



N°7 – Été 2014

NEWSLETTER MENSUELLE
SERVICE TOURISME CCI CALVADOS

ACTUALITÉS / TENDANCES

Echanger des nuits pour se loger sans payer

Le site Cosmopolit'home joue les compteurs de nuitées pour permettre aux adhérents de se loger quasi-gratuitement. « Ce n'est pas tout à fait un échange de maison, plutôt un échange de nuitées ». Il suffit d'héberger quelqu'un pour gagner une nuitée, qu'on pourra utiliser ensuite pour voyager chez un membre de Cosmopolit'home. Le fondateur, Serge Durvalig a ainsi créé une vraie monnaie d'échange avec la « nuitée ». Lancé en octobre 2013, Cosmopolit'home compte aujourd'hui plus de 6 000 hébergements, dans 54 pays. Le système n'est pas totalement gratuit, il faut s'acquitter de 9,90 € à chaque échange, en frais de dossier.

<https://fr.cosmopolithome.com/>

Ouest-France dimanche, 10 août 2014

Succès du tourisme agroalimentaire

Le tourisme agroalimentaire a le vent en poupe. En 2012, sur les 12 millions de personnes ayant visité une entreprise, plus de la moitié ont choisi le secteur alimentaire. Selon l'Association de la visite d'entreprise, les 100 entreprises agroalimentaires les plus visitées attirent à elles seules plus de 4,4 millions de personnes.

www.entrepriseetdecouverte.fr

Les Echos, 13 août 2014

Industrie hôtelière et restaurateurs itinérants partenaires

L'Association des Professionnels indépendants de l'Industrie Hôtelières de Basse-Normandie (APIIH BN) continue sa croissance en signant un partenariat avec le syndicat professionnel de la Restauration itinérante et de l'Événement (SPRIE), ancré dans le monde des foires et salons. Les deux organisations professionnelles vont ainsi pouvoir représenter l'ensemble des indépendants, sédentaires et itinérants auprès des pouvoirs publics.

Liberté, 3 juillet 2014

Et si les grands musées recevaient 7 sur 7

Afin d'accueillir encore plus de touristes, le ministère de la Culture réfléchit à une ouverture quotidienne du Louvre, d'Orsay et du château de Versailles. Actuellement ces grands établissements sont fermés le lundi ou le mardi. Une expérience qui s'est révélée payante à Madrid et à New York, où le Musée d'art moderne a doublé sa fréquentation.

Le Figaro, 24 juillet 2014

La restauration reste sous pression

Le premier semestre a été difficile dans la restauration commerciale en dépit de certaines données à première vue encourageante. Ainsi la baisse de fréquentation s'est globalement ralentie au cours des six premiers mois de l'année et le ticket moyen a légèrement augmenté. Une augmentation due, cependant, à l'augmentation au 1er

janvier du taux de TVA de 3 points. Enfin, les conditions météorologiques plus favorables que celles du premier semestre 2013 ont tirées l'activité, notamment de la restauration « dite nomade ».

Les Echos, 31 juillet 2014

E-TOURISME – NOUVELLES TECHNOLOGIES

Ces grandes tendances qui font bouger les lignes de l'e-tourisme

Avènement des comparateurs, arrivée en force de Google, crise des tour-opérateurs, essor du mobile, apparition de nouvelles sources de revenus... Tour d'horizon d'un secteur en mutation. [Lire l'article...](#)

