

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2016



AU SERVICE DE LA DESTINATION PARIS ÎLE-DE-FRANCE

*Le Comité Régional du
Tourisme Paris Île-de-France,
par son action auprès
des acteurs du tourisme et des
visiteurs, assure la promotion
et le développement de la
destination Paris Île-de-France.
Premier opérateur touristique
de la destination, il met en
place les ressources, les outils,
l'accompagnement et le
réseau permettant aux
professionnels du tourisme
francilien de développer
et de distribuer une offre
qualitative, innovante
et adaptée.*

POINTS DE REPÈRE



12

**POINTS
INFORMATION
TOURISME**
à Paris Île-de-France

200

**VOLONTAIRES
DU TOURISME**
déployés sur l'ensemble
du territoire régional

Ce document a été imprimé avec des encres végétales sur Satimat certifié PEFC 100 % garantissant un impact réduit sur l'environnement.

Sommaire

- 03** Édito
Frédéric Valletoux, président du Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France
- 04** État des lieux
Les chiffres 2016 de la destination
REBONDIR La destination Paris Île-de-France conserve le premier rang mondial
- 06** Sur le terrain de l'action
6 MESURES DE RELANCE
- 08** Mobilisation tous azimuts
EXPLORER Analyser pour mieux agir
ACCUEILLIR Les Points Information Tourisme, vitrines de la destination
DYNAMISER Un soutien renforcé aux professionnels
PROMOUVOIR Reconquérir les clientèles nationales et internationales
SE DÉMARQUER Assurer la qualité globale de la destination, vecteur de différenciation
OPTIMISER Améliorer l'accueil avec les volontaires du tourisme
- 18** Feuille de route pour demain
Poursuivre la relance et préparer le futur
- 19** Instances du CRT et des CaRT

Le rapport d'activité 2016 est édité par le Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France, 11, rue du Faubourg-Poissonnière, 75009 Paris - pro.visitparisregion.com

• **Directeur de la publication** : François Navarro, directeur général du CRT Paris Île-de-France.
• **Conception et coordination** : direction générale.

• **Conception et réalisation** : Entrecom / **Direction artistique** : Marion Stepien.
Tous droits réservés Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France.

• **Crédits photos** : couverture, CRT Paris Île-de-France - Page 3, C. Helsly/CRT Paris Île-de-France - Pages 6-7, C. Helsly/CRT Paris Île-de-France - Page 8, Tripelon-Jarry/CRT Paris Île-de-France - Page 9, J. Sierpinski/CRT Paris Île-de-France - Pages 10-11, C. Helsly/CRT Paris Île-de-France - Page 13, CRT Paris Île-de-France - Page 14, C. Helsly/CRT Paris Île-de-France - Page 15, CRT Paris Île-de-France, portrait, Patrice Maurein - Page 17, 2013 Musée du Louvre/Florence Brochoire.

UNE ANNÉE SOUS LE SIGNE DU SOUTIEN AUX PROFESSIONNELS ET DE LA RELANCE DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE À PARIS ÎLE-DE-FRANCE



FRÉDÉRIC VALLETOUX,
Président du Comité Régional
du Tourisme Paris Île-de-France

L'année 2016, dans la continuité des derniers mois de 2015, fut une année difficile pour l'activité touristique de la destination Paris Île-de-France, avec 1,5 million de visiteurs en moins et un recul des retombées économiques de 1,3 milliard d'euros. La Région s'est donc mobilisée pour permettre à l'industrie touristique de traverser cette période de crise et lui donner les conditions pour se relancer. Les mesures d'urgence mises en place tout au long de l'année ont ainsi permis un soutien aux cabarets et aux croisiéristes, et la mise en place de campagnes de communication. Six mesures adaptées aux besoins des professionnels ont également été annoncées : le développement de la région multilingue, l'installation de commissariats mobiles, un plan international de communication et de promotion, un site Internet marchand de la destination, la réalisation d'un CityPass et le déploiement des "volontaires du tourisme".

Les équipes du Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France ont été fortement mobilisées pour la mise en œuvre de ce plan de relance, et je tenais à les remercier tout particulièrement pour la disponibilité et la réactivité dont elles ont fait preuve, en lien avec les professionnels et les acteurs institutionnels de la destination. Le CRT a, en 2016 et depuis le début de l'année 2017, montré sa capacité à s'adapter à une situation mouvante et complexe, et à agir au plus près des besoins et des attentes des professionnels. Cette action volontariste du CRT se poursuivra en 2017, au service du dynamisme de la destination et de ses acteurs, avec la poursuite du plan de relance régional aux côtés d'Atout France et de la Ville de Paris, le déploiement généralisé des volontaires du tourisme ou encore l'élaboration du prochain schéma régional de développement du tourisme et des loisirs d'Île-de-France 2017-2021, dont le CRT est le maître d'œuvre. ●

