

BRETAGNE

NOUVELLE VAGUE

INTERVIEW
Pleins feux sur...
Joëlle Furic

DOSSIER
Le Marché
anglais

FILIÈRES
Le Tourisme
fluvial

Juillet - Trimestriel 1999
Prix : 19 F

68



A l'aube de l'an 2000, le tourisme est reconnu comme un secteur d'activité économique à part entière et à l'avenir prometteur.

La Bretagne, région à vocation touristique ancienne, a besoin de toutes ses forces vives pour maintenir et développer sa place dans un marché de plus en plus concurrentiel.

Responsables économiques, politiques et professionnels ont déjà engagé ensemble une réflexion pour agir de concert : contrat de plan, schéma prospectif, schéma régional d'aménagement touristique...

Pour sa part, le Comité Régional du Tourisme de Bretagne multiplie ses actions de promotion en France et à l'étranger, tour à tour vers des clientèles ciblées... Aujourd'hui, les enfants, l'an prochain, les jeunes, en menant parallèlement une étude sur les loisirs des seniors pour mieux les servir dès la fin de ses travaux.

Le développement des filières de produits avec l'aide des professionnels et dans le cadre de partenariats constitue un autre axe majeur d'intervention du C.R.T. Bretagne.

Cela recouvre des actions diverses.

Ce sont de nouvelles brochures présentant par exemple une sélection d'hôtels de charme ou proposant de découvrir la Bretagne intérieure au fil de l'eau et de flâner sur nos marchés. C'est la mise en place d'un trophée golf et d'une cure de bien être en thalassothérapie.

C'est encore notre appui aux grandes rencontres festives et sportives.

Tous ensemble, soyons prêts à offrir à nos visiteurs l'accueil de qualité qu'ils attendent de nous et aussi le "plus" indélébile qu'ils garderont de leur étape bretonne.

Bonne saison 1999 !

Yvon BONNOT
Président du CRT Bretagne

SOMMAIRE

BRÈVES	3
Distinctions / Du côté du C.R.T. / Fréquentation de la Bretagne au cours du premier trimestre 1999	
EDITIONS	4
Un nouveau guide au CRT / Une Bretagne multiple chez les éditeurs / Au Conservatoire Botanique National de Brest / Au Télégramme de Brest	
COMMUNICATION	5/6/7/8
5 - Les projets informatiques / Schéma Régional d'Informations Touristiques en Bretagne. 6 - 7 - Echo de nos représentations 8 - Bretagne 2000 / Opération villes jumelées	
A L'ÉTRANGER	10
Marché italien / Marché espagnol / Suisse	
INTERVIEW	12/13
Pleins feux sur... Joëlle Furic	
LES FILIÈRES	14/15
Golf 1999 / La Bretagne à bécane / Cap à l'Ouest 6-8 avril 2000 / Le tourisme fluvial en Bretagne / Pour tout savoir sur la pêche en Bretagne	
LES PAYS TOURISTIQUES	16
Du côté de la Fédération Régionale des Pays d'Accueil Touristiques / Guide du patrimoine architectural naturel et économique de Kerlouan / Quelques rendez-vous à ne pas manquer	
AGENDA	17
Congrès du tourisme breton / Palais des congrès de Lorient, le lundi 27 octobre 1999 / Calendrier des salons et manifestations	
PAGES DÉPARTEMENTALES	18 à 21
OBSERVATOIRE RÉGIONAL DU TOURISME	22/23

BRETAGNE
NOUVELLE VAGUE

BULLETIN TRIMESTRIEL D'INFORMATIONS TOURISTIQUES
DU COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME DE BRETAGNE

1, rue Raoul 30 - 35069 RENNES CEDEX - Tél. 02 99 28 44 30 - Fax 02 99 28 44 40
• Directeur de la Publication: Y. BONNOT • Rédacteur: COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME DE BRETAGNE
• Rédaction: CRT • Création graphique: PAGEYS • Impression: IMPRIMERIE DU RIMON, Nord-Châtillon/Seine • Dépôt légal: 3^e trimestre 1999 • N° ISSN 099 05383 • Crédit photo: CRED

Distinctions

■ Nous avons été heureux d'apprendre que, par décret du Président de la République, en date du 12 mai 1999, Jean PROHET a été nommé au grade de Chevalier dans l'Ordre National du Mérite. Ainsi que nous avons eu l'occasion de le mentionner dans notre précédent numéro de juillet 1998, Jean PROHET est une figure éminente de

l'hôtellerie française et du monde du tourisme. Cette distinction vient récompenser une personnalité particulièrement compétente et dynamique dont la contribution au développement du tourisme breton a été particulièrement importante pendant ses activités passées. Nous avons le plaisir de présenter à notre ami toutes nos félicitations.

■ Yolande BOYER, Vice-Présidente de la Fédération Nationale des Pays d'Accueil Touristiques
Yolande BOYER, Sénatrice du Finistère vient d'être élue Vice-Présidente de la FN.P.A.T. Celle-ci regroupe les 160 Pays

Touristiques du territoire. Ce réseau rassemble plus de 6.500 communes et plus de 6 millions d'habitants. Il dispose de cinq fédérations régionales, dont celle de Bretagne, particulièrement active et structurée, à laquelle adhère le Pays du



Ménez-Hom Atlantique que préside Yolande BOYER. Les missions de la FN.P.A.T. concernent avant tout la représentation du réseau au niveau national. Cela l'impose comme interlocuteur privilégié auprès des Ministères.

Du côté du C.R.T.

■ Gaëlle TREBAOL, assistante chargée de mission au service promotion commerciale du C.R.T. s'appelle désormais Madame Gaëlle DRAGONNE. Elle a épousé Monsieur Jacques Dragonne à Saint-Malo le 19 juin dernier.

■ Bienvenue à Tanguy, fils de Claire BRIDEL, notre collaboratrice ayant en charge les filières produits. Tanguy est né le 27 mars 1999.

Fréquentation de la Bretagne au cours du premier trimestre 1999

Grâce au nouvel outil MORGOAT mis en place par l'Observatoire Régional du Tourisme, la fréquentation étrangère de l'hôtellerie bretonne a pu être mesurée. Les résultats du premier trimestre 1999 en terme de nuitées et l'évolution par rapport à l'an dernier figurent au tableau suivant.

Nuitées	Janv.	Fév.	Mars	1 ^{er} Trimestre	Evolution 99/98
françaises	200 807	252 704	309 624	763 135	↗
étrangères	14 214	18 472	47 154	79 840	↘
Pays de résidence	en %	en %	en %	en %	
Grande-Bretagne/Irlande	23,5%	37,3%	38,7%	33,1%	↘
Allemagne	10,1%	13,5%	10,2%	11,2%	↗
Benelux	13,3%	12,7%	7,9%	11,3%	↗
Suisse	9,3%	5,2%	6,4%	7,1%	↗
Italie/Grèce	7,1%	3,9%	6,4%	5,8%	↘
Espagne/Portugal	5,7%	5,1%	4,3%	5,0%	↘
Reste de l'Europe	11,6%	3,8%	2,0%	5,8%	↘
Japon	5,6%	5,4%	3,9%	4,9%	↘
USA/Canada	6,7%	8,6%	9,1%	8,1%	↘
Reste du Monde	7,0%	4,3%	10,6%	7,3%	↗

■ Extrait de la fiche trimestrielle MORGOAT, module hôtellerie Région Bretagne - 1^{er} trimestre 1999.

Un nouveau guide au CRT

Hôtels de charme et de caractère

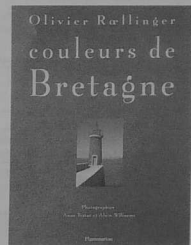
La première édition du guide Hôtels de Charme et de Caractère en Bretagne vient de paraître. Éditée à 100.000 exemplaires, cette brochure recense 29 établissements hôteliers sélectionnés à l'issue d'un audit de qualité. La diffusion est assurée par ses membres, par voie de marketing direct et au cours des salons auxquels participe l'association. Les établissements qui souhaitent y adhérer doivent se faire connaître par courrier auprès de la Présidente, et devront également faire l'objet d'un audit.

Le bureau est constitué :

- **Présidente** : Mme PELLE - Hôtel Du Château (Combourg)
- **Premier Vice-Président** : Mr JOUEO - Hôtel Ker Moor (St-Quay-Portrieux)
- **Deuxième Vice-Président** : Mr ORAIN - Hôtel Les Trois Fontaines (Locmariaquer)
- **Troisième** : Mr FROC - Hôtel Le Pen Roc (Chateaubourg, St Didier)
- **Secrétaire générale** : Mme CHAPALAIN - Hôtel Le Britany (Roscoff)



Une Bretagne multiple chez les éditeurs



Couleurs de Bretagne

par Olivier ROELLINGER, Chef des Maisons de Briouat, le plus grand restaurant de Bretagne. Olivier ROELLINGER évoque la Bretagne à travers l'arc en ciel de ses couleurs. Ce beau livre s'accompagne d'un carnet pratique où l'on trouve les adresses de tous les lieux, boutiques, musées, cités et photographies.
176 pages - format 21 x 27,5 cm relié
Contact : 01 40 51 31 35



Aux éditions Ouest-France

- **Une Bretagne si étrange 1900-1920**
En cartes postales pour faire revivre le quotidien d'une Bretagne oubliée ou méconnue, singulière et surprenante. James EVELLIARD, créateur et directeur du Cartopole de Baud.
- **Impressionnistes et néo-impressionnistes en Bretagne** par André Carrou, Conservateur en Chef du Musée des Beaux-Arts de Quimper, ouvrage support de l'exposition qui se déroule actuellement au Musée jusqu'au 4 octobre.
- **Le canal de Nantes à Brest**
Trois regards croisés sur le canal - patri-

moine historique, touristique et architectural au cœur de la Bretagne profonde.

- **Animaux des légendes bretonnes**
Recits pleins d'imagination et de poésie conduisant à la découverte de la nature.
- **Prénoms en Bretagne**
Les auteurs, Gilles et Bleuzen du Pontavice ont relevé 1.800 prénoms à la croisée de l'histoire, de la littérature et de la vie des Bretons d'aujourd'hui.
- **Cuisine bretonne d'hier et d'aujourd'hui** par Raymonde CHARLON, auteur de nombreux livres de cuisine et qui a tenu en Finistère Sud un restaurant référencé deux toques dans le guide Gault-Millau.

Les projets informatiques

Courant Mai, le Comité Régional du Tourisme de Bretagne a mis en ligne la nouvelle version de son site www.brittanytourism.com.

