informations pratiques, informations touristiques, etc)

[www.cybevasion.fr/france/champagne-ardenne.html](http://www.cybevasion.fr/france/champagne-ardenne.html) Présentation, pour les quatre départements, des principales villes (histoire, actualités, informations pratiques et touristiques)





Place Ducale à Charleville-Mézières



Fêtes Johanniques à Reims

## Quelques rendez-vous à noter...

**Toute l'année**, à des horaires variables en fonction des saisons : visite du Château fort de Sedan, le plus grand château fort d'Europe avec 35 000 m<sup>2</sup>. Contact : 03 24 27 73 73.

### JUIN

- A partir du 30 : Flâneries musicales d'été à Reims. 150 concerts gratuits pour la plupart. Contact : 03 26 77 45 25.
- Du 1<sup>er</sup> juin au 20 août : Festival des Musiques d'ici et d'ailleurs à Châlons-en-Champagne, place de la République. Concerts gratuits de rock, jazz, blues, musique classique... Contact : 03 26 68 47 27.
- Du 30 juin au 31 août : Ville en musique à Troyes (concerts gratuits). Contact : 03 25 43 55 00.

### JUILLET

- Été du Grand Jardin à Joinville : rencontres artistes-public et concerts au Château du Grand Jardin. Contact : 03 25 94 17 54.
- Rencontres internationales des Arts graphiques-Festival de l'affiche à Chaumont, à la Maison de l'affiche : concerts et expositions sur le thème de "l'engagement politique et social". Contact : 03 25 03 86 80.
- Le 22 : arrivée de la 20<sup>e</sup> étape du Tour de France cycliste à Troyes. Contact : 03 25 71 23 64.

### JUILLET-AOÛT

- Tous les samedis du 8 juillet au 26 août : Musique et lumière à la Basilique Saint-Remi à Reims. Contact : 03 26 84 86 37.
- Du 29 juillet au 6 août : Spectacle son et lumière au Château de la Cassine Vendresse. Contact : 03 24 54 11 75.
- La Meuse en fête : Bogny-sur-Meuse, Monthermé, Revin, Fumay, Haybes, Vireux, Givet. Contact : Offices de tourisme des villes participantes.

### AOÛT

- Les 26 et 27 : 9<sup>e</sup> Salon de la chasse et de la nature à Chateaufvillain, Parc aux daims. Contact : 03 25 03 01 03.

### SEPTEMBRE

- Les 9 et 10 : 48 heures automobiles anciennes à Troyes. Contact : 03 25 40 86 99.
- Du 15 au 24 : Festival des Marionnettes à Charleville-Mézières. Contact : 03 24 59 94 94.

### OCTOBRE

- Du 12 au 16 : Salon régional du livre pour la jeunesse à Troyes. Contact : 03 25 73 14 43.
- Du 13 au 16 : Foire départementale de la Haute-Marne à Chaumont, Quartier Foch. Contact : 03 25 30 60 00.

### OCTOBRE-NOVEMBRE

- Du 30 octobre au 4 novembre : Les Nuits de Champagne à Troyes (concerts, débats...). Contact : 03 25 43 55 00.

### NOVEMBRE

- Du 10 au 13 : Salon des vins à Reims, au Parc des expositions. Contact : 03 26 84 69 69.
- Du 17 au 19 : Salon de la gastronomie à Châlons-en-Champagne, au Parc des expositions. Contact : 03 26 68 20 44.
- Du 23 au 28 : Festival international de théâtre visuel "Mime Champagne" à Troyes. Contact : 03 25 43 55 00.

### NOVEMBRE-DÉCEMBRE

- Du 25 novembre au 24 décembre : La Maison du Père Noël à Poix Terron. Contact : 03 24 32 77 87.

## Un nouvel essor pour Colombey-les-Deux-Eglises

**A**u nom de la CCI de la Haute-Marne dont il est le vice-président, François Jehlé a signé, début avril, la convention de mise en valeur du site historique de Colombey-les-Deux-Eglises. Le président de la commission Tourisme de la CRCI a apposé son paraphe en même temps que les autres partenaires (Etat, Région, Département, Association de développement des cantons de Juzennecourt, Chateaufvillain et Arc-en-Barrois, Fondation et Institut Charles de Gaulle). Un acte fort pour "sceller le renouveau de Colombey-les-Deux-Eglises" et faire de la localité emblématique du fondateur de la V<sup>e</sup> République un lieu de mémoire. Il était temps, car la Boiserie et le Mémorial attirent de moins en moins de visiteurs (110 000 en 1994, 80 000 en 1998). Toutefois, le nom de Colombey conserve encore tout son prestige aux yeux de nombreux touristes qui, grâce à la colline surmontée de la Croix de Lorraine, situent ainsi plus facilement la Haute-Marne sur la carte. Le projet, qui devrait voir le jour d'ici trois ans, offrira aux générations

futures une présentation qui permettra une compréhension d'ensemble du Général de Gaulle, de son rôle dans l'histoire et de son attachement à ce lieu. Tous les protagonistes s'accordent à dire qu'il devra constituer une porte d'accès touristique pour le département, favorisant ainsi son développement économique. ■



