

DÉLIBÉRATION N°CR 2022-019

DU 19 MAI 2022

APPROBATION DU SCHÉMA RÉGIONAL DE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME ET DES LOISIRS D'ÎLE-DE-FRANCE 2022-2028

Le conseil régional d'Île-de-France,

VU le code général des collectivités territoriales ;

VU le code du tourisme ;

VU la loi n° 2015-991 du 7 août 2015 portant nouvelle organisation territoriale de la République ;

VU la délibération n° CR 2020-029 du 11 juin 2020 relative à la participation de la Région au Fonds Résilience Ile-de-France et Collectivités ;

VU la consultation de l'Office du tourisme et des congrès de Paris, des Comités départementaux du tourisme de Seine-et-Marne (Seine-et-Marne Attractivité), de l'Essonne (Essonne Tourisme), de la Seine-Saint-Denis (Seine-Saint-Denis Tourisme), du Val-de-Marne (Val-de-Marne Tourisme et Loisirs) et du Val-d'Oise (Val d'Oise Tourisme) en date du 28 février 2022 ;

VU la consultation des Parcs naturels du Vexin français, de Oise-Pays de France, de Haute Vallée de Chevreuse et du Gâtinais français en date du 28 février 2022 ;

VU la consultation des départements de Paris, du Val-de-Marne, des Hauts-de-Seine, de Seine-Saint-Denis, des Yvelines, de l'Essonne, de la Seine-et-Marne et du Val d'Oise en date du 28 février 2022 ;

VU l'avis du Conseil économique, social et environnemental régional en date du 12 mai 2022 ;

VU l'avis de la commission du tourisme ;

VU l'avis de la commission des finances et des fonds européens ;

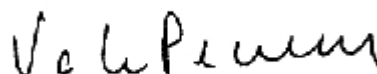
VU le rapport n°CR 2022-019 présenté par madame la présidente du conseil régional d'Île-de-France ;

Après en avoir délibéré,

Article unique :

Approuve le schéma régional de développement du tourisme et des loisirs 2022-2028 (SRDTL) tel qu'il figure en annexe de la présente délibération.

**La présidente du conseil régional
d'Île-de-France**



VALÉRIE PÉCRESSE

Acte rendu exécutoire le 20 mai 2022, depuis réception en préfecture de la région Île-de-France le 20 mai 2022
(référence technique : 075-237500079-20220519-Imc1148108-DE-1-1) et affichage ou notification le 20 mai 2022.

Dans les deux mois à compter de sa publication ou de sa notification, cet acte administratif est susceptible de recours devant le tribunal administratif territorialement compétent.

ANNEXE A LA DELIBERATION

**SCHEMA REGIONAL DE DEVELOPPEMENT DU
TOURISME ET DES LOISIRS D'ILE-DE-FRANCE 2022-
2028**

SCHEMA REGIONAL DE
DEVELOPPEMENT DU
TOURISME ET DES LOISIRS
D'ÎLE-DE-FRANCE
2022-2028

TABLE DES MATIÈRES

2017-2021 UNE ACTION VOLONTARISTE DE LA RÉGION, HEURTÉE PAR LES MULTIPLES CRISES	6
1. Bilan de la stratégie régionale 2017-2021	6
a. Le Fonds régional pour le tourisme, un outil puissant et apprécié	6
b. Une action résolue en faveur de l'amélioration de la qualité globale de la destination	9
c. L'innovation, clé de voûte de la politique régionale	10
2. La relance de l'activité touristique au cœur des politiques régionales en 2020 et 2021	11
LA DESTINATION PARIS ÎLE-DE-FRANCE, PREMIÈRE DESTINATION MONDIALE ?	15
1. Éléments de comparaison internationale	15
a. La croissance continue des flux de touristes dans le monde	16
b. La concurrence mondiale en forte évolution	17
c. La consommation touristique toujours à la traîne vis-à-vis des destinations concurrentes	18
2. Panorama du tourisme à Paris Île-de-France	19
a. Origine des touristes en Île-de-France en 2019	19
b. Impact territorial sur la destination	21
c. La clientèle d'affaires, fondamentale pour l'attractivité et les retombées économiques	22
d. Des repeaters toujours fidèles	22
3. La crise sanitaire et son impact sur la destination Paris Île-de-France	23
a. Impact à court et moyen terme sur les clientèles internationales	24
b. La fréquentation en temps de crise	24
4. Des évolutions de la demande particulièrement accélérées dans un contexte "post-pandémie"	25

a. Des comportements de plus en plus complexes des touristes	25
b. Une adaptation de l'offre, engagée précédemment mais accélérée par la pandémie	26
c. L'émergence, à surveiller, de nouvelles tendances	31
UN SCHÉMA RÉGIONAL FRUIT D'UNE CONCERTATION INTENSE	33
AXE 1 : ACCOMPAGNER LA RELANCE ET LA TRANSFORMATION DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE RÉGIONALE	36
1. L'appui aux professionnels	36
a. L'innovation et le numérique, au cœur des transformations pour faire revenir les touristes	37
b. Le soutien à l'investissement et l'action foncière : deux leviers majeurs de l'action régionale	38
c. La sécurité des touristes, levier fondamental de l'attractivité régionale	38
d. Une action renforcée pour le tourisme d'affaires	39
e. Accompagner l'évolution des compétences : la formation comme levier pour construire les emplois et métiers de demain	40
f. Accompagner pour améliorer la qualité globale de la destination Paris Île-de-France	41
2. Le soutien aux territoires	41
a. Observer pour mieux anticiper	42
b. Renforcer l'ingénierie au service du développement local	43
c. Assurer la cohérence de l'accueil dans la destination Paris Île-de-France	44
AXE 2 : ENRICHIR LE POSITIONNEMENT DE LA DESTINATION PARIS ÎLE-DE-FRANCE	46
1. Vers un nouvel équilibre stratégique entre les clientèles	48
a. Les Franciliens, premiers touristes de la destination	48
b. Fidéliser les clientèles « repeaters » françaises, européennes et plus lointaines	50

c. Conquérir de nouvelles clientèles	51
d. Attirer toujours plus les clientèles familles et jeunes	52
2. Le développement de nouvelles thématiques	54
a. L'offre « nature »	55
b. Le Tourisme fluvial et fluvestre	56
c. La créativité et les savoir-faire	57
d. Les sports et les loisirs actifs	59
e. La convivialité	60
AXE 3 : ENGAGER LA TRANSITION ECOLOGIQUE DE LA DESTINATION PARIS ÎLE-DE-FRANCE	62
1. Accompagner la transition écologique de l'offre	63
2. Renforcer le développement d'une offre de tourisme durable sur le territoire francilien	65
a. Les transports en commun, moyens de transport privilégiés pour les déplacements touristiques	65
b. Le développement d'une offre touristique cyclable et de randonnée pédestre	66
c. Le soutien aux produits locaux et aux circuits courts	69
d. Le développement et la structuration de l'offre de tourisme durable, notamment en matière d'hébergements touristiques	70
AXE 4: TIRER LE MEILLEUR PARTI DE L'ACCUEIL DES GRANDS ÉVÉNEMENTS (CULTURELS, SPORTIFS, D'AFFAIRES...)	72
1. L'accueil des grands événements d'affaires	72
2. Les grands événements sportifs, occasions à saisir au service de la stratégie régionale	73
SUIVI ET EVALUATION DU SCHÉMA RÉGIONAL DE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME ET DES LOISIRS D'ÎLE-DE-FRANCE 2022-2028	76

2017-2021, UNE ACTION VOLONTARISTE DE LA RÉGION, HEURTÉE PAR LES MULTIPLES CRISES

Le Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs d'Île-de-France 2017-2021 a été élaboré dans une période de crise particulièrement douloureuse, suite aux conséquences des attentats de 2015-2016, et aux divers événements ayant impacté la fréquentation touristique (intempéries, mouvements sociaux, crise sanitaire...).

Structuré en trois grands axes, le Schéma avait pour objectif de répondre à toutes les crises en agissant sur les faiblesses structurelles de la destination :

- Renforcer la qualité de l'offre existante pour faire de Paris Île-de-France une expérience unique
- Réinventer la destination Paris Île-de-France : innover pour enrichir l'offre
- Renforcer la mobilisation collective au service de la destination Paris Île-de-France

Au-delà de ces grands objectifs, le Schéma se déclinait en 16 fiches actions présentant un certain nombre d'actions concrètes, et donnant des éléments d'évaluation.

La Région s'est donc engagée dans leur mise en œuvre, principalement à travers la mobilisation du Fonds régional pour le tourisme (FRT) et par les plans d'actions annuels de ses organismes associés ; le Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France (CRT) et les Centres d'accueil Régionaux du Tourisme Paris Île-de-France (CaRT).

Le bilan d'un certain nombre d'actions phares sera présenté ci-dessous, mais il est important de rappeler que dès 2020, la crise liée à la pandémie de Covid-19 a rendu nécessaire une adaptation complète des plans d'actions de la Région, du CRT et des CaRT, afin de relancer la destination et soutenir l'économie touristique. Entre confinements stricts, tourisme d'affaires et international réduit à zéro (alors que l'Île-de-France est leader mondial des salons et congrès) et peu de touristes français en saison estivale, la destination Paris Île-de-France a dû faire face à cette triple peine.

1. Bilan de la stratégie régionale 2017-2021

a. Le Fonds régional pour le tourisme, un outil puissant et apprécié

Depuis 2017, ce sont 21,7 millions d'€ qui ont été mobilisés pour accompagner les professionnels du tourisme, soit 310 projets financés au titre du dispositif "Fonds régional pour le tourisme" afin de décliner les objectifs du SRDTL 2017-2021.

Ce fonds régional a été principalement mobilisé par le secteur public (57%) et le secteur marchand (31%) en direction de ses quatre grands objectifs :

- Moderniser et développer l'offre touristique (68% du Fonds),
- Renforcer la sécurisation des sites (18 % du Fonds)
- Valoriser les richesses patrimoniales, naturelles et gastronomiques franciliennes (10 % du Fonds).
- Développer la Région multilingue, destinée à financer des projets pour améliorer le niveau et l'utilisation des langues étrangères. Cette action a été redéployée en 2018 dans la création d'un outil d'apprentissage des langues étrangères de dimension régionale "QIOZ" et dans l'action modernisation de l'offre touristique.

La Région a ainsi soutenu fortement l'investissement afin d'améliorer la qualité de l'offre touristique et accroître la fréquentation : rénovation et modernisation des espaces d'accueil touristiques, création et modernisation de structures d'hébergements touristiques, modernisation du parcours visiteur et création de nouvelles offres touristiques et de loisirs. Des établissements publics comme le Musée de l'Air et de l'Espace du Bourget (Seine-Saint-Denis), le Musée de la Toile de Jouy à Jouy-en-Josas (Yvelines) ou encore des sites privés comme le Château Rosa Bonheur (Seine-et-Marne) ont ainsi renforcé leur attractivité en améliorant leur accueil et leur parcours visiteur.

Le Fonds régional pour le tourisme a également été fléché pour décliner des destinations thématiques ciblées dans le cadre des Contrats Régionaux de Destination votés et signés (CRD) :

- Issy-les-Moulineaux – Smart tourisme ;
- Vallée de l'Oise ;
- Axe Seine ;
- Coulommiers – Pays de Brie
- Yerres – Fontainebleau – Vallées de la Seine, du Loing et de l'Essonne
- Plaine Commune Grand Paris

C'est par exemple, pour le CRD "Coulommiers – Pays de Brie", l'appui à l'émergence d'une offre touristique fluviale et fluvestre sur les Hautes boucles de la Marne avec l'aménagement d'un pôle fluvestre à La Ferté-sous-Jouarre suivi de deux futures haltes nautiques (Nanteuil-sur-Marne et Saint-Jean les 2 Jumeaux), et le développement d'activités nautiques et de loisirs, plus en aval, autour de Coulommiers. Ou encore la réalisation d'un programme d'animations estivales des berges de la Marne, porté par le Comité Départemental du Tourisme du Val-de-Marne, sur un périmètre de 30 communes allant de Charenton-le-Pont en Val-de-Marne jusqu'à Chalifert en Seine-et-Marne en passant par la Seine-Saint-Denis dans l'objectif d'enrichir et d'étendre cette offre fluviale et fluvestre le long de la Marne. Un axe fluvial et fluvestre qui se prolonge sur les canaux de Saint-Denis et de l'Ourcq autour d'animations estivales préfigurant l'accueil des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024. La création de la première Maison-étape Eurovéloroute (Scandibérique) à Nemours (Seine-et-Marne) et le développement d'une offre d'hébergements sur le sud seine-et-marnais s'inscrit dans cet objectif de déployer la thématique itinérances, ciblée dans le Contrat Régional de Destination "Yerres-Fontainebleau-Vallée de la Seine, du Loing et de l'Essonne".

Suite à la crise sanitaire, la nécessité d'accompagner plus fortement les professionnels du tourisme pour renforcer la qualité de leur offre s'est fait sentir de façon particulièrement aiguë. La Région a donc décidé de majorer le taux d'intervention du Fonds de 30% à 50% et de le doter d'une nouvelle action "digitalisation de l'offre" pour soutenir l'accélération de la transition numérique du secteur. Le recours aux technologies numériques à chaque étape de son cheminement est en effet un attendu de la plupart des visiteurs. Tel que précisé dans le chapitre suivant (2), c'est plus d'un tiers du Fonds qui a été fléché pour accompagner cette évolution.

L'amélioration constante de la qualité de l'offre touristique nécessite également de garantir le confort et la sécurité des touristes. En cela, le Fonds régional pour le tourisme s'est attaché à sécuriser l'intérieur et les abords des sites touristiques et à améliorer l'accessibilité pour les personnes à besoins spécifiques. Des sites comme le Marché Biron aux Puces de Paris Saint-Ouen, les Châteaux de Versailles et de Fontainebleau ou encore le Muséum National d'Histoire Naturelle ont pu améliorer la sûreté de leurs sites. La Région a également soutenu la création de trois commissariats mobiles contribuant ainsi à renforcer la sécurité des touristes aux abords des sites à forte fréquentation. Avec la crise sanitaire, la sécurisation des sites a naturellement également englobé la protection sanitaire des visiteurs et des personnels (équipement des personnels, signalétique des parcours et gestion des flux, distributeurs de gel).

En matière de fonctionnement, le Fonds régional pour le tourisme a financé des manifestations contribuant à découvrir de manière originale les richesses du territoire francilien. Ce sont par exemple des reconstitutions historiques, des événements autour de l'art de vivre et du terroir, de la mise en valeur du patrimoine naturel et historique.

Globalement, le Fonds régional pour le tourisme a irrigué l'ensemble des départements avec une plus forte mobilisation sur trois départements de la grande couronne (Seine-et-Marne ; Yvelines ; Val-d'Oise) et Paris. L'étendue géographique de ces territoires et la structuration de l'offre touristique expliquent ces résultats.

Force est de constater que le Fonds régional pour le tourisme, avec un cofinancement pouvant atteindre jusqu'à 50% et une action spécifiquement ciblée sur la digitalisation de l'offre, a permis d'avoir un véritable effet de levier. Sa complémentarité avec les dispositifs départementaux notamment les appels à projets du Val-d'Oise et de la Seine-et-Marne a contribué à déployer de nouveaux projets dans les territoires et à soutenir le tissu existant. Néanmoins, dans un contexte de concurrence accrue où il faut repenser le tourisme, opérer sa transition durable et innover, le Fonds régional pour le tourisme doit évoluer. Sa mobilisation doit avoir un rôle plus incitatif et ciblé pour pouvoir décliner plus fortement les axes du schéma dans et avec les territoires, contribuant ainsi à développer des destinations thématiques et à faciliter l'émergence de projets.

b. Une action résolue en faveur de l'amélioration de la qualité globale de la destination

La Région a mis en place un certain nombre d'actions en faveur de la qualité de l'accueil dans la destination : renforcement de l'animation et professionnalisation du réseau des offices de tourisme, déploiement des Volontaires du Tourisme, renouvellement de la convention avec Paris Aéroports pour mobiliser les Points Information Tourisme en vue de l'accueil des grands événements sportifs, et notamment les Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024...

i. Le renforcement de l'accompagnement des Offices de tourisme

Suite à la Loi Notre, le réseau des Offices de tourisme (OT) de la région s'est fortement transformé, pour se structurer autour de 52 offices de tourisme communaux et intercommunaux. La Région, via le Fonds régional pour le tourisme, et le CRT ont donc proposé des programmes d'accompagnement dédiés, afin de poursuivre la dynamique de professionnalisation déjà engagée par certains. Un plan de formation dédié a par exemple été déployé, année après année, au plus près des besoins exprimés par les OT. Le Fonds régional pour le tourisme a également contribué à hauteur de 700 000€ à des projets portés par des OT directement ou par des collectivités, en particulier en matière de transition numérique.

ii. Le déploiement des Volontaires du Tourisme

Le dispositif des Volontaires du Tourisme a été également une des actions phares de l'action de la Région depuis 2016. Plus de 3 000 Volontaires ont ainsi été déployés chaque été et chaque hiver, au sein des structures partenaires du dispositif. Jeunes de 18 à 25 ans, en stage, et parlant plusieurs langues, ils ont pu accueillir, informer et orienter les touristes, en complément des équipes permanentes des sites touristiques, dans toute la région. Vêtus d'une tenue régionale unique, reconnaissable, et disposant d'outils de communication adaptés, les Volontaires du Tourisme ont été particulièrement appréciés par les touristes pour leur niveau de langue (92% de satisfaction de la part des touristes interrogés pendant l'enquête menée après les premiers déploiements) et par les partenaires du dispositif pour leur dynamisme et leurs compétences en matière d'accueil.

Les Volontaires du tourisme eux-mêmes ont exprimé également leur satisfaction quant aux stages qui leur ont été proposés et aux compétences qu'ils ont ainsi pu conforter. L'expérience vécue, la gratification garantie et le fait d'être pleinement intégrés dans les équipes des partenaires de l'opération sont ainsi des points très appréciés par les jeunes Franciliens ayant été recrutés.

Les équipes du CRT ont proposé à la Région une démarche d'amélioration continue, s'appuyant sur les retours des Volontaires et ceux des partenaires, afin d'agir en permanence pour que tout se passe au mieux. Cette démarche est d'ailleurs un point fort et se poursuivra dans les années à venir.

Elle a permis, par exemple, de finaliser une tenue appréciée par tous, de qualité, ou encore des éléments de communication communs. Le réseau des partenaires du dispositif, réuni tous les deux mois autour de sujets spécifiques (recrutement, outils, formation, communication...), s'est structuré et est devenu un espace d'échanges riches.

iii. La rénovation des Points information tourisme

La rénovation du réseau des Points Information Tourisme opérée par les CaRT, grâce au déploiement d'un nouveau concept, a été engagée, dans le cadre de la prolongation de la convention de partenariat entre la Région Île-de-France et Paris Aéroports à l'occasion de l'accueil des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024. Ce nouveau concept place l'expérience du visiteur au cœur des Points Information Tourisme, et renforce l'engagement des agents d'accueil et de réservation au service des visiteurs.

iv. Le renforcement du Pack Accueil Salons et Congrès Paris Region

L'élargissement du Pack Accueil à de nouveaux partenaires (groupe Accor en 2020, puis Office du Tourisme et des Congrès de Paris en 2022) participe également de cette stratégie générale d'amélioration de l'accueil.

Initié par le CRT et Viparis en 2009, le Pack Accueil est un dispositif gratuit d'accueil, de services et de transports en navettes pour les visiteurs et exposants de salons et congrès d'audience internationale et nationale, qui contribue ainsi activement à l'amélioration de la qualité de l'accueil des visiteurs et congressistes.

Au total depuis sa création, 535 000 visiteurs et congressistes ont directement bénéficié du Pack Accueil Salons et Congrès Paris Région.

c. L'innovation, clé de voûte de la politique régionale

Le lancement de la plateforme digitale Visit Paris Region a constitué une étape essentielle pour la valorisation et la commercialisation de l'offre touristique régionale. L'objectif de cette plateforme digitale est d'être le portail de la destination pour l'ensemble des visiteurs franciliens, nationaux et internationaux.

Ce projet est constitué de trois étapes fondamentales, entre 2019 et 2022 : le site visitparisregion.com, appuyé sur les données d'Apidae Tourisme, le module e-commerce "click&collect" et la Gestion de la Relation Client (CRM).

La stratégie de cette plateforme est d'offrir à tous les visiteurs l'offre touristique de la destination. Cela comprend l'achat en ligne via une *marketplace* (place de marché) avec la possibilité de récupérer ses achats dans les Point d'Information Tourisme des CaRT et le maintien d'une relation avec les visiteurs. L'objectif est ainsi de susciter l'envie de revenir (ou venir dans le cas de primo visiteurs). Elle promeut les opérateurs touristiques et les territoires de la destination, et propose des idées de parcours originaux, construits sur mesure, en particulier en lien avec les offices de tourisme et les Parcs naturels régionaux franciliens.

La numérisation de l'offre touristique a également été concrétisée par le lancement du Paris Region Pass, permettant d'accéder, grâce à une carte sans contact (Pass Navigo), à l'offre touristique et aux transports publics.

Avant la pandémie, 30 000 Paris Region Pass ont été vendus, principalement aux visiteurs internationaux. L'offre touristique présente incluait des croisières sur la Seine (Compagnie des Bateaux Mouches, Vedettes de Paris et Bateaux Parisiens), ainsi que des excursions en bus touristique (Big Bus Paris, Paris Expérience Group ou Tootbus). Les différentes actions menées pour recruter des nouveaux partenaires furent stoppées lors de la pandémie en mars 2020.

La Région entend désormais s'interroger sur l'avenir de cette carte sans contact, à la fois du fait de la nécessaire dématérialisation de l'outil, mais aussi sur la base des évolutions de la tarification des transports publics à destination des touristes.

L'ensemble de ces actions a toutefois dû être revu à la suite de la pandémie de Covid-19. Un plan de relance pluriannuel a ainsi été mis en place par la Région Île-de-France.

2. La relance de l'activité touristique au cœur des politiques régionales en 2020 et 2021

L'ampleur de la crise sanitaire et l'alternance de « stop and go » depuis 2020 ont obligé la Région Île-de-France à engager un plan de relance soutenu afin d'actionner tous les leviers nécessaires pour relancer l'activité touristique en Île-de-France et anticiper le tourisme de demain. Après une première réponse d'urgence, engagée dès mars 2020, pour maintenir le tissu économique, la Région a renforcé ses efforts afin de soutenir les opérateurs touristiques et accélérer l'adaptation du secteur aux nouveaux besoins.

