



ACCELERATEUR DE TRANSFORMATIONS

Rapport d'activité 2017



*Accélérateur
de transformations*

LE CRT VOUS ACCOMPAGNE À 360°

*Observer, analyser, anticiper.
S'inspirer, accélérer, se renouveler.
Libérer les énergies et mettre en synergie.
Imaginer demain pour innover au quotidien.*

*Accélérateur de transformations, explorateur de tendances,
décodeur de points de vue, agitateur d'émotions...
Le Comité Régional du Tourisme, par les ressources, les outils,
l'accompagnement et le réseau qu'il met en place,
vous aide à développer et distribuer une offre qualitative,
innovante et adaptée, à 360° !*

+1,3

**milliard d'euros
de consommation
touristique**

+11,6

**millions de nuitées
par rapport à 2016**

SOMMAIRE

3

On l'a fait

- Retour sur un plan de relance de grande ampleur

8

*Accélérateur
de transformations*

- *L'analyse & l'accompagnement*
Explorateur de tendances

“Le CRT se mobilise pour renforcer la qualité de l’offre et diffuser les flux pour accroître les retombées économiques sur les territoires franciliens.”

Éric Jeunemaitre,
Président du Comité Régional du Tourisme (CRT)
et des Centres d'accueil Régionaux du Tourisme (CaRT)

L'année 2017 fut une année riche et dynamique pour l'activité touristique de la destination Paris Île-de-France. Avec une fréquentation de 48 millions de touristes français et internationaux, Paris Region a connu une année record.

Le CRT a fortement accompagné cette reprise, en mettant en œuvre le plan de relance du Conseil régional d'Île-de-France. Mobilisant des moyens sans précédent et l'ensemble de ses partenaires, les équipes du CRT ont déployé un dispositif de communication et de promotion tous azimuts, afin de donner envie aux clientèles françaises et internationales de venir et revenir à Paris Île-de-France, et de les rassurer sur le fait qu'ils seraient bien accueillis, et en sécurité, dans la destination.



Toutefois, ces bons chiffres ne doivent pas faire oublier les faiblesses structurelles de la destination, comme la qualité de l'accueil, le multilinguisme, ou la sécurité du quotidien. C'est pourquoi le CRT a travaillé l'année dernière, à la demande du Conseil régional, sur le Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs d'Île-de-France 2017-2021, qui fixe les priorités de l'action régionale pour les années à venir. Fruit d'analyses croisées et d'une concertation avec les acteurs institutionnels et professionnels, cette stratégie a été votée en novembre 2017 par les élus régionaux et sera donc la feuille de route du CRT.

- **L'accueil**
Créateur de liens
- **La communication**
Vecteur d'attraction pour Paris Region

- **La promotion**
Animateur de communautés
- **La qualité & l'accessibilité**
Activateur de progrès

16
Et demain...
Poursuivre la relance
et préparer le futur

LES CHIFFRES 2017 DE LA DESTINATION

Consommation touristique



Fréquentation

48
millions de touristes



+7%
↑

179,2
millions de nuitées



79,9%
de repeaters



Durée du séjour



3,7 nuits
en moyenne

3,1 pour les Français,
4,5 pour les Internationaux

Hébergement



- **52,1%**
Hôtellerie
- **3,5%**
de meublés et locations
saisonniers
- **9,9%**
"autres marchands"
- **34,5%**
hébergement non marchand

Origine géographique des touristes

82,1%

de touristes français
et européens



Motif des séjours

66,1%

de séjours pour
motif personnel



33,9%

de séjours professionnels
et mixtes



TOP 5

DES CLIENTÈLES INTERNATIONALES





ON L' A FAIT

Un plan de relance de l'activité touristique de grande ampleur

Face à la crise qui a traversé le secteur touristique en 2016, ayant entraîné une diminution du nombre de touristes de 2 millions par rapport à 2015, et des retombées économiques de 2 milliards d'euros, la Présidente de la Région Île-de-France, Valérie Pécresse, s'est engagée dans un plan de relance mondial sans précédent.

Ce plan de relance a mobilisé les équipes du CRT, tout au long de l'année, pour de très nombreuses opérations de communication et de promotion, et ce, en direction du grand public, comme des professionnels.

Ces opérations de communication et de promotion ont couvert plus de 30 marchés, dont les États-Unis, le Canada, le Royaume-Uni, les Pays-Bas, la Belgique, la Suisse, l'Italie, l'Espagne,

l'Allemagne, le Danemark, la France, l'Inde, l'Iran, la Corée du Sud, la Russie, le Brésil, les pays scandinaves, Israël, l'Australie, le Japon, le Mexique, les pays du Proche et Moyen-Orient, l'Afrique du Sud ou encore la Chine.