FRÉQUENTATION



44,9
MILLIONS
DE SÉJOURS

* * *
167,6
* * *
MILLIONS
DE NUITÉES

81,2% 
DE REPEATERS

DURÉE DU SÉJOUR



3,7 NUITS
EN MOYENNE

3,2 pour les Français,
4,5 pour les internationaux

ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES TOURISTES

83%
de touristes français
et européens

CONSOMMATION TOURISTIQUE

19,2

MILLIARDS D'EUROS

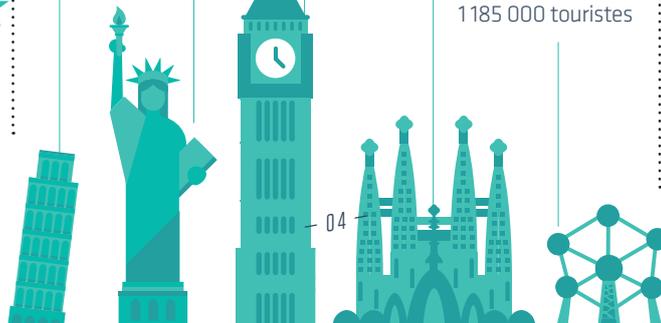
État des lieux

LES CHIFFRES 2016 DE LA DESTINATION

TOP 5

DES CLIENTÈLES INTERNATIONALES

- Royaume-Uni**
4,3% des séjours
1 951 000 touristes
- États-Unis**
4,2% des séjours
1 903 000 touristes
- Espagne**
3% des séjours
1 358 000 touristes
- Italie**
3% des séjours
1 350 000 touristes
- Belgique**
2,6% des séjours
1 185 000 touristes



SATISFACTION



93,2%
DE TOURISTES
SATISFAITS

MOTIF DES SÉJOURS



65%
de séjours personnels



35%
de séjours professionnels
ou mixtes

HÉBERGEMENT

53% **35%**
Hôtellerie Non marchand



12%
Reste marchand, dont
meublés touristiques: 4%

REBONDIR

LA DESTINATION PARIS ÎLE-DE-FRANCE CONSERVE LE PREMIER RANG MONDIAL

L'excellente fréquentation dont a bénéficié la destination en novembre et, surtout, lors des fêtes de fin d'année lui a permis de combler une partie du retard enregistré depuis le début de l'année suite aux événements de la fin 2015 et de 2016 (attentats de Paris, Bruxelles et Nice, inondations, mouvements sociaux...).

Avec près de 31 millions d'arrivées hôtelières au cours de l'année 2016, la fréquentation touristique de la destination Paris Île-de-France est en baisse de 4,7% par rapport à 2015 du fait de la réduction des clientèles internationales (- 8,8%) alors que le nombre de touristes français est resté quasi stable (-0,8%). Au total, au cours de l'année 2016, les hôteliers franciliens ont accueilli 1,5 million de touristes français et internationaux en moins par rapport à 2015, soit une baisse moins importante que prévu.

La clientèle française résiste

La fidélité des Français envers la destination a été confirmée par la stabilité de leur fréquentation. Ainsi, 16,7 millions d'entre eux sont venus à Paris Île-de-France pendant l'année 2016 (- 0,8%), générant 7 milliards d'euros de consommation touristique.

Une fréquentation internationale en demi-teinte

De manière générale, la fréquentation internationale a baissé de 8,8% en 2016 par rapport à 2015. Toutefois, les chiffres de fréquentation des principales clientèles internationales sont très hétérogènes et démontrent une sensibilité plus ou moins forte aux événements.

Ainsi, les Américains, avec une baisse de près de 5% (soit 100 000 Américains en moins) ont été

moins impactés que les clientèles chinoise, japonaise, italienne ou russe (respectivement - 21,5%, - 41,2%, - 26,1% et - 27,6%).

Paris plus touché que la grande couronne

C'est à Paris intra-muros que la fréquentation touristique a le plus diminué (-9,5% en termes de nuitées hôtelières) quand, dans le même temps, la baisse était contenue à - 4,6% en grande couronne et à - 4,7% en petite couronne.

Le tourisme d'affaires à la hausse

Rare constat positif, les déplacements professionnels ont généré 31,5 millions de nuitées hôtelières (+ 9,4 millions), un chiffre supérieur à ceux des années record de 2011 et 2012.

De nombreux signes de reprise

Depuis novembre 2016, une reprise de l'activité touristique est observée avec un retour aux niveaux de 2014 : les arrivées hôtelières ont progressé de 12,5% en novembre-décembre 2016 par rapport à la même période de 2015, soit 581 000 touristes en plus, et, surtout, de 1,2% par rapport à 2014, soit 60 000 touristes en plus.

Ces tendances sont d'ailleurs les meilleures des cinq dernières années et s'expliquent notamment par la tenue des Championnats du monde de handball, du salon Maison & Objet et de la Fashion Week. ●

POINT DE REPÈRE



**DE NUITÉES
HÔTELIÈRES**
en 2016

par rapport à 2015

Sur le terrain
de l'action

6

MESURES DE RELANCE

En réaction à la crise traversée par le secteur touristique, le Conseil régional d'Île-de-France a engagé une série de mesures de relance, dont le CRT Paris Île-de-France a été la cheville ouvrière.