Au total, ce sont près de 137 M€ qui ont été mobilisés pour la relance de l'activité touristique dont 115 M€ au titre des aides économiques (soit environ $\frac{1}{3}$ du total des aides) dont :

- Près de 20% des prêts à taux zéro « Rebond Île-de-France » (abondé par le Fonds européen de développement économique régional (FEDER) géré par la Région), accordés aux acteurs du secteur touristique, soit plus de 1 300 entreprises bénéficiaires (pour environ 62 millions d'€),
- Un tiers du « Fonds Résilience Île-de-France et collectivités » fléché pour le tourisme soit 2 000 bénéficiaires (pour environ 43 millions d'€) ; ce fonds a permis de sauvegarder près de 20 000 emplois en Île-de-France,
- L'aide aux loyers de 1 000 € qui a bénéficié à plus de 3 500 hôtels et restaurants pour 3,4 millions d'€ et l'aide à l'aménagement des terrasses à 2 500 établissements,
- Le « chèque numérique » allant jusqu'à 1 500 € a permis à 2 500 restaurants et cafés de poursuivre une partie de leur activité en dépit de la fermeture de leur établissement par la transition numérique (click and collect...),

- La création de la foncière Île-de-France Tourisme et Territoires, filiale de la SEM Île-de-France Investissements et Territoires, avec près de 20 projets d'ores et déjà ciblés dans le secteur du tourisme.
- L'enveloppe supplémentaire de fonds européens dédié à la relance REACT-EU a été pour partie consacrée au soutien de la desserte des sites touristiques par des liaisons douces cyclables confortables et sécurisées

En appui des aides économiques, la Région s'est attachée à conforter son action autour de plusieurs priorités :

- Maintenir le lien avec les acteurs de l'écosystème touristique et renforcer la lisibilité de l'action touristique régionale (visioconférences avec les offices de tourisme ; rencontres avec les fédérations de professionnels et les sites touristiques franciliens) afin de les accompagner plus fortement dans cette période de transition et améliorer l'accessibilité aux dispositifs d'aides. Cela s'est traduit par exemple par la création, à leur demande, de formations ou de matinées de sensibilisation des professionnels par les équipes du CRT.
- Soutenir la transition numérique de l'offre touristique afin de faciliter l'adaptation aux nouveaux besoins ; c'est ainsi 1,3 millions d'€, soit plus d'un tiers du Fonds, qui ont été mobilisés en 2021 pour soutenir la digitalisation de l'offre touristique et la modernisation du parcours visiteur. Cela s'est traduit, par exemple, par la création de parcours en réalité augmentée comme le Musée de la Grande Guerre à Meaux (Seine-et-Marne) qui propose un parcours immersif retraçant la vie dans les tranchées, ou encore le parcours « Forêt augmentée » pour la découverte de la forêt de Montmorency autrement (Val-d'Oise). Ou encore, l'appui à la création d'outils numériques de réservation comme le développement d'une plateforme numérique de réservation d'hébergements éco responsables avec un financement solidaire (Paris). Une évolution qui sera sans doute amenée à se poursuivre avec les innovations et les nouvelles interfaces connectées
- Mettre en œuvre une stratégie de marketing et de promotion par le CRT pour développer le tourisme domestique, reconquérir le marché national et maintenir le lien avec l'international (campagne de marketing digital « ParisYours » lancée en partenariat avec l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris et proposée, grâce à des kits adaptables, à l'ensemble des Offices de tourisme régionaux); création d'une charte sanitaire pour rassurer la clientèle; création d'une offre gratuite de visites assurées avec l'appui de guides conférenciers, déploiement des Volontaires du Tourisme, mise en place d'un outil de gestion de la relation clients...),
- Soutenir le développement d'une offre territoriale pour créer de nouvelles destinations en Île-de-France en déclinant opérationnellement les 6 Contrats Régionaux de Destination signés en 2020 et 2021, ou en accompagnant financièrement et en ingénierie des démarches territoriales de développement (Office National des Forêts, Val d'Oise Tourisme, etc.),

- Soutenir l'innovation en matière d'expérience client, notamment avec le développement par le CRT de deux projets novateurs : l'application Paris Region Aventures et le « Roadbook Paris Region ».

Paris Région Aventures s'adresse aux familles franciliennes, françaises et aux touristes repeaters anglophones dans le but de valoriser les territoires de la destination en les invitant à partir à la (re)découverte de leurs richesses et de leurs secrets de manière ludique. Les aventures sont réparties dans l'ensemble des territoires franciliens, et ont été construites en lien étroit avec les Offices du tourisme concernés, ainsi qu'un certain nombre de partenaires départementaux, régionaux, ou particulièrement concernés par les thématiques déployées.

Entre son lancement en août 2020 et la fin 2021, l'application Paris Region Aventures a été téléchargée plus de 30 000 fois, représentant ainsi un réel succès grand public. Elle regroupe désormais 35 aventures territoriales et, au début 2022, le CRT a déployé une première aventure thématique virtuelle, autour des sports olympiques de Paris 2024.

Quant au carnet de voyage numérique, il a pour vocation de proposer un nouveau service numérique personnalisé en amont et pendant leur séjour au sein de la destination, en offrant aux visiteurs français et internationaux des contenus thématiques adaptés à leurs envies. Les contenus proposés sont répartis dans l'ensemble des territoires de Paris Île-de-France, afin de renforcer l'action régionale de diffusion des flux.

Son développement a également été l'occasion de renforcer la communication digitale en direction des touristes, dans une optique de développement durable et un contexte de crise sanitaire, rendant le recours au papier complexe. Proposé depuis l'été 2021 par les personnels des Points Information Tourisme, le roadbook Paris Region est un service très utile et a vocation à se développer dans les années à venir, en particulier auprès des territoires.

- Cibler et coordonner les politiques sectorielles régionales en lien avec le tourisme afin d'actionner plus fortement tous les leviers pour relancer l'activité touristique : montage de projets innovants cofinancés par l'Europe avec la Direction des affaires européennes, tels que l'EuroVélo 3, qui a soutenu le déploiement et la promotion de la véloroute européenne Scandibérique sur son parcours français, TOUR4SME, qui accompagne les hébergements touristiques dans leur transition vers le zéro déchet ou encore TOURBIT, pour soutenir la transition digitale des start-ups ; mobilisation des fonds européens pour la relance (enveloppe FEDER supplémentaire « REACT-EU » avec la Direction des affaires européennes et la Direction des transports, par le biais d'un appel à projets pour soutenir le développement des itinérances vélo dans les territoires ; fléchage du tourisme dans le Schéma régional de l'économie circulaire ; création du Pass Navigo culturel avec le service Culture...,

- Renforcer l'accompagnement du secteur du tourisme d'affaires, particulièrement impacté par la crise. De nombreuses actions de soutien ont ainsi pu être mises en œuvre, avec par exemple le renforcement du pack Accueil Salons et Congrès, ou la mise en place d'un partenariat spécifique entre le CRT et Promosalons. Ce partenariat avait pour objectifs de rassurer les participants à des salons sur la mobilisation des acteurs de la filière, et de mobiliser un plan de relance salons spécifique sur des secteurs d'activités fondamentaux pour l'économie francilienne (Création, Mode et Maison ; Agriculture, Industrie agroalimentaire, Hôtellerie et Restauration ; Transports et Logistique ; Industrie, Environnement, Bâtiment et Travaux publics, Nouvelles technologies).

Le CRT a également renforcé son action de valorisation de l'offre affaires régionale, permettant de mettre en lien l'offre de l'ensemble des territoires de la destination et un certain nombre de représentants de la demande en salles de réunions et séminaires d'entreprises. La création d'une plateforme francilienne pour le tourisme d'affaires (MICE) courant 2022 contribuera à structurer et renforcer cette offre MICE.

- Anticiper le tourisme de demain avec l'élaboration du nouveau schéma régional du tourisme et des loisirs 2022-2028.

LA DESTINATION PARIS ÎLE-DE-FRANCE, PREMIÈRE DESTINATION MONDIALE ?

Paris Île-de-France était, avant la crise sanitaire, l'une des premières destinations mondiales en termes d'activité touristique.

En 10 ans, la destination a connu une croissance importante de la fréquentation touristique, et ce malgré un contexte difficile du fait de crises successives (attentats, conditions climatiques difficiles, comme les inondations ou les canicules, mouvements sociaux...) qui ont eu un impact sur l'image de la destination et sur sa capacité d'accueil. Toutefois Paris Île-de-France a pu démontrer sa résilience face à ces crises en les surmontant et en battant des records de visiteurs et de retombées économiques.

Avec plus de 50 millions de touristes français et internationaux en 2018 et 2019, la destination démontrait son attractivité, et maintenait sa place dans un contexte mondial de très forte concurrence entre métropoles.

Les éléments chiffrés présentés ci-dessous permettent d'évaluer le contexte global dans lequel se place la destination Paris Île-de-France.

Le tourisme est un fait social mondial, qui a connu une croissance majeure en quelques décennies.

Et si la crise sanitaire est venue stopper la croissance ininterrompue des déplacements touristiques, l'envie de voyager reste un élément très puissant dans le comportement des habitants de la plupart des pays développés et émergents du monde. Et Paris Île-de-France demeure l'une des principales destinations rêvées par ces touristes potentiels.

Toutefois il est évident que cette crise, si elle ne semble pas avoir entraîné de révolution profonde dans les comportements des consommateurs mondiaux, a eu un effet d'accélération très important sur des tendances déjà à l'œuvre auprès des différentes clientèles. Le renforcement du souhait de consommer local, notamment en matière de gastronomie, la quête de sens, l'envie d'être "responsable" en matière d'écologie ou d'impact social et sociétal, sont des exemples de ces tendances des comportements touristiques, nécessitant une veille soutenue de la part des acteurs touristiques.

1. Éléments de comparaison internationale

Le nombre de touristes internationaux dans le monde est passé de plus de 950 millions en 2010 à près de 1,5 milliard en 2019. 2019 constitue ainsi l'année de référence pour la fréquentation touristique mondiale, bien que le taux de croissance de +4% ait été inférieur à ceux enregistrés les années précédentes.

La croissance économique mondiale, notamment dans les pays émergents, les évolutions dans le domaine du transport, les nouvelles technologies, l'allègement des règles en matière de visas touristiques et la mondialisation du commerce international sont plusieurs des nombreux facteurs pouvant expliquer cette forte hausse du nombre de touristes internationaux.

a. La croissance continue des flux de touristes dans le monde

Dans les pays émergents en particulier, la croissance économique a été accompagnée d'un accroissement des classes moyennes en capacité de voyager. La progression de la demande touristique internationale a ainsi été portée principalement par les marchés émergents comme la Chine, l'Asie du Sud-Est ou l'Europe de l'Est.

De nombreuses évolutions technologiques ont également permis d'accélérer la croissance du tourisme rapprochant l'offre et la demande, facilitant l'information et la réservation et transformant les modèles économiques. Les évolutions dans le domaine du transport, et surtout dans le domaine de l'aérien, ont permis de multiplier les lignes des compagnies aériennes et ainsi d'augmenter le nombre de vols. Ces évolutions ont également entraîné une réduction du temps et des coûts du transport aérien. Au cours des 10 dernières années, les agences de voyages en ligne, les médias sociaux, les moteurs de recherche et de nombreux nouveaux acteurs ont considérablement transformé le secteur du tourisme et influencé le comportement des voyageurs.

L'allègement des règles internationales en matière de visas touristiques a permis de faciliter le déplacement des voyageurs à travers le monde. Les déplacements professionnels ont quant à eux fortement augmenté du fait de la mondialisation du commerce international et grâce à une forte mobilisation du secteur MICE.

Cette accélération de la croissance des flux touristiques a été accompagnée par des évolutions de la demande touristique.

A moyen terme, l'un des défis pour les acteurs du tourisme est de répondre aux attentes des nouvelles clientèles des marchés émergents qui ont des références culturelles et des attentes différentes de celles des clientèles occidentales. La Chine est l'exemple le plus marquant, mais d'autres marchés, comme le Moyen-Orient, l'Asie du Sud-Est ou l'Afrique, ont aujourd'hui une part qui augmente d'année en année. Les voyageurs provenant de ces marchés utilisent cependant des écosystèmes digitaux différents de ceux des marchés traditionnels. Ainsi le défi pour les acteurs du tourisme sera de se faire une place pérenne dans ces écosystèmes.

Le vieillissement de la population, notamment en Europe et dans les pays développés, entraîne un accroissement de la part des plus de 60 ans parmi les visiteurs et aura plusieurs conséquences possibles pour le secteur du tourisme. Les activités de bien-être, voire médicales, ainsi qu'une recherche accrue pour des infrastructures accessibles seront plébiscitées par cette clientèle. La hausse du tourisme intergénérationnel est également induite par le vieillissement de la population, l'envie de passer des moments en famille et de créer du lien hors du quotidien.

Enfin, les générations Y et Z, qui ont grandi dans un environnement numérique caractérisé par l'accès rapide et direct aux informations, devraient se montrer beaucoup plus exigeantes que les générations antérieures. Elles devraient notamment être plus enclines que ces précédentes générations à voyager de manière autonome.

b. La concurrence mondiale en forte évolution

L'Europe concentre un peu plus de la moitié des arrivées touristiques internationales, l'Asie un quart et les autres zones du monde le quart restant. Cette part de marché est restée à peu près constante au cours des dix dernières années.

Cette forte concentration touristique au sein de l'Europe s'explique principalement par son niveau de développement économique qui permet à de larges proportions de la population de voyager à l'international. Les déplacements touristiques au sein de l'Europe sont très intenses, accentués également par la forte densité de populations sur un territoire relativement restreint et par le fait que la plupart des déplacements touristiques s'effectuent à proximité du lieu de résidence. L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) estime ainsi que 4 voyages internationaux sur 5 s'effectuent dans une zone géographique proche du pays émetteur. Par exemple, 80% des Français qui séjournent à l'international visitent un pays européen.

La France demeure le pays le plus visité au monde (90 millions de touristes en 2019), suivie de l'Espagne et des Etats-Unis. Le succès de ces destinations s'explique premièrement par la richesse de leur patrimoine culturel, naturel et historique qui attire les visiteurs, mais aussi par la qualité de leurs infrastructures touristiques qui permettent de les accueillir dans les meilleures conditions. En plus de ces atouts, la France dispose d'une position géographique stratégique qui lui permet d'être une étape incontournable des circuits – incluant également l'Italie ou l'Espagne – effectués par les clientèles lointaines. Cet avantage implique également une constante compétition pour offrir la meilleure expérience de visite afin de s'imposer comme la destination européenne la plus remarquable.

La première place en nombre de touristes internationaux est disputée par Londres, Paris et Bangkok. Entre 2014 et 2019, le nombre de touristes internationaux s'est accru de 37% à Bangkok, de 19% à Londres et de 16% à Paris. Même si notre destination présente un dynamisme moins fort que ses concurrentes, le profil de la clientèle de Londres et Paris est très diversifié, alors qu'à Bangkok, les touristes chinois représentent environ 40% des visiteurs internationaux. On peut ainsi constater que l'attractivité de Paris et de Londres reste inégalée au niveau international.

Sur le segment domestique, des destinations comme New-York, Tokyo ou Shanghai attirent beaucoup plus de touristes que les métropoles de Londres et de Paris. Toutefois, cet aspect est fortement corrélé au poids démographique des pays. Ainsi la population des Etats-Unis, de la Chine ou du Japon est beaucoup plus importante que celle de la France ou du Royaume-Uni. La croissance du tourisme domestique pourrait cependant générer des retombées économiques importantes avec des coûts environnementaux et de promotion réduits.

Il est toutefois important de noter que, si les principales métropoles concurrentes de Paris Île-de-France restent les mêmes depuis plusieurs décennies, de nouvelles destinations émergent, et ont des ambitions extrêmement fortes pour les décennies à venir. C'est par exemple le cas de Dubaï, qui, bénéficiant de son rôle de hub aérien mondial fortement soutenu par l'état émirati, se développe beaucoup sur un certain nombre de segments (shopping, tourisme d'affaires, offre luxe...). Ce mouvement d'émergence de destinations touristiques de premier plan (l'Arabie Saoudite, Abu-Dhabi, etc...) est d'ores et déjà présent et sera à observer dans les prochaines années, car il vient bouleverser la position de Paris et de sa région, comme celles de Londres ou de New York par exemple.

c. La consommation touristique toujours à la traîne vis-à-vis des destinations concurrentes

Sur la période 2010-2019, les dépenses touristiques mondiales ont augmenté d'environ 80% dans le monde, passant de près de 740 milliards d'€ à 1 300 milliards d'€. C'est l'un des secteurs de l'économie mondiale qui a ainsi le plus progressé ces 10 dernières années. Les évolutions les plus importantes ont été enregistrées par les pays d'Asie et du Moyen-Orient : plus de 300% pour les Philippines et le Japon, plus de 200% pour la Thaïlande, le Vietnam et les Emirats Arabes Unis.

Dans le top 10 des principales destinations, la France est en 3e position du fait de sa première place en nombre de touristes, mais les recettes touristiques internationales, d'une valeur de 57 milliards d'euros, ne progressent que de 33%, soit la plus faible hausse comparée aux autres pays de ce classement. Si en 2010, les dépenses générées par les touristes internationaux en France représentaient 13% du total des dépenses internationales en Europe, celles-ci ne représentaient que 11% en 2019.

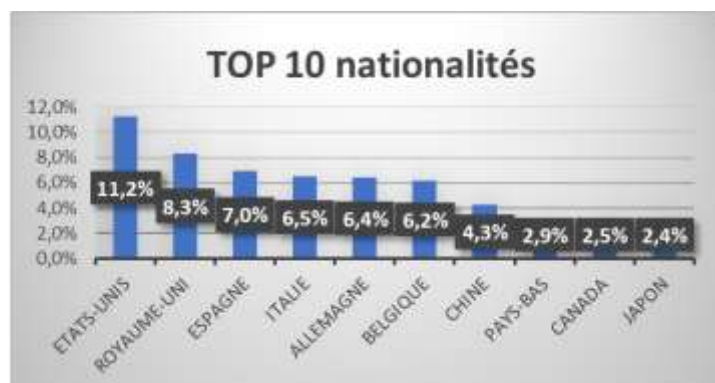
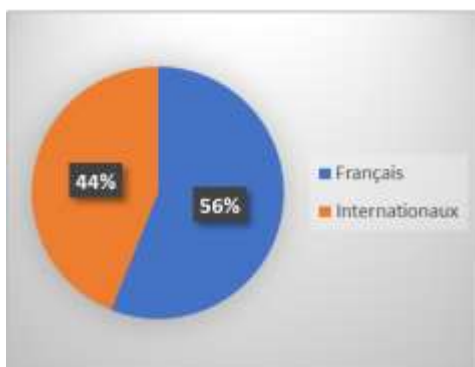
La dépense par touriste en France était de l'ordre de 635 euros en 2018, alors qu'elle s'élevait à 704 euros au niveau européen et à 915 euros au niveau mondial. Ceci s'explique principalement par la forte proportion de touristes en transit avec une durée de séjour très réduite sur le territoire français. Plus généralement au niveau européen, les voyages s'effectuent plus souvent entre des pays proches, ce qui engendre notamment des frais de transport plus faibles.

A Paris Île-de-France, la progression de la consommation touristique est plus lente que celle de la fréquentation. Elle est ainsi passée de 20,7 milliards d'euros en 2015 à 21,9 milliards en 2019. Le panier moyen d'un touriste international (hors transport) était de 653 euros, légèrement supérieur à celui de Londres (616 euros), mais inférieur à celui de Bangkok (723 euros) ou de New York (1 023 euros en 2018). Ceci s'explique par une baisse du budget moyen du séjour sur la période 2010-2019 notamment en raison des modifications du marché touristique de ces dernières années : recours plus important aux hébergements entre particuliers, aux VTC de type Uber, mais également des dépenses shopping plus réduites, une partie des transactions passant désormais par le web.

2. Panorama du tourisme à Paris Île-de France

A Paris Île-de-France, la demande est diverse et variée. Elle évolue en fonction des territoires et des clientèles. Parmi ces clientèles, les visiteurs internationaux représentent 44% des séjours, ce qui bénéficie fortement au secteur hôtelier, tout comme les voyageurs d'affaires. Les *repeaters*, visiteurs ayant déjà séjourné dans la destination, représentent quant à eux l'essentiel de la clientèle.

a. Origine des touristes en Île-de-France en 2019



i. La clientèle française

La clientèle française est majoritaire en nombre de séjours. En 2019, elle représentait 56% de l'ensemble des clientèles. Entre 2014 et 2019, et ce malgré les crises, le nombre de visiteurs français a augmenté de 6,3%, pour atteindre 28,4 millions.

Les visiteurs français consomment moins que les visiteurs internationaux car plus de la moitié des séjours est effectué en hébergement non-marchand, chez de la famille ou des amis. Ils sont cependant plus fidèles à la destination (78,9 % ont l'intention de revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans). La clientèle française semble également moins impactée par les crises. Après les attentats de 2015 par exemple, le nombre de touristes a baissé de 3%, contre 6% pour les clientèles internationales. La destination doit cependant faire face à une concurrence accrue des autres destinations touristiques mondiales, avec une baisse notoire du coût du transport aérien permettant à de plus en plus de Français de voyager à l'étranger.

ii. Les clientèles internationales

Les clientèles internationales génèrent plus de la moitié des nuitées et deux tiers de la consommation touristique en Île-de-France.

Durant les 10 dernières années, les principales clientèles internationales étaient les suivantes : Etats-Unis, Royaume-Uni, Espagne, Italie, Allemagne, Belgique, Chine, Pays-Bas, Canada, Japon et Suisse. Parmi celles-ci, beaucoup ont connu une augmentation continue entre 2014 et 2019. Deux clientèles ont particulièrement progressé : les Etats-Unis (+39%) et la Chine (+31%). Tandis que d'autres ont diminué, les crises qu'a connues la France, ainsi que le contexte géopolitique comme le Brexit ayant participé à cette évolution négative : le Japon, la Suisse, les Pays-Bas et le Royaume-Uni (entre -7% et -12%).

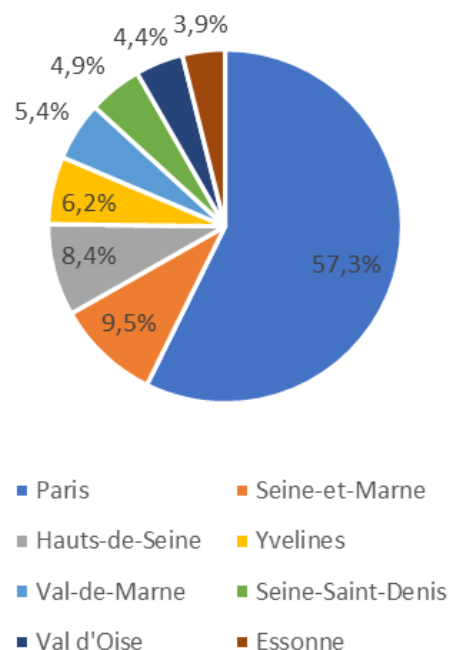
En 2019, la consommation touristique des clientèles internationales représente 66,4% de la consommation globale avec plus de la moitié (53,7%) des nuitées de la destination. L'attractivité de la destination auprès des visiteurs internationaux s'est ainsi confortée durant ces dernières années, permettant à la destination Paris Île-de-France de conserver son statut de premier plan au niveau mondial.

b. Impact territorial sur la destination

Entre 2014 et 2019, nombre de départements franciliens ont observé une dynamique à la hausse : entre +8% et +16% pour le Val-de-Marne, l'Essonne, la Seine-et-Marne, Paris et les Yvelines. Certains départements ont, quant à eux, connu une dynamique à la baisse : entre -9% et -3% pour le Val d'Oise, la Seine-Saint-Denis et les Hauts-de-Seine, avec cependant un nombre de touristes toujours élevé. En termes de poids entre 2014 et 2019, Paris a accentué son avance, tandis que les autres départements ont connu de facto une baisse ou une stabilité.

