



**RAPPORT PREPARE PAR M. PIERRE BAUDOIN  
AU NOM DE LA COMMISSION DE LA CULTURE,  
DES SPORTS, DES LOISIRS ET DU TOURISME**

**RAPPORT RELATIF  
AU SCHEMA REGIONAL  
DE DEVELOPPEMENT DU TOURISME  
ET DES LOISIRS  
D'ILE-DE-FRANCE POUR 2000-2010**

---

**Pierre BAUDOIN**

**13 AVRIL 2000**

# SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>3</b>
<b>PREAMBULE .....</b>	<b>4</b>
1) Les premiers éléments de la démarche du CESR .....	4
2) Le rapport OLIVEREAU d'octobre 1998 .....	6
3) La participation du CESR a la préparation du nouveau schéma régional.....	7
<b>A - LE DIAGNOSTIC DU TOURISME ET DES LOISIRS EN ILE DE FRANCE POUR 1989-1999.....</b>	<b>8</b>
1) Les principaux repères de l'activité touristique francilienne .....	8
2) Les facteurs de mise en concurrence touristique.....	8
a) L'évolution du comportement des touristes.....	9
b) L'augmentation de l'attractivité des autres régions françaises .....	9
c) Les besoins d'identification de l'ensemble du territoire francilien.....	10
3) Les éléments d'une politique régionale du tourisme .....	11
<b>B - LA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DU TOURISME ET DES LOISIRS     EN ILE-DE-FRANCE POUR 2000-2010 .....</b>	<b>12</b>
1) Les objectifs stratégiques .....	12
2) Les outils de mise en œuvre.....	13
3) Les connexions avec d'autres politiques régionales.....	14
<b>C - LES PRINCIPAUX AXES D' ACTIONS DU TOURISME ET DES LOISIRS POUR 2000-2006 .....</b>	<b>16</b>
1) Les actions transversales : accueil, information, communication, distribution.....	16
2) Les actions vers les clientèles prioritaires .....	16
a) Les clientèles d'affaires .....	16
b) Les jeunes .....	17
c) Les familles avec enfants .....	17
3) Les actions sur les filières .....	17
a) Le tourisme culturel .....	17
b) Le tourisme industriel, technique et scientifique.....	18
c) Les loisirs de découverte et les activités de plein air .....	18
d) Le tourisme fluvial.....	18

<b>D - LES PROJETS -PILOTES DU TOURISME ET DES LOISIRS EN ILE-DE-FRANCE POUR L'AN 2000.....</b>	<b>19</b>
<b>Projet-pilote n° 1 : FAIRE DE L'OBSERVATOIRE REGIONAL DU TOURISME D'ILE-DE-FRANCE (ORTIF) UN OUTIL EFFICACE ET RECONNU DE L'OBSERVATION ECONOMIQUE DU TOURISME ET DE LA VEILLE - MARKETING .....</b>	<b>19</b>
<b>Projet-pilote n° 2 : DEFINIR AVEC LES PARTENAIRES LES STRUCTURES IDOINES DE PROMOTION TOURISTIQUE DE PARIS-ILE -DE-FRANCE .....</b>	<b>20</b>
<b>Projet-pilote n° 3 : AMENAGER LES PORTES D'ENTREES DE LA REGION ET SOUTENIR LE RESEAU D'ACCUEIL DE LA FEDERATION REGIONALE DES OFFICES DE TOURISME ET DES SYNDICATS D'INITIATIVE (FROTSI).....</b>	<b>20</b>
<b>Projet-pilote n° 4 : DEVELOPPER LES NOUVELLES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION : BASE DE DONNEES D'INFORMATION REGIONALE ET PLATEAU TELEPHONIQUE.....</b>	<b>21</b>
<b>Projet-pilote n° 5 : METTRE EN PLACE UN PLAN REGIONAL DE SIGNALISATION ET DE SIGNALIETIQUE TOURISTIQUES.....</b>	<b>23</b>
<b>Projet-pilote n° 6 : METTRE EN PLACE UN PLAN-QUALITE DU TOURISME EN ILE-DE-FRANCE AVEC LES PROFESSIONNELS ET LES CHAMBRES CONSULAIRES .....</b>	<b>23</b>
<b>Projet-pilote n° 7 : FAVORISER LE TOURISME ET LES LOISIRS DES JEUNES, EN PARTICULIER GRACE A LA MISE EN PLACE D'UNE CARTE MULTI-LOISIRS .....</b>	<b>24</b>
<b>Projet-pilote n° 8 : CREER UNE CELLULE "EVENEMENTIEL".....</b>	<b>25</b>
<b>Projet-pilote n° 9 : SOUTENIR LA PREPARATION DU DOSSIER DE CANDIDATURE DE PARIS-ILE DE FRANCE AUX JEUX OLYMPIQUES DE 2008 .....</b>	<b>25</b>
<b>Projet-pilote n° 10 : <u>ACTION 1</u> : APPORTER UNE EXPERTISE TECHNIQUE SUR LE TOURISME AU PROCHAIN SCHEMA REGIONAL DE FORMATION.....</b>	<b>26</b>
<b><u>ACTION 2</u> : METTRE EN PLACE UN FORUM DE VALORISATION DES METIERS DU TOURISME.....</b>	<b>26</b>
<b><u>ACTION 3</u> : ACCOMPAGNER LE DISPOSITIF DES EMPLOIS JEUNES .....</b>	<b>27</b>
<b>E - LE PLAN MARKETING DU TOURISME ILE DE FRANCE POUR 2000-2002.....</b>	<b>28</b>
<b>F - LES CONVENTIONS D'APPLICATION DU SCHEMA.....</b>	<b>28</b>
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>29</b>
<b>GLOSSAIRE .....</b>	<b>30</b>
<b>ANNEXE.....</b>	<b>31</b>
<b>Evaluation budgétaire provisoire des dix projets pilotes pour la période 2000-2006 .....</b>	<b>32</b>

## INTRODUCTION

Le CESR est appelé à donner son avis sur le rapport du Conseil régional , relatif au projet de schéma régional de développement du tourisme et des loisirs pour 2000-2010, au sein duquel ont été retenues de nombreuses orientations et propositions qu'il a eu l'occasion de formuler lors de travaux précédents.

Aussi a-t-il semblé utile à notre Assemblée de rappeler brièvement les principales étapes d'une démarche qu'elle a engagée depuis plus de quinze ans pour contribuer activement à la réflexion conduite au niveau régional afin de dynamiser le tourisme en Ile-de-France.

Après ce préambule, le CESR a estimé nécessaire de présenter ses réflexions, observations et propositions en suivant l'articulation des différentes parties qui structurent ce projet de schéma régional.

Cependant, le CESR a préféré présenter son avis en regroupant observations et propositions en quelques grandes thématiques.

Tout au long de la préparation du rapport et du projet d'avis du CESR relatif au schéma régional de développement du tourisme et des loisirs pour 2000-2010, la commission de la culture, des sports, des loisirs et du tourisme de notre Assemblée a pu bénéficier d'une excellente coopération de la part des services du Conseil régional et du CRT et tient à remercier les personnalités qu'elles a pu entendre :

- ⇒ Monsieur Francis PARNY, Vice-Président du Conseil régional d'Ile-de-France, chargé des sports, des loisirs et du tourisme ;
- ⇒ Monsieur Jean-Luc MICHAUD, Président du Comité régional du tourisme et Conseiller régional d'Ile-de-France ;
- ⇒ Monsieur Jacques PERRILLIAT, Président de l'Office du tourisme de Paris.

Le rapporteur, Monsieur Pierre BAUDOIN, ainsi que les membres de la commission du CESR en charge du tourisme, se réjouissent du dialogue ouvert et fructueux qui a pu être approfondi à l'occasion de cet important exercice de réflexion et de proposition.

## PREAMBULE

L'impact du tourisme sur l'emploi et la création de richesse, déjà important, peut être puissamment renforcé pour autant que l'on s'en donne l'ambition et les moyens.

