

Les Cahiers du Tourisme

L'hébergement touristique

Commissariat
général
au Tourisme
Décembre 2012

N°6



Table des matières

	Éditorial (M. J.-P. Lambot)	4
	Table ronde - L'Hébergement touristique en Flandre et en Wallonie (M. J. Vercruyse, M. G. Martin, M. E. Jurdant, M. P. Fontaine et M. P. Malotaux)	5
	L'équipe des "Cahiers" a profité d'une réunion entre homologues flamands et wallons, responsables des services des hébergements touristiques, pour leur demander de faire un tour d'horizon de leur secteur.	
	Les Auberges de Jeunesse : 80 ans au service du tourisme des jeunes (M. Ch. Vanderwinnen)	15
	Elles auront 80 ans l'année prochaine et sont pourtant plus jeunes que jamais. Comment ont fait les "Auberges" pour traverser presque un siècle et rester aussi dynamiques ?	
	Quel avenir pour les petites structures hôtelières en Wallonie ? (Mme F. Vanthuyne)	18
	Face au constat alarmant de la déliquescence de la petite hôtellerie familiale, des villages de vacances ou des campings wallons, le Centre d'Ingénierie Touristique de Wallonie (CITW) propose des montages juridiques et financiers innovants offrant aux opérateurs des pistes de redéploiement.	
	Regards sur le tourisme rural en France (Mme A. Bonniot et M. J-F Mamdy)	26
	Regards croisés sur le passé, le présent et l'avenir du tourisme rural. Après un bref retour sur l'émergence du concept du tourisme rural, ses promesses et son âge d'or, les auteurs font état et analysent cet effacement progressif de l'ancien archétype pour un foisonnement de formes et d'innovations jusqu'au questionnement final : "le tourisme rural a-t-il un avenir et sous quelles formes ? Est-il fondateur de valeurs ou de modèles pour le futur ?"	
	Focus : les associations professionnelles	35
	Les innovations en matière d'hébergement touristique (M. J. Mochon)	36
	Sur la planète tourisme, l'hébergement est, avec le mode de transport, l'enjeu sur lequel tous les entrepreneurs concentrent leurs efforts. La volonté de se différencier se faisant de plus en plus pressante, la question de l'innovation est désormais au cœur de toutes les discussions. Les voies empruntées sont parfois un peu surprenantes.	

Nouvelles tendances, nouveaux concepts,... l'hôtellerie se réinvente... et les normes de classement ? 42

La rigueur et l'objectivité des systèmes de classification devraient-elles désormais composer avec la diversité du produit, des concepts abstraits et la subjectivité de la clientèle ? D'autant plus que cette même clientèle ne se prive pas de commenter. Dans un tel contexte, le secteur de l'hôtellerie européenne sous l'égide de l'HOTREC collabore à la création d'Hotelstars Union.

Global Solar Hotel (Mme J. Priskin) 46

"Global Solar Hotel Network" est un réseau à but non lucratif et non commercial entièrement géré sur Internet qui regroupe tous les hébergements dans le monde qui fonctionnent à l'énergie solaire. Sa créatrice, Julianna Priskin, nous explique comment s'est développé son projet qui aide le secteur touristique à devenir durable partout dans le monde.

Démarche qualité, les institutions et les exploitants s'unissent pour un meilleur service au client 50

Dans un contexte de concurrence internationale croissante et de conditions parfois difficiles pour les entreprises et organismes touristiques, il est nécessaire que la qualité soit continuellement développée et assurée. Il était donc essentiel que le secteur du Tourisme puisse mettre en œuvre, à tous les niveaux, un outil simple et flexible qui l'engage dans un processus d'amélioration continue des services aux touristes.

Les prestataires touristiques, les associations professionnelles et les institutions de Wallonie, de la Communauté germanophone et du Grand Duché de Luxembourg construisent ensemble la qualité touristique de demain.

A la Rencontre de: Eric Jurdant, Directeur à la "Direction des hébergements touristiques du CGT" Avoir des touristes pour voisins 59

Eric Jurdant nous fait part de sa réflexion sur une situation problématique dans les villages : l'apparition d'une nouvelle forme de "tension" entre touristes et habitants, résultat d'une déresponsabilisation des propriétaires de gîtes combinée au succès du tourisme rural.

Actualités 64

- Guide pour l'exploitant d'un hébergement touristique qualifié "insolite"

Pour aider les investisseurs enthousiastes mais ignorant que toute activité économique doit respecter quelques règles, le CGT a rédigé une synthèse de la réglementation en vigueur qui donne un cadre au phénomène des hébergements insolites.

- Un label pour les endroits de camp

Publications 66

Agenda 67



Les Cahiers du Tourisme

Revue professionnelle éditée par
le Commissariat général au Tourisme

Éditeur Responsable:

Jean-Pierre Lambot,
Commissaire général au Tourisme
74, avenue Gouverneur Bovesse
5100 Jambes

Comité de rédaction:

Barbara Destrée,
Vanessa Grandgagnage,
Jean-Pierre Lambot, Alexandra Neufcoeur.

Contact:

Cahier@tourismewallonie.be

Graphisme et mise en page:

Globule Bleu, Embourg

Impression:

Imprimerie Massoz - Liège
Par respect pour l'environnement,
imprimé sur papier recyclé "Cyclus print"



Éditorial

L'hébergement touristique

Ce numéro des Cahiers du Tourisme est le plus dense réalisé depuis le début de cette publication. Et pour cause... nous nous sommes donné pour objectif de mettre en perspective les différents défis qui attendent le secteur des hébergements touristiques. Le poids de ce secteur dans le monde du tourisme n'est plus à démontrer.

Qu'ils soient propriétaires de gîte rural, responsables d'un hôtel ou d'un village de vacances, les exploitants sont sans cesse soumis aux dures lois de la concurrence internationale, des nouvelles tendances ou à la pression des consommateurs de mieux en mieux informés et de plus en plus exigeants. Conscients de l'enjeu, ils savent qu'il leur sera nécessaire de s'adapter et d'innover pour s'assurer de la compétitivité de leur établissement dans ce contexte.

Dans ce numéro des Cahiers du Tourisme, différents acteurs touristiques wallons... et nos collègues flamands dressent un constat objectif du secteur des hébergements touristiques. Il ne faut pas se voiler la face : la situation est préoccupante. Ce monde change, et en est peut-être même à un tournant de son évolution. Le Commissariat général au Tourisme y est attentif : il observe, analyse ce mouvement et discute avec ses nombreux partenaires avec qui il est à l'initiative de nombreuses actions pour accompagner et soutenir les exploitants de manière active.

Nous avons souhaité ouvrir le débat, et présenter, outre ce constat "sans tabou", différentes approches ou pistes de réflexion, à court, moyen ou long terme, que les acteurs du monde du tourisme doivent prendre le temps d'appréhender et de s'approprier.

Il y a notamment le travail très concret du "Centre d'Ingénierie Touristique de Wallonie", qui accueille, encourage et guide les investisseurs intéressés par notre région, et proposent des manières innovantes de financer les projets.

Il y a aussi la nécessaire planification des nouveaux investissements à long terme - il est en effet indispensable que la Wallonie dispose d'une réflexion stratégique et opérationnelle afin de répondre aux problématiques actuelles (zones inondables, rajeunissement des villages de vacances, hébergements "insolites" ...) et futures;

Il y a bien entendu les problématiques des labels, des classifications, du développement durable, pour lesquelles il importe de prendre la pleine mesure des enjeux, mais également des impacts positifs de différentes initiatives ou politiques innovantes en la matière.

Mais il est également indispensable que notre réflexion prenne en compte la nécessaire préservation de notre spécificité et notre identité, afin que le tourisme wallon poursuive certes son développement économique, mais qu'il ne le fasse pas au détriment de ce qui fait aujourd'hui sa force : son cadre naturel exceptionnel, la richesse et la diversité de son offre touristique et la chaleur de son accueil.

Dans ce cadre, c'est avec plaisir que nous accueillons une présentation de la démarche qualité mise en œuvre par la Communauté germanophone. Cette présentation est d'autant plus opportune que cette nouvelle démarche, centrée sur la qualité du service et l'accueil des clients, est également mise en œuvre en Wallonie à partir de cet automne.

Je vous invite d'ailleurs à consulter le site www.walloniedestinationqualite.be car l'ensemble des opérateurs touristiques wallons, quel que soit leur secteur, sont concernés par cette démarche. Sa mise en œuvre se fera notamment en collaboration avec les associations professionnelles, car le développement du tourisme wallon, et c'est notamment le cas en ce qui concerne le secteur des hébergements touristiques, passe par la nécessaire collaboration entre ses différents acteurs.



Jean-Pierre LAMBOT
Commissaire général au Tourisme.

Table ronde

L'Hébergement touristique

en Flandre et en Wallonie





Table ronde - L'Hébergement touristique en Flandre et en Wallonie

Une discussion sans tabou, qui a permis aux différents intervenants d'exprimer leur point de vue sur la complexité de leur mission, les problèmes rencontrés mais aussi les pistes pour l'avenir du développement du secteur des hébergements touristiques. L'équipe des "Cahiers" a profité d'une réunion entre homologues flamands et wallons de l'administration, responsables des services des "hébergements touristiques", pour leur demander de faire le point sur leur vision des choses dans leur secteur. Jos Vercruysse, Geert Martin, Eric Jurdant, Paul Malotaux et Pascal Fontaine nous dressent leur portrait du secteur. Qui a dit que les flamands et les wallons ne pouvaient pas s'entendre ?

L'administration du tourisme en Région flamande

L'administration régionale du tourisme en Flandre se compose du "Département flamand des Affaires étrangères" - **internationaal Vlaanderen** - et de l'"Office du tourisme de Flandre" - **Toerisme Vlaanderen** - tous deux situés à Bruxelles. Un Conseil consultatif stratégique (**Strategische Adviesraad internationaal Vlaanderen** (SARIV)) est consulté à l'adoption ou l'adaptation de la réglementation touristique.

Le "Département flamand des Affaires étrangères" planifie la politique qui concerne les autorisations en matière d'hébergements touristiques et d'agences de voyage, en assure le suivi et la mise en œuvre. L'"Office du tourisme de Flandre" est responsable de la mise en œuvre des politiques relatives à la promotion, au marketing, à la recherche et aux subventions touristiques. Les missions de ces entités sont régies par des contrats de gestion annuels approuvés par le Gouvernement flamand.

La politique touristique flamande est inscrite pour 5 ans dans une "Note de

politique touristique" et les objectifs annuels de cette note sont transcrits chaque année dans une "Lettre de politique touristique".

Plan stratégique 2020 pour le tourisme en Flandre et à Bruxelles.

Dans le cadre du projet "La Flandre en action" (VIA) du gouvernement flamand un "Pacte tourisme 2020" a été signé en 2011 avec les acteurs publics et privés du tourisme flamand. Ce pacte de coopération se base sur le "Plan

stratégique 2020 pour le tourisme en Flandre et à Bruxelles" et renforce la complémentarité de chacun. Les signataires de ce pacte se sont engagés à partager un certain nombre de valeurs qui devraient conduire à une politique commune : être orienté clientèle plus que produit, avoir un positionnement plus clair de la Destination "Flandre", avoir une approche macro-économique du secteur pour y favoriser l'emploi, la rentabilité, la durabilité et la participation, renforcer la professionnalisation et élaborer un processus d'innovation.

L'administration du tourisme en Wallonie

L'administration wallonne du tourisme, le **Commissariat général au Tourisme** (CGT) est un Organisme d'Intérêt Public (OIP) depuis le 1^{er} juillet 2008, et donc autonome et sous l'autorité du Ministre ayant le Tourisme dans ses attributions au sein du Gouvernement wallon.

Il est à noter que le CGT a compétence sur le seul territoire wallon de langue française. C'est la Communauté germanophone qui est responsable du Tourisme sur son territoire. Des contacts permanents entre ces deux administrations permettent de nombreuses actions coordonnées.

Le CGT est en charge du développement et de la structuration de l'offre touristique ainsi que de sa promotion sur le territoire wallon. Sur les marchés étrangers et la Flandre,

c'est alors l'asbl "Wallonie-Bruxelles Tourisme" qui prend le relais et en assure la promotion.

Sur le plan stratégique, l'administration wallonne du tourisme dispose de différents outils dont le principal est la feuille de route "**Destination 2015**", programme quinquennal prioritaire du Ministre en fonction.

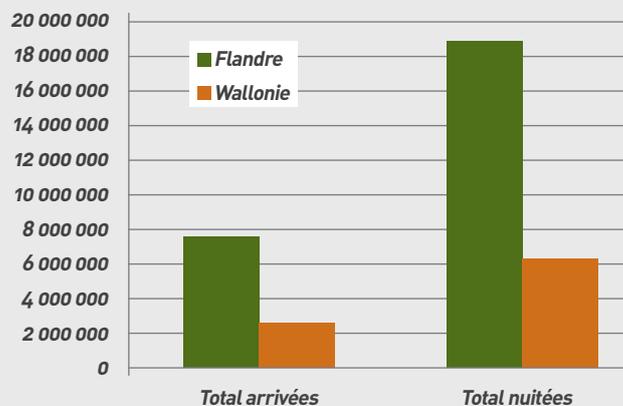
Le **Code wallon du tourisme** (CWT) regroupe, quant à lui, l'ensemble de la réglementation touristique. Il constitue ainsi notre base de travail permanente

Au niveau interne de l'administration: la Direction des hébergements touristiques constitue l'une des 5 Directions du CGT, elle-même divisée en 3 Cellules: "Hôtellerie, hébergements de Terroir et Meublés de vacances", "Campings, Villages de vacances et Motor-homes", et "Sécurité Incendie".

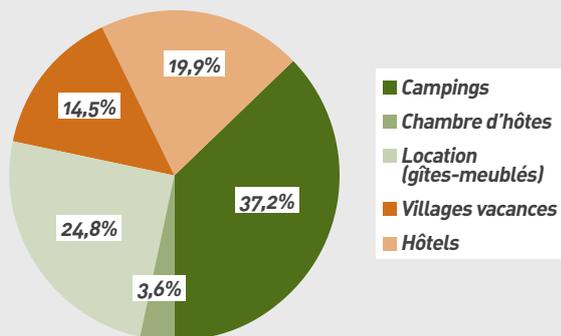


© ATOUT FRANCE - Fabian Charaffi

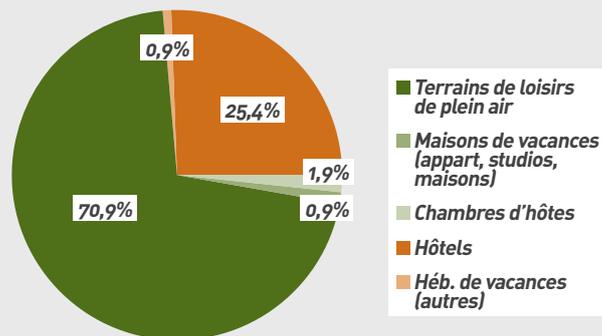
La fréquentation des hébergements en 2011



Le nombre de lits par type d'hébergement wallon en 2011



Le nombre de lits par type d'hébergement flamand en 2011



Quels grands principes organisent le parc d'hébergements touristiques flamand ?

Principes de base du décret flamand relatif à l'hébergement touristique de 2010:

- **Une réglementation coordonnée** pour toute forme d'hébergement afin de **garantir la qualité** du secteur de l'hébergement touristique ("protection du consommateur")
 - respecter les spécificités des différents types d'hébergement
 - favoriser la différenciation et créativité entrepreneuriale
 - assurer la visibilité dans le cadre de la commercialisation/promotion
- **Clarté** pour le consommateur:
 - crédibilité du logement
 - certitude de qualité et normes de confort
 - image distinctive du secteur de l'hébergement touristique
- Amélioration qualitative de l'offre en hébergements touristiques par une **promotion cohérente**
- **Simplification des charges administratives** pour le secteur de l'hébergement touristique actuel
- Mécanisme de **contrôle** efficace (pour assurer la protection du consommateur et condamner la concurrence déloyale)
 - sanctions administratives (amende + retrait de permis d'exploitation) au lieu de sanctions pénales

Hors champ d'application du décret:

- location de logement "**clé en main**" (famille et amis, pas de mise sur le marché)
- location de logement **à l'heure** (bars,...)
- l'hébergement agréé comme résidence de "**Tourisme pour tous**" (hébergement non-marchand)
- l'hébergement qui **ne relève pas de l'activité touristique** (maisons de repos, garderies, institutions de jeunesse,...)
- terrain pour résidences de **loisirs de plein air** (ex.: les camps des mouvements de jeunesse)
- terrain dans le cadre d'un **événement temporaire** (ex.: camping Rock-Werchter)
- séjour occasionnel dans un **local de jeunesse** pour mouvements de jeunesse
- points de **bivouac** comme prévu dans l'arrêté relatif à l'accessibilité des forêts et des réserves naturelles (critères propres 'd'implantation')

Répartition de l'hébergement touristique en **5 catégories**:

- **maison de vacances** (appartements, studios & maisons)
- **chambre d'hôtes**

▪ hôtel

▪ **terrain de loisirs de plein air** (campings & parcs de vacances)

▪ **hébergement de vacances** ("la catégorie autres")

Pour toutes les catégories, il y a des **conditions générales d'exploitation**:

▪ **sécurité** (attestation sécurité-incendie et assurance responsabilité civile)

▪ **entretien et hygiène**

▪ "**moralité**" (comportement de l'exploitant & véritable mise en marché de l'hébergement touristique)

▪ **aménagement du territoire** (attestation urbanistique)

▪ conformité aux **conditions d'ouverture et d'exploitation** spécifiques





© ATOUT FRANCE - Fabian Charaffi



Quels grands principes organisent le parc d'hébergements touristiques wallon ?

La mise en œuvre du Code wallon du Tourisme fut une étape importante dans la volonté d'harmoniser et de coordonner l'ensemble des dispositions réglementaires éparses en vigueur. Une réglementation équitable dont un tronc commun s'impose à tout hébergement touristique, et des normes spécifiques selon le type d'hébergement.

Notre organisation tourne autour de **6 grands principes** :

- la **liberté** d'exploitation ;
- une **unique obligation** pour tout hébergement touristique : détenir une **attestation de Sécurité Incendie valide** ;
- la possibilité, pour les exploitants, de **solliciter une autorisation** afin de donner à son établissement une des **dénominations protégées**. Celle-ci est complétée par l'opportunité, si

nécessaire, de contester toute décision administrative (procédures de révision, dérogation et/ou recours sont prévus et organisés) ;

- la nécessaire **conformité de l'hébergement avec les autres réglementations** en vigueur en Wallonie ;
- l'**accès à un grand réseau permettant la promotion officielle** des seuls hébergements autorisés ;
- la **gratuité** de la procédure.

L'application de ces 6 principes assure un développement pérenne et constructif d'un parc d'hébergements touristiques concurrentiel, en total accord avec les secteurs professionnels représentatifs. Ceux-ci sont en effet des partenaires privilégiés très actifs notamment via les Comités techniques.

Le CGT a donc pour mission d'organiser au mieux le secteur et de veiller à sa compétitivité. L'objectif fondamental de la direction est, dès lors, d'utiliser les outils à notre disposition mais également notre connaissance du terrain

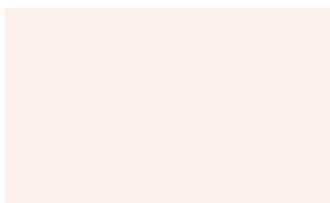
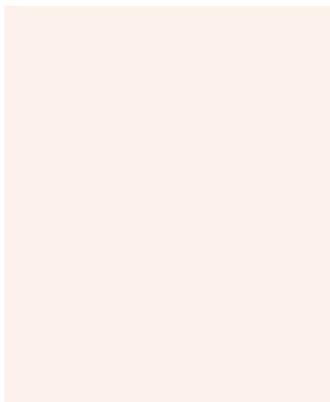
pour conseiller les exploitants et ainsi, exercer une influence significative sur la qualité de l'équipement et du confort du parc wallon d'hébergements touristiques.

Dans ce cadre, il convient de distinguer le "Classement" et la "Démarche Qualité".

Si le classement évalue, sur base de critères "objectifs", le niveau d'équipement et de confort d'un établissement, il n'en analyse pas le niveau de qualité du service. Celle-ci fait l'objet de la démarche "Wallonie Destination Qualité", où l'opérateur touristique s'inscrit dans une démarche qui, en interne, lui permet de définir ses standards de qualité au service du touriste.



© ATOUT FRANCE - Michel Laurent - CRT Lorraine



Quelles sont les évolutions positives que vous pointeriez dans votre secteur ?

J.V. : Le "décret flamand relatif à l'hébergement touristique de 2010" permet de poursuivre la **professionnalisation du secteur et l'amélioration de sa qualité**. Il **réduit aussi les risques de distorsion de concurrence** qui existaient avant 2010. Son image est globalement clarifiée et le consommateur bénéficie ainsi d'un meilleur outil de comparaison des différentes offres.

Les campagnes de promotion menées sur le terrain par "Toerisme Vlaanderen", les organismes touristiques communaux et les associations professionnelles permettent une **visibilité accrue** du secteur auprès des belges et des néerlandais.

G.M. : On est heureux de constater que la réglementation sur les hébergements touristiques laisse encore la place à **l'esprit d'entreprise et à la créativité** individuelle. Les hôtels pop-up, le glamping, les roulottes, les tentes dans les arbres, les tentes sur radeau ou les wagons de train réaffectés en logement en sont la preuve.

P.F. : Notamment sous l'impulsion de la Fédération Ho.Re.Ca Wallonie, le secteur hôtelier entre dans une nouvelle dynamique davantage ouverte vers l'international, ce qui est très positif. Pour preuve, la Wallonie va abandonner son système de classement actuel, désuet, et adopter un nouveau système de **classement** appelé "**Hotel Stars.EU**". Ce nouveau classement, promu par HOTREC, l'association européenne des associations professionnelles du secteur hôtelier, est déjà adopté par plusieurs de nos voisins : Allemagne, Autriche, Pays-Bas.

Par ailleurs, nous devons observer une tendance au développement de départements "Bien-Etre" dans de plus en plus d'hôtels de moyenne dimension.

En ce qui concerne le "Terroir", on peut souligner une prise en compte de plus en plus généralisée de la **nécessité de développer des hébergements moins consommateurs d'énergie**, plus écologiquement correct. De plus en plus de projets s'inscrivent dans la perspective du tourisme durable.

P.M. : En matière de camping, on assiste clairement à un **assainissement des terrains** : ceux-ci offrent maintenant des perspectives libérées d'annexes ou autres infrastructures. Les caravanes ou tentes se posent désormais sur des pelouses incitant au repos.

En ce qui concerne les villages de vacances, il faut relever l'adhésion généralisée du secteur au processus d'autorisation officielle, nouveau pour lui : sur un total de 23 villages de vacances, 10 d'entre eux sont à ce jour reconnus par le CGT et 12 sont en voie de l'être.

Je noterais deux autres évolutions positives : l'intégration dans le Code wallon du Tourisme de la labellisation des "endroits de camp" et la mise en œuvre progressive d'un réseau structuré d'aires d'accueil pour motor-homes.

E.J. : Je souhaite aussi mentionner le formidable travail de valorisation de l'architecture vernaculaire rurale wallonne, bâtiments typiques du terroir, dont les caractéristiques vérifiées au moyen d'une grille de critères objectifs conduit à l'octroi de la convoitée dénomination "gîte rural". Le tourisme contribue ainsi activement à la construction d'une certaine identité de territoire. N'oublions pas que pour alimenter la dynamique touristique, nous devons valoriser "notre différence", notre "culture".



Quelles sont les problématiques que vous rencontrez ?

J.V. : Un des plus gros problèmes que la Flandre rencontre aujourd'hui est le **manque de terrains aménageables disponibles** pour de nouvelles constructions, surtout pour les hôtels de grande capacité ou les campings et principalement à la côte, où, depuis longtemps déjà, les promoteurs immobiliers sont sous pression.

Je soulignerais aussi les difficultés liées au fait que la plupart des hébergements en Flandre sont de **petites exploitations de famille** qui n'ont qu'une **faible capacité d'investissement**. Il est tentant financièrement pour ces petites structures de succomber à l'absorption par de grandes chaînes hôtelières ou à la tentation de voir son bien transformé en appartements. Ces modifications d'affectation des exploitations améliorent le confort moyen du secteur et, d'un point de vue économique, on assiste de ce fait à une concentration du capital du secteur hôtelier et à une élévation des standards économiques moyens.

“Un des plus gros problèmes que la Flandre rencontre aujourd'hui est le manque de terrains aménageables disponibles.”

G.M. : La **multitude des normes et règlements** régionaux et communaux à respecter et pas toujours adaptés à l'activité touristique **découragent** régulièrement **les investisseurs** potentiels qui abandonnent leur projet devant la somme des contraintes à respecter. D'un autre côté, le manque en personnel au “Département flamand des Affaires étrangères” ne permet pas un contrôle exhaustif de la bonne exécution de la réglementation.

P.F. : Pour ce qui concerne plus particulièrement le secteur hôtelier wallon, la petite hôtellerie “traditionnelle”, située dans des régions historiquement touristiques des Ardennes (au sud de l'axe Sambre et Meuse), hors de pôles “valeurs sûres” tels Spa, Durbuy ou Bouillon, est mal en point. On peut invoquer la concurrence interne des autres formes d'hébergements et externe des voyages “bon marché au soleil” mais il ne faut pas occulter le manque d'investissements et de remise en question de certains exploitants.

De manière générale, la réglementation en vigueur impose un certain nombre de contrôles périodiques dans l'ensemble des hébergements touristiques afin de s'assurer de la conformité de ceux-ci. Vu le nombre important de ces hébergements (plus de 4.500 tous

secteurs confondus), et comme vous le mentionnez pour la Flandre, il ne nous est pas possible d'effectuer l'ensemble des visites nécessaires. Il est essentiel de tenir compte de cette problématique et de poser des choix sur la manière de procéder en fonction des moyens disponibles.