-1-

PARTENARIAT MARKETING ONLINE Voyages-sncf.com - Accor Hotels - Région Île-de-France

Afin de reconquérir les clientèles suite aux attentats, trois campagnes online ont été menées en avril et mai 2016 : "overseas" (Océanie, Asie, Amérique du Nord et du Sud), Europe et France. Elles ont généré une augmentation des ventes Europe et France sur la période concernée, et une limitation de la baisse des clientèles lointaines.

-2-

SOUTIEN AUX CABARETS ET CROISIÉRISTES

Le fonds régional de soutien à l'activité touristique a permis d'aider les cabarets et les croisiéristes, fortement touchés par la crise du secteur touristique, en apportant un soutien en termes de communication et de promotion sur les marchés internationaux susceptibles de les intéresser. Plusieurs workshops ont été organisés lors d'événements professionnels majeurs en Australie, en Corée, aux États-Unis, en Chine ou encore au WTM de Londres.



-5-

LES VOLONTAIRES DU TOURISME EN ACTION

Deux cents volontaires du tourisme formés par les équipes du CRT ont été déployés dans une vingtaine de sites touristiques de la destination, afin d'informer et orienter les touristes. Décidé par la présidente de la Région, ce dispositif vise à compléter les équipes d'accueil des sites touristiques et offices de tourisme de la destination dans les périodes de forte affluence. Plus d'informations page 17.

-3-

FEUILLE DE ROUTE DU TOURISME ET DES LOISIRS 2017-2021

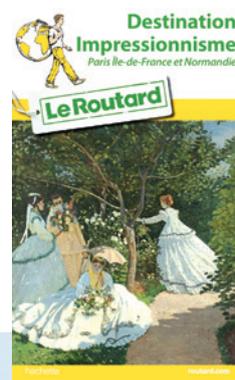
Le 15 décembre 2016, le Conseil régional a confié au CRT la démarche d'élaboration du prochain schéma régional de développement du tourisme et des loisirs. Ce document stratégique a pour vocation de fixer les grands axes de l'action du Conseil régional en matière de tourisme pour les années à venir. Ses objectifs sont notamment la croissance de l'attractivité de la destination, l'amélioration de la qualité de l'accueil, la région multilingue, le soutien à l'innovation, l'accompagnement des professionnels et des territoires ou encore la diffusion des flux touristiques dans l'ensemble de la destination.

-4-

LA DESTINATION IMPRESSIONNISTE À L'HONNEUR

- Avril 2016 : sortie du guide *Le Routard - Destination Impressionnisme, Paris Ile-de-France et Normandie*, premier guide matérialisant l'expérience touristique associée au contrat de destination.
- Septembre 2016 : 2^e forum de la destination impressionnisme au musée d'Orsay. L'occasion de présenter aux participants la stratégie de développement de l'offre et la marque de la destination "Les voyages impressionnistes, instants de bonheur".

18 000 EXEMPLAIRES
ÉDITÉS EN PARTENARIAT
AVEC LE CRT NORMANDIE.



-6-

DYNAMISER L'ACTIVITÉ AFFAIRES

Le 20 octobre 2016, le CRT a signé le contrat de filière pour les rencontres d'affaires et l'événementiel, réaffirmant ainsi son engagement à soutenir un secteur majeur de l'économie de la destination. Ce contrat fixe une stratégie de dynamisation de l'activité affaires tournée vers la promotion à l'international, la modernisation des infrastructures et le renforcement de la performance des activités connexes (sécurité, culture, accueil dans les aéroports et les gares).



EXPLORER

ANALYSER POUR MIEUX AGIR

Connaître les évolutions en nombre et en comportements des clientèles touristiques de la destination afin d'adapter au mieux nos actions, c'est l'objectif du dispositif d'études et d'observation mis en place par le CRT.

Socle de l'observation touristique de la destination Paris Île-de-France, les dispositifs permanents d'enquêtes aux aéroports, dans les trains, les gares autoroutières et sur les aires d'autoroute offrent une vision exhaustive de la demande touristique. Ils ont nourri de nombreuses analyses et publications destinées aux professionnels et décideurs politiques de la région.

La mesure de l'impact des événements (attentats, mouvements sociaux, inondations) sur le chiffre d'affaires du secteur touristique s'est appuyée sur les résultats de ces dispositifs d'enquêtes ainsi que sur l'enquête de fréquentation hôtelière, menée en partenariat avec l'Insee. Cette mesure a notamment favorisé l'accélération de l'annonce du plan de relance État-Région.

Dans le contexte particulier de l'année 2016, des

focus thématiques nombreux, issus des résultats de ces dispositifs d'observation, ont été diffusés aux professionnels : gastronomie, activités culturelles, shopping, sorties nocturnes...

Ces focus alimentent les réflexions sur les cibles stratégiques définies à l'occasion des plans de relance annoncés et déployés dans le courant de l'année.

Faciliter la prise de décision

Parallèlement à ces dispositifs d'observation, le CRT

ACTION !

POURSUITE DES VISITES MYSTÈRES

Conscient de l'enjeu de l'amélioration de la qualité globale de la destination dans un contexte contraint, le CRT a maintenu son programme de 1 300 visites mystères auprès de 120 partenaires.