*“ Aujourd’hui, le tourisme en France est à un tournant. Son environnement évolue très rapidement : les comportements des touristes se diversifient ; la concurrence internationale s’intensifie ; de nouvelles technologies apparaissent. Le tourisme ne peut plus se développer sans une réelle stratégie. Or, le tourisme peut être l’une des chances essentielles de la France de demain. Les activités de services sont, et seront, de plus en plus, les activités du futur. Il faut avoir l’audace d’accepter ce défi ”*

En mettant en exergue cet extrait -prémonitoire- de l'avis du CES national adopté en 1984 et relatif au tourisme, le rapport du CESR d'Ile-de-France, préparé la même année par M. Pierre LAUTUSSIER, mettait en perspective les recommandations qu'il formulait pour promouvoir dans notre région une activité touristique riche de potentialités de développement.

### **1) Les premiers éléments de la démarche du CESR**

Dès 1984, le CESR proposait ainsi la mise en œuvre de stratégies spécifiques détaillées à l'intention des différents types de “ clientèles ” auxquelles il convenait de proposer de “ nouveaux produits ” en s'appuyant sur le rayonnement de Paris pour faire venir et séjourner dans l'ensemble de la région un nombre accru de touristes français et étrangers.

Dans ce même rapport, le CESR soulignait la nécessité de favoriser les loisirs de proximité des Franciliens, notamment grâce à une utilisation continue et polyvalente des bases de loisirs ainsi qu'à une valorisation des différentes formes de tourisme vert et des circuits à thèmes qui intéressent, aussi, d'autres catégories de visiteurs extérieurs à la région...

En ce qui concerne les structures, le rapport précité préconisait, entre autres mesures francilien, le renforcement du rôle moteur et des moyens du comité régional du tourisme (CRT) ainsi que la création d'un observatoire francilien du tourisme.

Enfin, le CESR souhaitait *“ l'élaboration d'un schéma régional de développement touristique afin de déterminer les politiques sectorielles à mettre en œuvre, le cadre de réalisation à arrêter, les incitations à mettre en place ”*.

Aussi, après avoir tracé les grandes lignes d'un projet aux composantes multiples, le CESR a-t-il étudié avec intérêt le premier schéma régional du tourisme et des loisirs d'Ile-de-France présenté au début de 1989.

Dans son avis adopté le 10 février 1989, sur le fondement d'un rapport également élaboré par M. Pierre LAUTUSSIER, le CESR regrettait que ce premier schéma régional soit davantage un document d'orientation que de développement et n'établisse pas, entre les différentes propositions, de véritable échancier dans la mise en œuvre des initiatives proposées, notamment dans le "développement des lignes de produits porteurs" : tourisme d'affaires et de congrès, tourisme vert, tourisme culturel, sportif, parcs d'attraction et de loisirs,...

Dès 1989, le CESR jugeait indispensable de différencier tourisme et loisirs et de distinguer à cet effet les actions concernant les visiteurs français et étrangers de celles concernant les Franciliens mais il lui apparaissait également urgent d'apporter des solutions adaptées aux problèmes de formation, de modernisation de l'hôtellerie indépendante, de l'accueil des jeunes...

L'avis du CESR du 13 février 1992 relatif au schéma régional du tourisme fluvial (seule véritable répercussion du schéma régional de 1989) et le rapport de M. René BOKOBZA sur la base duquel il avait été adopté, retenaient une "option incitative" destinée à engager ou soutenir des initiatives locales, publiques et privées et à coordonner les projets et les réalisations à partir d'un programme d'équipements adapté aux potentialités touristiques des vallées d'accueil retenues, l'équipement du réseau navigable constituant par ailleurs un objectif majeur.

Pour sa part, M. Claude PAYEMENT, dans son rapport relatif au développement culturel en Ile-de-France, sur le fondement duquel le CESR a rendu son avis du 6 juin 1996, mettait en relief les liens très étroits entre tourisme et culture. Ce rapport recommandait qu'une information claire et détaillée de l'offre culturelle et touristique soit accessible tant par les moyens traditionnels que par les nouvelles possibilités offertes par l'informatique et les télécommunications, ce qui implique une coopération toujours plus étroite entre le Conseil régional, le CRT et les différents médias.

La démarche engagée depuis 1984 par le CESR a donc servi de cadre de référence, en matière de tourisme, à ses travaux tels que les communications du 28 juin 1990 sur le Livre blanc "schéma directeur d'Ile-de-France (SDRIF)" et du 4 décembre 1991 sur l'avant projet de SDRIF, l'avis sur le projet de SDRIF (19 janvier 1993), la contribution à la définition des orientations prioritaires du plan régional pour 1994-1999 (24 juin 1993) et de celui pour 2000-2006 (11 février 1999) ou les avis annuels sur le projet de budget régional.

## **2) Le rapport OLIVEREAU d'octobre 1998**

La clé de voûte de cette démarche a été constituée par le rapport de M. Joseph OLIVEREAU “ Le tourisme en Ile-de-France : emploi et retombées économiques ” à partir duquel le CESR a adopté son avis du 8 octobre 1998.

L'état des lieux qui a été dressé dans le rapport de M. OLIVEREAU permet de mesurer l'importance déterminante du poids économique et humain du tourisme en Ile-de-France (un chiffre d'affaires d'environ 250 Milliards de F en 1996 et 1997, un nombre d'emplois directs de 250 000 et indirects de l'ordre de 500 000) et de bien appréhender les différentes composantes du tourisme francilien : celui qui est lié tant aux équipements d'hébergement et de restauration, qu'au patrimoine naturel et bâti ou celui enfin de caractère “ ludique ”.

Le rôle et la place des acteurs du tourisme font l'objet d'une analyse fouillée, qu'il s'agisse de ceux agissant dans le domaine de la formation, qualifiée de “ *sérieuse mais pas toujours adaptée, avec un grand pourcentage de déperdition* ”, ou des nombreux prescripteurs. Les disparités entre les différents comités départementaux du tourisme (CDT) et l'office de tourisme de Paris, de même que l'insuffisance des moyens du CRT sont mis en exergue.

Le rapport rappelle également les difficultés rencontrées par les entreprises du secteur touristique et le manque de cohérence des interventions publiques en Ile-de-France .

Les “ recommandations pour améliorer l'emploi ” dessinent les lignes de force d'une vaste politique intéressant les acteurs institutionnels du tourisme et leurs interventions à commencer par l'Union européenne, appelée à favoriser la réalisation de programmes de soutien à des projets, en particulier en faveur des jeunes, et à faciliter les échanges intra-communautaires entre collaborateurs des différentes professions du tourisme.

Pour sa part, l'Etat est invité à donner une place plus importante au tourisme, en termes budgétaires mais aussi en clarifiant les structures gouvernementales, à prendre en compte le tourisme dans le prochain CPER, à engager une action éducative plus volontariste en revalorisant l'image des métiers du tourisme.

Enfin, la puissance publique est sollicitée pour apporter un accompagnement mieux adapté aux entreprises du secteur touristique.

Les recommandations du rapport de M. OLIVEREAU, relatives aux interventions de la Région, concernent notamment :

- ⇒ la recherche d'une plus grande cohérence avec les CDT et dans le secteur des multimédias ;
- ⇒ le renforcement de l'efficacité des outils régionaux dans le domaine du tourisme est préconisé (CRT/Espaces du tourisme, ORTIF...) ;
- ⇒ le développement des actions spécifiques (Bases de plein air et de loisirs (BPAL), tourisme fluvial dans le cadre du Bassin parisien...) ;
- ⇒ la prise en compte de certaines perspectives en matière de coopération interrégionale, de promotion de la qualité, ou encore de stratégie spécifique à l'intention des seniors...

S'agissant particulièrement de la politique régionale de formation en matière de tourisme, la création d'une structure de coordination entre formateurs, partenaires (Région et entreprises) et ANPE régionale est souhaitée afin de prévoir les besoins réels et apporter les réponses adéquates en évitant les doublons.

L'ensemble du rapport de M. Joseph OLIVEREAU est une incitation puissante à valoriser, enfin pleinement, un exceptionnel potentiel économique et humain, à rassembler et à coordonner toutes les énergies.