Résolument orienté vers les internautes étrangers (la page d'accueil est en Anglais) et complètement revu, tant au niveau du contenu que de la charte graphique, ce site est avant tout destiné aux professionnels du tourisme breton qui souhaitent associer au CRT Bretagne pour assurer la promotion de leurs offres. Parmi les innovations, citons : abonnement à une liste de diffusion, achat d'affiches, routage des demandes de pré-réservation vers les messagers ou le fax des professionnels, commandes de brochures. ... Alors que le CRT Bretagne n'a pas encore com-

munié sur ce site, ni commencé le référencement auprès des principaux moteurs de recherches internationaux, ce sont plus de 7000 visiteurs qui ont consulté plus de 140 000 pages et commandé 1700 brochures depuis la mise en ligne. Avec les consultations de la rubrique « Tourisme » du serveur Internet de la Région Bretagne, ce sont environ 15 000 internautes qui, chaque mois, s'informent sur le tourisme en Bretagne. Parallèlement à ces développements, le CRT Bretagne a amélioré le contenu de la rubrique « Tourisme » du serveur Internet de la Région Bretagne

(www.region-bretagne.fr). De nouveaux thèmes y sont proposés : la gastronomie bretonne, la pêche en mer et en rivière, présentation des brochures du CRT Bretagne, ... Ces efforts permettent aux pages « Tourisme » de ressortir 8 fois dans les 10 pages les plus consultées. ...

PS : Pour les professionnels qui souhaitent plus d'informations sur le site www.brittanytourism.com, contactez Benoît Lagand, Responsable Informatique :
Tél : 02 99 28 44 39
E-mail : informatique@crtrb.region-bretagne.fr

Schéma Régional d'informations Touristiques en Bretagne

Donner la bonne information au bon moment !

C'est le souci principal de tous les acteurs du tourisme, institutionnels ou privés. Le consommateur, lui-même, est souvent très étonné des multiples sources d'informations existantes. Face à ce constat et souhaitant améliorer la situation en Bretagne, la F.R.O.T.S.I. et le CRT en partenariat avec la Fédération Régionale des Pays d'Accueil Touristiques, les 4 Comités Départementaux du Tourisme, les 4 Unions Départementales des Offices de Tourisme ont franchi avec succès une première étape : la signature le 24 mars 1999 d'un protocole d'accord régional de mise en réseau de l'information touristique (cf. bulletin d'avril). La deuxième étape, en cours de réalisation, va nous permettre de connaître l'état actuel de la production, de l'exploitation et de la diffusion de l'information touristique en Bretagne. En effet, un questionnaire a été envoyé le 17 mai à 230 partenaires touristiques afin de connaître avec précision les

moyens humains et financiers mis au service de la Demande d'Information. Au 15 juin, 83 retours ont été enregistrés. Soit :
- 42 Offices de Tourisme
- 24 Syndicats d'Initiative
- 6 Offices Municipaux de Tourisme
- 7 Pays d'Accueil Touristiques
- 1 Pays Cité
- 3 UDOITS
Un grand merci pour le temps passé à remplir ce questionnaire et ainsi participer à cette étude régionale. Il faudra ensuite travailler ensemble et trouver des solutions innovantes, rationnelles, efficaces et économiques... tout un programme !

Du nouveau sur la mise en place du protocole d'accord
Le 3 juin dernier, le Secrétaire d'Etat au Tourisme, après validation des travaux

TourInFrance par la grande majorité des membres de la F.N.C.R.T. a reconnu le format d'échange proposé par le Comité Technique TourInFrance comme Format Commun d'Echange TourInFrance. Ce format viendra compléter la Version 2 de TourInFrance actuellement disponible sur le serveur Internet du Secrétariat d'Etat au Tourisme. Concrètement, cette reconnaissance nationale assure les différentes sociétés développant des systèmes d'informations touristiques (dont Te-Tourisme et Socete) de la pérennité de leurs développements. En Bretagne, cette décision relance le protocole de mise en réseau de l'information touristique bretonne en définissant les bases des futurs échanges entre systèmes d'informations touristiques hétérogènes.

Echo de nos représentations

Maison de la Bretagne - Paris à l'heure du jazz !

Les 27, 28 et 29 mai, le FESTIVAL JAZZ A VANNES a annoncé ses 20 ans à la Maison de la Bretagne.

Le 27 mai, un cocktail concert donné par Eric LE LANN, Baptiste TROTIGNON et Riccardo DEL FRA, était précédé d'une conférence de presse présentant le pro-

gramme du 20^{ème} FESTIVAL JAZZ A VANNES du 03 au 07 août.

Les 28 et 29 mai 2 orchestres bretons ont animé la fête de l'association des commerçants du Faubourg Saint Germain. La FOYRIE, fanfare New Orleans, et OKIE DORKE, blues-jazz, ont joué devant la

Maison de la Bretagne et dans les rues du quartier. Les habitants et commerçants du quartier ont apprécié cette animation. Cette animation a donné l'occasion aux organisateurs du festival d'aller à la rencontre d'un public amateur de jazz.

Expositions et animations

■ Du 01 au 30/06

• Présentation d'un ouvrage édité par Ouest-France sur le CARTOPOLE de BAUD " Une Bretagne si étrange "

• Exposition de cartes postales anciennes.

• Une conférence animée par Monsieur James-D. EVEILLARD, conservateur du CARTOPOLE a complété cette exposition.

■ Du 01/07 au 31/08

En partenariat avec les VILLES D'ART ET D'HISTOIRE et les PETITES CITES DE CARACTERE exposition de peinture sur le thème des marches

■ Du 01 au 30/09

Pour célébrer les grandes marées d'Automne LE MUSEE D'ART ET D'HISTOIRE de SAINT BRIEUC présente une exposition sur "La Pêche à Pied et l'Usage de l'Estrain".

■ Du 01 au 30/10

L'UNION BRETONNE DE TOURISME RURAL présente une exposition de photographies d'enfants sur la vie à la ferme. Photographies prises par des enfants au cours de leur séjour dans les fermes. Cette exposition sera l'occasion pour

l'UBTR de promouvoir les classes vertes en Bretagne auprès des enseignants des Académies de Paris, Creteil et Versailles.

■ Novembre

A l'occasion du Salon de Cheval : Exposition sur le Cheval Breton (dates à venir)

■ Du 01 au 31/12

Le MUSEE MATHURIN MEHEUT de LAMBALLE, présente exposition de dessins et gouaches sur le thème des marches



Maison de la Bretagne - Hambourg

Au courant du mois de janvier 1999

la Chambre de Commerce et d'Industrie de la ville de Kiel a organisé une exposition de photos sur la Bretagne "Impressions de la Bretagne". Ti Breizh - Haus der Bretagne a été sollicitée pour présenter la Bretagne économique et touristique. Ainsi, des brochures du C.R.T. Bretagne ont été diffusées durant 15 jours.

La Fête des Européens du 23 au 3 mai

Ti Breizh - Haus der Bretagne y a organisé et réalisé du 23 avril au 3 mai, un pavillon breton présentant les produits de notre Région et en particulier le tourisme breton. Ce pavillon a reçu un très grand succès. Pres de 550.000 visiteurs se sont déplacés cette année.

Anniversaire du Port de Hambourg

Ti Breizh a joint, au dossier de presse réalisé par la ville de Hambourg, et diffusé auprès de l'ensemble de la presse, un communiqué sur sa structure et ses objectifs dont la promotion touristique de la Bretagne (1.500.000 visiteurs). Par ailleurs, Ti-Breizh - Haus der Bretagne a financé un programme culturel à cette occasion avec une prestation musicale et une exposition des œuvres de Philip PLISSON.

Séminaire sur la musique traditionnelle. 28 mai 1999

Dans le cadre du rapprochement des régions de l'Est et de l'Ouest Européen organisé à Sacharbeuz, Ti Breizh - Haus der Bretagne a invité la Harpiste Morgane et y a animé un stand sur la Bretagne.

Soirées à thème

Ti Breizh - Haus der Bretagne organise des soirées à thèmes musicales lectures de contes et légendes de Bretagne ou de poésies chaque mois.

Ti Breizh - Haus der Bretagne - Deichstraße, 39 - 20459 Hambourg
Tel : 00 49 (0) 40 37 51 78 15
Fax : 00 49 (0) 40 37 51 78 16
E-mail : ti-breizh@online.de

Mission Grand Ouest USA

Séminaire

Suite aux trois séries de séminaires organisés en partenariat avec American Airlines, une étude de satisfaction a été réalisée. Cette étude s'est appuyée sur les 328 questionnaires recueillis lors de l'événement. Les questions étaient destinées à mieux connaître les agents participants et permettaient d'avoir une idée sur le trafic qu'ils génèrent. Il en est ressorti que les agents de voyage qui envoient le plus de clients en Bretagne, sont ceux qui sont déjà allés en Bretagne.

Walking va proposer dans son programme de l'an 2000, un nouveau tour en Bretagne avec 4 départs saisonniers. Par ailleurs, Euro Bound a décidé de travailler avec Formules Bretagne.

Bastille Day Celebration

Pour la troisième année consécutive, la mission Grand Ouest aux USA organise un cocktail lors du 14 juillet afin de présenter l'affire du Grand Ouest aux agents de voyage des Etats de New York, New Jersey et Connecticut. Plus de 300 agents sont attendus cette année.

Sale Calls

Cette année encore, la Mission Grand Ouest aux USA a rencontré plusieurs Tours Opérateurs. Une brochure Bretagne va être éditée en partenariat avec le T.O. EC Tours. Le T.O. BCT Scenic

Presse

Un article sur la Bretagne est paru dans le New York Times du 23 mai. Cet

article, a fait la première page de la rubrique voyage du journal. La mission Grand Ouest aux USA a fourni une aide technique aux journalistes lors de la réalisation de cet article. La contre valeur publicitaire est estimée à 307.376 \$. Au mois de septembre, un accueil de presse est prévu dans les cinq régions du Grand Ouest. Un dîner de gala clôturera cet événement.

Brochures

En 1998, 4.456 demandes d'informations sur la Bretagne ont été enregistrées, soit 19 % de plus qu'en 1997. Le e-mail est le moyen de communication, le plus utilisé pour la demande d'information aux Etats Unis.



La Bretagne du côté de la presse Ils sont venus...

■ 26 janvier au 7 février

Accueil " cuisine " pour un numéro special " Gastronomie bretonne " (Anne Andrieux)

■ 22-23-24 février

Accueil télé belge: RTBF pour émission Téléjournal du 13 mars 1999.

■ 19 et 20 Mars

Accueil " Médecine douce " sur la Forêt de Brocéliande.

■ 8 au 11 avril

17 journalistes italiens de " Nouvelles Frontières " dans le Morbihan - IL MESSAGGERO, IL CORRIERE DELLA SERA, IL TEMPO, LA STAMPA, RAI etc ...

