

Stratégie touristique interdépartementale

Yvelines - Hauts-de-Seine



2017 - 2021



ÉTABLISSEMENT PUBLIC INTERDÉPARTEMENTAL
Yvelines • Hauts-de-Seine



www.epi78-92.fr



Le tourisme est aujourd'hui une activité économique d'envergure, propice aux initiatives publiques et privées, créatrice d'emploi et de bien-être, qui se nourrit de l'attractivité des territoires autant qu'elle la renforce.

Pour être pertinente, une politique publique en faveur du tourisme doit s'inscrire dans les grandes dynamiques économiques et sociales de son temps. Elle doit générer des retombées concrètes au bénéfice des territoires. Il s'agit, en somme, de réussir une alliance entre stratégie et proximité, qui constitue tout le sens de l'action publique efficace et innovante que nous mettons en œuvre à travers le rapprochement entre les Hauts-de-Seine et les Yvelines.

C'est donc tout naturellement que nous avons voulu nous doter d'une stratégie touristique interdépartementale.

En unissant nos réflexions, nous avons cherché à faire émerger une nouvelle destination touristique : l'Ouest francilien. Nos deux territoires disposent en effet de nombreux atouts, célèbres ou méconnus, qui, loin de les mettre en concurrence, les rendent au contraire parfaitement complémentaires : nos sites culturels et patrimoniaux, nos destinations de tourisme d'affaires, nos territoires naturels ruraux et péri-urbains, et bien sûr la Seine.

Nous vous présentons aujourd'hui notre stratégie commune, aboutissement de près d'une année de collaboration entre les élus et les services de nos deux collectivités. Ce travail est également le fruit de la concertation que nous avons souhaité conduire auprès de l'ensemble des professionnels et des bénévoles qui œuvrent chaque jour pour une meilleure visibilité de leur activité. Nous les remercions de leur contribution.

Ensemble, nous faisons de l'Ouest francilien une destination phare.

Pierre Bédier
Président du Conseil départemental
des Yvelines

Patrick Devedjian
Président du Conseil départemental
des Hauts-de-Seine



Sommaire

p.6	Préambule
p.8	Méthode d'élaboration de la stratégie touristique
p.8	Le diagnostic partagé : des enjeux communs et complémentaires
p.10	Les enjeux stratégiques de l'attractivité touristique de l'Ouest francilien
p.11	Les axes et objectifs de la stratégie touristique de l'Ouest francilien
	Axes sectoriels
p.12	Axe 1 - Mettre la Seine et ses berges en tourisme
p.14	Axe 2 - Renforcer le tourisme culturel
p.16	Axe 3 - Positionner l'Ouest francilien comme la destination affaires incontournable du Grand Paris
p.17	Axe 4 - Accompagner le développement hôtelier
p.18	Axe 5 - Structurer l'offre nature et rurale selon la nouvelle tendance du « slow tourisme »
	Axes transversaux
p.20	Axe 6 - Accompagner l'emploi dans le tourisme
p.21	Axe 7 - Impliquer les habitants et les acteurs locaux dans le développement d'un tourisme collaboratif
p.22	Axe 8 - Promouvoir la nouvelle offre touristique de l'Ouest francilien
p.23	La Gouvernance
p.24	Sites d'intérêt touristique dans les Yvelines et les Hauts-de-Seine
p.26	Chiffres clés tourisme Hauts-de-Seine
p.28	Chiffres clés tourisme Yvelines

Préambule

L'Île-de-France est et reste la première destination touristique mondiale avec 46,7 millions de touristes (en 2015-source Comité régional du tourisme (CRT) d'Ile-de-France). Le tourisme représente 10 % du PIB francilien (source INSEE-2016) confirmant si besoin son intérêt stratégique majeur en matière de développement économique.

L'attractivité de l'Île-de-France repose sur quatre atouts principaux : ses richesses patrimoniales, son art de vivre, la densité de son tissu économique ainsi que son positionnement au cœur de l'Europe, symbolisé par :

- l'importance de l'aéroport de Roissy-Charles de Gaulle, 2^{ème} aéroport européen et 5^{ème} mondial
- Paris, qui reste bien sûr le moteur principal de cette attractivité touristique
- l'Ouest francilien, constitué des Hauts-de-Seine et des Yvelines, qui contribue aussi très fortement à cette attractivité touristique, notamment grâce aux polarités économiques et culturelles de dimension internationale qu'il accueille, au premier rang desquels La Défense, premier quartier d'affaires européen (180 000 emplois) et le Château de Versailles (7,5 millions de visiteurs par an). En matière de tourisme d'affaires, l'Ouest francilien contribue également très fortement au positionnement de l'Île-de-France comme capitale européenne des séminaires et des congrès, avec de grands équipements (le CNIT et la Grande Arche). Ce tourisme d'affaires est un enjeu d'attractivité fondamental pour le territoire, que ce soit pour le quartier d'affaires de La Défense, le cluster de l'innovation Paris-Versailles-Saclay ou la Vallée de la Seine.

Le territoire dispose également d'éléments patrimoniaux et naturels d'exception très complémentaires de l'offre parisienne. La mise en valeur de l'Axe Seine constitue un axe important de développement, que ce soit grâce à de grands équipements comme **La Seine Musicale** et la **U Arena Nanterre-La Défense** dans les Hauts-de-Seine ou grâce aux qualités de poumon vert francilien des Yvelines avec des installations sportives (vélodrome et golfs nationaux, centres d'entraînement des équipes de football) et ses paysages ruraux. Ainsi envisagé comme une seule et même entité touristique, l'Ouest francilien dispose d'axes forts et concrets pour conforter et renouveler son attractivité en termes de qualité de vie auprès de ses habitants comme de ses nombreux visiteurs.

Par ailleurs, le développement de l'offre de transport en commun avec des projets comme le Grand Paris Express et le prolongement à l'ouest de la ligne E du RER sont autant d'infrastructures nouvelles susceptibles de constituer des vecteurs d'attractivité dans les années à venir. L'accueil de la **Ryder Cup en 2018**, et les candidatures à l'accueil des **Jeux Olympiques de 2024** et à l'**Exposition universelle de 2025** apparaissent également comme de réelles opportunités de rayonnement pour les deux départements. Cependant, pour rester compétitif, l'offre touristique dans l'Ouest francilien doit aussi relever de nouveaux défis : partage des enjeux de sécurité des sites avec les services de l'État, qualité de l'accueil et des services, diversification et amélioration de l'offre d'hébergement, émergence d'innovations technologiques accompagnant les nouveaux modes de consommation, développement du tourisme collaboratif et adaptation aux nouvelles tendances telles que le « slow tourisme ».