JDN, 23 juillet 2014

Dossier de l'été : Booking reste le pire ami des hôteliers

Le géant du web s'attire les foudres de nombre d'hôteliers, qui avouent ne plus pouvoir couper le cordon. Booking fascine autant qu'il inquiète les professionnels de l'hôtellerie. Environ 300 000 visiteurs uniques français consultent chaque jour ce site d'une redoutable efficacité commerciale, selon Médiamétrie. A l'échelle mondiale, 500 000 hôteliers sont devenus partenaires du site, qui s'invite sur les terres d'Abritel avec sa nouvelle marque Villas.com. Nombre d'hôteliers sont aujourd'hui Booking-dépendants, en plus de Google-dépendants. Les hébergeurs n'en sont pas moins vent debout contre la centrale de réservations hôtelières, qui leur coûte des sommes astronomiques en commission, achète sur Google les noms des hôtels, et impose la parité tarifaire. Dénonçant un rapport de force déséquilibré, le ministère de l'Economie a d'ailleurs assigné le géant de l'hôtellerie.

www.lechotouristique.com, 21 août 2014

Tourisme : le site Airbnb veut s'imposer comme une marque mondiale

Le site Airbnb, vient de créer son logo : en forme de cœur inversé dont le centre s'entrelace avec une couleur entre le rose et le rouge. Ce logo a pour vocation d'asseoir la marque. Jusque-là, le site de location de logement entre particuliers, qui revendique un million de voyageurs par mois, se contentait de son nom. Mais il a décidé de passer à la vitesse supérieure et de muscler sa stratégie marketing, afin d'être reconnu partout dans le monde.

Les Echos, 17 juillet 2014

Comment tirer parti de la vidéo

Selon les experts, la vidéo représentera les deux tiers de tout le trafic sur le Web en 2017. Sa présence dans un site Web multiplie par 50 la probabilité que celui-ci apparaisse sur la première page des résultats de recherche de Google. Par ailleurs, les internautes sont plus enclins à partager une vidéo avec leurs amis que du contenu textuel. [Lire l'article...](#)

Veille tourisme, 26 août 2014

Pour cela, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Caen Normandie a négocié une remise de 50 %, exclusivement réservée aux adhérents Calvados Accueil, sur les forfaits proposés par le photographe agréé du Calvados : Fabien Mahaut. Cette offre est valable jusqu'au 31 octobre 2014 seulement, si vous souhaitez en bénéficier, contactez rapidement votre service tourisme.

Bonnes pratiques d'accueil numérique

La multiplication des canaux d'information touristique va de pair avec la nécessité, pour les destinations, de revoir leur approche d'accueil de la clientèle. Les offices de tourisme doivent se renouveler afin de répondre aux besoins des visiteurs, d'engager les résidents, de satisfaire les exigences de leurs membres et de mobiliser les prestataires touristiques. [Lire l'article...](#)

Veille tourisme, 25 juin 2014

Activités touristiques : le potentiel inexploité de la commercialisation en ligne

Les activités touristiques, qui incluent aussi les visites, les attractions et les événements, sont très souvent intégrées à un forfait vendu par un agent de voyages ou sont achetées sur place par le visiteur. L'offre est fragmentée par une multitude de petits prestataires ne disposant pas des ressources technologiques pour proposer un site Web transactionnel. L'ensemble des activités touristiques est traditionnellement regroupé sur les sites des offices de tourisme, mais il est rare que ceux-ci disposent d'une billetterie. Néanmoins, quelques-unes font figure de pionnières, telles que les sites des offices de tourisme de Sète, de Saint-Émilion en France. Afin de tirer profit du phénomène qui touche le secteur des activités touristiques, des intermédiaires en ligne tirent leur épingle du jeu.

Les voyageurs peuvent facilement réserver leurs billets pour un zoo, un festival, un musée ou encore une excursion en kayak sur un même site Web, grâce à de nouvelles plateformes qui vendent en direct une multitude d'activités touristiques. Le volume des ventes en ligne devrait croître de 45% d'ici 2015 et représenter plus de 30% des revenus totaux en Europe. [Lire l'article...](#)

Veille tourisme, 18 aout 2014

Encourager la réservation hôtelière en direct

La multiplication des intermédiaires en ligne et les stratégies imposantes des plus grands joueurs en distribution rendent la vie dure aux hôteliers. Constatant l'augmentation de leurs coûts d'acquisition de la clientèle en ligne, les établissements doivent redoubler d'efforts pour inciter celle-ci à faire affaire directement par leur site Web. [Lire l'article...](#)