P.M. : Dans le secteur du camping plus que dans les autres, on assiste à une inflation législative et à une complexité croissante de la réglementation **essentiellement non touristique** qui pèse lourdement sur les épaules des exploitants, on peut citer entre autres les travaux de mise en conformité aux normes de sécurité-incendie ou l'épuration obligatoire des eaux usées des campings. Ces contraintes grèvent de manière significative leurs finances et alourdissent leur travail administratif.

Il devient également problématique pour la Cellule “Camping” d'assurer le contrôle de cette mise en conformité.

“Il est nécessaire en Wallonie de requalifier le secteur des villages de vacances pour répondre aux attentes de la clientèle et faire face à la concurrence française, flamande ou hollandaise.”

Nous constatons dans ce secteur une diminution croissante du nombre d'exploitations, principalement les petits campings exploités de manière moins professionnelle. Néanmoins, il est important de noter que le nombre d'emplacements ne suit pas cette tendance et augmente même légèrement.

Dans le secteur des villages de vacances, deux problèmes émergent : le vieillissement des hébergements (la plupart des villages de vacances ont été créés dans les années 60 ou 70) avec comme conséquences, des standards de confort dépassés, des insuffisances en matière de performance énergétique, une faiblesse du pôle loisirs et animation,... ainsi qu'une tendance à la résidence permanente dans certains villages.

Le Centre d'Ingénierie Touristique de Wallonie (CITW) attire l'attention depuis plusieurs années sur la nécessaire requalification du secteur pour répondre aux attentes de la clientèle et faire face à la concurrence française, flamande ou hollandaise (produits de type Centre Parcs, Sun Park et résidences Pierre et Vacances notamment). Cette nécessité de dynamisme fait petit à petit son chemin.

EJ : J'ajouterais la bonne santé des centrales de réservation “en ligne”, partenaires devenus incontournables de l'e-tourisme en Wallonie, qui ne cessera de se développer.



© OPT - Michel Angot



© Mercure mons - Bernard Vanden Eynde

Quels sont les grands thèmes de réflexion en cours dans vos Régions respectives ?

J.V. : Ce sont les **normes de sécurité-incendie des hébergements de petite capacité et les normes de classification confort** qui retiennent pour le moment notre plus grande attention. Nous menons, comme en Wallonie, une réflexion sur l'utilisation du modèle "Hotelstars.Eu" qui vient d'être évoqué et l'uniformisation des "étoiles" à l'échelle européenne.

G.M. : La **problématique de l'habitat permanent dans les campings** est aujourd'hui **sous contrôle en Flandre**. Une politique active a été menée en la matière entre 2000 et 2005. Une attention particulière est actuellement accordée à la problématique des hébergements touristiques utilisés par des travailleurs en provenance des États membres de l'UE (Pologne, Portugal,...). Enfin, l'Administration suit de près l'émergence de nouvelles technologies et évolutions dans le secteur de l'hébergement comme les machines à petit déjeuner ou les systèmes de réception/paiement automatiques.

"En Wallonie comme en Flandre, une réflexion sur l'utilisation du modèle "Hotelstars.Eu" et l'uniformisation des "étoiles" à l'échelle européenne est en cours."

P.F. : Un des grands thèmes de réflexion est sans conteste les hébergements insolites : yourtes, roulottes,

"La problématique de l'habitat permanent dans les campings est aujourd'hui sous contrôle en Flandre."

tipis, cabanes dans les arbres, ... C'est LE sujet à la mode... et à questions. Dans beaucoup de cas, en fonction précisément, de leur configuration insolite, règne l'idée que ces hébergements ne seraient pas "autorisables" selon les critères définis dans le Code Wallon du Tourisme ou qu'ils ne seraient soumis à aucune réglementation. La vérité est, comme bien souvent, au milieu. Nous avons donc mené une réflexion à ce sujet et avons rédigé un **"Guide pour l'exploitant d'un hébergement touristique qualifié "Insolite"**. Ces produits, en général de qualité, sont des produits d'appel intéressants et nous souhaitons faire preuve d'ouverture vis-à-vis de cette "niche" d'hébergements touristiques. Il faut néanmoins relativiser. S'il est vrai que nous sommes sollicités, le nombre de ces hébergements reste relativement limité.

Un autre domaine de réflexion, est d'envisager la possibilité de procéder à un auto-classement pour les hébergements touristiques. Cela pourrait apporter une piste de solution pour le manque de personnel tout en permettant une responsabilisation croissante des exploitants.

P.M. : En matière de camping, un grand thème qui s'impose et deviendra d'ailleurs probablement le chantier des 10 années à venir : **les terrains de camping en zone inondable**.

"En matière de camping, le grand thème qui s'impose en Wallonie et qui deviendra probablement le chantier des 10 années à venir est "les terrains de campings en zone inondable"."

Depuis fin 2009, la réglementation touristique interdit la présence de caravanes de type résidentiel dans la zone d'aléa élevé (= dangereuse) de la partie inondable d'un terrain de camping. Il est dès lors essentiel pour le CGT de poursuivre la mise en œuvre de cette disposition. Vu l'ampleur de ce projet, un moratoire va prochainement compléter la réglementation pour permettre aux exploitants de campings concernés de bien analyser leur situation et d'envisager les mesures spécifiques destinées à se mettre en conformité, dans des délais raisonnables.

Outre le **permanent renouvellement des abris de camping**, et son accélération probable, deux autres thèmes de réflexion sont actuellement abordés au CGT :

- L'installation à titre permanent en caravane ou en hébergement touristique constitue, pour de nombreuses personnes, un moyen de se trouver un logement à un coût modeste. Conscient de cette situation, le Gouvernement wallon a adopté en 2002 le Plan d'action pluriannuel relatif à l'habitat permanent dans les équipements touristiques de Wallonie (dit "Plan HP"), qui vise à réinsérer progressivement et sur base volontaire les résidents permanents dans un logement. Ce mouvement est bien enclenché en ce qui concerne les campings. Néanmoins, les villages de vacances sont de plus en plus confrontés à la même situation. Une réflexion est à l'étude pour prévenir ce phénomène qui annihile la destination touristique du lieu.

- Au début de l'année 2011, le CGT a mis sur pied un groupe de travail CGT/DGO4 (Direction Générale de l'Aménagement du Territoire, du Logement, du Patrimoine et de l'Energie) sur le thème des "Zones de loisirs", en application de la fiche 9 du Plan quinquennal "Destination 2015". La finalité de ce groupe de travail est la création d'une base de données des zones de loisirs en Wallonie, et de les caractériser au moyen de différents filtres liés aux contraintes de ces lieux (zones inondables, infrastructures touristiques existantes, relief du sol, présence d'habitants permanents,...). L'objectif final est le croisement de l'offre et de la demande en matière de zones de loisirs dans le but de disposer, à moyen terme, d'un outil planologique opérationnel, couvrant l'ensemble de la Wallonie, de manière à pouvoir répondre rapidement aux demandes des investisseurs. Nous pourrions de la sorte aborder avec plus de moyens l'opportunité du renouvellement ou non du parc wallon de villages de vacances, ainsi que la délocalisation éventuelle de certains terrains de camping situés en zone inondable.

Comment voyez-vous le parc d'hébergements touristiques dans votre région en 2020 ?

J.V. : Il est difficile de faire une prédiction. Ce que nous pouvons dire, c'est que l'introduction du nouveau décret va permettre, d'ici 2020, que l'offre en hébergements en Flandre réponde à des normes de qualité au niveau de la sécurité-incendie, de l'exploitation et du confort. Nous pensons aussi que l'offre sera encore plus diversifiée en 2020. Des concepts innovateurs vont apparaître comme aujourd'hui déjà le glamping (= camping luxueux), les hôtels design ou les logis authentiques ou situés dans des bâtiments patrimoniaux exceptionnels. Enfin le secteur aura très certainement intégré dans une large mesure les avancées technologiques dans le domaine de l'internet et du commerce électronique. La mise en œuvre du Pacte de tourisme 2020 contribuera quant à lui à un meilleur positionnement du secteur des hébergements touristiques en Flandre.

P.F. : Je ne vois personnellement pas de révolution dans un horizon de 8 ans. Je crois que les tendances actuelles vont se confirmer : développement durable, hausse du niveau moyen d'équipement et de confort, maturité "grandissante" des exploitants. Peut-être constaterons-nous aussi plus de créativité dans le domaine des financements de projets, puisque déjà nous observons des solutions novatrices comme la copropriété pour les hôtels.



© OPT - J.P. Remy

"Il devient urgent de travailler sur des formules innovantes de partenariat public/privé pour assurer la nécessaire reconversion du secteur."

P.M. : A l'horizon 2020, sous la pression combinée des 2 facteurs que j'ai déjà évoqués, la problématique de la zone inondable et les contraintes réglementaires de plus en plus sévères, le risque est grand de voir le nombre de campings poursuivre sa lente diminution. J'espère dès lors que la réglementation en matière d'Aménagement du Territoire sera simplifiée, et que subsisteront ceux qui auront pu adapter leur mode de gestion et leur équipement aux exigences nouvelles - a priori, les plus professionnels. Dans le même temps, les campings situés hors zone inondable devraient profiter de l'évacuation massive des caravanes résidentielles situées en zone inondable et il est dès lors probable que par le biais d'accords entre exploitants ou d'extensions de campings, le nombre d'emplacements reste inchangé, voire augmente.

Pour le secteur des villages de vacances, je pense que nous allons vivre leur renouvellement : avec une offre de services correspondants aux standards du marché, combinant services, et originalité, produits immobiliers combinés à l'offre de loisirs, villages à thème offrant de nombreuses activités, ...

Aussi bien en camping qu'en villages de vacances, il devient urgent de travailler sur des formules innovantes de partenariat public/privé pour assurer cette nécessaire reconversion du secteur.

E.J. : Je pense que deux objectifs devront être en cours de réalisation en 2020. D'une part, l'application du "Plan KPMG" et de "Destination 2015" nous permettra d'assister au renouvellement et/ou à la rénovation et la diversification progressive de nos établissements d'hébergement touristique, et d'autre part l'adaptation du parc d'hébergement aux économies d'énergies. Le coût des "charges" à payer en fin de séjour ne peut raisonnablement être plus élevé que le prix de la location elle-même !

De même, les frais de gestion des hôtels et établissements d'hébergement touristique en général doivent être maîtrisés. Enfin, je crois au développement des labels et démarches volontaires ("Wallonie Destination Qualité", "Clef verte", "Green globe", "Randonneurs admis" ou "Cyclistes admis",...) liés au développement du professionnalisme, et au développement du "tourisme durable" (déplacements doux, tourisme de proximité, sécurisation du touriste,...).

1 Plan stratégique de structuration et de valorisation de l'offre touristique 2008-2016.

2 Programme tourisme 2010-2015.



De gauche à droite :

Eric JURDANT,

Directeur de la Direction des Hébergements touristiques du Commissariat général au Tourisme

Paul MALOTAUX,

Attaché à la Direction des Hébergements touristiques du Commissariat général au Tourisme

Pascal FONTAINE,

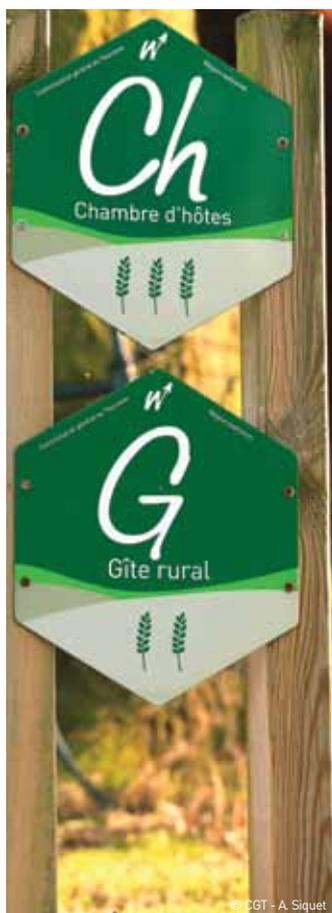
Attaché à la Direction des Hébergements touristiques du Commissariat général au Tourisme

Jos VERCRUYSE,

Afdelingshoofd | Head of division
 Departement internationaal
 Vlaanderen | Flemish Department of
 Foreign Affairs
 Afdeling Toeristisch Ondernemen
 en Strategische Goederen | Tourism
 Enterprise and Strategic Goods
 Division

Geert MARTIN,

Directeur au Département flamand
 des Affaires étrangères - Unité des
 autorisations touristiques



© CGT - A. Siquet

Quelques liens utiles :

Département flamand des Affaires étrangères :

<http://iv.vlaanderen.be>

“Office du Tourisme de Flandre” (Toerisme Vlaanderen) :

<http://www.toerismevlaanderen.be>

“Lettre annuelle de politique touristique de la Région flamande” :

<http://iv.vlaanderen.be>

Projet “Flandre en action” :

<http://vlaandereninactie.be>

Plan stratégique 2020 :

<http://toerisme2020.be>

Commissariat général au Tourisme :

<http://cgt.tourismewallonie.be>

Site de la stratégie touristique du CGT :

<http://strategies.tourismewallonie.be>

Service tourisme de la Communauté germanophone :

<http://www.dglive.be>

Office du Tourisme des Cantons de l’Est :

www.eastbelgium.com/fr/

Wallonie-Bruxelles-Tourisme :

<http://www.opt.be/accueil/fr/index.html>

Code wallon du Tourisme :

www.wallex.be

Les Auberges de Jeunesse:

80 ans au service du tourisme des jeunes



Les Auberges de Jeunesse : 80 ans au service du tourisme des jeunes

En 2013, les Auberges de Jeunesse fêtent leurs 80 ans !

Il n'est pas banal qu'une association de tourisme pour jeunes puisse célébrer ses 8 décennies d'existence. Sur une telle durée, les aléas et les chausse-trappes sont innombrables et tous n'y survivent pas.

Mais les Auberges de Jeunesse sont toujours là, on pourrait même dire plus que jamais, avec un réseau de 10 infrastructures que certains collègues européens nous envient, avec un nombre de nuitées qui a dépassé en 2011, le chiffre de 210.000, ce qui constitue notre record absolu, pour une petite association parmi les 50 autres qui réunissent quelques 4.000 auberges implantées sur cette planète.

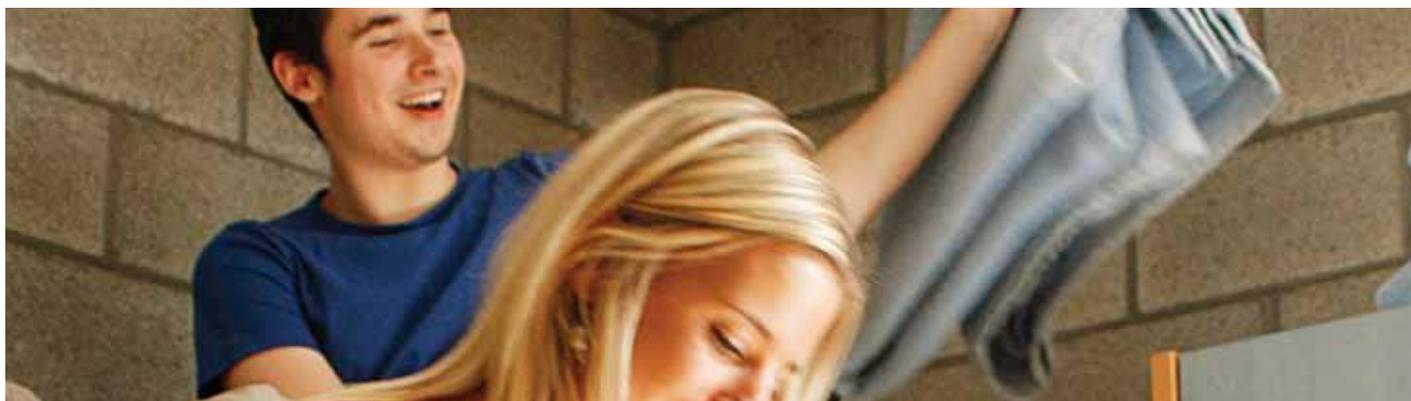
Comment les Auberges de Jeunesse ont-elles traversé ces années sans trop de casse ?

Cela n'a pas été simple : il a fallu une constante adaptation aux souhaits, légitimes, des jeunes en matière de tourisme, de rencontre et d'hébergement. Et dès que cette adaptation a laissé à désirer, la sanction fut immédiate et sans pitié. Et elles se sont adaptées pour défendre le droit des jeunes à voyager, à être ensemble, à débattre ou faire la fête, tout en restant fidèles à une conception ferme d'une certaine vision du tourisme et d'un certain humanisme laïque.

Et les auberges ont été confrontées comme tous les professionnels du tourisme (pour le meilleur et pour le

“Les Auberges de Jeunesse, c'est 10 infrastructures en Wallonie et à Bruxelles avec plus de 210.000 nuitées par an et 4.000 auberges dans le monde.”

pire...) aux aléas d'un siècle, à vrai dire assez mouvementé : à la naissance des congés payés, à une guerre mondiale, à la création de leur Fédération Internationale, aux bouleversements des pratiques sociales et affectives de la jeunesse dès les années 60, à la guerre froide, à l'apparition de la civilisation des loisirs, à la création du Conseil de la Jeunesse, à la crise des années 70, au délabrement d'un réseau d'auberges vétustes ou mal adaptées dans les années 80, avec une menace bien réelle de faillite de l'association, à une vaste campagne de rénovation qui a duré 20 ans, au développement du tourisme de masse, à la communautarisation du tourisme belge, à la régionalisation du tourisme belge, à la chute du rideau de fer, à l'apparition du sida, d'Internet, de Facebook et de l'Euro, au changement



de millénaire, à la crise mondiale de l'aviation commerciale, aux trains à grande vitesse, et j'en passe...

Le tourisme est un droit pour les jeunes. Encore faut-il qu'ils aient les moyens de l'exercer. C'est aussi pour cela que le réseau existe. On ne peut pas demander au tourisme d'offrir plus qu'il ne peut, mais il est quand même un moyen qui contribue au respect des autres, de leur culture et de leur mode de vie. Un réseau mondial comme celui des Auberges de Jeunesse apporte aussi sa modeste quote-part à la construction, ardue, d'un monde meilleur ou, au moins, plus juste.

Ce succès n'est évidemment pas dû au hasard. Celles et ceux qui ont géré et animé ce réseau, et celles et ceux qui le dirigent aujourd'hui ont pu, avec des réussites diverses, analyser, réagir, financer, rénover, communiquer... pour être, en 2012, sans doute, meilleurs que jamais.

Ce fut une longue marche à travers deux siècles, un relais que se sont passé 4 générations d'administrateurs, de gestionnaires, de travailleurs et de bénévoles. Et qui ont pu compter sur la politique dynamique des autorités de tutelle (aujourd'hui le CGT) de défense du tourisme social, entamée dès après la fin de la seconde guerre mondiale.

Aujourd'hui les Auberges de Jeunesse accueillent leur public historique, les routards pour faire simple (venant de

monde entier, grâce à la Fédération internationale des Auberges de Jeunesse, Hostelling International), mais aussi (et ce depuis longtemps) les groupes scolaires avant même que le concept de "classes de plein air" n'ait été inventé, les groupes en séjours de formation et les sportifs (randonneurs, cyclistes, clubs divers) mais aussi les familles avec de jeunes enfants. Ce sont elles qui ont décidé que ce type d'hébergement leur convenait, surtout depuis que les dortoirs ont disparu au profit de chambres de 4 lits.

La crise, qui touche aussi les loisirs et les vacances, ce premier superflu qui l'est, du reste, de moins en moins, permet aussi à celles et ceux qui sont les plus vulnérables, de profiter de cette possibilité d'hébergement qui reste aussi, et avant tout, une ouverture sur le monde. D'où l'importance de conserver, dans un même réseau, des auberges urbaines et rurales.

Depuis le début de cette décennie l'association travaille à repenser l'agencement de ces édifices, l'organisation des espaces de vie commune mais aussi son image globale de manière très professionnelle, aussi bien dans ses meubles et par la qualité de la restauration qu'à travers sa charte graphique ou au cœur des réseaux sociaux, avec des résultats plus que satisfaisants.

Cependant, enfin et surtout, ce résultat exceptionnel, qui fait des Auberges de Jeunesse un opérateur clé du tourisme

et de la rencontre des jeunes, c'est en réalité le fruit du travail quotidien de celles et ceux qui tous les jours assurent le bon fonctionnement des AJ, garantissent un accueil de grande qualité et des services du même niveau.

Sans elles et sans eux, jamais ce bel âge de 80 ans n'aurait été atteint.

“Le tourisme est un moyen qui contribue au respect des autres, de leur culture et de leur mode de vie.”



Christian VANDERWINNEN

vdw@laj.be

Licencié en sociologie et journalisme de l'ULB, Christian Vanderwinnen (1950) a été Secrétaire Général des Auberges de Jeunesse de 1978 à 1987. Il en est le Président depuis 1999. Il a aussi enseigné pendant une dizaine d'années le droit du tourisme, tout en étant Secrétaire Général de l'Union Professionnelle des Agences de Voyages. Il a été pendant 15 ans accompagnateur en moyenne montagne. Au début des années 90 il a réalisé une étude sur l'insertion des jeunes en difficulté à travers le sport-aventure pour la Fondation Roi Baudouin. Parallèlement à son activité actuelle de Directeur de la Maison du Tourisme du Pays de Namur, il est aussi journaliste-reporter pour la revue professionnelle belge Travel Magazine.

Réseau wallon des Auberges de Jeunesse

Bouillon, Champlon, Liège, Malmédy, Mons, Namur, Tilff et Tournai.

Il existe une auberge dans quatre des cinq grandes villes wallonnes, deux en Ardenne luxembourgeoise, une dans la vallée de l'Ourthe et une dernière au pied du plateau des Hautes Fagnes.

www.lesaubergesdejeunesse.be

www.hihostels.com



Quel avenir pour les petites structures hôtelières

en Wallonie?





© DPT - J.P. Remy

Quel avenir pour les petites structures hôtelières en Wallonie ?

La problématique du tourisme de séjour

Les produits d'hébergement en Wallonie, qu'il s'agisse de la petite hôtellerie familiale, des villages de vacances ou des campings, sont pour une grande majorité dans leur courbe déclinante.

L'absence de mécanismes d'allocation de fonds à la rénovation et à la maintenance et les budgets nécessaires à la remise aux normes (incendie et accès aux personnes handicapées entre autre) ont plombé le modèle financier de la plupart des établissements. Sans parler de la frilosité des organismes de financement qui refusent le plus souvent d'examiner les dossiers issus du secteur du tourisme et de l'Horeca en particulier, considérant le risque financier trop important.

Si l'on veut éviter à l'avenir de devoir gérer des chancre et des friches touristiques, de continuer à voir diminuer le nombre d'hôtels ou de voir l'habitat permanent se développer dans les campings, ou encore de voir le phénomène des secondes résidences s'imposer avec ses "lits froids", il est indispensable de se pencher sur la problématique de l'hébergement en

Wallonie et proposer des montages innovants offrant aux opérateurs des pistes de redéploiement.

Le constat au niveau de l'hôtellerie

Les petites structures hôtelières en Wallonie, en dehors des villes, et en Ardenne souffrent. 68% des établissements sont de petite taille (31 lits en moyenne pour les établissements situés en zone rurale en Wallonie). La plupart des établissements sont de petites structures familiales. Le problème de la pérennité de l'entreprise se pose à chaque transmission de génération. C'est ainsi que l'on voit très souvent des hôtels-restaurant de qualité disparaître faute de repreneurs dans la famille. Ces établissements enregistrent de faibles taux d'occupation (sauf exception). Ils reposent davantage sur une activité restaurant plutôt que sur l'hébergement. Ils accueillent principalement une clientèle de loisirs, pendant les week-ends et périodes de fréquentation touristique. D'autre part, les métiers de l'Horeca n'attirent plus beaucoup d'entrepreneurs car la charge de travail est trop importante, les plages horaires peu compatibles avec une vie familiale et les charges sociales très élevées. On

"Si l'on veut éviter à l'avenir de devoir gérer des chancre et des friches touristiques, il est indispensable de se pencher sur la problématique de l'hébergement en Wallonie et proposer des montages innovants offrant aux opérateurs des pistes de redéploiement."

assiste par ailleurs à une diminution des emplois (faiblement qualifiés et saisonniers) dans les hôtels dans ces régions. S'ajoutant à cela la concurrence hors frontières.

Un petit hôtel a globalement les mêmes charges fixes d'exploitation qu'un établissement du double de capacité, tandis que les frais constants représentent près de 90% du coût d'un hôtel. Les prix sont rarement calculés par rapport au marché, le yield management est loin de la réalité du gestionnaire qui adapte ses prix par rapport à la concurrence plutôt qu'à la réalité de la demande. Et lorsque les fonds sont trouvés pour satisfaire aux normes réglementaires, il ne reste plus de moyens disponibles pour la modernisation de l'établissement.

En panne de fonds propres, en difficulté pour transmettre ou vendre leur entreprise, ce type d'hôtellerie risque de disparaître massivement dans les prochaines années.

La problématique liée à la reconversion de ces immeubles et des friches hôtelières au cœur des villes et villages touristiques, mérite donc toute notre attention.

Le constat au niveau des villages de vacances

La Wallonie compte 29 Villages de vacances. Ils totalisent plus de 17.200 lits en 2008. (Environ 600 lits par village de vacances)

- 13 Villages de vacances dans la Province de Luxembourg,
- 11 Villages de vacances dans la Province de Namur,
- 5 Villages de vacances dans la Province de Liège

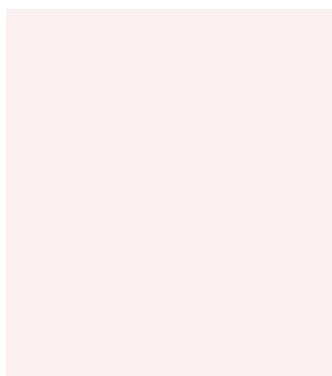
Ils sont pour plus de 50% du niveau 1 étoile et ont besoin d'être requalifiés pour faire face à la concurrence et à la demande des pays alentours.

