

Essonne

LE DÉPARTEMENT

— TERRE D'AVENIRS —



Développement du tourisme en Essonne

Schéma 2018-2021

SOMMAIRE

L'Essonne touristique en chiffres	4
Portrait du tourisme essonnien	6
La stratégie touristique	10
Les trois objectifs du plan tourisme	13
Le plan d'actions	14
Les dispositifs d'aides du Département	22

ÉDITO

Territoire aux atouts patrimoniaux culturels et naturels, l'Essonne souhaite attirer les visiteurs à la découverte de son offre touristique variée, mais encore confidentielle. Afin de le rendre visible aux yeux de tous, le tourisme essonnien doit s'organiser.

Avec sa stratégie touristique, le Département engage un plan d'actions autour de quatre axes : la structuration et la densification ; l'organisation de l'accueil ; l'adaptation du marketing, et enfin l'animation et la fédération des acteurs.

Pour répondre à ces ambitions, le Département déploie trois dispositifs en fonctionnement et en investissement à destination des collectivités, des associations et des particuliers.

Le Département affirme ainsi sa mobilisation auprès de tous les partenaires touristiques de l'Essonne dans la valorisation du territoire.



© Lionel Antoni

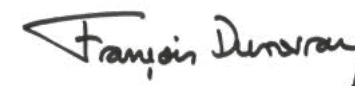


Aurélie Gros

Vice-présidente déléguée
à la culture, au tourisme
et à l'action extérieure



© Antoine Marcussot



François Durovray

Président du Département
de l'Essonne

L'ESSONNE TOURISTIQUE

EN CHIFFRES

Fréquentation

1,7 million de séjours pour **5,4 millions** de nuitées en 2017.

1 million de visiteurs au sein des sites et équipements touristiques.

Des sites **culturels et de loisirs** qui concentrent l'essentiel de la fréquentation.

Hébergement

L'hôtellerie représente près de 2 millions de nuitées dont près de 65 % pour des séjours d'affaires.

120 Hébergements labellisés Gîtes de France

92 Hôtels

12 Résidences de tourisme

15 Campings



Satisfaction

Près de **94 %** des touristes sont satisfaits de leur séjour.

83 % d'entre eux souhaitent revenir d'ici 1 à 2 ans.



Économie

7 200* entreprises et **24 000**** emplois dans les activités liées au tourisme notamment dans les transports, l'hébergement et la restauration.



PORTRAIT DU TOURISME

ESSONNIEN

Une offre touristique diversifiée

Une offre culturelle et patrimoniale variée (parcs et jardins, châteaux et domaines, des Musées de France et maisons d'Illustres) et plusieurs événements rayonnant à une échelle régionale voire nationale (Meeting aérien, Fêtes des Plantes, etc.).



©Moise Fournier

Festival RencART 2018



©Henri Perrot

Maison-atelier Foujita,
Villiers-le-Bâcle ©Fondation Foujita,
ADAGP, 2019

Des loisirs attractifs

Une offre de loisirs structurante notamment via les deux îles de loisirs. Une offre d'activités de pleine nature et d'itinérance, principalement concentrée dans le sud du département. Les produits du terroir et d'artisanat sont de qualité avec quelques originalités (culture du cresson, menthe poivrée, miel, etc.).

Base de loisirs d'Étampes



©Alexis Hamichard



Séminaire au Domaine
départemental de Montauger

L'offre "affaires" se concentre dans le nord urbanisé du territoire. Si elle est déjà bien implantée, elle représente un potentiel de développement au regard des nouveaux projets économiques et urbains dans le nord de l'Essonne, en particulier sur le plateau de Saclay. Le sud du territoire propose en complément des lieux de séminaire qualitatifs dans des sites d'exception.



L'offre d'hébergement se caractérise par des établissements hôteliers principalement de milieu de gamme. En complément, le territoire propose des hébergements de plein air dense et homogène, et des hébergements ruraux qualitatifs.



Une fréquentation principalement locale : le tourisme de proximité

Trois principales clientèles en Essonne :

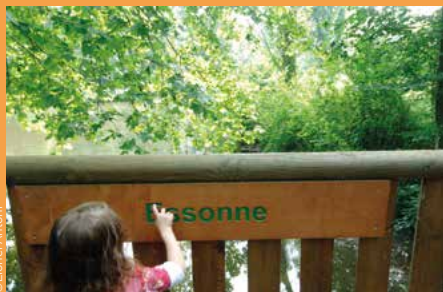
Les résidents qui représentent 60 % de la fréquentation des sites touristiques.
Les touristes d'affaires concentrés dans le nord du département.
Les "séjournants", principalement pour raisons familiales ou amicales.