Veille tourisme, 21 aout 2014

REGLEMENTATION

Conditions d'utilisation du logo « fait maison » dans la restauration

<http://vosdroits.service-public.fr/professionnels-entreprises/F32212.xhtml?xtor=EPR-140>

Obligation d'information des allergènes dans les plats - les professionnels inquiets

Le 13 décembre prochain, entrera en vigueur le règlement européen rendant obligatoire l'information sur les allergènes contenus dans les plats. À partir du 13 décembre 2014, les restaurateurs auront l'obligation d'informer les clients sur les allergènes contenus dans les plats proposés dans leur restaurant. Si cette nouvelle obligation n'est pas remise en cause par les professionnels, l'Umih, principal syndicat de l'hôtellerie et de la restauration, s'inquiète néanmoins des modalités de son application en France. [Lire l'article...](#)

Cafe-Hotel-Restaurant.com, 03 septembre 2014

Maître Restaurateur, l'autre gage d'une cuisine authentique

Le label fait maison n'est pas seul dans la vie gastronomique. Le Président de l'AFMR nous parle de son label qualité, Maître Restaurateur. Le 15 juillet dernier, le décret relatif à la mention « fait maison » dans certains restaurants, entré en vigueur. Mais ce nouvel outil, utilisé pour garantir un certain degré d'authenticité gastronomique et tenter de limiter la cuisine dite d'assemblage, n'est pas la seule dans le paysage de la restauration française. « Restaurateurs de France », « Qualité Tourisme »... les labels ont fleuri ces dernières années, dans le but de rassurer les consommateurs. Parmi ceux-ci, c'est sur le titre de « Maître Restaurateur » que nous nous attardons aujourd'hui. Décerné par l'Etat depuis 2007, ce titre garantit une cuisine de qualité. Il récompense le professionnalisme conjugué d'un chef et de son établissement, et reste le seul titre officiel de la restauration traditionnelle indépendante. [Lire l'article...](#)

24 matins.fr, 31 juillet 2014

Taxe de séjour : Bercy renvoie le débat à la rentrée

Après la polémique des dernières semaines, sur le relèvement de la taxe de séjour, le gouvernement veut prendre le temps de la réflexion. Il a ainsi déposé deux amendements visant à supprimer le relèvement du

plafond légal des taxes de séjour hôtelières voté par l'Assemblée en première lecture. Le gouvernement entend ainsi repousser toute mesure sur ce sujet au projet de loi de finances 2015 qui sera débattu à l'automne. Les Echos, 16 juillet 2014

FREQUENTATION

Quelles régions de France bénéficient le plus du tourisme ?

83 MILLIONS de touristes étrangers sont venus en France en 2012, selon les données de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT). Tour Eiffel et musées parisiens, Côte d'Azur ou pistes de ski... La France reste, en 2013, en tête des destinations touristiques mondiales. Pourtant, toutes les régions ne tirent pas leur épingle du jeu de manière équivalente, comme on peut le voir en s'intéressant aux dépenses des touristes dans les régions françaises. [Lire l'article...](#)

Le Monde, 04 août 2014

La France a été le pays le plus visité au monde en 2013

La France a été, en 2013, le pays le plus visité au monde, avec 84,7 millions de touristes étrangers, en hausse de 2% par rapport à 2012, selon l'étude annuelle de la DGCS et de la banque de France. www.entreprises.gouv.fr