### **3) La participation du CESR à la préparation du nouveau schéma régional**

“ **Le tourisme est l'affaire de tous** ”, tel a été le message fort du CESR aux Assises régionales du tourisme qui, en décembre 1998, ont été le prélude à l'élaboration du nouveau schéma régional de développement du tourisme et des loisirs placée sous l'égide de M. Francis PARNY, Vice-Président du Conseil régional, chargé des sports, des loisirs et du tourisme.

La phase de concertation, qui s'est déroulée tout au long de l'année 1999, a mobilisé plus de 1 200 personnes au cours de 133 réunions organisées au niveau régional, notamment au sein des cinq commissions thématiques suivantes :

- ⇒ filières et produits ;
- ⇒ loisirs des Franciliens ;
- ⇒ image, communication, promotion, accueil et information ;
- ⇒ aménagement du territoire et valorisation des ressources ;
- ⇒ économie, emploi, formation.

Au cours de cette importante phase de réflexion et de concertation à laquelle le CESR a été pleinement associé, Monsieur Joseph OLIVEREAU a participé au comité de pilotage du schéma régional et Monsieur Didier SIMOND a présidé la commission thématique du schéma “économie, emploi, formation”. En outre, les membres de la commission du CESR en charge du tourisme ont pris une part très active aux travaux qui ont été conduits en vue de définir la nouvelle stratégie touristique régionale.



## **A – LE DIAGNOSTIC DU TOURISME ET DES LOISIRS EN Ile-de-France POUR 1989-1999**

### **1) Les principaux repères de l'activité touristique francilienne**

Avant de brosser l'ensemble de la stratégie prospective, le projet de schéma s'attache à dresser aussi un " état des lieux " qui confirme l'importance économique du tourisme : 250 milliards de francs (soit 38,1 milliards d'euros) dont 65 milliards de francs (9,9 milliards d'euros) en devises soit un tiers de l'activité touristique nationale et 10 % du P.I.B. régional, 250 000 emplois directs, 500 000 emplois directs et induits, 350 000 lits touristiques marchands, 36 millions de touristes en 1999...

Ce diagnostic permet, aussi, de mesurer les profondes mutations du tourisme dans notre région depuis une dizaine d'années.

Si l'Ile-de-France a conquis une position de leader sur le marché mondial grâce à une forte progression de la fréquentation étrangère (10 millions d'arrivées en 1989, 23 millions en 1999) en revanche, la fréquentation française a baissé : 13,3 millions de séjours en 1998 contre près de 17 millions en 1990.

Par ailleurs, on observe un début de rééquilibrage entre Paris intra-muros et le reste de la région dont la part, dans l'offre et la demande, est passée de 30 % en 1989 à plus de 45 % en 1999.

C'est hors de Paris que 70 % des 8 à 10 000 lits touristiques sont construits chaque année, avec un fort impact de Disneyland Paris même si d'autres secteurs se développent (Roissy, Orly, Villepinte, Versailles, les Villes Nouvelles).

Si, d'après le diagnostic, les Franciliens demeurent les Français partant le plus en vacances, ils sont aussi les plus nombreux parmi les français à effectuer un séjour en Ile-de-France mais avec une baisse tendancielle de cette fréquentation (de 20,3 % des séjours en 1990 à 18 % en 1999 de la fréquentation totale des français).

### **2) Les facteurs de mise en concurrence touristique**

Cependant, cette position de leader sur le marché mondial est menacée dans un marché globalement porteur.

De nombreux facteurs interviennent à cet égard. Notre région est fortement soumise aux aléas de l'actualité nationale et internationale car les occasions de visite et de séjour apparaissent très liées aux grandes manifestations événementielles (foires, salons, expositions, congrès).

#### a) L'évolution du comportement des touristes

On observe aussi, outre la versatilité des comportements des touristes influencés par des phénomènes de mode parfois éphémères et une évolution sensible du consumérisme.

L'offre touristique concurrentielle est surabondante car le client, consommateur averti, devient de plus en plus difficile à attirer et à fidéliser. Cette situation impose d'élaborer en Ile-de-France une démarche marketing rigoureuse.

Le diagnostic dressé par le projet de schéma régional est formel à cet égard : *“ Ne survivent aujourd'hui que ceux qui sont capables de composer un produit touristique suivant un cahier des charges draconien : une destination, une durée, un thème, des options, un mode d'hébergement, une date, un prix ”*.

Le touriste, dont la durée moyenne de séjour connaît une baisse tendancielle liée à une multiplication des “ occasions de séjour ”, est un client sensible à la diversité et à l'originalité dans les propositions d'offre. Ce client est exigeant en matière de qualité à tous les niveaux de prestation : transport, hébergement, visite de site.

#### b) L'augmentation de l'attractivité des autres régions françaises

Par ailleurs, si globalement les flux touristiques étrangers ont augmenté profitant à l'hôtellerie homologuée (+ 52 % en arrivées et + 48 % en nuitées entre 1988 et 1997), néanmoins les durées de séjour s'effritent légèrement, le poids relatif des nuitées hôtelières régresse au profit des nuitées non marchandes pendant la même période.

Le point faible de l'Ile-de-France est le tourisme français, la part de marché de notre région a régressé de 9,6 % en 1990 à 7,8 % en 1998 ,ce qui la fait reculer de la deuxième à la troisième place, derrière Rhône Alpes et Provence Alpes Côte d'Azur.

Trois facteurs sont avancés : la diminution du tourisme professionnel, celle déjà mentionnée du “ tourisme francilien ” en Ile-de-France mais aussi la réduction des flux en provenance d'autres régions.

En matière d'hébergement, l'accroissement de la fréquentation hôtelière (+ 11 % de nuitées entre 1988 et 1997) est sans doute lié à l'ouverture de Disney mais la progression de l'hébergement non marchand se poursuit.

Des stratégies efficaces de fidélisation ne semblent pas avoir été mises en place d'où l'effritement de la durée des séjours, ce qui conduit les auteurs du diagnostic à poser deux questions clés :

- ⇒ l'image "urbanisée" de l'Ile-de-France est-elle en phase avec les nouvelles aspirations touristiques naturalistes et écologistes ?
- ⇒ qu'est devenue l'attractivité "festive" de Paris ?

S'agissant du tourisme francilien, caractérisé par une notion de "demande incertaine" le diagnostic se fonde sur le poids de ce secteur pour préconiser un renforcement de sa mise en valeur en recourant notamment à trois leviers :

- ⇒ recréer l'envie par une communication adaptée ciblée et concrète ;
- ⇒ ajuster les rapports qualité / satisfaction / prix ;
- ⇒ organiser plus efficacement les moyens de transport et d'accès public.

### c) Les besoins d'identification de l'ensemble du territoire francilien

L'avant dernier volet du diagnostic est consacré aux territoires insuffisamment identifiés et valorisés.

La prééminence de Paris comme "destination" nationale et internationale, en matière d'hébergement, de grands équipements touristiques et culturels fait que ni la région ni certains de ses espaces ne pèsent véritablement sur la carte du tourisme d'agrément. Versailles, Fontainebleau, Rambouillet ou Vaux le Vicomte sont en effet avant tout des sites d'excursion et non de séjour.

L'offre régionale est peu connue, diluée, mal définie en termes d'image. Pourtant, le potentiel régional est très riche par sa diversité et par sa capacité d'adaptation à une gamme très large de clientèles et d'attentes mais ce potentiel est mal positionné et sous exploité.

Le diagnostic, là aussi, met bien en évidence la nécessité d'une véritable stratégie d'identification et d'organisation des différents territoires touristiques d'Ile-de-France.

Enfin, dernier point, l'insuffisante organisation des multiples acteurs du tourisme francilien entre eux est réaffirmée.