POINT DE REPÈRE



REPÈRES 2016

Le recueil de l'ensemble des éléments chiffrés sur la destination est téléchargeable sur le portail professionnel du CRT

a réalisé plusieurs études destinées à aider les professionnels dans leurs orientations stratégiques et opérationnelles.

Afin de renforcer l'impact économique de l'UEFA Euro 2016, une étude sur les attentes et besoins des supporters attendus à Paris en juin 2016 a été menée. L'objectif était de fournir des éléments pragmatiques aux acteurs franciliens du tourisme pour mieux adapter leurs offres et leurs produits à cette clientèle.

De même, l'étude sur le potentiel de développement hôtelier dans les territoires des futures gares du Grand Paris Express et celle sur les pratiques numériques (lancée en fin d'année) sont des outils concrets destinés aux professionnels, afin de les guider dans leurs prises de décision.

Mesurer l'impact des événements professionnels

Parce que l'évaluation des répercussions économiques des événements professionnels (salons, congrès...) est un élément fondamental pour la pérennisation de l'activité touristique, le CRT et l'Union française des métiers de l'événement (Unimev) ont développé un calculateur de performance dédié. Utilisé à l'occasion de Maison & Objet, il a estimé à 370 millions d'euros les retombées directes et indirectes du salon, et à 5 313 les emplois créés ou maintenus grâce à sa tenue. ●

ACTION !



LE CALCULATEUR, UNE PREMIÈRE MONDIALE !

« Notre calculateur de performance globale a été développé avec le CRT Paris Île-de-France. Il s'agit d'une plateforme web d'évaluation et de valorisation des événements et de leurs destinations en France établie sur la base d'une cinquantaine d'indicateurs de retombées et impacts socio-économiques, environnementaux et territoriaux. Audité par EY, elle a permis, depuis son lancement fin 2015, d'évaluer plus d'une centaine d'événements, dont la COP 21, Maison & Objet, la Foire de Lyon et le salon international de l'Aéronautique et de l'Espace. »

MATTHIEU ROSY,
directeur général d'Unimev





ACCUEILLIR

LES POINTS INFORMATION TOURISME, VITRINES DE LA DESTINATION

Interface privilégiée entre la destination et ses visiteurs, les Points Information Tourisme et leurs agents d'accueil et de réservations touristiques offrent leurs services aux voyageurs désireux de recueillir des informations sur Paris et sa région, et d'acquérir des produits touristiques.

Les 12 Points Information Tourisme (Paris-Orly, Paris-Charles-de-Gaulle, Versailles, Galeries Lafayette l'Homme et Disneyland Paris) ont été particulièrement mobilisés tout au long de l'année 2016, afin de contribuer à l'amélioration de la qualité de l'accueil dans la destination et à l'augmentation des retombées économiques malgré le contexte difficile.

Une activité soutenue malgré la crise

La crise de la fréquentation touristique qui a touché la destination Paris Île-de-France a eu des conséquences sur l'activité des PIT, mais le dynamisme des équipes et de nouveaux fonctionnements managériaux ont limité la diminution de l'activité.

Le partenariat toujours renforcé avec les grands acteurs de la destination, dont les produits sont vendus aux touristes via les PIT, a par ailleurs démontré son efficacité et sa robustesse.

Des points mobiles renforçant l'accueil

Lors de l'UEFA Euro 2016 et en partenariat avec l'Office de tourisme de Plaine Commune Grand Paris, un point mobile a été mis en place à proximité du Stade de France, les jours de match, afin de proposer l'offre de la destination aux spectateurs. Plusieurs centaines de visiteurs ont été comptabilisées, dont les retours sur les informations fournies ont été très positifs.

Cette logique de déploiement de points mobiles a également concerné les aéroports franciliens, notamment à Paris-Orly, aux terminaux Ouest et Sud, en zone sous douane, et à Paris-Charles-de-Gaulle, au terminal 2A. Elle avait pour objectif d'offrir un accès rapide et simple, via les agents multilingues déployés, aux informations et produits touristiques nécessaires au bon déroulement du séjour des visiteurs. ●

PLUS D'INFOS

> pro.visitparisregion.com 

ACTION !



« Le CRT Paris Île-de-France propose depuis maintenant deux ans la location de boîtiers Travel Wifi permettant aux visiteurs étrangers de se connecter à Internet en tout lieu et à tout moment, facilitant ainsi leur séjour en France. Les retours clients sont excellents, le fait de pouvoir récupérer son boîtier sur un Point Information Tourisme est un plus indéniable pour le voyageur, qui est ainsi connecté dès son arrivée ! »