Plus de 50 dispositifs de communication off et online ont ainsi été déployés : campagnes d'affichage (sur des taxis, des abribus, des tramways, dans des gares), campagnes digitales, sites internet dédiés, accueils de presse et d'influenceurs, encarts dans des magazines spécifiques, dossiers de presse, dispositifs associant des transporteurs ou des opérateurs (Thalys, Air France, SNCF, réseaux AGV Traveltool...). Ils ont permis la mise en valeur de nombreux sites et événements franciliens.

45 opérations de promotion (salons, éductours, workshops) ont complété le dispositif de relance sur 13 marchés spécifiques, dont certains ont été travaillés pour la première fois, comme l'Afrique du Sud, le Proche et Moyen-Orient, l'Iran ou encore Israël. De plus, la relance a permis une présence forte de la destination Paris Region et de ses partenaires lors de grands rendez-vous multimarchés : Rendez-vous en France à Rouen, WTM à Londres, workshop Méditerranée ou encore WTM Africa.

Suite au succès de ce plan de relance, et afin de profiter de la dynamique engagée, un nouveau dispositif d'ampleur, à hauteur d'un million d'euros, sera mobilisé en 2018 par la Région Île-de-France et le CRT.

On l'a fait

LA CAMPAGNE “FEEL PARIS REGION”

Appuyée sur une stratégie unique forte, déclinée et adaptée selon le marché cible, la campagne “FEEL PARIS REGION” a été déployée dans de nombreux pays.



L'ENJEU

*INCITER LES CLIENTÈLES
INTERNATIONALES À VENIR
À PARIS REGION*

Les visuels et messages de la campagne “FEEL PARIS REGION” montraient que la destination Paris Region est accueillante et qu'elle propose de nombreuses activités à partager et d'expériences à vivre.



LE DISPOSITIF

*UNE CAMPAGNE D'IMAGE
ASSOCIÉE À DES PRODUITS
ET DES SERVICES*

Il s'agissait de déployer un concept/message marquant, pour avoir un impact marketing puissant et ainsi attirer l'attention des médias et des clientèles et générer de la conversation positive.



VOYAGE-SNCF.COM



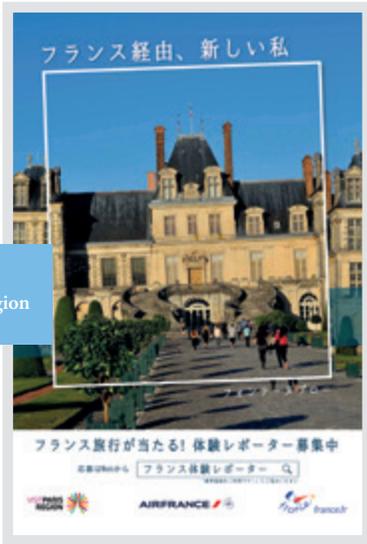
Afin de valoriser la destination Paris Region et de stimuler la fréquentation sur le marché français, le CRT Paris Île-de-France, Atout France et Voyages-SNCF.com ont développé un plan d'action complet pour la période de l'été 2017.

Avec une communication “à 360°” (Réseaux sociaux, stratégie de contenus, marketing relationnel, influenceurs, relations presse, jeux concours...) et sur la base d'offres commerciales prem's en grand nombre, la campagne a permis une forte augmentation du nombre de séjours à Paris Île-de-France pendant la période.

**+ DE
22%**

**DE VOYAGES VENDUS
POUR LA PÉRIODE D'ÉTÉ,
PAR RAPPORT À 2016**

Campagne
#feelparisregion



> TÉMOIGNAGE

Florent Dargnies

Président de 4 Roues Sous 1 Parapluie

"À l'occasion de l'ouverture de la saison culturelle, d'un accueil golf et de reporters japonais, nous avons transporté près de 90 journalistes venus du monde entier. Les opérations de promotion auxquelles nous participons constituent de très belles opportunités de faire connaître nos escapades en 2CV et d'être à l'écoute des besoins des professionnels étrangers."



Le séjour de la mascotte japonaise Kumamon à Paris Île-de-France

On l'a fait

UNE MULTIPLICATION DES OPÉRATIONS DE PROMOTION

Le CRT a renforcé, dans le cadre du plan régional de relance, la promotion de l'offre touristique de la destination vers les prescripteurs internationaux.



