

Un potentiel touristique à développer

Avant de se lancer dans un quatrième plan quinquennal de développement touristique, le Comité départemental a voulu étudier la fréquentation touristique dans l'Essonne.

Premières conclusions et perspectives.

Le comité départemental du tourisme (Cdt) et le Conseil général de l'Essonne ont organisé un séminaire, à l'aéroport d'Orly, jeudi dernier, pour la mise en œuvre du schéma de développement du tourisme dans l'Essonne. Ce quatrième plan quinquennal, pour la période 2005-2010, s'appuie notamment sur une étude de la clientèle touristique, réalisée par un cabinet conseil. Pour l'année 2003, plus de 873 000 touristes ont fréquenté un lieu de l'Essonne (base de loisirs, château, musée...) 39 sites sont régulièrement visités et 16 d'entre eux totalisent 90% des visiteurs. Le domaine de Chamarande arrive largement en tête, talonné de près par les deux bases de loisirs du 91 : le Port-aux-cerises à Draveil et la Base de loisirs d'Etampes.

« 45% des visiteurs sont des Essonnais », indique Béatrice Royaux, directrice d'études transport-tourisme pour le cabinet conseil GMV. Près de 40% des personnes affluent de l'ensemble de l'Île-de-France, 12% du reste du pays. Enfin 3% de cette clientèle est étrangère.

LES ESSONNIENS FIDÈLES AU DÉPARTEMENT

Près de deux millions de nuitées à l'hôtel sont vendues chaque année, dont 800 000 pour le grand public. Le reste concerne une clientèle d'affaires. D'ailleurs, la fréquentation à l'année reste sensiblement la même. Durant les mois d'été, la fréquentation des hôtels reste stable car le nombre de touristes augmente. En hiver,



Le château de Chamarande, avec 200 000 visiteurs en 2003, est le lieu le plus fréquenté dans le département. (Archives photo Le Rép.)

ce sont les hommes d'affaires qui forment le gros de la clientèle. L'Essonne est divisée en quatre mini-régions diversement visitées. Le premier pôle est constitué par le sud du département, avec le Gâtinais et la présence d'une partie du parc régional. 350 000 à 400 000 visiteurs arpentent tous les ans Milly-la-Forêt, Chamarande, Cerny... Soit 42,5% des visiteurs. L'Hurepoix se classe en deuxième position (Dourdan, Courson, Saint-Jean-de-Beauregard...), avec plus de 27% de la fréquentation totale. On retrouve ensuite la Brie, avec Draveil, sa base de Loisirs, la forêt de Sénart ainsi qu'Étiolles, avec 18,5% de fréquentation. La Beauce (Étampes, Méréville...), avec plus de 11%, arrive à la quatrième place.

Châteaux, domaines et jardins attirent toujours le public. Et ce malgré leur faible notoriété par rapport aux "stars" que sont les châteaux de Versailles ou de Fontainebleau. Les deux bases de loisirs arrivent ensuite dans le classement. Enfin, le tourisme culturel, avec notamment les musées, tire son épingle du jeu avec une moyenne de 150 à 200 000 visiteurs par an. Les événements ponctuels (festivals, fêtes...) mobilisent près du cinquième du nombre total de visiteurs.

« La grande majorité des Essonnais connaît bien le département et y reste fidèle. Les habitants organisent d'ailleurs 80% de leurs balades dans l'Essonne », explique Béatrice Royaux. La cherté de certains sites revient d'ailleurs assez souvent dans leurs réclamations (Une personne sur deux interrogées). Ils fréquentent de manière égale les différents sites, que cela soit dans le sud ou le nord. « Ils montrent également un réel attachement à l'Essonne, constate quelque peu étonnée, la directrice d'Étude. Les termes de diversité, de mixité reviennent extrêmement souvent. Le côté banlieue, couplé avec une partie nature, (entre la forêt de Sénart et le Sud de l'Essonne) provoque beaucoup de contrastes considérés comme un élément positif. » Les différents lieux de cultes notamment à Evry accueillant à la fois une cathédrale, une mosquée du temple bouddhiste, est considérée comme une vraie richesse, un patrimoine. « La lecture du territoire est réellement vue de manière positive », ajoute l'experte.

LES ESPACES NATURELS PLÉBISCITÉS

La clientèle provenant du reste de l'Île-de-France est en moyenne assez aisée (cadres supérieurs). Elle apprécie notamment le château de Courson-Monteloup et la Journée des plantes. « Cette clientèle est fidèle et se déplace principalement lors d'événements précis. Elle se rend dans l'Essonne en moyenne quatre fois par an », précise Béatrice Royaux. Ces visiteurs

perçoivent le département comme un endroit dominé par le "vert" avec un patrimoine naturel important, des châteaux, des moulins, notamment autour de Milly-la-Forêt, un lieu souvent cité par les personnes sondées.

Quant à la clientèle nationale, elle se déplace dans l'Essonne pour deux raisons principales. Beaucoup de personnes montent dans la région simplement pour voir de la famille. Ils en profitent pour visiter la capitale, puis découvrent dans un deuxième temps le département. Ils ont en majorité plus de la cinquantaine. Beaucoup sont des employés. Certains choisissent de se loger à l'hôtel dans l'Essonne, moins onéreux qu'à la capitale, pour ensuite se rendre tous les jours à Paris. Les étrangers, généralement assez aisés financièrement, très peu nombreux, viennent pour assister à des événements culturels ou pour couler quelques jours tranquilles dans une maison d'hôtes.

Pour mettre en place les conditions d'un réel développement du tourisme en Essonne, plusieurs lignes directrices ressortent de l'étude. « Il faut fidéliser les Essonnais qui accueillent des visiteurs chez eux. Le bouche-à-oreille marche bien », résume Béatrice Royaux. Tout comme il faut fidéliser la clientèle francilienne en tablant, entre autres, sur l'image d'Épinal d'une Essonne verte, proche de la nature ! « Plus l'on s'éloigne du département et plus l'image des problèmes de cités, avec des quartiers comme les Tarterêts ou la Grande Borne colle à l'Essonne. » Autre point faible : le département ne possède pas de monuments d'envergure internationale comme le château de Versailles. Pour le comité départemental de tourisme, le plus compliqué reste à venir : prendre les prochaines orientations pour attirer le plus de monde possible et satisfaire ainsi aux demandes des professionnels comme les offices de tourisme, chambres d'hôtes, hôtellerie... Place à l'imagination !

Sylvain Deleuze

Des emplois à la clé

Ce quatrième plan quinquennal succédera au troisième qui avait été mis en place en juin 2001. Quatre axes majeurs en constituaient sa colonne vertébrale : le développement du tourisme vert, le tourisme d'affaires, le tourisme culturel et urbain et enfin, le tourisme d'entreprise, scientifique et technique. « Nous avons un réel potentiel, mais il nous faut trouver notre originalité », déclare Patrice Sac, vice-président du Conseil général chargé de la culture et du tourisme. L'ensemble des objectifs de ce 3^e plan semble avoir été réalisé dans les grandes lignes, même si aucun bilan n'est venu le confirmer ou l'infirmer. Suite à ce bilan, un cabinet d'expert étudiera les diverses pistes à développer en priorité pour optimiser les résultats. Une évaluation du poids économique et des emplois notamment, ainsi qu'un diagnostic quantitatif et qualitatif du tourisme seront effectués. De nombreux emplois dans la culture, la préservation des espaces verts, de la restauration, de l'hôtellerie... sont en jeu.



Les touristes, notamment ceux provenant d'Île-de-France, se déplacent lors des événements spécifiques. Ici, pour la fête médiévale autour du château de Dourdan.