## Parc naturel régional des plateaux de Langres et de Bourgogne : le projet se confirme

**L**e projet de Parc naturel régional est né du Livre blanc économique de la Haute-Marne réalisé par les trois Chambres consulaires, les services de l'Etat, du Département et de la Région. Un tel projet est un véritable outil de développement local. Il permet de réunir des moyens financiers au bénéfice d'un territoire touché par le déclin démographique et des difficultés économiques, de fournir des moyens humains aux communes avec l'équipe du parc, de définir un projet de développement tenant compte des richesses patrimoniales et de la qualité de vie, de donner un label de qualité au territoire, à ses produits et à ses savoir-faire, de bénéficier du réseau des parcs, de donner un coup de projecteur et une image au territoire. De nombreuses démarches et études de reconnaissance ont été réalisées. Des groupes de travail réunissant élus, associations et socio-professionnels ont été constitués pour faire le diagnostic du territoire et formuler les objectifs de développement. Ces groupes ont validé la nécessité d'une approche territoriale dépassant

les frontières haut-marnaises et impliquant la Côte d'Or.

Dès 1997, les élus cote d'oriens de la zone de projet sont sensibilisés sur l'intérêt d'un Parc naturel régional interdépartemental. En 1998, le Conseil régional de Champagne-Ardenne et celui de Bourgogne débattent sur le projet. Un an plus tard, le projet de Parc naturel régional des plateaux de Langres et de Bourgogne fait l'objet d'une délibération de mise à l'étude du Conseil régional de Champagne-Ardenne et reçoit une réponse favorable des élus. Dès que la Bourgogne aura à son tour délibéré, l'association de préfiguration du parc sera créée. Les deux départements se sont d'ores et déjà positionnés. La mise en place d'un tel outil de développement local est très longue car celle-ci ne se décrète pas, mais elle se construit. Une étape importante est franchie à ce jour puisqu'elle permet d'élaborer le projet de développement qui sera traduit dans la charte du parc sur laquelle se fondera la demande de classement auprès du ministère de l'Environnement. ■

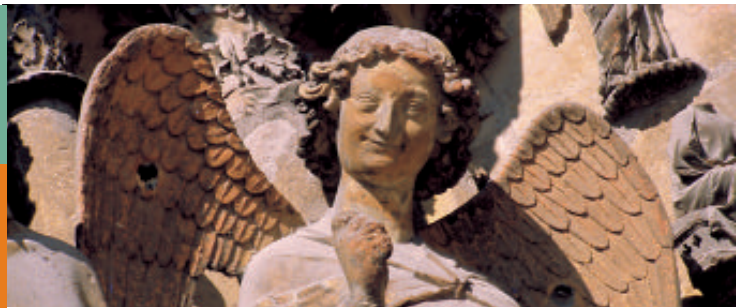




Jet ski sur un lac champardennais

## DOSSIER

### Le tourisme en Champagne Ardenne



L'Ange au sourire à la Cathédrale de Reims

### Une vitrine de l'Europe en Champagne-Ardenne ?

**L**a réussite du Futuroscope, en Poitou-Charentes, fait des envieux un peu partout en France. Pourquoi ne pas lancer un projet tout aussi ambitieux en Champagne-Ardenne ? C'est l'idée émise, il y a un peu plus d'un an, par le président du Conseil régional. Installée sur 150 ha, cette vitrine présenterait aux visiteurs chacun des pays membres de l'Union européenne sous de multiples facettes (histoire, culture, patrimoine, économie). Grosso modo, ce parc européen pourrait avoir l'allure d'une exposition universelle permanente, chaque Etat disposant de son propre pavillon. Jean-Claude Etienne, président de la Région Champagne-Ardenne, fonde de grands espoirs sur ce projet pour développer l'économie - et donc l'emploi - en attirant encore davantage de touristes dans une région située aux portes de l'Île-de-France. Rien n'est encore décidé à propos de la localisation de cette future vitrine de l'Europe, même si l'on parle, bien sûr, de la bâtir à proximité de Reims, en raison de la présence d'un important nœud autoroutier et, un peu plus tard, de la gare TGV. Pour l'heure, il s'agit de créer une société d'économie mixte. Il lui appartiendra d'étudier dans les moindres détails la faisabilité d'un projet qui, s'il est validé par les élus, ne devrait pas voir le jour avant cinq ou six ans.