■ 27 au 29 avril

Voyage de presse de " RYANAIR " en Ile-et-Vilaine et en Côtes-d'Armor - Liverpool Echo, Woman's Own, More!

■ 6 au 9 mai

Accueil de presse allemand sur les "Marchés de Bretagne" - VITAL, mensuel, tiré à 487 451 exemplaires, OSTSEE-ZEITUNG, quotidien.

Ils ont écrit...

■ OUI MAGAZINE

" Se marier en Bretagne " Décembre/Janvier/Février 99

■ CUISINE

N° spécial Bretagne - 2 trimestre 99

■ VOICI

12 avril 99
Golfe du Morbihan - Les copains à bord

Tiré à 202 223 exemplaires, STUTTGARTER-ZEITUNG, quotidien.
Tiré à 213 968 exemplaires.

■ 18 au 24 mai

2 journalistes canadiens - Albert BERUBE, La Tribune de Sherbrook - Tirage : 45 000 exemplaires. - Angèle-Paul MIGNOT, Femme Plus - Tirage : 55 000 exemplaires et Le Devoir - Tirage : 45 000 exemplaires.

■ 31 mai au 5 juin

James Ruddy, d'un quotidien régional tiré à 78 703 exemplaires.

■ 6 et 7 juin

Accueil FOULKE journalistes américains.

■ 12 au 19 juin

Madame Wenterström journaliste finlandaise représentant les magazines : "Alands, Handel och Spökt", "Hufvudstadsbladet", "Buss & Turism" et "Motor".

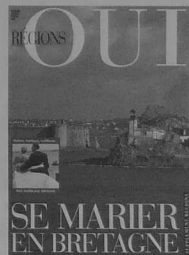
■ 2^e quinzaine de juin
Catherine Vialle de " Pleine vie ", 4 5 jours sur la côte de Granit Rose.

■ ART & DECORATION

Numéro Bretagne Printemps 99

■ SHOP VOYAGES

"La Bretagne des légendes Mars 99"



Mars 1999 :

Ti Breizh - Haus der Bretagne a été sollicitée par un établissement scolaire pour fournir du matériel de communication (affiches et brochures) sur la Bretagne lors d'une semaine française. Réalisation, impression et diffusion d'un prospectus présentant Ti Breizh - Haus der Bretagne et son activité dont l'activité du Point Tourisme (7 000 exemplaires).

Bretagne 2000 Les jeunes et la Bretagne

Selon les statistiques, plus de 100 millions de jeunes voyagent chaque année hors de leurs frontières. La France est leur première destination de vacances. Nous entretenons une étroite collaboration avec l'UNAT/APTAB et ces derniers nous ont permis d'apprendre qu'en 1994, la Bretagne était le 3ème choix de destination des jeunes en automne et en été, la 5ème au printemps et la 6ème en hiver. D'après l'enquête Gordon 1997 réalisée par l'Observatoire régional du tourisme, les jeunes touristes français proviennent en majorité de l'Ouest et de l'Île de France. Parmi les étrangers, les Européens sont les plus nombreux à se rendre en Bretagne (majorité de Britanniques, d'Allemands et de Belges-Luxembourgeois).

L'image de la Bretagne

Des deux tables rondes organisées en région parisienne (24 jeunes de 15 à 24 ans), il ressort que la Bretagne ne correspond pas à leurs attentes et apparaît de façon assez négative pour les raisons suivantes : région isolée, triste, rurale avec un climat peu favorable. Elle est associée à des séjours "pépères" pour retraités ou familles avec enfants. Les motivations principales des jeunes lorsqu'ils partent en vacances sont : le rêve, l'émotion, le dépassement, l'aventure et la découverte - la convivialité, s'amuser et sortir entre amis... La Bretagne doit donc mettre en avant son côté gai et dynamique par le biais d'une communication adaptée.

Proposition de programme

Pour répondre à leurs attentes, la communication du CRT doit être mieux

adaptée, sans pour autant en faire le thème principal de l'an 2000 car cela risquerait d'être au détriment des autres cibles privilégiées. Pour donner envie aux jeunes de venir en Bretagne, la communication doit introduire un volet "jeunes" dans toutes ses éditions et mettre en avant les informations sur les événements sportifs, culturels, les festivals tels les "Vieilles Charmes" et autres rendez-vous les concernant.

Les projets :

Sur Internet :

Internet est beaucoup utilisé par les jeunes qui sont très demandeurs et y accèdent de plus en plus facilement. Des pages "Spéciales-jeunes" dynamiques et évolutives seront ajoutées sur le serveur du CRT mettant en avant :

- les grandes manifestations sportives, culturelles
- une partie informative, des adresses pour les sorties, loisirs
- des forums de discussions sur des thèmes sportifs, à l'occasion de grands rendez-vous, en faisant intervenir sur le site des sportifs de renom ou musiciens connus pour participer à la discussion (le surf, la musique, les festivals)
- des jeux concours pour gagner des places de concerts.
- un service de petites annonces

Des éditions plus toniques :

Un rajeunissement des brochures générales du CRT est nécessaire, intégrant des photographies de jeunes en couple, en petits groupes pour montrer une Bretagne qui "bouge" et fait la fête. Plusieurs reportages photographiques sont prévus, sur la plage (tournois de volley ball - compétition de planche...), dans la campagne en randonnée équestre, moto, vélo...

Un guide spécialement conçu pour eux

Un guide bilingue français-anglais va présenter les activités sportives, culturelles et festives de la région ainsi que les bons plans - combines.

Il contiendra :

- des informations sur la vie nocturne et festive dans les villes étudiantes et touristiques
- des informations pratiques sur le transport, les hébergements bon marché • des offres d'activités à la journée (découverte d'une île...), des "pass" à prix intéressants pour des rendez-vous jeunes (route du rock, festivals de musique et autres...)
- Les rendez-vous incontournables tels que les Transmusicales de Rennes, le festival de St Nolf, le festival des Vieilles Charmes à Cathax ou encore des rendez-vous sportifs.

Ce document est à diffuser par l'intermédiaire d'Internet, chez les prestataires de service de Bretagne, par le CRTB, sur les salons et par d'autres moyens, pas encore déterminés. Il fait pouvoir les toucher dans leur quotidien en intégrant leurs propres sources de renseignements.

- **Des relations presse - relations publiques :** - présentation du dossier à la presse nationale, parution régulière d'articles dans le bulletin trimestriel du CRT, ainsi que dans "Grain de Sel", lettre mensuelle du CRT diffusée aux journalistes de la presse nationale - rendez-vous dans les rédactions de magazines spécialisés jeunes (dans la musique, le sport...)

Une recherche de parrains célèbres tels Mamatah, les frères Peyron, Paul Le Guen... susceptibles d'être partenaires, de la région en nous aidant à faire passer le message auprès des jeunes d'une Bretagne dynamique, "fun".

Opération villes jumelées

Le CRT Bretagne a décidé de mener une opération de marketing direct à la fin de l'année 1999 en Irlande et en Allemagne. Le principe est de faire parvenir un message de vœux à des habitants, préalablement sélectionnés, des villes irlandaises et allemandes jumelées

avec des cités bretonnes. Plusieurs agences de marketing direct locales ont été contactées et travaillent actuellement sur ce projet. Ni le fonctionnement précis de l'opération, ni les visuels utilisés, ne sont encore choisis. Cependant, le contenu du message est

déjà déterminé. Il portera sur l'entrée dans le nouveau millénaire et les relations privilégiées entre villes jumelées. Incontestablement, une manière originale de communiquer qui devrait porter ses fruits !

Financements, épargne, patrimoine...



... partenaire des professionnels du tourisme, le CMB vous accompagne dans tous vos projets.

Avec le 1^{er} Groupe bancaire et financier de Bretagne, vous êtes sûr de faire les bons choix !

Nos conseillers vous accueillent dans les 267 Caisses du Crédit Mutuel de Bretagne.

 **Crédit Mutuel de Bretagne**
la banque à qui parler

Marché italien

Étude de positionnement de la Bretagne

Le C.R.T. Bretagne a commandé une étude sur le positionnement de la destination Bretagne en Italie aux services de Maison de la France Milan. La personne chargée de cette étude a recueilli tous les articles de la presse italienne sur la

Bretagne et des guides touristiques, recense les sites et les thèmes les plus traités. La programmation de la région par les T.O. italiens a été étudiée dans le détail. Enfin, une mini enquête auprès du grand public italien a été réalisée.

Les résultats seront présentés au prochain congrès du C.R.T. Une première présentation a été faite à la presse bretonne et au C.R.T., le 9 juin dernier à Bologne à l'occasion du Tourmondshow.

Création d'une antenne Grand Ouest au

1^{er} janvier 2000

Sur le modèle de l'Espagne, les cinq régions du Grand Ouest ont décidé de créer une antenne sur le marché italien à

partir de l'an 2000. D'ici cette date, les régions font réaliser par Maison de la France Milan une étude de notoriété et

d'image sur le marché afin de déterminer les objectifs prioritaires et les domaines d'intervention de la nouvelle antenne.

Marché espagnol

Une nouveauté

La création de l'antenne Bretagne/Normandie-Pays de la Loire en Espagne avec le recrutement d'Anne DIBENEST et les premiers démarchages commencent à porter ses fruits en terme d'aug-

mentation de la programmation professionnelle. Afin de renforcer les actions de l'antenne, il a été décidé de déléguer aux deux autres régions du Grand Ouest, Centre-Val de Loire et Poitou-Charentes.

Ce regroupement permettra à la Bretagne de profiter de la notoriété de certains sites des nouvelles régions châteaux de la Loire et Futuroscope.

Bilan des actions de la Délégation France de l'Ouest en Espagne

La Délégation "Ouest" a participé aux deux salons espagnols Espovacaciones (bilbao du 13 au 16 mai) et SIFG (Barcelone 29 avril au 2 mai) pendant lesquels les demandes sur la Bretagne se sont avérées être plus nombreuses et plus précises qu'en 1998. En France, nous avons accompagné les agents de voyages espagnols à Cap à l'Ouest.

Pays de la Loire et la Normandie, édité à 15 000 exemplaires distribué dans les principales librairies espagnoles et auprès de 2 000 agences de voyages. Ce guide présente les principaux attraits touristiques des régions déclinés par thèmes.

Un **Éductour**

La Bretagne est, cet été, nouvellement programmée sur catalogue par 8 T.O. espagnols, éditant des brochures à plus de 50 000 exemplaires. L'antenne Ouest les a aidés dans leur programmation. Afin de stimuler les ventes de ces nou-

veaux produits, nous avons organisé un éductour pour une vingtaine d'agents de voyages revendeurs début juin dans les trois régions concernées.

