

Le tourisme en Île-de-France : pour un accueil à la hauteur des enjeux

Le tourisme est un atout de première importance pour le développement de l'économie francilienne et le rayonnement international de l'Île-de-France. Des mutations majeures liées à la mondialisation des échanges et à l'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication ont entraîné des changements dans les comportements et les habitudes de consommation des touristes. Ce secteur d'activité, en pleine évolution, est confronté à une concurrence accrue. Les multiples acteurs doivent s'adapter aux nouvelles tendances du marché et accorder une plus grande place à la qualité de l'accueil ; ceci afin d'attirer plus de touristes et assurer le développement des activités et des métiers du tourisme en Île-de-France, première destination touristique française. Paris et l'Île-de-France qui ambitionnent de conserver une place de tout premier plan doivent se donner les moyens de relever ce défi d'autant que l'Organisation mondiale du tourisme prévoit, pour les vingt années à venir, un triplement des flux touristiques internationaux et leur doublement en Europe.

ETAT DES LIEUX

Le tourisme : un secteur économique majeur

Le tourisme qui représente 6,2 % du PIB, devançant celui de l'automobile et de l'agroalimentaire, présente en 2007 un solde positif de 12,8 milliards d'euros dans la balance des paiements.

Avec environ 82 millions d'arrivées de touristes étrangers en 2007, la France garde la première place mondiale des destinations touristiques. Les principales clientèles sont originaires des pays européens mais les clientèles lointaines sont en progression. Toutefois, la France ne se

situe qu'au troisième rang en termes de recettes touristiques derrière les Etats-Unis et l'Espagne.

la variété de son offre touristique, très diversifiée en matière patrimoniale, culturelle, de loisirs, environnementale.

“ **Avec près de 82 millions d'arrivées de touristes étrangers en 2007, la France reste la première place mondiale des destinations touristiques.** ”

L'Île-de-France : un pôle d'attraction exceptionnel

Première destination touristique française, l'Île-de-France dispose de nombreux atouts, liés à la qualité et à

Pour la 28^{ème} année consécutive, Paris est la première ville au monde pour les congrès internationaux.

En 2007, l'Île-de-France a accueilli dans ses hôtels 32,6 millions de ➔

touristes (17,8 millions de Français – 14,8 millions d'étrangers). Les activités touristiques ont généré 67,3 millions de nuitées dont plus de la moitié par des touristes étrangers, soit le tiers des nuitées nationales.

Une offre d'hébergement importante avec des disparités et des insuffisances

La région disposait en 2007 d'un parc hôtelier d'une capacité d'environ 150 000 chambres et 300 000 lits d'hébergement, répartis dans quelque 2 400 établissements. Des disparités demeurent toutefois concernant la répartition géographique de cette offre hôtelière, concentrée pour plus de la moitié dans le cœur de l'agglomération. Après Paris, ce sont les Hauts-de-Seine, la Seine-et-Marne et les Yvelines qui disposent de l'offre hôtelière la plus importante.

Paris représente 63 % de l'offre en établissements hôteliers, la petite couronne 15 % et la grande couronne 22 %. Les établissements les plus nombreux sont les 2 et 3 étoiles qui représentent respectivement 32 % et 31 % du parc hôtelier. En nombre de chambres, le poids de Paris demeure prépondérant (Paris : 53 % - Petite couronne : 21 % - Grande couronne : 26 %).

Des insuffisances subsistent en ce qui concerne les capacités d'accueil pour la clientèle du tourisme social, familial, associatif et pour les jeunes ainsi que pour les terrains de camping. L'Île-de-France manque également d'hôtels « gros porteurs ».

Un impact important sur l'emploi en Île-de-France

En 2006, l'emploi salarié en Île-de-France des secteurs de l'hôtellerie, de la restauration, des cafés, tabacs et débits de boissons, les plus directement liés aux activités touristiques, s'élevaient à près de 167 200, en progression constante depuis plus de dix ans. 55 % des salariés de ces secteurs sont employés dans des entreprises de moins de 20 salariés et 37 % de moins de 10 salariés. Le secteur touristique représente environ 500 000 emplois directs et induits en Île-de-France.

Un secteur en évolution constante

Au cours des dernières années, le secteur du tourisme a connu de profondes transformations liées à la mondialisation des échanges commerciaux, la montée en puissance de nouvelles destinations touristiques, au fractionnement et à la diversification des types de séjour. Par ailleurs, la diffusion des nouvelles technologies de l'information et de la communication a révolutionné les pratiques et entraîné des changements dans les mentalités et dans le comportement des touristes. A cela s'ajoutent la réduction de la durée moyenne des séjours et l'accroissement de la mobilité des touristes. Face à toutes ces mutations, la fidélisation des clientèles et la qualité de l'accueil touristique constituent des enjeux centraux.

Une qualité d'accueil encore perfectible

De manière générale, la France pâtit d'une réputation moins bonne que celle d'autres destinations en matière d'accueil, ce qui brouille son image. La qualité de l'accueil figure parmi les principaux points faibles de l'image touristique de notre pays. Certes, celle-ci s'est améliorée, mais reste en retrait par rapport à ses principaux concurrents européens.

L'amélioration de la qualité de l'accueil est un thème récurrent qui a donné lieu à plusieurs rapports et à diverses actions au cours des dernières années. Des efforts indéniables ont été consentis pour améliorer les conditions d'accueil des touristes en Île-de-France. Toutefois, la situation reste encore perfectible dans un certain nombre de domaines.