L'ENJEU

*MULTIPLIER LES CONTACTS
ENTRE PROFESSIONNELS*

Le CRT a emmené avec lui plus de 400 partenaires franciliens à l'occasion de 45 opérations de promotion (salons, éductours, workshops...) en France et sur 13 marchés internationaux, et lors des grands rendez-vous multimarchés (Rendez-vous en France, WTM...).



LE DISPOSITIF

*UN RENFORCEMENT
DE LA PRÉSENCE INTERNATIONALE
DE LA DESTINATION*

Le CRT a prévu, pour chaque action de promotion, le déploiement de dispositifs complémentaires afin d'optimiser les résultats : catalogues en ligne, organisation de workshops avec rendez-vous préprogrammés, d'éductours intégrant des opérations de networking...

RÉSULTATS



+ DE
2000

**PROFESSIONNELS ÉTRANGERS
ONT ÉTÉ RENCONTRÉS PENDANT
LES OPÉRATIONS ORGANISÉES**

WORLD TRAVEL MARKET

UNE PRÉSENCE FORTE DE LA DESTINATION PARIS REGION

Le WTM est le premier salon touristique professionnel européen. Le CRT crée et anime la zone dédiée à la destination Paris Region, sur l'espace France.

Le plan de relance de la destination a permis l'agrandissement de la zone Paris Île-de-France, la réalisation d'animations sur l'espace et la tenue d'une soirée de networking dédiée aux partenaires franciliens. Il a aussi permis, en finançant la diminution du coût des stands des partenaires, d'augmenter leur nombre à 37, contre 22 en moyenne habituellement, tout en disposant de conditions de travail de qualité dans un espace valorisant.

La soirée, qui s'est tenue dans un lieu prestigieux, a réuni 200 participants. Les partenaires franciliens ont ainsi pu rencontrer, lors d'activités de networking autour de la thématique sportive, près de 110 Tour-Opérateurs internationaux.



> TÉMOIGNAGE

Harold Israel

Directeur général du Paradis Latin

"Le Paradis Latin, situé Rive Gauche, est un Cabaret mythique et historique. Aujourd'hui, nous concentrons une grande partie de nos investissements dans l'internationalisation de notre clientèle. En effet, nous comptons environ 70 % de visiteurs français contre 30 % d'internationaux. Nous œuvrons donc avec le CRT Paris Île-de-France afin de trouver ensemble des solutions adaptées à nos besoins. À ce titre, nous avons participé à plusieurs Workshops et salons organisés par le CRT Paris Île-de-France, notamment au World Travel Market en 2016 et 2017. Cela nous a permis d'enrichir nos carnets de prospects, de rencontrer les principaux « decision makers » et de créer de nouvelles opportunités commerciales internationales."



LE GOLF, THÉMATIQUE FORTE DE LA DESTINATION

Du fait de l'accueil par la destination Paris Region de la Ryder Cup, en septembre 2018, le CRT a fait le choix, en partenariat avec la Fédération Française de Golf et le Golf National de Saint-Quentin-en-Yvelines, de mettre l'accent, dans ses opérations de communication et de promotion, sur l'offre golfique francilienne.

Plusieurs opérations de promotion ont eu lieu, comme le French Korean Golf Tournament, ou alors le pré-tour golf, mené à l'occasion du WTM Africa. Une vidéo de promotion de la destination golf a aussi été réalisée en collaboration avec Atout France.



EXPLORATEUR DE TENDANCES



La Région a réaffirmé son engagement dans le renforcement de la qualité de l'offre existante, afin de faire de Paris Region une expérience unique. Le CRT Paris Île-de-France a donc développé, depuis plusieurs années, un dispositif complet d'études, d'enquêtes et d'accompagnement des professionnels.

L'engagement du CRT est d'apporter aux professionnels un accompagnement et des informations de grande qualité.

Qu'il s'agisse des dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, les gares routières et les aires d'autoroutes, des prévisions des flux touristiques aériens, des focus thématiques, des études spécifiques menées ou encore de l'accompagnement des porteurs de projets, des acteurs de l'offre, notamment d'affaires, des investisseurs, le CRT investit fortement dans la connaissance de la demande, des évolutions des comportements et attentes des clientèles françaises et internationales et dans la mesure des retombées de l'activité touristique sur le territoire de la destination Paris Region.