Bulletins d'information

Nous avons élaboré deux bulletins bimestriels d'information (mars et mai) distribués à notre fichier de 300 agences de voyages espagnoles, et mis en place un système de distribution de fiches techniques sur une trentaine de sites espagnols que nous remettons à la demande.

Un **nouveau guide**

En collaboration avec un éditeur espagnol, la Délégation a rédigé et conçu un guide sur les régions de la Bretagne, les

Suisse

Une campagne ciblée sur la Suisse alémanique

Les régions françaises peuvent encore gagner d'importantes parts de marchés en Suisse, principalement sur la zone alémanique. Forte de ce constat, Maison de la France a décidé de cibler sa campagne

sur cette région. Deux magazines intitulés "Douce France" sont édités, un au printemps 99 (220 000 exemplaires), l'autre à l'automne (100 000 exemplaires). Ils sont diffusés par marketing direct et suite à des

annonces presse. Les lecteurs peuvent commander les brochures des Régions. Le CRT Bretagne participe à cette action par la parution d'une page dans les 2 éditeurs du magazines

La Bretagne dans le Valais suisse

Les Villes Moyennes de Bretagne (Vannes, Quimper, Saint-Brieuc et St-Malo) ont organisé une importante présence Bretagne à la Foire de Sion du 23 avril au 2 mai 1999. Sur

le modèle de l'opération de Genève, avec un stand représentant une place de ville bretonne, les nombreux partenaires ont pu présenter et proposer leurs produits : al-

imentaire, cadeaux mais aussi la Bretagne en tant que destination de vacances grâce à la présence des Offices de Tourisme des villes organisatrices et du CRT.



BRETAGNE

Promotion Touristique

Le Crédit Agricole et le Comité Régional de Randonnée Pédestre font équipe

Le Crédit Agricole et la randonnée pédestre ont une histoire d'amitié qui dure depuis 50 ans. Les quatre caisses régionales de Bretagne du Crédit Agricole et le Comité régional de randonnée pédestre viennent à nouveau de s'unir en signant une convention de partenariat sur quatre ans qui porte sur la création d'une signalétique des sentiers de petite randonnée. En mettant son dynamisme au service de la randonnée pédestre, le Crédit Agricole prouve une nouvelle fois qu'il est un acteur de développement régional, au service des départements soucieux de leur image touristique.

à travers les sentiers battus. C'est pourquoi le Comité régional de randonnée pédestre a aussi misé sur la promotion des sites intérieurs. En 50 ans les circuits de Petite Randonnée (PR, balises en jaunes, 2 h à une journée de marche maximum) se sont multipliés* explique le président de l'association, Emile Oran. On dénombre actuellement près de 900 boucles de PR en Bretagne de plus en plus utilisées et non dénuées d'intérêt touristique. Les bénévoles ont réalisé un travail considérable de valorisation de notre patrimoine naturel, mais leur seul engagement personnel et financier ne suffit pas au développement et à l'entretien des sites. Outre l'importance du partenariat engagé pour l'avenir de la randonnée, la démarche du Crédit Agricole est un acte de reconnaissance des efforts déployés.

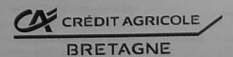


56 panneaux supplémentaires

Simple promenade de santé ou agrément d'un intérêt thématique, la randonnée pédestre s'est beaucoup diversifiée et représente un atout touristique certain pour les communes. Ainsi voit-on fleurir les sentiers botaniques, musicaux, contés, historiques... Mais pour se laisser séduire par un parcours encore faut-il savoir comment s'y rendre, l'utiliser, le comprendre.

Les efforts de l'association vont maintenant dans le sens d'une labellisation des boucles de petite randonnée en leur donnant une référence qualité : peu de portions goudronnées, pas de route à grande fréquentation... La convention apporte les moyens qui manquaient au réseau de sentiers pour bénéficier de l'image floueuse des GR. Au total 56 panneaux d'entrées de sites (14 par département pendant quatre ans) seront financés par le Crédit Agricole, et installés à l'entrée des agglomérations et auprès des parkings les plus proches des boucles de PR pour en faciliter les accès. La signalétique, conçue dans le respect de l'environnement, contribuera à positiver la

pratique de la randonnée pédestre en fournissant des indications aux promeneurs : temps de marche, kilométrage, intérêt pédagogique... "Il s'agit d'une opération cohérente avec ce qui existe déjà sur le territoire breton et qui se veut être un soutien au développement économique rural. La randonnée contribue en effet à créer une certaine activité autour du commerce local et de l'emploi dans les communes qui s'engagent dans une politique volontariste de création ou d'entretien des circuits" souligne Michel Muller, délégué général de la Fédération bretonne du Crédit Agricole. Avec des déclinaisons régionales, la banque sera également partenaire des journées nationales de la randonnée pédestre qui mobilisent des milliers de personnes. La banque, qui a fait de la proximité son atout majeur, ne pouvait rester insensible aux arguments présentés par les associations de randonneurs pédestres puisqu'ils vont dans le sens de la préservation de l'espace naturel si riche en Bretagne. Ce parrainage s'inscrit dans une logique d'avenir à construire ensemble et pour tous.



Pleins feux sur ... Joëlle Furic

L'association CAMPING PLUS en Bretagne est née en 1986 sous l'impulsion du Comité Régional du Tourisme et de plusieurs professionnels du camping caravanning haut de gamme en Bretagne. Depuis sa création, elle regroupe près de 30 établissements. En Avril 1991, Madame Joëlle Furic a été élue Présidente de l'Association CAMPING PLUS; l'Association a été transformée en Groupement d'Intérêt Economique en 1995. Madame FURIC a mis son dynamisme et sa joie de vivre communicative au service de la notoriété du camping classé 3 et 4 étoiles en Bretagne.



sociation regroupant des campings sélectionnés de chacun des 4 départements bretons. Puis la création de la brochure CAMPING PLUS, a suivi, diffusée avec l'aide logistique du Comité Régional du Tourisme. Depuis 1991, le groupement est devenu totalement autonome dans ses choix de stratégie de communication, mais il est toujours resté un interlocuteur très proche du CRT.

JG : Quel a été le "moteur" qui a fait avancer CAMPING PLUS depuis sa création ?

JF : Au départ, l'enjeu a été de sensibiliser les professionnels de l'hôtellerie de plein air à une démarche visant à développer la qualité dans leurs campings. En améliorant leurs établissements pour proposer des équipements confortables et des services variés, les gestionnaires des campings bretons qui ont fait le choix d'adhérer à notre chaîne, ont pris de l'avance sur leurs concurrents des autres régions françaises CAMPING PLUS BRETAGNE est aujourd'hui une valeur de référence, reconnue par les professionnels. Nous sommes considérés comme des professionnels inventifs et compétents, en particulier par nos collègues du sud de la France, qui ont organisé, il y a déjà 5 ans, un voyage d'étude dans nos campings, et qui envisagent de réitérer l'opération l'automne prochain pour leurs jeunes gestionnaires...

Et aujourd'hui, la démarche qualité est une question tout à fait d'actualité puisqu'elle est en cours de labellisation par notre profession au niveau national...

Les caractéristiques de Camping Plus

JG : Quelles sont les grandes caractéristiques actuelles de CAMPING PLUS ?

JF : Pour cette année, notre Chaîne compte 27 adhérents et 6 500 emplacements. Parmi ces 6 500 emplacements, - 1 000 reçoivent nos propres hébergements localisés, - 2 000 sont sous-loués à des Tour

Operators ou Comités d'Entreprise pour recevoir leurs hébergements,

- 300 sont occupés par des clients qui s'installent avec leur équipement pour la saison,

- 500 sont alloués à des agences intermédiaires qui nous envoient des clients - restent 2 700 emplacements destinés aux clients campeurs ou caravaniers itinérants. En pleine saison, l'ensemble des membres de notre Chaîne héberge plus de 30 000 personnes par jour dont près de 6 000 en location dans nos hébergements et 14 000 sur nos emplacements de camping...

JG : Pouvez-vous préciser les caractéristiques de la clientèle de CAMPING PLUS ?

JF : La politique promotionnelle que nous menons depuis 1986 contribue à faire connaître notre Chaîne partout en Europe. La clientèle visée vient de toute l'Europe, elle est citadine à 80%, et son but premier est de se détendre en famille pendant les vacances. Elle recherche des établissements de qualité offrant un environnement soigné, des équipements de grand confort et des services variés permettant à chaque membre de la famille de profiter pleinement de son temps de vacances et les campings de CAMPING PLUS proposent tous cela...

Nos clients, européens du Nord surtout, choisissent de passer leurs vacances dans nos campings non pas parce qu'il s'agit d'un mode de vacances bon marché... mais bien parce qu'il s'agit d'un choix délibéré d'un type de vacances.

JG : Quels sont vos moyens de promotion ?

JF : Chaque année en Novembre, nous éditons une nouvelle brochure pour la saison suivante, comportant bien sûr la présentation de notre Chaîne avec l'engagement de nos gestionnaires, mais aussi les coordonnées de nos membres et les caractéristiques de chaque camping adhérent. Tous les 3 ou 4 ans, nous procédons à une refonte complète du document, avec de nouvelles données pour mieux accrocher les lecteurs, futurs vacanciers. Cette brochure, tirée à 50 000 exemplaires, est diffusée pour

moitié dans nos campings, pour inciter les vacanciers à continuer leurs vacances dans un autre CAMPING PLUS, pour moitié dans les salons et en réponse aux demandes de renseignements par téléphone, par fax, par lettre ou par Internet.

Nous faisons depuis plusieurs années maintenant de la publicité écrite dans toutes les éditions européennes du Comité Régional du Tourisme. Nous participons à différents salons de tourisme, en France et aussi à l'étranger. Depuis un an, nous avons un site Internet qui nous ouvre de nouvelles perspectives et nous pensons le développer l'hiver prochain pour l'an 2000.

JG : Quels sont vos moyens de commercialisation ?

JF : De 1986 à 1991, nous avons développé une centrale de réservation qui nous était propre, mais depuis plusieurs années, elle a été mise en sourdine, cependant, la situation peut à nouveau évoluer.

Depuis 1991, nous nous concentrons sur 2 axes principaux - la promotion dont nous venons de parler - la communication de renseignements aussi précis que possible aux futurs vacanciers.

En effet, nous communiquons un tableau des disponibilités de nos campings à chaque demande de renseignements qui nous parvient entre Février et Juillet. Ce tableau, remis à jour chaque semaine par notre Secrétariat, est un outil très apprécié de la clientèle qui prépare ses vacances, surtout pour celle qui cherche du localité dans un camping.