### Troyes : le phénomène Magasins d'usine

**A**u regard des chiffres, 1999 fut pour l'activité touristique auboise une année exceptionnelle. Conjoncture, météo... tous les paramètres se sont conjugués pour favoriser l'augmentation de la fréquentation des visiteurs. La Route du champagne, les grands lacs, la ville de Troyes, le Chaourçois, le Pays d'Othe... tous les sites ont enregistré une réelle progression. Quant au tourisme économique, il n'est pas en reste : le phénomène des magasins d'usine en atteste. Phénomène unique en France de par son ampleur, le "tourisme commercial" suscité par la

présence de plus de 200 magasins d'usine (près de 75 000 m<sup>2</sup> de surface de vente) dans l'agglomération troyenne est une réelle composante de la vie économique locale.

Marquée par une longue tradition textile depuis deux siècles, Troyes a su en tirer partie. L'afflux, chaque année, de plus de 2,2 millions de visiteurs extérieurs n'est pas sans conséquence sur l'économie auboise. D'après une étude récente réalisée par l'Observatoire économique de la CCI de Troyes et de l'Aube, les retombées ont été estimées à 174 millions de francs (hors consommation dans les magasins). L'origine géographique de ces "touristes commerciaux" est diverse. Toutefois, la zone principale de chalandise recouvre le quart nord-est du territoire national, s'étendant du département du Nord à la Côte d'Or, de la région parisienne au Bas Rhin. Ces touristes particuliers ont dépensé plus d'un milliard de francs dans les magasins d'usine en 1998, contribuant à la réalisation de 84 % du chiffre d'affaires total de cette forme de distribution.



#### Profil type du touriste commercial non aubois en 1999

• Sexe			
- Homme	53 %	• Accompagné(e)	96 %
- Femme	47 %	- Conjoint	56 %
• Age moyen	35 ans	- Enfants	33 %
• Pas de budget pré-établi	73 %	- Amis, parents	54 %
• Dépense moyenne	1 376 F	• Fidèle	
• Catégorie socio-professionnelle		- Depuis moins de 5 ans	36 %
- Employé, ouvrier	33 %	- Comptent revenir	96 %
- Cadre et profession intellectuelle	19 %	• Durée du séjour	
- Autre, sans activité	27 %	- Une journée au moins	87 %
		• Ne connaissent pas le centre-ville	56 %

### Nigloland : 500 000 visiteurs chaque année

**S**itué à Dolancourt, à 5 minutes de Bar-sur-Aube (10), le Parc d'attractions Nigloland (18 ha) poursuit son développement en créant chaque année une activité nouvelle. Parc à dimension humaine, Nigloland compte près de 30 manèges dont la célèbre Rivière canadienne, un Grand huit de l'espace "Spatiale expérience", le Train de la Mine d'or... Dans un cadre de verdure magnifique agrémenté de boutiques et de restaurants, il reçoit chaque année plus de 500 000 visiteurs et fait la joie des petits mais aussi des adultes. ■



Site Internet : [www.barsuraube.net/nigloland](http://www.barsuraube.net/nigloland)

Dossier réalisé par Loïc Le Lagadec et les CCI de Champagne-Ardenne	CCI Reims et Epernay Tél. 03 26 50 62 50 Christian Carbone
Pour tout complément d'information :	CCI Saint-Dizier et Hte-Marne Tél. 03 25 07 32 00 Séverine Drion-Briet
CRCI de Champagne-Ardenne Tél. 03 26 69 33 40 Edwige Dargegen	Crédits photos Col. CDT Marne : M. Jolyot, P. Bourguignon, G. Fleuri. Col. CDT Haute-Marne : Ph. Lemoine. Col. CDT Ardennes : C. Vautier. M. Mortheaux, J.-M. Lecointe, C. Vautier.
CCI des Ardennes Tél. 03 24 56 62 62 Philippe fourny	Col. CRT/CDT Ardennes : Y. Ameziane.
CCI Troyes et Aube Tél. 03 25 43 70 10 Anne-Marie Zeltz	Col. CDT Aube : Ph. Prallaud, C. Billet, Mc Arthur Glen, Nigloland.
CCI Châlons-en-Champagne Tél. 03 26 21 11 33 Catherine Bouloy	M. Jolyot, F. Letourneur.