Les Echos, 12 août 2014

L'été 2014 a meurtri le tourisme français

La France a attiré 4% de vacanciers en moins. Seule la Bretagne a échappé aux effets de la météo. Normandie : la météo a éclipsé les commémorations. « En Normandie, la saison avait démarré avec des résultats extraordinaires observés dans tous les secteurs d'activités dès le début du mois de juin », note Jean-Louis Laville, directeur de Comité régional du tourisme. Chaleur, soleil et ciel bleu avaient en effet lancé les cérémonies internationales du Débarquement, le 6 juin dernier à Ouistreham. Si les nombreux musées et lieux de visite liés au Jour J ont pu faire le plein de visiteurs, les hébergements et la restauration n'ont pas bénéficié du même apport. « Nous ne sommes pas dans l'exceptionnelle saison qu'on aurait pu imaginer. Heureusement, la présence très soutenue des visiteurs étrangers sauve la mise », résume Philippe gay, directeur du Comité départemental de tourisme du Calvados. Dernier espoir : les Jeux équestres mondiaux en Normandie.

Les Echos, 26 août 2014

FREQUENTATION SUR NOTRE TERRITOIRE

L'été, c'est leur business. La Normandie surfe sur la vague du 6 Juin

Un mois après l'affluence du 70e anniversaire du Débarquement, la Normandie, quatrième région de France pour les courts séjours, espère un prolongement de la fréquentation cet été. Avec le retour des Anglais. Quatrième : La Normandie retrouve sa quatrième place pour les courts séjours qu'elle avait perdue depuis sept ans. *Ex aequo* avec Provence-Alpes-Côte d'Azur et derrière l'Ile-de-France, Rhône-Alpes et les Pays de la Loire. [Lire l'article...](#)

Ouest-France Entreprises, 11 juillet 2014

Tourisme : tous les voyants de la Normandie sont au vert

Le Comité régional de tourisme (CRT) rendait jeudi 10 juillet ses premiers chiffres pour la saison 2014, jugés excellentes. A tel point que la Normandie devient pour la première fois depuis 2007, la 4ème région française (ex-æquo avec la région PACA), la plus visitée dans la catégorie des courts séjours. Des résultats particulièrement positifs, amplifiés par les commémorations du 70ème anniversaire du Débarquement, qui ont attiré des touristes français et étrangers.

Tendance Ouest, 18 juillet 2014

Le D-Day booste le tourisme du Calvados

Les chiffres avancés par la préfecture étaient vertigineux : plus de 800 000 visiteurs en quatre jours, entre le 5 et le 8 juin dernier dans le Calvados pour commémorer le 70ème anniversaire du Débarquement. A Calvados Tourisme, aucun chiffre n'est pour l'instant avancé, concernant cette fréquentation « mais le 70ème a été une vraie réussite sur le plan touristique », admet, Philippe Gay, le Directeur. Après un début d'année assez calme, dans le département, le flux des visiteurs s'est intensifié au moment des vacances de Pâques, avant de prendre son envol en juin. Calvados Tourisme a vu l'activité du secteur explosé avec une hausse importante de la clientèle étrangère. Enfin, les visites des sites et des musées liés aux Débarquement, ont fait un bond de 30 à 50 % par rapport à l'année dernière.

Liberté, 24 juillet 2014

Saison touristique : les belles promesses de juin et juillet

Avec une météo au beau fixe et des commémorations internationales, le tourisme bas-normand affiche des chiffres en hausse. Sauf dans l'Orne, qui compte sur les Jeux équestres mondiaux. 55% des professionnels du tourisme en Basse-Normandie sont satisfaits du mois de juillet, contre 40% en juillet 2013. C'est le résultat d'une enquête du Comité régional du tourisme de Normandie. ctn.pro-normandie-tourisme.com-juillet-2014 ; ctn.pro-normandie-tourisme.com

Ouest-France, 7 août 2014

Résultats du tourisme du Calvados

www.calvados-tourisme.com

ZOOM SUR NOTRE TERRITOIRE

Nouvelle marque « Chef & terroir » : Représenter la diversité de la cuisine normande