Le défi pour les acteurs touristiques sera donc de diffuser plus efficacement les flux touristiques sur l'ensemble des territoires de la destination afin de mieux répartir la fréquentation et les retombées économiques. Ceci nécessite un renforcement de la structuration de l'offre, mais aussi une stratégie marketing partagée visant à de plus en plus de personnalisation.

Répartition des touristes en Île-de-France en 2019



i. Les voyages pour motif personnel

En Île-de-France, les voyages pour motif personnel à vocation loisirs représentent environ les deux tiers des séjours sur le territoire, soit 34,8 millions de touristes. Paris concentre près de 6 visites sur 10 (57% des séjours) en 2019. Viennent ensuite la Seine-et-Marne, les Hauts-de-Seine, les Yvelines, le Val-de-Marne, la Seine-Saint-Denis, le Val-d'Oise et enfin l'Essonne.

On constate que le tourisme de loisirs prend cependant une part plus importante dans les départements plus « ruraux » de grande couronne, qui proposent des offres plus nature et familiales. En effet en 2019, la part loisirs représentait plus de 83,6% pour la Seine-et-Marne et 74,8% pour les Yvelines, et entre 50 et 70% pour les autres départements. Cette part a particulièrement progressé dans le Val-de-Marne et dans les Yvelines et, à l'inverse, a régressé notablement dans l'Essonne entre 2014 et 2019.

ii. Les voyages pour motif professionnel et mixte

Paris concentre une grande part des séjours professionnels et mixtes (59% des séjours en 2019), suivi par les Hauts-de-Seine (11%). Dans les Hauts-de-Seine, ces séjours représentent une proportion importante (42%) de l'ensemble des séjours, soit la part la plus importante de Paris Île-de-France. Le nombre de grandes entreprises nationales et internationales, la concentration de centres capables d'accueillir de grands événements nationaux et internationaux et de centres de congrès et expositions de taille plus petite, explique cette forte proportion de voyages professionnels dans ces deux départements.

c. La clientèle d'affaires, fondamentale pour l'attractivité et les retombées économiques

La destination possède la plus large offre MICE d'Europe, avec des équipements de toutes tailles répartis de façon équilibrée sur l'ensemble du territoire

Entre 2001 et 2019, le nombre d'entreprises exposantes sur les salons franciliens a augmenté de 10,5%. Le nombre de congrès a quant à lui augmenté de 19,9% entre 2007 et 2019.

Chaque année, le tourisme d'affaires représente environ un tiers des séjours en Île-de-France. En 2019, près de 15,8 millions de touristes sont venus à la fois pour un motif professionnel et un motif professionnel/personnel.

En matière de consommation touristique, la clientèle d'affaires contribue chaque année pour environ 8 milliards d'euros aux retombées économiques de la destination Paris Île-de-France, avec des dépenses journalières supérieures de près de 20% par rapport à la clientèle de loisirs.

Répartition des voyageurs d'affaires en Île-de-France en 2019



d. Des repeaters toujours fidèles

En 2019, la plupart des visiteurs de Paris Île-de-France sont des « repeaters » (79,2%), soit près de 40,1 millions de visiteurs, dont 25,9 millions venus pour motif personnel et 14,1 millions pour affaires.

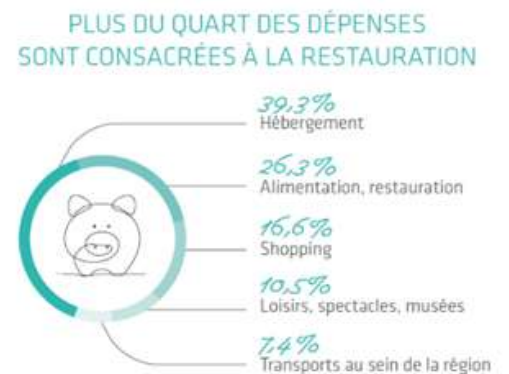
Les clientèles proches sont le plus souvent des repeaters. C'est particulièrement le cas des Français (94.3%) et des Européens (65.8%). Les clientèles plus lointaines sont en revanche plus souvent des primo-visiteurs. Plus de la moitié des Américains, des Canadiens, des Chinois par exemple n'étaient jamais venus avant leur séjour en 2019. Entre 2014 et 2019, le nombre de repeaters a augmenté de manière plus importante que celui des primo-visiteurs (11,2% contre 7,7%).

i. Des différences avec les « primo-visiteurs »

Les repeaters, venant pour motif personnel, ont engendré près de 98 millions de nuitées à Paris Île-de-France et plus de 8,8 milliards d'euros de consommation touristique en 2019.

Ils ont un budget moyen de 340 € par séjour et par personne. Ainsi, la dépense moyenne par jour et par personne (90 €) est nettement inférieure à celle de l'ensemble des clientèles (111 €).

Ceci s'explique par le fait que plus de la moitié des séjours (51,1%) ont lieu en hébergements non marchands : les repeaters résident en effet principalement chez des parents et chez des amis. Ils accordent cependant une part plus importante de leur budget au shopping et à la restauration.



ii. Une clientèle qui sort des sentiers battus

La différence avec les primo-visiteurs se situe toutefois avant tout dans une connaissance accrue de la destination ayant pour conséquence moins d'activités et de sites visités, mais un intérêt plus marqué pour les promenades en ville et le shopping. Les usages et comportements varient ainsi avec le souhait de sortir des sentiers battus. Ainsi, ils sont moins nombreux à visiter les sites "classiques", notamment la tour Eiffel, le Musée du Louvre, l'Arc de triomphe et Notre-Dame de Paris (entre -3 et -6 points).

L'attachement des repeaters à la destination Paris Île-de-France est fort, d'autant plus que la satisfaction globale après leur séjour est très élevée (plus de 94% de touristes satisfaits en 2019).

3. La crise sanitaire et son impact sur la destination Paris Île-de-France

La crise sanitaire liée à la pandémie de Covid-19 a provoqué une dégradation sans précédent de l'activité touristique internationale par suite d'un effondrement sans précédent de la demande et de l'instauration généralisée de restrictions en matière de voyages.

Selon les dernières données communiquées par l'Organisation mondiale du tourisme entre janvier et décembre 2021, le nombre de touristes internationaux a baissé de 72% par rapport à la même période de l'année 2019, soit 1 milliard de touristes de moins. Toutefois, cette fréquentation a connu une hausse de 15 millions de touristes par rapport à 2020, démontrant une reprise relative des déplacements touristiques internationaux.

Le trafic aérien international a été quasi arrêté en 2021 avec des baisses de comprises entre -60% et -90%. Les Aéroports de Paris font ainsi état d'une baisse de 61% du trafic de passagers entre janvier et décembre 2021 par rapport à la même période de l'année 2019.

a. Impact à court et moyen terme sur les clientèles internationales

Paris Île-de-France a connu une chute de fréquentation de 33,2 millions de touristes en 2020, par rapport à 2019, soit une perte de 15,8 milliards d'€ de retombées économiques. En 2021, la fréquentation touristique fut de 22,6 millions de touristes français et internationaux, soit une hausse de 29,8% par rapport à 2020. Mais cela représente encore une baisse de plus de 55% par rapport à 2019. Les retombées économiques furent de 8,4 milliards d'euros, soit une hausse de plus de 39% par rapport à 2020, mais une baisse de 61,7% par rapport à 2019. Cette chute des retombées économiques par rapport à 2019 s'explique en particulier par la chute de 70% des séjours de la clientèle internationale en 2021 par rapport à 2019, contre une baisse de 44% pour la clientèle française.

Pour ce qui est de l'activité des hébergements marchands, les hôtels ont subi de plein fouet l'absence des clientèles d'affaires et internationales et une part importante d'entre eux ont été contraints de fermer jusqu'à mi-mai. Sur l'ensemble de l'année 2021, les nuitées hôtelières sont en repli de 56% par rapport à 2019 et pour les locations et meublés saisonniers, la baisse est de -54%.

L'absence des clientèles internationales a particulièrement impacté les hôtels parisiens pour lesquels elles représentent environ 70% de leur chiffre d'affaires. Pour la même raison, les hôtels haut de gamme ont été plus fortement affectés par la baisse de la demande que les hôtels économiques.

b. La fréquentation en temps de crise

i. La fréquentation à Paris Île-de-France

Le début de l'année 2021 a été marqué par de nombreuses restrictions liées à la crise sanitaire avec une fermeture des lieux culturels, de loisirs et de restauration jusqu'au 19 mai. Un confinement en place du 17 mars au 3 mai, ainsi que plusieurs couvre-feux ont également marqué la vie des Français jusqu'au 20 juin 2021.

Le tourisme en Île-de-France a pu toutefois bénéficier d'une période de répit notamment entre juillet et décembre 2021, avec une activité portée essentiellement par les Franciliens, les Français et quelques clientèles de proximité, notamment au cours des mois de juillet et août.

ii. Une faible fréquentation des sites touristiques franciliens

Du fait des plus de 140 jours de fermeture exceptionnelle en 2020, suivis par 139 jours fermés en 2021, et de la baisse de la fréquentation touristique, l'activité des musées et monuments franciliens a été fortement diminuée. Tous les grands sites annoncent une baisse conséquente de leur fréquentation par rapport à 2019. Néanmoins la fréquentation a augmenté par rapport à 2020. On peut citer le musée du Louvre (+5%), le domaine de Versailles (+25%), la tour Eiffel (+30%), l'Arc de Triomphe (+19%) ou encore le musée d'Orsay (+20%). Certains sites touristiques de grande couronne ont toutefois plus souffert du manque de visiteurs en 2021 qu'en 2020. On peut citer le parc zoologique de Lumigny (-8%), le zoo du bois d'Attily (-5%).

iii. Un retour à la normale dans les prochains mois ?

Selon le baromètre du CRT de février 2022, 79% des professionnels interrogés prévoient une amélioration de l'activité touristique à moyen terme. Cette reprise profitera particulièrement aux territoires extra-urbains puisqu'on s'attend à une augmentation de la demande d'activités touristiques de plein air et de nature portée notamment par les clientèles résidentes ou de proximité.

À plus longue échéance, 51 % des experts européens interrogés comptent sur un retour aux niveaux de fréquentation de 2019 au plus tôt en 2023 et 35% en 2024 ou après. D'après les scénarios de l'OMT sur une période plus longue pour 2021-2024, on peut penser qu'il faudra de deux ans et demi à quatre ans au tourisme international pour retrouver les niveaux de 2019.

4. Des évolutions de la demande particulièrement accélérées dans un contexte "post-pandémie"

a. Des comportements de plus en plus complexes des touristes

L'accélération, du fait de la crise sanitaire, des évolutions comportementales des touristes ressort de l'ensemble des analyses menées par les acteurs de l'offre comme ceux de la recherche universitaire.

Plusieurs points ressortent de manière forte de ces travaux. Tout d'abord, il est certain que le tourisme est perméable aux évolutions des comportements de consommation. Cela signifie par exemple un développement des attentes en matière de consommation locale, en particulier sur le plan de la gastronomie. Ce locavorisme, qui s'est développé fortement à l'occasion des confinements successifs, reste une demande des touristes, en particulier français. Cela recouvrant à la fois des enjeux de développement durable, de comportements écologiques, mais aussi d'attention portée au prix.

Ensuite, on assiste à la montée d'un tourisme porteur de sens, notamment sur le plan de la responsabilité environnementale de l'offre touristique. Cette quête de sens ne se concrétise encore que peu dans les comportements réels, mais tend à se renforcer. Cela implique des demandes de plusieurs ordres. Il est ainsi clair que si la responsabilité environnementale n'est pas, pour l'instant, un facteur de choix de destination ou d'offres, les visiteurs demandent de plus en plus des preuves réelles d'un engagement de l'offre touristique en matière de protection de l'environnement, par exemple de réduction de leur impact écologique.

Dans la continuité de cette demande de preuves d'un engagement environnemental de l'offre, un certain nombre de touristes expriment le souhait de pouvoir vivre une expérience responsable, associant mobilités douces, hébergements responsables, en lien avec des activités de nature, gastronomie de qualité et locale, etc.

Enfin, les visiteurs sont, de manière globale, friands de tourisme expérientiel. Vivre une expérience originale pendant son voyage, qu'elle soit digitale, participative ou de tout autre type, est un élément de plus en plus plébiscité par les différentes clientèles.

Ces évolutions tendanciennes de la demande s'expriment régulièrement et ont à être intégrées dans les choix d'investissements de l'offre. En n'omettant pas un point fondamental : chaque touriste peut endosser plusieurs "rôles" et à un moment demander un séjour touristique "farniente", puis à l'occasion souhaiter un séjour très engagé sur le plan environnemental, partir à l'autre bout du monde dans un hôtel-club traditionnel ou encore profiter des avantages procurés par l'économie du partage pour rencontrer d'autres personnes (habitants comme touristes) partageant des intérêts communs. Cette multiplication des typologies de voyage vient complexifier très fortement le travail de promotion des destinations, nécessitant une segmentation de plus en plus fine de la demande pour la toucher au plus juste.

b. Une adaptation de l'offre, engagée précédemment, mais accélérée par la pandémie

i. Une numérisation toujours croissante des services et de l'image

Depuis de nombreuses années, l'accélération du numérique modifie profondément nos manières d'interagir et de consommer, ce qui n'est pas sans conséquences sur le secteur du tourisme. Dans le monde, l'accès à internet passe de 7% en 2000 à 51% en 2019.

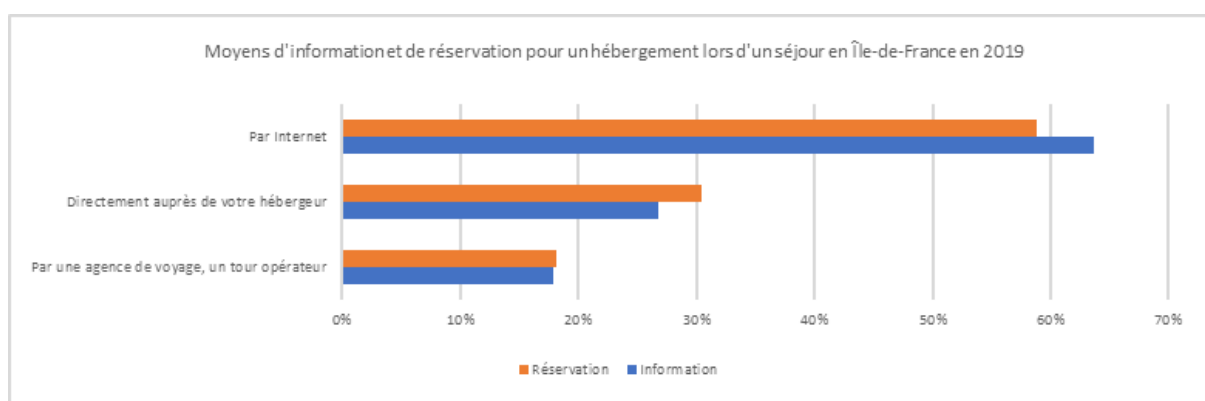
Autre phénomène important : la modification des modes d'accès à Internet. Le mobile est ainsi devenu le premier équipement utilisé pour se connecter. Cette tendance à l'utilisation massive du smartphone pour se connecter est encore plus forte dans les pays asiatiques comme la Chine ou la Corée du Sud.

L'utilisation d'Internet pour faire des achats se généralise à tous les aspects de la vie courante, et la crise sanitaire a considérablement renforcé cela. Les transports et les vacances sont les secteurs les plus concernés par l'e-commerce. Parmi les nationalités les plus représentées en matière d'achats pour les vacances et les transports, on compte les Américains, les Coréens et les Chinois.

ii. Internet, une source essentielle d'information et de réservation

Aujourd'hui, Internet est un vecteur indispensable en matière d'information et de réservation des hébergements touristiques. En 2019, près de 64% d'entre eux se sont informés en ligne sur leur hébergement, et près de 59% l'ont réservé également en ligne.

Les principales fonctionnalités des applications utilisées par les visiteurs concernent l'orientation, la localisation des activités en fonction de la position géographique, les informations sur les transports et la planification du programme du séjour.



La pandémie de Covid-19 a également impliqué une forte croissance des services numériques proposés par l'offre touristique : entre check-in/out digitalisé, développement de visites guidées virtuelles, réalité virtuelle et augmentée, toutes les composantes de l'offre touristique ont dû transformer ce qu'elles proposaient aux visiteurs/clients afin de répondre à leur demande autant qu'aux contraintes réglementaires liées à la lutte contre la pandémie.

Ce développement des technologies numériques a pour conséquence majeure une autonomisation de plus en plus forte des touristes qui décident eux-mêmes, au gré de leurs pérégrinations numériques et de leurs envies, des composantes de leur séjour.

L'adaptation de l'offre touristique à cet état de fait est un point vital, et pour les destinations, un enjeu extrêmement complexe, du fait de la diversité des profils de clientèles. Toutefois cette numérisation des parcours peut représenter un avantage pour elles : les parcours précis des touristes laissent des traces (préférences, centres d'intérêts, pratiques, actions, achats, satisfaction, posts réseaux sociaux, etc.) et leur analyse globale peut permettre un ciblage plus fin et efficace de ce qui sera mis en avant.

iii. L'essor des plateformes collaboratives

Depuis une vingtaine d'années, de nombreuses plateformes se développent, en particulier dans le domaine du tourisme et de l'hébergement. Des plateformes d'échanges de nuitées telles que Couchsurfing ont tout d'abord permis, via un système d'évaluation entre utilisateurs, de réserver gratuitement des hébergements sous condition de réciprocité. Des plateformes de réservation hôtelière telles que Booking.com ou Expedia.com ont ensuite révolutionné le marché de l'hébergement, permettant aux visiteurs de retrouver l'offre sur une plateforme unique. Des plateformes collaboratives ont également vu le jour, telles Airbnb ou HomeAway - Abritel, et ont provoqué une seconde révolution dans l'hôtellerie en proposant de mettre en relation des particuliers afin de proposer des locations à court terme.

En croissance exponentielle ces dix dernières années, les agences de voyages en ligne, devenues des géants mondiaux de l'économie numérique, ont profondément bouleversé la vente intermédiée des hébergements touristiques en Ile-de-France comme partout dans le monde : dans l'hôtellerie, face notamment à Booking, Hotels.com ou encore Expedia, comme dans la location meublée avec Airbnb ou Abritel, le secteur a dû se battre contre des mastodontes aux niveaux de commissions élevées et aux clauses commerciales souvent jugées abusives.

La croissance des locations touristiques proposées sur ces plateformes a aussi bousculé l'hôtellerie traditionnelle comme le secteur des résidences de tourisme, ainsi que les labels nationaux reconnus depuis des décennies dans la location meublée, comme Gîtes de France et Clévacances.

Elle a impacté le marché du logement de certains centres-villes, dont Paris. Par exemple, entre 2014 et 2019, l'offre de meublés touristiques proposée par les plateformes de location saisonnière entre particuliers est passée à Paris et en Île-de-France de 300 000 lits à 1,1 million de lits. Paris Île-de-France est ainsi l'une des premières capacités mondiales en la matière, même si la crise liée à la pandémie de Covid-19 a impliqué une baisse forte du nombre d'appartements mis en location.

Un certain nombre de réglementations ont été mises en place pour freiner cette expansion et contrôler l'application des règles instaurées (nombre de jours de location, taxe de séjour...). Ces réglementations, fortement renforcées ces dernières années, avaient pour objectif de limiter le nombre de nuitées louées par appartement, et ainsi d'éviter la transformation d'une offre de logement pérenne, à destination des habitants, en logements uniquement à vocation touristique. En effet, si l'offre d'hébergements en meublés touristiques a eu un effet positif sur le renouvellement de la destination et en matière de réduction des carences en hébergements touristiques dans certains territoires, elle a aussi un impact très négatif sur l'offre locative résidentielle dans le cœur de l'aire urbaine métropolitaine¹.

¹ Etude Institut Paris Region "Quel impact des locations saisonnières à l'année au cœur de l'agglomération parisienne" - Juin 2021

L'enjeu sera, à l'avenir, de parvenir à maintenir un équilibre entre le besoin des visiteurs de disposer d'une offre de meublés touristiques adaptée, mais aussi de garantir le fait que son impact au cœur de la zone dense de l'agglomération soit le plus limité possible.

Cette économie collaborative a évidemment touché d'autres secteurs que l'hébergement touristique. On peut ainsi citer les mobilités, avec le développement de nouvelles offres, comme le covoiturage, répondant à une demande de trajets à bas prix. Des entreprises comme BlaBlaCar se sont ainsi fortement positionnées sur ce segment, combinant cette offre de covoiturage avec une offre de bus grandes lignes plus traditionnelle, pour offrir un service global de transport à bas prix.

Les opérateurs ferroviaires, au premier rang desquels la SNCF, ont dû adapter leurs gammes de prix et leurs offres à cette nouvelle donne en matière de mobilité, notamment en développant fortement les lignes "low-cost".

iv. L'amélioration de l'expérience visiteur dans l'hôtellerie

L'hôtellerie à Paris Île-de-France a connu une montée en gamme au cours des 10 dernières années, avec notamment la création d'une cinquième étoile, qui a permis à nombre d'hôtels parisiens de rejoindre cette catégorie. Le label Distinction Palace a quant à lui permis de passer de 6 palaces historiques dans la capitale à 12 aujourd'hui. Les travaux de rénovation entrepris depuis une dizaine d'années ont fait évoluer plusieurs hôtels en 3 étoiles alors que les hôtels économiques ont diminué. A ce jour les 2/3 de l'offre hôtelière sont concentrés dans la capitale même si de grandes zones hôtelières sont présentes dans le reste de la région (Roissy, Disney, La Défense).

Afin d'améliorer l'expérience visiteur, la destination a connu ces 10 dernières années l'essor des Boutiques Hotels, des établissements dits « lifestyle », souvent de petite ou moyenne capacité et plutôt hauts de gamme, non standardisés ni affiliés à des enseignes classiques, qui jouent sur le design, la recherche d'une identité visuelle et d'un caractère unique, un mobilier recherché, etc.

Certains hôtels mêlent quant à eux l'art à l'expérience visiteur en proposant par exemple un mobilier singulier ou des galeries d'art dans leurs espaces communs. Des propriétaires d'hôtels décident eux de tirer profit de l'histoire du bâtiment lorsque celui-ci a hébergé des personnalités. Ainsi la culture se mêle à l'hôtellerie afin d'enchanter le visiteur.

Avec la crise sanitaire, la digitalisation du parcours client s'est accélérée en même temps que de nouveaux concepts. Les hôteliers n'hésitent plus à cibler une clientèle locale, en recherche d'autres lieux pour télétravailler ou en développant des espaces de coworking.

Les nouveaux concepts hôteliers témoignent d'une meilleure perméabilité entre l'hôtel et son environnement : ils ouvrent leurs restaurants, leurs bars, leurs espaces de coworking, ils accueillent des cours de yoga, de cuisine, etc.