Il apparaît donc nécessaire de mobiliser toutes les énergies pour conforter l'Ouest francilien comme pôle touristique incontournable du Grand Paris. C'est dans ce contexte que L'EPI (Établissement Public Interdépartemental) Yvelines-Hauts-de-Seine a décidé de faire du tourisme l'un de ses premiers axes stratégiques partagés et qu'une politique touristique commune aux Hauts-de-Seine et aux Yvelines a été élaborée. Les deux territoires présentent à la fois des caractéristiques similaires et complémentaires, tant sur l'offre que sur la demande touristiques, que les deux départements souhaitent, ensemble, valoriser.

Les retombées territoriales du tourisme sont en effet des ressources importantes, tant en termes économiques (105 € de dépenses en moyenne par jour et par touriste dans les Hauts-de-Seine et 80 € dans les Yvelines) qu'en termes d'emplois (emplois non délocalisables, qualifiés ou peu qualifiés). Il convient également de mentionner pour le Département des Hauts-de-Seine, les recettes non négligeables générées par la taxe de séjour additionnelle (600 000 € en 2016).

La stratégie touristique interdépartementale de l'Ouest francilien, présentée dans ce document, sera mise en œuvre de 2017 à 2021 et constituera la feuille de route quotidienne des services départementaux en charge du tourisme, réinternalisés depuis le 1^{er} janvier 2017 afin d'être dédiés à ces nouvelles orientations.

Méthode d'élaboration de la stratégie touristique de l'ouest francilien

Cette stratégie co-construite entre les Hauts-de-Seine et les Yvelines est le fruit d'un travail collaboratif et d'une volonté commune de placer le tourisme au cœur des enjeux majeurs des deux départements. Elle nourrira également la réflexion conduisant à l'élaboration du futur schéma touristique régional.

De septembre 2016 à mars 2017, les équipes des deux départements ont contribué à des réflexions communes dans le cadre de groupes de travail thématiques et transversaux, tant sur l'élaboration d'un diagnostic partagé que sur la définition d'enjeux stratégiques.

Près de 150 professionnels du tourisme ont nourri ces réflexions lors d'une vingtaine de réunions. Offices de tourisme, chargés de développement touristique, hôteliers et autres hébergeurs (campings, chambres d'hôtes, gîtes), sites touristiques et culturels, sites de congrès et séminaires, opérateurs fluviaux, porteurs de projets, réceptifs ont été réunis dans ce cadre.

Ils ont apporté leurs contributions aux groupes de travail thématiques : tourisme d'affaires et développement hôtelier, tourisme d'agrément, valorisation de la Seine, développement d'un tourisme rural, tourisme collaboratif, emploi et tourisme.

Un recensement cartographié et des chiffres clés de l'offre sur les deux départements complètent cette démarche et sont présentés dans ce document.

La présente stratégie est donc la synthèse de ce travail. Elle présente les enjeux dégagés, les axes et objectifs stratégiques à mettre en œuvre.

Le diagnostic partagé : des enjeux communs et complémentaires

Principales caractéristiques touristiques du territoire de l'Ouest francilien

Les départements des Yvelines et des Hauts-de-Seine présentent des caractéristiques communes, en particulier du fait de la présence de destinations d'échelle mondiale comme le Château de Versailles et le quartier d'affaires de Paris-La Défense, ainsi que d'un patrimoine naturel et artistique constituant une véritable richesse culturelle et un vecteur d'attractivité touristique.

Des complémentarités fortes sont également à relever avec, d'une part, un tourisme urbain et une forte présence du tourisme d'affaires pour les Hauts-de-Seine, et, d'autre part, une offre de loisirs importante en ville et en milieu rural (zoo de Thoiry, France Miniature, Bergerie nationale de Rambouillet...) et d'activités de pleine nature (îles de loisirs, parcs naturels régionaux...) pour les Yvelines.

Des filières structurantes

Il est également à relever la présence de filières structurantes dans l'offre touristique de l'Ouest francilien. S'agissant du tourisme d'affaires, on observe des points communs à l'échelle des départements avec une densité sans équivalent en Europe de fonctions stratégiques de grands groupes (sièges sociaux et centres d'innovation) dans les domaines de la finance, des nouvelles technologies et de l'industrie. On note aussi sur les deux départements un tissu économique contribuant fortement au remplissage des hôtels en semaine et des touristes d'affaires assez similaires en termes de profils et d'attentes.

L'offre en termes de tourisme d'affaires présente également des complémentarités. Les Hauts-de-Seine concentrent principalement des lieux de congrès et de réunions professionnelles. Dans les Yvelines, le « séminaire au vert » constitue un véritable élément de différenciation. Les deux offres réunies couvrent l'ensemble des produits attendus par les acteurs économiques.

De même pour ce qui concerne le tourisme culturel, des points communs sont à relever, avec la présence de maisons d'hommes célèbres, de châteaux et demeures royales, de parcs et jardins remarquables, ainsi qu'un territoire d'inspiration pour les artistes, notamment les impressionnistes.

Dans ce domaine, des complémentarités fortes existent entre les départements, avec, d'un côté, dans les Yvelines, le Château de Versailles, qui est le troisième site le plus visité en France et, plus largement, un territoire reconnu comme une « terre de patrimoines » parmi les plus qualitatives d'Europe ; et, de l'autre, dans les Hauts-de-Seine, le quartier de La Défense, lieu également touristique et culturel, et plus largement un territoire accueillant des éléments d'architecture moderne et contemporaine exceptionnels.

Pour ce qui concerne le tourisme fluvial, des points communs forts sont à relever avec, bien sûr, la Seine et l'ambition partagée de valoriser le fleuve et ses berges, mais aussi la proximité du fleuve avec des sites de visite incontournables à l'échelle de l'Île-de-France (Paris, Giverny, Versailles, Auvers-sur-Oise), ainsi qu'une capacité d'attractivité du fleuve pour les croisiéristes internationaux. Les complémentarités en termes de tourisme fluvial constituent également des opportunités de développement, avec un contexte favorable entre Paris, les Hauts-de-Seine et les Yvelines pour développer la croisière-promenade et la présence, en particulier dans les Yvelines, d'infrastructures d'accueil de paquebots internationaux de 135 mètres et de ports de plaisance.

S'agissant des nouvelles pratiques comme le « slow tourisme » et l'itinérance, on relève entre les deux départements la continuité partagée des grands itinéraires cyclables et pédestres.

Les caractéristiques des deux départements constituent aussi des opportunités de développement d'une offre complémentaire avec un tourisme rural à développer pour les Yvelines en s'appuyant sur les deux parcs naturels régionaux, et une offre complémentaire dans les Hauts-de-Seine avec la présence et la mise en valeur de la nature en ville. L'hébergement entre les Hauts-de-Seine et les Yvelines présente des points communs certains avec un parc hôtelier dense et de qualité, mais aussi des clientèles et des taux d'occupation assez proches en 2016 (69,2 % dans les Hauts-de-Seine et 61,5 % dans les Yvelines).