Un déficit d'image : l'Essonne génère peu de flux touristiques malgré son potentiel

Ce déficit d'image s'explique principalement par un contexte francilien hyperconcurrentiel, une accessibilité en transport en commun très contrainte dans le sud du département et une faible mise en réseau des offres.

LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

Les choix du Département : des profils ciblés



© Lionel Antoni

Les Essonniens

- ◆ Premiers visiteurs de sites touristiques et de loisirs.
- ◆ Accueillent famille et amis lors de leurs séjours dans la région.
- ◆ Premiers relais de l'information touristique.



© Gettyimages

Les Franciliens

- ◆ Besoin de courts séjours de "mise au vert" pour respirer hors des zones très urbanisées.
- ◆ Attente : offre touristique, de loisirs et d'hébergements hautement qualitative et originale.



© Gettyimages

Les professionnels en déplacement

- ◆ Besoin de trouver sur place une offre de services de qualité dans l'hébergement.
- ◆ Attente : restauration et activités annexes de loisirs tout au long du séjour professionnel.

Des thématiques prioritaires

Nature

Itinérance douce, villégiature, sports de nature, hébergement rural, terroir.

Culture

Impressionnisme, villes médiévales, châteaux, parcs & jardins.

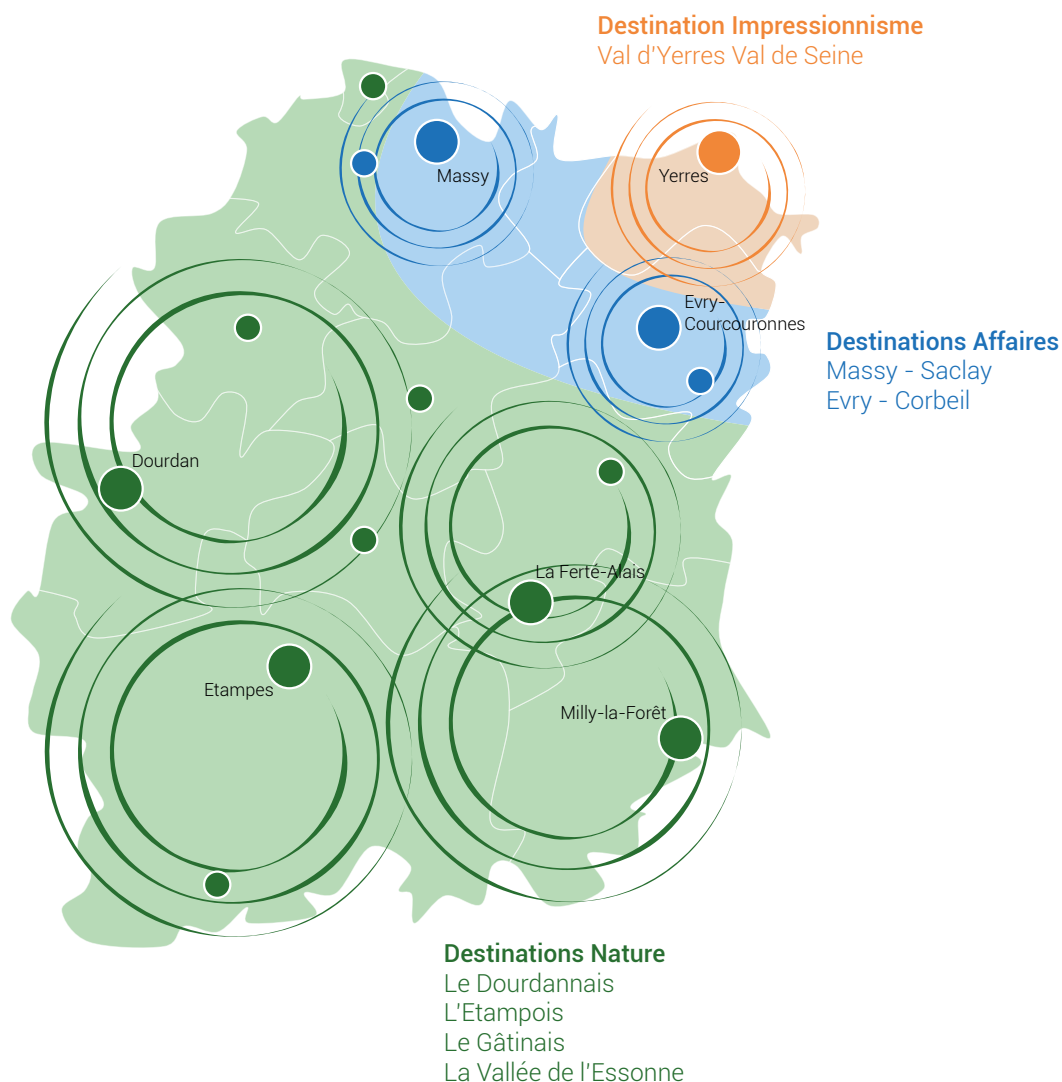
Affaires

Patrimoine scientifique, incentive, découverte économique.



Des destinations

Le Département organise son action autour de destinations touristiques cohérentes au regard des potentiels propres à chaque partie de l'Essonne et des thématiques prioritaires.



LES TROIS OBJECTIFS DU PLAN TOURISME

1 Développer des offres attractives à destination des 3 cibles identifiées.

- > Développer les consommations des flux d'agrément existants par un travail sur les sites culturels, naturels et de loisirs et la mobilisation des habitants comme prescripteurs et consommateurs.
- > Créer des offres innovantes et attractives de "court séjour nature" à destination des Franciliens.
- > Renforcer l'offre et les services de tourisme d'affaires afin d'améliorer l'attractivité des équipements et de diffuser les retombées économiques.
- > Accompagner les porteurs de projets pour faire émerger des offres attractives auprès des clientèles cibles.

2 Accompagner les territoires dans le développement de leur attractivité et compétitivité touristiques

- > Développer les outils d'observation des publics de manière à adapter les offres.
- > Améliorer l'information, la signalétique et les services à destination des publics cibles.
- > Renforcer les actions de promotion et de communication commune.

3 Améliorer le travail partenarial entre les acteurs