La destination a engagé un renouvellement de son offre d'hébergements afin d'attirer les plus jeunes, en particulier les millennials² et la génération Z, des populations nomades et hyper connectées recherchant un esprit lifestyle et des petits prix. Ainsi, alors que la destination présentait auparavant un déficit en nombre d'auberges de jeunesse, celle-ci commence à se rattraper, notamment avec l'arrivée de grands groupes internationaux tels que Saint-Christopher's INN, le britannique Generator, l'allemand Meininger ou encore JO&JOE du groupe Accor. Les nouveaux concepts hôteliers témoignent également de cette revendication d'être des espaces de vie, d'apprentissages, de rencontres, ouverts sur le quartier.

v. L'ouverture de nouveaux lieux de tourisme

Paris Île-de-France a connu un renouveau important de son offre durant les 10 dernières années. De nouveaux équipements touristiques, culturels ou de loisirs ont été rénovés ou ouverts, permettant à la destination de renouveler son offre et de renforcer les services proposés aux visiteurs.

Sur le plan culturel, la destination a ainsi vu l'ouverture de la Bourse du Commerce - Pinault Collections, du musée du Général Leclerc et de la Libération de Paris - Musée Jean Moulin ou encore de l'Hôtel de la Marine, opéré par le Centre des monuments nationaux. De nombreux chantiers de rénovation ont été engagés, comme par exemple au sein de Paris Musées (Musée Cernuschi, Palais Galliera, Musée Carnavalet, Musée d'art moderne, notamment), mais aussi au Grand Palais, donnant lieu à la création du Grand Palais Éphémère, lieu d'expositions, d'événements, et site olympique, au Château de Versailles (refonte de l'espace d'accueil des visiteurs individuels par exemple), au musée de Cluny, au musée de l'Air et de l'Espace du Bourget, etc.

De plus, le classement, en 2016, de l'œuvre du Corbusier au patrimoine mondial de l'humanité par l'Unesco, a renforcé la visibilité de ce patrimoine architectural, et donc celle de la Villa Savoye à Poissy par exemple.

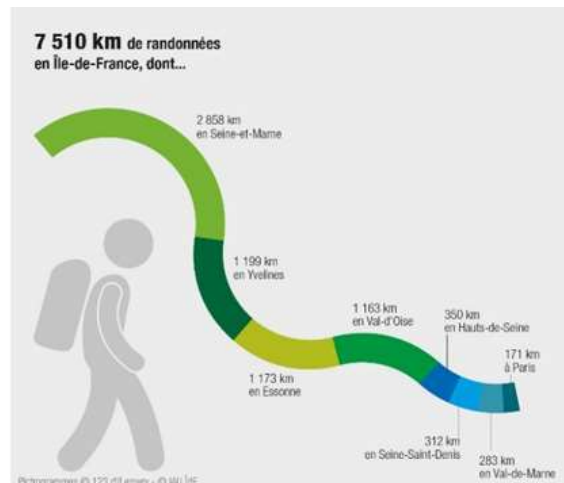
En matière de loisirs, l'ouverture en 2017 de Villages Nature Paris a renforcé la capacité de la destination de répondre à une demande de loisirs nautiques et de nature, pour les habitants comme pour les touristes français et internationaux, à proximité des Parcs Disneyland Paris.

Enfin, la création, souvent éphémère, de lieux alternatifs, en particulier dans des friches urbaines et industrielles, a pu participer à l'attractivité de la destination auprès, notamment, des clientèles jeunes, françaises et européennes. Le développement de ces lieux alternatifs et plus globalement des tiers lieux, en particulier centrés autour d'une dimension conviviale et festive, a ainsi pu renforcer l'image vivante de la destination, et a contribué au renforcement d'une réelle innovation culturelle, sociale et environnementale.

² Les millennials sont, pour les démographes, la génération née dans les années 1980 et le début des années 1990. La génération Z est la génération suivante.

vi. Le slow tourisme

Paris Île-de-France renvoie l'image d'un territoire urbanisé, cependant 77% du territoire est composé d'espaces agricoles, boisés et naturels représentant un total de 9 337 km². Des milliers de kilomètres de chemins de randonnée pédestre, d'aménagements cyclables, de voies navigables et de berges aménagées sont un atout essentiel pour la destination. De grands itinéraires cyclables traversent notre région de part en part et de nombreux projets sont en cours ou à l'étude comme la véloroute de Paris au Havre (V33), ou encore la Scandibérique de Trondheim à Saint-Jacques-de-Compostelle (Eurovéloroute n° 3, dont le déploiement et la promotion ont été soutenus par l'Europe dans le cadre de la participation de la Région à ce projet européen). La tendance liée au développement des déplacements doux tels que en itinérance ou en excursionnisme ne cesse d'évoluer. C'est une tendance qui s'est encore renforcée depuis la crise sanitaire



L'hébergement est un élément essentiel à prendre en compte car il permet aux touristes de faire des haltes sur leurs parcours et ainsi, prolonger leurs déplacements sur le territoire. Sur ce point, les départements de grande couronne bénéficient d'une importante offre de gîtes et chambres d'hôtes (près de 700 hébergements en 2015 labellisés « Gîtes de France »). D'autres types d'hébergements insolites tels que les yourtes ou les cabanes dans les arbres, se développent et permettent d'attirer de nouvelles clientèles (les familles, les jeunes...). Les nombreuses « îles de loisirs » régionales sont également des espaces naturels protégés où la nature et les loisirs s'entrecroisent. Ainsi le slow tourisme a toute sa place sur la destination, particulièrement dans les départements de grande couronne.

Parmi les acteurs du slow tourisme et du tourisme rural, les quatre Parcs naturels régionaux (PNR) d'Île-de-France sont incontournables. La préservation de la nature, du paysage et du patrimoine est la mission principale des PNR. Ainsi le tourisme durable et les activités de loisirs identitaires sont au cœur de leur stratégie et permettent la promotion des activités et savoirs faire locaux. Leur rôle permet de diversifier l'offre touristique en investissant plus largement dans le tourisme durable.

c. L'émergence, à surveiller, de nouvelles tendances

Du fait de la numérisation croissante de l'économie, et de l'essor de l'économie collaborative, de nouvelles tendances mondiales émergent : essor des crypto monnaies ou des monnaies locales, développement des NFT (« non-fungible token » – jeton non fongible), création d'œuvres d'art purement numériques, construction de métaverses, etc.

D'autres tendances sont en cours de développement et peuvent avoir des conséquences sur l'activité touristique. Le développement des tiers lieux, par exemple, a été une opportunité dans certains territoires français pour offrir une information touristique locale aux utilisateurs de ces lieux, et notamment dans les espaces de coworking.

La diffusion du télétravail, renforcée fortement par la crise liée à la pandémie de Covid-19, a aussi soutenu le développement d'une offre combinant temps de travail et temps de loisirs et de tourisme. Cela étant renforcé par la structuration croissante et rapide de la fibre optique à l'échelle de l'ensemble du territoire français. Un certain nombre d'acteurs, notamment des hébergeurs (hôteliers, gîtes et chambres d'hôtes), s'interrogent aujourd'hui sur l'avenir de cette tendance et donc les services à offrir aux touristes souhaitant mêler ces activités. Cette tendance a toutefois comme corollaire une demande croissante de déconnexion et de "zones blanches", permettant une coupure nette avec le temps de travail.

Ces signaux, non exhaustifs, concernent pour le moment peu les activités touristiques et de loisirs mais ils sont à surveiller, pour permettre à l'offre touristique de se positionner à bon escient.

Un travail de veille stratégique sera donc à mener. La Région entend y prendre sa part, afin d'anticiper le plus possible les évolutions qui pourraient être particulièrement impactantes sur l'offre et la demande touristique.

UN SCHÉMA RÉGIONAL FRUIT D'UN DIALOGUE INTENSE AVEC LES PARTENAIRES RÉGIONAUX

Le lancement des travaux d'élaboration du Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs d'Île-de-France a été effectué par le conseil régional à l'occasion du vote du plan de relance de l'économie francilienne, en juin 2020. La Région entendait ainsi démontrer qu'au-delà de mesures de soutien direct au tissu économique, la relance de l'activité touristique ne pouvait être engagée que dans un cadre plus global, et en concertation étroite avec tous les acteurs de la destination, afin de décider collectivement du développement du tourisme souhaité dans les années à venir.

En effet, dans la période de crise traversée par les acteurs du tourisme et des loisirs franciliens, il était fondamental pour la Région d'écouter et d'adapter son action à leurs besoins et à leurs attentes.

C'est pourquoi le CRT Paris Île-de-France, maître d'œuvre de l'élaboration du Schéma conformément au Code du Tourisme, a mis en place un dispositif de concertation large et ambitieux.

En plus de réunions régionales, organisées afin de cadrer chaque étape, de nombreuses réunions territoriales ont pu être mises en place, dans les Départements franciliens. Elles ont rassemblé, entre l'automne 2020 et l'hiver 2020-2021, plus de 650 acteurs du tourisme, privés et publics.

Le CRT a également mis en place un dispositif de contribution numérique à l'automne 2020, afin de permettre à toutes celles et ceux qui le souhaitaient de contribuer concrètement pour co-construire les actions qui seront menées par la Région durant la durée du Schéma. Ce furent une centaine de contributions qui ont ainsi pu être remontées, et qui ont enrichi les réflexions.

Enfin, des contributions formelles à l'élaboration du Schéma ont été transmises par un certain nombre de partenaires ou d'institutions, participant ainsi au travail collectif. Il s'agit, entre autres, de la Chambre de Commerce et d'Industrie Paris Île-de-France, de l'Ademe, de l'Agence des Espaces Verts d'Île-de-France, d'Île-de-France Terre de saveurs, du Département du Val-d'Oise, de l'Alliance France Tourisme, de Promosalons ou encore du Conseil économique, social et environnemental d'Île-de-France, qui a rendu un avis proposant des éléments d'analyse et de bilan du Schéma régional 2017-2021, et des propositions d'actions.

Ces concertations, riches, dynamiques, mobilisatrices ont été indispensables à l'écriture du présent Schéma régional. Elles ont garanti une adaptation forte de l'action régionale aux besoins du secteur et ont confirmé les dynamiques partenariales engagées et l'exigence de les renforcer toujours plus.

C'est pourquoi le conseil régional s'engage, dans le cadre de ce Schéma régional 2022-2028, sur 4 axes stratégiques, qui structurent son action sur cette période.

- Accompagner la relance et la transformation de l'économie touristique francilienne ;
- Enrichir le positionnement de la destination Paris Île-de-France ;
- Engager la transition écologique de la destination Paris Île-de-France ;
- Tirer le meilleur parti de l'accueil des grands événements (sportifs, culturels, d'affaires...).

Les échanges nombreux effectués dans le cadre de la démarche de concertation ont démontré la nécessité d'une action régionale globale, investissant aux côtés des acteurs du tourisme ; une action de soutien à l'innovation et la transition durable de l'offre mais aussi la professionnalisation des équipes afin d'accompagner les professionnels dans leurs stratégies de développement, et en même temps dans la promotion de la destination et sa diversité d'offres touristiques auprès des visiteurs franciliens, français et internationaux, que ce soit directement, ou en direction de nombreux intermédiaires (agences de voyage en ligne, tour-opérateurs, autocaristes...).

La conviction de la Région est qu'il est nécessaire de s'engager toujours plus dans cette action à 360°. C'est le cœur de ce Schéma régional et de ses futures déclinaisons opérationnelles.

Cette vision implique que l'action régionale s'adapte en permanence aux mutations structurelles et conjoncturelles du secteur, aux nouvelles attentes des visiteurs, aux crises potentielles, afin d'être connectée aux besoins des territoires et des acteurs professionnels et de renforcer la résilience du territoire régional sur le long terme.

C'est la garantie de son efficacité, et de son utilité.

Afin de décliner opérationnellement les orientations du Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs 2022-2028, la Région s'attachera à mobiliser l'ensemble des politiques sectorielles de la Région en lien avec le tourisme afin d'actionner tous les leviers nécessaires. Cette démarche multisectorielle témoigne d'une ambition forte de la Région qui, au-delà de la seule politique du tourisme, mobilise ses ressources et croise ses politiques, pour développer et promouvoir le rayonnement et l'attractivité de notre territoire.

De la même manière, la Région entend actionner les politiques d'intervention de l'Etat et s'appuyer sur les stratégies, réseaux et financements européens encourageant la transition digitale et durable du tourisme pour renforcer l'impact de sa politique en faveur du tourisme et accélérer la mise en œuvre de ses axes stratégiques.

La Région travaillera également à une meilleure coordination de son action en faveur du tourisme avec ses partenaires institutionnels. Elle agira de concert avec ses partenaires institutionnels tels que les Départements et Intercommunalités franciliens dans le respect des stratégies de chacun et au plus près des besoins des professionnels de la destination. A l'échelle européenne, le tourisme fait partie intégrante des accords de coopération passés avec la Bavière, l'Aire métropolitaine de Lisbonne et les régions de Stockholm et de Bruxelles capitale. La Région s'appuiera sur ces accords pour développer des échanges d'expériences, valoriser les meilleures pratiques et monter des projets collaboratifs innovants communs susceptibles d'obtenir au soutien financier de l'Europe.

La Région poursuivra son engagement dans le réseau européen de régions pour le tourisme durable, NECSTouR, qui porte ses intérêts auprès de la Commission européenne par le biais de son Bureau de représentation à Bruxelles et est un levier complémentaire aux coopérations pour mobiliser des financements européens (FEDER, programmes Erasmus+, Europe créative ou Marché unique) au profit de la mise en œuvre des priorités identifiées dans le présent schéma ou des projets des acteurs du tourisme franciliens chaque fois que cela sera possible.

Enfin, elle appuiera les candidatures des territoires et des sites à des labellisations prestigieuses susceptibles de renforcer leur attractivité et leur fréquentation, telles que Destinations européennes touristiques d'excellence (EDEN) ou Itinéraire culturel européen du Conseil de l'Europe (ICE).

Elle veillera, ainsi, à poursuivre son étroite collaboration avec l'ensemble des collectivités et acteurs publics afin d'amplifier l'effet de levier de l'intervention publique au service du dynamisme des territoires.

AXE 1 : ACCOMPAGNER LA RELANCE ET LA TRANSFORMATION DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE RÉGIONALE

La crise liée à la pandémie de Covid-19 est profonde et nécessite, du fait de sa persistance et de son impact pour l'Île-de-France plus durement touchée que les autres régions françaises, d'agir dans la durée pour soutenir la filière touristique.

En cela, la Région entend poursuivre la consolidation du secteur tant que la pandémie de Covid-19 durera, tout en accompagnant plus fortement sa transition vers un tourisme plus durable et résilient. Dans la continuité de l'action régionale opérée depuis quelques années, et amplifiée par les plans de relance successifs, un certain nombre d'actions d'accompagnement, d'ingénierie et de soutien à la filière seront mises en œuvre.

1. L'appui aux professionnels :

Les professionnels de la destination, privés comme publics, ont su s'adapter de manière agile et efficace aux transformations impliquées par les crises successives, et par l'évolution des comportements des touristes. Le soutien très fort opéré par les acteurs publics, et en premier lieu l'Etat et la Région grâce aux différents fonds de soutiens déjà énumérés, a d'ailleurs largement contribué à cette adaptation.

Toutefois, il importe de poursuivre cette dynamique. En effet, la destination et ses professionnels font face à des concurrents dynamiques en France, en Europe et ailleurs dans le monde.

Les services de la Région, accompagnés par les organismes associés, travailleront ensemble pour proposer un véritable parcours intégré à chaque entreprise, afin qu'à toutes les étapes de son développement, dès sa création, elle puisse bénéficier des outils financiers et de l'accompagnement humain adéquats (Fonds régional pour le tourisme, outils de la "gamme Up" (TP'Up Relance, PM'UP Relance, Innov'Up et Innov'Up Expérimentation...), information et accompagnement vers les financements européens, Foncière Île-de-France Tourisme et Territoires, etc.).

a. L'innovation et le numérique, au cœur des transformations pour faire revenir les touristes

Si le secteur touristique n'a pas cessé d'innover ces dernières années, la pandémie a encore accéléré encore davantage la digitalisation des métiers, la relation aux clients et aux prospects, la conception et la commercialisation des biens et des services.

La Région Île-de-France fait le pari de l'investissement pour accélérer la transformation du secteur touristique et permettre aux acteurs franciliens de mieux rebondir. Dans un contexte de mutation technologique et d'évolution des besoins, les professionnels du tourisme doivent renouveler leur offre, faire preuve de résilience, et donner envie aux visiteurs de revenir. L'innovation touristique constitue un levier essentiel pour relever ce défi et renforcer l'attractivité du secteur notamment dans les secteurs les plus impactés de l'évènementiel et du tourisme d'affaires. La Région s'attachera, ainsi, à mobiliser plus fortement ses dispositifs d'accompagnement dans l'objectif d'accélérer la transition numérique de l'offre et de favoriser l'émergence et l'implantation de start-ups et de Très Petites Entreprises (TPE) innovantes. En cela, le Fonds régional de soutien au tourisme visera à développer tout type d'innovation dès lors qu'elle apporte de la valeur ajoutée à l'offre existante : innovation de service, d'usage, de protection ou de réassurance sanitaire... notamment si ces projets proposent un tourisme plus respectueux des exigences de développement durable. En complémentarité, le dispositif Innov'Up sera plus spécifiquement activé pour favoriser l'émergence et la visibilité de start-ups innovantes du tourisme.

Dans ce sens, la Région poursuivra le lien engagé avec les différents incubateurs installés en Île-de-France (Welcome City Lab et autres incubateurs généralistes ou thématiques), en accompagnant le tissu extrêmement dynamique de start-ups, et le développera en facilitant autant que possible leur interaction avec l'offre touristique. L'objectif est de poursuivre le développement de services innovants, et de répondre de manière simple et efficace aux besoins des sites et acteurs touristiques.

Ce soutien à l'innovation devra garantir une cohérence globale de l'action régionale, et assurer une réelle efficacité de celle-ci. De nombreuses applications, ou d'autres produits innovants ont été soutenus et il conviendra d'en évaluer la pertinence au fur et à mesure du temps. Le succès de projets régionaux comme Paris Region Aventures dépend en effet à la fois d'un affichage clair de la cible marketing, de développements réguliers, afin d'en renouveler le contenu, et de stratégies de communication soutenues. Il conviendra donc d'analyser les projets et entreprises qui solliciteront le soutien régional en fonction à la fois de leur modèle de développement, de l'intégration de l'ensemble des maillons de la chaîne de valeur, et de leur positionnement face à l'existant, afin de ne pas rentrer en concurrence avec un pan de la politique régionale.

b. Le soutien à l'investissement et l'action foncière : deux leviers majeurs de l'action régionale

La Région agira sur l'investissement touristique, particulièrement dynamique en Île-de-France avant crise. Elle mobilisera ses outils financiers et techniques, pour aider les acteurs privés et publics de l'investissement à agir de manière volontariste.

En cela, le Fonds régional de soutien au tourisme contribuera à maintenir et renforcer la capacité de développement et d'investissement des professionnels du tourisme afin qu'ils puissent renouveler leur offre aux nouvelles exigences de la clientèle et accélérer leur transition durable et digitale. Dans la continuité des adaptations opérées en janvier 2021, avec la modification du règlement d'intervention du Fonds régional pour le tourisme, de nouvelles mesures pourront être mises en œuvre pour inciter plus fortement à cette transformation du secteur. Le tourisme ainsi repensé doit valoriser toujours plus l'ensemble des territoires de notre région avec des envies nouvelles, notamment au travers des activités de nature ou sportives, l'art de vivre à la française, la culture, l'histoire, le patrimoine millénaire ou plus récent, la mode, la création, ou encore la gastronomie.

Ce soutien à l'investissement s'appuiera, également, sur la Foncière Île-de-France Tourisme et Territoires créée fin 2021. Dans un contexte de carence dans les territoires de l'offre privée d'hébergement ou d'équipement, il s'agira d'actionner ce nouvel outil de portage immobilier pour appuyer des projets de développement, de reprise d'activité, et d'innovation.

La Région entend également faciliter le lien entre investisseurs, territoires et porteurs de projets. C'est pourquoi elle souhaite développer un Forum régional de l'investissement touristique, qui se tiendra de manière régulière dans tous les Départements de la région, afin de garantir une efficacité des contacts et une réponse efficiente aux besoins des territoires et des porteurs de projets. Pour cela, elle s'inspirera des expériences départementales réussies, comme le forum de l'investissement touristique organisé par Seine-et-Marne Attractivité.

Enfin, une action de veille sera engagée afin d'obtenir une lisibilité des disponibilités foncières dans les territoires, notamment dans les espaces de friches et d'identifier leur capacité à accueillir des investisseurs potentiels. La requalification de friches constitue, en effet, une opportunité quant à la recherche d'un foncier répondant à l'objectif de Zéro Artificialisation Nette, et tel que prévu par la loi « portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets » (août 2021).

Cette action sera menée avec l'Établissement Public Foncier d'Île-de-France, la Foncière Île-de-France Tourisme et Territoires, l'Institut Paris Région, le CRT et les collectivités territoriales.

c. La sécurité des touristes, levier fondamental de l'attractivité régionale

La Région place les enjeux de sécurité au cœur de sa stratégie. Comme cela a été indiqué précédemment, elle a fortement investi, ces dernières années, en faveur de l'amélioration de la sécurité des touristes, qu'il s'agisse de sécurité physique et des biens, ou de sécurité sanitaire suite à la pandémie de Covid-19. Cela restera un enjeu clé, car il s'agit d'une limite structurelle qui nous pénalise auprès de nombreuses clientèles, en particulier internationales.

La Région accompagnera les investissements nécessaires en la matière réalisés par les professionnels de la destination afin d'assurer les meilleures conditions de visite dans l'ensemble de l'offre. Elle agira, dans le cadre de ses compétences réglementaires, sur la sécurité des touristes dans les transports en commun, grâce à l'augmentation du nombre d'agents de sécurité et le déploiement de la vidéo-protection.

Elle renforcera, ainsi que le CRT, ses partenariats avec les acteurs de la sécurité, et en particulier avec la Préfecture de Police de Paris et les Préfectures des départements de grande couronne, afin de déployer des actions de sensibilisation auprès de l'ensemble des salariés du secteur touristique.

d. Une action renforcée pour le tourisme d'affaires

Une action spécifique a été mise en place en faveur du secteur du tourisme d'affaires, qu'il s'agisse des salons, des congrès comme des réunions d'entreprises de plus petite échelle. Elle se poursuivra dans les années à venir car ce secteur est particulièrement impacté par des transformations profondes, amplifiées par la crise liée à la pandémie de Covid-19.

Le développement de la visioconférence et sa banalisation, les fortes contraintes financières pesant sur les entreprises, impliquent des choix rendant incertain l'avenir du secteur.

La Région entend donc agir fortement en faveur de cette industrie, fondamentale pour son dynamisme économique et son attractivité. Qu'il s'agisse de la poursuite du Pack Accueil Paris Region, du développement de la Marketplace dédiée créée en 2021, d'actions de promotion de l'offre territoriale à l'occasion d'événements dédiés animés par le CRT, etc., l'action régionale se déploiera donc de manière efficace et adaptée aux besoins des entreprises. Elle se fera pleinement en partenariat avec tous les acteurs qui le souhaitent, et notamment en lien étroit avec la Chambre de commerce et d'industrie Paris Île-de-France.