JG : Quel intérêt peut avoir un nouvel adhérent de vous rejoindre ?

JF : Notre Chaîne peut intéresser un camping qui recherche à développer sa clientèle - notre promotion porte ses fruits et bon nombre de nos clients qui recherchent des établissements de qualité font confiance à notre label. C'est un atout considérable !

JG : Que pouvez-vous dire de la situation de votre futur adhérent de CAMPING PLUS ?

JF : Un des "Plus" que nous apportons à nos membres est le bénéfice d'échanges très riches entre professionnels qui parlent le même langage. Nous avons des discussions internes très poussées, par exemple au travers de nos statistiques de fréquentation... La plupart de nos réunions se tiennent dans nos campings. Au fil de nos rencontres, se sont développées de véri-

tables liens d'amitié entre nous - nous avançons ensemble dans une atmosphère franche et positive.

L'avenir

JG : Quelles nouveautés prévoyez-vous au niveau de la brochure ?

JF : Nous allons complètement refondre l'édition pour l'an 2000. La maquette a été adoptée par nos adhérents lors d'une réunion en Décembre dernier et nous travaillons déjà activement à sa préparation. Nous intégrerons encore plus nos campings dans leur environnement local.

nous avons délimité plusieurs secteurs géographiques, dont les richesses particulières vont être abondamment illustrées et nos différents établissements, décrits par de nombreuses photos, viendront s'insérer naturellement dans ces pages. Nous recherchons avant tout la clarté pour le lecteur et reviendrons à une édition unique, tirée à 50 000 exemplaires, avec les renseignements généraux traduits en 4 langues, français, anglais, allemand et néerlandais.

JG : Votre participation aux salons va-t-elle se trouver modifiée ?

JF : L'investissement important que nécessite la refonte de notre brochure pour l'an 2000 n'est pas sans conséquence sur notre budget de promotion qui doit être redéfini. Mais nous allons opter vers du partenariat actif avec le Comité Régional du Tourisme et les CRT pour continuer à être présents sur les principaux salons de tourisme européens et dans les éditions étrangères du CRT.

JG : Mettez-vous en place une politique commerciale ?

JF : Depuis plusieurs années maintenant, nous proposons 2 formules à nos clients - 7 jours pour le prix de 6 en camping - la possibilité de réservation d'un site à l'autre, en mai, juin et septembre. Nous travaillons maintenant aussi à harmoniser nos types d'hébergement pour faciliter l'information auprès de nos clients et développer leur commercialisation.

JG : Vous adressez-vous aux médias ?

JF : Nous avons préparé un dossier de presse qui va être réactualisé lors de la sortie de la brochure pour l'an 2000 et envisageons de la diffuser alors aux journalistes de tourisme tant en France que dans les autres pays européens, emetteurs de clientèle. Nous allons demander le

soutien logistique du Comité Régional du Tourisme à cette occasion, lors d'un accueil de journalistes par exemple.

JG : Qu'attendez-vous des structures touristiques publiques ?

JF : Dans un premier temps, nous aimerions qu'elles reconnaissent notre existence, comme l'a fait le Comité Régional du Tourisme, dès la naissance de notre Chaîne. Nous sommes des professionnels du tourisme à part entière, et si nos établissements sont saisonniers dans l'accueil de la clientèle, nous travaillons toute l'année à préparer au mieux cet accueil à développer nos offres, à renouveler notre parc localité, à renover nos installations, en un mot, à améliorer encore nos établissements. D'autre part, nous souhaiterions que les structures publiques soutiennent nos efforts de promotion, en acceptant de diffuser notre brochure par exemple, ce qui n'est pas toujours le cas des Offices de Tourisme...

JG : Comment interprétez-vous l'apport du vacancier vis-à-vis de CAMPING PLUS ?

JF : Les vacanciers représentent un moment important dans la vie de chacun qu'il faut réussir !

Les vacanciers commencent dès l'hiver par la préparation et la recherche du type et du lieu de vacances prend une place primordiale. C'est pourquoi nous mettons l'accent sur notre promotion qui s'appuie essentiellement sur notre brochure, c'est le véritable "outil" de communication de notre Chaîne. Puis, les vacances elles-mêmes se déroulent dans nos établissements et nous mettons tout en œuvre pour que nos clients soient contents de leur choix - propreté, confort et atmosphère détendue et conviviale. Nous nous efforçons de proposer une multitude de services et d'équipements. Dès le retour chez soi, le vacancier qui a passé de bonnes vacances en parlera volontiers et pourra inciter des collègues, des amis, des membres de sa famille à tenter le même type d'expérience... C'est l'effet de Chaîne que nous voyons s'étendre avec plaisir.

Et nous constatons également depuis plusieurs années la fidélité de nos clients. Ils sont nombreux à répondre favorablement à nos cartes de vœux en demandant l'envoi de la nouvelle brochure. Ils reviennent l'année suivante dans un des CAMPING PLUS qu'il ne connaissent pas encore. C'est tout l'avantage d'une Chaîne et CAMPING PLUS remplit là parfaitement son rôle.



Golf 1999 Edition

L'édition **Golf en Bretagne 1999** est parue en mai dernier. Son tirage est passé de 20 000 à 25 000 exemplaires afin d'en assurer une large diffusion au cours des opérations menées par le Club France Golf International (Maison de la France) auquel le C.R.T. Bretagne adhère depuis deux ans. Ce document présente les 31 clubs de golf bretons adhérents à la Ligue de Golf de Bretagne.

UK Golf Writers Brittany Challenge Cup du 6 au 8 septembre 1999 en Bretagne

En partenariat avec la Brittany Fernes, le C.R.T. Bretagne organise un trophée golf exclusivement destiné à la presse anglaise britannique. L'organisation de cette compétition a pour but de faire connaître la Bretagne en tant que destination goliqqe auprès des lecteurs de

la presse anglo-saxonne spécialisée "golf". Nous avons adressé une invitation personnalisée aux journalistes golfeurs suivants :

- Nick TREND, Daily Telegraph (104.295 exemplaires) - Steve KEENAN, Times (744.342 exemplaires) - Steve PRENTICE, Forel (60.817 exemplaires) - Malcolm CAMPBELL, Golf Monthly (63.254 exemplaires) - Bob WALTERS, Golf Weekly (17.000 exemplaires) - David CLARKE, Golf World (67.801 exemplaires) - Jonathan REED, National Club Golfer (90.000 exemplaires) - Richard SIMMONS, The Player (58.478 exemplaires) - Kevin BROWN, Today's Golfer (56.773 exemplaires) - Jane CARTER, Woman and Golf (23.496 exemplaires).

Programme de la compétition :

- 5 septembre : Départ en ferry pour traversée de nuit 6 septembre : Arrivée à Saint-Malo 8/10 : départ pour le Golf de Plénerv Val André - parcours jusqu'à 13H30 14H00 : déjeuner au restaurant du golf

- (menu spécial golfeurs) - remise du prix au gagnant du jour et d'une balle logée du club à chaque golfeur 15H30 : départ pour excursion au Cap Fréhel et visite de Fort La Latte 17H00 : départ pour le Morbihan 19H30 : installation à l'hôtel et dîner 7 septembre 9H00 : parcours Golf de Baden 13H30 : déjeuner 15H00 : parcours Golf de Saint-Laurent 19H00 : remise des prix et balles logées 19H30 : départ pour Dinard 21H30 : dîner - hébergement 8 septembre 9H00 : parcours Golf de Dinard, le matin 13H30 : déjeuner de clôture, remise du prix au gagnant du jour et trophée au grand gagnant de la compétition 16H00 : découverte du produit "spécial golfeur" du centre de thalassothérapie de Dinard au travers de deux soins 18H00 : départ pour Caen pour traversée de nuit Ce rendez-vous sera un avant goût de l'opération "Trophée France Golf International 2000", pour lequel la candidature de la Bretagne a été retenue.

La Bretagne... à bécane... c'est parti!

Dans notre dernier numéro, nous vous avons communiqué la volonté du C.R.T. Bretagne de développer dans notre région un véritable tourisme motocycliste. Première région française à s'intéresser à ce marché, "la Bretagne... à bécane"

propose des circuits de découverte spécialement adaptés aux attentes des motards, le temps d'un week-end ou d'une semaine. Après un mois de promotion, les premiers résultats se font sentir puisque plusieurs circuits week-

ends sont en cours de validation (plus de 10 participants) dont un valide pour le 10 juillet ainsi que quelques semaines dont celle du 25 au 31 juillet et du 15 au 21 août qui sont d'ores et déjà en partance... A suivre.

Cap à l'Ouest 6-8 avril 2000 Brest ou Saint-Malo ?

Ainsi que nous l'avons déjà indiqué dans notre précédent numéro, ce sera au tour de la Bretagne de passer maître d'œuvre pour l'organisation de Cap à l'Ouest en l'an 2 000. Le lieu de déroulement de cette manifestation sera

connu début septembre : Brest ou Saint-Malo, les deux villes candidates. Notez d'ores et déjà sur vos tablettes les dates de ce grand rendez-vous international. Les T.O. arriveront le 6 avril et participeront au workshop qui se déroulera du



7 au 8 avril 12H30 avant d'être conviés à un éducteur jusqu'au 9 avril après-midi. • Pour toute information, contactez Gaelle DRAGONNE (TRBAOL) au C.R.T. Bretagne au 02 59 28 44 30.

Le tourisme fluvial en Bretagne Dans les médias

Cette année, la promotion du tourisme fluvial en Bretagne se traduit en particulier par l'accueil de journalistes. Du 5 au 9 juin, la Bretagne a accueilli M. Claude Gillon, journaliste pour l'Express. Son séjour à bord d'une péniche sur le canal d'Ille-et-Rance lui a permis de préparer un article sur les

canaux bretons, pour le numéro spécial Bretagne de l'Express, qui paraîtra le 15 juillet. Une équipe de télévision italienne a aussi navigué sur la Vilaine et le canal de Nantes à Brest entre Messac-Guipry et Josselin du 12 au 19 juin derniers. Un ou deux épisodes de vingt minutes sur la Bretagne ont ainsi été

préparés pour passer en octobre prochain dans le cadre de l'émission hebdomadaire "River" de la chaîne Marco Polo, du groupe Canal Plus. L'audimat de l'émission est de un million de téléspectateurs en Italie. "River" est également diffusé dans d'autres pays européens.