### **3) Les éléments d'une politique régionale du tourisme**

Le diagnostic général ainsi établi rejoint, sur de nombreux points, celui du CESR qui prend note avec intérêt des pistes d'amélioration esquissées au titre “ *d'une politique régionale du tourisme à affirmer* ” :

- ⇒ distinguer les lieux de réflexions stratégiques à moyen et long terme ;
- ⇒ concentrer et mieux coordonner l'action commerciale et de promotion de court terme en France et à l'étranger ;
- ⇒ améliorer le traitement quotidien et le service aux clients et définir les instruments et les indicateurs de suivi de résultat ;
- ⇒ augmenter la réactivité en favorisant la communication et l'information entre les acteurs et vers le client, tout en évitant les doublons grâce à la création d'une architecture de réseaux et la constitution d'une banque de données multi-clients, permettant un accès aisé à l'information ;
- ⇒ augmenter la compétence et le professionnalisme des acteurs institutionnels régionaux par une politique de formation pluriannuelle ;
- ⇒ profiter de la présence dans la région capitale des administrations centrales de l'Etat pour intégrer leur savoir aussi bien au niveau de la réflexion stratégique que des modalités d'action ;
- ⇒ décloisonner la réflexion et les modes d'action en sollicitant et en sensibilisant les secteurs connexes, transports, culture, aménagement du territoire, environnement, recherche, pôles d'excellence.

Enfin, le CESR souscrit pleinement à la proposition de mettre en place des actions de sensibilisation des décideurs politiques et économiques à l'impact socio-économique du tourisme dans leur région.

Ce faisant, il ne s'agit aucunement d'opposer le développement du tourisme à la préservation de la qualité de la vie et à la protection de l'environnement. Ce sont les composantes d'une stratégie globale qui inclut, aussi, l'éducation au tourisme, cette dernière recoupant, par certains aspects, l'éducation à la citoyenneté.

En effet, l'approche qualitative du tourisme traduit de nouvelles aspirations qu'il convient de prendre en compte et la politique menée par le Conseil régional à l'égard des parcs naturels régionaux (PNR) y contribue dès à présent.

## **B – LA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DU TOURISME ET DES LOISIRS EN Ile-de-France POUR 2000-2010**

Les objectifs socio-économiques du schéma sont volontaristes :

- ⇒ augmentation de 10 % du nombre de séjours soit 40 millions de touristes en 2006 par fidélisation des clientèles étrangères, reconquête des clientèles françaises et relance du marché francilien ;
- ⇒ augmentation de 20 % de la durée moyenne de séjours, soit 2,8 jours en 2000 grâce à l'offre de produits complets et diversifiés ;
- ⇒ augmentation de 15 % des dépenses moyennes par personne et par jour soit 800 F en 2006 par le développement de filières à plus forte valeur ajoutée (incentive, salons, expositions, congrès).

La réalisation de ces trois objectifs cumulés permettrait à l'horizon prévu une augmentation d'environ 40 milliards de FF (soit 6,10 milliards d'Euros) de retombées issues du tourisme et 80 milliards de FF (soit 12,20 milliards d'Euros) retombées indirectes et induites supplémentaires, ainsi que la création de 10 000 emplois salariés et non salariés supplémentaires directs par an.

### **1) Les objectifs stratégiques**

La stratégie de développement qui s'inscrit dans le long terme (de sept à dix ans) traduit une volonté marquée de renforcer l'identité régionale tant au plan international que national et francilien répondant ainsi à l'un des souhaits du CESR de “ *favoriser le rajeunissement de l'image de Paris et de sa région, la rendre plus vivante* ”.

Dans le cadre du **nouveau positionnement touristique** proposé, le CESR souscrit à la démarche envisagée tout en soulignant que Paris-Ile-de-France doit être davantage présenté comme une entité globale avec une volonté de complémentarité affirmée par l'ensemble des acteurs, permettant ainsi d'associer plus étroitement dans l'esprit des clientèles internationales l'image de Paris et celle du reste de la région

L'action de reconquête à entreprendre auprès des marchés national et francilien doit tenir compte de cette complémentarité d'exception (on trouve tout en Ile-de-France).

S'agissant de **la stratégie marketing hiérarchisée**, le CESR en approuve les principes généraux notamment l'intégration de la qualité comme objectif majeur et plus généralement la sélection de produits thématiques à forte image, permettant ainsi une déclinaison aisée à l'intention des trois marchés international, français et francilien.

La promotion de Paris-Ile-de-France devra tenir compte de "l'espace temps" réduit imparti aux clientèles internationales transitant par le "portail de l'Europe" en diffusant une information papier multilingue développant les diverses facettes de la région et répondant aux aspirations individuelles afin de susciter une deuxième, voire une troisième visite personnalisée.

En ce qui concerne le marché francilien, le CESR note la volonté de clarification de l'offre, de communication et de fidélisation mais insiste sur la nécessité de faire découvrir aux franciliens leur propre région par une meilleure déclinaison de l'offre en fonction des diverses attentes identifiées, grâce principalement aux techniques directement issues des bases de données clients constituées par le CRT et l'ORTIF.

En ce qui concerne les "marchés-niches", le CESR estime qu'il convient de retenir également les marchés sous-jacents tel le tourisme industriel, technique, scientifique, en tant que prolongement du tourisme d'affaires et des jeunes.

Par ailleurs, le projet de schéma semble faire l'impasse sur certaines catégories de clientèles comme celle des seniors, dont la disponibilité et les moyens d'actions ne sont pas négligeables et qui représentent une importante population prescriptrice auprès des enfants, petits-enfants et des jeunes en général.

## **2) Les outils de mise en oeuvre**

**Pour ce qui est de la stratégie territoriale plus volontariste**, le CESR en retient les principes généraux, le contenu et les outils proposés. Il souligne l'opportunité de fédérer les acteurs du tourisme, de renforcer le dialogue avec les opérateurs nationaux et internationaux.

Il apprécie que soient différenciées les approches en matière de tourisme et de loisirs. Il insiste sur le développement nécessaire d'une offre multi-activité de loisirs répondant à l'ensemble des publics franciliens mais également accessible à tous les visiteurs, notamment aux personnes à mobilité réduite.

Le CESR demande une véritable unité d'action touristique en ce qui concerne l'un des atouts du tourisme francilien : " le tourisme fluvial ", celui-ci pouvant irriguer une partie du territoire et étant l'un des éléments de mise en valeur, avancé dans les propositions des conseils généraux et leurs CDT.

Il note avec satisfaction les propositions de pôles touristiques et de loisirs à l'intention des Franciliens et des touristes nationaux et internationaux ainsi que le soutien envisagé notamment par l'Etat et la Région à ces pôles.

Le CESR préconise une parfaite connexion entre les diverses “ plates-formes tourisme-loisirs ” prévues au sein des pôles, car elles joueront un rôle important en matière d'accueil, d'information, de réservation, de distribution des flux entre les différents territoires touristiques franciliens.

Il insiste également sur la mise à disposition de moyens d'information performants et attire l'attention sur les enjeux et les opportunités d'Internet pour le tourisme.

Le CESR souhaite donc qu'une réflexion soit engagée sur les possibilités offertes par un tel outil qui, à terme, pourrait constituer une vitrine virtuelle de l'offre touristique régionale accessible vingt-quatre heures sur vingt-quatre dans le monde entier.

Le CESR insiste sur le rôle de plaque tournante du tourisme européen de la région pour une mise en valeur aux portes d'entrée et de sortie des potentialités régionales et une information adaptée et multilingue.

### **3) Les connexions avec d'autres politiques régionales**

Le CESR juge indispensable la mise en œuvre d'une politique des transports prenant mieux en compte la dimension touristique, telle qu'elle est décrite dans le schéma où l'amélioration de la qualité de services pour les touristes figure parmi la panoplie des actions à engager.

Dans ce contexte, le CESR souhaite que les besoins particuliers des handicapés soient pris en compte et qu'une meilleure organisation de la desserte par taxis et de leurs horaires soit recherchée en accord et avec l'appui de la profession.

Plus globalement, le CESR, ainsi qu'il l'a demandé dans son avis du 21 septembre 1999, souhaite que **le PDU s'attache à répondre aux orientations du schéma régional et en favorise la réalisation**, notamment en ce qui concerne l'amélioration de l'information multilingue, le jalonnement touristique ou le stationnement des autocars...

En ce qui concerne "l'adaptation des hébergements touristiques à la demande", le CESR réaffirme son attachement au soutien à l'hôtellerie indépendante dans le cadre de la mise en œuvre de la politique régionale prévue pour les différents types d'équipements d'accueil dont il apprécie les grandes lignes.