Le travail de réassurance, en particulier sur la sécurité sanitaire, a une importance toute particulière dans ce cadre, car il est certain que c'est un élément clé de différenciation et de concurrence entre les destinations mondiales. La Région réaffirme donc sa conviction d'un engagement total des acteurs de l'ensemble de la chaîne touristique sur ce sujet, et œuvrera à en renforcer la communication auprès des clientèles d'affaires, grâce à sa charte "Paris Region Destination sûre / Safe Destination".

La Région souhaite également assurer de son plein soutien les organisateurs de salons et de congrès afin qu'ils choisissent la destination pour accueillir leur événement. Première capacité mondiale d'accueil de grands événements d'affaires, portée par des acteurs majeurs de cette industrie, au premier rang desquels Viparis, mais aussi par une offre diversifiée et de qualité, classique comme atypique, répartie sur l'ensemble de son territoire, desservie par des transports en commun de grande capacité, la destination se doit de rester parmi les leaders mondiaux en la matière. La dynamique forte de rénovation et de modernisation des lieux d'affaires, de la Porte de Versailles aux sites régionaux (Issy-les-Moulineaux, Versailles, etc.), est en cours et participe de la réponse collective à ces enjeux et au renforcement de l'attractivité nationale et internationale de la destination. La Région l'a soutenue, et entend continuer dans les années à venir.

L'une des mutations majeures des rencontres professionnelles est le développement de solutions hybrides, mêlant agrément et affaires par exemple en matière d'hébergement. De nombreux établissements ont ainsi pu se transformer en proposant de nouveaux services, adaptés à tous les clients. Il importera donc de valoriser fortement ces solutions et d'en accompagner le développement.

Mais il est certain que ces mêmes acteurs vont devoir se transformer afin d'intégrer, dans leurs modèles économiques et dans leur offre, les évolutions comportementales actuelles. La Région sera donc à leurs côtés, pour investir et pour renforcer le lien avec le tissu régional de start-ups et d'entreprises franciliennes innovantes en capacité de proposer des solutions pour y répondre.

e. Accompagner l'évolution des compétences : la formation, levier pour construire les emplois et métiers de demain

Le déficit de ressources mis en exergue et renforcé par la crise sanitaire pose la question de l'évolution des compétences et de l'attractivité des métiers du tourisme. Face à la grande mutabilité à laquelle est confronté le secteur d'emplois du tourisme, l'appareil de formation tout au long de la vie et d'information à l'orientation nécessite une mobilisation collective.

La mise en place d'une future agence régionale de l'orientation peut constituer un des outils visant à améliorer l'offre de formation et la valorisation de cette filière. Tout comme l'élaboration en cours d'un Contrat de Plan Régional de Développement de la Formation et de l'Orientation (CPRDFOP).

Le Plan régional de Formation pour l'Emploi, marché structurel régional d'offres de formations qualifiantes, bénéficie de fonds supplémentaires grâce au Plan Régional d'Investissements dans les Compétences (PRIC). Cette offre de formation à destination des demandeurs d'emploi cible prioritairement les secteurs en tension, parmi lesquels l'hôtellerie – restauration et le tourisme.

Dans la continuité de ces actions, la Région entend également agir à destination des personnes éloignées de l'emploi, afin de faire du secteur du tourisme et des loisirs un véritable vecteur d'insertion sociale et professionnelle.

Dans le même sens, la carte des formations initiales constitue un levier permettant d'intégrer ces nouveaux enjeux plus particulièrement liés à la digitalisation et à l'environnement, ou encore au renforcement de l'hospitalité et du multilinguisme.. La Région entend donc, en lien avec les organisations professionnelles et les organismes de financement de la formation (OPCO notamment), travailler sur la façon d'intégrer cette dimension dans les offres de formation qu'elle déploie.

A l'image du volet tourisme intégré au Pacte pour les compétences de la Commission européenne, le Centre des Métiers et des Qualifications (CMQ) du tourisme a vocation à être réaffirmé.

Dans le champ de ses compétences, la Région contribuera donc, au côté de l'Etat et des organisations professionnelles, à accompagner la transformation de l'emploi et des compétences.

f. Accompagner pour améliorer la qualité globale de la destination Paris Île-de-France

Le travail d'accompagnement engagé par le CRT autour de l'amélioration de la qualité globale de la destination sera intensifié. Le "dispositif Qualité" a d'ores et déjà acquis une reconnaissance réelle de la part de ses partenaires, en ayant prouvé son utilité et son efficacité et en évoluant vers une meilleure prise en compte de l'expérience clients dans ses dispositifs d'observation. Les équipes du CRT auront donc à poursuivre dans cette direction, en adaptant les modalités aux évolutions structurelles et conjoncturelles de l'offre et de la demande. La mesure des avis clients en particulier devra être intégrée.

Améliorer la qualité de la destination signifie garantir à toutes et tous de pouvoir venir à Paris Île-de-France et d'accéder sans difficulté à l'offre touristique. Le travail d'accompagnement très important de sensibilisation des acteurs de la filière à l'enjeu de l'accessibilité universelle, et aux conditions d'accueil des publics à besoins spécifiques aura à se développer en particulier dans le cadre de l'accueil des Jeux Paralympiques, mais aussi de manière plus globale, afin de garantir un accueil de qualité à tous.

Il s'agira également d'œuvrer, en mobilisant à la fois le dispositif qualité, le programme de formation du CRT, ou tout outil qui sera utile, à la montée en gamme du service client dans l'ensemble de la filière touristique. La qualité de l'accueil et du service rendu aux touristes est en effet essentielle, notamment dans la différenciation de la destination face à ses concurrentes, et si elle a fortement augmenté depuis quelques années, l'effort collectif en la matière doit être maintenu, voire renforcé.

La Région entend aussi poursuivre son soutien aux acteurs de la filière en finançant et en accompagnant l'innovation. Par ses outils comme le Fonds régional pour le tourisme, comme par l'action des équipes du CRT et le levier des programmes européens qui soutiennent l'innovation, elle apportera ainsi des connaissances, du conseil et des financements directs à leur service.

2. Le soutien aux territoires :

Les collectivités territoriales et leurs groupements sont des acteurs majeurs du développement touristique et des loisirs dans la région Île-de-France. La Région a été à leurs côtés et le sera dans les années à venir, afin de les soutenir dans le respect de leurs compétences et de leurs spécificités. Avec ce nouveau Schéma, la Région réaffirme sa volonté d'ancrage et de territorialisation de ses politiques régionales afin d'être au plus près des besoins des collectivités.

Cette stratégie a vocation à se déployer en articulation au long cours avec les volontés locales de développement, associant Départements, Intercommunalités, communes, PNR, et acteurs de l'offre, publics et privés.

La Région entend être un partenaire ambitieux, attentif et particulièrement mobilisé des territoires. Elle souhaite travailler avec eux sur tous les sujets, afin d'œuvrer collectivement au dynamisme de la destination.

Elle souhaite également rapprocher les modalités d'interventions entre le Fonds régional pour le tourisme et les fonds publics existants, notamment départementaux, afin de garantir une cohérence des financements publics, quand cela est possible et souhaité par ses partenaires. La demande d'expérimentation sur ce sujet, faite par le Département du Val-d'Oise, est intéressante et sera menée à bien.

a. Observer pour mieux anticiper

Le CRT, dont c'est l'une des missions fondamentales, a mis en place un dispositif régional d'observation touristique reconnu et ambitieux, en particulier grâce au dispositif permanent d'enquêtes aux aéroports, dans les trains et sur les routes. Il est devenu, au fur et à mesure des années, une référence en la matière. La Région entend maintenir ce positionnement de leader français en matière d'observation.

Le CRT travaillera donc à renforcer le système régional d'observation prenant en compte les besoins des partenaires territoriaux et abordant les enjeux d'e-réputation à l'échelle régionale et infrarégionale. Le suivi en temps réel d'un certain nombre d'indicateurs quantitatifs et qualitatifs, au moyen de la mise en œuvre d'outils basés sur les dernières innovations technologiques en la matière, sera également une priorité.

C'est pourquoi le CRT proposera dès les premières années de mise en œuvre de ce Schéma régional à tous les Départements et aux Intercommunalités souhaitant y participer, le partage des données existantes et des outils communs ainsi que d'acquérir de nouvelles données si nécessaire. Il accompagnera l'ensemble des partenaires qui le souhaitent dans la montée en compétences des équipes d'observation afin d'alimenter une dynamique régionale forte et une cohérence toujours plus importante dans les données collectées et communiquées. Enfin, il étudiera la possibilité d'intégrer de nouveaux partenaires, publics et privés, qui pourraient alimenter et participer au développement de ce système régional d'observation (opérateurs de transports, grandes entreprises touristiques, établissements publics, etc.).

Le système régional d'observation devra également œuvrer à la mesure de la réputation de la destination, notamment en ligne. L'e-réputation est une donnée clé de l'attractivité d'une destination touristique, et il importe donc de pouvoir la mesurer et en surveiller les évolutions auprès des clientèles majeures de la destination. L'objectif étant évidemment qu'ensuite un plan d'actions collectif soit mis en œuvre pour réduire les éléments sensibles remontés par ces outils de mesure, qu'il s'agisse de points névralgiques d'une mauvaise image, ou d'une perte de dynamisme sur certains secteurs.

Enfin, ce travail d'observation devra intégrer une dimension de veille tendancielle sur les comportements touristiques et les évolutions de l'offre. En effet, il est fondamental d'observer leurs transformations éventuelles, afin d'être en mesure de partager ces informations avec l'ensemble des partenaires régionaux. Anticiper ces évolutions permettra de renforcer l'innovation et l'adaptation de l'offre et donc d'améliorer la qualité globale de la destination.

Le service tourisme du conseil régional et les équipes du CRT seront enfin mobilisés pour accompagner les territoires dans leurs réflexions et leurs stratégies de développement ou marketing, afin de garantir une meilleure efficacité de l'action publique.

b. Renforcer l'ingénierie au service du développement local

Cet objectif d'accompagnement des territoires s'est traduit, dans le cadre du Schéma régional 2017-2021, par un soutien en investissement au titre du Fonds régional pour le tourisme et par un appui en ingénierie mobilisant une expertise régionale (service Tourisme et CRT). Plus de 21 M€ ont ainsi été fléchés dans les territoires et six contrats régionaux de destination votés et signés. Fort de ce partenariat, la Région renforcera cet appui et ces synergies afin de favoriser l'émergence de projets et leur développement.

Une action spécifique sera, par ailleurs, menée afin d'accompagner le développement de destinations infra-régionales cohérentes et favoriser l'émergence de projets ambitieux, partagés et innovants. Elle se déploiera en lien avec les volontés locales de développement, associant Départements, Intercommunalités, communes et acteurs de l'offre, publics et privés. Elle se traduira par un soutien renforcé en ingénierie territoriale par les agents du service Tourisme, les équipes d'experts du CRT et de la Foncière régionale, voire un accompagnement de cabinets spécialisés si nécessaire, pris en charge pour partie par la Région ; Le Fonds régional pour le tourisme pourra être actionné à cet effet. En outre, la Région pourra s'appuyer sur le réseau des Parcs naturels régionaux pour compléter son action en milieu rural.

Le CRT voit son rôle de Fédération régionale des Offices de tourisme fortement réaffirmé. Il maintiendra donc un plan d'actions dédié aux Offices de tourisme, leur apportant des services et des outils utiles à leur fonctionnement quotidien. Il leur proposera un programme de formations adaptées et co-construites avec eux, afin de poursuivre le travail de professionnalisation de l'ensemble de leurs personnels. Ce programme de formation répond d'ailleurs aux objectifs et au budget des Actions collectives régionales de formation déployées par la Fédération nationale ADN Tourisme au titre de la Commission Paritaire Emploi Formation Professionnelle de la branche des Organismes de Tourisme.

c. Assurer la cohérence de l'accueil dans la destination Paris Île-de-France

Grâce à son réseau de Points Information Tourisme opérés par les Centres d'accueil régionaux du tourisme, en lien avec ses partenaires Paris Aéroports, Disneyland Paris, et les Galeries Lafayette, la Région joue un rôle direct en matière d'accueil des touristes, à des points stratégiques. Ce réseau, mobilisant des personnels compétents destinés à conseiller les visiteurs sur les composantes de leur séjour, est une composante majeure de son action, et un moyen très puissant de parler directement aux touristes, notamment à celles et ceux arrivant dans la destination. C'est aussi un engagement financier fort de sa part, aux côtés du Groupe ADP.

Cette action sera poursuivie, et en particulier dans le cadre de la période concernée par la Convention entre la Région Île-de-France et le Groupe ADP cadrant l'implantation des Points Information Tourisme dans les aéroports de Paris. Elle pourra également être adaptée aux évolutions du secteur et de la demande. Ces évolutions devront garantir plusieurs éléments :

- Le réseau des Points Information Tourisme (PIT) sera mobilisé dans son ensemble dans le cadre de l'accueil des Grands événements sportifs internationaux, et en particulier la Coupe du Monde de Rugby France 2023 et les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024.
- La mission des Centres d'accueil régionaux du tourisme Paris Île-de-France est réaffirmée : il leur est demandé d'accueillir, informer et conseiller les visiteurs sur les richesses de la destination, de valoriser l'offre touristique des territoires et de proposer à la vente des services utiles aux visiteurs. La subvention de fonctionnement votée par la Région chaque année doit assurer leur fonctionnement quotidien (masse salariale et charges techniques), l'activité commerciale devant permettre de financer les développements ou expérimentations nécessaires pour proposer de nouveaux services aux touristes.
- Les CaRT ont engagé la rénovation du réseau régional d'accueil par la définition d'un nouveau concept en cours de déploiement. Ce travail doit être poursuivi afin de moderniser l'ensemble des PIT, et offrir ainsi une vitrine innovante, ouverte et dynamique de la destination.
- En 2022, le réseau comporte 12 Points Information Tourisme permanents, et est complété par le site visitparisregion.com, assurant l'omnicanalité de l'action commerciale et de communication de la Région auprès du grand public. Le nombre de PIT pourra être revu après les Jeux Olympiques et Paralympiques afin d'en assurer la viabilité dans un cadre financier acceptable par la collectivité, et de permettre un déploiement plus mobile ou éphémère, notamment dans le cadre d'une offre de services à proposer aux grands événements, aux salons et congrès par exemple, ou afin d'assurer des opérations de communication spécifiques, comme par exemple le déploiement de "points d'information" directement dans des régions françaises ou des pays européens émetteurs très importants.

A ce titre, la Région réaffirme son souhait de renouveler, si le Groupe ADP l'envisage également, la convention qui les lie, et qui assure et organise la présence de ses PIT dans les terminaux aéroportuaires. Le développement de nouveaux PIT, par exemple dans les gares franciliennes ou certaines aires d'autoroutes, pourra être étudié, en lien avec les partenaires territoriaux, et dans une logique de maintien de l'intervention financière régionale au niveau de son engagement 2022 au maximum.

- Ce travail de réflexion sur le réseau des Points Information Tourisme pourra être engagé en intégrant, le cas échéant, de nouveaux partenaires financiers, permettant de garantir leur viabilité.

La stratégie d'accueil opérée par la Région, grâce aux Centres d'accueil Régionaux du Tourisme Paris Île-de-France, devra également viser à être cohérente, en particulier dans les services proposés, avec ce que les touristes pourront trouver au contact des équipes des Offices de tourisme. C'est un défi de cohérence globale de la chaîne publique d'accueil touristique qu'il faut relever et la Région souhaiterait pouvoir développer un certain nombre de services et de produits communs avec ses partenaires territoriaux. Elle charge ainsi le CRT et les CaRT d'œuvrer en ce sens.

Enfin, en matière de communication, La Région souhaite renforcer la cohérence entre sa marque régionale, Paris Region, qui structure l'ensemble de sa communication et celle des organismes associés, et les marques territoriales dont le développement est très important.

Il conviendra donc, en amont de chaque opération partenariale de communication et de promotion, de garantir cette cohérence en matière de valeurs et de thèmes partagés, tout en respectant les identités propres à chaque territoire.

Sous cette réserve, la Région garantit à tous les territoires sa mobilisation complète pour les valoriser et en assurer la promotion auprès des clientèles locales, françaises, européennes et plus lointaines, en fonction des enjeux qui sont propres à chacun.

AXE 2 : ENRICHIR LE POSITIONNEMENT DE LA DESTINATION PARIS – ÎLE-DE-FRANCE

L’imaginaire porté par la destination Paris Île-de-France est extrêmement puissant. Il est composé de nombreuses dimensions, tels l’art de vivre à la française, la gastronomie, le patrimoine culturel, mais aussi le luxe ou encore la mode. Il est incarné à la fois par des monuments connus dans le monde entier (Tour Eiffel, Château de Versailles, Cathédrale Notre Dame, musée du Louvre...), par des enseignes iconiques (Galeries Lafayette ou Printemps, grandes marques du monde du luxe, palaces), par des personnalités (grands Chefs et pâtisseries, grands couturiers, artistes, créateurs...), par des images représentatives de la destination (brasseries, promenades sur la Seine...).

Cet imaginaire est réel et est une force pour la destination. Il est aussi une exigence pour l’ensemble des professionnels. La qualité de l’offre, celle des services proposés aux visiteurs, quels qu’ils soient, doivent être au rendez-vous, et correspondre aux attentes de toutes celles et tous ceux qui viennent visiter ou travailler dans la destination.

C’est pourquoi il conviendra de poursuivre l’action régionale à la fois en continuant à développer l’offre touristique, à l’adapter aux évolutions technologiques et comportementales des clientèles, mais aussi en renforçant l’accompagnement des professionnels en matière de qualité, de connaissance des clientèles et d’anticipation des mutations de la demande.

Toutefois, la crise liée à la pandémie de Covid-19 a aussi accéléré l’émergence de nouvelles demandes, à la fois de la part des Franciliens, mais plus globalement de la part de l’ensemble des clientèles mondiales.

La Région entend donc œuvrer en faveur de l’enrichissement du positionnement de la destination Paris Île-de-France. Son ambition est que tous puissent être accueillis dans la destination et y trouver une réponse adaptée et de qualité, à ses attentes et ses besoins. Elle souhaite ainsi pouvoir ajouter de nouvelles dimensions à l’imaginaire traditionnel de la destination. Elle agira donc afin que Paris Region puisse être aussi associée à des dimensions comme « la Nature », « les Sports et loisirs actifs », « les Terroirs », « la Créativité », « la Fête et les événements », « la Convivialité ».

Ces thématiques, déjà existantes mais encore trop peu mises en avant, seront donc soutenues dans leur développement, en partenariat étroit avec les Départements, les Intercommunalités et communes concernés, les organismes associés pouvant contribuer à compléter l’offre (comme par exemple Île-de-France Terre de saveurs) et avec les professionnels de l’offre.

La Région entend enfin œuvrer, avec ses partenaires, à fonder un nouvel équilibre entre les différentes clientèles, à la fois pour renforcer l’appropriation par les Franciliens de leur région, mais aussi pour garantir la résilience de l’offre touristique et de loisirs en cas de crise.

La stratégie marketing et opérationnelle de la Région se répartira ainsi autour de quelques grands piliers :

- Les Franciliens, “premiers touristes de la destination”
- Les Français et les clientèles européennes
- Les clientèles lointaines, matures ou émergentes.

Au-delà de ces questions d’origine des touristes, un certain nombre de cibles transversales seront aussi priorisées, pour renforcer l’offre de la destination :

- Les familles
- La génération Z
- Les clientèles d’affaires

La Région réaffirme son ambition d’accueillir toutes celles et tous ceux qui souhaitent venir, quel que soit leur provenance et leur moyens financiers. C’est une ambition forte, à la fois pour les populations, mais aussi pour les acteurs économiques régionaux, fers de lance du marché de l’emploi sur l’ensemble des territoires franciliens.

Cette ambition régionale a enfin pour but de renforcer la diffusion des flux à l’échelle de l’ensemble de la destination. Si Paris Île-de-France n’a pas connu de situation de surtourisme, et de rejet de l’activité touristique par ses habitants³, il convient d’œuvrer pour que cela ne soit pas le cas dans l’avenir. Et seule la diffusion des flux hors du cœur de la destination garantira la réussite de cet objectif régional.

Le développement de la destination Paris Île-de-France devra s’opérer en adéquation avec l’offre de transports ferrée, et la mise en œuvre des grands projets de transports, comme le Grand Paris Express ou Eole, offrira la possibilité à de nombreux territoires de bénéficier d’une accessibilité renforcée, permettant leur découverte par les touristes franciliens, nationaux et internationaux.

Ce développement touristique des territoires s’appuiera sur les dynamiques existantes, notamment dans les territoires des Contrats régionaux de destination signés, par exemple autour de l’Axe Seine ou du Pays de Coulommiers, ou dans le cadre du Contrat “Normandie - Paris Île-de-France destination Impressionnisme”, dont la Région souhaite qu’il se poursuive au moins jusqu’à la fin de ce Schéma. Il s’inscrira évidemment dans les territoires très impactés par l’accueil des grands événements sportifs comme la Coupe du Monde de Rugby 2023 et les Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024. Les Îles de loisirs régionales seront particulièrement mobilisées, afin de renforcer l’offre de loisirs de proximité et naturels, notamment auprès des clientèles familles et jeunes.

³ Etude CRT « Attitude des résidents d’Île-de-France à l’égard du tourisme » :

<https://pro.visitparisregion.com/chiffres-du-tourisme/etudes-et-enquetes/etudes-thematiques/attitude-des-residents-d-ile-de-france-a-l-egard-du-tourisme>

La Région veillera à assurer une équité réelle entre les territoires, garantissant à tous de bénéficier de son soutien. Cela sera particulièrement le cas en matière de financements. Ses dispositifs d'intervention sont ouverts à tous, et elle entend renforcer la communication au plus près des acteurs de la filière, afin que tous les projets puissent être soutenus. Elle s'appuiera sur ses partenaires territoriaux afin de renforcer la connaissance de ses dispositifs par l'ensemble des acteurs. Et elle tentera, autant que possible, de relier ses dispositifs d'intervention, et en particulier le Fonds régional pour le tourisme aux dispositifs départementaux existants, ou en cours de déploiement, afin de garantir la cohérence de l'action publique, et de créer un effet levier. Elle veillera également, chaque fois que cela est pertinent, à informer les territoires des dispositifs de soutiens européens dont leurs projets pourraient bénéficier.

1. Vers un nouvel équilibre stratégique entre les clientèles

La destination Paris Île-de-France est une destination clairement identifiée par l'ensemble des clientèles nationales et internationales. Son imaginaire lui garantit une visibilité hors normes, et, de ce fait, une fréquentation qui reprend dès que les contraintes sanitaires s'allègent. Il conviendra donc de renforcer ce point, car la compétition internationale sera extrêmement forte une fois la crise actuelle achevée.