ANALYSER LA DEMANDE POUR MIEUX DÉFINIR LES STRATÉGIES MARKETING ET COMMERCIALES

Grâce au socle de l'observation touristique de la destination représenté par les dispositifs permanents d'enquêtes (27 000 touristes interrogés en 2017), le CRT a développé un certain nombre

d'analyses thématiques (plateformes de réservation collaboratives, croisières fluviales, hôtellerie de luxe) ou territoriales, apportant une connaissance toujours plus fine de la demande aux professionnels. Il s'est également engagé dans la prévision des flux aériens, avec l'aide de *ForwardKeys*, outil de business intelligence permettant de suivre en temps réel la demande aérienne internationale, complétant ainsi ses outils concrets de mesure de l'activité touristique mis à disposition de tous.

Enfin, deux études ont été menées sur les pratiques numériques des touristes et sur l'image et l'attractivité de la destination, dans le cadre du plan de relance État, Région, Ville de Paris.



373 000

touristes interrogés
dans le cadre des dispositifs
permanents d'enquêtes
depuis 2007



33

communes lauréates

désignées par le jury du Concours
régional Villes et Villages fleuris,
animé par les équipes du CRT

39

ÉVÉNEMENTS ONT BÉNÉFICIÉ DU PACK ACCUEIL SALONS ET CONGRÈS EN PARTENARIAT AVEC VIPARIS ET PARIS AÉROPORT.

ACCOMPAGNER LES PROFESSIONNELS DE MANIÈRE CONCRÈTE

Les équipes du CRT sont fortement engagées aux côtés des professionnels de la destination afin de les aider à renforcer leur attractivité. Cet accompagnement personnalisé s'appuie sur les ressources propres du CRT, mais aussi sur l'organisation de réunions ou séminaires d'échanges entre les professionnels.

La filière des événements et rencontres professionnelles a été l'une des filières prioritaires dans cet accompagnement, notamment via le soutien du CRT à la mise en place des États généraux de l'événement, tenus le 15 novembre 2017 en présence de Valérie Pécresse, Présidente de la Région Île-de-France, et de l'ensemble des acteurs de la filière. Cet événement a précédé l'inauguration du Paris Convention Centre, plus grand centre de congrès d'Europe, Porte de Versailles.

Le Système d'Information Géographique Aménagement et Hébergement Touristique (SIGHAT) a été utilisé pour alimenter les dossiers de candidature à l'accueil des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024, en apportant une réponse claire, qualifiée et pertinente aux demandes du Comité International Olympique.

Le centre d'aide aux entrepreneurs et aux porteurs de projets a permis l'accompagnement de 109 professionnels, à la fois en termes de conseils stratégiques et marketing, de mises en relations, mais aussi

dans leurs demandes de subventions au titre du Fonds régional pour le tourisme. 80 % des porteurs de projets accompagnés en 2017 ont ainsi obtenu un avis favorable du Conseil régional.

UN SOUTIEN DÉDIÉ AUX OFFICES DE TOURISME

Les Offices de tourisme sont des maillons fondamentaux de la chaîne régionale d'accueil des touristes, et ce dans l'ensemble des territoires franciliens. Le CRT a donc développé depuis de nombreuses années un programme spécifique d'accompagnement, en matière juridique, de communication ou encore de formation et de professionnalisation des équipes. Grâce à ce dispositif, 13 personnes ont obtenu en 2017 le titre de "Chargé de projet e-tourisme". 5 formations portaient sur les enjeux numériques (développer sa stratégie sur Instagram, travailler avec les blogueurs, rédiger pour le Web...).



928 professionnels accueillis au titre du dispositif de formation

Le CRT propose chaque année un certain nombre de sessions de formation et d'information aux professionnels du tourisme de la destination.

Ce dispositif, construit sur la base des besoins remontés par les professionnels, permet, via des formats variés, en présentiel comme via des outils numériques ou des éducateurs, de réunir les personnels des partenaires et de leur apporter des contenus utiles et concrets.

Le CRT a ainsi proposé 8 formations interfilières, 10 modules dédiés aux Offices de tourisme, 21 matinales d'information (dont 7 délocalisées), 3 éducateurs et 2 modules de e-learning en ligne sur le site professionnel du CRT.



en savoir plus



Repères 2018

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



en savoir plus



Formations

Le guide des formations est téléchargeable sur le portail professionnel du CRT.

CRÉATEUR DE LIENS



Le dispositif régional d'accueil, dont le socle est constitué des Points Information Tourisme et de leurs agents d'accueil et de réservation, s'est enrichi par la pérennisation des Volontaires du tourisme déployés sur l'ensemble de la destination Paris Region.

Les Points Information Tourisme, interface privilégiée entre la destination et ses visiteurs.