JONATHAN JUSTMAN,
cofondateur et président de Travel Wifi

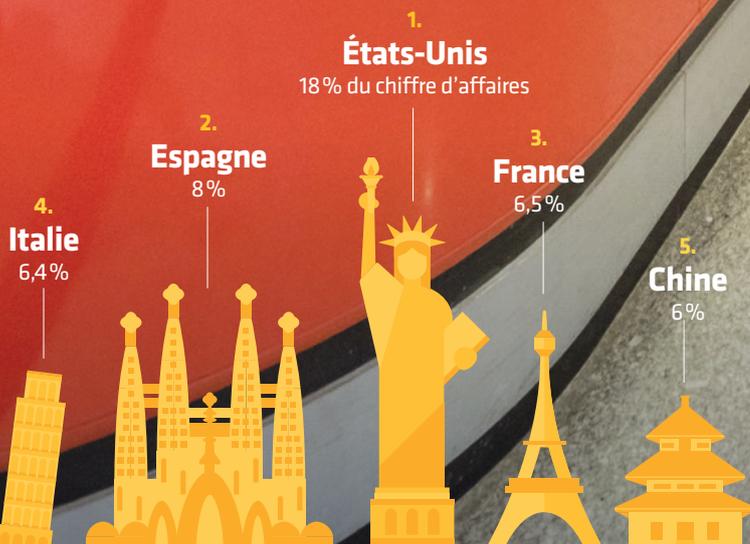
POINT DE REPÈRE

14,6

MILLIONS D'EUROS
de chiffres d'affaires
réalisés par les PIT

TOP 5

DES CLIENTÈLES INTERNATIONALES



ACTION !

PASS HIVER

Conscient de la nécessité de proposer des packages clés en main aux touristes, le CRT a développé un Pass Hiver associant un tour en Big Bus, une entrée au musée du Louvre et une croisière avec les Bateaux parisiens.

DYNAMISER

UN SOUTIEN RENFORCÉ
AUX PROFESSIONNELS

Le CRT a amplifié les dispositifs d'accompagnement et de soutien aux professionnels, publics ou privés, du secteur touristique de la destination

Paris Île-de-France. Actions de professionnalisation, outils numériques, services dédiés, campagnes de communication : en 2016, la mobilisation a pris de multiples formes.

Un nouveau site pour les Franciliens

Le lancement de www.idfutees.com a renouvelé l'action régionale en faveur de l'accès aux loisirs des Franciliens. Fournisseur officiel de bons plans à Paris Île-de-France, ce site propose aux habitants de la région capitale l'offre officielle d'activités culturelles et de loisirs de l'ensemble du territoire. Relais des offres des partenaires du réseau Apidae et de celles de France Billet pour la rubrique événementielle, il devient pour eux un nouveau canal de distribution numérique.

Une montée en compétences des offices de tourisme

Convaincu que les offices de tourisme

POINT DE REPÈRE



GUIDES

*Mon Été à Paris
et Mon Hiver à Paris
diffusés sur
la destination*

sont des relais majeurs dans les territoires, le CRT a amplifié son programme d'accompagnement en leur proposant des formations adaptées à leurs besoins, en particulier dans le domaine du numérique. Quatre formations sur les 10 proposées aux offices de tourisme ont été consacrées aux enjeux numériques (vidéo, m-tourisme, etc.) en 2016. Le CRT a également soutenu et accueilli la formation pour le titre "chargé de projets e-tourisme", afin de développer le réseau de référents numériques sur le territoire régional.

Des campagnes communes pour valoriser la destination

Les groupes de travail thématiques du comité des territoires, mis en place en 2014, ont poursuivi leurs travaux. Les partenaires régionaux et départementaux se sont ainsi mis d'accord sur plusieurs campagnes de communication conjointes sur des thématiques clés : gastronomie, jardins, itinérance et randonnée, tourisme équestre... Avec un objectif clair : valoriser les offres des différents partenaires, sur l'ensemble du territoire de la destination Paris Île-de-France. ●

PLUS D'INFOS

Retrouvez en détail les actions de soutien aux professionnels sur :

> pro.visitparisregion.com 

! ACTION !

DÉPLOIEMENT DU PACK ACCUEIL

Afin de garantir un service satisfaisant, le Pack Accueil, mis en place avec Viparis et Paris Aéroport, a été déployé lors de 22 salons et 10 congrès nationaux et internationaux.

WELCOME TO
BIENVENUE À
PARIS REGION

SIAL
INSPIRE FOOD BUSINESS

16-20 OCTOBER 2016
PARIS NORD VILLEPINTE - PARIS

LOOK DEEPER

Paris

VIPARIS PARIS AÉROPORT VISIT PARIS REGION

MON HIVER
À PARIS

GUIDE OFFICIEL
DE VOTRE SÉJOUR
À PARIS
ÎLE-DE-FRANCE

2016-2017

Vive
le vent d'hiver

ESCAPADES
AUTOUR
DE PARIS

PLEIN
D'IDÉES
EN FAMILLE

NOS COUPS
DE CŒUR

www.idfutees.com

PARIS REGION
COMITÉ RÉGIONAL
DU TOURISME



TOQUÉS
DE GASTRONOMIE
ET D'ART DE VIVRE
EN ÎLE-DE-FRANCE

A VOIR, À FAIRE, À RÉSERVER SUR
WWW.IDFUTEES.COM
FOURNISSEUR OFFICIEL DE BONS PLANS
À PARIS ÎLE-DE-FRANCE

PARIS REGION
COMITÉ RÉGIONAL
DU TOURISME

Mobilisation tous azimuts

PROMOUVOIR

RECONQUÉRIR LES CLIENTÈLES
NATIONALES ET INTERNATIONALES

Dans la lignée de la politique régionale, le CRT a mené de nombreuses opérations visant à reconquérir les clientèles des marchés les plus impactés par différents événements, en particulier les attentats de Paris, Bruxelles et Nice.