Toutefois, cette crise a accéléré un certain nombre d'évolutions dans les attentes des populations, à l'échelle régionale, nationale et internationale. C'est pourquoi la stratégie de la Région doit se renforcer autour de quelques principaux piliers, et ensuite se décliner de manière fine, et totalement adaptée aux besoins de chacun.

De plus, la succession des crises survenues en quelques années a démontré la nécessité pour la destination d'être en capacité de compenser toute perte conjoncturelle d'une ou de plusieurs clientèles, par d'autres. Cet objectif s'appuiera sur un travail ambitieux sur la notoriété de la destination auprès d'un grand nombre de clientèles.

Les éléments ci-après représentent un cadre stratégique général, qui s'appliquera à toutes les actions menées par la Région, le CRT, les CaRT et tout organisme qui en dépend. Il sera évidemment à adapter et à préciser action par action pour en garantir l'efficacité.

a. Les Franciliens, premiers touristes de la destination

Les attentes des habitants en matière d'accès aux loisirs et à la culture se sont fortement exprimées durant les différents épisodes de la crise sanitaire, avec en particulier une demande d'espaces de respiration, de lieux de ressourcements.

Les territoires de grande couronne, en particulier, ont ainsi connu un afflux très important de Franciliens souhaitant respirer, pratiquer des activités en famille. Ce mouvement a participé à la découverte ou la redécouverte des richesses du territoire régional par ses habitants.

Néanmoins, force est de constater que l'attention touristique est très souvent portée sur les grands sites d'Île-de-France ou de Paris (risquant la saturation) au détriment d'autres sites patrimoniaux moins connus mais tout aussi exceptionnels. De nombreux « trésors de proximité », en termes patrimoniaux, restent encore trop méconnus.

A cet effet, et dans la continuité du travail engagé depuis 2020, il conviendra de faire en sorte que les Franciliens soient ciblés de manière spécifique dans les campagnes de communication du CRT, afin d'avoir accès à l'ensemble de l'offre touristique et de loisirs de manière privilégiée et adaptée à leurs pratiques de loisirs. Une vigilance sera également apportée sur la mise en cohérence et la diffusion de cette information sur les sites régionaux (visitparisregion.com, Bougeott, PNR..) dans l'objectif d'inciter plus fortement les Franciliens à découvrir leur patrimoine.

La Région s'appuiera évidemment sur les politiques qu'elle pilote directement, comme le déploiement du Pass Navigo Culture, en lien avec Île-de-France Mobilités, les politiques d'accès aux vacances et aux loisirs culturels ou sportifs, ou encore le développement des Parcs naturels régionaux et des Îles de loisirs régionales ou de la marque régionale « Produit en Île-de-France ».

Les douze îles de loisirs régionales, réparties sur l'ensemble du territoire francilien, ont bénéficié de 52 millions d'euros d'investissements régionaux entre 2016 et 2021. Dans le cadre de ce Schéma, l'action régionale se focalisera sur les priorités suivantes :

- Garantir aux franciliens des conditions de sécurité optimales en poursuivant le déploiement de la vidéo-protection et en renforçant l'ensemble des dispositifs visant à contrôler les accès, à empêcher les intrusions et à garantir la sécurité des biens et des personnes.
- Poursuivre l'effort d'amélioration de l'accessibilité aux personnes en situation de handicap avec comme objectif prioritaire une accessibilité à l'ensemble des équipements et activités
- Rénover le patrimoine existant en mettant l'accent sur la mise en conformité des infrastructures et équipements d'accueil indispensables, mais ne présentant pas un caractère de rentabilité directe.

L'action régionale se concentrera concrètement dans plusieurs éléments. Elle poursuivra tout d'abord l'expérimentation réalisée sur Bois-le-Roi de mise en place avec le CRT de produits thématiques combinant activités et hébergements sur les îles de loisirs et leur territoire environnant, en l'étendant sur l'ensemble des îles de loisirs, par exemple celles situées en zone rurale en s'appuyant sur la mise en valeur du patrimoine environnant (Buthiers, Bois le Roi, Jablines, Boucles de Seine ...), mais aussi sur les Îles de loisirs plus urbaines en valorisant l'offre de sports de nature (Vaires-Torcy, Cergy, Saint Quentin, Val de Seine...).

Elle valorisera le foncier disponible en favorisant l'accueil d'investisseurs privés et soutenir des projets de développement de nouvelles offres, notamment grâce au Fonds régional pour le tourisme.

Elle mettra en place de nouveaux outils numériques pour permettre l'amélioration de la gestion des flux et de l'accès à l'information, ainsi que la réservation et le paiement en ligne.

Enfin, elle développera l'offre de tourisme de nature à destination des jeunes et des familles (projet COP régionale) au sein des Îles de loisirs, et elle améliorera l'accessibilité par les modes actifs en s'appuyant notamment sur le RER V.

Les Franciliens sont aussi très intéressés par la programmation événementielle et il conviendra de renforcer la communication régionale en la matière, en lien avec l'ensemble de ses partenaires territoriaux et professionnels.

Le développement d'une offre à destination de publics intergénérationnels est un autre axe que la Région souhaite travailler. Faciliter la transmission de valeurs, renforcer le lien familial, et permettre aux grands parents de découvrir et redécouvrir la région avec leurs petits enfants seront à ce titre des éléments clés de l'action régionale. La Région soutiendra donc la création ou le renforcement de produits dédiés à cette cible intergénérationnelle.

Afin de garantir une politique tarifaire permettant à toutes et tous de pratiquer des loisirs, l'offre accessible en transports en commun sera particulièrement mise en valeur. Un travail avec les opérateurs de transport, Transilien SNCF et RATP ou encore les opérateurs du réseau Optile, devra ainsi être mené afin de pouvoir œuvrer collectivement à cet objectif. Ce travail avec les opérateurs de transports aura notamment pour objectif d'améliorer de manière globale la prise en compte des clientèles touristiques d'agrément, comme d'affaires, quelle que soit leur origine.

b. Fidéliser les clientèles « repeaters » françaises, européennes et plus lointaines

80% des touristes fréquentant la destination Paris Île-de-France sont français ou européens. Et parmi eux, la plupart sont des "repeaters", c'est-à-dire des visiteurs connaissant bien la destination, l'appréciant et donc revenant régulièrement.

Le travail de fidélisation de ces clientèles, Français et Européens en premier lieu, mais aussi par exemple des clientèles internationales à haut revenu fréquentant l'offre luxe francilienne, est donc absolument vital pour notre destination. C'est la clé de son développement futur.

Ces clientèles furent les premières à revenir dès que cela a été possible. Et elles continuent de vouloir venir et revenir à Paris et dans sa région. Avec comme corollaire une double exigence. D'abord en matière de qualité du service. Ce sont des touristes qui veulent toujours vivre le rêve porté par la destination, et qui sont donc particulièrement exigeants en matière de qualité du service rendu, de langues parlées, ou encore de soin pris à les satisfaire.

Ils ont également une exigence forte de nouveauté. Ces clientèles viennent et reviennent à Paris Île-de-France et, si les fondamentaux de l'image et des pratiques évoluent peu, elles souhaitent tout de même varier leurs découvertes et sont ouvertes à découvrir une nouvelle offre, en accord avec leurs envies.

Faire connaître une offre accessible à ces clientèles, répondant à leurs attentes, sera donc une priorité pour la Région. Cela lui permettra notamment de valoriser des territoires et une offre culturelle, naturelle, festive située hors du cœur de la destination, et accessible facilement par les transports en commun.

Dans cet objectif, la valorisation de thématiques stratégiques par la Région et ses partenaires sera fondamentale. Ces dernières devront répondre aux demandes de ces clientèles, en mêlant fondamentaux de la destination et nouvelles thématiques à développer. Si les nouvelles thématiques seront développées ci-après, il convient aussi de mentionner, dans ce cadre stratégique, le travail effectué par les partenaires du Contrat « Normandie - Paris Île-de-France : destination impressionnisme », et le plan d'actions dense acté par eux. Le souhait de s'appuyer sur cette dimension par exemple auprès de clientèles anglo-saxonnes et françaises est totalement cohérent avec les orientations régionales.

c. Conquérir de nouvelles clientèles

La sortie de crise, espérée par l'ensemble des acteurs de la filière, sera accompagnée à l'échelle mondiale par une concurrence exacerbée entre les destinations touristiques, et en particulier afin d'attirer de nouvelles clientèles touristiques.

Depuis de nombreuses années, le développement mondial des classes moyennes a accru le désir de voyage, et Paris Île-de-France dispose auprès de ces populations d'une image extrêmement forte, qu'il s'agisse de l'Asie du Sud Est, de l'Amérique centrale et du Sud, ou encore des pays d'Europe centrale et orientale par exemple.

Il sera important, notamment afin de relancer l'activité et lui permettre de retrouver des niveaux d'avant crise, d'entretenir cette envie de venir à Paris Région.

Pour cela, il est certain qu'il conviendra de s'appuyer sur les fondamentaux de l'image de la destination, les plus puissants auprès de ces clientèles.

Attirer ces clientèles permettra aussi de diversifier le vivier de clientèles de la destination, et de limiter ainsi les risques de dépendance envers une clientèle particulière.

Toutefois, il est nécessaire d'envisager que les clientèles émergentes ne sont pas qu'internationales, et que certaines catégories de Franciliens ou de Français pourraient ainsi être considérées de cette façon, avec l'ambition de leur permettre de vivre une expérience unique au sein de la région. Le droit aux vacances pour toutes et tous, le tourisme social aura à être travaillé afin de permettre aux Franciliens les plus éloignés des loisirs et du tourisme de bénéficier d'un accès à une offre adaptée et diversifiée. Cela fait partie, en partie, des missions conférées aux Îles de loisirs régionales, mais il est important de permettre l'accès des sites touristiques, notamment culturels, à tous.

De même, les seniors franciliens et français sont une cible extrêmement intéressante à travailler. Habités à se déplacer et à voyager pour une grande part d'entre eux, ils sont en demande, dans un contexte de fin espérée de pandémie, d'une expérience sécurisée et dans le partage, notamment avec les jeunes générations. Comme indiqué précédemment, une action intergénérationnelle sera construite par la Région et aura pour objectif de renforcer la fréquentation par ces populations de l'ensemble des territoires régionaux.

La force de la destination Paris Île-de-France est sa diversité de touristes, et l'envie de l'ensemble des populations mondiales de venir en découvrir les richesses. Il est donc extrêmement important de marquer notre ambition de les accueillir le mieux possible.

d. Attirer toujours plus les clientèles familles et jeunes

Au-delà des clientèles génériques précédentes, la Région entend œuvrer afin de renforcer l'attractivité de la destination Paris Île-de-France auprès de deux types de touristes, fondamentaux dans son dynamisme : les familles et la génération Z.

Les familles sont une composante majeure des séjours touristiques. L'ensemble des sites touristiques, en particulier les sites de loisirs ou culturels, les parcs d'attractions, ont développé un nombre important d'activités spécifiques, et il sera nécessaire de le renforcer, d'en animer la communication grand public avec pour but de développer la fréquentation dans tous les territoires de la région.

Le développement de produits innovants sera en particulier soutenu par la Région, sur le modèle de l'application "Paris Region Aventures", dont le développement doit se poursuivre afin d'en faire un service incontournable pour le plus grand nombre. La mise en place, par exemple, d'aventures thématiques à faire de chez soi (sur le modèle de celle sur les sports olympiques lancée à l'occasion de la Semaine olympique et paralympique 2022), mais aussi celle d'aventures permettant de visiter des territoires spécifiques, devra donc se renforcer, en lien avec les partenaires territoriaux concernés.

Enfin, dans la continuité du travail sur les enjeux intergénérationnels déjà mentionné, le soutien à une thématique « bien-être » et « santé » serait intéressant à développer pour renforcer l'attrait de la destination et de ses territoires auprès des familles.

Quant à la génération Z, elle est une nécessité en vue d'un dynamisme durable de la destination. Elle devra donc être ciblée en priorité, en particulier dans le travail sur les clientèles franciliennes, françaises et européennes.

Si le développement d'hébergements adaptés (auberges de jeunesse, hostels, etc.) a été soutenu par la Région précédemment, l'offre reste pour l'instant insuffisante, et en particulier dans les territoires hors Paris intra-muros. Il conviendra donc de parvenir à faire émerger une nouvelle offre d'hébergements, répondant aux attentes des jeunes français et européens, en proximité des transports en commun de grande capacité, pour permettre la desserte de l'ensemble de l'offre touristique. La Région interviendra notamment pour développer cette offre en dehors de Paris intra-muros.

L'offre événementielle dédiée, la vie nocturne ou les activités sportives, de loisirs ou encore culturelles, auront à être renforcées, et la Région en prendra sa part, aux côtés de ses partenaires territoriaux et professionnels.

Une attention devra notamment être portée sur les nouvelles pratiques de tourisme urbain, ou sur la dimension festive de la destination. Le travail engagé par les partenaires du Contrat de destination "Paris Ville Augmentée", qu'a rejoint le CRT, sera par exemple intéressant à suivre, pour permettre le développement de cette offre dédiée.

Dans cette stratégie en direction de la génération Z, un point est enfin crucial : le développement des nouvelles technologies. Il est évident que Paris Île-de-France, du fait de sa position parmi les leaders mondiaux en matière de fréquentation touristique, doit assumer une position de précurseur sur les technologies émergentes. Et ce d'autant plus que la génération Z et les suivantes grandissent et vivent dans un monde connecté, mobile et intégrant de plus en plus au quotidien les services les plus innovants. L'enjeu du développement de l'intelligence artificielle, des dimensions de réalité virtuelle ou augmentée, ou de toute autre nouvelle technologie qui participe à rendre l'expérience visiteur unique et exceptionnelle sera donc relevé et soutenu par la Région.

La stratégie "marketing" de la Région vise ainsi à renforcer le dialogue engagé par elle, notamment au travers du CRT, avec les visiteurs, quels qu'ils soient, la fréquentant ou souhaitant le faire.

Elle soutiendra donc le développement d'une offre adaptée à chacune d'entre elles, depuis l'investissement pour en créer une nouvelle ou en renouveler les services offerts, jusqu'à la communication par l'intermédiaire de ses campagnes de communication propres, ou de celles du CRT. Celui-ci devra aussi travailler à construire une stratégie de promotion B2B adaptée, afin de mettre en lien les partenaires touristiques et les prescripteurs.

Enfin, il devra renforcer son action afin de converser directement auprès de ces différentes clientèles, grâce en particulier au CRM dont il a engagé le développement dans le cadre du plan de relance de l'activité touristique voté par la Région en 2021. L'objectif de cette action est de pérenniser un dialogue entre la destination et ses visiteurs, à l'échelle de l'ensemble du parcours client, depuis le moment de l'inspiration jusqu'au retour chez soi. Cela doit les inviter à découvrir l'ensemble des territoires de la région, et les inciter à revenir de manière régulière.

LE CYCLE SÉJOUR : 6 ÉTAPES CLÉS



Les thématiques abordées auprès de ces clientèles couvriront l'ensemble de ce que la destination peut apporter, et veilleront à élargir son image, en y intégrant de manière volontariste et engagée les dimensions stratégiques nouvelles, développées ci-dessous, pour en faire petit à petit des composantes à part entière de l'imaginaire francilien. Cela concerne, en particulier, 4 dimensions prioritaires : l'offre "nature", la créativité, les sports et loisirs actifs et enfin la convivialité.

2. Le développement de nouvelles thématiques

En tant que destination touristique de premier plan, la destination Paris Île-de-France propose à tous ses visiteurs, et à ses habitants, une large palette d'activités.

Toutefois cette immense richesse est atténuée par l'imaginaire qu'elle porte, très centré sur des thématiques autour de l'art de vivre à la française, du patrimoine historique et de la culture et une répartition spatiale de la fréquentation touristique très concentrée, dans le cœur de Paris, et dans quelques pôles majeurs, comme par exemple Versailles ou Val d'Europe - Disneyland Paris.

Comme indiqué précédemment, la Région souhaite s'impliquer fortement pour accélérer la diffusion des flux touristiques autour de ces pôles, afin de faire bénéficier tous les territoires de la destination des retombées économiques et sociales liées au tourisme et aux loisirs.

Pour cela, une action multi-dimensionnelle est nécessaire. Elle s'appuie évidemment sur ce qui a été indiqué auparavant dans le présent Schéma régional. Elle consiste aussi à travailler sur un certain nombre de thèmes alimentant les fondamentaux de la destination : Terre d'Histoire, terre d'inspiration, terre de nature, terre d'artistes, terre de création, ou autant de périphrases qui illustrent chacune un angle de l'identité francilienne.

Elle doit enfin intégrer le développement d'une offre nouvelle, et sa valorisation auprès du grand public, autour de thématiques différentes, correspondant à la fois à la réalité de l'offre, et à la demande des Franciliens et des touristes français, européens et internationaux plus lointains.

L'ensemble des outils régionaux sera mobilisé dans cet objectif. La création, en coopération avec les partenaires territoriaux et professionnels, d'événements grand public ou professionnels dédiés sera également étudiée.

Dans cet objectif la Région entend agir en profondeur sur le développement de 4 thématiques transversales : l'offre "nature", la créativité et les savoir-faire, les sports et loisirs actifs et enfin la convivialité.

Ces thématiques recouvrent des dimensions très variées, dont un certain nombre seront détaillées ci-après. Toutefois, la Région entend se laisser la possibilité, en fonction des projets, en fonction des opportunités qui se présenteraient, d'élargir les thématiques à structurer.

a. L'offre « nature »

La fréquentation touristique de Paris et de sa région est avant tout composée de courts séjours urbains. Quant aux loisirs des habitants, ils sont évidemment plus mixtes, en intégrant notamment la fréquentation des grands espaces forestiers existants, ainsi que des parcs et jardins.

La crise liée à la pandémie de Covid-19 a impliqué une augmentation très forte de la demande d'espaces de respiration et d'activités en pleine nature.

Il convient donc d'agir afin de développer l'offre touristique francilienne en la matière et renforcer la structuration de l'offre existante, et de mieux valoriser les espaces naturels franciliens, ruraux et urbains, et les professionnels y proposant des activités diversifiées et de qualité, en particulier quand cette offre est accessible facilement grâce au réseau de transports en commun ou une solution de mobilité propre.

Plusieurs priorités vont structurer le développement et la valorisation de l'offre nature par la Région et le CRT.

Tout d'abord, le partenariat entre le CRT et les Parcs naturels régionaux (PNR) existants ou en projet sera renforcé. En effet ces territoires, cadre privilégié des actions de préservation des paysages et du patrimoine naturel et culturel, proposent une offre riche, variée, et d'une qualité remarquable, qu'il convient de faire découvrir à toutes et tous.

L'enjeu est d'assurer une communication adaptée, garantissant que la fréquentation touristique et de loisirs puisse être en adéquation avec les enjeux de qualité de vie et de préservation des activités économiques (agricoles notamment) et de l'environnement (faune et flore) qui sont des priorités pour les PNR. Ce travail sera fait en partenariat étroit avec chaque PNR, et dans le cadre de la charte de chacun.

Le développement et la valorisation de l'offre touristique et de loisirs dans ces territoires clés ciblera à la fois l'offre culturelle et patrimoniale, les espaces naturels et agricoles, les activités sportives ou de loisirs actifs, l'offre de gastronomie locale, ou encore celle de produits locaux qui peuvent être proposés aux différents visiteurs.

Le soutien régional visera, dans ce cadre, à développer par exemple les balades à pied, à cheval, à vélo, mais aussi sur l'eau, les lieux de baignade, notamment en lien avec l'accueil des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, ainsi qu'une offre mixte de loisirs, notamment sportifs et culturels, dans la continuité du développement de l'application « Bougeott ».

Les parcs et jardins urbains remarquables et les espaces naturels de la zone urbaine dense sont également un élément majeur de l'offre nature de la destination et seront mis en valeur à ce titre, auprès des différentes clientèles.

En articulation avec les enjeux identifiés dans le SRDEII, le tourisme d'affaires pourra également bénéficier de ce soutien au renforcement des offres « nature », en particulier les séminaires d'entreprises. Ces événements, de petite taille, et très importants en nombre, peuvent se tenir dans des hébergements de charme, adaptés et proposant salles de réunions équipées, mais aussi des activités de loisirs, de team-building, et de restauration de qualité.

Ce type d'activités mixtes participe fortement à la revitalisation du patrimoine rural, et donc au dynamisme économique de ces territoires.

De manière globale, l'approche régionale de valorisation de l'offre "nature" se fera dans une logique transversale, pour valoriser la diversité et la richesse des territoires franciliens. Elle visera à renforcer le lien entre les différentes composantes de l'offre, et leur structuration, notamment dans le but de développer des parcours intégrés, incluant offre de mobilité, offre culturelle et patrimoniale, sportive, de loisirs, gastronomie, services dédiés, etc.

L'offre nature sera aussi valorisée grâce au développement très fort, souhaité par la Région, des mobilités douces. Ce sujet sera en particulier développé dans l'axe stratégique 3 consacré à la transition durable du tourisme francilien.

b. Le tourisme fluvial et fluvestre

La question des activités fluviales et fluvestres sera aussi une priorité pour l'action de la Région. Le développement de cette thématique est en effet un élément partagé par tous les acteurs, en particulier les Départements.

La Région entend à la fois poursuivre le soutien aux infrastructures fluviales, et notamment autour des croisières fluviales ou de la plaisance, mais aussi soutenir le développement d'une offre de promenade à la journée, partout où cela peut se faire.

En effet, depuis quelques années, les Franciliens font fortement remonter une demande de promenade fluviale sur des temps courts, permettant de découvrir autrement leur territoire. Mais le modèle économique de cette activité est compliqué à trouver, et la Région souhaite donc travailler avec ses partenaires départementaux et locaux pour trouver des solutions concrètes et viables afin de permettre l'émergence d'une offre adaptée et répondant aux besoins des habitants.

Le soutien à une offre combinée, par exemple liant promenade fluviale et cyclotourisme, pourrait être une solution, mais qui reste à construire et développer. Une démarche a été engagée par Val-d'Oise Tourisme en ce sens, et a été soutenue par le CRT dans le cadre du plan régional de relance de l'activité touristique. Il s'agira désormais d'aller plus loin pour en tirer des enseignements à l'échelle de l'ensemble du territoire régional. Le travail des partenaires du Contrat de destination "Paris Ville augmentée" pourra aussi être intéressant en la matière.

La Région soutiendra également l'innovation dans ce secteur du tourisme fluvial, par exemple sur les enjeux liés à la motorisation durable ou le développement de produits originaux destinés au grand public.

Le développement des activités autour du fleuve sera également soutenu, afin de dynamiser les berges et un certain nombre de territoires qui sont traversés par les cours d'eau.

Le projet européen Star Cities, animé par Val-de-Marne Tourisme, est un exemple intéressant de dynamique territoriale au sein duquel l'engagement du CRT et, par son intermédiaire de la Région, sera poursuivi. Dans cette logique, toute initiative visant à valoriser des territoires cohérents, proposant une stratégie de développement collective, partagée, autour du fleuve et des rivières de la destination, et répondant aux objectifs de la Région, sera soutenue, soit financièrement par l'intermédiaire des outils régionaux et des candidatures à des dispositifs européens accompagnés par la Région, soit en communication et promotion grâce aux outils du CRT.

