

La magie de Paris n'est pas éternelle

L'Ile-de-France reste la première région touristique du monde. Mais pour combien de temps encore ? Des éléments laissent entrevoir un lent déclin de la force d'attraction exercée par Paris sur les voyageurs du monde entier. A moins que ce ne soit le fait d'autres capitales emblématiques qui commencent à éclipser progressivement "la ville Lumière". L'année dernière, le tourisme aurait connu une croissance de 4% au niveau européen, mais elle était nulle pour Paris et sa région. Car les attentes des touristes évoluent. Et il convient de les anticiper. Afin de dresser un état des lieux, le Comité régional du tourisme (CRT) a fait réaliser une grande enquête filmée sur les forces et faiblesses de la destination Paris Ile-de-France. Près de 200 personnes aux profils très variés ont été sondées à cette occasion, du directeur d'hôtel de luxe parisien au chauffeur de taxi, en passant bien sûr par les touristes étrangers eux-mêmes. Riche en enseignements, ce film d'une vingtaine de minutes a été présenté aux acteurs du tourisme esson-

nien, mercredi 22 février à la Chambre de commerce et d'industrie (CCI).

« Pour moi, Paris c'est la Tour Eiffel, la ville de la mode et des parfums, l'ambiance d'Amélie Poulain... ». Cette étudiante étrangère semble toujours sous le charme des clichés parisiens. On pourrait d'ailleurs y ajouter les paillettes de Pigalle et du Moulin rouge. Reste que le point de vue de cette étudiante reflète assez bien ce que recherchent les touristes lorsqu'ils viennent pour la première fois à Paris. Mais pour les faire revenir, cela ne suffit pas toujours. A moins, bien sûr, qu'ils souhaitent parcourir en long, en large et en travers tous les musées de la capitale.

PARIS, VILLE MUSÉE

Naturellement, lorsqu'on évoque la destination Paris Ile-de-France, inutile d'espérer voir citer les charmes de la région parisienne. A la limite, comme l'explique le directeur de l'hôtel Georges V, « quand je pense à Paris, c'est aussi Versailles et Eurodisney. » « Je ne dirais pas que Paris est une ville musée, mais

bon... », hésite pour sa part la directrice du Nouveau Casino, lieu de fête connu des noctambules de la rue Oberkampf, dans le XI^e arrondissement. Le rédacteur en chef du Guide du routard, lui, n'y va pas par quatre chemins : « Paris est une ville un peu triste, assez conservatrice, notamment en ce qui concerne sa vie nocturne, elle est même assez policière. » Prenant comme contre-exemples des villes comme Barcelone ou Berlin réputées festives.

Vus de la province, ce n'est pas nouveau, les Parisiens ont souvent la réputation de "faire la gueule". Cette présidente d'une agence de tourisme allemande va même jusqu'à trouver les Parisiens « un peu arrogants. » Une façon de dire aussi qu'il faudrait arrêter de prendre les touristes pour des... touristes, et soigner un peu l'accueil. En plus, comme en a fait les frais ce touriste japonais qui garde le sourire à l'écran, « à Paris, on ne parle que français, si bien que lorsque j'ai demandé mon chemin pour aller dans un musée, je me suis retrouvé à la Défense. »

O. Fermé



L'illumination réussie de la Tour Eiffel pourrait cacher une féerie sur le déclin.

Paris doit établir des ponts vers l'Ile-de-France

« Quand je vais aux Etats-Unis et que je dis que notre hôtel est situé en Ile-de-France, on me demande si nous sommes sur une île. J'ai alors un peu de mal à leur expliquer », confie Christophe Naudin à l'issue de la projection du film sur les forces et faiblesses de la destination Paris Ile-de-France. Les propos du responsable des ventes du domaine de Belesbat, le seul hôtel 4 étoiles de l'Essonne, traduisent bien le fort déficit de la région parisienne en termes d'image. Au-delà du problème de lisibilité, il faut sans doute y voir aussi quelques raisons d'espérer. Cela signifie que le potentiel de l'Essonne, et a fortiori de ses voisins, est encore loin d'être pleinement exploité. L'Ile-de-France peut apporter ce nouveau souffle dont Paris a besoin pour ses touristes. « Pendant longtemps, ça a marché tout seul », reconnaît Henriette Zoughebi, présidente du Comité régional du tourisme (CRT). Désormais, la question est de savoir comment convaincre les touristes de faire un crochet par la banlieue. D'autant que, pour les étrangers en particulier, la durée moyenne des séjours reste assez courte. L'offre touristique en Ile-de-France interviendrait donc davantage pour fidéliser une clientèle d'habités, en lui proposant toujours quelque chose de nouveau. « Même les Parisiens ne connaissent pas l'Ile-de-France, s'emporte Patrick Pattyn, directeur du

VVF de Dourdan, qui a l'habitude d'accueillir des hommes d'affaires. Quand mes clients viennent, ils me disent souvent qu'ils ne pensaient pas que c'était aussi joli à à peine 50 km de Paris. » Il y a donc sans doute une carte à jouer en proposant des excursions à la journée (voire avec une nuit sur place) à la découverte du charme des petits villages franciliens. Pour un premier contact avec les campagnes françaises, inutile en effet de partir au fin fond de la Creuse, est-on tenté de dire. Et puis, après s'être bien fatigués à sillonner Paris, entre foule et pollution, nos touristes n'apprécieraient-ils pas un bon bol d'air frais ? La solution d'offres "packagées" apparaît comme la meilleure. Avec, au détour, la visite d'un site touristique essonnien ou une activité de loisir en plein air. « On est sur un secteur hyper concurrentiel », prévient Patrice Sac, le président du Comité départemental du tourisme (CDT) de l'Essonne. Il faut parfois savoir se fixer des objectifs raisonnables en fonction de la clientèle. » Une façon de dire qu'on ne pourra pas non plus "tribaler" des cars entiers de Japonais sur tous les sites du département. Il faudra faire des choix.

VERS UNE OFFRE PLUS PROFESSIONNELLE

Pour Hélène Fustier, propriétaire du domaine de Courson, « la solution passe aussi par la création de grands événements », à l'image de ses



De nombreux acteurs du tourisme en Essonne étaient présents, le 22 février à la CCI, pour la présentation d'une grande enquête filmée sur les forces et faiblesses de la destination Paris Ile-de-France. Tous ont été unanimes sur la nécessité d'ouvrir le tourisme parisien sur les charmes de sa région.

Journées des plantes qui attirent les visiteurs par milliers. La cible visée n'est alors plus uniquement celle des étrangers. Pour attirer les touristes parisiens, il faut déjà acquérir une notoriété au niveau local. Enfin, comme l'a relevé Henriette Zoughebi, « l'amour du terri-

toire et l'envie de le promouvoir ne suffisent plus, le professionnalisme est l'un des grands chantiers pour notre région. » La qualité de l'accueil étant le meilleur moyen pour fidéliser une clientèle.

Olivier Fermé