En Wallonie, il n'existe pratiquement pas de produits village/résidence/club de vacances de qualité, correspondant aux standards du marché, à l'exception des nouveaux développements immobiliers développés à l'Eau d'Heure: le Village Landall et le Golden Lake du groupe Lamy Construction.

L'offre wallonne doit être requalifiée pour répondre aux attentes de la clientèle et à la concurrence française, flamande et néerlandaise en particulier: produits de type Center Parcs, et résidences Pierre et Vacances notamment. Le Sun Park de Vielsalm, aujourd'hui vieillissant fait l'objet d'une étude de requalification en Center Parcs de la part du Groupe Pierre & Vacances et pourrait, à terme, proposer 500 unités d'hébergement à la vente, selon le principe du démembrement de propriété. C'est une chance à saisir pour la Wallonie qui ne compte à ce jour aucun Center Parcs, alors que ce concept se développe avec succès en Flandre (Limbourg et Côte belge) ainsi qu'à nos frontières.

Les Pays Bas, berceau du concept, en comptent 9, l'Allemagne bientôt 5 avec l'ouverture prochaine de Bostal-

see et le Center Parcs des Trois Forêts en Moselle, opérationnel depuis mai 2010, porte à 4 le nombre de ceux-ci en France. En Flandre, 3 Center Parcs sont implantés, l'un à la côte belge (transformation du Sunpark de Dehaan), et 2 autres dans le Limbourg, ce qui porte à 21 le nombre de Center Parcs autour de la Wallonie!



Implanté en France depuis 1988, année de l'ouverture des Bois-Francs dans l'Eure, Center Parcs a inauguré le Domaine des Hauts de Bruyères dans le Loir-et-Cher en 1993. En septembre 2007, le Domaine du Lac d'Ailette dans l'Aisne a ouvert ses portes. Comme pour toutes ses implantations européennes, les trois domaines français sont installés sur des espaces vastes, situés à moins de deux heures de Paris. Le nouveau domaine Center Parcs, les Trois Forêts, a ouvert ses portes au printemps 2010 en Moselle-Lorraine. Cette carte tirée de l'étude KPMG n'étant pas récente, les points bleus qui étaient en projet, sont réalisés. En projet nouveau, le Center Parcs de Bostalsee est en cours de commercialisation, l'ouverture est programmée au printemps 2013. La commercialisation des cottages se fait en 18 mois. Center Parcs donnant le premier coup de pioche qu'après que la vente en VEFA ait atteint 50%. (<http://www.centerparcs.be/WL/BE/offre/park-bostalsee>)

KPMG, Etude stratégique 2006-2007



Le constat au niveau des campings

On assiste aujourd'hui au rachat d'un certain nombre de campings et des investisseurs sont à la recherche de nouvelles zones de développement pour des campings-glamping. En Wallonie, les campings constituent l'offre d'hébergement la plus répandue.

“Il y a très peu de projets d'immobilier de loisirs ou Horeca de grande qualité et de grande authenticité en Wallonie.”

La mutation des campings vers la location de résidences mobiles de loisirs et des Habitats Léger de Loisir (HLL) s'accompagne :

- De besoins de gestion accrus ;
- D'un allongement de l'avant et de l'après saison ;

- De besoins en personnel supplémentaire qui se traduisent par une tendance à l'allongement des durées des contrats saisonniers et de personnels mieux qualifiés (techniciens pour les branchements, personnel de gestion pour le nettoyage et les inventaires...);
- En corollaire, sur place, la clientèle demande de plus en plus de confort, de loisirs, d'animation, d'équipements sportifs (notamment des piscines), de services, le tout dans un environnement arboré de qualité.

Absence d'entreprises wallonnes

L'immobilier de loisirs professionnel en Wallonie est très peu développé, il est plus le fait d'allochtones du Nord qui se sont transformés en entrepreneurs de construction ou de promotion en Ardenne. Un nombre croissant d'entreprises hollandaises ou flamandes s'installent en Wallonie, dénaturant quelques fois l'authenticité de la gastronomie ou de la culture du milieu d'accueil. Il y a très peu de projets d'immobilier de loisirs ou Horeca de grande qualité et de grande authenticité. On assiste à une banalisation du produit touristique tant d'un point de vue architectural et formel que du point de vue des traditions gastronomiques et de la culture locale.

“La vente en copropriété et/ou en démembrement de propriété constitue une réelle opportunité pour requalifier les établissements hôteliers.”

Le profil des investisseurs touristiques :

Les différents types d'investisseur touristique

	Leurs motivations	Leurs exigences
Zinzins*	Réserves techniques Actions sociales	Sécurité Plus-Value - Rentabilité
Capitaux risqueurs	Aide au développement	Plus-value à court terme Duplicabilité
Promoteurs - développeurs	Construire, vendre, partir	Incitations fiscales Loyer garanti
Entrepreneurs - exploitants	Outil de travail ou de diversification	Environnement favorable
Ménages	Patrimoine vacances	Bon produit fiscal ou financier Bonne valeur d'usage
Prêteurs	Rentabilité	Garanties

Un grand nombre d'opérateurs touristiques sur le marché ne sont pas ou plus propriétaires de leurs murs.

Le groupe hôtelier Accor a procédé à une vente importante de ses actifs immobiliers afin de se concentrer sur son véritable métier, la gestion hôtelière.

Pierre & Vacances n'est propriétaire de rien. Ici aussi, sa compétence s'exprime dans la gestion. Pierre & Vacances est un promoteur immobilier (dans certains cas) et un gestionnaire (dans tous les cas), mais il n'a pas vocation à être investisseur. Traditionnellement, il cède la propriété de ses acquisitions et constructions à des personnes physiques ou morales en ne conservant que la gestion et la commercialisation.

Tandis que le capital investissement cherche à faire des profits dans des délais relativement courts, le tourisme voit souvent sa rentabilité à court terme plombée par le poids important de l'investissement. La séparation entre gestion touristique, d'un côté, et investissement immobilier, de l'autre, permet (dans certains cas) de lever cet écueil. La vente en copropriété et/ou en démembrement de propriété constitue une réelle opportunité pour requalifier les établissements hôteliers.

* Grands investisseurs, organismes collecteurs de l'épargne qui placent leurs fonds sur les marchés





Les financements alternatifs dans la petite hôtellerie

Le financement est au cœur de la problématique. La crise économique actuelle ne déglèra pas la frilosité des banquiers, qui attribuent un maximum de risques aux investissements réalisés dans le secteur *HORECA*. Plus que jamais, il faudra avoir recours à des financements alternatifs.

Pour aider au financement des structures hôtelières, il serait judicieux d'adapter le statut et les règles de fonctionnement des organismes existants pour répondre aux besoins du secteur *HORECA* par :

- La création d'un système de garanties données par le secteur public aux prêts accordés par les banques comme cela se fait régulièrement dans le secteur agricole, dans le secteur de la sidérurgie, secteurs en reconversion.
- L'augmentation des enveloppes des Invest et des Fonds de participation dédiées au secteur *HORECA*. Ces enveloppes sont constituées par les pouvoirs régionaux et provinciaux.

- La mise à disposition, aux organismes prêteurs ou de prises de participation, de techniciens et financiers expérimentés dans le domaine *HORECA* capables de mesurer au mieux les risques. (Les risques sont liés à la capacité des entrepreneurs plus qu'aux règles financières traditionnelles.)

Différents modèles de vente de chambres avec au centre de la problématique la société de gestion.

Le Démembrement de propriété en emphytéose, un exemple d'investissement pour petits porteurs dans l'hôtellerie

A la Panne, la commercialisation par Twin Properties (Groupe Industrie hôtelière - Gromabel) de chambres d'hôtel dont le contrat de gestion est confié à IBIS (Groupe Accor) est en cours, la livraison étant programmée en octobre 2013¹. Ce projet d'hôtel de 80 chambres, sera suivi de 7 autres opérations du même type à la Côte belge, qui comptabilisera à son terme, 450 chambres au total. Le terrain est acheté par une société appartenant au groupe Gromabel : Honnebel. Une deuxième conven-

tion est passée pour l'exploitation, la gestion et la participation aux bénéfices avec Industrie Hôtelière. Le montage financier propose l'achat par des individuels, d'une chambre de 17m², au prix de 163.806€. La moitié des chambres que comporte l'hôtel sont vendues. Un maximum de 2,25 millions d'euros par acheteur est permis, sur fonds propres ou via un financement.

La chambre est remise en gestion pour une période de 24 ans et rapporte : 18.889€, sur base d'un prix de 69€/nuit, pour un taux d'occupation de 75% (Chiffres basés sur une étude du groupe Horwath, ndlr bureau d'études français spécialisé en hôtellerie d'affaires). Des revenus complémentaires, générés par des services supplémentaires estimés à 23% s'ajoutent aux revenus de la chambre, soit 4.344€/an. Au total de 23.233€, on soustrait 10.130€ de frais (43,6%).

Si l'investissement est fait sur fonds propre, le revenu annoncé (mais pas garanti !) est de 5,2%. Si le revenu par chambre ne devait pas dépasser 20.000€/chambre, Accor s'engage à diviser par 2 ses frais de gestion (4 ou 8%). Les frais de sortie sont de 3%.

Revenu de la chambre	69€	Taux d'occupation 75%	18.899€
Revenus services complémentaires (bar/restaurant, etc.)	23%		4.344€
Total			23.233€
Frais de gestion	43.6%		-10.130€



¹ Présentation du modèle par Mr. A. Requier, Twin Properties au cours de divers entretiens en mai 2012.

Modèle basé sur l'actionariat: un hôtel financé et imaginé par ses clients, l'hôtel "Les Tourelles" en Baie de Somme²

C'est en juin 1993, au Crotoy, en Baie de Somme, que cet hôtel à l'abandon est découvert par un groupe d'amis. L'hôtel-restaurant est repensé et rénové pour en faire un endroit convivial et agréable à vivre; un hôtel pensé par les consommateurs. "Les Tourelles", hôtel 2 étoiles de 16 chambres ouvre un an plus tard. Les cinq amis du début sont devenus cent vingt pour financer le projet. Dix-huit ans plus tard, l'hôtel compte 34 chambres.

Aujourd'hui, le capital de la SA des propriétaires est de 1.400.000€ pour 240 actions et 120 actionnaires qui détiennent chacun 2 actions. Les statuts précisent qu'un actionnaire ne peut détenir plus de 5% du capital. La vente des actions est soumise à un droit de préemption. L'actionariat est très stable. Nouvelle hôtellerie, société propriétaire des Tourelles, a acquis en 1998

un deuxième hôtel-restaurant: Plein Ciel³ à Champéry (Vs), en Suisse dans le domaine des Portes du Soleil. 2 filiales d'exploitation constituées en Société à responsabilité limitée (SARL), Hoteleau (Le Crotoy) et Hocéhaut (Champéry), sont chacune contrôlées par un Comité de gestion. L'hôtel réalise 2/3 de son chiffre d'affaires en restauration et 1/3 en hôtellerie. L'hôtel enregistre un taux d'occupation de 80%.

La démarche du groupe Nouvelle Hôtellerie sa pour s'inscrire dans le tourisme durable et responsable est récompensée en 2007 par l'obtention d'un l'eco-label européen. La faible rotation et l'ancienneté du personnel sont des indicateurs de l'importance accordée aux bonnes conditions de travail.

Ces paramètres sont mis en avant par la Banque Triodos⁴ qui finance d'une part le remboursement d'un emprunt obligatoire en cours et, d'autre part, l'extension de l'hôtel dans un bâtiment voisin des "Tourelles".

Un modèle basé sur la copropriété des hôtels Eurotel:⁵

Le montage en copropriété des hôtels Eurotel a été lancé en 1957 par un entrepreneur italien. Des investisseurs privés financent la construction et l'exploitation de l'hôtel en acquérant une ou plusieurs chambres ainsi que des espaces publics. Ils deviennent de la sorte copropriétaires et sont inscrits au registre foncier. Les chambres acquises doivent être obligatoirement mises à la disposition de la Société d'exploitation hôtelière. L'exploitant de l'hôtel ne paye pas de charges hypothécaires et les copropriétaires, de leur côté, perçoivent un dividende qui oscille entre 2,5% et 5% de leur investissement. Outre les revenus annuels tirés de la copropriété, les investisseurs jouissent de rabais de 30% sur les tarifs officiels lors de leurs séjours à l'hôtel et obtiennent des tarifs préférentiels dans les autres Eurotels en Europe.

L'avis du directeur de la Société suisse de crédit hôtelier à propos de cette

forme de copropriété est "qu'il s'agit d'une bonne solution capable d'assurer la pérennité d'un établissement, cependant, la superposition de responsabilités juridiques et économiques fait de la copropriété un montage compliqué qui peut être source de conflits. Sans compter que les intérêts des exploitants et des investisseurs privés ne se recoupent pas toujours."



2 <http://www.lestourelles.com/pdf/ecoattentif.pdf> et entretien avec Mr. Richelle, directeur financier des Tourelles - PME-conseils.

3 <http://www.pleinciel.com/hotel.aspx>

4 Banque Triodos: Dans le secteur des loisirs, la Banque Triodos finance des projets et des entreprises qui opèrent de manière responsable sur le plan social ou écologique. Cela peut concerner des séjours de vacances écologiques ou des formes de tourisme alternatif et durable. <http://www.triodos.be/fr/la-banque-triodos/votre-epargne-a-la-trace/resultats/?projectId=296610> Voir critères de financement: <http://www.triodos.be/downloads/downloads-fr/credit/critere-de-financement.pdf>

5 d'Alessio, E., le système eurotel résiste au temps, revue de l'hôtellerie, htr, Hotel revue, Suisse 2011. <http://www.htr.ch/cahier-francais/le-systeme-eurotel-resiste-au-temps--24270.html>

Démembrement de propriété en usufruit et nu-propiétaire

Contrairement à la France, la Belgique ne dispose d'aucune niche fiscale favorable aux investissements en biens immobiliers à vocation touristique.

Les montages proposés en Wallonie pour les hôtels et résidences hôtelières s'appuient sur le démembrement de propriété en usufruit et nu-propiétaire.

Le processus de mise en œuvre nécessite la conjonction d'entrepreneur/promoteurs de qualité (Hoyoux, Thomas Piron, Bajart, etc.), d'hôteliers de qualité et/ou d'une société de gestion et la création d'une chaîne volontaire labellisée pour assurer la promotion et la diffusion de l'image sur les marchés: "Les Relais ...d'Ardenne".

L'acheteur d'une chambre, d'une suite ou d'un appartement dans un hôtel ou une résidence hôtelière, cède l'usufruit de son bien à une société de gestion pendant une durée de minimum 20 ans et de maximum 25 ans. C'est une alternative à la résidence secondaire classique (coût de 250 à 300.000€ pour 90 jours de taux d'occupation par an, soit une charge journalière élevée.) Le tiers investisseur achète un appartement en seconde résidence avec des services hôteliers minimum imposés et des services hôteliers qu'il peut choisir à la carte. Dans l'appartement avec services, l'investisseur reçoit un revenu, éventuellement garanti par le gestionnaire, pour les périodes non occupées. C'est un produit financier et un produit loisirs s'il décide de l'occuper. Au niveau international, ces appartements avec services sont généralement adossés à des grands noms de l'hôtellerie: Four Seasons, Kempinski, etc.

Avantages:

- Optimisation fiscale permettant la récupération de la TVA à l'investissement et l'immunisation fiscale des revenus à concurrence de 97,5% du montant de l'investissement sur une durée variant de 20 à 25 ans.
- Démembrement du droit réel en séparant la nue-propiété de l'usufruit.
- Le propriétaire cède l'usufruit à un exploitant qui peut être l'hôtelier ou une société spécialisée en location.
- Ce montage permet l'application des aides à l'expansion économique sur les emplois créés par l'hébergement.
- Ce montage bénéficie d'un avis favorable du service des décisions anticipées (SDA).

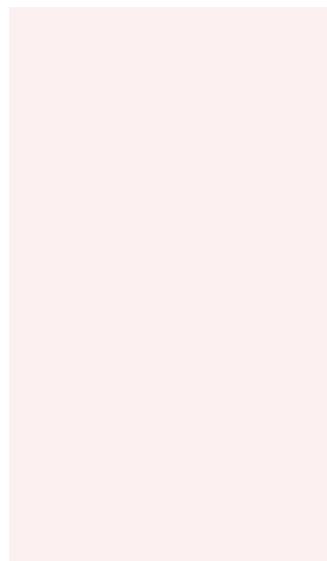
Conséquences a l'impôt sur le revenu du système

En Belgique, les habitants du royaume soumis à l'impôt des personnes physiques sont taxés sur leurs revenus immobiliers, s'ils sont pleins propriétaires ou usufruitiers du bien immobilier.

Le nu-propiétaire d'un bien immobilier ne doit pas mentionner dans sa déclaration fiscale de revenu immobilier.

Dans le cadre de ce système, aucun revenu immobilier ne doit donc être déclaré par le nu-propiétaire (la perception étalée de l'usufruit est un paiement de prix, et pas un revenu).

Les avantages fiscaux dits "verts" (maisons basse énergie, passives, etc.) sont cependant octroyés aux nu-propiétaires et ils conservent donc toutes les



"Contrairement à la France, la Belgique ne dispose d'aucune niche fiscale favorable aux investissements en biens immobiliers à vocation touristique."

réductions d'impôts légales en vigueur sans être imposés sur le bien immobilier qui fait l'objet des avantages fiscaux.

Exemple chiffré

Un particulier décide d'acquérir en 2011 une résidence de vacances pour un montant de 200.000,00€ pour la construction et de 50.000,00€ pour le terrain.

La société de construction construit la résidence et lui adresse des factures au fur et à mesure de l'avancement des travaux. Ces travaux seront soumis à TVA au taux de 21%.

Une fois la maison construite, il devient, par la passation d'un acte notarié, officiellement plein propriétaire de la maison et de la parcelle de terrain sur laquelle elle est bâtie.

Il paye au total un montant de 250.000,00€ + 52.500,00€ de TVA, soit en tout 302.500€.

Le fiscaliste en charge du dossier demande alors au contrôle de TVA compétent, un numéro de TVA spécial d'assujetti occasionnel pour le dossier.

Par un acte notarié séparé, le particulier cède alors l'usufruit de la maison et du terrain à la société d'exploitation du domaine, pour un montant de 243.750€ + TVA 21% de 51.187,50€ = 294.937,50€ pour la maison.

La société d'exploitation va donc lui être redevable de ce montant.

Le fiscaliste chargé du dossier va rentrer une déclaration de TVA au nom du particulier, dans laquelle il va déclarer 51.187,50€ de TVA sur la vente de l'usufruit, et en déduire les 52.500,00€ de TVA payée au constructeur de la maison.

La TVA va donc lui rembourser un montant de 51.187,50€ - 52.500€ = 1.312,50€.

Les 51.187,50€ restant vont ensuite être revendiqués en déduction dans la déclaration périodique à la TVA de la société d'exploitation et lui être restitués dans un délai de six mois. Cette TVA est alors versée par la société d'exploitation au particulier, en paiement partiel de la facture de cession de l'usufruit.



Certains propriétaires ne souhaitent pas entrer dans le mécanisme de la séparation nue-propriété et usufruit, essentiellement pour des raisons psychologiques, parfois pour des raisons de facilité de crédit bancaire.

Le mécanisme proposé est alors le suivant :

Le propriétaire confie un mandat de gestion du bien, soit à l'hôtelier, soit à une société de gestion d'immobilier-loisirs. La durée de ce mandat est variable, de 1 à 10 ans, avec revenus garantis ou non ou participation aux bénéfices réels. L'avantage de cette solution est la souplesse et la plus grande disponibilité du bien pour des usages particuliers. La taxation s'applique sur un forfait de 20% des revenus.

Autre possibilité : l'hôtel éclaté

Si l'on ne veut pas entrer dans un programme immobilier-loisir ou agrandissement de l'hôtel, il est possible de **fédérer et de mettre en marché l'hôtel-restaurant existant avec un réseau de gîtes et chambres d'hôtes** existant à proximité. L'avantage de ce mécanisme est de ne demander aucun investissement de départ à l'exception d'un système de réservations informatiques online commun aux différents hébergements. Il s'agit en quelque sorte d'un **hôtel éclaté dans le village**.

Cette option permet au restaurant et à l'hôtelier d'augmenter significativement son chiffre d'affaires (notamment bar-restaurant) et au propriétaire des gîtes de s'assurer un taux d'occupation des gîtes optimal.

Les formes juridiques du groupement sont diverses: GIE, Contrat de gestion,...

Ce concept est en fait une alternative très intéressante à la propriété d'une seconde résidence.

Notons au passage que certains propriétaires de résidences secondaires ont déjà passé le cap de la commercialisation de leur bien en le mettant en gestion dans le cadre de sociétés spécialisées telles que Ardennes Etapes, Business Etape, Ardennes Relais, Ardennes Résidences, etc.

Nécessité d'une vision stratégique quantifiée des besoins en termes d'hébergements en Wallonie

Analyse de la demande

Que demandent les touristes en termes d'hébergement ? Les études de marchés du WES (Wes Vlaams Economisch Studie Bureau) pour les Belges et du CVO aux Pays-Bas, soit près de 80% de la clientèle de loisirs en Wallonie décrivent de façon détaillée le type d'hébergement souhaité.

Il est nécessaire de transcrire ces besoins exprimés par les études de marché en volume d'hébergement par catégorie (Hôtellerie, résidences de tourisme, maisons individuelles, gîtes, campings et HLL), mais aussi en qualité.

Analyse de l'offre

Ce premier travail réalisé, il sera possible de comparer ces besoins avec l'offre existante, tant en termes de volume que de qualité.

La comparaison offre/demande permettra d'identifier les écarts à combler mais aussi d'adopter par des incitants adéquats la politique de subventions et d'incitants économiques pour atteindre les objectifs d'une politique compétitive orientée vers le futur.

Si l'on sait déjà par expérience qu'il n'y a pas suffisamment de zones de loisirs adaptées pour des resorts de qualité,

la vision est beaucoup moins claire en matière d'hôtellerie, de résidence de tourisme, de villages de vacances, de gîtes, etc.

Une planification spatiale adéquate en partenariat avec l'Administration de l'Aménagement du territoire ainsi qu'une planification socio-économique avec les incitants adéquats sont les deux axes d'une politique d'hébergement adaptée.

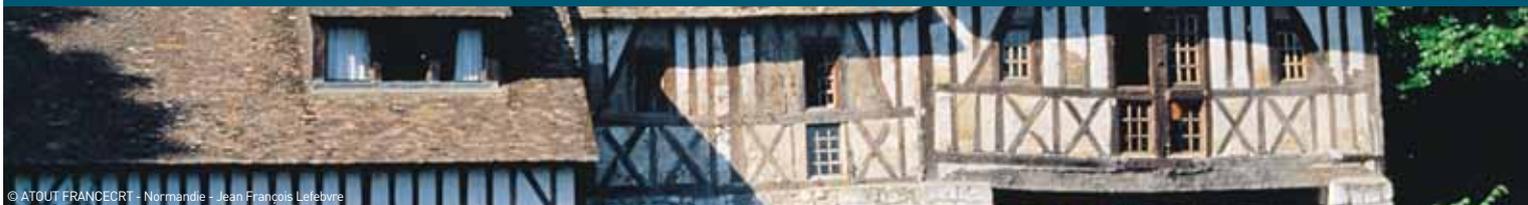


Fabienne VANTHUYNE
José CLOSSEN

CITW
Avenue Sergeant Vriethoff, 2
5000 Namur citw@citw.be
Tél : 081/43 54 04

Regards sur le tourisme rural

en France



Regards sur le tourisme rural en France

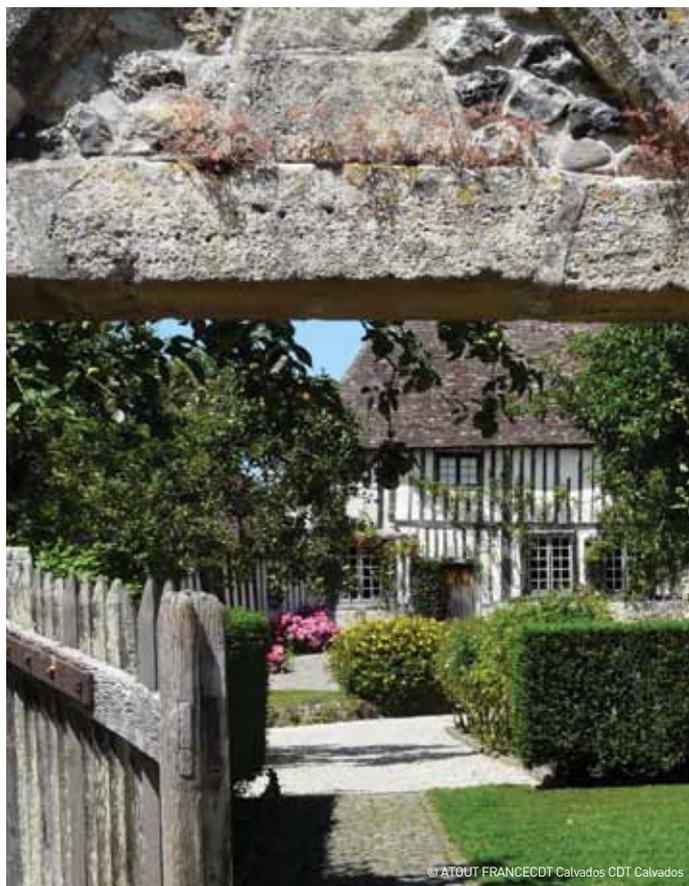
Né dans l'après-guerre au cœur du monde agricole, le tourisme rural à la française n'en finit pas de se transformer. Certains disent qu'il gagne encore en maturité, d'autres qu'il a quasiment fini d'exister. C'est selon !