D'une rive à l'autre, la Bretagne et les Pays de la Loire au fil de l'eau

La Bretagne et les Pays de la Loire sont riches de 900 km de rivières et canaux appréciés, depuis la disparition du trafic marchand, par les pêcheurs, les randonneurs à pied, à cheval ou à bicyclette, les canoëistes et ceux qui choisissent pour le week-end ou les vacances, la navigation tranquille ponctuée par le passage des écluses. Le canal de Nantes à Brest, qui relie les deux régions est sans doute le symbole de ce patrimoine touristique que les deux Conseils régionaux ont décidé de valoriser ensemble, en finançant, depuis plusieurs années, des aménagements : ports, pontons, haltes nautiques.

dynamique interrégionale qui vise à valoriser aussi tous les sites proches des berges, avec leurs richesses naturelles, architecturales et les animations qu'ils proposent. Edmée à 90.000 exemplaires, cette brochure recense 74 sites. Elle est diffusée dans les deux régions, sur tous les points d'accueil touristique et auprès des professionnels. Tous les acteurs du tourisme ont participé à l'évaluation de 74 sites, signataires d'une charte de qualité et désormais labellisés 1, 2 ou 3 libellules, selon la qualité des équipements, de l'accueil, des animations ou des visites à faire non loin de la rive.

namt aussi bien les sites déjà labellisés que ceux qui voudront les rejoindre. Il comporte d'une part, des aides aux études architecturales et paysagères indispensables pour des aménagements harmonieux (40 % d'un coût plafonné à 150.000 F en Bretagne, 30 % dans les Pays de la Loire) puis des aides aux investissements (40 % en Bretagne, 30 % d'un montant plafonné à 3 MF dans les Pays de la Loire).

(*) Les 74 sites bordent la Sarthe, la Mayenne, l'Ordon, la Sèvre, l'Endre, l'Ouest, l'Aff, l'Annie, le Blavet, la Rance, la Vilaine et le canal d'Ille et Rance.

Nouveau guide

La publication du guide "D'une rive à l'autre" est une nouvelle étape de cette

Aides publiques

Parallèlement à cette promotion, les deux Conseils Régionaux ont lancé cette année un nouveau programme concer-

Pour tout savoir sur la pêche en Bretagne

Un nouveau guide

Enfin un guide pour les passionnés, à la fois de pêche et de Bretagne ! Au fil des 112 pages noir et blanc de ce guide format poche, on trouve toutes les informations nécessaires à un séjour pêche en Bretagne réussi. Tiré à 5000 exemplaires, ce Guide est disponible au prix de 39F à la librairie de la Maison de la Bretagne et dans les librairies reliées au réseau de diffusion Edilange d'Ouest France. Il a été envoyé à la presse spécialisée "pêche" et "tourisme" avec le Grain de Sel de juin qui abordait le thème de la pêche en Bretagne. Notre coéditeur Terre de Brume l'a fait parvenir à la presse spécialisée "livres" et la presse du Grand Ouest.

Un document d'appel

Le CRT vient aussi de réaliser un document d'appel sur la pêche en Bretagne. Il permet notamment de commander le guide. Il a été envoyé par mailing à toutes les associations de pêche françaises ainsi qu'aux pêcheurs du CRT. Il est aussi diffusé par notre réseau habituel, le service consommateur du CRT, la Maison de la Bretagne... Enfin, la maison Ragot nous a gracieusement prêté du matériel de pêche pour agrémenter la vitrine présentant le guide à la Maison de la Bretagne à Paris.



Du côté de la Fédération Régionale des Pays d'Accueil Touristiques

Développement des concepts "Restaurants de Terroir" et "Assiettes de Pays"



Les restaurants sont des lieux de prescription et d'information potentiels, de valorisation économique des activités touristiques, des produits locaux et régionaux. Partie des premières initiatives du Pays des Rohan et de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Morbihan en collaboration avec le Comité Départemental du Tourisme du Morbihan, l'expérience "Restaurants de terroir" aujourd'hui se régionalise pour passer en 1999 sous la responsabilité d'un Comité de Pilotage Régional associant la FR.P.A.T. Bretagne et la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie. Le souci commun étant de positionner et de typer une restauration de Pays valorisant les "savoir faire" bretons sur deux créneaux qui sont : - le repas plaisir/découverte régionale proposé par le label "Restaurants de Terroir" - le repas restauration rapide de Pays (répondant également aux comportements des clientèles en séjournant).

proposant un concept de qualité à des prix compris sous le label "Assiette de Pays" qui connaît actuellement un fort développement dans plusieurs régions françaises de la Normandie, en passant par la Bourgogne, au Languedoc-Roussillon (sous la responsabilité de la Fédération Nationale des Pays d'Accueil Touristiques). L'ensemble du dispositif s'inscrit dans une démarche de complémentarité des labels existants en restaurant attentif à la lisibilité des initiatives présentes pour les clientèles. Il est évident qu'un même restaurateur peut prétendre aux deux concepts. Dès la fin de l'année 1999, plus de quarante restaurateurs auront été agréés par le Comité de Pilotage régional sous le contrôle et l'intervention d'un critique gastronomique. Il est envisagé dans les deux années à venir de publier un livre des meilleures recettes locales, les marques "Restaurants du Terroir" et "Assiette de Pays" répondent ainsi à des critères normés liés à deux chartes distinctes : l'une régionale et l'autre nationale, toutes deux contrôlées par le Comité de Pilotage Régional.

La volonté d'amier un contrôle de qualité permanent permet d'associer la crédibilité des sites avec l'appui d'un critique gastronomique qui vient conforter les logiques d'agrement et suivi du réseau. Le 6 juillet, à la Chapelle de Noyal Pontivy en Pays des Rohan, Adrien KERVILLA, Président de la FR.P.A.T. Bretagne et Jean-Claude CROCCQ, Président de la C.R.C.I. proclameront les résultats de la 3ème session "Restaurants du Terroir" (Restaurateurs situés sur le Pays des Rohan et le Pays du Roi Morvan). D'autres projets de "Restaurants de Terroir" sont en cours, notamment sur le Pays de l'Oust à Broc'héland, le Pays de Dinan, le Pays du Centre Finistère et le Pays de Guerledan et du Karong.

Quelques rendez-vous à ne pas manquer

- Au Centre de Découverte Maritime de la Pointe de Saint-Pierre Penmarc'h :
 - Exposition sur l'archéologie sous-marine jusqu'au 28 juillet 1999.
 - Exposition "À l'abordage sur la course et la pratique, du 1^{er} au 30 septembre 1999. Tél : 02.98.58.60.19.
- Les 11^{èmes} Journées des Plantes dans le parc paysager du Lycée Agricole de Kerplouz
 - Route du Bono - 56600 Auray, les samedi 2 et dimanche 3 octobre 1999. Renseignements tél : 02.97.57.00.97.
- Les Vendredis du Port Organisés par la Ville de Redon sur une thématique Navigation et Chants marins, les 23 et 30 juillet 1999 - 6 et 13 août 1999. Renseignements à la Mairie de Redon au 02.99.71.01.16.
- La Fête des 10 ans du Forban Avec rassemblement de vieux gréements, les 7, 8 et 9 août 1999 au Bono (Morbihan) Tél : 06.11.77.24.17. Tél Fax : 02.97.57.92.92.

Guide du patrimoine architectural, naturel et économique de Kerlouan



■ Cinq étudiants kerlouanais passionnés d'Environnement et de Patrimoine et amoureux de leur pays sont à l'origine de ce guide qui a reçu deux distinctions : - le label "1.000 déris pour ma planète" du Ministère de l'Environnement récompensant les initiatives menées par des jeunes visant à développer l'éducation à l'environnement - la seconde place des "Coups de pouce jaunes" du Crédit Mutuel de Bretagne. Soigneusement imprimé, joliment illustré de croquis, de cartes et de photos, agréable à manier, ce guide est l'indispensable compagnon des randonneurs, des amateurs de vieilles pierres, des chasseurs de sites exceptionnels, des érudits.

Format 105 x 245 mm - 128 pages - coût : 35,00 F + port - Contacts : Association "Environnement et Patrimoine" - B.P. 16 - 29890 Kerlouan - Syndicat d'Initiative de Kerlouan - tél : 02.98.83.92.87

Congrès du tourisme breton

Palais des congrès de Brest, le mardi 26 octobre 1999

Calendrier des salons et manifestations

3^{ème} et 4^{ème} trimestres 1999

FRANCE

- (GP) Opération Bretagne - EURAILLIE (Villes Moyennes) : 28 août au 2 septembre
- (GP) Grande Braderie de LILLE (Villes Moyennes) - LILLE : 3 au 5 septembre
- (P) Mitcar - PARIS : 21 au 23 octobre
- (P/GP) Congrès du C.R.T. - BREST : 26 octobre
- (GP) Salon du Tourisme - VANNES : 29 au 31 octobre
- (GP) Salon du Cheval - PARIS : 4 au 12 décembre
- (GP) Salon Nautique - PARIS : 4 au 13 décembre

ITALIE

- (P) Workshop Italie - RICCIONE : 16 au 19 septembre
- (P) Bourse France - RIVA DEL GARDA : 15 au 17 octobre

SCANDINAVIE

- (P) Workshop Scandinavie - BERGEN : 3 au 5 septembre

SUISSE

- (P) Opération spécifique : démarchage autocariste, séminaire ou éductour octobre

EUROPE DE L'EST

- (P) Salon TT 99 - VARSOVIE : 23 au 26 septembre
- (GP) Tour Salon 99 - POZNAN : 21 au 24 octobre

USA/CANADA

- (GP-P) S.I.T.V. - QUEBEC-MONTREAL (Grand Ouest) : 28 au 31 octobre
- (P) Bastille Day - NEW YORK : 14 juillet
- (P) Séminaire Western France Certification Series - NEW YORK - CHICAGO - LOS ANGELES - SAN FRANCISCO - DALLAS - ATLANTA - MIAMI : été 1999
- (P) Séminaire American MIAMI - RALEIGH
- DURHAM-NC - HARTFORD-CT - BOSTON-MA : 14 au 17 septembre
- (P) Séminaire United CHICAGO - MILWAUKEE - WI - SEATTLE-WA - SAN FRANCISCO-CA : 5 au 8 octobre

EUROPE

- ALLEMAGNE (GP) Salon Touristik&Caravaning - LEIPZIG : 17 au 21 novembre
- (GP) Foire Artisanale - MUNICH (Villes Moyennes) : 27 novembre au 5 décembre

BELGIQUE

- (P) Salon COURTRAI (avec la CRCI) : 15 au 20 octobre
- (GP) Zenith 99 - BRUXELLES : 30 novembre au 4 décembre

GRANDE-BRETAGNE

- (P) Trophée Presse Golf Brittany Ferries/CRT : 6 au 8 septembre
- (P) World Travel Market - LONDRES : 15 au 18 novembre



Salon des Vacances de Vannes, 29, 30 et 31 octobre 1999 au Parc des Expositions

Chorus, le rendez-vous de l'automne en Bretagne Sud. Contact commercial : Thierry Calmand. Tél : 02.97.01.24.75. Relations presse : Anne Richard. Tél fax : 02.99.90.50.90.



