

## Ici et là : les initiatives en régions

Cette rubrique est consacrée aux initiatives, événements et manifestations mettant en valeur le dynamisme des territoires en matière de tourisme.

### L'hôtellerie bretonne en chiffres

Au premier trimestre 2016, le taux d'occupation global de l'hôtellerie bretonne s'accroît de 1,6 point par rapport à son niveau de 2015 et s'établit à 45,8 %. Avec 1,3 million de nuitées réalisées, la fréquentation hôtelière progresse de 5,1 % par rapport à son niveau de 2015. Le nombre de nuitées augmente de 14,9 % pour les hôtels 4\* et 5\*, de 6 % pour les 1\* et 2\* et de 2,6 % pour les 3\*. Le volume de nuitées hôtelières étrangères est en hausse de 9,2 % sur un an, notamment pour les Britanniques, les Allemands, les Belges et les Espagnols. Les meilleures performances sont observées au niveau des **Destinations Bretagne Loire Océan** (+ 16,9 % de nuitées), **Brocéliande** (+ 11,3 % de nuitées), **Brest Terres Océanes** (+ 10,4 % de nuitées) et **Côte de Granit Rose-Baie de Morlaix** (+ 9,6 % de nuitées).

### Nouvelle signature pour Montagnes du Jura

En quinze ans, le collectif **Montagnes du Jura** a fait du massif une destination touristique à part entière. Après avoir progressé en visibilité et en notoriété, Montagnes du Jura entend optimiser la lisibilité, les contenus et le trafic. Désormais, les objectifs de la marque sont de séduire grâce à une montagne authentique, de transformer l'envie de venir en réservations et d'accroître les retombées économiques dans les territoires partenaires du Doubs, du Jura et de l'Ain. La mutualisation de moyens budgétaires au service d'une stratégie et d'un plan d'actions partagés permet

d'engager des actions fortes. La nouvelle signature « L'autre versant de la montagne » illustre la promesse client d'un espace de retour aux sources avec des offres préservant l'identité du massif.

[www.montagnes-du-jura.fr](http://www.montagnes-du-jura.fr)

### Festival de drones à Paris

La **Ville de Paris** annonce l'organisation d'un festival de drones le 4 septembre 2016 sur les Champs-Élysées piétonnés. Lancée à l'initiative de la Ville, en étroite collaboration avec la Préfecture de police, et organisée par RudeBaguette, le Comité des Champs-Élysées et UbiBene, cette première édition grand public a pour objectif de valoriser à travers un événement festif les usages responsables des drones et le savoir-faire des entreprises du marché. Des ateliers de programmation, de code et de makers seront organisés, et des stands seront animés par des acteurs publics, privés et associatifs de la filière, avec des démonstrations et une course de drones. À l'issue du festival, plusieurs sites parisiens seront ouverts au public pour pratiquer les drones dans des conditions maximales d'agrément et de sécurité.

### Nantes insolite

Jusqu'au 28 août, la 5<sup>e</sup> édition de l'événement du **Voyage à Nantes** propose une cinquantaine d'étapes le long de la ligne verte de 12 kilomètres, sous forme de lieux insolites, de playgrounds, de nouvelles œuvres, d'éléments remarquables du patrimoine et d'architectures contemporaines

à (re)découvrir. Ainsi, une cabine téléphonique se transforme en aquarium, le théâtre Graslin semble raconter ses rêves, Claude Ponti installe une ribambelle de pots au jardin des plantes, et l'œuvre du collectif Hehe tombe dans les douves du château. Depuis 2012, la **Société Publique Locale « Voyage à Nantes »** introduit l'art dans toute la ville et met en scène sa richesse patrimoniale et culturelle.

### La CCI de Morlaix innove

Avec la campagne « Ma Bretagne, c'est par ici ! », la **CCI de Morlaix** s'inscrit dans la tendance du « consommer local » en valorisant les attraits touristiques de la destination à travers ses produits et ses habitants, en partenariat avec une cinquantaine d'agriculteurs, d'artisans et d'entreprises. Le QRcode présent sur le packaging ou le support de communication des produits locaux diffusés en France et en Europe donne accès à une découverte de la destination au travers de quatre vidéos (*Côté terre, Côté mer, Chez les artisans, Plein les yeux*). Chaque vidéo renvoie vers le site de la campagne où le consommateur peut obtenir des informations, contacter les offices de tourisme ou réserver en ligne ([www.youtube.com/watch?v=BRNuf1eh40A](http://www.youtube.com/watch?v=BRNuf1eh40A)). La CCI organise également un jeu-concours invitant les internautes à s'inscrire sur le site Internet de la campagne pour tenter de gagner des séjours pour deux personnes en Pays de Morlaix ([www.mabretagneparici.bzh/jeu-concours/](http://www.mabretagneparici.bzh/jeu-concours/)). ■