S'agissant des complémentarités, on trouve dans les Hauts-de-Seine des hôtels haut de gamme (plusieurs 5 étoiles notamment à Paris - La Défense) et dans les Yvelines, une offre d'hébergement plus diversifiée (gîtes, chambres d'hôtes, campings...).

Concernant l'accessibilité, les deux départements sont desservis par des grands axes depuis Paris. Des lignes RER et du transilien les relient et de grands projets de transports sont à venir (EOLE, Grand Paris Express). Les ports (Gennevilliers, Seine-Métropole, Limay) constituent aussi des pôles d'attractivité pour les deux départements.

On note des complémentarités en matière d'accessibilité. On trouve dans les Hauts-de-Seine des accès directs au métro parisien, des vélos et des automobiles en libre-service et un très bon maillage du territoire par les transports en commun permettant une desserte efficace depuis les grandes gares et les aéroports. Les Yvelines présentent eux une accessibilité différenciée entre l'urbain et le rural.

Les fréquentations touristiques et les clientèles des deux départements se distinguent par plusieurs points communs : une clientèle française majoritaire, une consommation touristique principalement portée par les habitants (3 millions d'habitants appartenant majoritairement à la catégorie des CSP +), une attractivité auprès de la clientèle jeune encore faible et une clientèle internationale en provenance de marchés identiques : Chine, États-Unis, Royaume-Uni, Allemagne et Espagne principalement. Un marché de 3 millions d'habitants appartenant à un seul et même bassin de vie (les Yvelines jouant souvent le rôle d'excursion dominicale de nature pour les Alto-Séquanais, les Hauts-de-Seine celui de lieu de sorties culturelles pour les Yvelinois) et une clientèle internationale homogène rendent les deux départements complémentaires dans leur fréquentation touristique.

Les enjeux stratégiques de l'attractivité touristique de l'Ouest francilien

À l'issue de ce travail de diagnostic les sept enjeux stratégiques suivants ont été identifiés :

- 1 > positionner le tourisme comme un des éléments d'attractivité des territoires ;
- 2 > faire du tourisme un secteur porteur de développement économique en développant l'offre afin d'augmenter la fréquentation touristique, en particulier internationale et accroître ainsi les retombées économiques en faveur du territoire ;
- 2 > ancrer l'Ouest francilien comme une destination affaires auprès des clientèles nationales et internationales, grâce en particulier aux rôles structurants de Paris - La Défense et du pôle R&D de Paris-Versailles-Saclay ;
- 4 > renforcer l'identité touristique du territoire Hauts-de-Seine/Yvelines pour attirer une nouvelle clientèle nationale et internationale d'agrément, notamment par une meilleure valorisation de l'Axe Seine ;
- 5 > devenir la destination touristique de proximité principale des Parisiens ;
- 6 > encourager les nouveaux modèles économiques du tourisme : collaboratif, numérique, innovation produit et services ;
- 7 > intégrer ces enjeux stratégiques partagés à une échelle territoriale élargie, par le biais des travaux de l'Association des Départements de l'Axe Seine et de l'élaboration des contrats de destination (sur le thème de l'Impressionnisme avec la Normandie, et sur le thème de la ville augmentée avec l'Office de tourisme de Paris)

Ces enjeux sont structurés en huit axes, déclinés en objectifs opérationnels, qui constituent la feuille de route de la stratégie touristique interdépartementale :

- > mise en tourisme de la Seine et de ses berges ;
- > renforcement du tourisme culturel ;
- > positionnement de l'Ouest francilien comme destination affaires incontournable ;
- > accompagnement du développement hôtelier ;
- > structuration d'une offre nature et rurale dans la tendance du « slow tourisme » ;
- > implication des habitants et des acteurs locaux dans le développement d'un tourisme collaboratif ;
- > accompagnement de l'emploi dans le tourisme ;
- > promotion de cette nouvelle offre touristique de l'Ouest francilien.

Ces huit axes vont guider la stratégie touristique partagée, déclinée ensuite en objectifs stratégiques et opérationnels qui représentent les priorités d'action des départements pour améliorer l'offre touristique dans un double objectif de renforcement de l'attractivité du territoire et d'accompagnement des acteurs locaux.

Les axes et objectifs de la stratégie touristique de l'Ouest francilien

AXE n°1

Mettre la Seine et ses berges en tourisme

En 2015, l'impact économique du tourisme fluvial en France était de l'ordre de 500 M€ (étude VNF des filières fluviales, 2014). En dépit de la présence de la Seine dans les deux départements, ce potentiel apparaît encore comme insuffisamment exploité. Pour développer le tourisme fluvial et renforcer ses retombées économiques dans les deux départements, il convient de développer à la fois les activités sur le fleuve (croisières, plaisance, activités nautiques...) et celles sur les berges (guinguettes, visites culturelles, shopping, randonnées, cyclotourisme...).

Ces actions s'inscrivent en outre dans un cadre institutionnel plus large :

- le Contrat de plan interrégional **Vallée de la Seine** (2015-2020), document de planification entre l'État et les régions sur les investissements publics à mener sur le bassin Seine-Normandie,
- l'Association des Départements de l'Axe Seine (ADAS) dont les travaux ont débuté en 2015 et qui fédère les six départements : **Hauts-de-Seine, Yvelines, Val d'Oise, Eure, Seine Maritime et Calvados**.

Dans la mise en valeur de l'attractivité touristique du fleuve, quatre filières économiques présentent un potentiel significatif de développement :

- les croisières locales sans hébergement (promenades, croisières d'affaires...);
- l'installation de restaurants, bars, hôtels et autres services sur les quais, sur des péniches et sur d'autres plateformes flottantes ;
- la plaisance, les loisirs nautiques et les événements autour du fleuve ;
- les croisières avec hébergement, en particulier pour le Département des Yvelines.

Objectif stratégique 1

Créer les conditions favorables à la mise en tourisme de la Seine auprès des territoires

Objectif opérationnel 1

Identifier les sites à fort potentiel et diagnostiquer les besoins des opérateurs et leur clientèle en matière d'équipements, de services (eau, électricité, déchets, commerces...) et d'animations dans le cadre d'un dialogue avec les acteurs du fleuve (communes, VNF et HAROPA, ports de Paris notamment).

Échéance : déjà engagé, à poursuivre jusqu'à fin 2018

Objectif opérationnel 2

Sensibiliser les communes riveraines du fleuve quant au potentiel touristique de la Seine sur leur territoire et identifier des pistes d'aménagement (installation d'anneaux pour bateaux de plaisance...) et de valorisation (signalétique et information touristiques autour des escales...).

Échéance : à engager en 2017 dans le cadre du groupe de travail tourisme fluvial de l'ADAS

Objectif stratégique 2

Encourager les opérateurs privés afin de faire émerger une nouvelle offre économiquement viable sur la Seine et ses berges

Objectif opérationnel 1

Élaborer des produits touristiques à proposer aux croisiéristes et aux autres professionnels du tourisme.