Sport et Tourisme

A la question toujours posée d'une amélioration de la fréquentation touristique en dehors des mois d'été, le Comité Départemental du Tourisme et le Conseil Général des Côtes d'Armor recherchent de nouvelles solutions. C'est dans ce cadre qu'a été imaginé le "mois sport nature", qui se déroule du 29 mai au 4 juillet.

Il est manifeste que les événements de tout genre attirent de nouvelles clientèles. Il a été également observé, que les loisirs sportifs étaient appréciés des clientèles du département.

Enfin, la diversité des Côtes d'Armor a permis d'équilibrer l'organisation des "rencontres Sport Nature" sur l'ensemble du territoire départemental.

Commencée les 29 et 30 mai à Glomel, où la "bande vivante" a permis aux amateurs de découvrir le Canal de Nantes à Brest, et les

glissières à Canoë, la série des rendez-vous sportifs se terminera le 4 juillet à Trequeker, par une course à pied de 63 Km, sur la piste des Goumioniers en passant par le Mené Bre ou Saint-Helen.

Si ces rencontres attirent sportifs et spectateurs, elles sont difficiles à traduire en véritable outil touristique. C'est pourquoi le CDT et Côtes d'Armor Tourisme ont proposé, pour chacune d'entre-elles, un véritable produit touristique, comportant hébergement, repas, soirée festive et bien sûr, participation aux parcours sportifs.

Il s'agit en fait, de profiter de la notoriété acquise par "l'événement" pour générer des recettes bénéficiant à l'économie touristique. Ainsi, dans toute la communication mise en place figurent des propositions de séjours "tout compris" et des possibilités d'hébergement des zones concernées.

Si cette initiative est couronnée de succès, elle pourrait être étendue aux événements culturels qui se produisent en Côtes d'Armor tout au long de l'année.



Comité Départemental du Tourisme
10 rue de la République - 29200 Brest
Tél. 02 98 98 98 98

Séjour en Côtes d'Armor

Côtes d'Armor Tourisme poursuit sa mission de structuration de l'offre dans le département, en collaboration avec les professionnels. Pour faire mieux connaître ce service, et les séjours qu'il peut proposer, il a été décidé d'utiliser un petit document de contact remis aux prospects sur les salons professionnels ou lors de rendez-vous.

Plutôt que de préparer un catalogue de produits qui paraît toujours un peu figé, c'est une

offre de service qui est faite au client. Côtes d'Armor Tourisme propose de créer pour lui, le séjour qui convient le mieux à son besoin et lui indique les professionnels et prestations les plus adaptés.

Pour soutenir cette démarche, un document vient d'être édité, insistant sur la qualité du service proposé et sur la simplicité à disposer d'un seul contact pour organiser tout un séjour.



Côtes d'Armor, les bien-être de la Bretagne



Logo et charte graphique Un nouvel élan

Les éditions et le logo du Comité Départemental du Tourisme datent de 1992. Aujourd'hui, nous bénéficions de 7 années de recul pour analyser ce travail. Si ces éléments ont donné entière satisfaction durant plusieurs années, ils arrivent aujourd'hui en bout de souffle sur un marché fortement concurrentiel. L'ancien code graphique séduisant et affirmé ne laisse plus suffisamment de place aux visuels grand format et aux rédactionnels.

L'harmonie verte et bleue du logo, utilisée pour identifier de nombreux autres départements, communes ou sociétés, lui laisse peu d'originalité et lui donne un look des années 80. Face à ce constat, le C.D.T. a décidé cette année de donner un nouvel élan au logo et à la charte graphique.

Le logo

Il se devait d'évoluer pour rester actuel. La typographie affirme le caractère de la Finistère. Le graphisme des vagues symbolisant le département marque aujourd'hui plus de légèreté.

Les couleurs choisies, le bleu marine et l'orange donnent l'image d'un département à la fois tonique et chaleureux.

Les éditions

La nouvelle ligne graphique retenue pour les publications du C.D.T. suggère d'abord une idée d'espace naturel. Les photos pleine page s'associent au grand format des documents pour montrer les vastes horizons du Finistère. Une mosaïque de petites photos est située dans le haut de la page. Elle sert de fil conducteur à l'ensemble des publications. Elle illustre la diversité des paysages et la richesse de couleurs du Finistère.

La typographie des titres reprend celle du logo. Les textes rédactionnels sont composés dans un caractère qui s'accorde à leur nature informative.

Les publications du Comité Départemental du Tourisme jouent très souvent un rôle déterminant dans le choix du Finistère comme lieu de vacances. Actuellement sans effet de mode, la nouvelle charte graphique met pleinement en valeur les atouts du département.





L'Ile-et-Vilaine sur internet

www.bretagne35.com



Le 19 mai dernier, le site Internet du Comité Départemental du Tourisme d'Ile-et-Vilaine, réalisé en partenariat avec Gallimard, a été présenté dans les salons de la maison d'édition en présence notamment de Monsieur Pierre MEHAIGNERIE, Président du Conseil Général d'Ile-et-Vilaine, de Monsieur COHEN-TANUGI, Directeur Général de Gallimard, de

Monsieur André HUPEL, Président du Comité Départemental du Tourisme, de Monsieur LASSOURD, Sénateur d'Ile-et-Vilaine et de Monsieur Yvon BONNOT, Président du Comité Régional du Tourisme de Bretagne, avec la participation de nombreux journalistes représentant d'importants supports nationaux.

Complet et attractif, ce site entend répondre, en français et en anglais, à toutes les interrogations et attentes possibles du touriste en Ile-et-Vilaine, dans une double dimension culturelle et pratique. Itinéraires, plans de villes, maquettes, photos et textes, directement inspirés des guides Gallimard, conviennent l'intermédiaire à la découverte des sites touristiques du département. Chaque ville présentée fait l'objet de texte bien documentés, assortis d'illustrations, et est

replacée dans un contexte plus large qui invite à prolonger la découverte vers d'autres lieux moins connus. En complément de la présentation générale du département, le visiteur a accès à tout moment aux informations pratiques utiles à l'organisation et à la réservation de son séjour. Exhaustifs, les renseignements ainsi présentés sont mis à jour en permanence par le Comité Départemental du Tourisme, les Offices du Tourisme et les Pays d'Accueil d'Ile-et-Vilaine.

Hôtels, campings, chambres d'hôtes (et nombreux autres logements), événements proposés est large... Et pour profiter pleinement de son séjour dans le département, restaurants, fêtes et manifestations, activités sportives et de loisirs, patrimoine culturel et naturel... complètent l'offre. Des jeux-concours organisés par le Comité Départemental du Tourisme animeront régulièrement le site internet.

Ainsi, dès l'été prochain, sera présentée :

Une chasse au trésor ouverte à tous : "Trésor de Haute Bretagne"

Organisée par le Comité Départemental du Tourisme, en partenariat avec l'Union Départementale des Offices du Tourisme-Syndicats d'Initiative et les Offices de Tourisme d'Ile-et-Vilaine, cette chasse au trésor, conçue par la société Astéria, prendra la forme d'un jeu de sagacité à caractère touristique, qui permettra aux participants de découvrir la richesse du patrimoine de Ile-et-Vilaine. Le trésor, constitué de pièces d'or pour une valeur de 30 000 €, reviendra en totalité à la

première personne qui l'aura trouvé. Cinq énigmes seront proposées sur Internet et dans le journal Ouest France ; elles contiendront chacune des indices indispensables à la découverte du trésor. Ces indices, tous réunis, mèneront à l'emplacement du trésor (celui-ci ne sera pas enterré !). Ouest France publiera également des questions portant sur les lieux évoqués dans les énigmes. Chaque semaine, quatre lecteurs tirés au sort parmi ceux ayant fait parvenir au

Comité Départemental du Tourisme les bonnes réponses seront récompensés (excursions maritimes, visites de musées et parcs...). Pour participer à cette chasse au trésor, rendez-vous début juillet, et pour cinq semaines :

- sur internet : www.bretagne35.com (Comité Départemental du Tourisme d'Ile-et-Vilaine) ou www.tresor.net (société Astéria)
- et chaque Jeudi, du 8 juillet au 12 août, dans les pages du quotidien Ouest France

MORBIHAN Equirando 99

Malestroit accueillera les 23, 24 et 25 juillet le rassemblement de tous les randonneurs équestres de France. Entre 1200 et 1500 cavaliers sont attendus à cette EQUIRANDO 99 organisée au cœur de la cité millénaire du Morbihan sur un espace de 16 hectares. Véritable vitrine du tourisme équestre, l'EQUIRANDO est né en 1961 au château de Polignac, voisin du Puy en Velay. La manifestation a pour but de maintenir

l'attachement des cavaliers et meneurs au tourisme équestre, de provoquer des rencontres entre les participants venant de toute la France mais également de pays limitrophes comme la Suisse, l'Espagne, l'Allemagne... Après Saint-Malo, Braspart et Guingamp, Malestroit est la quatrième ville bretonne organisatrice de cette importante manifestation, 38^{ème} du nom.

"L'EQUIRANDO est organisée chaque année dans une région différente. On a défendu notre dossier il y a deux ans, en concurrence avec le Sud-Ouest" explique Jean-Benoît LE BRIS, le président du comité d'organisation regroupant avec le commissaire général Jean Paul BOLEAT et le trésorier Yves GUILLEMOT, des représentants de la ville de Malestroit, de l'Association du Tourisme Equestre de Bretagne, de l'Office du Tourisme, du Conseil Régional de Bretagne et du Pays d'Accueil de l'Ouest à Brocéliande.