Les 11 Points Information Tourisme (Paris-Orly, Paris-Charles de Gaulle, Versailles, Galeries Lafayette l'Homme et Disneyland Paris), renforcés de 2 points temporaires (Orly douane Ouest et CDG T3), ont été très mobilisés afin de garantir un accueil de qualité des touristes dès leur arrivée.

L'année 2017 fut une année record en matière d'activité sur l'ensemble des PIT, avec un chiffre d'affaires de près de 19 millions d'euros. Le partenariat fort liant les Centres d'accueil Régionaux du Tourisme et leurs partenaires commerciaux, enrichi de nouveaux produits proposés, comme Bustronome, les Bateaux-Mouches, Insidr ou encore Eurolines, a permis une dynamique renforcée de vente et donc de retombées économiques pour les acteurs du tourisme.

Le test d'un pass Été, préfigurant le Paris Region Pass qui sera mis en œuvre courant 2018, fut notamment mené, proposant une offre combinée mêlant l'accès à l'Arc de triomphe, un bus touristique et une croisière sur la Seine.

On l'a fait



18,9
millions d'euros de CA



Des lieux d'accueil privilégiés vers la destination



13
Points Information
Tourisme



Top 3
clientèles (en part de CA)
États-Unis 19,66 %,
Espagne 6,44 %,
Italie 6,33 %



1
Point Information
Tourisme mobile
à l'AccorHôtels Arena, à
l'occasion des Championnats
du Monde de Lutte Paris 2017



Top 3
des partenaires (en part de CA)
RATP 31,6 %,
Intermusées 25,76 %,
Disneyland Paris (25,44 %)



Un des Points Information
Tourisme, ici à Paris-
Charles de Gaulle

850 Volontaires du tourisme déployés

Lancée à l'occasion du plan régional de relance d'octobre 2016, l'opération des Volontaires du tourisme a été pérennisée et constitue désormais un maillon clé de la politique régionale d'accueil. Déployés pendant les périodes de forte affluence dans l'ensemble des sites touristiques et offices de tourisme partenaires, les Volontaires du tourisme ont pour mission d'accueillir, d'informer et d'orienter les touristes.

Étudiants en langues ou en tourisme, ils interviennent en complément des équipes permanentes. Ils sont formés par le CRT, ce qui leur permet d'acquérir des compétences fondamentales autour des questions de proactivité, d'interculturalité et de sécurité (en lien avec la Préfecture de Police de Paris).



VECTEUR D'ATTRACTION POUR PARIS REGION

Dans la lignée de la stratégie régionale de diffusion des flux touristiques et de loisirs à l'échelle de l'ensemble de la destination Paris Region, le CRT a déployé un dispositif de communication complet afin de parler à l'ensemble des clientèles.

Les chiffres du digital



Facebook
Paris Tourisme
430 000
abonnés
(+7 % par rapport à 2016)



Instagram
@Paris_Tourisme
156 000
abonnés
(+53 % par rapport à 2016)



Twitter
@VisitParisIdf
95 000
abonnés
(+36 % par rapport à 2016)



Wechat
3 500
abonnés

L'ensemble des outils de communication du CRT a été mobilisé pour valoriser l'offre de la destination.

Qu'il s'agisse des réseaux sociaux, des campagnes de communication menées en Île-de-France comme à l'international, des guides "Mon Été à Paris" et "Mon Hiver à Paris", des accueils de presse, les dispositifs de communication du CRT se sont appuyés sur des thématiques fortes et iconiques pour donner envie de venir et revenir, et valoriser l'offre touristique des territoires franciliens.

LE DIGITAL

Les équipes du CRT se sont mobilisées afin d'accroître la dynamique engagée en matière de réseaux sociaux, permettant à la fois une croissance du nombre d'abonnés sur Facebook, Twitter et Instagram, mais aussi un développement de réseaux sociaux spécifiques comme Facebook Idées Futées, destiné aux Franciliens, ou encore les comptes Wechat et Weibo, pour la clientèle chinoise.

Le développement du site de destination, priorité régionale majeure, fut également poursuivi avec la volonté de pouvoir le déployer en plusieurs étapes dans le courant de l'année 2018.