Après 15 ans de bons et loyaux services, la marque « L'Assiette de Pays » est remplacée par un nouveau label : « Chef & terroir », et change pour l'occasion de logo. Témoignages. Corinne Lusseau, Café de la Liberté à Villers-Bocage : « Le label nous ouvre des portes » ; Franck Jardin, de La Table de Vire : « L'Assiette de Pays, il n'en était pas question ! ». www.normandie-pays.com

La Voix le Bocage, 7 août 2014

Caen. Ils étaient 4 750 visiteurs hier au Mémorial

Effet 70e ? Effet météo ? Hier, 4 750 personnes ont visité le Mémorial. Un record ? Presque. Un nombre qui talonne le record de 1994, avec ses 4 850 entrées. Jour d'affluence sur l'esplanade du Mémorial. Hier midi, quelque 200 personnes faisaient la queue devant la façade du musée, recouverte depuis le début de l'été par une fresque monumentale de l'artiste Jef Aerosol et la plasticienne Decaroline.

Ouest-France, 7 août 2014

Caen – Archéologie : dernier été de fouilles au château

Dans le secteur de la salle des Ramparts, un quatrième et dernier été de fouilles archéologiques a débuté. Une salle d'apparat où se réunissait le pouvoir y retrouve la lumière.

Ouest-France, 12 et 13 juillet 2014

Une nouvelle attraction à Festyland qui prépare son plus grand projet

Le 11 juin 2014, Festyland a fêté ses 25 ans. Pour l'occasion, le parc s'est offert le projet d'une nouvelle attraction pour 2015. Cette nouveauté sera une attraction familiale à sensation « Kaskade ». Le budget pour cette nouvelle création est de 1,5 millions d'euros. Le parc attend de 20 000 à 30 000 visiteurs de plus, grâce à cette nouvelle attraction. Liberté, 10 juillet 2014

Envie d'un petit « trucks » à manger ?

Le food-trucks ou camion d'alimentation a pour principe de transformer un camion en cuisine roulante. Ce concept très à la mode a permis à deux jeunes entrepreneurs de se lancer dans la restauration. A bord de leur camion, Jérémy Varin et Laura Neuville propose pour moins de 10 euros, une formule incluant un burger ou une salade. Leur camion « C'est quoi ce truck », navigue tous les jours entre le Zénith, les soirs de concert, la rue Alfred Kastler, le Citis, Fleury-sur-Orne ou encore Cabourg.

Liberté, 18 juillet 2014

Un simulateur de pilotage à Caen

Le 25 avril dernier, une nouvelle activité de loisirs intérieurs s'est installée dans l'enceinte du laser Game des Rives de l'Orne à Caen : un simulateur de pilotage.

Liberté, 17 juillet 2014

L'Office de tourisme reprend ses visites historiques

L'office de tourisme de Ouistreham reprend ses visites historiques, sous la direction de Floriane Gherrak, chargée du patrimoine. La première randonnée permettra de découvrir les sites évoquant le Débarquement et la Bataille de Normandie. Les autres randonnées auront lieu le 20 août et le 11 septembre avec des circuits complètement différent.

Ouest-France, 11 juillet 2014

Courseulles-sur-Mer. L'office de tourisme lance son nouveau site Internet

Anoncé il y a quelques mois à l'assemblée générale de l'office de tourisme, le nouveau site Internet vient d'être lancé. « Nous sommes heureux d'annoncer la mise en ligne du site dédié à la promotion touristique de notre charmante ville : www.courseulles-tourisme.fr », explique Pierre Lequesne, chargé d'animation numérique de l'office.

Bayeux. La Tapisserie décroche ses trois étoiles

Dans la nouvelle édition du Guide vert, le musée est considéré comme un site qui « vaut le déplacement ». Cet été, la Tapisserie bat des records de fréquentation. Notamment mardi, avec plus de 3 000 entrées en une journée. Ouest-France, 8 août 2014

Bayeux. La vraie manne des touristes étrangers en juillet

Pour le premier mois des vacances, les commerces bayeusains affichent de larges hausses de chiffres d'affaires, et ce, grâce aux nombreux touristes étrangers.