Échéance : à engager en 2018 pour une programmation en 2020

Objectif opérationnel 2

Faciliter la mise en place de liaisons touristiques fluviales et le cas échéant participer à des aménagements pour les Hauts-de-Seine et étudier l'opportunité de transports fluviaux de personnes pour les Yvelines.

Échéance : pour les Hauts-de-Seine engagé en 2017, à poursuivre jusqu'en 2020 et pour les Yvelines, à engager à partir de 2018

Objectif opérationnel 3

Encourager l'émergence de l'innovation auprès des opérateurs et porteurs de projets

Échéance : déjà engagé

AXE n°2

Renforcer le tourisme culturel

L'offre culturelle et patrimoniale est une des principales motivations de séjour pour les touristes français et étrangers. 80 % des visiteurs sont attirés par l'image « culture et art de vivre » de la France (source ministère de la Culture, chiffres clés de la culture, 2015), qui constitue un des principaux catalyseurs des stratégies touristiques locales. Au-delà du Château de Versailles, du zoo de Thoiry, du Domaine départemental de Sceaux, des musées départementaux Albert-Kahn et Maurice-Denis et du Domaine national de Malmaison, le territoire des Hauts-de-Seine et des Yvelines dispose de ressources exceptionnelles permettant la découverte culturelle; que celle-ci soit patrimoniale ou contemporaine, architecturale ou expérientielle, à travers l'art de vivre et le partage (gastronomie, artisanat, ateliers créatifs...). Les deux départements réunis comptent ainsi près de la moitié des Maisons des Illustres labellisées par le ministère de la Culture (13 sur 30 en Île-de-France). Les Hauts-de-Seine et les Yvelines disposent également de 12 sites labellisés « jardins remarquables » sur les 30 franciliens.

Objectif stratégique 1

Créer des « marques touristiques » emblématiques sur le territoire autour de quatre destinations : La Seine Musicale et la vallée de la culture, Paris La Défense, Versailles, Rambouillet et ses alentours

Objectif opérationnel 1

Analyser le positionnement et la clientèle, élaborer un argumentaire construit à destination des clientèles, en synergie avec les acteurs concernés.

Échéance : à engager en 2017 jusqu'en 2018

Objectif opérationnel 2

Concevoir et faire connaître les marques.

Échéance : à engager en 2018

Objectif stratégique 2

Déterminer des axes identitaires forts du territoire Hauts-de-Seine / Yvelines autour de parcours thématiques

Objectif opérationnel 1

Établir des partenariats entre les sites s'appuyant sur les réseaux villes impériales, villes royales, et sur le label « jardins remarquables ».

Échéance : à engager en 2017 jusqu'en 2018

Objectif opérationnel 2

Mettre en réseau les maisons d'artistes dans le cadre d'un itinéraire « route des artistes de l'Ouest francilien ».

Échéance : à engager en 2018 jusqu'en 2019

Objectif stratégique 3

Conseiller et accompagner les sites culturels dans l'accueil des touristes : information, formation, innovations technologiques

Objectif opérationnel 1

Établir un diagnostic de sites culturels majeurs au regard de l'accueil des touristes, en particulier internationaux.

Échéance : à engager en 2018 jusqu'en 2020

Objectif opérationnel 2

Accompagner des sites culturels majeurs dans leur démarche d'adaptation à la demande touristique (ingénierie financière, conseils en possibilité de formation et mise en relation avec les innovateurs technologiques).

Échéance : à engager en 2018

Objectif opérationnel 3

Sensibiliser les sites culturels à la question de l'accessibilité universelle*.

Échéance : déjà engagé pour les Hauts-de-Seine

Objectif stratégique 4

Participer à la promotion de l'art de vivre à la française comme motif de tourisme expérientiel

Objectif opérationnel 1

En partenariat avec les Chambres de métiers et de l'artisanat, fédérer autour d'un label territorial, les Meilleurs Ouvriers de France (MOF) et les artisans d'art, pour créer une offre expérientielle et accueillir les touristes.

Échéance : 2018 jusqu'en 2019

Objectif opérationnel 2

Mettre en réseau et en tourisme les « clusters » d'artisanat d'art : future Cité des métiers d'art (Sèvres), Versailles et Saint-Germain-en-Laye.

Échéance : à engager en 2019

AXE n°3

Positionner l'Ouest francilien comme la destination affaires incontournable du Grand Paris

Les deux Départements, complémentaires sur leur offre, ont des atouts importants pour consolider le tourisme d'affaires déjà fortement présent sur leurs territoires. La cible est une clientèle bien identifiée (nationalités les plus représentées, sociologie, CSP...), aux exigences spécifiques mais connues et au budget par nuitée largement supérieur à celui de la clientèle d'agrément.

Véritable enjeu pour le territoire, le tourisme d'affaires peut permettre de fédérer les acteurs locaux autour de locomotives que sont La Défense et Paris-Versailles-Saclay. Créateur de valeurs et de richesses, le tourisme d'affaires nécessite de se positionner à la fois sur le marché français et sur les marchés internationaux.

Objectif stratégique 1

Capter et fidéliser les clientèles affaires

Objectif opérationnel 1

Sensibiliser les professionnels de l'hôtellerie aux attentes spécifiques des clientèles d'affaires internationales (formation à l'accueil des publics internationaux) par une journée d'étude en partenariat avec le CRT (Comité régional du tourisme) Île-de-France.

Échéance : fin 2017

Objectif opérationnel 2

Accompagner le développement de services spécifiques aux clientèles d'affaires : conciergerie numérique, package loisirs.

Échéance : à engager en 2018

Objectif opérationnel 3

Accompagner le développement d'une offre « shopping » haut de gamme ou luxe, à destination principalement des visiteurs d'affaires, en particulier à La Défense, One Nation, Parly 2.

Échéance : déjà engagé, à poursuivre

Objectif stratégique 2

Mettre en réseau et valoriser les lieux de conférences et de séminaires

Objectif opérationnel 1

Organiser des workshops, éductours et autres outils marketing.

Échéance : déjà engagé, à poursuivre

Objectif opérationnel 2

Élargir la mise en réseau aux acteurs non touristiques : incentives, salles de spectacles et patrimoine.

Échéance : déjà engagé, à poursuivre

AXE n°4

Accompagner le développement hôtelier

Le parc hôtelier francilien est insuffisant en comparaison avec les autres métropoles européennes, notamment pour les hôtels de grande capacité, les hôtels économiques, les structures destinées aux familles, les concepts innovants et/ou hybrides. Aussi, en dépit d'une conjoncture difficile, il existe un réel marché pour les nouveaux établissements. La rareté des disponibilités foncières dans Paris intra-muros constitue en outre une opportunité qui doit naturellement bénéficier à l'Ouest francilien. L'offre hôtelière actuelle des Hauts-de-Seine et des Yvelines dispose de marges de développement : elle manque d'hôtels milieu de gamme dans les Hauts-de-Seine et est disparate dans les Yvelines. Il existe encore par ailleurs des opportunités foncières pour des développements hôteliers dans les deux Départements.