LES CHIFFRES DU DIGITAL

UNE MONTÉE EN PUISSANCE
DES OUTILS DIGITAUX DU CRT EN 2016



Facebook
Paris Tourisme

402 000
abonnés

(+ 4 % par rapport
à 2015,
soit + 17 000 fans)



Twitter
@VisitParisIdf

70 000
abonnés

(+ 96 % par rapport
à 2015)



Instagram
@Paris_Tourisme

102 000
abonnés

(+ 82 000 abonnés
en 2016)



Opérations séduction auprès des clientèles asiatiques

De nombreuses actions de promotion ont été concentrées sur les clientèles chinoise, coréenne et japonaise, dont la baisse de fréquentation a été très importante entre 2015 et 2016.

Ces opérations ont pris la forme d'un accueil, à Paris Île-de-France de délégations asiatiques, comme celles de la Japan Tourism Agency (JATA), en janvier et décembre, ou de la Korean Association of Travel Agents (KATA), en octobre 2015. L'objectif était de rassurer les opérateurs professionnels sur le niveau de sécurité à Paris Île-de-France et sur l'engagement des autorités françaises en la matière. L'organisation de visites à la Préfecture de police a concouru à la réussite de ces opérations.

Des déplacements ont également été organisés dans les trois pays ciblés, à l'instar de ceux de la

présidente du Conseil régional, Valérie Pécresse, au Japon et en Corée, et du président du CRT, Frédéric Valletoux, en Chine, autour du mot d'ordre "Paris Île-de-France est ouvert, Paris Île-de-France est sûr".

La relance, fil rouge de la promotion de la destination

Les actions traditionnelles de promotion ont également été poursuivies, avec en ligne de mire le soutien aux professionnels impactés par la crise de la fréquentation touristique.

Le stand de la destination au World Travel Market (WTM) de Londres en novembre 2016 a rassemblé de nombreux professionnels afin de les appuyer dans leurs stratégies de communication et de promotion. ●

ACTION !



« Le château de Vaux-le-Vicomte, situé à 50 km de Paris, ne figure pas toujours en tête de la "shopping list" des touristes séjournant à Paris ou dans sa région. La promotion à l'international est donc essentielle pour nous faire connaître auprès des différents opérateurs et permettre ainsi d'augmenter la fréquentation des touristes étrangers. Pour cela, nous appuyons sur les différents rendez-vous organisés par le CRT Paris Île-de-France sur les marchés dits prioritaires. Nous apprécions notamment l'organisation qualitative des workshops qui nous permettent en peu de temps de nouer un premier contact avec des opérateurs ciblés et motivés principalement par notre destination. »

JEAN-CHARLES DE VOGÜÉ,

directeur commercial
du château de Vaux-le-Vicomte

PLUS D'INFOS

Retrouvez en détail les actions de soutien aux professionnels sur :

pro.visitparisregion.com

SE DÉMARQUER

ASSURER LA QUALITÉ GLOBALE DE LA DESTINATION, VECTEUR DE DIFFÉRENCIATION

La qualité globale de la destination (offre, accueil, services proposés...) constitue une véritable valeur ajoutée et un atout différenciateur vis-à-vis de la concurrence. Le CRT est déterminé à renforcer sa démarche qualité afin d'agir sur la satisfaction des visiteurs et l'image de la destination. Ses équipes se sont mobilisées en 2016 aux côtés des professionnels pour leur proposer des actions adaptées : formations, accessibilité, communication, accompagnement dédié aux porteurs de projets...

La formation, clé de la qualité des services

Depuis plusieurs années, le CRT propose un programme de formations et matinées d'information à l'ensemble des professionnels de la destination. Renforcé chaque année, il a conduit en 2016 à la professionnalisation de 1083 acteurs du tourisme (soit une augmentation de 35 % par rapport à 2015) via 33 actions dont 10 modules de formation dédiés aux offices de tourisme, 13 matinées d'information gratuites et 2 modules d'e-learning en ligne sur le site professionnel du CRT, pro.visitparisregion.com.

Deux nouveautés sont à souligner en matière de formation :

- la mise en place de deux matinées d'information sur la sécurité : "Faire face aux actions

violentes et au risque d'attentat" et "Prévenir et gérer les incivilités et le risque d'agression" ;

- la délocalisation de trois matinées d'information hors de Paris (Vincennes, Fontainebleau, Chamarande), à la demande des acteurs territoriaux, afin d'élargir l'accès à ces contenus.

Un accompagnement personnalisé conforté sur l'accessibilité

L'équipe du CRT dédiée à la thématique de l'accessibilité universelle des sites, notamment pour les publics handicapés, a été fortement mobilisée dans le courant de l'année 2016.