- > Mettre en réseau les professionnels du territoire et favoriser les transversalités thématiques pour encourager la création de produits touristiques.
- > Développer des partenariats et s'inscrire dans les réseaux supra-territoriaux pour renforcer la visibilité et l'attractivité de l'offre.

LE PLAN D' ACTIONS

AXE A STRUCTURER ET DENSIFIER L'OFFRE TOURISTIQUE

AXE B ORGANISER L'ACCUEIL SUR LES TERRITOIRES ET VALORISER LE CADRE DE VIE

AXE C ADAPTER LE MARKETING TOURISTIQUE

AXE D ANIMER LE TERRITOIRE ET FÉDÉRER LES ACTEURS

AXE A STRUCTURER ET DENSIFIER L'OFFRE TOURISTIQUE

Action A.1. Accompagner la structuration des destinations.

Constat

L'Essonne est un territoire hétérogène sur le plan touristique : elle accueille une offre fortement urbaine et d'affaires au nord, au sud, une offre davantage axée sur le tourisme de nature, la randonnée, les produits du terroir et le patrimoine.

La stratégie touristique départementale identifie ainsi trois destinations touristiquement homogènes : il s'agit de territoires cohérents pour leur gisement touristique, pertinents par rapport à la consommation des clientèles touristiques et logiques en termes de projet et de collaboration des collectivités territoriales.

Actions

- > Accompagner les destinations essonniennes à la formalisation de stratégies touristiques puis à leur mise en œuvre.
- > Organiser et animer le réseau des destinations essonniennes.

Action A.2. Qualifier et développer l'offre d'hébergement touristique.

Constat

Si l'offre d'hébergement est bien diversifiée et bien présente sur le territoire, elle est cependant peu originale et qualifiée. Il est ici essentiel de constituer une offre d'hébergement de qualité, dans chaque niveau de gamme,

originale et visible, facteurs d'attractivité pour les destinations et permettant de cibler les clientèles franciliennes.

Actions

- > Accompagner les hébergeurs dans les démarches de montée en gamme et de diversification.
- > Soutenir les initiatives novatrices en matière d'hébergement touristique.

Action A.3. Qualifier et développer l'offre de découverte touristique, culturelle et de loisirs.

Constat

Le développement d'une offre d'activités touristiques et de loisirs est un des enjeux forts de la stratégie du Département. En effet, L'Essonne se caractérise notamment par l'absence d'offre structurante, en comparaison à d'autres départements d'Île-de-France. Le Département doit donc pouvoir accompagner les porteurs de projet dans l'émergence de nouvelles propositions afin que le visiteur dispose d'une densité et d'une diversité d'activités lui permettant de consommer davantage sur le territoire et dans la durée.