Le parti de cet article est sans doute trop bienveillant pour le tourisme rural, car trop impliqué dans son aventure pour admettre son effacement. Nous sommes en effet, au titre de professeur de l'enseignement supérieur agronomique et chercheur en développement territorial, et par ailleurs fondateur du centre national de ressources en tourisme et patrimoine rural (Source) partie prenante de l'histoire du tourisme rural depuis 1991, année de création du centre. Les vingt et une Universités d'été du tourisme rural qui se sont enchaînées sur ces deux dernières décennies, ont en effet participé du développement, de l'innovation, de la reconnaissance autant que de la promotion du tourisme rural en France et en Europe¹. Pour autant, notre but n'est pas de survaloriser le fait du tourisme rural, mais plutôt de percer dans son histoire, somme toute brève, dans ses mutations, dans ses prémisses, voire ses fulgurances, les invariants qui fondent et spécifient le domaine du tourisme rural.

La présentation se déroule en trois parties. En premier lieu nous donnons un regard historique cernant l'émergence d'un concept, celui de tourisme rural, et ses promesses d'âge d'or. En deuxième partie nous présentons l'effacement progressif de l'ancien archétype pour un foisonnement de formes et d'innovations. Viendra ensuite le temps des questionnements : le tourisme rural a-t-il un avenir et sous quelles formes ? Est-il fondateur de valeurs ou de modèles pour le futur ?

Emergence d'un modèle français de tourisme rural

Au cours des années cinquante, un certain nombre d'initiatives pionnières se développent dans les campagnes du centre de la France, et particulièrement dans le Massif central. Les gîtes à la ferme prennent naissance dans des habitations devenues sans usage du fait d'un fort exode rural. Appuyés par le Ministère de l'Agriculture dans le cadre d'une politique de lutte contre la désertification et de soutien à l'agriculture, les emblématiques Gîtes ruraux



“60 et 70: Le tourisme rural est pensé comme une alternative au déclin des campagnes et une opportunité de développement territorial. Diffus et porté par une multitude de prestataires, il semble mal armé sur le marché concurrentiel et peine à prendre place dans l'économie touristique.”



fleurissent à l'échelle du pays et s'organisent peu à peu à l'ombre du monde agricole en une Fédération Nationale des Gîtes de France. Les Logis de France, une marque bien identifiée aujourd'hui d'hôtels restaurants à la campagne, connaissent la même histoire. Emblématiques du tourisme rural, les Gîtes ruraux et les Logis restent emblématiques du modèle français de tourisme rural.

Dans la dynamique des années soixante puis septante, une vigoureuse politique d'aménagement du

territoire se met en place sous l'égide de la Datar². Certes cette politique vise principalement les villes, métropoles et villes moyennes, l'industrie et les infrastructures de transport, mais pour autant la campagne³ n'est pas oubliée. Il s'agit aussi de moderniser l'agriculture et dynamiser le secteur agro-alimentaire, voire d'encourager l'exode rural. Face aux bouleversements qui traversent les campagnes, l'Etat s'engage dans une politique d'aménagement et de développement rural de plus en plus ambitieuse⁴. Le tourisme rural est pensé comme une

¹ MAMDY JF, 2009, SOURCE: un acteur engagé du tourisme solidaire et durable, Chroniques sociales.

² La politique d'aménagement du territoire est l'héritage de JF Gravier, auteur en 1947 de "Paris et le désert français".

³ Mendras H (1967), La fin des paysans, SEDEIS, Paris.

⁴ La création des Sociétés d'aménagement rural dans les années cinquante, le lancement d'une politique de Rénovation Rurale (1960), puis la mise au point d'outils tels les Parcs Naturels Régionaux (1967) puis les Plans d'Aménagement Rural (1970) et les Contrats de Pays (1975) illustrent l'effort de l'Etat pour la ruralité.

alternative au déclin des campagnes et une opportunité de développement territorial. Mais en dépit des ambitions, c'est un modèle réduit du tourisme bleu ou du tourisme blanc qui voit le jour!



© ATOUT FRANCE - Jean-François Tripelon-Jarry



“80: le tourisme rural devient un tourisme local, voulu et maîtrisé par les gens du pays, puisant ses raisons dans la richesse des terroirs et la convivialité des habitants.”

Le tourisme rural assimilé au tourisme vert reste un tourisme diffus de petites entreprises voire de petites stations de campagne, porté par de multiples prestataires souvent autodidactes, proposant des offres touristiques assez élémentaires. Centrée sur l'hébergement 'sec', les résidences des parents (souvent des agriculteurs restés au village) et d'amis ou les résidences secondaires, les modes camping et villages de vacances, l'offre de tourisme rural reste minimaliste, pauvre en activités de loisir, peu innovante, rencontrant de fait une clientèle familiale aux revenus modestes et sans perspective de progression. Le tourisme rural semble ainsi mal armé sur le marché concurrentiel, cantonné au 'bon marché' ou au non marchand. Il peine à prendre place dans l'économie touristique des trente glorieuses, perdant au fil des années des parts de marché⁵.

Le retournement des années quatre-vingt⁶ survient d'une prise de conscience que formalisera un ouvrage pionnier 'Espace rural, espace touristique': l'espace rural peut devenir un véritable espace touristique, sous conditions bien sûr d'amplifier certaines orientations expérimentées ici et là par quelques visionnaires. L'idée de produit touristique et de marché s'imposent lentement dans un univers dominé par l'idée de travail et de production. Les pays d'accueil touristiques constituent au tournant des années quatre-vingt une expérience marquante de structuration et d'organisation de l'offre touristique rurale des territoires. Un rapport au Ministre du Tourisme⁷ explicite les raisons et les voies et moyens pour promouvoir en France "un tourisme local, voulu et maîtrisé par les gens du pays, puisant ses raisons dans la richesse des terroirs et la convivialité des habitants".

“80-'90.: Dans monde où les frontières s'effacent, le fait rural se dissout. Le discours des professionnels comme celui des médias ou de la promotion l'oublie. Le tourisme rural serait-il tombé en désuétude?”

Un discours prend forme désormais à l'échelle de l'Europe pour définir le tourisme rural dans son contenu et tracer les lignes stratégiques de son développement, ce que l'Université d'été du tourisme rural reprendra méthodiquement au cours des deux décennies suivantes⁸. C'est en 1992 qu'Euroter⁹ formalise une conception et une vision politique du tourisme rural: "Le tourisme rural se définit dans l'économie globale du tourisme comme la valorisation touristique des espaces agrestes, des ressources naturelles, du patrimoine culturel, du bâti rural, des traditions villageoises, des produits du terroir, par des produits labellisés, illustratifs des identités régionales, couvrant les besoins des consommateurs en hébergement, restauration, activités de loisirs, animation et services divers, à des fins de développement local durable et de réponse adéquate aux besoins de loisirs dans la société moderne, dans une nouvelle solidarité sociale ville-campagne". Le tourisme rural accomplit sa mutation économique et professionnelle.

5 A partir des données sur les vacances des Français en France de source INSEE, on observe qu'en 1964 la destination campagne domine toutes les autres destinations avec 35% des journées vacances, contre 31% pour la mer. En 1990, la destination mer rassemble 44% des journées vacances contre 26% pour la campagne.

6 GROLLEAU H, 1985, Espace rural, Espace touristique, Paris, La Documentation française, 354 p.

7 DESCAMPS JJ, 1993, Pourquoi et comment développer le tourisme rural, Rapport au Ministre du Tourisme B. BOSSON, Paris, 28 p.

8 Vingt et une Universités d'été balayeront les grandes problématiques du tourisme rural, de la qualité de l'offre à la mise en marché, du partenariat public/privé aux destinations, du développement durable à l'innovation.

9 EUROTER (1992), Pour une signalétique harmonisée dans le domaine du tourisme rural et analyse des circuits d'information, de distribution et de vente, Commission des Communautés européennes, Division du Tourisme, DG XIII, 227 p.



Deux décennies de progrès, des années nonante à aujourd'hui, de diffusion et d'innovations, signent la montée en puissance et en gamme du tourisme rural, et paradoxalement un relatif effacement du paysage médiatique et institutionnel. Il faut reconnaître que la décentralisation du pouvoir d'Etat, concomitante à l'émergence des pouvoirs locaux, rend la lecture du changement plus difficile. Les politiques publiques d'aide au tourisme rural se territorialisent, se diversifient selon les lieux et se complexifient. Régions, Départements, Communautés de communes et d'agglomération, Parcs naturels régionaux et Pays, investissent

le tourisme rural, puisant méthodes et financements auprès de l'Union européenne (Programmes Leader) ou de l'Etat (Pôles d'excellence rurale), et sur leurs budgets propres. Dans le même temps, les flux touristiques en direction des campagnes s'accroissent. De nouvelles clientèles urbaines et européennes sollicitent l'expérience d'un tourisme à la campagne en complet renouvellement. Une extraordinaire diversification des clientèles, des hébergements, des types de séjours, des activités offertes, des expériences possibles se manifeste. Elle est impulsée par de nouvelles demandes et rendue possible à la fois par la révolution tech-

nologique de l'internet et la capacité des professionnels à s'intégrer dans le secteur moderne du tourisme, tout en se saisissant des innovations générales ou spécifiques au domaine du tourisme rural.

Pourtant dans un monde où les frontières s'effacent, tant dans le temps de la vie quotidienne entre travail et loisir, que dans les espaces parcourus en tous sens physiquement ou virtuellement, le fait rural se dissout. Le discours des professionnels comme celui des médias ou de la promotion l'oublie. Le tourisme rural serait-il tombé en désuétude ?

“Les hébergements ne cessent de se diversifier et de s'hybrider, inventant des concepts nouveaux de tourisme à la campagne: Tourisme vert, de pleine nature, de nature, écotourisme, tourisme de découverte,... Sont-ce les nouvelles formes du tourisme rural? Est-ce encore du tourisme rural? Ou autre chose?”

Foisonnements du tourisme à la campagne...Quid du tourisme rural ?

Les trois dernières Universités d'été du tourisme rural, Vichy-2009 en Auvergne, Bourg en Bresse-2010 en Rhône Alpes, Bergerac-2011 en Aquitaine, n'eurent qu'une seule ambition : débusquer, comprendre, préconiser et diffuser l'innovation en tourisme rural. De toute la France mais aussi de Belgique, de l'Europe, des territoires d'outre mer, furent convoquées les innovations les plus marquantes en termes d'offres touristiques, de partenariats, de méthodes et d'outils, dont bien sûr les nouvelles technologies. Les hébergements, les activités, les pratiques, les expériences, les formes, les formules, ne cessent de se diversifier et de s'hybrider, inventant des concepts nouveaux de tourisme à la campagne: tourisme vert, de pleine nature, de nature, écotourisme, tourisme de découverte, d'itinérance, tourisme patrimonial, culturel, agritourisme, tourisme à la ferme, chez l'habitant, diffus, d'intérieur, d'espace, tourisme en espace rural, tourisme de pays, de terroir, tourisme intégré, durable, responsable, solidaire, équitable...

Un tel foisonnement interroge. Sont-ce les nouvelles formes du tourisme rural? Est-ce encore du tourisme rural? Ou autre chose? Tantôt défini par un produit (tourisme vert, écotourisme, itinérance), tantôt par une caractéristique (l'accueil paysan, l'accueil chez l'habitant), voire un modèle spatial (tourisme diffus, tourisme en espace rural), ou un modèle de développement (tourisme intégré, tourisme durable, tourisme solidaire), les représentations se déploient en formes et points de vue, parfois exclusifs du tourisme rural, parce qu'ils touchent la nature, les paysages, les paysans, les pays, en somme ce qui fait la ruralité, parfois non exclusifs, car susceptibles de concerner d'autres champs que celui de la ruralité et du tourisme rural, celui des valeurs par exemple : responsabilité, solidarité, équité.



© ATOUT FRANCE

Alors... Quid du tourisme rural dans ce foisonnement touristique ? Nous nous sommes posé cette question il y a quelques années dans le cadre d'une réflexion sur les métiers, les formations et la professionnalisation des acteurs du tourisme rural¹⁰. Au début des années 2000, la période est propice au développement du tourisme rural.

L'Etat et les organisations professionnelles ou institutionnelles créent une Conférence Permanente du Tourisme Rural, lieu de rencontre unique de la diversité des acteurs parties prenantes du tourisme rural. La CPTR lance des études et recherches et organise des séminaires, pour cerner, encadrer, promouvoir, développer le tourisme rural

en France. L'investissement intellectuel fut significatif, mais faute de volonté politique à l'échelle nationale, l'élan ne put aboutir pleinement, et plusieurs chantiers prometteurs furent interrompus¹¹. L'organisation ne survécut pas à la décennie.

L'effort de caractérisation du tourisme rural dans sa spécificité et sa délimitation, aboutit cependant à une représentation partagée dont les deux schémas ci-contre rendent compte.

“Le produit touristique rural est un produit typé par l'identité locale et le goût du terroir, porté par ses habitants, témoins d'une culture vernaculaire, répondant au besoin d'authenticité, de ressourcement et de rencontre des touristes.”

Le premier schéma illustre pour le touriste, le lien étroit entre un besoin de découverte et de rencontre, et l'exercice d'une activité, à l'occasion d'un séjour, au sein d'un milieu naturel et humain particulier. On vient se reposer à la campagne, mais aussi se ressourcer et trouver du sens à travers les activités et les rencontres qu'on peut y faire. Henri Grolleau parlait en son temps¹² de “choses simples et d'émotion vraie”. Ce tourisme-là repose sur une destination rurale et des produits de terroir, issus de ressources locales typiques, mais enrichis par l'épaisseur du territoire, de son histoire et des hommes qui l'habitent.

Schéma n°1: la spécificité du “produit tourisme rural”

Un espace vécu, perçu, approprié, donc qui offre:

- une communauté d'accueil,
- un patrimoine,
- un environnement

Des hommes ayant:

- une histoire et des traditions,
- une culture et une identité,
- des savoir-faire et un savoir-être

Des activités répondant aux besoins des touristes:

- besoin d'authenticité,
- besoin de ressourcement,
- besoin de rencontre

L'espace commun matérialise l'ancrage territorial du tourisme rural: le produit touristique rural est un produit typé par l'identité locale et le goût du terroir, porté par ses habitants, témoins d'une culture vernaculaire, répondant au besoin d'authenticité, de ressourcement et de rencontre des touristes.

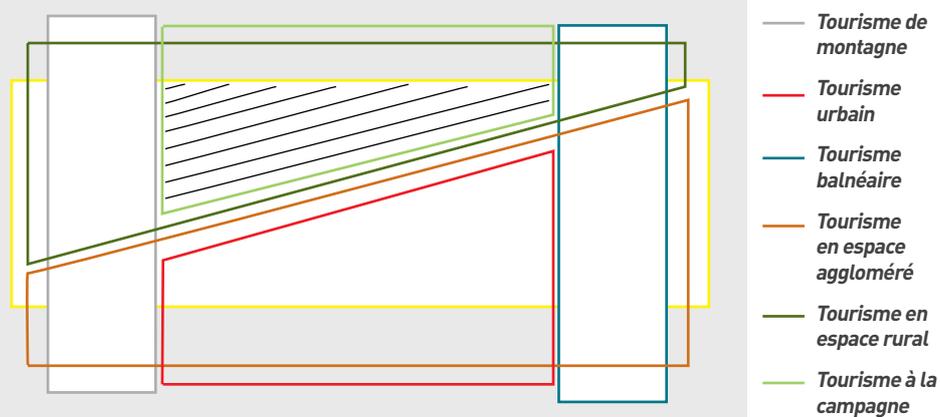
10 Le Chanjour F. & Mamdy JF., [sous la direction de...] (2005), *Inventaire des métiers, activités et dispositifs de formation au tourisme rural, Rapport au Ministère de l'Agriculture, de la Pêche et de la Ruralité*, 30p.

11 Ainsi de la délimitation statistique du tourisme rural, calquée sur celle de la ruralité, toujours insatisfaisante malgré ses réajustements.

12 A la suite de la publication de l'ouvrage 'Espace rural, espace touristique', Henri Grolleau fut pendant une quinzaine d'années le promoteur infatigable du tourisme rural, à la tête de l'association 'Tourisme en espace rural', puis au titre de Source qui en prit le relais depuis 1991.

Le second schéma suggère une délimitation spatiale, fondant la spécificité du produit touristique rural. Il propose un espace délimité pour le tourisme rural, ébauche pour une définition statistique possible, et distingue le tourisme rural sous les traits d'un tourisme de pays (le concept retenu en France au début des années nonante), recoupant pour partie le tourisme de destinations (balnéaire, urbain, montagne, campagne), dont l'expression statistique est issue des déclarations des touristes, et croisant les approches statistiques de tourisme en espace rural ou en espace aggloméré selon les données Insee de population et d'emploi.

Schéma n°2: La spécificité destination / produit du tourisme rural



Ainsi peut-on formaliser à grands traits l'espace et le caractère propre du tourisme rural, et affirmer sa permanence tant dans l'offre d'un espace particulier, que dans l'exercice des pratiques, déclarées cette fois par les touristes eux-mêmes, en référence à la destination campagne. D'autres sources issues des opérateurs organisés pourraient aussi compléter le tableau tels les gîtes et chambres d'hôtes, les restaurants Logis de France, les Stations vertes, Bienvenue à la ferme... pour n'évoquer que les plus connus, et donner au domaine une expression quantitative¹³.



“Le tourisme rural pourrait être également défini sous les traits d'un tourisme de pays recoupant pour partie le tourisme de destinations.”



¹³ En 2009, la fréquentation hôtelière affichait une baisse de 2,6% quand gîtes et chambres d'hôtes voyaient leur fréquentation augmenter de 3% ; le réseau “Bienvenue à la ferme”, créé il y a 20 ans comptabilise désormais 6 020 agriculteurs.

“Avec une expérience plus mature, les attentes des clientèles se diversifient -authenticité, convivialité, nature et culture, ressourcement, émotion, ‘réassurance’...-, se complexifient, toujours plus exigeantes en termes de qualité.”

Regard prospectif sur le tourisme rural à la française

La confrontation du tourisme rural aux autres formes de tourisme, la spécification du produit et de la destination, légitiment le domaine et le concept tout en soulignant la permanence. Mais qu'en sera-t-il dans l'avenir? Une réflexion prospective s'impose. Les travaux de l'Université d'été consacrés à la prospective en tourisme rural¹⁴ et nos propres recherches prospectives sur l'hébergement en gîtes et chambres d'hôtes¹⁵ ont parcouru les étapes de la réflexion, cernant les tendances lourdes et les signaux faibles, les facteurs de ruptures et variables motrices, jusqu'aux scénarii contrastés.

D'une part, le monde du tourisme change du fait de la demande des clientèles touristiques nationales et étrangères, ou des résidents locaux. Le poids des seniors, des étrangers, des classes aisées dans le tourisme rural, affecte la nature des demandes et les pratiques touristiques. De fait, avec une expérience plus mature, les attentes des clientèles se diversifient -authenticité, convivialité, nature et culture, ressourcement, émotion, 'réassurance'...-, se complexifient, toujours plus exigeantes en termes de qualité. Plus largement le monde

du tourisme change avec la société, dont la richesse se redistribue, dont la mobilité croît, dont les goûts et les pratiques évoluent. Les frontières traditionnelles entre tourisme et loisir, travail et vacances, destination campagne et ville s'estompent. On parle beaucoup aujourd'hui de tourisme de proximité, de loisirs, voire de post-tourisme¹⁶. Globalement les acteurs du tourisme rural se professionnalisent, cherchant à s'adapter aux nouvelles exigences ou au progrès technologique. Cependant certains acteurs, poursuivant plutôt leur propre dessein, composent une activité (et une offre touristique ou de loisir) conforme à leur projet de vie personnel. Depuis toujours une part importante du tourisme, et particulièrement du tourisme rural, échappe au secteur marchand, tandis que de nouvelles pratiques d'accueil hors marché se développent, sur la base de l'échange. L'offre d'hébergement, d'activités, de médiation, les modes de mise en marché, ne cessent d'évoluer et de se diversifier, d'innover et progresser en sophistication et qualité, entraînés par des dynamiques d'acteurs privés ou publics, influencés aussi fortement des politiques publiques opérant à toutes échelles, avec ou sans coordination.



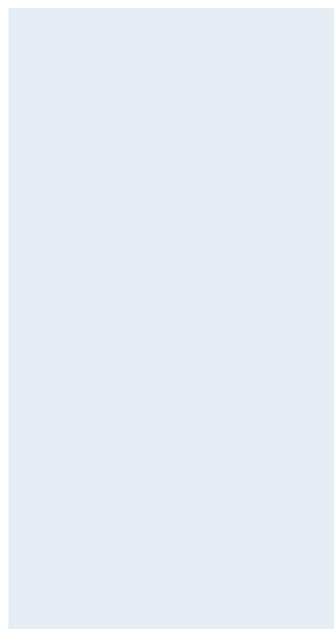
© ATOUT FRANCE - Jean Francois Tripelon-Jerby

14 MAMDY JF, MAZUEL L, 2007, *Le tourisme rural en prospective; Une contribution de l'Université d'été de la prospective en tourisme, Rapport à la DATAR*, 40p.
MAMDY JF, MAZUEL L, 2008, *Destinations touristiques rurales; Comment construire les destinations touristiques de demain, Rapport à la DATAR*, 85 p.

15 Y JF, GUILLOT M, 2007, *Quel avenir pour l'hébergement touristique rural? Le cas des gîtes et chambres d'hôtes du Massif central, Revue TEOROS, Québec, Vol 26.*

16 BOURDEAU P, et alii, 2012, *Le post-tourisme... à paraître.*

Dans le cadre de la réflexion prospective sur l'espace rural, les scénarii Datar 2020 laissent imaginer plusieurs perspectives favorables : le scénario des campagnes résidentielles généralisées avec des formes de loisir ou de tourisme de proximité et de court séjour, celui des campagnes 'nature' où le tourisme rural, stimulé par la demande environnementale du marché, développe des produits touristiques innovants vecteurs d'un développement durable, ou celui des campagnes industrielles et concurrentielles, où l'offre des prestataires privés du tourisme rural est enrichie et stimulée par l'action publique des territoires. Dans les trois scénarii, le tourisme rural parie sur la diversité des produits et des clientèles, sur la qualité et sur l'innovation, notamment technologique.



L'identité du tourisme rural constitue-t-elle dans cette perspective un atout pour son avenir ? Examinons la question sur la base des sept critères retenus dans le cadre du programme de recherche SPRITE¹⁷, pour lequel l'identité du tourisme rural se définit par l'échelle locale, l'ancrage dans le milieu rural local, le caractère endogène de l'activité, la complémentarité entre activités et ressources, l'action collective réseaux, les formes de contrôle du développement, enfin la durabilité. Quels sont, au vu de chacun des critères distinctifs, les arguments favorables à la pérennité du modèle de tourisme rural et à son développement ?

L'échelle locale du tourisme rural, avérée par l'offre de petites entreprises à taille humaine, une offre spatialement diffuse, même si des formes de concentration trouvent leur pertinence¹⁸, rencontre la demande de nature préservée, d'espace pour l'itinérance, de lien social dans une recherche de relation humaine, de ressourcement, de 'réassurance', de sécurité.

L'ancrage dans le milieu local, fondé sur la valorisation des patrimoines ru-



“Le tourisme rural parie sur la diversité des produits et des clientèles, sur la qualité et sur l'innovation, notamment technologique.”

raux locaux, le savoir-faire des acteurs professionnels et leur connaissance approfondie du milieu, garantit l'attente d'authenticité et d'enrichissement culturel fort attendu par les nouvelles clientèles seniors ou étrangères. L'ancrage local paraît en outre un gage de développement durable au sens où l'activité non délocalisable garantit une forte intégration territoriale, source de retombées locales.

Le caractère endogène de l'activité tourisme rural s'illustre par la mise en valeur des ressources spécifiques issues du patrimoine rural (hébergements traditionnels, gastronomie, paysages humanisés, références aux activités artisanales ou quotidiennes), mais aussi par l'implication des professionnels souvent très insérés dans la vie locale. Force est de constater que cette spécificité rencontre la demande actuelle et future des populations atti-

rées par la destination campagne, et s'inscrit pleinement dans le sens du développement durable.

La transversalité du tourisme rural, qui mobilise la plupart des autres secteurs de l'économie locale et l'ensemble de la population, apparaît en phase avec le changement sociologique qui efface peu à peu des frontières entre touristes et résidents, sphère du travail et sphère du loisir, économie marchande et économie domestique ou bénévole. En jouant la complémentarité avec l'économie locale, en renforçant le lien entre touristes et population, en contribuant à la défense et à la valorisation des patrimoines, incontestablement, le tourisme rural contribue à un développement plus durable.

¹⁷ Programme de recherche européen SPRITE: Soutenir et PRomouvoir le Tourisme Intégré dans les régions rurales et sensibles d'Europe.

¹⁸ PSDR Modintour: MODèles INnovants de TOURisme.



Anne BONNIOT

Anne BONNIOT est Ingénieur des techniques agricoles, Licenciée de Biologie Cellulaire et Physiologie végétale. Elle est ingénieure d'études à VetAgro Sup (Institut d'enseignement supérieur et de recherche en Santé animale, Alimentation, Sciences agronomiques et de l'environnement) depuis 2009 où elle est, entre autres, chargée de recherches pluridisciplinaires (géographie, sciences de gestion, sociologie) "Pour et Sur le Développement Régional" traitant de l'évolution des modèles de tourisme dans les espaces ruraux (Modintour) et de la création d'activités (CreActE) dans les territoires auvergnats.



Jean-François MAMDY

Jean-François MAMDY est Professeur de l'enseignement supérieur, Directeur du Département Territoire et Société de VETAGROSUP (Institut d'enseignement supérieur et de recherche en Santé animale, Alimentation, Sciences agronomiques et de l'environnement), campus agricole de Clermont-Ferrand, Chercheur de l'Unité Mixte de Recherche "METAFORT", et fondateur et Président de SOURCE, Centre national de ressources sur le tourisme et le patrimoine rural. Il est depuis vingt cinq ans spécialiste des questions de développement territorial, de tourisme rural et d'accueil de nouvelles populations dans les campagnes.