On l'a fait

LES THÉMATIQUES ET TERRITOIRES

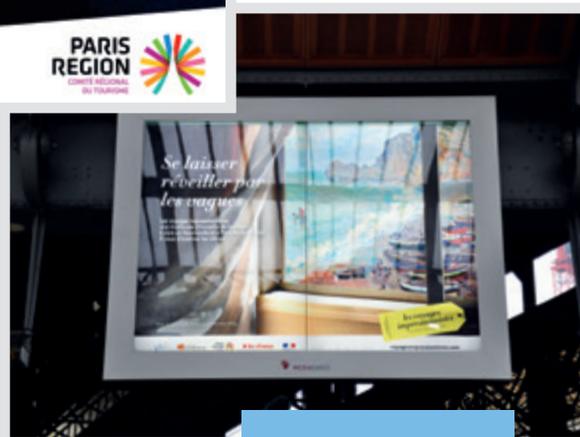
La gastronomie, les jardins, la randonnée et l'impressionnisme furent des thématiques particulièrement mises en valeur en 2017, en lien avec les partenaires du CRT.

Ainsi, dans le cadre de la Fête de la Gastronomie, un guide de 12 pages "Étude de marchés, les parcours de la gastronomie en Île-de-France" a été édité, mettant à l'honneur certains des meilleurs ouvriers de France et des grands chefs étoilés sur chaque territoire francilien, ainsi que 3 sites emblématiques de cette thématique. Il fut diffusé à la fois à l'occasion de salons (Jardin, Jardins, Passion Rando ou Culture au quai), via les principaux Offices de tourisme régionaux ou encore via l'Obs diffusion Île-de-France.

La thématique a été aussi au cœur d'une campagne d'affichage dans le métro, des relais via des blogs et une page dédiée dans le JDD.

L'impressionnisme fut aussi, dans le cadre du contrat "Normandie, Paris Île-de-France : destination impressionnisme" co-piloté avec le CRT Normandie, mis en valeur, à la fois via le lancement d'une édition grand public et d'un mini-site aux couleurs de la marque "Les voyages impressionnistes", ainsi que par la programmation d'une première grande campagne d'affichage en Gare de Paris Saint-Lazare.

Au-delà de ces thématiques, le CRT a mené 23 campagnes d'affichage franciliennes valorisant notamment les événements et festivals franciliens ou 8 publiédactionnels, dont 3 mettant en avant des territoires franciliens.



La marque "Les voyages impressionnistes" déployée dans les gares

+54%

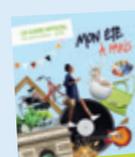


croissance du volume d'offres

en Île-de-France référencées sur Apidae.



en savoir plus



Mon été à Paris

Les guides "Mon été à Paris" et "Mon hiver à Paris" sont distribués 2 fois par an à 200 000 exemplaires.



ANIMATEUR DE COMMUNAUTÉS

Fidéliser les clientèles en leur proposant une nouvelle offre, en cibler de nouvelles, tels sont les objectifs des opérations de promotion menées par le CRT sur les différents marchés.

Le CRT a poursuivi son action de valorisation de l'offre francilienne auprès des principaux prescripteurs à l'occasion de salons, workshops ou éductours dédiés.

Le CRT a ainsi co-organisé, avec le Centre des monuments nationaux, le Forum des Loisirs Culturels Franciliens, permettant ainsi de valoriser l'offre régionale auprès des principaux prescripteurs de visites et professionnels du tourisme programmant la destination (comités d'entreprise, associations, agences réceptives, autocaristes, hôteliers, conciergeries). 54 partenaires du CRT (musées, monuments, Comités départementaux de tourisme et Offices de tourisme) étaient présents lors de cette opération.

LES MARCHÉS ASIATIQUES AU CŒUR DU PLAN D'ACTION

La Corée du Sud fut notamment particulièrement ciblée par des opérations de promotion, au-delà du plan de relance. Ainsi une mission commune OTCP-CRT a été organisée en mai 2017 à Séoul, aux côtés de 17 partenaires franciliens.

200

professionnels franciliens

ont participé aux présentations de marchés organisées par le CRT en lien avec Atout France.



Des journées de rencontres privilégiées pour les prescripteurs de visites en Corée du Sud

ACTIVATEUR DE PROGRÈS

La qualité globale de la destination est un des facteurs majeurs de différenciation face à ses concurrents. Le CRT a donc poursuivi son engagement dans l'accompagnement des professionnels autour de cette question.

Le CRT propose aux professionnels une offre de services adaptée à leurs besoins.

Il accompagne donc de nombreux sites et événements autour des questions cruciales de la gestion de l'attente et des flux, ainsi que de la sécurité. Un séminaire de travail fut ainsi organisé le 18 octobre 2017 pour mettre en lumière des bonnes pratiques et solutions sur ces questions dans le cadre de l'organisation d'événements.

DO YOU SPEAK TOURISTE?

La réactualisation du guide "Do You Speak Touriste?", édité en partenariat avec la CCI Paris Île-de-France, a permis aux professionnels de disposer d'un focus sur les 18 principales nationalités, avec des conseils pour mieux accueillir chacune d'entre elles.