Hôtels : Le mois de juillet a été tout simplement parfait. Surtout pour l'hôtel Churchill, qui a affiché complet tous les jours. Derrière ces bons résultats, la clientèle étrangère a eu son rôle à jouer. « Les touristes américains sont les plus nombreux, ils ne restent pas plus de deux jours, en général, étant donné qu'ils sont de passage. » Restaurants : Là aussi, ils peuvent dire « Thank you » aux Américains. Dans le restaurant de Nathalie Mallet, gérante de la Fringale, on parle plus l'anglais que le français. « 80 % de notre clientèle est étrangère. Nous avons beaucoup d'Américains, mais aussi des Italiens, des Anglais, des Hollandais et même quelques Russes », indique la gérante. [Lire l'article...](#)

Ouest-France Entreprises, 04 aout 2014

Aurigny achève la Tapisserie de Bayeux

Après plus d'un an de travail, les habitants de l'île anglo-normande d'Aurigny, dévoilent la suite de la Tapisserie de Bayeux. Pendant plus d'un an, 416 habitants de l'île se sont attelés à broder quatre ultimes scènes racontant

les événements survenus en Angleterre entre le 14 octobre et le 26 décembre 1066. Pour la première fois depuis son achèvement, la broderie est exposée au musée de la Tapisserie, tout près de l'originale.

Ouest-France, 3 juillet 2014

L'agence Gold Beach a fait de l'histoire une carte de visite

Implantée depuis 2003 au cœur des plages du Débarquement, l'agence de loisirs Gold Beach, insuffle une dose d'histoire aux séjours des vacanciers. A travers plusieurs formules, la structure touristique propose des visites approfondies du territoire, où s'est écrit, voilà 70 ans une page de l'histoire européenne.

Ouest-France, 18 juillet 2014

Caramels d'Isigny : entre fabrication et dégustation

L'Usine « Caramels d'Isigny », a accueilli l'an dernier 20 000 visiteurs dans le cadre des visites d'entreprise. Cette année encore, les curieux sont invités à découvrir le cycle complet de fabrication des caramels. Une visite, agrémentée d'une dégustation des produits. L'année prochaine, les visiteurs ne pourront plus accéder directement au cœur de l'usine. « Nous ouvrirons au printemps prochain, un espace pédagogique... ». « L'atelier sera toujours visible, mais il n'y aura plus de passage à l'intérieur.. ». Pour l'heure et jusqu'à fin septembre, les visites se poursuivent sans rendez-vous pour les particuliers. Pour les groupes, les visites sont organisées sur rendez-vous à partir de 30 personnes. Elles se déroulent seulement le matin.

La Renaissance le Bessin, 25 juillet 2014

Le geocaching, une chasse au trésor mondiale !

Le geocaching est une chasse au trésor 2.0 qui permet de découvrir le patrimoine à travers le monde. Plus de 2 millions de geocaches sont répertoriées dans 222 pays sur les différents sites web communautaires, dédiés à ce loisir. Ils sont souvent installés dans des endroits historiques ou qui présentent un intérêt géographique. A Falaise, une trentaine de caches sont dissimulées.

Ouest-France, 29 juillet 2014

Jurques – Le zoo, un lieu de détente et de découverte

Le parc zoologique de Jurques, créé en 1977, est l'un des fleurons touristiques du Bocage normande. Avec ses 15 ha, le zoo est un lieu de loisirs à découvrir ou à redécouvrir avec toutes ses nouveautés. Depuis le début de la saison, une immense volière de 600 m², permet au public d'entrer en contact avec les perroquets, dont les plus grands perroquets du monde, les aras hyacinthe.