"Longtemps géré dans l'individualisme, les formes de partenariat multiples tirent le secteur vers des pratiques de gouvernance locale."

Si traditionnellement l'**action collective** n'était pas le fer de lance du tourisme diffus, chacun ayant à cœur de conduire en propre son affaire de a à z, elle le devient avec la complexification des produits, la sophistication des offres qualifiées, l'exigence du marketing face aux clientèles modernes, les nouvelles technologies de l'e-tourisme. Un double processus de rationalisation institutionnelle et de réseautage professionnel est à l'œuvre, confortant l'action collective et la mise en place de pratiques nouvelles de gouvernance territoriale.

Partagé entre petits entrepreneurs privés et collectivités territoriales, le tourisme rural reste, à la différence du tourisme industriel, un secteur artisanal, public ou associatif, contrôlé localement. Longtemps géré dans l'individualisme, les formes de partenariat multiples tirent le secteur vers des pratiques de gouvernance locale, fortement encouragées par les institutions publiques, qui maintiennent les conditions d'un **contrôle local** sous l'égide des acteurs territoriaux.

Le tourisme rural n'est peut-être pas **'durable'** dans les pratiques courantes¹⁹, mais il y aspire à la fois par essence et par nécessité. Par essence, le tourisme rural repose sur la mise en scène des patrimoines naturels et culturels qu'il convient de restaurer, de protéger, de mettre en valeur. Par nécessité, il répond à une demande de naturalité et d'authenticité des clientèles. Par ailleurs la transversalité du tourisme rural appelle l'intégration du secteur au sein de l'économie et de la société locale, avec en retour des retombées positives et durables sur l'ensemble du territoire.



"Le tourisme rural n'est peut-être pas 'durable' dans les pratiques courantes, mais il y aspire à la fois par essence et par nécessité."

Conclusion

Associé historiquement à la décadence du monde agricole et rural, considéré longtemps comme la formule sociale et bon marché d'un tourisme populaire, le concept de tourisme rural doit être totalement revisité. Passé le temps des premiers pas, des expérimentations, des invocations, le tourisme rural semble s'être imposé dans le monde du tourisme, comme une forme particulière de pratiques et d'activités en phase avec les exigences de la société urbaine moderne. Il a conquis ses lettres de modernité, que ce soit par la qualité de ses produits, par l'innovation dans l'offre, les outils, les formes de gouvernance, ou l'étendue de ses propositions, des ses espaces et de ses clientèles.

Peut être faudrait-il renommer le tourisme rural ? Ou bien convenir d'un challenge réussi, à contre courant du tourisme standard, qui porte dans sa métamorphose les fulgurances du tourisme durable de demain.



© ATOUT FRANCE - Fabian Charaffi

¹⁹ MAMDY JF, MARSAT JB, 2004, *Réflexions stratégiques pour le développement d'un tourisme rural durable*, Communication à la 35ème Conférence annuelle de la TTRA, Montréal, 21 juin 2004.



Accueil Champêtre en Wallonie

Accueil Champêtre en Wallonie encadre les propriétaires développant l'accueil à la ferme ou à la campagne, l'association est structurée autour de 4 axes :

- **Les hébergements touristiques de terroir** avec les gîtes, chambres d'hôtes et campings à la ferme
- **Les fermes pédagogiques**
- **Les saveurs** avec les fermes gourmandes, restaurants, tables d'hôtes et points de vente à la ferme
- **Les loisirs** avec les golfs champêtres, les circuits champêtres téléchargeables, les stages et anniversaires à la ferme, les activités équestres, nature, pêche, chasse, patrimoine,...

Les gîtes et chambres d'hôtes constituent une part importante de l'offre touristique en Wallonie. Le **choix est**

varié (capacité, confort, thématiques,...) afin de répondre à une **clientèle très large** (familles, amis, professionnels, associations, entreprises...).

L'atout majeur du secteur est indéniablement la chaleur et la convivialité de l'accueil, qui font d'ailleurs la réputation de la Wallonie.

En favorisant un tourisme diffus, étalé dans le temps, le tourisme de terroir s'inscrit dans la dynamique du développement durable. Il participe également à la **valorisation du patrimoine rural** et est majoritairement un **tourisme de proximité**.

Accueil Champêtre en Wallonie offre une **grande complémentarité dans la diversité des richesses du terroir mises en valeur**. Cela répond ainsi à la demande d'une clientèle d'un jour ou de séjour à la **recherche d'authenticité, de découverte, d'expérience...**

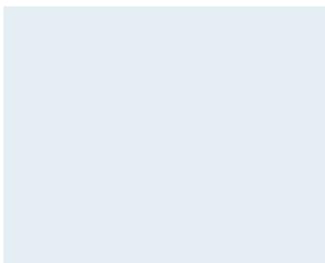
Accueil champêtre en Wallonie, ASBL

Chaussée de Namur, 47
5030 Gembloux

Tél. : +32 (0)81/627.456
Fax : +32 (0)81/627.450

Email : accueilchampetre@fwa.be
Site : www.accueilchampetre.be

Les missions d'ACW se caractérisent par des conseils à la création, de nombreuses informations sur les spécificités des produits, des formations, la défense et la représentation du secteur ainsi que par la promotion du secteur.



Les Gîtes de Wallonie

Le réseau des Gîtes de Wallonie offre plus de 1.100 hébergements répartis aux quatre coins de la Wallonie et répondant aux exigences d'une charte de qualité. Chaleur humaine, convivialité et accueil sont les mots d'ordre de ces hébergements. Les Gîtes de Wallonie proposent une pléiade de formules d'hébergement en parfaite harmonie avec les exigences des touristes. Gîtes ruraux, chambres d'hôtes, gîtes et chambres d'hôtes à la ferme, gîtes citadins, meublés de vacances sont autant de formules d'hébergement pour un tourisme durable. Depuis plus de 20 ans, les propriétaires, disponibles, mais discrets sont les premiers ambassadeurs de leur région. Garants de "l'art de vivre vos loisirs", ils partagent avec leurs hôtes les richesses de leur région.

Fédération des Gîtes de Wallonie a.s.b.l.

Avenue Prince de Liège, 1/21
5100 Namur (BELGIQUE)

Tél. : +32 (0)81/311.800
Fax : +32 (0)81/310.200

Email : info@gitesdewallonie.be
Site : www.gitesdewallonie.be



Les innovations

en matière d'hébergement touristique



Les innovations en matière d'hébergement touristique

Sur la planète tourisme, l'hébergement tient la vedette depuis toujours. Il est, avec le mode de transport, l'enjeu sur lequel tous les entrepreneurs concentrent leur offre, leur recherche et leurs investissements. La volonté de se démarquer, la nécessité de se différencier se faisant de plus en plus pressante, la question de l'innovation est désormais au cœur de toutes les discussions, de tous les projets. Et en ce qui concerne l'hébergement touristique, les voies de l'innovation sont parfois un peu surprenantes.

Les fondamentaux de l'innovation

On assiste en Europe depuis quelques années à un déferlement d'hôtels, gîtes et autres chambres d'hôtes thématiques. Les prestataires misent sur l'expérience insolite, la découverte et un mode de vie alternatif. Après la yourte et la roulotte, on peut aujourd'hui dormir dans un container, une canalisation en béton ou un cercueil, passer un week-end en prison, dans une bulle à l'intérieur d'un aquarium de requins et, bientôt, dans un iceberg ! On pourrait multiplier les exemples. Pour autant, peut-on parler d'innovation à propos de ces hébergements insolites dont les seules limites semblent être l'imagination et la créativité des opérateurs touristiques ? Oui si l'on assimile un concept innovant à son originalité. Et qui n'a pas rêvé de passer une nuit dans les arbres, dans un tipi sioux ou une yourte mongole ? Non si l'on pousse un peu plus loin la réflexion de l'entrepreneur et de l'exploitant. Si la créativité est indispensable à toute démarche innovante, elle ne suffit pas, à elle seule, à créer une véritable innovation. Passé l'effet de surprise, l'hébergement insolite est condamné à renouveler son concept dans une surenchère dont on ne sait où elle finira : à quand les yourtes dans les arbres ? Le grand enjeu de mutation de l'hébergement touristique dans les années à venir sera de savoir

répondre à des demandes extrêmement diverses tout en proposant de nouveaux modes d'exploitation et de rentabilisation : innover dans le modèle économique.



“Le grand enjeu de mutation de l'hébergement touristique dans les années à venir sera de savoir répondre à des demandes extrêmement diverses tout en proposant de nouveaux modes d'exploitation et de rentabilisation : innover dans le modèle économique.”

La technologie : important, mais pas essentiel

En un mot, innover, en ne jouant pas seulement sur le registre de l'originalité, mais en intégrant toutes les facettes de l'innovation, selon sa définition classique : “processus qui consiste à intégrer dans un produit, un service, un procédé ou une organisation, des éléments nouveaux, dans le but d'établir des contributions économiques nouvelles” (Pierre Kalfon 2010). Bien sûr la banalisation des nouvelles technologies ouvre la porte à des modèles économiques nouveaux, bien sûr des solutions de construction et d'organisation des hébergements peuvent apporter une dose de nouveauté et d'exotisme. Mais comme le rappelle le prospectiviste français Michel Godet : “La technologie, c'est important, mais ce n'est pas l'essentiel. Il faut sortir du modèle classique de l'innovation, trop centré sur la technologie et surtout le high-tech, alors qu'il est admis que seules 20% des innovations sont de source technique et 80% de nature sociale, organisationnelle, commerciale, marketing ou financière”. Appliquée au sujet de l'hébergement dans le tourisme, cet enjeu de la technologie (élargie à l'enjeu du choix de construction de l'hébergement) retrouve sa place dans les questionnements sur l'innovation dans les hébergements touristiques. Quelles clés utiliser alors pour innover ? D'abord, se souvenir qu'il est toujours plus difficile d'innover seul et sur un territoire figé, que dans un environnement qui favorise l'émergence des idées neuves. La véritable innovation se construit en mutualisant, en co-concevant, elle se trouve aujourd'hui à la croisée de mondes différents.

Le chemin de l'innovation ouverte

C'est la logique d'innovation ouverte : des entreprises d'un même secteur ou venant de secteurs différents se regroupent pour mutualiser leurs connaissances des marchés, des techniques, des métiers et imaginer ensemble des offres nouvelles, y compris d'hébergement. On voit ainsi émerger des actions collectives rassemblant professionnels de l'hébergement touristique et designers, associés à quelques industriels pour développer de nouveaux "modules" habitables. Mais dans le monde du tourisme, l'alchimie est souvent un peu plus complexe. Le tourisme est étroitement lié à son lieu d'exercice. Le trio Entreprise-Territoire-Client est indissociable. Un projet limité à Entreprise+Client risque de se voir rejeté par le Territoire. De la même manière, "coincé" dans une logique binaire Territoire-Client, il a de fortes chances de devenir très vite un gouffre pour les finances publiques. Et enfin, si la discussion se limite à une collaboration Entreprise-Territoire, il y a gros à parier que le client aura changé d'avis lorsque le projet émergera.

En fait l'un des enjeux est de faire fonctionner ce ménage à trois, et de le faire dans un environnement (territoire, professionnels) qui soit réceptif à l'émergence d'idées neuves.

Travailler à 3 : territoire, client et entreprise

La co-conception avec le territoire est une notion qui a été bien comprise par un opérateur comme le Club Med. Le groupe a implanté en Savoie, à Valmorel, son village vacances de nouvelle génération après plus de 10 années de travail sur le terrain. En somme, c'est l'arrivée de l'entreprise privée qui renouvelle l'offre de la station et change la donne touristique de tout un territoire. On retrouve un peu la même singularité dans la petite station de moyenne montagne de Saint-Pierre de Chartreuse, qui a su accueillir dans son village un fabricant de matériel de trail (courses à pied de longue durée), Raidlight, et profiter de la dynamique de cette jeune entreprise pour changer son positionnement de station d'hiver - en difficulté du fait de l'absence de neige- vers celui de station de trail... avec un effet d'entraînement sur les hébergements qui ne manquera pas de se produire. Raidlight ne vient pas du monde du tourisme, pourtant ce sont ses attentes et les besoins de ses clients qui font l'innovation sur ce territoire. Les clients du Club Med, et les modes d'exploitation de ce groupe ne sont pas les basiques de la clientèle de la station savoyarde, pourtant, ce sont eux qui feront bouger les lignes.

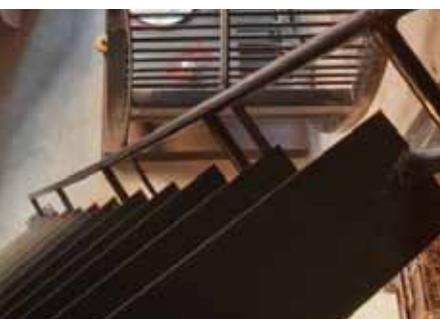
"Les attitudes les plus propices aux développements d'offres innovantes sont totalement paradoxales."

Le deuxième terme du trio, le client, est une source d'innovation inépuisable... y compris et surtout dans ses demandes les plus paradoxales en apparence.

Plutôt que de subir cette versatilité, pourquoi ne pas l'intégrer dans une offre d'hébergement et en faire une source d'innovation ? Bien sûr, la co-conception d'un hébergement avec ses clients n'est pas chose facile à imaginer, mais puisque l'entrée retenue est celle de l'innovation et pas des études de marché, on peut jouer sur les ressorts qui structurent aujourd'hui bien des offres innovantes.

En fait les attitudes les plus propices aux développements d'offres innovantes sont totalement paradoxales : un groupe peut être constitué de clients qui veulent à la fois être seuls ET ensemble... dans un même séjour, sur un même lieu. Des clients peuvent rechercher à la fois des prestations de luxe et attendre une offre low cost sur d'autres domaines... et pourtant ce sont les mêmes clients... Cette litanie des paradoxes, bien analysée, est en fait un vivier extraordinaire de développement de propositions innovantes. L'écolodge (voir encadré) qui permettra de dormir dans un site totalement préservé sans pour autant détériorer l'environnement naturel est une belle illustration de cette innovation par les paradoxes. L'enjeu pour l'hébergeur comme pour tout le reste de la filière touristique, est de savoir gérer ces paradoxes. Il faut être capable de proposer "tout et son contraire" en combinant de manière légère des offres d'intervenants différents... avec une fois encore un client qui ne recherche plus forcément le "tout compris" bien organisé, au budget serré, mais le "Tout est possible" en fonction de ses envies, de ses besoins.





Un coin chez soi: très sérieuse innovation et buzz déjanté (Bretagne - France)

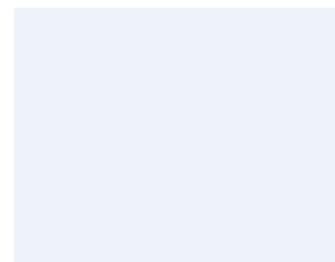
Thématiques décalées, sens du buzz et modèle économique innovant: c'est la recette d'Un coin chez soi, une structure légère qui prouve que l'innovation n'a rien à voir avec la taille.

Sa "Villa hamster", avec roue, graines et litière, a fait la une de journaux partout dans le monde, et pourtant, Yann Falquerho, créateur d'Un coin chez soi en sourirait presque aujourd'hui. "Nous avons créé Un coin chez soi au moment où les gîtes urbains devenaient à la mode en alliant tourisme et déco, raconte le designer. Pour sortir du lot, il nous fallait quelque chose de segmentant et d'identifiable. Nous avons donc choisi l'idée d'appartements thématiques qui nous serviraient aussi à communiquer. De ce point de vue, la villa hamster, a été un formidable propulseur...". Aménagé en 2009 avec les moyens du bord dans un ancien atelier désaffecté du Nantes populaire, ce premier hébergement figure le prototype du concept Un coin chez soi: "la location de maisons et appartements privés, sans obligation de durée minimum de séjour avec des services sur mesure, dans un cadre au décor très soigné sur des thèmes étonnants." Aujourd'hui, ce sont 17 hébergements, entre Nantes, la Bretagne et Marseille, entre La cabane du capitaine Némo et Jeux & gourmandises que gèrent les deux associés de la SARL. "De plus en plus, l'innovation en matière d'hébergement se trouve dans les services associés, en restant constamment à l'écoute des clients prédit Yann Falquerho. Ceux qui se lancent dans les concepts insolites restent trop centrés sur leur produit."



Le troisième terme du triptyque, l'entreprise, n'en est pas le moindre. C'est dans son mode de gestion même, son modèle économique, que doit se trouver l'innovation. Et ce modèle économique repose souvent sur un croisement de statuts, une convergence d'intérêts. Alors que les professionnels continuent à se bloquer sur la défense de leur spécificité: hôtels versus chambres d'hôtes, professionnels réunis versus les pratiques émergentes de couch surfing ou les locations saisonnières, le client lui, peut apprécier la diversité: avoir envie de coucher sur le canapé d'un inconnu un soir et aller en hôtel de luxe le lendemain pour passer peut-être ensuite quelques jours dans un camping insolite ou non. Les hébergements deviennent des jalons dans l'expérience d'un voyage et la capacité des professionnels à travailler ensemble pour proposer des offres satisfaisantes pour un client "paradoxal" et une "ressource" pour tous est la clé de la réussite. Un peu partout, le nombre d'hôtels, de chambres d'hôtes ou de villages vacances vieillissants est considérable. Si le virage n'est pas pris, de penser, de gérer et d'organiser différemment la question de l'hébergement, ce sont des territoires entiers qui se verront disqualifiés aussi bien pour

le tourisme de loisirs que pour le tourisme d'affaires. En face de ce risque, important, le monde du tourisme a une chance: en matière d'innovation, les profils de clients étant très divers (et versatiles), l'heure est à la cohabitation des offres innovantes et non à l'arrivée d'offres destructrices.



“En matière touristique, l’innovation passe certainement par le pari de devenir “territoire innovant”... et l’innovation dans l’hébergement viendra avec ce mouvement.”

Les hébergements “insolites” ont leur place et leur rôle, comme les hébergements standardisés et optimisés... Mais ils ne feront pas le renouveau du tourisme sur un territoire. On parle aujourd’hui d’entreprises innovantes, aussi bien par leur mode de management que par leur capacité à être en relation avec leurs clients ou leurs partenaires. En matière touristique, l’innovation passe certainement par le pari de devenir “territoire innovant”... et l’innovation dans l’hébergement viendra avec ce mouvement.



© Huttopia - R. Etienne

Auberges St Christopher : coup de jeune sur les auberges de jeunesse (Paris et Londres)

Comment, en intégrant les demandes du territoire et d’une clientèle jeune, le groupe Beds & bars renouvelle tout un quartier parisien.

Spécialiste des auberges de jeunesse branchées dans les villes les plus vibrantes d’Europe (Saint Christopher’s Londres, Amsterdam, Berlin, Prague...) le groupe Beds & bars a réussi son implantation à Paris en devenant un acteur non seulement du tourisme, mais aussi de la vie locale, culturelle et festive. L’auberge Saint Christopher, ouverte en 2008, a fait revenir les touristes dans le populaire 19^{ème} arrondissement. Le client “jeune” n’y est plus négligé ni rejeté, il est la cible. Dans un hébergement simple mais de bon niveau, le jeune visiteur étranger venu découvrir et faire la fête est “chez lui”. Deux principes d’exploitation sont mis en avant : la mixité d’usage (un bar et une salle de concert ouverts à la population ET aux clients de l’auberge) et la relation

au territoire (location de très longue durée pour le terrain dont la mairie reste propriétaire et création d’événements tout au long de l’année). Si bien que le groupe est bientôt sollicité par la mairie pour un projet mêlant loisirs et culture sur le site voisin de la Rotonde de La Villette, monument historique signé de l’architecte Nicolas Ledoux, désaffecté et squatté. Beds & bars y a ouvert en 2010 une brasserie-centre de réunions, également axée sur la vie artistique et culturelle du quartier. Enfin dans l’arrondissement voisin, près de la Gare du Nord, le groupe travaille actuellement à la transformation intégrale d’un immeuble de bureaux en auberge de jeunesse de 600 lits. Dans le même esprit d’ancrage sur un territoire, les auberges St Christopher’s sont aujourd’hui en train de co-développer avec des opérateurs touristiques (bateaux mouche notamment) des offres proposées aux clients de l’auberge et aux habitants.



Huttopia innove en partenariat (France et Québec)

Après avoir soufflé un vent de renouveau sur le camping, Huttopia continue d'innover, en multipliant les partenariats.

En combinant "hutte" et "utopie", dans ce qui allait bientôt devenir Huttopia, Céline et Philippe Bossanne avaient rêvé de renouer avec les fondamentaux du camping : nature, espace, simplicité, mais en les combinant avec une exigence de confort, services et équipements de qualité. "Le réseau de campings Huttopia est situé sur des sites calmes, de petite capacité, avec des hébergements de plusieurs types : emplacements tentes, bungalows, roulottes, cabanes... De la toile de tente au design des hébergements, le groupe maîtrise toute la chaîne de production. Les habitations en bois et en toile sont conçues et fabriquées par Huttopia", raconte Philippe Bossanne, qui a d'abord cherché à séduire une clientèle sensible au respect de l'environnement et qui voulait "jouer au campeur" sans sacrifier son confort. Une douzaine d'années plus tard, Huttopia SA exploite 6 sites en France et 14 au Canada sous les marques Huttopia et Indigo. Aujourd'hui, c'est en matière de partenariat que se situe l'innovation : avec le fabricant d'articles de sport Lafuma, l'Office National des Forêts (ONF) ou la Sepaq (Parcs nationaux québécois.) Dans le prolongement de partenariat avec l'ONF, la SAS ONF-Huttopia a vu le jour et travaille sur "un projet pilote près de Périgueux en Dordogne.... L'idée est de réaliser un premier camp forestier d'une quinzaine d'hectares qui pourrait voir le jour en 2013", indique le dirigeant. Quatre autres sites sont en cours de réalisation.



Jean MOCHON

Jean Mochon a créé en 2005, un cabinet de conseil en stratégie : La belle idée, spécialisé dans les démarches et projets innovants. Depuis cette date l'équipe de La belle idée accompagne des entreprises, des territoires, des régions dans l'intégration des principes d'innovation dans leurs stratégies et dans l'émergence de projets et concepts. Dans le domaine du tourisme, après avoir co-conçu avec la mission d'ingénierie touristique de Rhône Alpes Tourisme les 2 premiers forums jamais réalisés sur les enjeux innovation/tourisme, La belle idée a travaillé sur des politiques d'innovation mobilisant l'ensemble des salariés dans un domaine skiable, sur l'émergence du concept de tourisme métropolitain (avec la Région Urbaine de Lyon). Elle a pour la première fois appliqué une démarche d'open innovation à l'émergence de projets touristiques innovants en mobilisant 92 entreprises et acteurs de tous secteurs pour la branche Tourisme de l'Agence des pays de Loire. Jean Mochon développe également un cycle de formation innovation tourisme. Et La belle idée applique ses principes de stratégie d'innovation à différents enjeux de développement allant de programmes de recherche scientifique à la reconversion de régions industrielles ou d'activités industrielles à faible valeur ajoutée.

La belle idée est née de la convergence de deux compétences ; d'une part un savoir-faire professionnel en information économique et technique et en veille issu de 20 ans de direction d'un hebdomadaire d'informations économiques d'autre part la capacité à travailler sur des méthodes et des organisations innovantes issue de la création avec Fanny Etter d'un concept de forums singulier : Comment naissent les idées®.



© Huttopia - R. Etienne



Eco lodge : innover en renouant avec les fondamentaux du tourisme (Haut Jura français)

Afin de proposer des prestations de luxe sur une destination absente de ce segment de marché, Eco lodge EB mise sur l'originalité et le retour aux fondamentaux du tourisme.

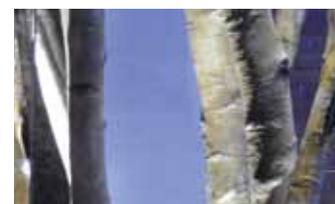
Proposer la prestation luxueuse d'un eco lodge, ces hébergements atypiques situés sur des réserves naturelles de pays tropicaux, dans un cadre aussi peu exotique que les environs du village de La Pesse, dans le Haut-Jura, c'est le pari d'Eric Barone, sportif de haut niveau reconverti dans l'hôtellerie. "L'idée est de proposer un dépaysement sans avoir à parcourir de grandes distances, renouer nos liens avec l'environnement au cœur du Parc régional du Haut Jura,

dans une zone protégée classée Natura 2000, à 1200 mètres d'altitude", explique Eric Barone. Capacité limitée (44 personnes; restaurant de 60 couverts), hébergements originaux (lodges perchés, semi-enterrés...), espaces de découverte collectifs (spa, cercle de sable zen, jacuzzi et piscines "naturels", cercle de feu...) constituent la formule d'un lieu singulier. Tout en reconnaissant le caractère innovant de l'eco lodge EB, des étudiants de l'école hôtelière de Lausanne, en Suisse, dans le cadre d'un Projet étudiant entreprises ont porté l'attention d'Eric Barone sur plusieurs points qui, d'après eux, font réellement la différence sur ce segment de marché de l'hébergement de luxe et se doivent d'être approfondis : "l'ambiance environnante, la décoration" qui doivent "appeler au calme et à la sérénité"; "La qualité du service et de l'accueil" : autant d'éléments qui distinguent un établissement de luxe d'un hôtel quelconque. "L'identité et la qualité de l'ecospa" et l'accès à un "panel diversifié d'activités." L'attention à ces éléments permettra de valoriser l'originalité du concept sur un territoire d'ordinaire peu associé à l'idée de villégiature de luxe. Au final, ce sont les fondamentaux du tourisme qui rendent le concept vraiment innovant.

Nouvelles **tendances,**
nouveaux **concepts,...**
l'hôtellerie
se réinvente

... et les normes de classement ?