S'agissant de **l'accès aux loisirs de tous les Franciliens**, le CESR souligne le caractère déterminant de cet enjeu du schéma régional pour “ *contribuer à la réappropriation de leur région par ses habitants* ”. C'est pourquoi, il approuve l'ensemble de la stratégie proposée et la déclinaison de ses différentes composantes.

En ce qui concerne “ l’accueil ”, le CESR rappelle qu’au-delà d’une professionnalisation de l’accueil, celui-ci doit devenir un réflexe pour l’ensemble des habitants de la région. Les actions de sensibilisation déjà engagées sont à intensifier auprès des Franciliens afin de diffuser en terme d’image le sentiment d’une région “ accueillante ”.

Le CESR insiste sur l’effet multiplicateur pour l’emploi des professions du tourisme, de l’hôtellerie et de la restauration, sur **la nécessité d’actions de valorisation des métiers touristiques et sur l’amélioration des formations, dans le cadre du schéma régional des formations en préparation, afin que celles-ci soient en adéquation avec le marché et les besoins des entreprises.**

S’agissant plus particulièrement de l’hôtellerie et de la restauration, le CESR rappelle son attachement à l’amélioration de l’image d’un secteur d’activité marqué par la nature particulière des métiers et les contraintes de ces professions.

S’agissant de l’aide aux acteurs pour fédérer leurs initiatives et susciter les synergies, le CESR souligne le rôle essentiel qu’aura à tenir le CRT d’Ile-de-France en tant que coordinateur et initiateur de projets auprès des décideurs politiques et économiques régionaux, départementaux et communaux suivant ainsi ses recommandations visant à :

- ⇒ améliorer la connaissance et la mise en valeur du patrimoine francilien, richesse de notre région et vecteur de son identité ;
- ⇒ assurer une meilleure coordination au sein des organismes et services de la Région afin d’améliorer la synergie des actions en matière de culture, patrimoine et tourisme.

Par ailleurs, le CESR insiste sur la priorité à donner au renforcement de l’Observatoire régional du tourisme d’Ile-de-France (ORTIF), priorité affichée dans le projet pilote n° 1.

Enfin, le CESR estime très utile la mise en place d’outils permettant d’assurer le suivi et l’évaluation des actions menées dans le cadre des principes stratégiques définis par le schéma régional. Ces outils de suivi et d’évaluation ont vocation à permettre l’adaptabilité des actions ainsi prévues en fonction des évolutions qui pourront être constatées.



## **C – LES PRINCIPAUX AXES D’ACTIONS DU TOURISME ET DES LOISIRS POUR 2000 - 2006**

### **1) Les actions transversales : accueil, information, communication, distribution**

Le CESR se félicite que le schéma régional de développement du tourisme et des loisirs prévoit, dans le cadre de ses actions, de soutenir la structuration et la connaissance de l’offre touristique en développant une base de données touristiques régionale et la création d’un centre d’appels téléphoniques.

Il insiste sur la nécessaire interconnexion entre les diverses sources d’informations et une accessibilité linguistique élargie aux différents systèmes. En effet, la région de Paris-Ile-de-France étant au centre de nombreux flux touristiques, elle ne peut se cantonner à un bilinguisme mais doit élargir son accueil en fonction de ses visiteurs, ne serait-ce qu’au plan européen.

Cette démarche entre bien dans le cadre d’une démarche qualité tant au niveau de l’accueil que de l’information.

Le rôle fédérateur de la signature touristique régionale : “ Paris-Ile-de-France ” doit être adopté et utilisé par tous (professionnels et partenaires du tourisme), déclinable tant en France qu’à l’étranger. Cette signature doit être repérable et identifiable sur chaque document d’information et correspondre à une labellisation pour le consommateur touristique et les intermédiaires du tourisme (tour opérateurs et agences de voyages notamment).

S’agissant de la veille-marketing, il apparaît que le dispositif efficace décrit dans le Schéma est fondamental pour permettre d’ajuster la stratégie de développement et les produits aux évolutions des attentes et des comportements des différentes clientèles.

### **2) Les actions vers les clientèles prioritaires**

#### **a) Les clientèles d’affaires**

Le CESR attire l’attention sur la nécessité de garder à l’Ile-de-France son premier rang en tant que destination mondiale de congrès et salons. Cette place est menacée d’année en année par le développement à l’étranger de structures nouvelles.

Devant cette situation particulièrement préoccupante, le CESR insiste pour que la modernisation des infrastructures soit accompagnée de l'amélioration des facilités d'accès, (transports et dessertes), du développement d'un accueil de qualité aux clientèles d'affaires et d'une information plus large des grands publics.

Une démarche vers des produits à la carte serait à inclure dans les propositions permettant une meilleure personnalisation de l'offre.

#### b) Les jeunes

Le CESR considère qu'il s'agit là d'un public à fidéliser car il représente les touristes de demain. Aussi souhaite-t-il que la Région facilite une meilleure connaissance du patrimoine francilien (loisirs, sports, culture,...), étant donné que les besoins des jeunes venant de l'extérieur de l'Ile-de-France ne sont pas les mêmes que ceux des Franciliens.

Le CESR préconise que notre région-capitale se donne aussi les moyens d'accueillir et d'héberger les jeunes des régions limitrophes pour découvrir l'Ile-de-France et puisse inciter les jeunes étrangers de toutes provenances à y séjourner.

#### c) Les familles avec enfants

La sensibilisation des familles aux possibilités offertes aux franciliens dans leur propre région constitue une priorité, il en va de même pour ce type de clientèle issue de divers horizons (national et international) dont les besoins sont plus complexes à satisfaire et évolutifs avec le temps. L'adaptation de structures d'hébergement à leurs modes de vie est indispensable.

De même la prise en compte des périodes de vacances scolaires par zone devrait faire l'objet, tant au niveau des animations que de l'offre, de produits adaptés (tout compris).

### **3) Les actions sur les filières**

#### a) Le tourisme culturel

Patrimoine monumental et animations culturelles sont les lignes de force de cette filière essentielle pour le développement touristique régional.

Le CESR soutient les propositions du schéma régional destinées à valoriser l'offre patrimoniale et à encourager la création de nouveaux produits (animation et fêtes) anticipant les attentes des clientèles et incitant à revenir.

#### b) Le tourisme industriel, technique et scientifique

Dans ce domaine, le CESR constate que beaucoup reste à faire et note que cette filière est encore peu accessible au public bien que fortement souhaitée, l'un des freins à son accessibilité tenant au fait que les possibilités de visites sont souvent limitées aux jours de semaine.

Le CESR préconise la mise en place d'une aide technique et d'information aux entreprises.

#### c) Les loisirs de découverte et les activités de plein air

Afin notamment, de mieux valoriser la politique régionale en faveur des PNR et des BPAL, le CESR suggère la création d'un guide sur les possibilités d'offres " multi-activités ", guide consultable sur l'internet et également diffusé par les moyens traditionnels (papier).

De plus, le CESR encourage le Conseil régional à poursuivre sa politique de dynamisation des BPAL, destinée à renforcer leur attractivité et leurs capacités d'accueil.

#### d) Le tourisme fluvial

Le CESR souscrit aux diverses mesures envisagées pour remédier à la sous exploitation de ce type d'activité touristique.

Néanmoins, il continue à s'interroger sur la faiblesse relative des financements prévus au titre du CPER par rapport aux investissements nécessaires pour accompagner le développement des infrastructures franciliennes dans ce domaine, telles que le réaménagement des berges et des chemins de halage.

Par ailleurs, il convient d'encourager l'investissement privé et de procéder à une simplification des démarches administratives.

## **D - LES PROJETS PILOTES DU TOURISME ET DES LOISIRS** **EN ILE-DE-FRANCE POUR L'AN 2000**

Le schéma régional traduit l'importance de la tâche à accomplir pour établir en Ile-de-France une véritable dynamique du tourisme. Les actions susceptibles d'être engagées rapidement sont formalisées dans **dix projets-pilotes**, pour chacun desquels des éléments de chiffrage ont été présentés afin de donner une estimation approximative pour la durée du CPER.