Ouest-France, 17 juillet 2014

Vire. Une exposition plébiscitée à la Porte-Horloge

L'accueil et les thèmes déclinés par « Vire, été 1944 : le prix de la liberté » sont unanimement appréciés des visiteurs, dont certains viennent de loin. Une belle reconnaissance pour le travail des bénévoles.

Ouest-France, 4 août 2014

Un apprentissage de la nature par les pieds !

Dès février 2015, une nouvelle activité fera son apparition sur le site de la Souleuvre : un parcours sensoriel avec les pieds. L'offre de loisirs s'enrichit donc d'une attraction familiale, originale en complément de la luge sur rail, inaugurée il y a un an.

La Voix le Bocage, 24 juillet 2014

La luge d'été ? Un ascenseur émotionnel

Descendre le long d'un rail à près de 45 kilomètre par heure, c'est ce que propose la nouvelle luge d'été à Clécy. Une activité riche en émotions et en sensations.
Ouest-France, 21 juillet 2014

Saint-Rémy-sur-Orne. Quel avenir pour les Fosses d'Enfer ?

Face à la baisse continue de fréquentation du musée des Fosses d'Enfer, l'équipe municipale s'interroge sur l'avenir du lieu. Toutes les propositions sont étudiées. « Le musée des Fosses d'Enfer est loin d'être inintéressant mais il est complètement obsolète... », lance Serge Ladan, maire de la commune. Et ce n'est pas là le seul souci. « Conçue pour des scolaires, la partie géologie reste pointue et relativement complexe à déchiffrer seul... », ajoute Didier Malhaire, adjoint.
L'Orne Combattante, 28 août 2014

Une nouvelle salle pour les dinosaures

En 2014, les dinosaures normands se sont installés dans une nouvelle scénographie au Paléospace de Villers-sur-Mer. Cette collection de fossiles unique en son genre a été découverte sur les terres normandes. Le Pays d'Auge, 1er juillet 2014

Beuvron-en-Auge, le village le plus touristique de Normandie

Ce village de carte postale, situé au cœur du Pays d'Auge, dans le Calvados, accueille 250 000 touristes chaque année. Beuvron-en-Auge ... Le nom fleure bon l'authentique et la France du terroir. Avec ses maisons à colombages et ses verts pâturages, sa place animée et ses boutiques traditionnelles, Beuvron est une carte postale. C'est aussi l'un des plus beaux villages de France, et il figure en bonne place des guides touristiques du monde entier. Beuvron fait aussi partie des circuits proposés aux touristes asiatiques, qui enchaînent Paris, Beuvron et le Mont-Saint-Michel.
France 3, 17 aout 2014

Baby-boom au parc de Cerza

Pandas roux, loups blancs d'Alaska, Alpagas.... En peu de temps les naissances ont garni le carnet rose du zoo situé près de Lisieux. Tous sont visibles par le public depuis leur enclos, en plein air ou sous la serre tropicale. Le Cerza, qui accueille près de 300 000 visiteurs par an, connaît l'été une forte influence. Une centaine de personnes y travaillent tous les jours, de l'ouverture à 9 heures jusqu'à la fermeture à 19 heures. Ouest-France, 21 juillet 2014

Le génie du biscuit vit à Sortosville-en-Beaumont

Chaque année, près de 500 000 visiteurs se rendent à la Maison du Biscuit. Des visiteurs venus de la France entière et même au-delà pour découvrir une biscuiterie qui a des allures de parc d'attraction. Le tout situé à Sortosville-en-Beaumont, près de Barneville-Carteret. Dans cette biscuiterie, ouverte 7 jours sur 7 et 11 mois de l'année sur 12, et dont la façade reproduit une rue du début du siècle, l'établissement propose un univers étonnant mêlant biscuits maison, produits régionaux et antiquités en tous genre. Un mariage qui fait recette, car chaque année, et cela depuis plus de 100 ans, la famille Burnouf produit 400 tonnes de biscuit et propose un choix de 7 000 références différentes.
La Manche Libre, 26 juillet 2014