Nouvelles tendances, nouveaux concepts,... l'hôtellerie se réinvente ... et les normes de classement ?

Le secteur de l'hôtellerie bénéficie, depuis quelques années, d'un dynamisme international caractérisé par une profusion de nouvelles tendances, de nouveaux concepts et une multiplication de services et des activités qui ne semble pas s'essouffler.

Il faut dire, qu'initié par les hôtels de luxe, il est porté et renforcé par la volonté de satisfaire un client de plus en plus exigeant, réclamant certains principes de base auquel tout hôtelier semble devoir se plier pour le séduire et ainsi, rester concurrentiel.

Une expérience innovante, de qualité, High Tech, personnalisée ou mieux exclusive qui procure une émotion particulière tout en respectant l'environnement ... Voilà ce à quoi les hôteliers devraient répondre aujourd'hui. Ces notions abstraites et éminemment subjectives sont ainsi posées en jalons incontournables pour un hôtel qui souhaite montrer son unicité dans un milieu où chacun tente de se démarquer de la concurrence.

Toutes ces notions se traduisent par un mélange éclectique d'équipements, de services, d'activités devant se réinventer sans cesse. Et bien que l'offre hôtelière traditionnelle occupe toujours une place importante dans l'industrie, elle ne répond plus aussi efficacement aux besoins de la clientèle. Celle-ci entre

en concurrence avec d'autres établissements qui proposent une infinité de nouvelles propositions à un rythme plus que soutenu.

Ainsi, il est aisé de remarquer qu'un produit novateur il y a quelques années est aujourd'hui devenu une composante nécessaire de l'offre. Le SPA, par exemple, n'a plus intrinsèquement cette vertu de produit d'appel. Il doit être qualifié, coloré par un concept et une ambiance particulière pour maintenir ce statut.

Des niches de marchés spécifiques sont exploitées par certains hôtels : garantie hypo allergène, chambres anti-ronflements, trousse et programmes pour tenir son cerveau en alerte, cours de yoga, maquillage, équipements et peignoirs spécifiques aux enfants, performances et équipements musicaux, services pour les animaux de compagnie et bien plus encore. Une seule priorité : faire plaisir aux clientèles visées de ces niches ; femmes, enfants, seniors, clientèle d'affaires,...

La technologie a également pris place dans toutes les composantes du milieu hôtelier et les clients en demandent toujours davantage : télévision HD multifonction à écran plat, Internet sans fil, ordinateurs libre-service, cadre numérique, station pour iPod, iPad, téléphonie IP, consoles de jeu, lecteurs

DVD, outils associés à la technologie mobile en plus de la télécommande pour contrôler les équipements électroniques, la température, l'éclairage et les rideaux. La technologie avancée en matière de vidéoconférence (téléprésence) fait vivre une expérience virtuelle à la clientèle d'affaires.

Le mobilier hôtelier n'est pas en reste. On observe un réel bouleversement dans les décors afin de séduire une clientèle plus jeune. On ne compte plus les associations entre les grands noms du design ou de la haute couture qui se prête au jeu de relooking hôtelier ou de l'association entre les hôtels et certaines marques commerciales.

Si tous ces éléments ont une réelle importance dans le choix des clients, ne devraient-ils pas également avoir leur place dans le classement officiel ? Comment les transposer en critères officiels ? Est-ce bien pertinent ?

La rigueur et l'objectivité des systèmes de classification devraient-elles désormais composer avec la diversité du produit, des concepts abstraits et la subjectivité de la clientèle? D'autant plus que cette même clientèle ne se prive pas de commenter. Le client critique, conteste, cote lui-même l'ensemble des prestations et des infrastructures hôtelières en fonction de ses attentes, de son ressenti. En parallèle, des sites de réservation ou les agences de voyage établissent leur propre système de classification, les établissements s'auto évaluent et pour couronner le tout, le bouche à oreille virtuel entre dans la mêlée.

Dans un tel contexte, le système classique des étoiles réussira-t-il à maintenir sa cote auprès des voyageurs?

Bien entendu!

En dépit de la variété des formules d'hébergement touristique, des équipements ou infrastructures connexes au métier de base de l'hôtelier, il existe des critères de classification qui ne peuvent varier d'une formule à l'autre. Ainsi en va-t-il, par exemple, du nombre d'appareils sanitaires, de l'état des lieux, des équipements disponibles et ce, quelle que soit leur apparence,... le classement officiel offre un indice fiable du niveau de confort et de service offert par un établissement, et ce, peu importe sa taille, son architecte, son designer,... Car sans prétendre être parfaits, les systèmes de classements officiels restent encore une source fiable d'évaluation du confort.

“Sans prétendre être parfaits, les systèmes de classements officiels restent encore une source fiable d'évaluation du confort.”

La classification est nécessaire pour servir de garde-fou dans le secteur de l'hébergement. Elle permet, parmi ce foisonnement de nouvelles tendances, de garantir une analyse objective de l'établissement.

Elle doit sans doute être pensée différemment, être davantage flexible dans sa capacité à suivre l'évolution constante du milieu hôtelier. Mais elle doit surtout être réfléchie ENSEMBLE. C'est ainsi que le programme de classification Star Union International adopté récemment par douze grands pays européens a été construit. Cette volonté d'uniformisation constitue certainement un autre argument plaçant en faveur de la fiabilité des systèmes officiels.

Bien que d'une utilité incontestable, les programmes de classification officiels, de façon générale, n'évaluent pas la prestation du service. Ceux-ci sont donc complémentaires à d'autres sources d'information. Les commentaires des consommateurs, tout comme les programmes qualité et les certifications écologiques ou autres, ont un rôle important à jouer quand vient le temps de choisir un établissement. Le Commissariat général au Tourisme allie donc une double réflexion quant aux hébergements: une évolution du classement officiel par une possible participation à un système international et la mise en œuvre d'une démarche qualité "Wallonie, Destination qualité", outil, lui aussi international, qui permet à chaque établissement de construire et de promouvoir la qualité de son service au client.



HOTELSTARS.EU

Les systèmes d'évaluation des hôtels en Europe ou dans le monde sont pour l'heure encore très différents. Dans certains pays la classification est obligatoire, dans d'autres elle est facultative, et dans certains Etats les standards de classification ne sont pas uniformisés au niveau national, mais ils varient d'une région à l'autre. Une véritable comparaison de l'évaluation de l'offre sur la base d'une classification hôtelière officielle n'est (n'était) possible que dans une mesure limitée pour l'hôte.

Si récemment encore, la vision d'étoiles brillant uniformément au firmament européen n'était qu'un objectif lointain, c'est devenu une réalité le 14 décembre 2009. Ce jour-là, une première pierre importante a été posée sur la voie de l'uniformisation des critères d'attribution des étoiles hôtelières en Europe: les associations hôtelières d'Allemagne, des Pays-Bas, d'Autriche, de la Suède, de la Suisse, de la Tchéquie et de la Hongrie ont créé l'Hotelstars Union placés sous l'égide de l'HOTREC

- l'association faitière européenne pour les hôtels, restaurants et cafés. En 2011, les sept membres fondateurs accueillent quatre nouveaux venus dans la famille des étoiles: l'Estonie, la Lettonie, la Lituanie et le Luxembourg. Ces pays garantissent ainsi une transparence accrue à leurs hôtes et des informations fiables.

Cette coopération exemplaire est favorisée par une confiance de longue date, une philosophie de marketing commune et des marchés hôteliers de classe moyenne aux structures analogues. Hotelstars Union est formellement ouverte à d'autres pays en Europe.

Les 21 principes de l'HOTREC visant à développer les systèmes de classification des hôtels, principes déclarés obligatoires par tous les membres, constituent le fondement de l'accord. Au travers de ces 21 principes, les pays se sont mis d'accord sur les fondamentaux de la classification des hôtels: cinq catégories, attribution d'étoiles uniquement après contrôle de l'hôtel, respect des dispositions juridiques, propreté et bon état général, etc.

Le développement des critères et une harmonisation encore plus poussée permettront d'exploiter des synergies, de créer des incitations à accroître la qualité et à promouvoir la commercialisation des offres. L'hôte peut de plus en plus s'appuyer sur un modèle qui s'applique au-delà des frontières.

“Le développement des critères et une harmonisation encore plus poussée permettront d'exploiter des synergies, de créer des incitations à accroître la qualité et à promouvoir la commercialisation des offres.”

Le portail d'information d'Hotelstars Union sous www.hotelstars.eu, commun à tous les membres, est d'ores et déjà accessible en huit langues (allemand, anglais, espagnol, estonien, français, italien, suédois, tchèque). En 2011 un test de classification a été mis en ligne sur le site en allemand et en anglais. Hotelstars Union offre ainsi aux hôteliers intéressés un moyen gratuit et sans engagement de se soumettre à un test pour voir le nombre d'étoiles que l'établissement obtiendrait en cas de classification.



Remise pour la première fois de la nouvelle plaquette allemande au design de l'Hotelstars Union¹ [source: www.hotelstern.de]



MARKUS LUTHE

Economiste diplômé, est depuis 2005 directeur général de l'IHA, l'Association allemande des hôtels.

Parallèlement à ses tâches de lobbying et de réseautage, il assume la responsabilité des domaines Qualité, Marketing et Distribution au sein de l'association de la branche hôtelière en Allemagne. Depuis l'introduction de la classification allemande des hôtels en 1996, il est aussi responsable, entre autres, des étoiles hôtelières pour l'Association allemande des hôteliers et restaurateurs, la DEHOGA, et également d'Hotelstars Union depuis la fondation de cette dernière en 2009. En 2010, Markus Luthe a été élu membre du Comité exécutif de l'HOTREC - Hospitalité Europe, et il est également président du groupe de travail Distribution de l'HOTREC depuis 2012.



Réunion des membres d'Hotelstars Union le 8 décembre 2011 à Riga² [source: www.hotelstars.eu]

Toutes les informations et tous les catalogues de critères sont disponibles sur le site d'Hotelstars Union www.hotelstars.eu, y compris les liens vers les associations nationales. Un aperçu de tous les systèmes de classification en Europe peut être affiché sur le site de l'HOTREC www.hotelstars.org.

1 De gauche à droite: Michael Mücke (Directeur général d'ibis, all seasons/ibis Styles, Etap/ibis budget, Formule 1 et directeur d'Accor Hospitality Germany GmbH), Markus Luthe (Directeur général de l'Association hôtelière allemande (IHA)).

2 "Photo de famille" d'Hotelstars Union. De gauche à droite: Santa Ruja (Lettonie), Eglė Dilkienė (Lituanie), Sigre Luts (Estonie), Lizzie Herzog (Allemagne), Klára Zachariášová (Tchéquie), Katrin Muhr (Autriche), Attila Lukács (Hongrie), Rikard Bergsten (Suède), Thomas Allemann (Suisse), Klaus Ennemoser (Autriche), Marija Markova (Lituanie), Dániel Makay (HOTREC), Václav Stárek (Tchéquie), Markus Luthe (Allemagne), Matthias Koch (Autriche), Edvins Buka (Lettonie).

Global Solar

Hotel





Global Solar Hotel

Global Solar Hotel Network - une solution modeste pour un "grand nettoyage vert" dans le domaine du marketing hôtelier "écologique"?

"Global Solar Hotel Network" est une initiative privée, lancée par Julianna Priskin pour répondre de façon spécifique au problème des établissements dirigés de façon écologique sous l'angle du seul critère de la gestion de l'énergie. Cette initiative avait pour objectif, à sa création en août 2011, de regrouper tous les hébergements dans le monde qui fonctionnaient à l'énergie solaire. Les hôtels qui utilisaient l'énergie solaire pour la production d'eau chaude pouvaient également intégrer le réseau. Aujourd'hui, "Global Solar Hotel Network" est entièrement géré en ligne en tant que réseau à but non lucratif et non commercial à l'adresse : www.solar-hotels.com

Le problème actuel du marketing du tourisme durable

Alors que l'industrie du tourisme se transforme peu à peu sous l'effet des principes de durabilité, une minorité d'entreprises seulement propose des produits socialement ou écologiquement responsables aux clients. Le problème est que ces hôtels dirigés

de façon "responsable" ne communiquent pas, ou mal, sur les raisons pour lesquelles ils agissent de façon effectivement durable. Comme le montrent de nombreuses études de marché menées dans le secteur, le marché du tourisme international est cependant effectivement intéressé par les produits gérés de façon durable. Une étude scientifique récente, menée à l'échelle mondiale par l'"Institut du Tourisme de l'Université des Sciences Appliquées et des Arts de Lucerne", estime qu'environ 22% du marché touristique achète en réalité déjà des produits touristiques durables. Même "Tripadvisor" rapportait cette année que 71% de ses voyageurs pourraient faire des choix plus respectueux de l'environnement dans les 12 mois.

"Les hôtels dirigés de façon "responsable" ne communiquent pas, ou mal, sur les raisons pour lesquelles ils agissent de façon effectivement durable."



Durabilité dans le secteur des hébergements

Le secteur des hébergements est probablement le plus dynamique de la vaste industrie touristique en matière de durabilité, si l'on en juge par le nombre et la variété des initiatives et actions entreprises. En termes de gestion environnementale, beaucoup d'hôtels sont parvenus à réduire leur utilisation d'eau et d'énergie et leur quantité de déchets, et contribuent activement à la protection de la biodiversité en partenariat avec diverses organisations non gouvernementales. Quelques hôtels, en ce y compris quelques chaînes, ont systématisé l'installation d'appareils économiseurs d'énergie (ampoules économiques, systèmes de surveillance automatisés,...). Une toute petite minorité d'hôtels sont également passés aux sources d'énergies renouvelables ; énergie solaire, éolienne, géothermique ou biomasse. Beaucoup d'entreprises en hébergement sont certifiées par différentes organisations nationales et internationales actives dans le domaine du durable, ou plus précisément dans le management environnemental. Parmi les labels les plus connus, citons "Clé Verte", "la fleur européenne", "Green Globe" ou tous les standards ISO.

"Le secteur des hébergements est probablement le plus dynamique de la vaste industrie touristique en matière de durabilité."

La complexité du management "durable" est un réel problème pour le voyageur

La prolifération d'initiatives diverses, certificats ou labels "durable" dans le secteur du tourisme ne simplifie pas la tâche du consommateur lambda qui cherche à réserver un hôtel dit "responsable". Les informations disponibles sur le net quant aux raisons pour lesquelles la gestion d'un établissement est ou non "durable" ne sont pas claires. Bien qu'il y ait des centaines de labels de qualité et de durabilité utilisés dans le monde, aucun hôtel ou site internet ne mentionne de façon concrète les raisons pour lesquelles il peut être qualifié comme tel. La réalité est que coexistent sur le marché hôtelier mondial des établissements véritablement "durables" et ceux qui font de l'écoblanchiment (NDLR: procédé marketing utilisé par une organisation dans le but de se donner une image écologique responsable).

Pour aider le voyageur à trouver les hôtels authentiquement écologiques

"Global Solar Hotel Network" a été créé pour aider les voyageurs soucieux de ces aspects écologiques à trouver les hébergements clairement engagés dans une démarche spécifique à l'amélioration de leur gestion de l'énergie. Le second objectif de www.solar-hotel.com est de favoriser la consommation de produits touristiques durables. Bien que cet aspect de gestion de l'énergie ne soit qu'un des critères parmi la multitude des possibles en terme de développement soutenable, ce critère énergétique est sans doute un des plus importants pour le secteur de l'hôtellerie, plus particulièrement en ce qui concerne les gaz à effet de serre.

"Les informations disponibles sur le net quant aux raisons pour lesquelles la gestion d'un établissement est ou non "durable" ne sont pas claires."



Pour être dans la liste de ce réseau, un établissement doit rencontrer au moins un des critères suivants :

1. Avoir un système d'eau chaude à énergie solaire installé et/ou
2. Avoir un générateur de courant continu par panneaux solaires photovoltaïques installé et/ou
3. Utiliser des technologies de ventilation, de chauffage ou de refroidissement solaires.

Il ne doit donc pas être géré à 100% à l'énergie solaire, il peut ne l'être que partiellement.

Il y a aujourd'hui 30 établissements dans cette liste, provenant de 25 pays différents, classés par continent. Beaucoup d'entre eux sont de petits établissements luxueux, dont la renommée vient aussi de leur engagement écologique. Pour chaque hôtel de la liste sont spécifiés sa localisation, son utilisation spécifique de l'énergie solaire et toute autre information sur d'éventuels prix obtenus ou labels utilisés, ainsi qu'un lien direct vers le site Internet de l'établissement.

“Les experts estiment que le secteur de l'hébergement génère 21% des gaz à effet de serre. Si l'industrie du tourisme veut réellement réduire ces émissions, le passage aux énergies renouvelables est fondamental.”

Où sont situés les hôtels à énergie solaire ?

On trouve des établissements à énergie solaire partout.

Bien qu'il y ait des milliers d'hôtels dans le monde, peu d'entre eux fonctionnent en utilisant des énergies renouvelables, en particulier solaire. On ne connaît d'ailleurs pas le nombre exact d'établissements qui utilisent cette énergie, touristiques ou non. Des incitants publics à l'utilisation des technologies solaires existent dans de nombreux pays.

C'est probablement l'Europe qui a la plus grande gamme d'hôtels qui utilisent le photovoltaïque alors qu'en Australie et en Asie, on rencontre plutôt des systèmes de production d'eau chaude à énergie solaire. 10% du secteur de l'hébergement autrichien utiliserait

l'énergie solaire et 70 établissements, de tous types et de toutes tailles, sont recensés par l'Association solaire suisse. Le gouvernement chinois investit actuellement massivement dans les projets de renouvellement d'énergie et les initiatives de constructions vertes.

Une expansion des hôtels à énergie solaire est attendue

Globalement, les experts estiment que le secteur de l'hébergement génère 21% des gaz à effet de serre. Si l'industrie du tourisme veut réellement réduire ces émissions, le passage aux énergies renouvelables est fondamental. Dans la plupart des pays, le soleil est une source d'énergie alternative suffisante pour faire fonctionner tout un hôtel et au minimum, il peut être une source d'énergie complémentaire aux autres sources d'énergies renouvelables disponibles. Le coût de l'énergie va augmenter dans la plupart des pays dans les années qui viennent. La facture énergétique d'un hôtel étant substantielle [5% minimum des coûts de gestion totaux], il semble donc plus que sensé d'investir dans une gestion incluant les énergies durables. Cette attitude est d'ailleurs encouragée dans de nombreux pays, ainsi que par l'initiative de l'"Organisation Mondiale du Tourisme des Nations Unies", "Hotel Energy Solutions", qui aide les hôteliers à réduire leurs émissions carbonees.

Puisque les moteurs de recherche classiques ne permettent aux voyageurs de classer leur recherche que par prix, étoiles ou localisation, il reste à tous les micro-sites spécialisés comme "Global Solar Hotel Network" beaucoup d'espace pour mentionner les hôtels qui intéressent les voyageurs qui sont véritablement soucieux de l'impact de leur consommation d'énergie. Le réseau continue ainsi son expansion.



Julianna PRISKIN

Maître de Conférences à l'Institut de Tourisme de l'Université des Sciences Appliquées et des Arts de Lucerne en Suisse.

Elle a enseigné et fait des recherches sur les aspects pratiques du développement du tourisme durable au Canada et en Australie. "Global Solar Hotel Network" est une initiative privée pour la promotion des technologies solaires dans l'industrie du tourisme. Le potentiel de développement pour le secteur en termes de durabilité est grand. Le site web www.solar-hotels.com et le réseau sont des initiatives personnelles de Julianna Priskin pour aider le secteur touristique à devenir durable partout dans le monde. Pour plus d'informations, veuillez contacter julianna.priskin@solarhotels.com.

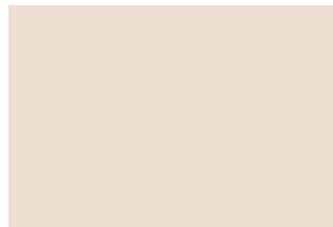


Démarches Qualité, les institutions et les exploitants s'unissent

pour un meilleur service au client



Démarches qualité, les institutions et les exploitants s'unissent pour un meilleur service au client



Un peu d'histoire

L'origine du boom actuel de la qualité est à rechercher aux Etats-Unis où, dans les années 50, des scientifiques (entre autres W.E. Deming ou J.M. Juran) ont commencé à s'occuper de manière approfondie de cette thématique. Précisons que la transposition pratique des nouveaux concepts qualité a tout d'abord été réalisée au Japon. Le succès de l'industrie japonaise dans les dernières décennies s'appuyait d'ailleurs en grande partie sur ce courant de pensée.

Ce n'est que dans les années 80 que le management de la qualité a pu s'imposer dans l'industrie américaine. L'obligation d'obtenir des résultats qui se manifestait à cette époque n'en étant pas la dernière des raisons.

Le management de la qualité s'est alors implanté et est maintenant pratiqué dans le monde entier. Des enquêtes ont démontré que les entreprises qui pratiquent un management de la qualité actif ont comparativement plus de succès que leurs concurrentes.

Qualité du service: qualité pour le touriste

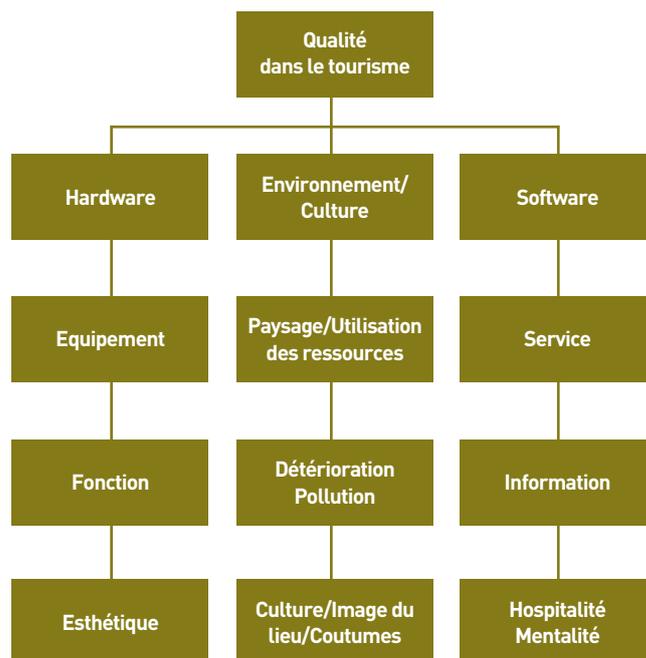
Ces dernières années, la notion de management de la qualité s'est beaucoup transformée.

Longtemps, c'est la qualité matérielle et technique des produits qui se trouvait au premier plan. Une importance de plus en plus grande été attribuée à des facteurs "sensibles" tels que la disposition au service, la compétence et la fiabilité.



Dans le tourisme, ces éléments immatériels influencent la qualité de manière déterminante. La plupart du temps, la prestation touristique fournie résulte du contact direct entre celui qui reçoit et son hôte. Ce n'est pas seulement la qualité du résultat qui joue un rôle important mais aussi la manière dont est accomplie l'opération. C'est ainsi, par exemple, qu'un touriste aura une mauvaise impression dans un restaurant si les plats ont un goût remarquable mais que le service laisse lui à désirer.

Ce sont les attentes des touristes qui, en fin de compte, se révèlent déterminantes pour la qualité. Les besoins des hôtes sont en perpétuelle mutation et il devient toujours plus difficile de tracer le contour de leurs tendances; celles-ci s'expriment davantage par des préférences diverses et conjointes. La représentation suivante donne un aperçu des éléments qui font la qualité dans le tourisme.



Source : sur la base de Felizitas Romais-Stracke : Service-Qualität im Tourismus, Munich 1995.



En Wallonie

Nous pouvons être fiers de la qualité des prestations touristiques offertes en Wallonie.

Dans un contexte de concurrence internationale croissante et les besoins des touristes changeant constamment, il est nécessaire que la qualité soit continuellement développée et assurée.

Il était essentiel que nous puissions mettre en œuvre à tous les niveaux, un outil simple et flexible qui nous engage dans un processus d'amélioration continue de notre service au touriste.

Un exemple qui a fait ses preuves

Sur base d'une étude scientifique argumentée, le Programme "Wallonie, Destination Qualité" a été choisi parmi plusieurs expériences lancées depuis suffisamment longtemps pour constater leur réussite.

Il est inspiré du Programme qualité du tourisme suisse, développé en collaboration avec les principales organisations initiatrices et conçu spécialement pour les besoins des prestataires du tourisme. Celui-ci a inoculé "le virus de la qualité", au cours des quinze dernières années, dans le secteur touristique suisse et ce, avec succès.

Respecté par beaucoup, le Programme qualité du tourisme suisse a obtenu en 2007 la reconnaissance du European Hospitality Quality System (EHQ), le modèle de référence européen pour les initiatives nationales ou régionales qui vise à développer et à assurer la qualité de l'offre des hôtels, des restaurants et des cafés.

Neuf Länder allemands, la Grèce, le Tyrol, le Grand Duché de Luxembourg et la Communauté germanophone ont déjà adopté le système suisse. C'est ainsi qu'à l'heure actuelle, plus de 13.000 personnes sont reconnues "Quality-Coach" et plus de 5.000 entreprises ont été certifiées.

Du point de vue des prestataires, le label qualité a mené à de grands succès en ce qui concerne la sensibilisation des employés à la qualité du service. Elle a ainsi contribué à améliorer le traitement des réclamations des clients et leur fidélisation ainsi qu'à augmenter l'efficacité des processus de travail.

Une amélioration continue pour tous

Avec ses trois niveaux, le programme s'adresse aux entreprises ou organismes indépendamment de leur taille, pour autant qu'ils veuillent améliorer leurs prestations de manière continue et à assurer ainsi leur succès à l'avenir.

Le niveau I se concentre sur le développement de la qualité et se consacre en particulier à la qualité du service. Il permet de mettre la qualité au cœur du travail de l'équipe et d'optimiser par des moyens simples les processus internes tout en éliminant les points faibles. Le niveau I constitue un point d'entrée optimal pour encourager la qualité dans l'entreprise ou l'organisme touristique. Pour obtenir le label de qualité niveau I, il faut surtout qu'une condition soit remplie : l'entreprise et son personnel doivent être prêts à s'investir pour la qualité et à défendre celle-ci en toute occasion.