### **PROJET-PILOTE N° 1**

FAIRE DE L'OBSERVATOIRE REGIONAL DU TOURISME D'ILE-DE-FRANCE (ORTIF) UN OUTIL EFFICACE ET RECONNU DE L'OBSERVATION ECONOMIQUE DU TOURISME ET DE LA VEILLE-MARKETING
---

Le 8 novembre 1998, le CESR recommandait “ *que la Région consacre davantage de moyens budgétaires à l'activité touristique* ”.

Le CESR réitère aujourd'hui cette recommandation notamment en ce qui concerne l'observation économique.

Il est en effet indispensable que les acteurs du tourisme (institutionnels et professionnels) puissent disposer d'un outil d'observation fiable de l'activité touristique, permettant d'en suivre l'évolution et de situer dans l'espace et dans le temps les tendances de la clientèle touristique afin d'adapter les structures à la demande.

Dans cette perspective, le CESR approuve le renforcement de l'ORTIF dont la fiabilité implique une cohérence et une harmonisation des méthodes de collecte de l'information, en partenariat avec l'Etat et en coordination avec l'ensemble des acteurs concernés, notamment l'office de tourisme de Paris.

**C'est pourquoi le CESR souhaite continuer à être associé aux travaux de l'ORTIF.**

L'évaluation budgétaire devra tenir compte de l'investissement de base nécessaire à la réalisation de l'opération, des actions de sensibilisation des partenaires voire de l'aide à leur apporter dans la collecte de l'information et des moyens indispensables pour assurer la fiabilité du système. L'estimation financière porte sur une enveloppe de 3 millions de francs (460 000 euros) par an soit 21 millions de francs (3,2 millions d'euros) pour la durée du contrat de plan.

## **PROJET-PILOTE N° 2**

DEFINIR AVEC LES PARTENAIRES LES STRUCTURES IDOINES DE PROMOTION TOURISTIQUE DE PARIS ÎLE-DE-FRANCE

L'objectif est de favoriser le développement d'une "industrie touristique" créatrice d'emplois pérennes en ciblant les clientèles à fort pouvoir d'achat et de court séjours, la priorité étant donné au tourisme d'affaires.

Si la position de Paris-Ile-de-France en tant que leader mondial des Congrès et Salons s'est maintenue jusqu'à ce jour on a constaté, précédemment, que cette place était menacée tant par une concurrence internationale qu'europpéenne.

Le CESR conscient d'un tel enjeu insiste sur la nécessité de présenter la Région capitale en tant que "plate-forme européenne des Congrès et Salons" et rappelle l'importance du rôle de la présence de la Maison de la France à l'étranger dans la promotion de la destination Paris-Ile-de-France en la matière.

Le CESR souhaite qu'une information ciblée soit mise à la disposition de tous ceux pouvant être "les ambassadeurs" de la destination Paris-Ile-de-France après de leurs interlocuteurs à l'étranger.

La création de produits pré et post congrès étudiés en fonction des clientèles devrait conduire à un allongement des séjours.

Il est nécessaire que ces produits soient largement ouverts pour permettre à des visiteurs ayant déjà séjourné plusieurs fois dans notre région la découverte, au travers de produits à la carte, de nouvelles facettes de notre patrimoine, de notre savoir-faire, de notre art de vivre en leur offrant la possibilité de personnaliser individuellement leurs séjours et de contrer le "déjà vu" ...

L'évaluation budgétaire avancée porte sur un total d'environ 20 millions de francs (3,05 millions d'euros) pour sept ans.

## **PROJET-PILOTE N° 3**

AMENAGER LES PORTES D'ENTREE DE LA REGION ET SOUTENIR LE RESEAU D'ACCUEIL DE LA FEDERATION REGIONALE DES OFFICES DE TOURISME ET DES SYNDICATS D'INITIATIVE (FROTSI)

Informar les clientèles sur la diversité de l'offre touristique constitue l'une des priorités pour favoriser une meilleure diffusion des flux de visiteurs à l'intérieur de l'Ile-de-France, contribuer à la fidélisation des clientèles et limiter l'évasion des Franciliens vers d'autres destinations.

Dans cet esprit s'il est nécessaire d'aménager aux divers point d'accès des " portes d'entrée " permettant une promotion efficace et soutenue de la région de Paris Ile-de-France, il apparaît utile d'utiliser ces mêmes portes (notamment aux péages autoroutiers) pour une information ponctuelle des franciliens qui sortant de leur région vers d'autres destinations, pourraient trouver près de chez eux ce qu'il vont chercher souvent ailleurs.

Le réseau des offices de tourisme et des syndicats d'initiative de la région doit compléter le dispositif qui sera mis en place. Le CESR s'interroge sur la lisibilité de cette double dénomination qui peut être source d'incompréhension pour les touristes.

Le CESR insiste pour que ce réseau puisse être doté des moyens nécessaires à une large information des touristes et des franciliens notamment par une aide substantielle en matière d'équipements et de formation des agents d'accueil, souvent bénévoles et l'incitation des collectivités locales à renforcer ces structures par la création d'emplois jeunes et leur évolution vers l'utilisation des NTIC.

Le renforcement de la structure centrale que constitue la Fédération régionale des offices de tourisme et syndicats d'initiative (FROTSI), par un animateur de réseau disposant des moyens nécessaires, apparaît vitale pour donner une nouvelle dynamique à la politique d'accueil touristique régionale en liaison directe avec les acteurs locaux et régionaux.

Ce dispositif devrait permettre de répondre au souhait du CESR : *" améliorer la connaissance et la mise en valeur du patrimoine francilien, richesse de notre région et vecteur de son identité "*.

Le projet-pilote prévoit 15 millions de francs (2,25 millions d'euros) d'investissement pour les portes d'entrée, annonce la prise en charge d'un tiers du fonctionnement des portes " au niveau régional ", sans indication de montant, et inscrit 150 000 francs (22 867 euros) par an pour le soutien à la formation de la FROTSI soit 1,05 millions de francs (160 000 euros) pour la durée du plan, ce qui donne un total d'au minimum 16 millions de francs (2,44 millions d'euros).

#### **PROJET-PILOTE N° 4**

DEVELOPPER LES NOUVELLES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION : BASE DE DONNEES D'INFORMATION REGIONALE ET PLATEAU TELEPHONIQUE
---

La création d'une base de données constitue, avec le renforcement de l'observation économique du tourisme, l'une des priorités afin de mieux maîtriser la connaissance de l'offre mais aussi pour créer au plan interne les produits nécessaires à la satisfaction de la demande.

Le passage par les NTIC est dorénavant incontournable et nécessite l'adoption d'une stratégie adéquate.

La montée en puissance du multimédia doit être prise en compte, car face à l'augmentation rapide du nombre d'internautes, les technologies de l'information et de la communication vont fluidifier l'accès à l'information touristique régionale, avant, pendant et après le séjour touristique, mettant ainsi en relief l'infinité des patrimoines, l'actualisation des activités et services restant à découvrir.

Une centralisation de tous les renseignements est donc nécessaire afin de dynamiser l'offre touristique par une présence cohérente et coordonnée sur le " site portail régional " dont le CESR approuve le développement en cours au CRT, afin d'optimiser l'impact des opérations de marketing et promotionnelles.

Au-delà de l'information touristique, ce site internet dont la mise à jour devra être régulière permettra d'établir un lien entre les différents acteurs du tourisme et de les informer sur l'état des actions en leur faveur (agendas, formations, produits nouveaux, tendances, emplois,...)

Le CESR insiste également sur l'importance d'un accès linguistique élargi au-delà du bilinguisme.

Les NTIC pourraient aussi favoriser la promotion du tourisme local en permettant à des structures, telles que les services loisirs accueil (SLA), les offices de tourisme et les syndicats d'initiative (OT/SI) ou encore les BPAL, de commercialiser en direct des produits touristiques.

De même, le CESR est favorable à la mise en place d'un numéro de téléphone unique accessible en permanence pour répondre aux demandes d'information des touristes et des Franciliens (plateau téléphonique).