La candidature morbihannaise a été retenue par la délégation nationale au tourisme équestre pour la qualité des six itinéraires d'accès et du site d'accueil. L'île de la Hotue se trouve en effet en pleine ville. Le succès de l'Equibreiz, qui a rassemblé plus de 400 participants à Josselin en 1997 n'a fait que conforter cette demande. Une délégation du comité s'est rendue l'été dernier à Lavelanet dans l'Ariège où était organisée l'édition 98 avant de se mettre au travail avec une centaine de bénévoles pour préparer l'événement comprenant la mise en place d'une rando (100 km minimum). Mais aussi l'accueil pour trois jours de fêtes

"Chacun est totalement libre. Il part d'où il veut et doit arriver le 25 juillet dans l'après-midi... ainsi les premiers équirandins sont partis de Thère le 1er mai dernier" précise encore Jean-Benoît LE BRIS. Le comité leur fournit des itinéraires et une liste de gîtes. Et tous, cavaliers et attelages sont attendus au grand bivouac. "Les uns dormiront à la belle étoile, d'autres sous la tente ou encore dans un mobil-home lorsque leur femme les accompagnera". Sans parler des randonneurs qui ont choisi de retenir une location dans la région afin de prolonger leur séjour. "Des cavaliers de Bourgogne mettront leur chevaux au vert le temps d'aller au Festival Intercheval de Lorient". Amitié et convivialité seront les maîtres mots de cette rencontre. 2500 personnes (entre cavaliers et accompagnants) sont attendus au repas d'accueil du vendredi. Le lendemain, nocé bretonne avant le défilé des chevaux dans les rues de Malestroit. "Chaque participant est invité à s'identifier à sa région". En soirée, repas de gala ouvert au public, suivi d'un fest-noz animé par trois ou quatre groupes bretons. Des jeux bretons (boules, quilles) sont programmés le

dimanche matin, ainsi que des visites d'exposants. L'après-midi, sera proposé un grand spectacle équestre de deux heures, une reconstitution de l'histoire de la Bretagne faisant la part belle aux prestations équestres : le cascadeur Claude GERARD et les frères MAUBEC de Porcaro en assureront la mise en scène. Une belle façon d'appréhender la culture bretonne.



Le Haras National d'Hennebont

Le Haras National d'Hennebont attire de longue date des milliers de visiteurs passionnés : de juillet à février, les jours ouvrables, ceux-ci étaient accueillis et guidés par le personnel du Haras. En mai 1999, après 18 mois de travaux réalisés par le District du Pays de Lorient, il a ouvert largement et à longueur d'année ses portes, pour faire découvrir aux visiteurs ses activités et la vitalité du patrimoine hippique breton.

Les Haras Nationaux, héritiers de l'Institution créée par Colbert en 1665, ont entre autres missions celle d'entretenir et de mettre au service des éleveurs des étalons de qualité. A Hennebont, dans un ensemble d'écuries construites de 1857 à 1908, le visiteur pourra toujours admirer 70 étalons d'une douzaine de races différentes ; à certaines heures il les verra au travail, attelés ou montés ou bien encore à la forge pour être lreés... La nouveauté, c'est

la transformation complète de l'écurie n°1, la plus ancienne, où le visiteur sera accueilli et trouvera salles d'exposition, auditorium, boutique spécialisée, exposition de voitures hippomobiles, arène hippique... C'est aussi la rénovation complète des ateliers du sellier et du maréchal-ferrant. Des cette année le Haras attend 50 000 visiteurs. Contact : Haras National - 02 97 36 20 27 ou District (02 97 02 21 58)

1999 : DES OUTILS D'ECLAIRAGE DE L'HOTELLERIE BRETONNE

L'hôtellerie-restauration est un secteur d'activité qui représente 3/4 de l'emploi salarié dans le tourisme en Bretagne; il importe donc d'en mesurer ses évolutions le plus finement possible afin de permettre aux hôteliers comme aux décideurs de disposer d'un outil fiable d'aide à la décision compte tenu de ses enjeux dans l'économie touristique bretonne. Nous vous présentons là quelques éclairages nouveaux sur l'hôtellerie qui sont le fruit d'un partenariat réussi en matière d'harmonisation de l'observation touristique en Bretagne.

MORGOAT module Hôtellerie : les premiers résultats de l'hôtellerie classée...

Une organisation globale...

Un réseau composé des partenaires suivants : les quatre CDT bretons, la CCI 22, Forcé 5, l'INSEE Bretagne, l'ORTB (Etat-Région) (partenaires financiers), la Fédération Régionale des Pays d'Accueil Touristiques, la Fédération Régionale de l'Industrie Hôtelière, CCI 29) et la CCI 56 (partenaires associés) ont organisé leurs collaborations.

En effet, tous ces partenaires se sont engagés à redynamiser l'enquête de fréquentation mensuelle de l'hôtellerie menée par l'INSEE Bretagne. Si le taux de réponse des hôtels enquêtés atteint 70 %, nous pourrions livrer des résultats plus nombreux et plus fins, sinon, à la fin de l'année, nous ne devrions pas renouveler le financement partenarial du sur-échantillonnage permettant de fournir des résultats départementaux et infra-départementaux. Le succès de cette opération expérimentale en 1999 appartient donc aux hôteliers, de leur participation à l'enquête dépendra la poursuite ou non de cet outil d'observation.

Quelques uns des nouveaux résultats obtenus grâce à l'outil MORGOAT Région Bretagne 1er trimestre 1999

Taux d'occupation :	
Hôtels classés 0 étoile :	47,2 %
Hôtels classés de chaîne intégrée :	56,9 %
Hôtels classés indépendants :	34,3 %
Zone d'emploi de Rennes :	56,9 %
Zone d'emploi de Saint-Brieuc :	29,7 %
Zone d'emploi de Quimper :	28,7 %
Zone d'emploi de Lorient :	40,6 %

Source : Enquête mensuelle de fréquentation hôtelière / Direction du Tourisme / INSEE Bretagne / réseau MORGOAT module hôtellerie.

Des résultats nouveaux...

L'INSEE Bretagne adresse chaque mois aux hôteliers enquêtés une fiche de résultats personnalisés. Le réseau MORGOAT réalise quant à lui une fiche des résultats de l'activité hôtelière du trimestre commentés et enrichis des points de vue d'experts de l'hôtellerie sur la conjoncture actuelle. Pour la fiche régionale, il s'agit des structures nationales suivantes : FNH, Coach Omnium, KPMG Fiduciaire/Axe Consultants, groupe ACCOR, Logis de France.

Si le taux de réponse augmente, cela se traduit immédiatement par un gain en précision des résultats et par la possibilité de renseigner certaines zones comme les zones d'emploi, voire les pays touristiques. Les résultats respectent toujours les règles de confidentialité et de fiabilité des données publiées.

Message aux hôteliers

Nous remercions les hôteliers qui ont répondu à l'enquête « INSEE » en ce premier trimestre 1999, c'est grâce à eux si nous sommes en mesure de fournir maintenant ces résultats, mais nous savons que c'est au moment de la saison touristique qu'il leur devient difficile de répondre du fait de plus nombreuses sollicitations. Nous comptons cependant sur leur mobilisation afin de pouvoir retirer tous ensemble les bénéfices des informations de ce nouvel outil. Meret d'avance...

En ce qui concerne MORGOAT module hôtellerie, nous vous invitons à lire l'article figurant dans le BNV n°67 d'avril 1999 qui vous présentait en détails cet outil. Pour les résultats de l'enquête portant sur la fréquentation touristique extra-régionale d'avril à septembre 1997 (enquête nommée généralement « enquête cordon »), nous vous invitons à lire également le BNV n° 66 de janvier 1999.

Enquête Cordon : la clientèle de l'hôtellerie

Des constats précis...

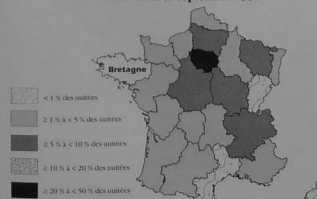
Cette exploitation des données concerne l'analyse de la fréquentation extra-régionale de l'hôtellerie bretonne d'avril à septembre 1997. Il ressort qu'au printemps, 1/3 des séjours en hébergement marchand s'effectuent à l'hôtel, que la clientèle itinérante totalise 1/3 des nuitées observées sur la période, qu'en été 2/3 des nuitées hôtelières bretonnes se réalisent dans l'hôtellerie 2 étoiles et près de 2/3 des nuitées hôtelières se font en hébergement sec. Quant à l'origine géographique de la clientèle, près de 3/4 des nuitées sont françaises (la carte ci-dessous illustre les zones de provenance de cette clientèle), à savoir que 1/3 des nuitées de la clientèle française de l'hôtellerie bretonne sont franciliennes.

Quant à la clientèle étrangère, la part de la clientèle allemande n'est pas très éloignée de celle de la clientèle britannique qui demeure la première clientèle étrangère.

La clientèle hôtelière est en moyenne plus âgée que celle en hébergement marchand. Les cadres et professions intellectuelles supérieures représentent près de 1/4 des séjours de l'hôtellerie bretonne.

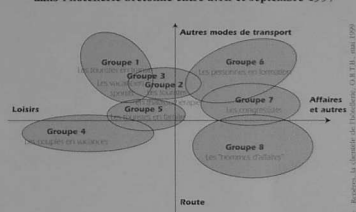
La consommation touristique de la clientèle hôtelière représente 22,4 % de la consommation touristique en hébergement marchand, soit 2 milliards de francs d'avril à septembre 1997.

Origine géographique des touristes français extra-régionaux ayant effectué un séjour dans l'hôtellerie bretonne entre avril et septembre 1997



Source : IPSOS Régions Tourisme - Enquête de fréquentation touristique extra-régionale en Bretagne d'avril à septembre 1997 - ORT Bretagne

Typologie de la clientèle extra-régionale ayant effectué un séjour dans l'hôtellerie bretonne entre avril et septembre 1997



Source : IPSOS Régions Tourisme - Enquête de fréquentation touristique extra-régionale en Bretagne d'avril à septembre 1997 - ORT Bretagne

Des enseignements opérationnels...

Cette typologie permet de segmenter des profils de clientèles. Les groupes présentant des comportements homogènes sont nommés et décrits afin de les identifier les uns par rapport aux autres. Ces groupes constituent des « cibles marketing » qui peuvent servir à élaborer des plans d'actions pour les hôteliers comme pour les acteurs du tourisme breton.

- Quelques numéros déjà parus dans la Collection Cordon 97 :
- la clientèle en hébergement marchand (mars 99)
 - la clientèle de l'hôtellerie (mai 99)
- A paraître prochainement :
- la clientèle de l'hébergement de plein air (juillet 99)
 - la clientèle des locations saisonnières (août 99)

Observatoire Régional
du Tourisme
BRETAGNE

1, rue René Ponchon - 35069 RENNES CEDEX - Tél. 02 99 38 84 94 - Fax 02 99 36 32 07



Dun Ar Braz et l'Héritage des Celtes. Un succès qui dépasse largement les frontières bretonnes.

Une région se développe aussi à travers ses valeurs. Le Crédit Agricole ne l'oublie pas

En Bretagne, nous sommes fiers de nos valeurs régionales et culturelles, tout le monde le sait. Dans la vie de tous les jours, nous avons tous besoin d'un partenaire qui ait les mêmes références et qui nous comprenne.



Au Crédit Agricole, être proche de ses clients, ça veut dire bien les connaître et partager les mêmes valeurs. Car ici, être attaché à ses racines, ça a vraiment un sens.



L'imagination dans le bon sens