Une journée de mobilisation des professionnels s'est d'ailleurs déroulée en juin 2017, l'occasion pour les équipes du CRT, de la CCI Paris Île-de-France et des Offices de tourisme

partenaires d'aller à leur rencontre dans 10 villes d'Île-de-France et 7 quartiers touristiques parisiens.

LA SENSIBILISATION DES PERSONNELS AU HANDICAP ET À L'ACCESSIBILITÉ UNIVERSELLE

Fort de son expérience, le CRT a été sollicité pour animer de nombreuses sessions de sensibilisation des personnels d'accueil aux handicaps et à la notion d'accessibilité universelle.

En 2017, près de 300 personnes ont été ainsi sensibilisées dans 17 sites touristiques parmi lesquels 3 auberges de jeunesse de la Fédération Unie des Auberges de Jeunesse (FUJ), le Musée Picasso, le Musée de l'Homme, l'Opéra de Paris, le Parc naturel régional de la Haute Vallée de Chevreuse ou encore la Ligne 1 de la RATP.



> TÉMOIGNAGE

Valérie Delvaux

Déléguée du Directeur du RER A

"La relation de service avec nos voyageurs est une priorité pour la RATP. Notre objectif a toujours été de leur assurer une prise en charge adaptée à leur besoin spécifique afin de pouvoir offrir un transport accessible au plus grand nombre. Ainsi, en 2017, la Ligne A célébrait l'obtention de la labellisation S3A qui certifie sa capacité à prendre en charge les personnes souffrant de troubles cognitifs. Aujourd'hui, la ligne souhaite poursuivre cette dynamique avec l'obtention de la labellisation « Cap Handéo » qui attestera de sa capacité à accueillir tous les types de personnes à mobilité réduite. À cet effet, nous avons fait appel au Comité Régional du Tourisme afin de nous aider dans la formation des agents en gare. Le CRT était en mesure de pouvoir nous apporter ses connaissances et son savoir-faire dans sa capacité à accueillir toute personne ayant un besoin spécifique. Cette démarche symbolise la volonté de la ligne à s'impliquer dans l'accueil pour tous, tant sur la capacité de ses agents à prendre en charge nos voyageurs de manière personnalisée que sur l'adaptation de ses équipements en gare."



en savoir plus



Le portail du CRT

Nouvelle plateforme,
nouveaux services
sur pro.visitparisregion.com.



en savoir plus



Do You Speak Touriste ?

Parce que la qualité passe par une bonne communication, retrouvez notre guide sur le portail professionnel du CRT.

Et demain...

2018

1^{re} année de mise en œuvre de la nouvelle stratégie régionale

Suite au vote, le 23 novembre 2017, du Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs d'Île-de-France 2017-2021, le CRT s'organise pour mettre en œuvre les différentes actions prévues.

Le plan d'action pour 2018 s'organise donc autour des 3 axes prioritaires suivants : renforcer la qualité de l'offre existante afin de faire de Paris Region une expérience unique, réinventer la destination Paris Region : innover pour enrichir l'offre et accroître la mobilisation collective au service de la destination Paris Region.

Le CRT se mobilisera notamment sur la mise en œuvre progressive des Contrats régionaux de destination et des parcours thématiques, et sur le déploiement du site de destination, futur portail e-commerce de la destination. Il accroîtra son action en matière de formation, notamment autour des questions de l'accueil, de la personnalisation du service.

Enfin, dans la continuité du plan de relance mené en 2017, un renforcement des actions de promotion et de communication a été décidé, en lien avec l'État. La Région Île-de-France, le CRT et Atout France se mobilisent donc fortement de nouveau, pour amplifier la dynamique de croissance du nombre de touristes.



Le rapport d'activité 2017 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 : Éric Jeunemaitre, président du CRT Paris Île-de-France.

• Conception et coordination : direction générale.

• Conseil, conception & réalisation : **TERRE DE SIENNE**

Tous droits réservés Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France.

• Crédits photos : CRT IDF/Helsly, Tripelon-Jarry, Paradis Latin, Isabelle Morison, Getty Images, iStock, Shutterstock

Imprimé en France par Corlet Imprimeur, 06-2018.