L'investissement de base pour l'ensemble du dispositif décrit dans le projet-pilote devra tenir compte de la formation indispensable des différents acteurs et de l'aide qu'il conviendra d'apporter pour l'équipement des points d'accueil de la région, nécessitant un renforcement du budget les premières années. L'évaluation budgétaire est de 10 millions de francs (1,52 millions d'euros) pour sept ans.

## **PROJET-PILOTE N° 5**

METTRE EN PLACE UN PLAN REGIONAL DE SIGNALISATION ET DE SIGNALÉTIQUE TOURISTIQUES

La densité du réseau de transport de la région capitale et la diversité des équipements (gares, aéroports, routes, autoroutes, transports en commun,...) n'ont pas permis jusqu'à ce jour une uniformisation de la signalisation touristique. Un tel défaut ne facilite pas les déplacements des visiteurs et la qualité de l'accueil s'en ressent.

Pourtant, de notables efforts en matière de signalétique ont été réalisés par ADP, la SNCF, la RATP, la DRE, les DDE, les conseils généraux et les municipalités sans toutefois donner entière satisfaction aux acteurs touristiques concernés (musées, monuments, sites, châteaux, centres de loisirs, hébergeurs,...) et encore moins aux utilisateurs.

Aussi, le CESR souhaite-t-il que la bonne volonté manifestée par chacun des partenaires permette d'établir, en conformité avec la réglementation nationale, une adaptation aux contraintes locales et de définir à partir d'une charte graphique commune, une mise en cohérence de la signalétique permettant une meilleure accessibilité des sites et une découverte de l'ensemble du patrimoine touristique local, départemental et régional.

Le coût de l'opération est chiffré à 7 millions de francs, soit 1,07 millions d'euros (dont 2 millions de francs (3000 000 euros) pour étude et 5 millions de francs (760 000 euros) pour la fabrication des panneaux).

## **PROJET-PILOTE N° 6**

METTRE EN PLACE UN PLAN-QUALITE DU TOURISME EN ILE-DE-FRANCE AVEC LES PROFESSIONNELS ET LES CHAMBRES CONSULAIRES

La démarche "qualité", proposée par la commission thématique "économie, emploi, formation", sur la recommandation de son président Monsieur Didier SIMOND, est un axe fort du schéma régional.

Le projet d'un plan-qualité du tourisme fait l'objet d'un très large consensus car il s'inscrit dans le cadre de l'amélioration de l'image et du renforcement du rayonnement international de Paris-Ile-de-France afin de mieux affirmer l'identité de la Région-capitale.

Le CESR souscrit totalement à cette démarche et insiste pour que soit réalisée dans les meilleurs délais une étude afin d'élaborer une charte et la mise en place d'un label qualité.



Le CESR considère que demain, le choix d'une destination se jouera sur la qualité et estime que maintenir sans aléa et à un haut niveau, la satisfaction des clientèles est dorénavant au cœur des enjeux du développement touristique.

En conséquence, la qualité dans le tourisme ne peut se passer d'une démarche rigoureuse et opiniâtre, comprise et adoptée par l'ensemble des partenaires touristiques.

Au plan budgétaire, l'estimation s'élève à environ 4 millions de francs (0,6 millions d'euros) répartis de la manière suivante : 1 million de francs (150 000 euros) pour la première année (étude, animation des partenaires, communication, éditions), 500 000 francs (76 224 euros) chacune des années suivantes (suivi et contrôle).

### **PROJET-PILOTE N° 7**

FAVORISER LE TOURISME ET LES LOISIRS DE JEUNES, EN PARTICULIER GRACE A LA MISE EN PLACE D'UNE CARTE MULTI-LOISIRS
---

Le CESR apprécie particulièrement cette démarche même s'il tient à souligner que les besoins des jeunes touristes franciliens sont différents de ceux d'autres régions, voire de pays étrangers.

Il rappelle, en effet, que les jeunes sont les visiteurs et les touristes de demain et approuve toute mesure en faveur de leur accès aux loisirs et aux différents produits touristiques.

Par ailleurs, le CESR tient à souligner l'insuffisance globale dans la région et tout particulièrement à Paris, d'installations d'accueil et d'hébergement bon marché pour les jeunes.

Il préconise entre autres solutions d'étudier la possibilité d'utiliser des résidences universitaires pendant la période des grandes vacances.

Enfin, le CESR approuve la constitution du comité de pilotage prévu et demande à participer à ses travaux.

Le financement est évalué pour la durée du CPER à 1 million de francs par an (150 000 euros) soit 7 millions de francs (1,07 millions d'euros) au total, nécessaires pour l'animation des partenaires en club, les actions de communication et d'édition.

## **PROJET-PILOTE N° 8**

### **CREER UNE CELLULE “ EVENEMENTIEL ”**

Ce projet pilote répond à la recommandation du CESR: “ *Renforcer la mission et les moyens du comité régional du tourisme, notamment pour permettre la promotion du tourisme par classe d’âge et la mise en place d’une cellule “ EVENEMENTIEL ” afin de mieux anticiper les événements ayant une forte dimension touristique francilienne* ”.

Le CESR approuve ce projet et souhaite que l’ensemble des acteurs du tourisme se mobilise autour de celui-ci, que ce soit dans le cadre de la culture, du sport, de la musique ou de tout autre événement, notamment dans le cadre des autres politiques menées par le Conseil régional.

Le budget de promotion passerait de 1 à 2,5 millions de francs (de 0,15 à 0,38 millions d’euros) à partir de 2004. On pourrait estimer qu’entre 10 et 15 millions de francs (soit 1,52 à 2,25 millions d’euros) seraient consacrés à cette opération.

## **PROJET-PILOTE N° 9**

### **SOUTENIR LA PREPARATION DU DOSSIER DE CANDIDATURE DE PARIS-ILE-DE-FRANCE AUX JEUX OLYMPIQUES DE 2008**

Comme le précédent, ce projet correspond à la recommandation du CESR de “ *renforcer la mission et les moyens du CRT, notamment pour permettre la promotion du tourisme..* ”.

Si les jeux olympiques constituent pour une ville et le pays où ils se déroulent, un événement exceptionnel qui retient l’attention des habitants de la planète, la candidature à ces mêmes jeux constitue un enjeu considérable pour l’image de la région concernée et sa notoriété touristique.

Le volet touristique doit donc faire partie intégrante du dossier présenté et peut être déterminant non seulement pour la candidature mais aussi pour le futur en raison de son caractère incitatif jouant sur la capacité à accueillir tous les types de visiteurs (hébergements, transports, équipements culturels, sportifs et ludiques,...).

Le financement de ce projet pilote dont le montant n’a pas été évalué serait assuré en partenariat notamment par l’Etat et la Ville de Paris.

## **PROJET-PILOTE N° 10**

Ce projet présenté en trois volets entend répondre aux objectifs suivants de la stratégie de développement élaborée dans le cadre du schéma régional de développement du tourisme et des loisirs :

- ⇒ améliorer la connaissance de l'emploi touristique en Ile-de-France pour pouvoir favoriser la création d'emplois dans ce secteur ;
- ⇒ contribuer à la meilleure adaptation des formations à l'évolution des demandes du marché .

Ce projet-pilote comporte trois actions :

<b><u>ACTION 1</u> : APPORTER UNE EXPERTISE TECHNIQUE SUR LE TOURISME AU PROCHAIN SCHEMA REGIONAL DE FORMATION</b>
--

Le CESR approuve cette démarche et insiste sur l'effet multiplicateur de l'emploi dans les professions du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration, sur la nécessité d'actions de valorisation des métiers touristiques et l'amélioration des formations, dans le cadre du futur schéma régional des formations afin que celles-ci soient en adéquation avec le marché et les besoins des entreprises.

Le CESR insiste sur la nécessaire association des acteurs touristiques à la définition des besoins de formation, les entreprises étant à la recherche de personnels qualifiés possédant de nouvelles compétences, les NTIC exigeant des profils nouveaux, délicats à définir de manière précise.

De même, certains organismes de formation ont des difficultés à adapter leur enseignement aux besoins qui sont au confluent de métiers de l'informatique et du tourisme.