Actions

- > Favoriser l'émergence de projets innovants dans les secteurs de la culture et des loisirs.
- > Accompagner les territoires et les opérateurs dans le développement et le suivi de leur projet.

AXE B ORGANISER L'ACCUEIL SUR LES TERRITOIRES ET VALORISER LE CADRE DE VIE

Action B.1. Améliorer l'accueil et la diffusion de l'information sur le territoire.

Constat

La diffusion de la bonne information aux touristes est primordiale pour réussir la "mise en tourisme" des territoires. Dans cette logique, et comme tout acteur de l'écosystème touristique, les offices de tourisme doivent s'adapter aux évolutions en cours : nouveaux outils, nouvelles attentes des clientèles.

Actions

- Renforcer la mise en réseau des lieux d'accueil et d'information sur le territoire de l'Essonne.
- Améliorer l'accueil physique et numérique sur les territoires.

Action B.2. Formaliser une charte de bonne conduite sur la qualité des paysages urbains, des cadres de vie.

Constat

La mise en valeur visuelle d'une destination dans chacune de ses composantes est une préoccupation centrale pour développer l'attractivité

et la satisfaction de la population touristique ou résidente. Il convient de mettre à la disposition des touristes un environnement global de qualité qui bénéficiera également à la population résidente.

Actions

- Améliorer l'environnement urbain au bénéfice à la fois des résidents et des clientèles touristiques.
- Valoriser les identités paysagères et urbaines du territoire.

Action B.3. Qualifier l'accueil, l'information et la médiation technologiques.

Constat

La révolution numérique bouleverse depuis plusieurs années l'ensemble des secteurs de l'économie mondiale, le tourisme en particulier. L'utilisation aujourd'hui massive d'internet et des smartphones, l'accès direct à toute l'information, la comparaison entre les destinations sont autant de facteurs modifiant les comportements des touristes avant, pendant et après leur séjour.

Actions

- Accompagner la transformation numérique du territoire et de ses acteurs.
- Optimiser la visibilité numérique des destinations essonniennes.

Action B.4. Améliorer la signalétique des offres touristiques.

Constat

Si l'offre touristique existe, se développe, se structure, les cibles de clientèles (résidents, les résidents secondaires et a fortiori les touristes) doivent en être informées et orientées pour y accéder.

La signalétique est un enjeu majeur dans la mise en tourisme d'une destination, qu'il s'agisse de signalisation directionnelle, informative, explicative.

Actions

- Renforcer la visibilité de l'ensemble de l'offre touristique depuis les principaux axes de circulation.
- Développer une signalétique d'acheminement vers les offres touristiques du territoire.

Action B.5. Valoriser les productions locales, les produits du terroir et les savoir-faire essonniens.

Constat

Les valeurs d'authenticité, de terroir, de partage et d'échange s'inscrivent résolument dans les grandes tendances constatées en matière de consommation touristique, en complément d'une offre de tourisme de nature. Si l'offre de produits du terroir existe actuellement, les efforts pour structurer et développer la filière doivent être soutenus.

Actions

- Qualifier et développer l'offre de visite chez les producteurs locaux.
- Promouvoir l'offre en produits du terroir identitaire.

AXE C ADAPTER LE MARKETING TOURISTIQUE

Action C.1. Renforcer l'observation touristique.

Constat

Les ressources dédiées à l'observation touristique sont aujourd'hui minimales, à la fois au CDT comme dans les offices de tourisme. Sans pour autant mettre en œuvre un système d'observation touristique surdimensionné, il convient, en partenariat avec les offices de tourisme et les dispositifs régionaux, d'améliorer et de systématiser l'activité d'observation.

Actions

- Développer une observation touristique, réactive et adaptée aux besoins des territoires et des acteurs touristiques essonniers.
- Mobiliser l'observatoire régional.

Action C.2. Accompagner la promotion et la commercialisation des destinations.

Constat

L'émergence de destinations nouvelles, avec leur positionnement et leur identité propres, ne sera effective que si elles parviennent à exister sur la carte touristique régionale.

Chaque destination doit se positionner au sein de l'identité départementale (marque ombrelle "Essonne, Terre d'avenirs"), et développer et faire connaître sa propre marque, son identité touristique.

Actions

- Porter des actions de promotion de produits touristiques.
- Démarcher les entreprises du département pour la promotion de la destination Évry - Saclay.
- Apporter une assistance aux offices de tourisme sur leurs actions de promotion.
- Structurer la politique de commercialisation réactivée par le Département.