Objectif stratégique 1

Créer les conditions favorables à l'implantation hôtelière

Objectif opérationnel 1

Identifier en partenariat avec le bloc communal l'ensemble des fonciers dédiés à l'hôtellerie, les éventuels immeubles mutables, et également les sites potentiels pour des structures d'hébergement innovantes et éphémères.

Échéance : déjà engagé dans les Hauts-de-Seine et à engager en 2017 dans les Yvelines

Objectif opérationnel 2

Organiser des réunions avec les élus locaux et les aménageurs publics afin de les sensibiliser aux atouts du développement hôtelier.

Échéance : à engager en 2018

Objectif stratégique 2

Devenir le médiateur entre les porteurs de projets et leurs opportunités de développement

Objectif opérationnel 1

Prospecter de façon concertée les porteurs de projets hôteliers.

Échéance : déjà engagé, à renforcer en 2018

Objectif opérationnel 2

Accompagner les nouvelles enseignes dans la mise en place de leur projet : sites, recherches de financements, recrutements, etc.

Échéance : déjà engagé, à poursuivre en 2018

AXE n°5

Structurer l'offre nature et rurale selon la nouvelle tendance du « slow tourisme »

Inscrit dans l'évolution de nos modes de vie, l'émergence du « slow tourisme », qui constitue une forme de tourisme alternatif plus authentique et naturelle, axée autour de l'idée de prendre le temps de découvrir une destination au-delà du patrimoine culturel, est un enjeu pour le renouvellement de l'offre touristique. Les visiteurs aspirent à découvrir l'ambiance d'un territoire, à tisser un lien avec la population locale, à opter pour des moyens de transport moins polluants et à vivre de véritables expériences. La ville est un point de départ pour visiter la campagne. La nature est un atout touristique. Elle correspond à une forte demande des touristes en particulier des jeunes.

La nature est omniprésente dans l'Ouest francilien. Les départements des Yvelines et des Hauts-de-Seine comptent de nombreux espaces naturels remarquables. 60 % du territoire est constitué d'espaces agricoles et naturels soit environ un tiers des espaces naturels de la région. Nombre de ces espaces verts ou naturels sont associés à des patrimoines culturels : forêts domaniales ayant une dimension historique, parcs de châteaux ou de maisons d'hommes célèbres, berges de Seine ayant inspiré des artistes... Au-delà de la nature, les paysages de l'Ouest francilien constituent des décors mémorables pour des activités touristiques. On citera en particulier les grands paysages de la Vallée de la Seine et de la vallée de la Bièvre partagés par les deux départements.

Enfin, le territoire Hauts-de-Seine /Yvelines est traversé par de nombreux itinéraires locaux ou interrégionaux cyclables (Véloscénie, Avenue verte London-Paris, future Seine à vélo) et pédestres (GR 22, GR 2 et GR 1).

Objectif stratégique 1

Révéler l'offre nature et les loisirs de nature

Objectif opérationnel 1

Inciter au développement d'activités et d'événements dans les espaces naturels et les espaces verts, et les adapter à la demande touristique.

Échéance : à engager en 2018

Objectif opérationnel 2

Sensibiliser les responsables d'espaces verts à l'accueil des touristes et à la question de l'accessibilité universelle.

Échéance : à engager en 2018

Objectif opérationnel 3

Valoriser les paysages (belvédères, panoramas...) par de la signalétique et des outils numériques.

Échéance : à engager en 2019

Objectif opérationnel 4

Structurer l'offre d'itinérance douce (véloroutes, sentiers pédestres, randonnées urbaines...) depuis les cœurs urbains jusqu'aux espaces naturels péri-urbains en lien avec la découverte continue des patrimoines naturels et culturels.

Échéance : déjà engagé, à poursuivre

Objectif stratégique 2

Fédérer et valoriser les acteurs du « slow tourisme » existants et à venir

Objectif opérationnel 1

Organiser des « éductours » et concevoir des packages.

Échéance : à engager en 2019

Objectif opérationnel 2

Accompagner l'émergence de nouvelles formes d'hébergement saisonnières ou éphémères.

Échéance : à expérimenter en 2018

Objectif opérationnel 3

Encourager les circuits courts valorisant la nature et le paysage et dont les débouchés se concentrent sur des zones urbaines des Hauts-de-Seine et des Yvelines.

Échéance : déjà engagé, à renforcer en 2018

AXE n°6

Accompagner l'emploi dans le tourisme

Le tourisme est, au niveau national comme au niveau local, un secteur à fort potentiel d'emplois, emplois de surcroît souvent adaptés aux publics en insertion : l'hôtellerie-restauration, la sécurité, le tourisme fluvial et le tourisme d'affaires, le tourisme rural et le tourisme sportif. Cependant, on observe que les besoins du secteur touristique ne sont pas complètement pourvus. Un déséquilibre apparaît donc entre l'offre et la demande d'emplois.

Les Hauts-de-Seine ont choisi d'articuler la réflexion avec les attentes des acteurs du territoire identifiées dans le cadre du Pacte territorial d'insertion 2016-2020 ; les Yvelines s'appuient de leur côté sur le GIP Activity', délégataire de la politique d'insertion du Département, pour la définition et la mise en œuvre opérationnelle de cet axe.

Objectif stratégique

Rapprocher l'offre et la demande d'emploi dans le secteur touristique

Objectif opérationnel 1

Créer une « plateforme RH Tourisme », qui s'adresse aux entreprises du secteur et aux bénéficiaires du RSA, pour répondre aux besoins identifiés en main d'œuvre qualifiée sur les deux Départements, en favorisant la mise en relation entre l'offre et la demande.

Échéance : à engager en 2017

Objectif opérationnel 2

Faciliter l'accès à la formation et à la qualification des publics en insertion, en partenariat avec la Région Île-de-France, et développer des passerelles vers l'emploi en lien avec les OPCA et les organismes de formation.

Échéance : à engager en 2017

AXE n°7

Impliquer les habitants et les acteurs locaux dans le développement d'un tourisme collaboratif

Tournées vers le partage, la rencontre de l'autre et la découverte des territoires, les nouvelles pratiques collaboratives dans le domaine touristique connaissent une très forte croissance. Cette nouvelle manière de consommer séduit de plus en plus les voyageurs qui souhaitent vivre des expériences authentiques et personnalisées.

Ces nouvelles entreprises, souvent présentes sous la forme de plateformes numériques, ont bouleversé les habitudes des consommateurs. On peut trouver aujourd'hui le e-tourisme (tourisme et web), le m-tourisme (tourisme mobile via les smartphones ou les tablettes) et le tourisme social (utilisation des réseaux sociaux pour le tourisme).

