

7 conditions pour relancer l'activité touristique de la destination Paris Île-de-France



Le tourisme, une filière économique vitale pour l'Île-de-France...

Leader sur le tourisme d'agrément*

50 millions de **touristes / an**

- 22 millions d'étrangers
- 9,6 millions hors espace Schengen

110 000 entreprises franciliennes et
400 000 salariés

21,7 milliards € de
consommation touristique / an
(deux tiers par la clientèle internationale) :

- hébergement : 9,3 Mds €
- restauration : 5,5 Mds €
- shopping : 3,3 Mds €
- loisirs : 2 Mds €

Leader mondial dans le tourisme d'affaires**

450 salons par an

- 5 milliards € de retombées économiques
- 110 000 entreprises exposantes réalisant 22 milliards € de CA (contrats signés)

1 200 congrès

- 237 congrès internationaux (1^{ère} ville au classement ICCA***)
- 1,3 milliard € de retombées économiques



➤ **En 6 mois, la région capitale aura perdu 14,3 millions de touristes représentant 6,3 milliards € de consommation** en moins. Au final 750 millions € de consommation touristique manqueront chaque mois tant que les frontières externes de l'espace Schengen seront fermées.

Sources

* Comité Régional du Tourisme IDF

** CCI Paris IDF

*** International Congress and Convention Association



Un secteur profondément touché et une reprise durablement menacée

A Paris et en Île-de-France, les répercussions de la crise sanitaire sont multiples et diverses pour le tourisme et le commerce, comme pour d'autres activités qui dépendent de la fréquentation touristique, qu'elle soit de loisirs ou d'affaires : hôtellerie, restauration/traiteurs, commerces, grands magasins, détaxe, sites culturels, parcs d'attraction, spectacles, transports...

Une reprise en demi-teinte pour le commerce

Depuis le déconfinement, la reprise économique des acteurs du tourisme n'est globalement pas au rendez-vous. Même si les commerces, cafés, hôtels et restaurants de la petite et la grande couronne ont retrouvé des chiffres de fréquentation encourageants, les inquiétudes persistent. A Paris et notamment dans l'hyper centre, le taux d'occupation des hôtels est de 32 % soit 56 points de moins par rapport à l'été 2019 tandis que les hôtels de luxe majoritairement fermés durant l'été, rouvrent avec un taux d'occupation de 12 % pour le moment.

Pour l'heure, la situation reste préoccupante, **les professionnels continuent à faire face à des coûts fixes (loyer commercial, contrats d'entretien, maintenance, énergie...)**. D'une manière générale, un très faible pourcentage de propriétaires a consenti des baisses ou des annulations de loyers pour les commerçants (seulement 16 % dans l'hôtellerie) alors que Paris est la ville où les loyers y sont les plus élevés.

Une reprise incertaine des congrès et salons

Les perspectives pour le tourisme d'affaires sont alarmantes : **200 salons et 450 congrès (1/3 du total annuel) ont été annulés ou reportés**. De nombreux grands événements d'affaires (Maison & Objet, SIAL...) ont dû renoncer à leur édition prévue au dernier trimestre 2020, ce qui génère des conséquences en cascade pour tout l'écosystème de l'événementiel (organisateur de stand, agences, traiteurs, prestataires...).

En dépit de la mobilisation des professionnels du tourisme d'affaires pour organiser des événements de façon sécurisée (gestion des flux de participants, mesures de distanciation, développement de format hybride phigital...), il reste de **lourdes interrogations sur les conditions de reprise d'activité (jauge de 5 000...)**. Les conséquences pour la filière de l'événementiel pourraient être catastrophiques.

Un bouleversement des usages

C'est un fait acté, cette période inédite a eu des conséquences sur les comportements : **intensification du télétravail, réduction drastique des déplacements professionnels**, réticences à sortir et même à franchir les frontières pour les vacances afin de privilégier sa sécurité. Autant de nouveaux usages qui s'ajoutent au fait que, le samedi, autrefois meilleur jour de la semaine est désormais "boudé" car les différentes manifestations des deux dernières années ont dissuadé la clientèle de se déplacer dans l'hyper centre sans compter les **difficultés de circulation**.

Une mobilisation intense des professionnels, acteurs de leur rebond

Face à ce constat de reprise dégradée, les professionnels restent mobilisés et solidaires pour offrir et promouvoir des formules attractives et susciter la confiance du client : **protocoles sanitaires, campagnes promotionnelles, ventes à emporter, click&collect...** Du côté des fournisseurs, de nombreux efforts ont été réalisés pour soulager la filière : allongement des délais de paiement, appui technique, distribution de présentoirs, signalétiques "Stop trottoir"... A cela s'ajoute un soutien massif du gouvernement via le plan de relance dynamique en faveur du tourisme.

Malgré ces efforts, **de nombreux acteurs sont en sursis, ouvrent à perte** et de nombreuses faillites sont à redouter dès la rentrée : 10 à 15 % des cafetiers pourraient ne pas reprendre leur activité...

Pour engager la relance du secteur touristique dans son ensemble et préserver la place de leader de la destination, il est primordial que tout l'écosystème -Etat, Région, fédérations, réseaux consulaires, opérateurs touristiques- agisse ensemble vite et fort.