Une fois atteint le label de qualité niveau I, le niveau II est accessible. Ce dernier porte en priorité sur la qualité de la gestion car sans le soutien systématique de la direction, il n'est pas possible de développer et d'assurer la qualité des prestations. Les informations traitées et les résultats de l'audit "client mystère" permettent en outre de prendre des décisions stratégiques bien fondées.

Le niveau III distingue, quant à lui, les entreprises de tourisme qui ont introduit avec succès un Système global de Management de la Qualité reconnu au niveau international.

L'objectif même de ce Programme "Wallonie, Destination Qualité" est de susciter la prise de conscience de la qualité du service chez les opérateurs touristiques, quelque soit leur secteur, de fidéliser et de motiver les employés ainsi que de percevoir le point de vue des clients et d'améliorer fortement la qualité des prestations de services.

Le Programme "Wallonie, Destination Qualité" ouvert à tous :

- Organismes touristiques : Maisons du Tourisme, Fédération touristiques, SI et OT ;
- Hébergements touristiques : hôtellerie, gîtes, chambres d'hôtes, campings touristiques, auberges de jeunesse, resorts ;
- Attractions touristiques ;
- Restaurant et Bistrot de terroir ;
- Musées, installations et manifestations culturelles et de loisir ;
- Agences de voyages ;
- Entreprises de transport touristique et public ;
- Boutiques "souvenirs", commerce, artisanat ;
- Associations professionnelles, instituts de formation et de consulting ;
- Autocars touristiques, taxis ;
-

Et ce, quelque soit la taille, le nombre d'employés, la structure, le système de gestion,...



Un Programme ancré dans une logique de "Destination"

Si le programme "Wallonie, Destination Qualité" est d'abord consacré aux prestataires touristiques "sectoriels", ceux-ci étant les principales parties prenantes de la création de prestations touristiques, les territoires et les personnes qui en ont la charge sont tout aussi importants.

En effet, le touriste demande tout un assortiment de prestations lors de son séjour liées à l'hébergement, l'attraction, ... qu'il visite. D'autres prestations ou sensations lors de son séjour sont toutes aussi importantes pour qu'il envisage la bonne ou très bonne qualité de son séjour en Wallonie. On peut citer, entre autres, la propreté et la sécurité des lieux aux alentours de son hébergement, la signalisation pour se rendre à l'attraction choisie, le fleurissement et la beauté des villes et villages traversés. On constate facilement que ces prestations ne sont pas toutes le fait des acteurs du tourisme mais davantage des Pouvoirs locaux.

C'est la raison pour laquelle le Commissariat général au Tourisme et le Centre d'Ingénierie Touristique de Wallonie ont lancé un programme de "plans qualité territoriaux" avec l'objectif d'optimiser l'ensemble de la chaîne de prestations sur une destination. Aujourd'hui, 25 communes ont déjà

finalisé leur "plan qualité" et la mise en œuvre va pouvoir être lancée.

La collaboration entre tous les acteurs d'une destination est très importante, la démarche "Wallonie, Destination Qualité", en plus d'être un outil aidant au management interne des entreprises, va également encourager la création de réseaux et d'échanges de bonnes pratiques entre les prestataires publics et privés d'une destination à l'échelle locale ou wallonne.

Qu'attendre d'un Programme qualité ?

En plus de la naissance de ces synergies, que peut-on attendre de la mise en œuvre d'un Programme qualité ?

L'introduction d'une gestion de la qualité est un calcul gagnant pour un prestataire touristique : elle lui apporte davantage de clients satisfaits, et donc un meilleur chiffre d'affaires et un plus grand succès à long terme.

Elle permet également de réduire fortement les coûts de la non-qualité : perfectionnisme inutile, recherche des problèmes, manque de communication, doublons... qui entraînent inévitablement des pertes de temps, d'énergie et donc d'argent.



© OPT - J.P. Remy

Néanmoins, les responsables du Tourisme qui s'en occupent de manière approfondie sont conscients que la qualité des prestations est difficilement mesurable et est influencée par de nombreux facteurs.

- Ce Programme fournit donc des outils concrets spécifiquement conçus pour les prestataires touristiques et axés sur leurs besoins propres. Il fonctionne dans les entreprises de toute taille, et en accroît à long terme la compétitivité ainsi que le succès opérationnel.
- Le Programme qualité aborde systématiquement la qualité du service du point de vue du client. Ainsi, les besoins et les souhaits du client prennent la place principale au quotidien - ce qui est la condition préalable au succès d'un accueil professionnel.
- Dès le départ, le Programme qualité associe les collaboratrices et les collaborateurs en les encourageant à prendre des initiatives ainsi qu'à travailler en équipe dans le sens du service à la clientèle. De cette manière, le Programme qualité contribue à la motivation du personnel qui s'identifie encore davantage à l'entreprise.
- Enfin, le label de qualité est à la disposition des prestataires touristiques en tant qu'instrument de marketing qui apporte des avantages compétitifs. Mais son effet extérieur n'est qu'une retombée positive secondaire: le client doit ressentir et vivre l'idée de service et la qualité dans l'entreprise et non pas la percevoir avant tout comme une enseigne accrochée à l'entrée de l'établissement.

Ces avancées concrètes pour les entreprises et organismes touristiques vont bien entendu permettre au secteur du tourisme wallon de se projeter dans une dimension européenne, d'inscrire les prestations et prestataires wallons dans des standards internationaux et d'augmenter ainsi la crédibilité auprès des touristes et des prescripteurs de destination. Le but ultime est de renforcer la compétitivité de la Wallonie et d'en faire une "terre d'excellence".

"Wallonie, Destination Qualité", un beau lancement

Des opérateurs touristiques de tous les secteurs ont déjà enclenché le mouvement. Ils ont choisi dans leur entreprise, leur organisme, une personne responsable du Programme qualité. Celle-ci est devenue "Quality-Coach" lors d'une formation d'un jour et demi ces 15 et 16 octobre derniers.

Durant cette formation, ils ont été initiés aux quatre instruments, outils de base pour la mise en œuvre de la démarche qualité tourisme. Ils travaillent actuellement en équipe au sein de leur entreprise ou organisme en vue d'implémenter une gestion de la qualité et d'obtenir le label "Wallonie, Destination Qualité".

La participation des Fonds européens dans la construction du Programme qualité wallon, permet à la Wallonie d'innover et ainsi de permettre aux opérateurs touristiques de bénéficier d'un accompagnement lors de leur rédaction de plan qualité.



Les 4 instruments validés par l'entreprise vont ensuite être analysés par un organe de vérification indépendant, lequel proposera ensuite l'attribution du label par le Commissariat général au Tourisme.



Le Programme "Wallonie, Destination Qualité" vous garantit:

- d'adhérer sur base volontaire;
- d'être responsable de votre démarche interne;
- d'établir vos propres critères;
- de pouvoir, seuls, solutionner tout manquement;
- de bénéficier de l'accompagnement de la Wallonie;
- de bénéficier de la promotion wallonne;
- de ne pas entrer dans un système de labellisation ou de classification au système réglementaire.

Les premiers labellisés seront donc connus au printemps 2013!

Il reste encore quelques places à ces formations, alors n'hésitez pas!

Car si les formations de novembre et décembre sont déjà complètes, de nouvelles dates sont prévues en février et mars.

Force est de constater que les prestataires inscrits ont été très rapidement convaincus du bien fondé du Programme. Parmi les prochains Quality-Coach qui vont être formés, on compte donc: des organismes touristiques de tous types, un commerce d'une ville touristique, des hébergements de tous types et toutes tailles, des attractions, des musées, des Pouvoirs locaux,...

Le contenu de ces formations est axé sur le concret de la gestion d'une entreprise ou d'un organisme touristique. Peu de théorie mais des échanges d'expériences, de bonnes pratiques et l'ébauche de la construction des outils ensemble.

En plus de l'engouement personnel des prestataires touristiques, les associations professionnelles ou certains territoires ont reconnu l'importance de proposer ce Programme à leurs membres et de devenir partenaires de la mise en œuvre du Programme "Wallonie Destination Qualité". C'est ainsi que les membres d'Accueil Champêtre en Wallonie, de Musées et Société en Wallonie ou du territoire du GAL de l'Ourthe accompagné des Maisons du Tourisme du territoire peuvent déjà bénéficier d'un accompagnement privilégié ou d'une formation réservée.



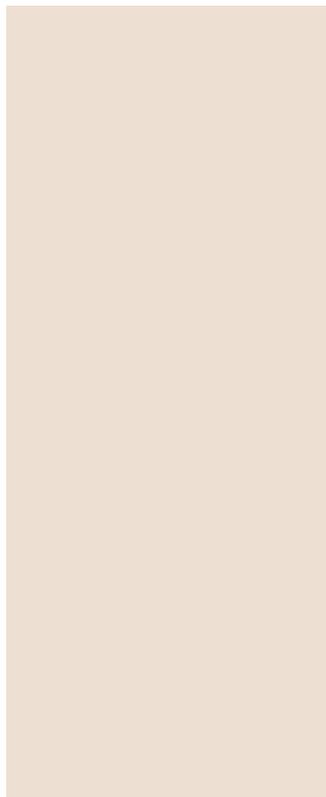
Le Programme "Wallonie, Destination Qualité" vous permet...

- ... d'augmenter la satisfaction de vos clients;
- ... d'attirer une nouvelle clientèle que vous fidélisez;
- ... d'apprendre à valoriser systématiquement les réclamations des clients;
- ... de motiver vos collaborateurs et les pousser à améliorer constamment la qualité du service;
- ... d'optimiser vos processus internes tout en éliminant les points faibles;
- ... d'instaurer un bon climat de travail;
- ... de renforcer le professionnalisme de l'équipe;
- ... de créer un réseau de partenaires.

car, si la qualité coûte un peu, la non-qualité coûte davantage!

Des projets sont également en cours de réflexion avec le CATPW, les Fédérations touristiques wallonnes, certaines Maisons du Tourisme, Horeca Wallonie, Walcamp, les Gîtes de Wallonie, Attraction et Tourisme,...

Pour chaque demande, une réponse spécifique est apportée, c'est cela aussi la flexibilité du Programme "Wallonie Destination Qualité".



© OPT - J.P. Remy

Le Programme "Wallonie, Destination Qualité", n'impose pas à l'opérateur une vision particulière de la qualité, elle lui fournit une méthodologie, un outil lui permettant de mieux gérer son activité, en fonction de sa sensibilité, du positionnement souhaité et des moyens disponibles.

L'unicité du label permet à différentes branches d'activité, des opérateurs de tailles différentes, des opérateurs privés et publics de se retrouver sous un même logo facilitant ainsi la promotion et favorisant la visibilité du label aux yeux du touriste.

Toutefois, la distinction par ce label de qualité ne garantit encore aucunement un parcours sans faute et ne doit pas non plus se limiter à l'impression de celle-ci sur la brochure de l'établissement ou sur les plates-formes de vente et de marketing. Elle est plutôt une reconnaissance pour les entreprises qui mettent, sérieusement et de manière crédible, le client au centre de leurs préoccupations.

La qualité ne s'obtient pas du jour au lendemain mais représente un processus à long terme et permanent qui s'avère néanmoins payant pour les entreprises participantes. Elle représente également une promesse importante à la clientèle: "Ici, vous vous sentez bien - ici, en "Wallonie, Destination Qualité", nous répondons à vos attentes!"

Alexandra NEUFCEUR

Attachée à la Direction de la Stratégie touristique du Commissariat général au Tourisme.



En Communauté Germanophone

Ihre Qualität ist kein Geheimnis!

„Votre qualité n'est pas un secret!”, c'est avec ce mot d'ordre que la Communauté germanophone de Belgique lance son programme de management de la qualité pour les professionnels du tourisme de son territoire.

La distinction *ServiceQualität Ostbelgien - Niveau 1* pourra être décernée dès 2013 aux participants du programme.

En coulisse

Après une analyse approfondie des différentes approches concernant la qualité dans le secteur touristique en Europe, la Communauté germanophone, en accord et en parallèle avec

la Région Wallonne, a porté son choix sur le programme qualité développé par la Fédération Suisse du Tourisme. L'excellente collaboration avec le CGT est bien sûr un atout majeur pour ce projet.

Le système suisse, qui a fait ses preuves depuis 15 ans, s'est déjà exporté avec succès à plusieurs reprises. Ainsi, pour ne citer que les pays frontaliers, l'Allemagne et le Luxembourg l'ont adapté sur leur territoire. Son fonctionnement convient très bien aux TPE et PME qui représentent la majorité de ses acteurs locaux, sans exclure les grandes structures, même appartenant à des chaînes hôtelières internationales.

La Communauté germanophone offre ainsi à ses opérateurs un label comparable à ceux décernés dans chacune de ses régions limitrophes. C'est une

question de cohérence et de stabilité pour ses professionnels. Pour le touriste aussi c'est confortable de savoir qu'une entreprise labellisée "Q" qu'elle soit à Namur, Cologne, Eupen ou à Luxembourg se soucie dans une même mesure de la qualité de ses prestations.

Un processus, pas un instantané

Le thème central du programme est la QUALITE DU SERVICE. Mesurer et garantir cette qualité suppose une attention constante: il ne suffit pas d'une photo à l'instant T pour se définir qualitativement. Les acteurs du tourisme pourront se lancer dans le niveau 1 en janvier 2013.

Pour ce niveau, c'est l'analyse et l'amélioration de leurs processus de travail

concernant directement leurs clients qui est prépondérante.

L'attribution de la distinction *ServiceQualität Ostbelgien Stufe 1* suppose l'engagement sur une voie personnalisée d'amélioration des services pour une durée de trois ans. L'analyse et les décisions quant aux mesures à prendre sont réalisées directement par les collaborateurs ou même par l'unique travailleur, s'il s'agit d'un petit indépendant. Seule la cohérence et la

gement pour comprendre et appliquer les instruments proposés.

Chaque participant obtiendra le titre de Q-Coach.

Pour l'heure, les premiers Q-Coachs germanophones seront issus des formations qui se tiendront les 15 et 16 janvier et les 17 et 18 janvier 2013. Le formateur Suisse qui dispensera ces premiers séminaires, Monsieur Daniel Burckhardt, est également le formateur des programmes *ServiceQualität Lëtzebuerg*, *Wallonie Destination Qualité* et du programme Suisse lui-même.

A l'aide d'instruments d'analyse et de management directement adaptés au secteur du tourisme, le Q-Coach est en mesure après cette formation de passer son entreprise et les services qu'elle propose en revue. Il ne s'agit pas de critiquer à tout prix, mais de prendre le temps de regarder au travers des yeux de ses clients.

Car c'est là toute la particularité du système Suisse : chacun pour soi... mais dans le bon sens du terme !

Si le Coach porte la responsabilité du dossier, c'est l'équipe au complet qui porte le projet qualité. En accord avec sa direction, il sensibilise ses collègues, récolte et centralise les avis, les passe au filtre des instruments utilisés lors de la formation.

Il complète les documents du dossier Qualité qu'il transmet à la cellule de contrôle du programme. Cette dernière examine les documents et délivre, le cas échéant, la distinction *ServiceQualität Ostbelgien - Stufe 1*, pour une durée de trois ans.



pertinence du plan de mesures et la réalité de la mise en œuvre de celles-ci sont examinées par la cellule de contrôle du programme.

En termes de résultat, le nombre de clients satisfaits qui le font savoir et reviennent, ou ceux insatisfaits qui vous aident à vous améliorer seront un bon indicateur. Les épargnes substantielles de temps voire même d'argent liées au meilleur fonctionnement interne de l'entreprise seront aussi déterminantes dans le bilan.

Comment ça marche ?

Comme partout ailleurs, ce programme fonctionne en trois niveaux. Nous débutons en 2013 le niveau 1, avec comme base une formation d'un jour et demi aux instruments du programme. Il n'est pas nécessaire de sortir d'une école hôtelière, de commerce ou de mana-

Pendant cette période, les différentes mesures du plan individuel de l'entreprise, en bon ordre de priorité, sont mises en place. La cellule de contrôle se charge du suivi et du conseil de l'entreprise tandis que le Q-Coach interne s'occupe de suivre, de réorienter, d'évaluer les mesures du plan qualité.

Afin de garantir une bonne objectivité et un suivi scientifique de qualité pour les entreprises partie prenante du programme *ServiceQualität Ostbelgien*, la Communauté germanophone a décidé de confier la gestion et le suivi de tous les dossiers à une firme indépendante de consultance en tourisme basée à Trèves.

On attend les premières entreprises labellisées pour la fin du printemps 2013.

ServiceQualität Ostbelgien, un programme intégré dans une vision plus large

Cette initiative dans le monde du tourisme est l'un des résultats du Concept de Développement Régional VIVRE LA BELGIQUE DE L'EST EN 2025. Ce document est l'aboutissement d'une longue série de concertations et rencontres menées avec les citoyens et les forces vives de la Communauté germanophone. Il sert de fil rouge pour toutes les décisions politiques. Ici c'est le Projet 16 : RÉGION DE SAVEURS ET DE BIEN-ÊTRE qui est concerné. Il regroupe les décisions structurelles nécessaires au niveau du secteur touristique de la Communauté à l'horizon 2025.

En conclusion

Le touriste d'aujourd'hui est très informé. Il compare et recherche beaucoup d'informations préalables. Mais quand il est sur place, c'est aux professionnels de sortir leur atout majeur : le service ! Ce que chacun propose avec cœur et professionnalisme est si dépendant de la personnalité ou de la culture d'entreprise qu'on peut difficilement le copier. La qualité des services rend unique et permet par là même de se différencier dans un secteur où les standards internationaux ont pris tant d'importance.

Faire en sorte que le label *ServiceQualität Ostbelgien* devienne un critère important de choix dans les recherches et les réservations est l'un des défis qui nous attendent.

Pour tous renseignements : www.servicequalitaet-ostbelgien.be



Sandrine DINON

Assistante Tourisme pour le Ministère de la Communauté germanophone.



Xavier DIVOUX

Xavier Divoux est Responsable Qualité, Sécurité et Environnement au sein du Groupe luxembourgeois Goeres.

Au Grand-Duché de Luxembourg

Le Groupe Goeres qui compte aujourd'hui plus de 200 collaborateurs, 6 Hôtels et 7 Restaurants, a lancé en 2002 un projet Qualité, intégrant la qualité de service, l'environnement et l'hygiène alimentaire. Dans cette démarche envers la Qualité, le Groupe Goeres se soumet aux normes ISO 9001:2008 (système de management de la qualité) et ISO 14001:2004 (système de management environnemental), ainsi qu'aux exigences découlant de différents labels et certifications comme l'écolabel, QLabel niveau I & II, wordhôtels, Romantik Hôtel

Dans notre démarche vers une gestion plus écologique, nous accomplissons beaucoup d'efforts. Ainsi, nous adaptons et changeons notre façon de travailler, dans le but de garantir l'impact le plus minime possible sur l'environnement. Dans tous les domaines de notre activité, nous essayons de marier notre réussite économique à une gestion écologique.

Ces certifications impliquent pour nos hôtels et restaurants l'application de procédures conformes aux strictes exigences éditées dans les textes des différentes normes pour la gestion de leur système de qualité. Ces procédures visent à une satisfaction optimale du client grâce à l'assurance de la qualité irréprochable du service et du produit. Dans ce sens notre groupe a eu le plaisir de recevoir en 2005 le prix de l'excellence qualité luxembourgeoise.

Toutes ces démarches nous permettent de mettre en place un management plus efficace, nous garantissant des prestations et services à la hauteur des attentes de notre clientèle. L'intégration du personnel dans une telle démarche joue un rôle prépondérant.

Il faut responsabiliser le personnel et l'impliquer à la satisfaction et au bien-être du client. La mise en place de notre système qualité nous permet de formaliser les tâches et de définir les fonctions de chacun. Ceci permet de stabiliser la qualité des services aux clients, malgré la forte concurrence existante dans nos métiers.

“La mise en œuvre de démarches “qualité” nous permet de mettre en place un management plus efficace, nous garantissant des prestations et services à la hauteur des attentes de notre clientèle.”



A la rencontre de M. Eric JURDANT,

Avoir des touristes pour voisins



A la Rencontre de M. Eric Jurdant, Directeur à la "Direction des hébergements touristiques du CGT" - Avoir des touristes pour voisins.

Nous vivons depuis quelques années l'apparition d'une nouvelle forme de "tension" au cœur de nos villages touristiques, résultat d'une déresponsabilisation des propriétaires de gîtes de grande capacité combinée essentiellement au succès du tourisme rural en certaines zones.

Les groupes en séjour au village provoquent en effet des désagréments divers : tapage nocturne, vols et vandalisme.

Face aux villageois abandonnés à eux-mêmes, que faire ? Quelques pistes de réflexion et présentation de solutions concrètes, où les propriétaires d'hébergement et les autorités communales jouent un rôle central actif.

Le succès du tourisme rural

Le tourisme en milieu rural connaît dans nos pays européens un succès continu. Il constitue une alternative intelligente pour les courtes vacances, répond au besoin grandissant de tourisme de proximité, de rencontres et au souhait de recherche de racines.

Passer son W-E à la campagne devient un must conciliant écologie et convivialité, équilibre et activité. Du moins, en principe. Faut-il rappeler la chance que nous avons en Wallonie, à 60% rurale, d'offrir, sur nos 16.800 km² un des parcs d'hébergements officiellement "certifiés" parmi les plus développés d'Europe. Et malgré ce développement, le taux d'occupation se maintient, grâce à un large choix, un confort garanti, un bassin de clientèle de près de 30 millions d'habitants, le dynamisme des associations de propriétaires et un marketing efficace.

Rupture de l'équilibre touristes/habitants lors de périodes de haute fréquentation

Dans certains villages, l'effet d'entraînement ou d'émulation a suscité le développement soit d'un nombre d'hébergements touristiques plus important

que le nombre de maisons d'habitation permanente, soit la création d'un ou plusieurs gîtes de groupe sis au cœur du village, soit encore le rachat d'un ancien hôtel pour en faire un gîte de grande capacité (opération de plus en plus signalée dans les Ardennes). La caractéristique de ces lits touristiques, c'est qu'ils **échappent au système d'autorégulation sociale** existant lorsque le propriétaire est "étranger" : en langage rural, comprenez "qui n'habite pas le village ou la commune". Ces situations entraînent une rupture du rapport de force entre les habitants et les touristes accueillis, **difficile à vivre en période de haute fréquentation.**

Touristes et habitants au village : un rapport amour - haine

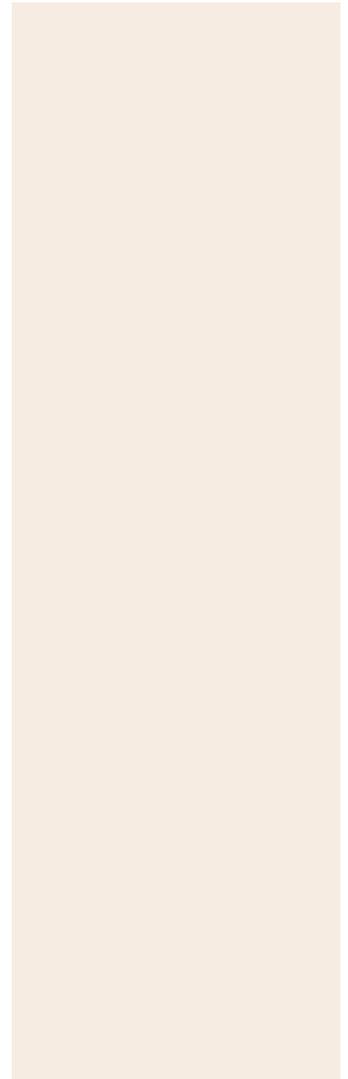
Parmi les caractéristiques fondamentales positives du tourisme rural figurent sa **réversibilité** et la **maîtrise du flux touristique**. La **réversibilité** signifie la possibilité de passer d'une location touristique à une location non touristique sans autre frais. La **maîtrise des flux touristiques** postule le pouvoir de refuser l'accueil de touristes pour certaines périodes, au choix du propriétaire. Malgré ces outils posés entre les mains des propriétaires, l'effet d'entraînement provoqué par le

"Les tensions provoquées par le tourisme revêtent une expression multiforme, créant les effets pervers ou dégâts collatéraux liés à une intensité de fréquentation."

succès du gîte rural ou de la chambre d'hôtes, les frais engagés, le plaisir d'accueillir et, évidemment, l'appât du chiffre d'affaires l'emportent. Entre les intérêts économiques des uns et la quiétude souhaitée des autres, un fossé se creuse, qui animera les veillées d'hiver, coalisant les villageois par ici, les divisant de l'autre. Et le rythme de l'année de se partager entre l'excitation avant l'arrivée du touriste pour les uns, et l'espérance du départ pour les autres. Un formidable **"je t'aime, moi non plus" rural.**

Une nouvelle forme de pollution au cœur de nos campagnes propres et fleuries...

Les tensions provoquées par le tourisme revêtent une expression multiforme, créant ce que nous devons appeler les effets pervers ou les dégâts collatéraux liés à une intensité de fréquentation.





Les **effets pervers** se développent, une **nouvelle forme de "pollution"** est née au cœur de nos campagnes propres et fleuries...

Les tensions vécues revêtent plusieurs formes.

- Il y a le **traditionnel tapage nocturne**, avec le jardin ou la rue comme terrain d'action, le jeu de nuit, le lancement de pétards, la soirée dansante, où l'astuce des touristes est d'inviter les habitants pour les impliquer. C'est oublier que les uns sont en vacances, les autres au travail le lendemain ! L'exceptionnel pour les uns, est une répétition supportée malgré eux pour les autres !
- Ensuite, les **vols de biens appartenant aux villageois**. Le bel exemple est le vol de bois coupé : facile pour le barbecue ou le feu ouvert. Un véritable "self-service" de bois de chauffage, gratuit en sus ! Mais ajoutons aussi les vols de drapeaux, de plaques de rue, de panneaux de signalisation, de tuteurs de jeunes arbres, de bancs publics, etc.
- Enfin, les **dégâts aux biens collectifs** sous forme de petit et grand vandalisme : tagage de bâtiments, téléphones publics cassés, brûlés ou abîmés, toilettes publiques saccagées, balisage de promenades abîmé, etc.