Le tourisme collaboratif s'adresse principalement aux jeunes adultes et aux familles (hébergement en particulier). Il peut prendre des formes variées : hébergement alternatif, slow tourisme, co-vacances, tourisme participatif...

Objectif stratégique

Accompagner la structuration d'un tourisme collaboratif

Objectif opérationnel 1

Recenser les acteurs économiques locaux en mesure de proposer des offres touristiques innovantes et participatives.

Échéance : déjà engagé, à poursuivre

Objectif opérationnel 2

Concevoir une plateforme commune rendant visible l'offre collaborative des deux départements.

Échéance : 2018

AXE n°8

Promouvoir la nouvelle offre touristique de l'Ouest francilien

Une nouvelle destination touristique, structurée autour de nouveaux produits, émerge ainsi à l'ouest de Paris. Une telle stratégie, de structuration et de développement de l'offre, ne saurait être complète et efficace qu'accompagnée d'un plan de promotion.

Pour le faire connaître et permettre de générer des retombées économiques sur le territoire, il est nécessaire de le valoriser auprès des prescripteurs et des clientèles.

Objectif stratégique 1

Porter à la connaissance du marché la nouvelle offre touristique de l'Ouest francilien

Objectif opérationnel 1

Bâtir une stratégie d'influence auprès des prescripteurs : tours opérateurs, réceptifs, blogueurs, réseaux sociaux, etc.

Échéance : à engager en 2017

Objectif opérationnel 2

Mettre en adéquation la nouvelle offre et les clientèles et déterminer les marchés prioritaires avec Atout France.

Échéance : à engager en 2018

Objectif opérationnel 3

Établir un programme annuel d'actions de promotion avec Atout France et le Comité régional du tourisme.

Échéance : à engager en 2018

Objectif opérationnel 4

Accompagner l'émergence d'outils innovants de promotion, notamment par l'organisation d'un hackathon tourisme.

Échéance : hackathon déjà engagé sur 2017 dans les Hauts-de-Seine

Objectif stratégique 2

Accompagner la promotion des territoires et des sites

Objectif opérationnel 1

Créer un pass loisirs proposant des tarifs négociés et regroupant des sites touristiques des deux départements.

Échéance : 2018

Objectif opérationnel 2

Créer une vitrine web commune aux deux départements valorisant l'offre tourisme des territoires.

Échéance : 2018

La Gouvernance

Cette stratégie interdépartementale fera l'objet d'un point d'étape présenté en Assemblée interdépartementale en 2019.

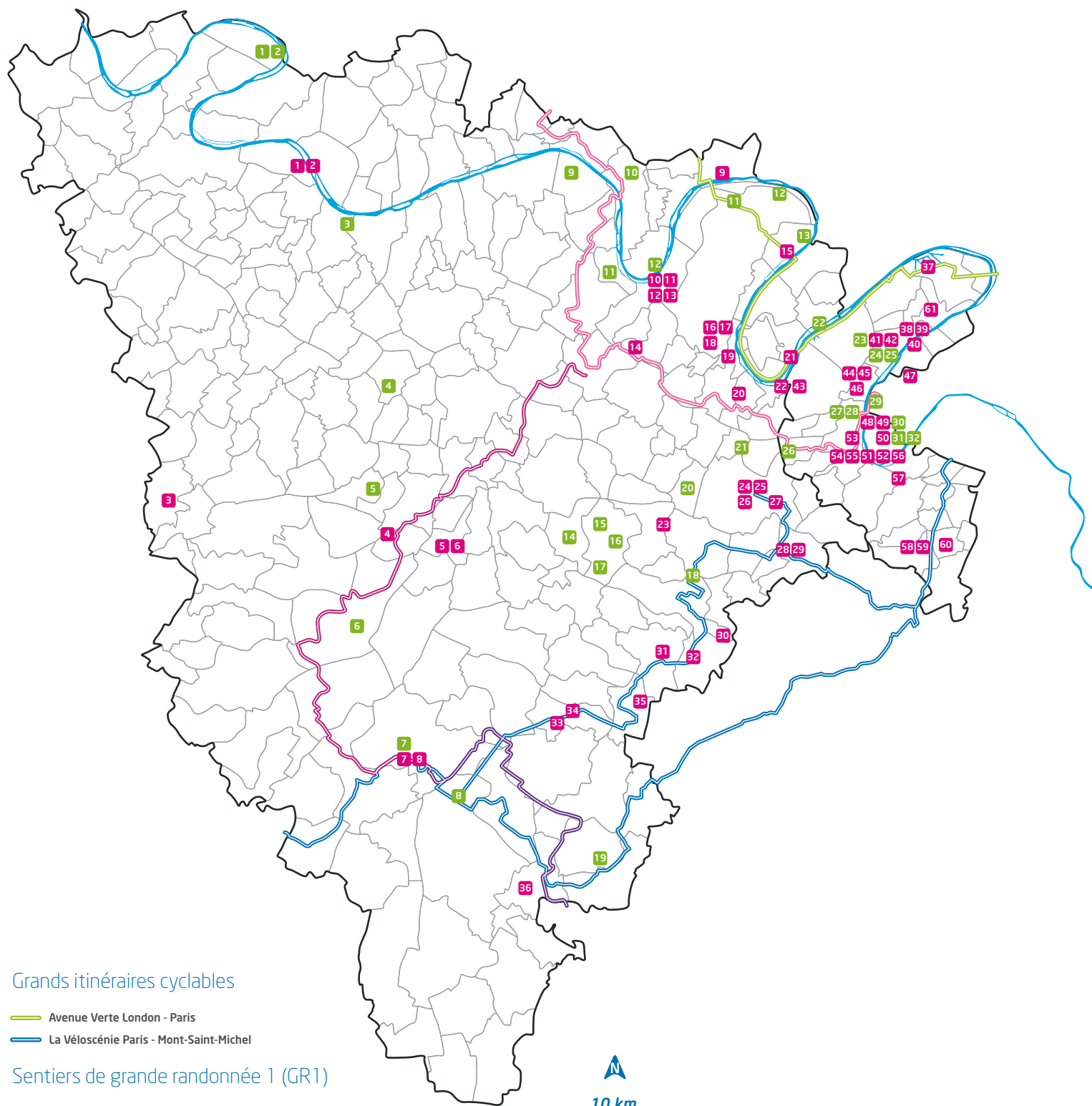
Pour la mise en œuvre de cette stratégie, trois niveaux de gouvernance seront mis en place :

- > la Commission Tourisme-Développement économique de l'EPI, qui veillera régulièrement au respect et à l'actualisation des orientations stratégiques du présent document,
- > un Comité consultatif des professionnels Hauts-de-Seine/Yvelines qui pourra se réunir annuellement en séance plénière et régulièrement en commissions thématiques,
- > un Comité technique réunissant la Mission tourisme du Département des Yvelines et l'Unité tourisme du Département des Hauts-de-Seine, pouvant être élargi à d'autres services départementaux selon les thématiques abordées et qui suivra au quotidien la mise en œuvre opérationnelle de la stratégie.