LES INSTANCES DU CRT

Bureau du CRT et des CaRT

Président

- Éric Jeunemaitre

Vice-Président.e.s

- Florence Berthout (Conseillère régionale)
- Benjamin Ferniot (Conseiller régional)
- Jérémy Redler (Conseiller régional)
- Charlotte Baelde (Conseillère régionale - CaRT)
- Thi Hong Chau Van (Conseillère régionale - CRT)

Trésorier

- Michel Clair (CCI Paris IDF)

Secrétaire général.e

- NN

Et les administrateurs suivants

- Alain Bertet (Commission des offices de tourisme du CRT)
- Samuel Lacombe (Groupe AccorHôtels)
- Richard Eltvedt (Euro Disney Associés)
- Sidney Israël (Paradis Latin)
- Catherine Pégard (Établissement public du château, du musée et du domaine de Versailles)
- Thierry Vannier (Galeries Lafayette)
- Jean-Philippe Lecomte (Transdev)
- Alexandre Viros (Oui.SNCF)

Conseil d'administration du CRT et des CaRT

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

- Valérie Péresse

La Vice-Présidente chargée du tourisme

- Hamida Rezeg

La Présidente de la Commission tourisme

- Emmanuelle Dauvergne

Les conseillers régionaux

- Eric Jeunemaitre
- Frédéric Valletoux
- Frank Margain
- Vincent Jeanbrun (CRT)
- Babette de Rosières (CaRT)
- Jérémy Redler
- Jean-Luc Santini
- Florence Berthout
- Philippe Laurent
- Benjamin Ferniot
- Jean-Philippe Dugoin-Clément
- Thi Hong Chau Van (CRT)
- Charlotte Baelde (CaRT)
- Frédéric Benhaim
- Corinne Bord
- Taylan Coskun
- Roberto Romero (CRT)
- Samia Kasmi (CaRT)
- Jean-Michel Dubois (CRT)
- Aurélie Cournet (CaRT)

Le Président du Conseil économique, social et environnemental régional d'Île-de-France

- Eric Berger (ou son représentant)

Les Président.e.s des Comités départementaux du tourisme

- Jean-Louis Thiériot (77)
- Joséphine Kollmannsberger (78)
- Aurélie Gros (91)
- Aurélie Taquillain (92)
- Dominique Dellac (93)
- Gilles Saint-Gal (94)
- Gérard Lambert-Motte (95) (ou leurs représentants)

Le Président de la CCIR Paris Île-de-France

- Michel Clair (CCIR Paris Île-de-France) (ou son représentant)

Le Président de la chambre régionale de commerce et d'industrie Paris Île-de-France

- Joel Teinturier (ou son représentant)

Les Président.e.s des Unions départementales des offices de tourisme et syndicats d'initiative - Udotsi

- Isabelle Richard (78)
- Bernard Ollivier (92)
- Françoise Perrot (93) (ou leurs représentants)

Le Président de l'Office du tourisme et des congrès de Paris

- Pierre Schapira (ou son représentant)

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

- Mladen Duspara

Membres avec voix consultatives

Le Directeur général des services du Conseil régional d'Île-de-France et 2 représentants du comité d'entreprise

Invité permanent

Le Commissaire aux comptes

Et pour les CaRT

Les adhérent.e.s

- Catherine Pégard (Établissement public du château du musée et du domaine de Versailles)
- Marie Villette (Établissement public du parc et de la grande halle de la Villette)
- Rémi Mancheron (Paris Aéroport)
- Samuel Lacombe (Groupe AccorHôtels)
- Richard Eltvedt (Euro Disney Associés)
- Alexandre Viros (Oui.SNCF)
- Thierry Vannier (Galeries Lafayette)
- Patrick Drouet (Union nationale des associations de tourisme - Île-de-France)

Et pour le CRT

Les adhérent.e.s

- Catherine Pégard (Établissement public du château du musée et du domaine de Versailles)
- Jean-François Hébert (Établissement public du château de Fontainebleau)
- Rémi Mancheron (Paris Aéroport)
- Samuel Lacombe (Groupe AccorHôtels)
- Richard Eltvedt (Euro Disney Associés)
- Alexandre Viros (Oui.SNCF)
- 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)
- Delphine Travert (SEM Château d'Auvers)
- Jean-Philippe Le Comte (Transdev)
- Alain Bertet (Office de tourisme de Versailles)

- Philippe Pont-Nourat (Sodexo Prestige)
- Jean-Pierre Desjeunes (Les Hôtels de Paris)
- Christophe Jeannest (Groupe ParisCityVision)
- Sidney Israël (Paradis Latin)
- Delphine Travert (SEM Château d'Auvers)
- Jean-Philippe Le Comte (Transdev)
- Alain Bertet (Office de tourisme de Versailles)
- Brice Duthion (Conservatoire national des arts et métiers)

Le CRT vous accompagne À 360°