Il préconise à nouveau la création d'une structure de coordination entre formateurs, partenaires (Région et entreprises) et l'ANPE régionale, afin de prévoir les besoins et apporter les réponses adéquates.

<b><u>ACTION 2</u> : METTRE EN PLACE UN FORUM DE VALORISATION DES METIERS DU TOURISME</b>
---

Le CESR souscrit à l'organisation d'un Forum des Métiers du Tourisme en Ile-de-France.

Il suggère que ce Forum soit organisé alternativement dans chaque département francilien avec le concours des conseils généraux, de l'Education nationale, des chambres consulaires, des organisations professionnelles et des divers partenaires intéressés (entreprises, associations, clubs...).

Le seul besoin de financement du “ Forum ” est estimé à 300 000 francs (45 700 euros) par an, soit 2,1 millions de francs (0,32 millions d’euros) sur sept ans.

<b>ACTION 3 : ACCOMPAGNER LE DISPOSITIF DES EMPLOIS-JEUNES</b>
--

Le CESR estime très utile l’accompagnement du dispositif des emplois-jeunes dans le tourisme et les loisirs.

L’on devra tenir compte dans l’évaluation budgétaire de l’importance des objectifs à atteindre.

## **E – LE PLAN MARKETING DU TOURISME D’Ile-de-France POUR 2000-2002**

Les objectifs prioritaires, renforcer le rayonnement de l’Ile-de-France à l’international, reconquérir le marché national, renforcer l’accès aux loisirs des Franciliens dans leur propre région, s’inscrivent dans le droit fil de la stratégie globale de développement du tourisme et des loisirs définie précédemment.

Conformément à la hiérarchisation retenue par la stratégie marketing, ces objectifs sont déclinés par marché (avec actions à court et à moyen terme), segments, filières et produits touristiques.

Le CESR note que le tourisme industriel, scientifique et technique est rattaché aux filières complémentaires, de même que le tourisme fluvial, les loisirs de découverte et de plein air.

Les activités de plein air et le tourisme vert connaissent un succès grandissant, particulièrement auprès des Franciliens, et sont compatibles avec le respect des territoires et la protection de l’environnement ; ils peuvent même y contribuer, tout en favorisant un développement durable.

Plus généralement, s’agissant de la mise en œuvre du plan marketing 2000-2002, le CESR estime que le CRT a un rôle déterminant d’impulsion, de coordination et de suivi.

## **F – LES CONVENTIONS D’APPLICATION DU SCHEMA**

Si l’application globale du schéma relève du Conseil régional et du CRT, la mise en œuvre des multiples opérations prévues ne peut intervenir que dans le cadre d’un partenariat avec les différents acteurs publics et privés concernés par le développement du tourisme.

Les conventions d’application constituent les outils privilégiés d’un tel partenariat dont le CESR souhaite qu’il demeure très ouvert pour permettre le renforcement de l’effet de levier ainsi offert.

**Le CESR souligne à ce propos l’importance qu’il attache aux dispositifs de suivi et d’évaluation prévus dans le cadre de ces conventions d’application du schéma régional.**

## CONCLUSION

En introduction au “diagnostic”, le schéma régional annonce que l’Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) prévoit, à l’horizon 2020, le doublement du tourisme à l’échelle planétaire. Les répercussions pour la France feraient passer le nombre de touristes étrangers dans notre pays de 70 à 105 millions.

Les auteurs du “diagnostic” estiment que “*de tels éléments imposent une réflexion sur les conditions dans lesquelles notre région y prendra toute sa part et sur la nécessaire adaptation de son offre, de ses méthodes, de son organisation et des moyens de sa promotion*”.

Pour le CESR, le contenu du schéma s’inscrit non seulement dans ce type de problématique mais affiche aussi, très opportunément, l’ambition et les actions à engager pour reconquérir la clientèle française et inciter les Franciliens à goûter les multiples possibilités de loisirs qui leur sont offertes dans leur propre région.

Le schéma régional porte la marque de la fructueuse concertation qui a présidé à son élaboration. Le CESR, qui a participé activement aux travaux conduits à cette occasion, souhaite être associé à ceux qui seront destinés à assurer le suivi de la mise en œuvre de ce second schéma régional, tout particulièrement en étant directement représenté au sein du comité stratégique ainsi que des groupes de suivi prévus à cet effet.

Dans cette perspective, le CESR attire l’attention du Conseil régional sur la nécessité de prévoir une adaptation du schéma régional en procédant à l’établissement d’un bilan provisoire qui pourra être préparé lors de la dernière année de chaque plan marketing de trois ans.

Le CESR sera également attentif à ce que cette mise en œuvre s’opère en symbiose avec les autres politiques sectorielles poursuivies par la Région, notamment en matière de formation et d’emploi, d’aménagement régional, de transports, de développement culturel, etc...

En effet, c’est enrichie de ces différentes composantes que la nouvelle stratégie touristique pourra pleinement produire les effets qu’on attend d’elle.

## GLOSSAIRE

ADP	Aéroport de Paris
ANPE	Agence nationale pour l'emploi
BPAL	Base de plein air et de loisirs
CDT	Comité département du tourisme
CRT	Comité régional du tourisme
CPER	Contrat de plan Etat-Région
DDE	Direction départementale de l'équipement
DRE	Direction régionale de l'équipement
FROTSI	Fédération régionale des offices de tourisme et des syndicats d'initiative
NTIC	Nouvelles technologies de l'information et de la communication
OMT	Organisation mondiale du tourisme
ORTIF	Observatoire régional du tourisme d'Ile-de-France
PNR	Parcs naturels régionaux
RATP	Régie autonome des transports parisiens
SDRIF	Schéma directeur régional de la Région d'Ile-de-France
SNCF	Société nationale des chemins de fer français
SLA	Service loisirs accueil

## **A N N E X E**

### **EVALUATION BUDGETAIRE PROVISoire DES DIX PROJETS PILOTES POUR LA PERIODE 2000-2006**



**SCHEMA REGIONAL DE DEVELOPPEMENT  
DU TOURISME ET DES LOISIRS POUR 2000-2010**

-----

**EVALUATION BUDGETAIRE PROVISOIRE  
DES DIX PROJETS PILOTES POUR LA PERIODE 2000-2006**

<b>PROJET-PILOTE</b>	<b>FINANCEMENTS PREVUS</b>	<b>TOTAL PAR PROJET</b>
N° 1	<i>Renforcement de l'ORTIF</i> 3 MF / an (pendant sept ans)	21 MF (3,2 M €)
N° 2	<i>Promotion touristique</i> de 1 MF / an à 5 MF / an (à partir de 2004)	environ 20 MF (3,05 €)
N° 3	<i>Portes d'entrée de la Région</i> <i>Soutien à la FROTSI</i> Investissements 15 MF Soutien à la FROTSI 1 MF	Total 16 MF (2,44 M €)
N° 4	<i>Développer l'usage des NTIC</i> <i>et plateau téléphonique</i>	10 MF (1,52 M €)
N° 5	<i>Mise en place d'un plan de signalisation</i> <i>touristique</i> Etudes 2 MF Investissements 5 MF	Total 7 MF (1,07 M €)
N° 6	<i>Plan Qualité</i> Etude Lancement 1 MF Suivi 500 000 F (pendant six ans) soit 3 MF	Total 4 MF (0,6 M €)
N° 7	<i>Tourisme et loisirs des jeunes</i> Animation, communication, éditions 1 MF / an (pendant sept ans)	7 MF (1,07 M €)
N° 8	<i>Cellule EVENEMENTIEL</i> de 1 MF / an à 2,5 MF / an (à partir de 2004)	environ 13 MF (1,98 M €)
N° 9	<i>Soutien à la candidature aux J.O.</i>  (financement non précisé)	?
N° 10	<i>Emploi – Formation</i> Mettre en place un Forum de valorisation des métiers 300 000 F / an (pendant sept ans)	2,1 MF (0,32 M €)
<b>TOTAL DES EVALUATIONS</b>		<b>100,1 MF</b> <b>(15,26 M €)</b>