Par ailleurs, en tant que compétence partagée, le tourisme sur les territoires est présent à différentes échelles : la stratégie interdépartementale sera mise en œuvre sur les territoires en concertation avec les acteurs locaux et s'articulera donc avec le travail effectué aux niveaux régional (schéma régional de développement du tourisme et des loisirs en cours) et avec le bloc communal (comprenant les offices de tourisme).

Les deux Départements agiront ensemble dans la réalisation de ces objectifs opérationnels en mettant chacun en œuvre les moyens humains et financiers nécessaires pour y parvenir.

Sites d'intérêt touristique dans les Yvelines et les Hauts-de-Seine



Grands itinéraires cyclables

- Avenue Verte London - Paris
- La Véloscénie Paris - Mont-Saint-Michel

Sentiers de grande randonnée 1 (GR1)

- GR1 Porte-Maillot (Paris) - Nesles-la-Vallée (Val d'Oise)
- GR1 Rambouillet (Yvelines) - Feucherolles (Yvelines)
- GR1 Malesherbes (Loiret) - Rambouillet (Yvelines)

Types des lieux d'intérêt touristique

- Sites culturels ou historiques
- Sports et loisirs

Sites culturels ou historiques

- 1 Mantes-la-Jolie - *Collégiale Notre-Dame de Mantes-la-Jolie*
- 2 Mantes-la-Jolie - *Musée de l'Hôtel-Dieu*
- 3 Houdan - *Cité médiévale*
- 4 Montfort-l'Amaury - *Maison-Musée Maurice Ravel*
- 5 Bazoches-sur-Guyonne - *Maison Louis Carré - Alvar Aalto*
- 6 Bazoches-sur-Guyonne - *Maison de Jean Monnet*
- 7 Rambouillet - *Château et Domaine national de Rambouillet*
- 8 Rambouillet - *Musée Rambolitrain*
- 9 Conflans-Sainte-Honorine - *Capitale de la batellerie et des voies navigables - Musée*
- 10 Poissy - *Musée du Jouet*
- 11 Poissy - *Collégiale Notre-Dame de Poissy*
- 12 Poissy - *Villa Savoye Le Corbusier*
- 13 Poissy - *Distillerie du Noyau de Poissy*
- 14 Chambourcy - *Désert de Retz*
- 15 Maisons Laffitte - *Château de Maisons*
- 16 Saint-Germain-en-Laye - *Musée d'Archéologie nationale - Domaine de Saint-Germain-en-Laye*
- 17 Saint-Germain-en-Laye - *Maison Claude Debussy*
- 18 Saint-Germain-en-Laye - *Musée Maurice Denis*
- 19 Le Port Marly - *Château de Monte-Cristo - Maison Alexandre Dumas*
- 20 Louveciennes - *Musée Promenade de Marly-le-Roi*
- 21 Chatou - *Musée Fournaise - Ile des Impressionnistes*
- 22 Bougival - *Maison-Musée Ivan Tourguéniev*
- 23 Montigny-le Bretonneux - *Musée de la Ville*
- 24 Versailles - *Domaine national de Versailles et de Trianon*
- 25 Versailles - *Académie du Spectacle Equestre*
- 26 Versailles - *Potager du Roi*
- 27 Versailles - *Domaine de Madame Elisabeth*
- 28 Jouy-en-Josas - *Musée de la Toile de Jouy*
- 29 Jouy-en-Josas - *Maison Léon Blum*
- 30 Magny-les-Hameaux - *Domaine national de Port-Royal des Champs*
- 31 Chevreuse - *Château de la Madeleine - Maison du PNR de la Haute vallée de Chevreuse*
- 32 Saint-Rémy-lès-Chevreuse - *Maison-Musée Devos*
- 33 Cernay-la-Ville - *Abbaye des Vaux-de-Cernay*
- 34 Cernay-la-Ville - *Le petit moulin des Vaux-de-Cernay*
- 35 Choisel - *Château de Breteuil*
- 36 Saint-Arnoult-en-Yvelines - *Maison Elsa Triolet- Aragon*
- 37 Gennevilliers - *Port de Gennevilliers*
- 38 Courbevoie - *Pavillon des Indes*
- 39 Courbevoie - *Pavillons Suède / Norvège*
- 40 Neuilly-sur-Seine - *Ile de la Jatte*
- 41 Puteaux - *Grande Arche*
- 42 Puteaux - *La Défense Arc Collection*
- 43 Rueil-Malmaison - *Château de la Malmaison*
- 44 Suresnes - *Mont-Valérien*
- 45 Suresnes - *Cimetière américain*
- 46 Suresnes - *Musée d'histoire urbaine et sociale*
- 47 Paris XVI^e - *Fondation Louis Vuitton*

- 48 Boulogne-Billancourt - *Musée et jardins Albert-Kahn*
- 49 Boulogne-Billancourt - *Bibliothèque Marmottan*
- 50 Boulogne-Billancourt - *Musée des Années 30*
- 51 Boulogne-Billancourt - *La Seine musicale*
- 52 Boulogne-Billancourt - *Pavillon information Ile Seguin*
- 53 Saint-Cloud - *Domaine de Saint-Cloud*
- 54 Sèvres - *Maison des Jardies*
- 55 Sèvres - *Cité de la céramique*
- 56 Issy-les-Moulineaux - *Tour aux figures (Dubuffet)*
- 57 Meudon - *Musée Rodin*
- 58 Châtenay-Malabry - *Maison de Chateaubriand*
- 59 Châtenay-Malabry - *Arboretum de la Vallée aux Loups*
- 60 Sceaux - *Domaine de Sceaux*
- 61 Asnières-sur-Seine - *Cimetière des chiens ; Château*