Les outils proposés par le CRT sont adaptés aux problématiques concrètes rencontrées par les professionnels de la destination : sessions de sensibilisation à l'accessibilité pour le personnel accueillant (château de La Roche-Guyon, mairie de Saint-Germain-en-Laye, office de tourisme de Plaine Commune Grand Paris, Opéra national de Paris, Parc zoologique de Paris, hôtel Mercure Porte de Pantin), soit plus de 200 professionnels ; réalisation de diagnostics terrain pour le réseau accessible.net ; ou encore création de guides "Facile à lire" (adaptés aux personnes déficientes mentales).

Un partenariat de quatre ans a également été finalisé dans le cadre de l'ouverture du petit moulin des Vaux de Cernay, dans le parc naturel régional de la Haute Vallée de Chevreuse. Il portait sur la muséographie, la scénographie, la signalétique et l'adaptation des cartels du centre d'interprétation accueilli dans le petit moulin... •

POINT DE REPÈRE



NOUVEAUX LAURÉATS
au concours Villes
et villages fleuris parmi
les 323 communes
labellisées
en Île-de-France

OPTIMISER

AMÉLIORER L'ACCUEIL AVEC LES VOLONTAIRES DU TOURISME



 les Volontaires du Tourisme



ACTION !

« Accueillir des visiteurs dans toute leur diversité, être à la hauteur de leurs attentes et de leurs besoins constituent un véritable défi quotidien pour un établissement comme le Louvre. Musée le plus visité au monde, il vient, grâce au projet Pyramide, d'adapter ses dispositifs d'accueil au doublement en dix ans de sa fréquentation. L'initiative de la Région Île-de-France permet de compléter ses efforts et ceux des autres grands sites touristiques franciliens pour améliorer de manière durable l'accueil des visiteurs étrangers, en les informant et en les orientant au mieux, ce dont je me félicite. »

JEAN-LUC MARTINEZ,
 président-directeur du musée du Louvre

Mesure phare du plan de relance régional annoncé le 30 octobre 2016 par la présidente de la Région Île-de-France, Valérie Pécresse, les premiers "volontaires du tourisme" ont été déployés dans une vingtaine de sites touristiques de la destination lors des vacances de Noël 2016.

Présents à l'extérieur afin d'être au contact direct avec les touristes, les volontaires du tourisme ont pour mission de les informer sur l'offre de la destination, de les orienter et de répondre à leurs premières questions, en lien avec les équipes des partenaires de l'opération. Leur déploiement a été calibré afin de compléter des équipes déjà présentes et d'offrir un service supplémentaire aux visiteurs. Issus pour la plupart de formations en tourisme (BTS, filières universitaires...), parlant au moins l'anglais, 200 jeunes ont informé et orienté les visiteurs présents à cette période particulière de l'année que sont les fêtes de Noël. Les volontaires ont prouvé leur efficacité lors de cette première expérimentation d'un dispositif voué à être renforcé à l'été 2017. Une évaluation en temps réel a en effet confirmé l'utilité (pour 88 % des touristes interrogés) et la pertinence des réponses données (9,3/10 en moyenne) et, in fine, la satisfaction quant à l'accueil reçu (97%). ●

POURSUIVRE LA RELANCE ET PRÉPARER LE FUTUR



Préparer l'action régionale de demain avec le SRDTL 2017-2021

La Région Île-de-France a souhaité engager par un vote, le 15 décembre 2016, les travaux d'élaboration du futur schéma régional de développement du tourisme et des loisirs (SRDTL) 2017-2021 et en a confié la maîtrise d'ouvrage au CRT.

L'année 2017 est désormais consacrée à la réalisation d'un bilan de la précédente stratégie régionale 2011-2016, d'un diagnostic de la destination et d'un benchmark consacré aux principales destinations concurrentes. Ces éléments alimenteront la concertation qui associera l'ensemble des parties prenantes : professionnels privés et publics du secteur, associations, experts et organismes chargés du tourisme, collectivités locales, État.

La Région a fixé pour finalité première au SRDTL le renforcement de l'attractivité de la destination Paris Île-de-France. C'est sur cet axe majeur que se concentreront les groupes

de travail associant les acteurs du tourisme de la destination, en vue d'identifier des pistes d'actions concrètes pour la Région et son bras armé, le CRT.

Le CRT à la manœuvre pour le plan régional de relance

Suite aux annonces, fin 2016, d'un plan de relance État-Ville de Paris-Région Île-de-France et de mesures spécifiquement régionales, le CRT se mobilise en 2017 pour leur mise en œuvre.

Ainsi les travaux de développement du futur site de destination Welcome to Paris Region ont été lancés début 2017 avec pour objectif la livraison d'une première version à l'été 2017.