Le travail de sensibilisation à l'accueil des touristes, qu'ils soient locaux comme internationaux, à destination des commerçants autour des infrastructures fluviales, sera poursuivi, en partenariat étroit avec les territoires et les acteurs professionnels et institutionnels comme par exemple la Chambre de commerce et d'industrie Paris Île-de-France ou encore les chambres départementales.

c. La créativité et les savoir-faire

Paris Île-de-France est une destination qui dispose déjà d'une image créative et d'un tissu économique extrêmement dynamique. Toutefois, il convient de renforcer de manière importante cette dimension.

Le tissu d'artisans d'art, de créateurs, d'artistes est exceptionnel dans l'ensemble de la région. Et ces professionnels sont d'ores et déjà engagés pour une part dans une démarche de valorisation touristique.

La Région entend renforcer cette mise en valeur des savoir-faire de la destination, notamment dans un but d'amplifier les retombées économiques induites par les activités touristiques et de loisirs.

Cela prendra, de façon non exhaustive, plusieurs formes :

- Un travail sera engagé avec les Chambres des métiers et de l'artisanat, afin de mesurer les besoins et attentes des artisans et artisans d'art dans le but de les intégrer pleinement dans la filière touristique et des loisirs. L'idée sera donc de mesurer ces besoins et d'y répondre dans le cadre des compétences régionales et du plan d'actions du CRT : formations éventuelles, créations de parcours thématiques (culinaires, artisans d'art...), valorisation et communication auprès du grand public, etc.
- Le développement et la structuration à l'échelle de la destination d'une offre de visites d'entreprises, afin de valoriser l'excellence des savoir-faire des professionnels. Le CRT engage dès 2022 un travail, dans le cadre d'un appel à projet national "Tourisme de savoir-faire", avec l'association Entreprise et Découverte. Ce travail permettra de mesurer l'offre existante en la matière, de travailler aux éléments nécessaires à la structuration de cette offre et à son développement, puis enfin de définir un plan d'actions. Le CRT s'appuiera sur l'ensemble de ses partenaires territoriaux pour garantir une cohérence de l'action publique en la matière.

De manière globale, ce travail autour des savoir-faire vise à la fois à renforcer la vitalité économique de ces professionnels ainsi que la découverte des métiers d'art ou encore la rencontre entre les visiteurs et les artisans.

- Au-delà de l'offre en matière de visites d'entreprises, la valorisation du patrimoine industriel de la destination complètera l'action régionale. Ce patrimoine remarquable, notamment développé dans les territoires de proche couronne, mais aussi dans un certain nombre de territoires péri-urbains et ruraux, est une composante majeure de l'offre patrimoniale de la destination, particulièrement iconique de l'histoire régionale. Un certain nombre de sites sont d'ailleurs déjà classés au label « Patrimoine régional » qui leur permet de bénéficier d'un soutien de la Région.

L'intégration de ce patrimoine dans les parcours architecturaux mis en avant dans la destination aura pour objectif de renforcer la diffusion des flux touristiques, et d'attirer un certain nombre de clientèles de niche, mais très fortement intéressées par cette dimension.

- En matière de gastronomie, thématique centrale pour la destination, la valorisation des producteurs locaux sera un des éléments forts de l'action régionale. Cette action sera menée en lien avec son organisme associé, Île-de-France Terre de saveurs, d'ores et déjà engagé dans le déploiement et la valorisation de la marque « Produit en Île-de-France » dans le cadre du Plan régional pour une alimentation locale, durable et solidaire adopté en février 2021.

Le travail de recensement, de développement et de valorisation des producteurs locaux et des sites en rapport avec la gastronomie sera ainsi poursuivi et amplifié dans le cadre du Parcours de la Gastronomie afin de promouvoir et mettre en valeur les richesses naturelles, patrimoniales et les savoir-faire franciliens ; ce parcours assure la valorisation du secteur de l'agroalimentaire, des métiers de bouche et des professionnels de l'art culinaire français par la création d'une destination touristique gourmande expérientielle.

Son développement devra permettre d'identifier et de proposer aux visiteurs des expériences culinaires uniques ou insolites. Sa construction devra se faire en cohésion avec les offres de mobilités existantes ou en développement, d'hébergements tout en tenant compte du maillage culturel et patrimonial présent sur le territoire. Une réflexion pourrait être envisagée quant à la création d'une route gastronomique thématique dont l'objectif visera à faire renaître et promouvoir l'identité agricole francilienne à partir des productions qui ont participé à son histoire et dans une démarche de qualité.

- La Région souhaite également inciter à la vente de produits locaux ou d'artisanat d'art dans les commerces touristiques, ou encore les boutiques des établissements culturels et touristiques d'Île-de-France. Pour cela, le CRT sera chargé d'organiser le lien entre les différents secteurs d'activités et d'étudier la valorisation d'une gamme de produits de ce type sur ses Points Information Tourisme ou dans les offices de tourisme franciliens.

- La valorisation de cette dimension créative de la destination doit permettre de renforcer son image dynamique et vivante. Le développement, déjà largement engagé, de l'offre mettant en avant les thématiques des cultures et arts urbains, la création contemporaine, mais aussi les jeunes créateurs dans les secteurs de la mode, du "middle luxury" sera poursuivi. Il est évident que ces thématiques prouvant le renouveau permanent de la destination permettront aussi de valoriser des territoires variés, urbains et ruraux, multiculturels, et renforceront ainsi la stratégie d'équilibre territorial du développement touristique visée par la Région.

C'est dans ce cadre que la Région entend soutenir le projet « Périphéries – Saint-Denis Capitale européenne de la culture 2028 », participant d'une dynamique active de développement local et régional.

La proposition de la Chambre de commerce et d'industrie Paris Île-de-France d'organiser une "Shopping week", sur le modèle de la Fashion week, afin de valoriser l'offre commerciale, et plus globalement les savoir-faire de Paris Region, sera étudiée pour mesurer les attendus d'un tel événement, et les conditions de sa réussite. Si cela rencontre l'adhésion de ses partenaires, la Région s'engagera dans sa mise en œuvre.

d. Les sports et les loisirs actifs

Les périodes successives de confinement ont mis en lumière le besoin très fort par les habitants de pouvoir pratiquer des sports, mais aussi des loisirs actifs en famille ou entre amis. Cette demande d'activités sportives en plein air a été également transposée pendant les temps de vacances.

La destination Paris Île-de-France a largement la capacité d'offrir une réponse diversifiée, répartie sur l'ensemble des territoires franciliens, à ces demandes des habitants comme des touristes. Et ce d'autant plus qu'elle accueille de manière régulière de très grands événements sportifs reconnus, comme Roland Garros, le Marathon de Paris, etc. Elle va également accueillir une grande part des matchs de la Coupe du Monde de Rugby France 2023 et la quasi-totalité des épreuves pendant les Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024.

Ces grands événements doivent permettre à la Région et à ses partenaires territoriaux et professionnels de renforcer, structurer et valoriser l'offre touristique sportive.

La Région a déjà travaillé dans ce sens, à la fois grâce à son application "Bougeott", permettant de lier pratique sportive et informations patrimoniales et touristiques, ou grâce à celle du CRT, "Paris Region Aventures", qui a développé un parcours dédié aux sports olympiques et paralympiques.

Elle œuvre également au développement des infrastructures et des pratiques de randonnée pédestre, équestre et de cyclotourisme, et sa stratégie en la matière sera développée dans le cadre de son action en faveur de l'adaptation des activités touristiques au changement climatique. En outre, elle s'appuie sur les Parcs naturels régionaux franciliens qui ont développé un riche réseau de sentiers et un site dédié aux randonnées dans leurs territoires (geotreck).

Elle poursuivra donc cet engagement, et s'appuiera sur ses partenaires pour le démultiplier : Départements et intercommunalités, fédérations sportives, comité régional olympique et sportif d'Île-de-France, associations, etc.

e. La convivialité

La période de crise a démontré une forte demande de convivialité et de relations humaines renforcées, en particulier pendant les temps consacrés aux loisirs et aux vacances.

La concertation menée pendant l'élaboration du présent Schéma régional a fait remonter que cette demande d'espaces de convivialité pouvait souffrir d'un certain nombre de problématiques, auxquelles la Région entend répondre.

Tout d'abord, de nombreux partenaires ont alerté sur des risques liés à la reprise des entreprises en zone urbaine dense. C'est par exemple le cas pour un certain nombre des guinguettes historiques présentes le long des fleuves et rivières franciliennes, en particulier la Marne. La Région souhaite donc étudier la possibilité de faire intervenir, sous réserve d'un projet viable et accepté par ses partenaires territoriaux, la foncière régionale dédiée au tourisme. Elle regardera aussi comment ses dispositifs de financement des investissements touristiques pourront être mobilisés sur les travaux nécessaires à la relance de ces entreprises.

Ensuite, il est apparu que la proximité des cours d'eau était un support extrêmement intéressant pour le développement de projets intégrant une offre conviviale. La Région souhaite donc accélérer le développement de cette offre, en lançant dès que possible un appel à projet s'adressant aux collectivités et à des opérateurs privés, et mobilisant l'ensemble des financements de droit commun et ses outils comme la foncière Tourisme, pour faire émerger des projets le long de la Seine et de ses rivières Marne, Oise notamment. Ces projets pourront, afin de garantir leur durabilité et leur viabilité, être mixtes et intégrer un certain nombre d'activités, mais devront proposer une offre conviviale liée à de la gastronomie, des activités festives, etc. Les modalités d'intervention de la Région seront précisées dans l'appel à projet, en lien avec ses partenaires territoriaux, qui devrait être lancé en 2023 ou 2024. Une démarche partenariale spécifique, dans ce cadre, sera engagée avec l'opérateur Voies Navigables de France, afin de faciliter l'émergence des projets.

Au-delà de la dimension fluvestre de la thématique convivialité, l'action régionale visera à soutenir toute action événementielle ou éphémère animant la destination, sur le modèle de la "Fête des Restos" par exemple. La convivialité est en effet très liée, en termes d'imaginaire, à la restauration. Cela permet d'envisager le soutien au développement d'une offre mêlant plusieurs activités (restauration, fête, accueil de familles avec enfants, etc.) qui renforcerait l'image de Paris Île-de-France, destination active, vivante et où il se passe toujours quelque chose.

Il sera aussi intéressant de valoriser des territoires nouveaux, permettant l'installation éphémère ou pérenne de produits autour de la convivialité, comme des territoires en renouvellement urbain, d'anciennes friches ou délaissés urbains, etc. Si l'action de la Région vise à développer une offre conviviale, elle se fera évidemment, dans ces territoires, dans des conditions de confort et de sécurité optimales, permettant l'accueil de tous et répondant aux enjeux environnementaux. L'objectif étant ainsi de valoriser de nouveaux territoires et d'inciter à la découverte d'une offre de proximité originale, vivante, et active, en accompagnant leur développement économique et social.

Enfin, il reviendra au CRT de valoriser, dans ses outils de communication et de promotion, la dimension événementielle et festive de la destination. Qu'il s'agisse par exemple d'événements culturels, sportifs ou de la vie nocturne, le CRT valorisera ainsi l'offre des territoires en la matière. L'objectif sera ainsi de démontrer que l'ensemble de la destination est animé et se renouvelle ainsi sans cesse.

Le travail sur ces nouvelles thématiques, qui viennent compléter le positionnement traditionnel de la destination, permettra donc de renouveler l'image de Paris Île-de-France. La Région se fixe cela comme une priorité majeure de son action, et se réserve la possibilité de se saisir d'autres thématiques qui iraient dans ce sens, et émergeraient dans les territoires qui la composent.

Au-delà de ces priorités sur le positionnement, le développement de ces nouvelles thématiques participe à la réponse régionale apportée à la demande des visiteurs et des habitants de vivre de nouvelles expériences, uniques, et à la hauteur de la promesse francilienne.

AXE 3 : ENGAGER LA TRANSITION ECOLOGIQUE DE LA DESTINATION PARIS ÎLE-DE-FRANCE

Paris Île-de-France est l'une des premières destinations mondiales, et à ce titre, se doit d'être exemplaire dans sa réponse aux enjeux environnementaux.

Il est évident qu'une destination touristique de premier plan doit prendre en compte le changement climatique et ses impacts, afin non seulement d'adapter son offre afin de réduire son empreinte globale, mais aussi d'agir de manière volontariste pour être à la hauteur de son ambition.

Dans le cadre de plusieurs Stratégies / Schémas régionaux ou rapports votés par les élus régionaux, ainsi que d'une COP régionale, La Région s'est engagée de manière forte dans l'adaptation au changement climatique et dans le développement de l'économie circulaire en Île-de-France afin d'atteindre en 2031 les objectifs de réduction et de valorisation des déchets du Plan Régional de Prévention et de Gestion des Déchets (PRPGD).

La COP régionale a scellé la mise en place d'un nouveau Pacte vert régional face au défi environnemental. L'ensemble des fonctions stratégiques est ainsi concerné et intégré au cœur des politiques régionales et leurs déclinaisons : Stratégie régionale pour l'économie circulaire (SREC), Plan Régional de Prévention et de Gestion des Déchets (PRPGD), plan air-climat, plan hydrogène et plan vélo notamment. Le présent schéma vise donc à décliner ces objectifs sur le plan de la stratégie de développement du tourisme et des loisirs.

La filière touristique a été intégrée de manière globale dans chacun de ces engagements formels et opérationnels. Et le Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs intègre à la fois un certain nombre de ces éléments déjà votés, et entend proposer de nouvelles pistes d'actions concrètes et partagées par les partenaires de la Région.

La mise en révision du SDRIF (votée en novembre 2021) et sa mise en œuvre engageront plus fortement le secteur touristique dans sa transition pour mieux faire face au défi environnemental et à son objectif de zéro artificialisation nette, zéro émission nette et zéro déchets (ZAN, ZEN, Zéro déchets).

La Région entend à la fois agir sur l'adaptation de l'offre touristique existante et sur le développement d'une offre nouvelle de tourisme durable, dans une logique de sobriété, et s'appuyant sur le numérique, les mobilités douces, sur l'accessibilité en transports en commun et/ou propres des sites touristiques, ou, le cas échéant, la développant grâce à des solutions innovantes. La Région affirme ainsi son ambition que la destination Paris Île-de-France devienne une référence en la matière.

Elle inscrit son action dans le cadre d'une logique d'aménagement et de développement des territoires équilibrée dans l'espace et dans le temps, respectant ses engagements environnementaux et le cadre légal en vigueur.

Elle s'inscrit en soutien stratégique, financier et opérationnel de l'ensemble de ses partenaires territoriaux et professionnels afin de garantir cohérence et efficacité de l'action publique en faveur de la transition écologique et de la durabilité réelle du développement touristique.

Imaginaires des clientèles touristiques	Compétences régionales associées	Traduction en matière de tourisme durable
Sites patrimoniaux	Tourisme	Valorisation du patrimoine local (culturel, naturel, patrimonial)
Gastronomie authentique et diversifiée	Culture et patrimoine	Mise en avant du patrimoine culinaire
Produits locaux en circuits courts	Agriculture, ruralité et forêt	Partenariats avec des producteurs locaux, engagés en agriculture raisonnée ou bio
Acteurs engagés en matière de tourisme durable	Formation professionnelle et apprentissage	Certifications et labels
Mobilités douces	Entreprises et emploi (ESS)	Application de normes environnementales dans la rénovation/construction
Loisirs sportifs de pleine nature	Transports collectifs ferrés	Des transports bas-carbone pour rejoindre la destination et circuler à l'intérieur
Nature et territoires préservés	Mobilité et politiques de transport	Accessibilité et inclusion
	Sports	Protection des espaces sensibles
	Loisirs	
	Environnement	

1. Accompagner la transition écologique de l'offre existante

Les enjeux liés à la transition écologique de l'offre touristique sont nombreux et complexes. Ils sont pour partie définis par un cadre réglementaire en permanente évolution, et notamment par le "Décret tertiaire" (Décret n° 2019-771 du 23 juillet 2019), imposant de nouvelles normes aux établissements recevant du public, et concernant donc de très nombreux établissements touristiques. Si la Région n'entend pas financer les mises aux normes, elle souhaite être un partenaire de premier ordre pour inciter ses partenaires, en premier lieu les entreprises, à se transformer. Elle travaillera notamment à démontrer les bénéfices très importants en matière de fonctionnement interne des établissements, qui sont attendus du fait de ces investissements rendus obligatoires.

En lien avec la Chambre de Commerce et d'Industrie Paris Île-de-France, l'Institut Paris Région, l'ADEME et toute autre structure intéressée par le sujet, la Région souhaite jouer un rôle de porte d'entrée recensant des outils concrets et donnant accès aux financements publics existants en la matière. Son objectif sera ainsi de simplifier au maximum le travail des professionnels et leur sensibilisation aux enjeux liés à la transition écologique.

Pour concrétiser cet engagement, la Région participe activement aux travaux du réseau européen NECSTouR de régions engagées en faveur du tourisme innovant et durable, et mobilisera le Fonds régional pour le tourisme pour soutenir l'investissement.

La Région demande également au CRT et à l'Institut Paris Region d'amplifier le travail de formation et de sensibilisation de l'ensemble des salariés du secteur sur ces problématiques, sur le modèle de ce que l'Institut Paris Region a pu engager dans le cadre du projet européen Cosme, ou de ce qui avait été réalisé dans le cadre du projet européen « Urban Waste ».

En parallèle, elle s'appuiera sur les Parcs naturels régionaux qui accompagnent localement les acteurs sur la sensibilisation et l'intégration des enjeux environnementaux dans leurs pratiques.

Un travail sera notamment à mener sur les enjeux de réduction de consommations des ressources en eau ou en énergies, afin d'aller vers une décarbonation de la filière touristique et vers un impact raisonné sur les ressources, diminuant ainsi la dépendance des activités touristiques en la matière, et renforçant sa résilience face à d'éventuels événements climatiques majeurs.

Enfin, la Région souhaite poursuivre sa mobilisation sur la réduction de la production de déchets. Dans le cadre de la mise en œuvre de la Stratégie régionale pour l'économie circulaire et afin de mettre le cap vers le zéro déchet et d'atteindre les objectifs de recyclage du PRPGD, le CRT, en concertation avec la Région, avec l'appui de l'Institut Paris Region et de son Observatoire régional des déchets d'Île-de-France (ORDIF), engagera les grands acteurs franciliens du tourisme pour faire évoluer leurs pratiques.

La filière du tourisme d'affaires a, elle aussi, engagé de nombreuses actions sur ce sujet, accompagnée par le CRT et la fédération des métiers de l'événement Unimev, qui ont développé le calculateur Cléo. Celui-ci facilite la mesure de l'impact environnemental et permet donc de cibler les actions à mettre en œuvre. La Région souhaite ainsi se positionner en soutien fort de cette filière, et que ce travail puisse servir également aux activités de tourisme d'agrément.

L'ambition régionale sera, pour résumer, de renforcer l'engagement de la filière touristique dans une logique d'économie circulaire, permettant ainsi d'en limiter l'impact environnemental. Ce choix, très engageant pour la filière, implique un accompagnement très fort de la part de la Région et de ses partenaires, pour imaginer ce que cela peut nécessiter à l'échelle d'une destination mondiale, en capacité d'accueillir 50 millions de visiteurs français et internationaux, et donc devant être en mesure de leur apporter des réponses concrètes à leurs besoins vitaux, matériels et en termes de service.

Ce travail autour de l'engagement vers une véritable économie circulaire touristique nécessitera, au-delà de questionnements et de travaux sur les enjeux environnementaux, un renforcement très fort de la mise en réseau des partenaires. La Région, grâce notamment à ses organismes associés (CRT, IDF Terre de Saveurs, Institut Paris Region), se mobilisera en particulier sur cet enjeu en s'appuyant sur le levier des fonds européens, en fléchant notamment 25,3 millions d'euros du FEDER régional pour faciliter la transition des acteurs qui le souhaitent. Tel que prévu dans la SREC, cette mobilisation régionale pourra aussi se traduire par un cadre d'engagement « tourisme circulaire » signé entre la Région et les acteurs franciliens du tourisme.

2. Renforcer le développement d'une offre de tourisme durable sur le territoire francilien

En parallèle à l'action en faveur de l'accompagnement du secteur, la Région souhaite soutenir le développement d'une offre de tourisme durable dans la destination.

Plusieurs axes structureront cet engagement régional, en le priorisant sur les questions des mobilités durables, de développement des circuits courts et de l'économie circulaire, de valorisation renforcée du patrimoine francilien, naturel comme culturel, ou encore sur le développement d'une offre d'hébergements durables adaptés aux attentes des visiteurs.

Ce développement d'une offre touristique durable sur les territoires franciliens pourra bénéficier du déploiement de la Communauté des Territoires franciliens circulaires prévu en 2022 dans le cadre de la SREC, avec un objectif de 100% des territoires franciliens engagés dans l'économie circulaire en 2030.

a. Les transports en commun, moyens de transport privilégiés pour les déplacements touristiques

En lien avec les compétences de la Région en matière de transports, et en accord avec les tendances fortes de la demande en faveur des déplacements doux, ces modes de déplacement seront très fortement soutenus dans le cadre de cette stratégie de développement touristique et des loisirs.

Cela a déjà été indiqué, la Région entend valoriser très fortement l'accessibilité en transports en commun de l'offre touristique. C'est un élément qui devra être systématiquement mis en valeur dans l'ensemble des campagnes de communication menées auprès de toutes les clientèles. Les services du conseil régional et le CRT, en lien avec les partenaires de l'offre touristique, devront travailler à renforcer les services offerts par les opérateurs de transport en faveur de l'utilisation par les touristes des transports en commun pour se déplacer dans l'ensemble de la destination.

Le développement des grands projets de transports, et en particulier du réseau du Grand Paris Express, permettra dans les années à venir d'améliorer l'accessibilité de nombreux territoires et sites touristiques. La Région veillera à ce que cette dimension touristique soit bien prise en compte par les opérateurs de transports et dans les gares du Grand Paris.

Le renforcement de la signalétique en gare sera poursuivi et les initiatives des opérateurs de transports qui iront dans le sens d'une amélioration du service rendu aux touristes seront soutenues (traductions, développement de services dédiés, etc.).

En parallèle, dans la continuité de l'action régionale engagée en ce sens, la sécurisation des transports en commun sera poursuivie, afin de garantir des trajets sûrs pour les touristes. Il conviendra aussi d'œuvrer à renforcer la régularité des transports, pour faciliter les déplacements, et assurer ainsi un niveau de service à la hauteur de la destination.

Toutefois, l'offre touristique n'est pas forcément simple d'accès depuis les principales gares régionales. Il est donc nécessaire de développer une offre de mobilité répondant aux besoins de tous les visiteurs, et reliant les gares et les principaux monuments ou lieux touristiques.

Si les mobilités douces sont une partie de la solution, qui sera développée ci-après, la Région souhaite accompagner également l'innovation dans les territoires. C'est pourquoi, un appel à projets "Dernier kilomètre" sera proposé aux territoires (Départements ou Intercommunalités, Parcs naturels régionaux) qui seraient intéressés par la démarche. L'objectif : trouver des solutions viables adaptées à la fréquentation touristique de lieux éloignés du réseau ferré régional, en faisant appel à des solutions innovantes. La Région interviendra notamment en matière d'investissements.