Sports et loisirs

- 1 Moisson - *Golf des Boucles de Seine*
- 2 Moisson - *Ile de loisirs des Boucles de Seine*
- 3 Guerville - *Golf Blue Green de Guerville*
- 4 Thoiry - *Parc et Château de Thoiry*
- 5 La Queue-lez-Yvelines - *La serre aux papillons*
- 6 Les Bréviaires - *Base de loisirs des Etangs de Hollande*
- 7 Rambouillet - *Bergerie Nationale*
- 8 Sonchamp - *Espace Rambouillet*
- 9 Verneuil-sur-Seine - *Ile de Loisirs de Val de Seine*
- 10 Triel-sur-Seine - *Parc aux étoiles*
- 11 Villennes-sur-Seine - *Golf Blue Green de Villennes*
- 12 Carrières-sous-Poissy - *Parc du Peuple de l'Herbe*
- 13 Maisons-Laffitte - *Hippodrome de Maisons-Laffitte*
- 14 Elancourt - *France Miniature*
- 15 Trappes - *Ile de loisirs de Saint-Quentin-en-Yvelines*
- 16 Trappes - *Golf Blue Green de l'Ile de loisirs de Saint-Quentin-en-Yvelines*
- 17 Trappes - *Circuit JP Beltoise*
- 18 Guyancourt - *Golf national de Saint-Quentin-en-Yvelines*
- 19 Rochefort-en-Yvelines - *Golf de Rochefort*
- 20 Saint-Cyr-l'Ecole - *Ferme de Gally*
- 21 Rocquencourt - *Arboretum de Chèvreloup*
- 22 Chatou - *Golf de l'Ile Fleurie*
- 23 Nanterre - *U Arena*
- 24 Puteaux - *4 temps*
- 25 Puteaux - *CNIT*
- 26 Marnes-la-Coquette - *Haras de Jardy*
- 27 Saint-Cloud - *Golf de Paris*
- 28 Saint-Cloud - *Hippodrome de Saint-Cloud*
- 29 Paris XVI^e - *Hippodrome de Longchamp*
- 30 Paris XVI^e - *Hippodrome d'Auteuil*
- 31 Paris XVI^e - *Stade Jean Bouin*
- 32 Paris XVI^e - *Parc des Princes*

Chiffres clés tourisme Hauts-de-Seine

Le tourisme un moteur pour l'activité économique

11 % des entreprises liées au tourisme

de la région Île-de-France sont situées dans les Hauts-de-Seine

10 831 entreprises, réparties dans 28 domaines d'activité

dont 2 426 créées au cours de l'année écoulée (12 % des créations franciliennes)

173 établissements hôteliers

bonne représentation des 4 et 5 étoiles

478 établissements

proposant d'autres modes d'hébergement

4 479 lieux de restauration

2 845 en restauration traditionnelle, dont 3 étoilés

49 589 emplois

répartis dans ces 10 831 entreprises, dont une forte proportion d'entreprises individuelles ;
335 créations d'emploi au cours de l'année écoulée

Les clientèles touristiques

Compte tenu de la surreprésentation des clientèles affaires, drainées notamment par le quartier de **La Défense**, on constate une nette majorité **de cadres, de professions libérales et professions intellectuelles supérieures** (53,5 %, toutes activités touristiques confondues).

Forte proportion de voyageurs seuls (46,6 % contre 37,3 % pour l'ensemble de la région), du fait de la prévalence de l'activité tourisme d'affaires :

- > **44 ans** en moyenne contre 42 au niveau régional
- > **4 061 520 touristes** sur le territoire alto-séquanais, soit 8,7% de l'activité régionale
- > Durée moyenne du séjour : **3,6 nuits**
- > **87 % de clientèle d'origine communautaire** (80 %) pour la Région Île-de-France
- > **71 % de clientèle française** (58,5 % au niveau régional)
- > Le taux de repeaters est de **88,6%** (80 % au niveau régional)

L'offre hôtelière **Taux d'occupation : 69,2 %**

28 428 lits

2 hôtels 5 étoiles

535 chambres*****

33 hôtels 4 étoiles

5 195 chambres****

68 hôtels 3 étoiles

4 967 chambres***

39 hôtels 2 étoiles

2 313 chambres**

7 hôtels 1 étoile

556 chambres*

24 non classés

668 chambres

Les principaux sites touristiques

La Défense avec la Grande Arche et **La Défense Art Collection**

La Seine Musicale, Boulogne-Billancourt

Musée départemental Albert-Kahn, Boulogne-Billancourt

Domaine national de la Malmaison, Rueil-Malmaison

Domaine départemental de la Vallée-aux-Loups - Maison de Chateaubriand, Châtenay-Malabry

Cité de la céramique

Musée du Domaine départemental de Sceaux

Musée et parcours des Années 30

Domaine national de Saint-Cloud

Arboretum départemental de la Vallée-aux-Loups

Mémorial du Mont Valérien : 19 019

Golf et Hippodrome de Saint-Cloud

U Arena Nanterre-La Défense

La Seine

axe de développement touristique

Le port de Gennevilliers

Second port fluvial européen pour le trafic de marchandises, de plus en plus mis en tourisme (visites guidées, etc...).

Axe Seine

Vecteur de nouveaux produits touristiques et de nouvelles activités.

39 km linéaires de Seine

La Seine borde 17 des 36 communes du département, 3 ports fluviaux, plusieurs escales en projet.

45 % du territoire constitué d'espaces naturels

Chiffres clés tourisme Yvelines

Le tourisme un moteur pour l'activité économique

30 500 emplois

touristiques

2 929 entreprises touristiques

dans 27 domaines d'activités

269 restaurants

référéncés dont 151 gastronomiques et 6 étoilés

Les clientèles touristiques

Surreprésentation des **clientèles affaires** (79 % des nuitées totales en Yvelines).

Forte proportion de voyageurs seuls (37,5 % contre 37,3 % pour l'ensemble de la région), du fait de la prévalence de l'**activité tourisme d'affaires**

- > **44 ans** en moyenne contre 42 au niveau régional
- > **9,4 millions de visiteurs** sur le territoire yvelinois dans les **50 principaux sites** et 2,9 millions de séjours (6,1% des séjours franciliens)
- > Durée moyenne du séjour : **3,6 nuits**
- > **81%** de clientèle française (58,5 % au niveau régional)
- > Le taux de repeaters est de **91,7%** (80 % au niveau régional)

Hébergement

154 hôtels et résidences hôtelières

dont 60 % font partie d'une chaîne

20 422 lits touristiques

2,55 M nuitées, 1,51 M séjours, 8,6 % des séjours en IDF

173 gîtes et chambres d'hôtes labellisés

814 lits touristiques

9,31 nuits par séjour, 64,09 % de taux d'occupation, clientèle d'ouvriers en priorité

17 campings

7 548 lits touristiques

79 lieux de séminaire

et 280 salles de réunion, environ 1 client sur 2 vient pour affaires

Sites touristiques

34 monuments historiques

42 musées et maisons d'hommes célèbres

13 parcs à thème et de loisirs

880 espaces verts à visiter dont 2 parcs naturels régionaux

26 golfs ouverts au grand public

81 centres équestres

50 fermes pédagogiques et producteurs locaux

300 circuits de randonnée et balade dont 3 véloroutes nationales

La Seine

axe de développement touristique

Axe Seine

Vecteur de nouveaux produits touristiques et de nouvelles activités.

4 ports fluviaux

Plus de 500 escales.

105 km linéaires de Seine

Traversant 50 communes.





Yvelines • Hauts-de-Seine

www.epi78-92.fr