© CGT-A. Siquet

- Les **déchets constituent une spécialité à part** : l'obligation d'effectuer le tri des déchets semble s'arrêter en vacances. Aussi ceux-ci sont-ils abandonnés dans les poubelles publiques, ou bien glissés la nuit dans la poubelle du voisin ou abandonnés le long des routes, chemins et places publiques lors de promenades.

Mais après réflexion : que recherchent les touristes en milieu rural ?

Cette question doit être posée. Deux types de touristes sévissent en nos campagnes : vous les connaissez comme moi. D'une part l'amoureux de la découverte de la nature et curieux de la culture locale, en couple ou en famille, d'autre part, les groupes en recherche d'un lieu équipé pour faire

la fête. Les tensions sont en fait provoquées par les locations de groupes, rarement par les familles. Pour les groupes, le cadre rural semble constituer la motivation du séjour, et non le but de celui-ci, à savoir se retrouver ensemble dans un lieu réservé, et loin de toute contrainte sociale habituelle.

Nouveau : le tourisme de groupe sans leader = un groupe sans interlocuteur

Et ce tourisme de groupes révèle une difficulté supplémentaire : l'absence de chef, de responsable, de leader. Des groupes de jeunes ou d'adultes réservent un gîte de groupe via une agence de réservation, ou via un tour-opérateur de tourisme d'aventure, et après les activités, ils sont livrés à eux-mêmes, loin de l'agence de voyage, de leur terrain d'aventure, et sans moniteur. Décompression oblige, l'ambiance nocturne monte en puissance, l'alcool aidant. Vous êtes mis au défi de maîtriser pareil groupe ? C'est peine perdue. Pas d'interlocuteur : pas de dialogue, pas de repos.

Propriétaires présents au village / propriétaires absents : deux rapports différents avec le village

Une solution : faire appel au propriétaire. En habitant le village, le propriétaire est évidemment soumis au contrôle social, renforçant le camp des habitants. Ce cas est idéal et généralement efficace. Mais malheur aux habitants si le propriétaire n'habite pas le village. Les voisins seront livrés à eux-mêmes, la police étant généralement inopérante la nuit en milieu rural. Conclusion : il faut que le propriétaire ou son représentant soit facilement appelable lors d'un problème.

"Pour les groupes, le cadre rural semble constituer la motivation du séjour, et non le but de celui-ci, à savoir se retrouver ensemble dans un lieu réservé, et loin de toute contrainte sociale habituelle."

Les pistes de solution en Wallonie.

Plusieurs pistes de solution sont testées où en voie d'être introduites en Wallonie, soit sur l'initiative des villageois, soit de la commune, soit des autorités régionales.

La Charte de qualité "Tourisme au village": une démarche volontaire sous contrôle du village (L'exemple de Villers-Ste-Gertrude, 235 habitants (Durbuy)

La pression touristique dans certains villages, à certaines périodes de l'année, peut motiver l'élaboration d'une "Charte de Qualité", laquelle propose un accord entre trois partenaires: le village (qui s'engage à présenter des infrastructures propres et fleuries), le propriétaire (qui s'engage à offrir un logement bien équipé et en ordre), et le locataire, le touriste (qui s'engage à respecter le village, et le logement du propriétaire). Cette Charte est à expliquer et soumettre à la signature du touriste AVANT la signature du contrat. Elle fait l'objet d'une évaluation annuelle chaque année, après la saison d'été, assurant ainsi un lien entre le village et les propriétaires d'hébergement.

L'obligation de désigner un responsable (concierger) du "Gîte rural de grande capacité" rapidement applicable.

■ **Pour les Gîtes autorisés par la CGT: la contrainte de l'article 237 du Code wallon du Tourisme (CWT)**

Le Code wallon du Tourisme prévoit la délivrance d'une autorisation à un "Gîte rural", "Gîte à la ferme", "Gîte citadin" ou "Meublé de vacances" pouvant accueillir plus de 15 personnes et le qualifié "de grande capacité", conditionné "au respect de la quiétude du voisinage"

L'article 237 est clair:

"Les hébergements de grande capacité sont équipés d'espaces extérieurs de parking privé et de détente adaptés à la capacité maximale de l'établissement d'hébergement touristique, sans être inférieur à un are

par tranche de dix lits. Au surplus, ils satisfont à l'un des deux critères suivants:

1° ils sont situés en dehors d'un noyau habité, à une distance garantissant la quiétude des habitants;

2° le titulaire de l'autorisation ou la personne chargée de la gestion journalière de l'établissement d'hébergement touristique, ou à défaut un responsable dûment mandaté, réside sur place en permanence ou à proximité immédiate. Il veille à la bonne application du contrat de location et au strict respect de la quiétude des habitants."

■ **Pour les gîtes "non autorisés": règlement communal intégrant la contrainte prévue par le CWT.**

Rien n'empêche une commune d'adopter un règlement communal rendant obligatoire, pour tous les "hébergements touristiques" de 15 lits et plus, autorisés ou non par le CGT, de respecter le même contenu que l'article 237 du CWT. En imposant ces dispositions à tous, la disposition évite l'arbitraire.

Il appartient en effet au pouvoir communal, aidé en cela par l'article 135 de la nouvelle loi communale (compétence en matière de sûreté et de tranquillité) de réguler une situation déséquilibrée causée par le manque de responsabilité des propriétaires.

Les médiateurs de village

Que faire en l'absence de charte de qualité, en l'absence de propriétaires habitants le village, en présence d'hébergements touristiques de grande capacité non autorisés, sans règlement communal?

Deux autres suggestions.

1° L'autorité communale assume le rôle de médiateur (un échevin, l'ADL, le SI/OT,...) dont les coordonnées sont préalablement bien diffusées auprès des voisins potentiellement "dérangeables". Lors d'un problème, il est appelable sur les lieux du problème "au pied levé".

2° La désignation, parmi les propriétaires d'hébergement d'un village, d'un "propriétaire médiateur".

Sur suggestion ou injonction de la commune, il s'agit ici d'une prise d'initiative des propriétaires eux-mêmes, à l'origine des pollutions touristiques.

Clairement identifié par le village, le médiateur pourrait être contacté de jour comme de nuit pour tout problème de voisinage lié à un gîte. Une belle façon d'assumer ses responsabilités.

Les Associations (de fait, locales, communales) de propriétaires d'hébergements

En créant ou suscitant la création de pareils regroupements, plusieurs objectifs peuvent être atteints:

- identification des propriétaires (base de données communale, locale,...);
- conscientisation par ceux-ci de leur rôle, leur impact, leurs responsabilités à l'égard de la communauté villageoise;

- possibilité de créer une dynamique: réunions d'échange d'expériences, mini formations, encadrement par un éco-conseiller ou un agent ADL, coordination des politiques communales, ...

- canal de communication commune - propriétaires - touriste;

- promotion commune: aide à l'édition de dépliants communaux, documents destinés aux touristes, création d'une valve "touristique" villageoise pour les propriétaires "n'habitant pas le village,...

- Etc.

Ce type de regroupement, initié par un propriétaire ou par la commune, ouvre beaucoup de possibilités grâce à sa démarche participative. L'idéal est de motiver les propriétaires par une "carotte": aide communale complémentaire à l'investissement, à la promotion, réduction de frais (taxes de nuitées réduites, déchets, etc).



Il est particulièrement important d'aborder cette démarche dans une optique POSITIVE pour rendre ce projet durable.

Inclure une "Garantie respect" très élevée dans le contrat de location.

La responsabilisation doit souvent être accompagnée d'un stimulant tel qu'un cadeau, une récompense, une réduction, ...plutôt qu'une sanction. Mais les deux sont parfois conciliables. C'est le cas du système de la "Garantie respect", par lequel un montant élevé (500 à 1000 euros) est déposé par le locataire lors de son arrivée, l'engageant envers le propriétaire et le voisinage immédiat, à garantir un strict respect. A défaut, il accepte de perdre le montant déposé.

Cette "garantie respect" est incluse dans les clauses du contrat. Elle peut être prévue dans la "Charte de qualité" et le contrat peut y faire référence

"Dans la "Garantie respect", un montant élevé est déposé par le locataire lors de son arrivée, l'engageant envers le propriétaire et le voisinage immédiat, à garantir un strict respect. A défaut, il accepte de perdre le montant déposé."

pour motiver sa pratique. Un texte - type existe auprès du Commissariat général au Tourisme sur simple demande.

Règlement communal en matière de délivrance de permis d'urbanisme pour gîtes de grande capacité

▪ **Fixer des conditions lors de la délivrance du permis d'urbanisme**

Cette dernière démarche vise à rendre obligatoire, auprès de TOUT propriétaire ouvrant un hébergement touristique de grande capacité, qu'il soit autorisé à utiliser une dénomination protégée par le CGT ou non, à

respecter le règlement communal imposant le respect du contenu de l'article 237 du CWT.

▪ **Affiner la notion de "Zone d'habitat" en distinguant des "Zones d'habitat et de séjour touristique"**

Autre piste, mais qui relève des compétences de la Région : à l'instar de ce qui est prévu en Région de Bruxelles-Capitale, il conviendrait de distinguer, dans les zones d'affectation du sol (Plan de secteur, PCA, etc), zones d'habitat ET zones d'habitat "et de séjour touristique".

Cette précision, jadis existante, mais peu utilisée pour les zones de loisirs, a été trop tôt supprimée car considérée probablement désuète (je pense ici aux "Zones de loisirs avec séjours"). Elle constituerait un bel outil pour le pouvoir communal, lui permettant d'affiner son organisation de l'affectation du sol, et de mieux maîtriser le développement de son bâti, en préservant les zones d'habitat de vie quotidienne exemptes de toute fréquentation touristique. Ceci permettrait de refuser l'implantation d'un hébergement touristique de grande capacité au cœur d'un espace bâti habité. Piste à développer et à creuser...

▪ **Exiger une enquête de voisinage avant toute délivrance d'un permis d'urbanisme pour un gîte de grande capacité.**

La piste est la suivante : il faudrait imposer, par voie de réglementation communale, une enquête publique de voisinage, afin de s'assurer de la bonne acceptation du projet, mais aussi d'éviter de surprendre les habitants ou de leur cacher "involontairement" un projet source de nuisances éventuelles. A l'instar de tout établissement générateur de pollution en somme.

Le tourisme respectueux des habitants : une voie indispensable à baliser

Comme toutes les formes de tourisme, le tourisme rural produit malheureusement des effets pervers. L'idéal est de les éviter à temps par une implantation judicieuse.

L'enjeu est de taille : éviter le rejet du tourisme par les habitants qui FONT le charme du tourisme rural. Le respect des habitants constitue une condition sine qua non de la survie d'un tourisme rural de qualité. Le tourisme rural doit être accepté par tous : touristes, propriétaires et habitants. Et le villageois sera heureux de préciser à ses amis qu'il est satisfait d'avoir ... des touristes pour voisins.



Eric JURDANT

Directeur à la Direction des hébergements touristiques du CGT.



Guide pour l'exploitant d'un hébergement touristique qualifié "insolite"

Vous avez dit "Hébergements touristiques insolites" ?

Depuis quelques années, les "Hébergements insolites" font parler d'eux. Festival international des cabanes, des roulottes, et de l'habitat premier (Passion Robinson) au Domaine de Chevetogne, pression de mandataires politiques, publications en tous sens dans la presse, interrogation des Associations de propriétaires : depuis quelques années, le Commissariat Général au Tourisme (CGT) suit l'actualité de cette "niche" d'hébergements touristiques et observe les premières mises sur le marché de la location touristique de roulottes foraines, cabanes dans les arbres ou sur pilotis, yourtes, tipis, bateaux à quai, bâtiments atypiques réaffectés, etc. Le CGT a pu constater la nécessité de donner un cadre permettant d'aider les investisseurs enthousiastes mais ignorant que toute activité économique doit respecter quelques règles.

L'insolite: vivre le rêve et l'exotisme en Wallonie

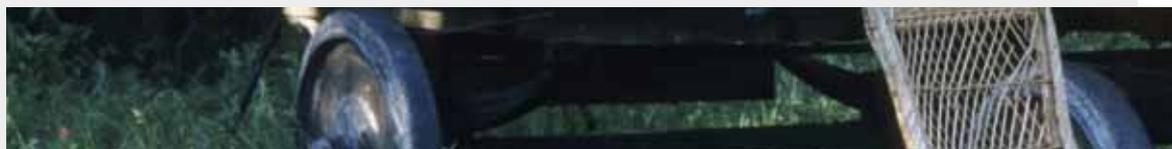
Un hébergement touristique "insolite" est destiné à offrir un maximum de "rêve" au touriste, grâce à l'architecture originale du "contenant". Le but final est d'offrir un logement touristique dans le respect du touriste et de sa sécurité. Le "contenu" (lit, hygiène, sanitaire,...) est quasi identique à tout hébergement touristique, insolite ou non.

Vous envisagez de créer un Hébergement insolite en Wallonie ?

Pensez votre projet en ayant pris préalablement connaissance du dépliant informatif. Visitez le site internet du CGT (<http://cgt.tourismewallonie.be>) ou demandez le dépliant auprès du CGT delphine.gistelynck@tourismewallonie.be ou auprès de la Maison du Tourisme la plus proche.

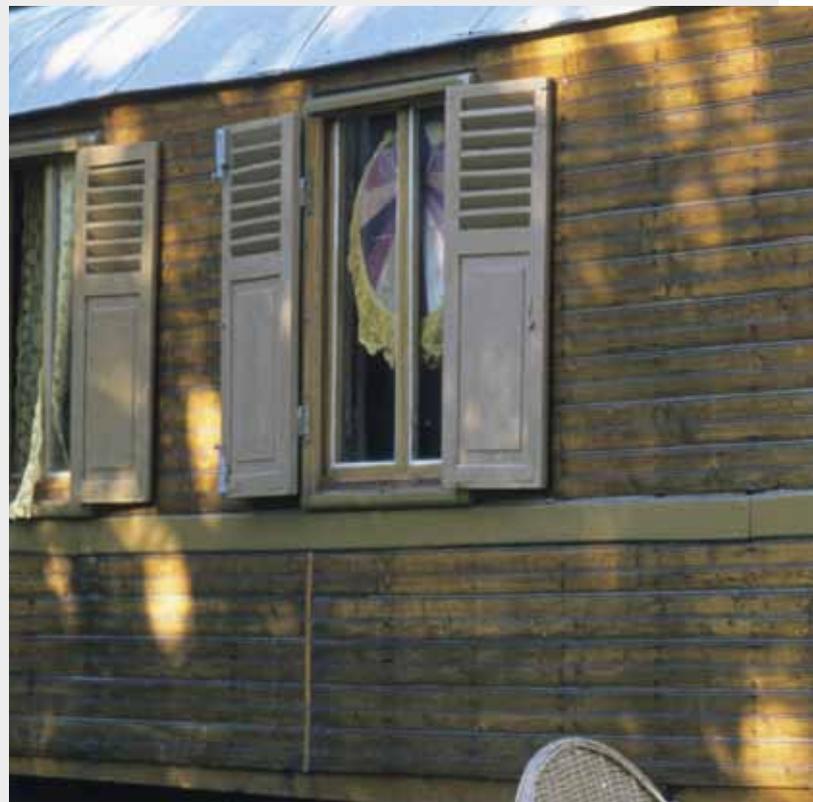
Guide pour l'exploitant d'un hébergement touristique qualifié "Insolite",

édité par le CGT, Direction des Hébergements touristiques, 2012.



Un Guide pour l'exploitant : pour intégrer les normes avant toute décision d'investissement.

Afin de répondre aux rumeurs d'absence de réglementation en Wallonie à propos des "Hébergements touristiques Insolites", le CGT, à la demande de la "Plate-forme des Maisons du Tourisme de Wallonie", a décidé de rédiger un "Guide pour l'exploitant d'un hébergement qualifié "Insolite". Il constitue une synthèse de la réglementation en vigueur : faut-il un permis d'urbanisme pour une cabane dans un arbre ? Dois-je détenir une attestation de sécurité incendie ? Puis-je obtenir une aide pour offrir des chambres sur un bateau à quai ? Puis-je être officiellement autorisé ? Dois-je déclarer les revenus générés par la location ? etc.



Un propriétaire bien informé avant aura toutes les chances d'être officiellement autorisé après.

Exemple : avant d'acheter une roulotte (sauf pour le camping) ou construire une cabane, vérifier les critères "dimensions" et "sanitaires" figurant clairement dans la grille de classement.

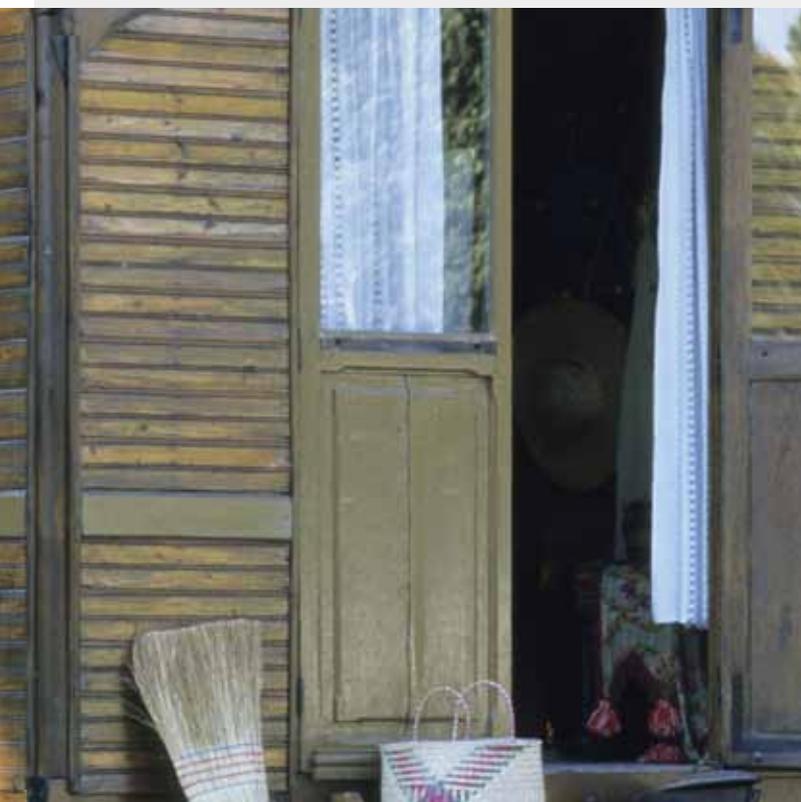
Encourager la diversification des hébergements touristiques en Wallonie

Le CGT a pour mission d'organiser et promouvoir le tourisme en Wallonie, dans le respect du Code wallon du Tourisme. Dans ce sens, il encourage les Hôtels, les Terrains de Camping touristiques ou les Villages de vacances à renouveler et diversifier leurs hébergements, il soutient les initiatives individuelles de propriétaires

de Gîtes et Chambres d'Hôtes désireux de contribuer au renouvellement de l'équipement touristique wallon. Mais il promeut officiellement les seuls hébergements dûment autorisés. Y compris les hébergements touristiques "insolites".

Un Hébergement touristique "Insolite" peut-il être officiellement autorisé par le CGT ?

Oui, évidemment ! Il appartient à l'opérateur touristique de bien penser son projet, et d'y intégrer tous les critères d'équipement et de confort requis pour être autorisé. Un hébergement touristique est "insolite" pour la forme de sa structure (le contenant). Mais son équipement, le confort et la sécurité (le contenu) doivent rencontrer les critères minimum pour pouvoir être



autorisé, et être promotionné par les Organismes officiels de Tourisme (Wallonie-Bruxelles Tourisme, Fédérations provinciales du Tourisme, Maisons du Tourisme, Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative). Il y va de la réputation du parc d'hébergement touristique wallon: original, diversifié, mais sûr et confortable.



© ATOUT FRANCE - Jean-François Tripelon-Jarry

Un label pour les endroits de camp

Depuis très longtemps, de nombreux bâtiments en Wallonie accueillent des enfants, des jeunes issus d'organisation de jeunesse pour un camp, un hike, un week-end... Dorénavant, la Wallonie a mis en place un label reconnu "endroit de camp". Celui-ci a pour objectif d'améliorer l'ensemble de ces bâtiments. L'accent est principalement mis sur la sécurité et l'hygiène. D'autres critères sont également présents pour garantir un cadre de qualité à l'organisation d'activités.

www.atoutscamps.be

“Dernières tendances du tourisme européen”

Le tourisme a un impact crucial sur l'économie européenne, touchant jusqu'à 14 millions d'emplois. Une enquête de 2012 donne un aperçu intéressant sur les préférences des touristes européens et montre que 73% des personnes interrogées ont prévu de voyager cette année.

http://ec.europa.eu/entreprise/magazine/articles/competitiveness-energy-environment/article_11035_fr.htm

“Gastronomie et hôtellerie. Secrets de cuisine... les nouveaux enjeux”, Stéphane BELLON, Ed. Eyrolles, Mai 2012.

L'hôtellerie de luxe a toujours eu une relation tumultueuse avec la gastronomie, en forme de “je t'aime, moi non plus”. Même si la restauration peut représenter jusqu'à la moitié des revenus de l'hôtellerie haut de gamme, et parfois plus, elle peut être vécue comme un mal nécessaire, un service obligé.

L'hôtellerie est un métier très structuré, normatif par certains égards, s'inscrivant dans des cycles d'investissements très longs, avec des services normés et attendus, alors que la restauration est mue par l'émotivité, l'individualisation, l'instant présent. Si les deux disciplines ont parfois connu une union harmonieuse, il arrive qu'elles s'opposent encore. Tout dépend de l'“ADN gastronomique” des différents acteurs... D'où le souhait d'analyser plus en profondeur ces liens, objet de cet ouvrage.

“Usage marchand du Patrimoine”, Collection Revues Espaces n°296, Ed. Espaces tourisme & loisirs, octobre 2011.

Avec la raréfaction des crédits publics, un nombre croissant de monuments doivent désormais trouver de nouveaux usages, économiquement viables, au premier rang desquels l'hébergement touristique et la restauration. Mais l'équilibre entre public et privé reste difficile à trouver.

“L'hôtel diffus. Un concept d'hébergement rural qui se développe en Italie”, Article extrait de la revue Espaces n°295, septembre 2011.

Proposer des hébergements diffus, au plus près des habitants, tout en offrant des services hôteliers: telle est l'ambition de l'“hôtel diffus”, concept développé en Italie depuis le début des années 1980 dans un objectif de développement touristique rural. À l'instar des VRT et autres villages de gîtes éclatés, ce type d'hébergement reste toutefois complexe à créer. Il s'appuie aujourd'hui sur une demande renouvelée, en quête d'indépendance, de liberté et ... de services.

“Hébergement touristique du futur”, Collection Revues Espaces n°275, Ed. Espaces tourisme & loisirs, novembre 2009.

Quel sera l'hébergement touristique de demain? Les experts que nous avons interrogés relèvent trois tendances. La recherche d'un hébergement “unique”, à (forte) personnalité, tout d'abord, sonne le glas de la banalisation. Elle renforce l'entrée du design, voire de l'art, dans les hébergements. Elle est également à la source du renouveau d'offres alternatives et du développement d'hébergements insolites de tout type. Le souci écologique, ensuite, s'affirme comme une tendance lourde, si bien qu'éco construction et éco gestion deviennent indispensables, tandis que les offres au plus près de la nature rencontrent un réel succès. Le confort, enfin, se décline dans des aménagements de plus en plus fonctionnels, et par l'entrée significative de la technologie dans les unités d'hébergement. Ainsi, l'hébergement du futur devrait être typé, éco responsable et ultra fonctionnel.

RENDEZ-VOUS, ÉVÉNEMENTS, COLLOQUES...

Le 30 novembre 2012

Formations spécifiques pour les hébergements touristiques organisées par l'IFAPME

A partir de septembre, dans les Centres IFAPME différentes formations sont organisées pour les exploitants d'hébergement touristique dans le cadre du projet "Je monte ma boîte". On notera ainsi une session consacrée à la Création de gîte urbain et de chambre d'hôtes en ville mais également Création de gîte rural et de chambre d'hôtes.

Les informations sont disponibles soit au numéro gratuit de l'IFAPME (0800 90 133) ou sur les sites internet suivants : www.ifapme.be, www.gitesdewallonie.be ou www.accueilchampetreewallonie.be

"Réinventons la ville", Colloque AMCV, Palais des Congrès, Liège.

Cette journée vous permettra de découvrir des initiatives internationales issues du Canada, des Etats Unis, de France, d'Italie, des Pays-Bas, de Suisse,... dans des domaines aussi variés que le "place management" et le "place making", l'habitat, le commerce, la gestion des centres-villes et les livraisons.

Du 18 au 19 décembre 2012

"20 ans de transformations Economiques et Sociales au Val d'Europe", Colloque organisé par l'Université Paris-Est Marne-la-Vallée (IFIS), Val d'Europe - Serris.

Disneyland Paris a fêté au mois de mars 2012 les 20 ans de son ouverture au public. La présence de cet acteur majeur des parcs de loisirs et du complexe touristique et hôtelier ont profondément modifié le territoire du Val d'Europe. Terroir agricole pour l'essentiel, il est devenu la première destination touristique intégrée d'Europe. Au bout de 20 ans, une réflexion sur les mécanismes de transformation économique, politique et sociale peut être engagée tant du point de vue académique que de celui des acteurs du développement local.

Les Cahiers du Tourisme

Commissariat
général
au Tourisme
N°6 | Décembre 2012

<http://strategie.tourismewallonie.be>