Plusieurs opérations de promotion ont également été initiées, en lien avec Atout France et l'Office du tourisme et des congrès de Paris, opérateurs du plan de relance État-Ville-Région, par exemple au Japon. Doté de 8 millions d'euros, ce plan de relance majeur mobilise fortement les équipes du CRT ainsi que de nombreux partenaires. ●

Les instances du Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France (CRT) et des Centres d'Accueil Régionaux du Tourisme Paris Île-de-France (CaRT)

Bureau du CRT et des CaRT

Président

Frédéric Valletoux
(conseiller régional)

Vice-Président(e)s

- Florence Berthout
(conseillère régionale)
- Catherine Dumas
(conseillère régionale)
- Benjamin Ferniot
(conseiller régional)
- Bruno Millienne
(conseiller régional)

Trésorier

- NN

Administrateurs

- Alain Bertet (commission
des offices de tourisme CRT)
- Samuel Lacombe
(groupe Accor Hotels)
- Richard Eltvedt
(Euro Disney Associés)
- Franck Gervais (voyages-
snfc.com)
- Sidney Israël (Paradis latin)
- Catherine Pégard
(Établissement public
du château, du musée
et du domaine national
de Versailles)
- Gisèle Rossat-Mignod
(Paris Aéroport)
- Thierry Vannier
(Galeries Lafayette)

Invité permanent

- Othman Nasrou
(vice-président du Conseil
régional d'Île-de-France,
en charge de l'action
internationale et du tourisme)

Conseil d'administration du CRT et des CaRT

La présidente du Conseil régional d'Île-de-France

- Valérie Pécresse

Le vice-président chargé de l'action internationale et du tourisme

- Othman Nasrou

Le président de la commission tourisme

- Éric Jeunemaître

Les conseillers régionaux

- Frédéric Valletoux
- Catherine Dumas
- Vincent Jeanbrun
- Jérémy Redler
- Jean-Luc Santini
- Emmanuelle Dauvergne
- Florence Berthout
- Philippe Laurent
- Benjamin Ferniot
- Jean-Philippe Dugoin-Clément
- Bruno Millienne
- Frédéric Benhaim
- Corinne Bord
- Taylan Coskun
- Roberto Romero
- Jean-Michel Dubois

Le président du Conseil économique, social et environnemental régional d'Île-de-France (ou son représentant)

- Jean-Louis Girodot

Les président(e)s des Comités départementaux du tourisme (ou leurs représentants)

- Franck Vernin (77)
- Joséphine Kollmannsberger (78)
- Aurélie Gros (91)
- Aurélie Taquillain (92)
- Dominique Dellac (93)
- Gilles Saint-Gal (94)
- Gérard Lambert-Motte (95)

Le président de la CCIR Paris-Île-de-France (ou son représentant)

- Michel Clair
(CCIR Paris Île-de-France)

Le président de la Chambre régionale de commerce et d'industrie Paris Île-de-France (ou son représentant)

- Joël Teinturier

Les président(e)s des Unions départementales des offices de tourisme et syndicats d'initiative - Udotsi (ou leurs représentants)

- Alain Bertet (78)
- Bernard Ollivier (92)
- Françoise Perrot (93)
- NN (95)

Le président de l'Office du tourisme et des congrès de Paris (ou son représentant)

- Pierre Schapira

La Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi (Directe)

- Miladen Duspara

Membres avec voix consultative

Le directeur général des services
du Conseil régional d'Île-de-France
et deux représentants du comité
d'entreprise

Invité permanent

- Le commissaire aux comptes

Et pour le CRT

Les adhérents

- Catherine Pégard
(Établissement public
du château, du musée
et du domaine national
de Versailles)
- Jean-François Hebert
(Établissement public du
château de Fontainebleau)
- Gisèle Rossat-Mignod
(Paris Aéroport)
- Samuel Lacombe
(groupe Accor Hotels)
- Richard Eltvedt (Euro Disney
Associés)

- Franck Gervais
(voyages-snfc.com)
- Thierry Vannier
(Galeries Lafayette)
- Patrick Drouet (Union nationale
des associations de tourisme
- Île-de-France)
- Philippe Pont-Nourat
(Sodexo Prestige)
- Jean-Pierre Desjeunes
(Les Hôtels de Paris)
- Christophe Jeannest
(groupe ParisCityVision)
- Sidney Israël (Paradis latin)
- Marie-Cécile Tomasina
(château d'Auvers-sur-Oise)

Pour les CaRT

Les adhérents

- Catherine Pégard
(Établissement public
du château, du musée
et du domaine national
de Versailles)
- Marie Villette (Établissement
public du parc et de la grande
halle de la Villette)
- Gisèle Rossat-Mignod
(Paris Aéroport)
- Samuel Lacombe
(groupe Accor Hotels)
- Richard Eltvedt
(Euro Disney Associés)
- Franck Gervais
(voyages-snfc.com)
- Thierry Vannier
(Galeries Lafayette)
- Patrick Drouet (Union
nationale des associations
de tourisme - Île-de-France)
- Jean-Philippe Le Comte
(groupe Transdev)
- Jean-Pierre Desjeunes
(Les Hôtels de Paris)
- Christophe Jeannest
(groupe ParisCityVision)
- Sidney Israël (Paradis latin)
- Brice Duthion (Conservatoire
national des arts et métiers)

ON SE SUIT ?



Internet

pro.visitparisregion.com

visitparisregion.com



Facebook

[Paris Tourisme](#)



Twitter

[@visitParisIdf](#)



Instagram

[@Paris_Tourisme](#)



YouTube

[Paris Tourisme](#)