Si les modalités concrètes seront à définir lors du lancement de l'appel à projets, il est certain que le soutien régional visera à soutenir cette expérimentation, et à disparaître ensuite, pour garantir une viabilité de long terme à l'opérateur qui agira.

Cet appel à projets sera proposé en premier lieu aux territoires ayant signé des Contrats régionaux de destination lors du précédent Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs, puis sera élargi à l'ensemble de la Région, pour en sélectionner 5 au maximum. Les territoires concernés devront non seulement démontrer une coopération très forte entre tous les échelons territoriaux, mais aussi démontrer leur intérêt touristique et leur capacité d'innovation en matière de mobilité. Le cas échéant, la Région s'appuiera sur des financements européens pour bénéficier de leur effet levier.

b. Le développement de l'offre touristique cyclable et de randonnée pédestre

La Région s'est engagée très fortement dans le soutien à la pratique cyclable du quotidien, et amplifiera ce travail avec le projet de RER V.

La stratégie de développement de l'offre vélo loisirs s'appuiera donc sur une double structuration des infrastructures cyclables :

- Le futur réseau du RER V, et en particulier sur sa première étape de réalisation
- Les principales véloroutes nationales et européennes qui traversent notre destination et assurent une visibilité nationale et internationale à un certain nombre d'itinéraires identifiés et structurés.



Ces deux éléments de structuration radiale des infrastructures cyclables, dont une partie est réalisée et l'autre est en cours ou le sera d'ici quelques années, couvrent à la fois une dimension "vélo du quotidien", et la dimension "vélo loisirs". Les exemples en France ou à l'étranger démontrent en effet une forte porosité entre ces deux usages des infrastructures cyclables.

Toutefois, un développement réel et marqué de l'usage du vélo en matière de loisirs et de tourisme nécessitera d'autres éléments, sur lesquels la Région souhaite s'engager.

Tout d'abord, si la structuration radiale est d'ores et déjà existante ou en cours de finalisation, la réalité des pratiques penche vers un maillage plus fin d'itinéraires cyclables, aménagés ou non, sous forme de boucles locales, ou d'itinéraires circulaires.

Ces pratiques impliquent à la fois des nœuds intermodaux importants, liant les réseaux de transports en commun, les services en gare, ou à proximité des gares principales, du balisage précis, uniformisé et utile aux usagers, et des services dédiés aux cyclistes, autour des sites touristiques. Cette vision globale est au cœur de la stratégie régionale de développement de la pratique cyclotouristique.

La Région entend donc :

- Renforcer l'offre de services autour de quelques gares, grâce à un appel à projets régional, lancé dès 2023, afin de soutenir l'émergence de lieux de services autour du vélo, et de la randonnée pédestre. Ces « maisons des mobilités actives » devront permettre l'émergence de structures légères, souples, offrant un certain nombre de services (de manière non exhaustive : location et/ou réparation de vélos, notamment électriques, offre de restauration légère, permettant l'achat de pique-niques par exemple, information touristique, plans, etc.). Cet appel à projet ciblera des gares

majeures du réseau ferré régional, concernées également par les axes cyclables radiaux structurants (RER V et véloroutes). Il associera Île-de-France Mobilités, les opérateurs de transport et Gares et Connexions, les collectivités locales et les partenaires privés ou parapublics pouvant mettre en œuvre les services souhaités (associations, entreprises de l'économie circulaire, etc.). La Région ciblera le Fonds régional pour le tourisme pour un soutien renforcé.

- En parallèle, la question de la sécurisation des itinéraires cyclables sera abordée par les services régionaux. Si la Région priorise son intervention sur les infrastructures vélo du quotidien, elle veillera à une continuité sécurisée avec l'accès vélo loisir, sous certaines conditions. Elle n'interviendra en co-financements d'infrastructures loisirs que s'il s'agit d'assurer une continuité entre deux portions déjà financées pour le vélo du quotidien et dans l'objectif de contribuer au développement de l'offre touristique territoriale. L'itinérance vélo étant une thématique priorisée pour la destination Île-de-France, son intervention visera à avoir un effet incitatif que ce soit en termes de financements et/ou de mobilisation des partenariats.
- Dans ce cadre, la création d'un grand itinéraire régional circulaire, la "Francilienne du vélo", sera étudiée par le CRT, l'Institut Paris Region et le service Tourisme, et en lien avec les autres services du conseil régional, ainsi qu'avec les partenaires territoriaux en s'appuyant sur les bonnes pratiques existantes à l'échelle européenne et dans l'objectif de relier un certain nombre de lieux desservis par les grands axes radiaux du RER V et des Véloroutes, et de créer l'équivalent un Tour de l'Île-de-France en vélo, sur le modèle du GR1 pour la randonnée pédestre.
- Le CRT interviendra à la fois en matière de communication grand public, mais aussi d'animation, aux côtés des Départements et des acteurs locaux, des réseaux de partenaires. Il sera ainsi envisagé des formations ou sensibilisation des acteurs locaux aux problématiques liées aux mobilités douces, par exemple sur les services importants à proposer aux usagers, ou sur la typologie des publics pratiquant le cyclotourisme ou la randonnée pédestre. Il poursuivra son travail d'animation du comité d'itinéraire de la Scandibérique, en lien avec l'ensemble des partenaires de l'itinéraire. Et il viendra en soutien, autant que nécessaire, sur les autres itinéraires cyclables.
- Pour faciliter le travail de ciblage et l'amélioration continue des produits destinés à ces clientèles, la Région, via le CRT, mobilisera ses partenaires pour développer la connaissance des pratiques et des comportements des cyclotouristes et des cyclistes, par exemple pour aller jusqu'à un observatoire du cyclotourisme en Île-de-France, intégré au sein du système régional d'observation touristique.

-

Ce travail global autour du vélo, devra intégrer, quand cela est envisageable, les problématiques liées à la randonnée pédestre. L'appel à projets sur les services en proximité des gares, ou encore les logiques de communication grand public et de structuration de l'offre devront prendre en compte l'ensemble des pratiques de mobilités douces.

Le soutien à la randonnée pédestre est un corollaire évident de ce travail de structuration de l'offre cyclable. La Région souhaite renforcer l'attrait de la destination en matière de randonnée pédestre, en lien avec la Fédération française de randonnée pédestre. Son action sera multi-dimensionnelle, et pourra en particulier soutenir des événements forts, permettant de découvrir autrement les territoires de la destination, l'offre culturelle, naturelle ou gastronomique. L'exemple de la dynamique portée par le collectif d'organismes institutionnels du tourisme "Cap sur la Marne", développant un certain nombre d'actions fortes autour de la Marne, est intéressant dans ce cadre.

c. Le soutien aux produits locaux et aux circuits courts

Dans le cadre du Plan Régional Alimentation, de la Stratégie régionale pour l'économie circulaire, et des engagements de la Région pris lors de la COP régionale, l'action en faveur du tourisme et des loisirs devra intégrer un travail de fond sur la valorisation des produits locaux et sur le développement des circuits courts partout où cela est possible.

A ce titre, les liens entre Île-de-France Terre de saveurs et le CRT, par exemple, seront renforcés, et des logiques communes de valorisation des producteurs locaux auprès du grand public seront priorisées. De même, les Parcs naturels régionaux, à travers la labellisation Valeur parc, assurent la valorisation des productions locales, agricoles et artisanes.

La valorisation du parcours de la gastronomie, déjà engagée et portée par la Région, sera enrichie par cette dimension "locale" de la production, et pleinement intégrée dans les stratégies de communication et de structuration de l'offre de la Région et de ses organismes associés.

Un accompagnement des professionnels, notamment des hébergements touristiques ou de la restauration, sur ce sujet des circuits courts sera engagé, notamment afin d'en démontrer l'intérêt économique et social pour chacun. Cela pourra notamment prendre la forme d'une action de sensibilisation, d'outils de communication destinés à ces acteurs, et réalisés par les services du conseil régional, le CRT en lien avec l'ADEME, les PNR ou des acteurs associatifs spécialisés.

Afin de renforcer la transition écologique de l'offre, la Région souhaite aussi voir se développer une offre de shopping durable, par exemple en soutenant les filières de seconde main, qui connaissent une croissance très forte. Cela pourra s'intégrer à la fois dans sa volonté de valorisation de créateurs innovants et celle d'une offre produite localement, inscrite dans une démarche d'économie circulaire, et s'appuyant sur le recyclage des matériaux par exemple.

d. Le développement et la structuration de l'offre innovante et durable d'hébergements touristiques

La Région, dans le cadre de ses dispositifs de droit commun (Fonds régional pour le tourisme par exemple), soutiendra l'émergence de projets autour des thématiques du tourisme durable. Elle souhaite renforcer également son rôle de facilitateur, par exemple en agissant sur les problématiques foncières, souvent complexes et bloquantes, par exemple en mobilisant l'Agence régionale des Espaces Verts, dans le cadre de ses périmètres d'intervention (PRIF) et en cohérence avec ses missions de préservation de l'environnement, la Foncière tourisme régionale ou encore en informant les porteurs de projets des programmes européens susceptibles de les soutenir.

Le développement d'hébergements touristiques de qualité, notamment dans les territoires ruraux, sera soutenu, sous réserve de quelques conditions. La Région entend permettre l'implantation d'hébergements touristiques répondant à de hautes qualités environnementales, notamment en finançant des travaux de rénovation de bâtiments existants, en particulier s'il s'agit d'exemples intéressants de patrimoine rural. La recherche d'une offre globale répondant aux enjeux environnementaux et son soutien, doivent guider les opérateurs (ex. hébergement accompagné de propositions de services durables-mobilité-alimentation-déchets, etc.). En ce sens, un effet incitatif en termes de financements et/ou de mobilisation de partenariats devra être recherché pour accélérer cette transformation durable. La SAS Île-de-France Tourisme et Territoires pourra être mobilisée à cet effet.

Elle souhaite également voir émerger une offre nouvelle d'hébergements de plein air, répondant aux attentes d'une clientèle française et européenne. En lien avec les obligations réglementaires d'urbanisme, elle soutiendra en particulier la rénovation et le développement des campings existants dans l'objectif de proposer une offre renouvelée. Elle entend soutenir des projets de création de nouveaux hébergements de plein air dans les Départements de grande couronne, en particulier à proximité des réseaux cyclables ou pédestres existants ou en développement.

Il s'agira aussi de soutenir l'implantation de nouveaux concepts d'hébergements touristiques hors Paris, en lien avec les offres de mobilités durables (transports en commun, réseau cyclable et de randonnée pédestre voire équestre, etc.), en privilégiant notamment les territoires remarquables que constituent les PNR franciliens.

La valorisation du patrimoine régional, et en particulier le soutien au patrimoine local, identifié par exemple par le label Patrimoine d'Île-de-France, sera également un axe du travail qu'il conviendra de mener, en lien avec le développement touristique et de loisirs des territoires franciliens. Cela pourra notamment passer par la structuration des boucles d'itinérances évoquées précédemment, afin de faire découvrir aux usagers, habitants comme touristes, les richesses de chaque territoire traversé. Le balisage de ces boucles, cyclables en particulier, devra ainsi renforcer la visibilité de ce patrimoine, et inviter le public à sa découverte.

De manière plus globale, la Région renforcera la durabilité de l'activité touristique en œuvrant à la régulation des flux touristiques dans le temps et dans l'espace. Si la destination n'a pas connu de situation, sauf cas très spécifiques, de sur-tourisme avant crise, il faut faire en sorte d'éviter qu'il s'en développe une fois la crise liée à la pandémie de Covid-19 passée. C'est pourquoi la Région soutiendra toute initiative qui participera à une diffusion large des flux touristiques, à l'échelle de tous les territoires urbains comme ruraux, avec comme seule boussole l'équilibre nécessaire entre qualité de vie des habitants, fréquentation touristique et préservation de l'environnement.

AXE 4 : TIRER LE MEILLEUR PARTI DE L'ACCUEIL DES GRANDS ÉVÉNEMENTS (CULTURELS, SPORTIFS, D'AFFAIRES...)

Paris Île-de-France est une terre d'accueil de grands événements sportifs, culturels ou encore d'affaires. C'est un territoire extrêmement attractif pour l'organisation de ces événements à l'impact extrêmement puissant sur les territoires et sur les entreprises.

Depuis de nombreuses années, la Région participe dans le cadre de ses compétences à la dynamique collective en œuvre pour attirer le plus d'événements sur son territoire.

Festivals, expositions, concerts, cinéma ou opéra en plein air, etc., les événements culturels participent fortement à l'animation de la destination et contribuent ainsi à son image vivante et dynamique.

De plus, au-delà des événements récurrents tenus dans la destination (congrès et salons mondiaux de référence, grands événements sportifs comme Roland Garros par exemple...), la destination a su démontrer son attractivité depuis de nombreuses années en accueillant la Ryder Cup 2018, ou encore les championnats du monde d'athlétisme en juillet 2022.

Et elle va être particulièrement concernée par cette dynamique dans les années à venir, grâce à la Coupe du Monde de Rugby France 2023 et aux Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024.

La Région a pris sa part comme partenaire majeur des comités d'organisation, et continuera de le faire, dans le cadre de ses stratégies dédiées votées par l'assemblée régionale.

Cet axe vise donc à la fois à faire le point sur les liens que la Région entend tisser entre ces grands événements, quels qu'ils soient, et les enjeux de développement touristique des territoires.

Un focus particulier sera fait sur les événements sportifs majeurs que l'Île-de-France va accueillir, mais la Région se donne un objectif plus général de renforcer son attractivité pour accueillir ces différents événements, garantissant un impact local fort, et pour favoriser la valorisation des richesses qui la composent à l'occasion de cet accueil.

1. L'accueil de grands événements d'affaires

La Région agit au quotidien, avec le CRT et les acteurs de la filière, pour l'accueil des salons et congrès dans la destination. Paris Île-de-France reste l'une des principales destinations mondiales sur ce sujet, et il convient de maintenir ce dynamisme, à l'impact économique et social majeur.

Elle poursuivra donc son action volontariste, en maintenant son engagement, via le CRT, dans le Pack Accueil Paris Region par exemple. Elle entend aussi être aux côtés des acteurs de la filière pour améliorer les services proposés aux clientèles d'affaires, et notamment en soutenant l'innovation au service des rencontres professionnelles.

Elle réaffirme qu'elle sera aux côtés de ses partenaires afin de faire venir des salons et congrès majeurs sur l'ensemble de ses filières économiques d'excellence. En effet, cela participe fortement au dynamisme du tissu économique francilien, et cela permet aux entreprises de se développer et donc de créer de l'emploi en Île-de-France.

Elle agira également à la réduction de l'impact environnemental de ces événements, en accompagnant les organisateurs de salons et congrès et en leur proposant des outils concrets les aidant à cela. Le calculateur Cléo, co-propriété de la fédération Unimev et du CRT, et dont la Région a financé le développement, sera notamment mobilisé.

2. Les grands événements sportifs, occasions à saisir au service de la stratégie régionale

L'accueil par la destination d'événements sportifs de tout premier ordre implique une mobilisation régionale complète. L'accompagnement régional a été cadré de manière globale dans le cadre des stratégies dédiées, votées par l'assemblée régionale.

Mais il convient de préciser certaines priorités d'actions en matière de tourisme et de loisirs à mener dans le cadre de l'accueil de ces grands événements sportifs, et de la garantie d'un héritage durable de leur part.

La collectivité régionale est un des partenaires officiels du GIP France 2023, organisateur de la Coupe du Monde de Rugby France 2023, et du Comité d'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024. A ce titre, elle pilote le lien entre ces organisations et les organismes associés au Conseil régional, et en particulier avec le CRT et les CaRT. Ce lien a été engagé afin de construire un plan d'actions régional dédié au tourisme pendant la Coupe du Monde de Rugby et les Jeux Olympiques et Paralympiques.

La construction de ce plan d'actions se poursuivra d'ici la tenue de ces événements sportifs afin de répondre à plusieurs exigences :

- Garantir la cohérence de la chaîne d'accueil touristique, depuis les portes d'entrée de la destination. La mobilisation des Points Information Tourisme régionaux devra se faire, en lien avec les comités d'organisation, afin d'assurer une visibilité et un accueil de qualité dès l'arrivée dans les aéroports franciliens. Mais elle devra aussi se faire en cohérence avec les Offices de tourisme de la destination, tous mobilisés pour valoriser leurs territoires auprès des visiteurs et médias présents pendant les périodes concernées.

- Construire les outils permettant un accueil et une expérience unique aux visiteurs et médias présents. Dans la lignée du travail mené par le CRT en lien avec la Chambre de commerce et d'industrie Paris Île-de-France afin d'améliorer la connaissance des comportements des différentes clientèles par le tissu commercial, la Région souhaite mettre à disposition des acteurs professionnels tous les outils nécessaires pour être à la hauteur de la réputation de la destination. Des études sur les attentes des différentes clientèles, le déploiement d'outils de veille comportementale ou sur l'e-réputation de la destination sont ainsi prévus et les résultats seront mis à la disposition des professionnels, par l'intermédiaire du CRT.
- Fournir aux médias et aux organisateurs d'événements des contenus valorisant les richesses de la destination. Les grands événements sportifs sont des fenêtres médiatiques uniques qu'il convient de saisir, au service de l'ensemble de la stratégie d'image de la Région. C'est pourquoi il est demandé au CRT de développer de nombreux contenus (images, vidéos, contenus froids et chauds) afin d'alimenter autant que nécessaires les comités d'organisation. Ces contenus devront illustrer les thématiques stratégiques portées par la Région et par le présent Schéma régional, et valoriser l'ensemble des territoires de la destination.
- Valoriser les sites olympiques avant, pendant et après les Jeux Olympiques et Paralympiques, comme composantes de Paris Region destination Sports. Les initiatives locales, comme les visites de chantiers organisées par l'Office de tourisme de Plaine Commune Grand Paris, seront soutenues, au même titre que l'ensemble des activités organisées dans le cadre des Olympiades culturelles.
- Assurer un accueil à la hauteur de la destination Paris Île-de-France lors des Jeux Paralympiques, en développant et valorisant l'offre touristique accessible. Comme indiqué précédemment, le travail de formation et sensibilisation des salariés du secteur touristique orchestré par le CRT se poursuivra pour assurer un accueil idéal de l'ensemble des visiteurs à l'occasion de cet événement

Au-delà de ce plan d'actions, la Région entend poursuivre le déploiement des Volontaires du Tourisme. Mis en place en 2016, dans le cadre du plan de relance régional suite aux attentats de 2015 et 2016, ce dispositif a permis le déploiement de 3 000 jeunes et a rencontré un vif succès auprès de l'ensemble de ses partenaires.

Ce dispositif a été pensé à la fois pour permettre la mise en place d'ambassadeurs, en mobilité, de la destination, mais aussi pour expérimenter des solutions adaptées au déploiement en extérieur de personnels d'accueil (services adaptés aux visiteurs, outils de micro-formation et d'animation, etc.) dans le cadre de la préparation des Jeux Olympiques et Paralympiques.

La Région poursuivra donc ce dispositif, avec un objectif de 5 000 Volontaires du Tourisme déployés sur la période du Schéma régional.

Le travail d'animation du dispositif, et en particulier du réseau des partenaires est important et sera donc amplifié par le CRT, dans un objectif à la fois de fidélisation des partenaires actuels, et d'augmentation du nombre de partenaires. Ce dispositif sera également présenté à tous les bénéficiaires du Fonds régional pour le tourisme qui disposent d'équipes d'accueil, afin de les inviter à intégrer des Volontaires du Tourisme dans leurs équipes.

Le CRT aura aussi à poursuivre la valorisation des compétences acquises par les Volontaires du Tourisme pendant leur stage.

Enfin, les services du conseil régional et le CRT renforceront leur travail de mobilisation des écoles et universités franciliennes, afin d'augmenter le vivier de candidats disponibles pour répondre aux besoins des partenaires.

Pendant les périodes d'accueil des grands événements sportifs, et notamment des Jeux Olympiques et Paralympiques, il importera d'assurer une véritable complémentarité entre les Volontaires du Tourisme présents dans la destination et les dispositifs spécifiques, comme les Volontaires des Jeux. Il reviendra au CRT d'œuvrer en faveur de cette complémentarité et de travailler avec les comités d'organisation dans ce sens.

La sensibilisation, voire la formation des professionnels aux enjeux propres aux grands événements sportifs est également un élément fort que souhaite porter la Région. C'est pourquoi elle se mobilisera dans le cadre de ses compétences propres, et dans celui du plan d'actions de formation du CRT, pour proposer des éléments concrets et utiles aux professionnels de l'accueil touristique, en s'appuyant sur les bonnes pratiques constatées à l'échelle française et européenne, dans d'autres territoires habitués à recevoir des événements d'une telle dimension. La diffusion des enjeux d'hospitalité, de qualité du service et de l'expérience vécue par les touristes sera en particulier au centre de ces plans d'actions.

SUIVI ET EVALUATION DU SCHÉMA RÉGIONAL DE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME ET DES LOISIRS D'ÎLE-DE-FRANCE 2022-2028

Afin d'en assurer l'efficacité, et de les faire évoluer en fonction des besoins ou des retours d'expérience, les actions menées dans le cadre du Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs seront évaluées par les services du conseil régional, et en lien avec ses partenaires territoriaux et professionnels.

Les modalités seront évidemment adaptées action par action, mais un certain nombre de principes sont d'ores et déjà posés :

- Les appels à projets prévus par le Schéma seront accompagnés, lors de la présentation de leur fonctionnement, de la construction d'indicateurs de suivis et d'évaluation, quantitatifs et qualitatifs. Le suivi sera effectué par le Service tourisme, et pourra faire l'objet de discussions dans le cadre des instances régionales prévues (Commission tourisme, etc.)
- Le plan d'actions du CRT et celui des CaRT est évalué dans le cadre des modalités prévues par la Convention d'objectifs et de moyens liant chaque organisme associé au conseil régional. Le suivi du plan d'actions se fait de manière régulière, par le service tourisme.

Depuis le début de la crise sanitaire, le renforcement du dialogue entre la Région et l'ensemble des acteurs du tourisme a été un objectif constant. Fort de cet engagement et des demandes ou suggestions qui se sont exprimées lors des phases de concertation, la Région entend conforter ce dialogue et cette capacité collective de résilience. Il s'agira ainsi d'œuvrer pour accompagner plus fortement la transformation de l'économie touristique régionale et redonner à l'Île-de-France sa place de première destination mondiale du tourisme. En ce sens, la Région propose, en lien avec les demandes ou suggestions remontées par ses partenaires lors des phases de concertation, de mettre en place un Comité de destination, rassemblant les professionnels, les territoires et les institutionnels de la destination.

Ce comité, qui sera réuni de manière annuelle, aura plusieurs objectifs :

- Faire le point sur la fréquentation touristiques et ses évolutions, afin d'adapter la stratégie régionale et celles de ses partenaires si nécessaire ;
- Mobiliser les partenaires institutionnels et professionnels de la Région dans le cadre de la mise en œuvre du Schéma régional ;
- Partager les éléments d'évaluation d'un certain nombre d'actions partenariales