Action C.3. S'inscrire et travailler dans les réseaux supra-territoriaux.

Constat

La volonté politique régionale comme les moyens dédiés à la mise en réseau des acteurs institutionnels et privés du tourisme, au travers des contrats de destination, comme au travers des parcours touristiques, sont autant d'opportunités dans lesquelles il est essentiel de s'inscrire activement.

Actions

- Identifier les initiatives les plus pertinentes à l'échelle régionale.
- Participer systématiquement aux démarches de concertation régionales relatives aux contrats de destinations, aux parcours touristiques.
- Démarcher directement les réseaux constitués.

Domaine départemental de Montauger



AXE D ANIMER LE TERRITOIRE ET FÉDÉRER LES ACTEURS

Action D.1. Créer un club "Fan d'Essonne".

Constat

L'accueil est le fondement de l'activité touristique. L'implication ou la sensibilisation de la population résidente et commerçante comme des professionnels du tourisme devient de plus en plus un rouage essentiel de la mise en tourisme durable des territoires. Les initiatives se multiplient pour faire des habitants les premiers visiteurs de leur territoire, les premiers prescripteurs auprès de leur entourage en relayant les messages départementaux des destinations.

Actions

- Créer le dispositif "Fan d'Essonne".
- Animer le réseau et communiquer régulièrement.

Action D.2. Organiser la prise en compte transversale du tourisme.

Constat

Le tourisme est par essence une activité transversale qui dépend très fortement des politiques des transports, économique, sociale ou environnementale.

Actions

- Développer des pratiques d'échanges

et de sensibilisation au tourisme en interne au Département.

- Mobiliser les élus dans l'appréhension de la place réelle du tourisme dans l'économie départementale.

Action D.3. Animer les différentes filières du territoire.

Constat

Qu'il s'agisse du tourisme d'affaires, de découverte économique, du tourisme vert / rural, d'itinérance, des produits du terroir, d'événementiel, de patrimoine, de culture ou encore d'hébergement touristique et de restauration, l'attractivité de l'Essonne s'appuie sur une diversité de filières représentant des enjeux pour le positionnement de chaque destination.

Actions

- Organiser des réseaux thématiques d'acteurs par filière.
- Identifier un acteur "tête de réseau" et l'accompagner dans l'animation de la filière.

Actions D.4. Faire évoluer les compétences au sein du CDT.

Constat

La stratégie détaillée ci-dessus définit le cadre de l'action du CDT pour les 4 années à venir. La mise en œuvre de ce programme d'actions définit de nouvelles missions pour le CDT et de fait nécessite de nouvelles ressources et de nouvelles compétences orientées vers des missions : d'ingénierie touristique, d'observation et d'analyse de l'activité touristique, d'accompagnement

des collectivités en matière de transformation digitale et plus traditionnellement des missions de promotion, de communication et de commercialisation.

Actions

- Définir et mettre en place un plan de formation du personnel pour l'acquisition des compétences nécessaires à ces nouvelles missions.
- Créer une équipe axée sur l'ingénierie touristique.
- Communiquer et informer les partenaires territoriaux.

Domaine départemental de Méréville



LES DISPOSITIFS D'AIDES DU DÉPARTEMENT

Pour répondre aux ambitions portées par le nouveau schéma, le Département déploie 3 dispositifs de soutien et d'accompagnement auprès des divers acteurs touristiques :

AIDES ET DISPOSITIFS DU DÉPARTEMENT DE L'ESSONNE	BÉNÉFICIAIRES
Soutien à l'élaboration des stratégies et plans d'actions touristiques des territoires intercommunaux	> EPCI uniquement
Appel à projets pour soutenir la qualification et la structuration de l'offre touristique	> Collectivités territoriales (Communes et EPCI) > Associations loi 1901 > Établissements publics > Fondations > Personnes physiques
Soutien financier à la création ou la rénovation d'hébergements touristiques	> Collectivités territoriales (Communes et EPCI) > Associations loi 1901 > Établissements publics > Fondations > Personnes physiques

Dossiers téléchargeables sur essonne.fr.



Département de l'Essonne
Délégation tourisme
Boulevard de France
Évry-Courcouronnes
91012 Évry Cedex
essonne.fr
Courriel : cpuvot@cd-essonne.fr

Comité départemental
du Tourisme de l'Essonne
19 rue des Mazières
91000 Évry-Courcouronnes
www.tourisme-essonne.com
Tél. 01 64 97 36 91



— TERRE D'AVENIRS —