D'autre part, le manque de considération qui culturellement s'attache dans notre pays aux activités du tourisme en général et à l'accueil en particulier, considérés comme subalternes et peu « nobles » dans la hiérarchie des métiers, constitue une source de difficulté supplémentaire.

L'accueil est une chaîne. Son amélioration ne peut résulter que d'une action collective à laquelle la population francilienne doit être associée. Qu'un seul maillon soit défaillant et c'est toute la chaîne de l'accueil qui se trouve fragilisée.

Les perspectives d'évolution dans le secteur du tourisme ne peuvent être appréhendées par une simple prolongation des tendances des dernières années. Il faut sans cesse renouveler les efforts pour améliorer la connaissance des marchés étrangers, confirmés ou en plein essor,

identifier des potentiels nouveaux parmi les gisements dont regorge l'Île-de-France, définir des objectifs, des modalités et des méthodes d'intervention dans des domaines essentiels afin d'attirer et de fidéliser un nombre croissant de touristes français et étrangers.

Ce n'est pas les uns contre les autres, ni les uns sans les autres que les acteurs publics et privés du tourisme pourront assurer le développement touristique de l'Île-de-France. Il est tout à fait essentiel de privilégier des stratégies de coopération. ■

Les propositions du CESR

DIX RECOMMANDATIONS POUR UN PROGRAMME D'ACTION

Pour améliorer la qualité de l'accueil des touristes en Île-de-France, le CESR formule dix recommandations bâties autour de cinq idées-forces.

I - Piloter

→ MOBILISER LES ACTEURS DU TOURISME ET LES FRANCILIENS

- Sensibiliser les décideurs publics aux enjeux du développement du tourisme trop souvent considéré comme un domaine d'activité secondaire.
- Impliquer les professionnels en contact direct ou occasionnel avec les touristes aux enjeux d'un accueil de qualité.
- Obtenir l'adhésion la plus large possible des Franciliens pour renforcer les traditions d'hospitalité.

→ RATIONALISER LES MODES DE GOUVERNANCE

- Mettre en place un pilotage mieux coordonné.
- Clarifier les relations entre des acteurs aux légitimités concurrentes.
- Renforcer les synergies, les complémentarités et les coopérations.

II - Agir

→ DÉVELOPPER ET DIVERSIFIER L'OFFRE D'HÉBERGEMENT

- Développer et rénover les équipements hôteliers en cohérence avec le schéma directeur régional et les documents d'urbanisme locaux.
- Créer des hôtels « gros porteurs » de catégorie intermédiaire et des hôtels de milieu de gamme situés aux abords des centres où se déroulent les foires, salons et congrès.
- Développer l'offre d'hébergement pour le tourisme social, familial, associatif et les jeunes ainsi que celle des terrains de camping.

Les propositions du CESR

→ AMÉLIORER L'ORGANISATION DE L'ACCUEIL ET DES DÉPLACEMENTS

- Améliorer la qualité de service et d'accueil dans les gares parisiennes et les aéroports d'Orly et de Roissy en ce qui concerne notamment la signalétique, la gestion des files d'attente, le contrôle aux frontières, la sûreté générale des voyageurs.
- Renforcer la quantité et la qualité de l'offre de service des taxis dans Paris.
- Améliorer la circulation et le stationnement des autocars dans la capitale.
- Faciliter la desserte des aéroports, des principaux sites touristiques, lieux culturels et patrimoniaux.

→ CRÉER ET EXPLOITER DES ÉVÈNEMENTS

- Mettre en place et exploiter des événements et des manifestations de diverses natures (culturels, artistiques, sportifs, commerciaux) en prenant appui sur Paris, les richesses et l'identité de l'Île-de-France.

III - Former

→ DÉVELOPPER LA FORMATION

- Renforcer les compétences et la professionnalisation des acteurs du tourisme.
- Développer, à tous les niveaux, des formations initiales et continues qualifiantes et diplômantes.
- Accorder dans les formations une place plus importante à l'apprentissage des langues étrangères, aux questions ayant trait à l'accueil, à une sensibilisation aux multiples facettes du patrimoine de la région et de ses richesses touristiques.

→ PROMOUVOIR ET RENDRE ATTRACTIFS LES MÉTIERS DU TOURISME

- Poursuivre les négociations dans les entreprises et dans les branches professionnelles pour améliorer les conditions de travail, de rémunération, de formation, les offres d'emploi.

- Développer, dans le cadre de partenariats élargis et sous différentes formes, des opérations collectives de sensibilisation, d'information et de promotion auprès des jeunes et des demandeurs d'emploi sur la diversité des métiers du tourisme et leurs débouchés.

IV – Informer et communiquer

→ AMÉLIORER L'IDENTIFICATION DE PARIS / ÎLE-DE-FRANCE

- Créer une marque et une signature touristique exprimant l'identité de la région communes à toutes les institutions oeuvrant dans le domaine du tourisme en Île-de-France.

→ OPTIMISER LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

- Mettre en place une stratégie de communication cohérente.
- Promouvoir une information diversifiée et de qualité.
- Recourir à des supports multiples de diffusion.

V – Observer et évaluer

→ PROMOUVOIR UNE DYNAMIQUE D'OBSERVATION ET D'ÉVALUATION PERMANENTE

- Mettre en place des outils communs et partagés de suivi et d'évaluation de la politique touristique en Île-de-France.
- Développer les enquêtes d'opinion auprès des touristes et des Franciliens.
- Organiser à intervalle régulier un forum régional sur le tourisme et l'accueil touristique.
- Mettre en place un prix et des bourses de recherche pour les meilleurs travaux universitaires sur le tourisme en Île-de-France. ■