Sur la base des premiers résultats économiques et du caractère durable de la crise, la CCI Paris Ile-de-France appelle à la mise en place d'un plan de relance renforcé du tourisme à travers sept mesures.



Les 7 conditions d'une relance efficace et durable

1 Confirmer la pérennisation de l'accompagnement des professionnels du tourisme et du commerce jusqu'à l'été 2021

- **Prolonger les dispositifs d'aides mis en place en 2020** (fonds de solidarité, PGE, allègements fiscaux, bail commercial...) au regard des prévisions de retour des clientèles européennes et internationales
- **Inciter les maires d'Ile-de-France à proroger les mesures d'extension des terrasses** comme cela vient d'être effectué à Paris
- **Faire de la destination Paris Ile-de-France une place de référence sur le plan sanitaire** et le mettre en exergue sur les communications type label "destination safe" : multiplication des espaces publics de nettoyage des mains, installation de nouvelles sanisettes dans les lieux très fréquentés, propreté et sécurité des transports publics ...



2 Instaurer un plan "Urgence Tourisme" pour les crises sanitaires et économiques de grande ampleur

- **Définir des process immédiatement déclenchables tels que :**
 - les différentes crises et périmètres d'activités concernés
 - les dispositifs d'aides et acteurs à mobiliser (Région, CRT, OTCP, CCI, CMA, Atout France, ADP, IDFM)
 - les clauses d'assurances "pandémie, émeutes..." à activer dans les 48h et les délais de mise en place pour compenser pertes d'exploitation et charges du loyer commercial
 - les protocoles permettant une continuité de l'activité économique
 - le dispositif de solidarité "alerte pandémie/émeutes/attentats" visant à simplifier l'accès aux aides d'urgence et accélérer les délais d'obtention.



3 Promouvoir pour les 3 années à venir le tourisme local via un plan de communication collectif (État, collectivités territoriales, fédérations professionnelles et réseaux consulaires...)

- **Multiplier les partenariats** (hôtellerie/commerce local visant à promouvoir les offres de proximité (pass, chèques cadeaux) et parcours expérientiels). Dupliquer les expériences réussies des territoires via des contrats fédérant l'ensemble des acteurs publics et privés autour de la filière touristique
- **Faciliter la mise en réseau des commerces** dont l'activité est axée sur le "fabriqué" à Paris ou en Région Ile-de-France
- **Établir une cellule de veille des fleurons menacés** du tourisme d'Ile-de-France, en lien avec le réseau consulaire, afin d'identifier les situations de défaillance d'entreprises et les modalités d'accompagnement nécessaires (menaces sur les grands événements tels que congrès et salons, musées privés, Les Puces...).



4 Accélérer le virage numérique de la filière tourisme en augmentant le montant des aides et dispositifs d'accompagnement des TPE / PME

- **Intensifier les formations aux nouveaux usages** quelles que soient les générations d'entrepreneurs : réservation en ligne, menu sur smartphones, vente à distance, paiement sans contact, envoi de ticket de caisse par mail...
- **Accompagner les professionnels de l'événementiel** dans le développement de plateformes digitales permettant la continuité de l'activité grâce au format hybride "phygital" des salons, congrès et événements d'entreprises.

4

5 Instaurer un suivi régional des plans sanitaires par les acteurs du tourisme, les collectivités locales et le réseau consulaire

- **Mettre en place un comité d'échanges départemental bimensuel entre les communes d'Ile-de-France** en matière sanitaire pour évaluer la maîtrise de la situation et les bonnes pratiques : recensement des verbalisations, difficultés pour les professionnels à maintenir les mesures barrière, compréhension des mesures réglementaires, organisation des marchés, événements locaux ...



6 Organiser collectivement la reconquête des clientèles internationales dans un contexte post-covid

- **Adapter l'offre aux nouveaux modes de consommation touristique** : déplacements en train favorisés, repositionnement de l'offre parisienne en attirant les clientèles européennes et nationales sur différents formats de séjours
- **Renforcer la promotion auprès des clientèles internationales stratégiques** en anticipant la réouverture des lignes aériennes (État, ADP, CCI, CMA...). Au-delà de la reprise du trafic, il s'agira de travailler sur la dimension psychologique (perception du risque, sentiment d'insécurité...) que symbolise désormais le voyage pour les différents types de clientèles internationales.

6

7 Créer un fonds visant à soutenir les entreprises françaises dans la participation aux rencontres d'affaires

- **Prévoir des dispositifs d'accompagnement des TPE et petites PME pour participer aux salons et rencontres professionnelles en Île-de-France** : un fonds débloqué par l'Etat et la Région permettrait de prendre en charge, sous conditions, une partie des frais de participation de PME et doubler la déductibilité fiscale pour l'ensemble des dépenses et investissements réalisés par les entreprises recourant à des projets événementiels (participation aux salons, prestations liées, sponsoring, etc.).

7



Pôle des politiques territoriales et régionales

27 avenue de Friedland
75382 Paris cedex 08

www.cci-paris-idf.fr

Élus rapporteurs

Nadia AYADI - Nicholas MOUFFLET

Rédacteurs

Céline DELACROIX - Aurélien NEFF - Emmanuel RODIER

Directeur de la publication

Stéphane FRATACCI

Directrice de la rédaction

France MOROT VIDELAINE



Suivez-nous sur Twitter : @CCIParisIdf_Vox