Le 10 juin 2021

Communiqué de presse
Tourisme et commerce en Ile-de-France
Comment réussir la reconquête des clientèles ?

A l'heure où de nouvelles mesures anti-coronavirus sont levées, réouverture des salles de restaurants et des bars, jauges augmentées pour les cinémas et musées, ouverture des parcs d'attraction, la CCI Paris Ile-de-France appelle à moderniser l'accueil touristique pour reconquérir les clientèles.

Mobilisés depuis plusieurs semaines pour la réouverture de leurs établissements avec leurs fournisseurs comme avec leurs équipes, les professionnels sont heureux d'accueillir à nouveau leur clientèle et d'apporter le savoir-faire et le dynamisme qui font leur renommée.

Malgré ces signaux positifs, les perspectives de reprise de l'activité sont progressives et des zones d'ombre persistent sur les modalités de redémarrage qui s'étalent sur les prochaines semaines. Les effets économiques des confinements successifs ont fragilisé la filière touristique. En 2020, les commerces d'Ile-de-France ont perdu 15 milliards d'euros de recettes dont 11,5 milliards dus à l'absence des touristes internationaux. « *Dans cette période transitoire, l'offre touristique fait face à plusieurs défis et doit dès maintenant s'adapter, se renouveler voire se réinventer »,* souligne Didier Kling, Président de la CCI Paris Ile-de-France. « *La crise sanitaire va rebattre les cartes de l'attractivité touristique et il faut se tenir prêt à faire face à la concurrence des places européennes et internationales. »*

Demain, Paris Ile-de-France devra répondre aux nouvelles priorités des clientèles connectées qui aspirent à fréquenter des lieux qui se réinventent : "sens de l'accueil et du service", "destination *safe* et *secure*", "innovation", "shopping expérientiel".

Pour y parvenir, la CCIR demande la mise en place de mesures immédiates. Concrètement, il s'agit de :

- faire savoir qu'il est possible d'être accueilli dans sa langue et selon ses spécificités culturelles (badge, panonceau, outils digitaux de traduction, avis en ligne) ;
- offrir une billettique simple et lisible (pass unique) et systématiser les informations sur l'accessibilité ;
- mettre en place une signalétique claire d'orientation à travers les villes (codes couleurs standards, logotype) compréhensible, toutes nationalités confondues ;
- multiplier sanisettes et points d'eau : la crise sanitaire augmente les exigences sur l'hygiène, élément déterminant de l'e-reputation de la destination ;
- offrir des services pratiques et innovants apportant confort et gain de temps : points de consignes et conciergeries dans les grandes artères commerçantes, moyens de paiement adaptés à la culture digitale (Wechat, Alipay...), Wi-Fi public ;

- promouvoir des parcours touristiques pour répartir les flux notamment en petite et grande couronne (offre packagée, châteaux franciliens, patrimoine industriel, fabrication artisanale) ;
- développer une stratégie de marketing territorial par la création d'une plateforme numérique dédiée au tourisme.

Mais pour que ces différentes actions puissent être rapidement déployées, il est indispensable de mobiliser tout l'écosystème - Etat, Région, Ville de Paris, fédérations, institutionnels, opérateurs. Pour y parvenir, la CCI Paris Ile-de-France est pleinement engagée pour donner l'impulsion et comme le rappelle Didier Kling, "*N'oublions pas que le tourisme francilien représente 22 milliards d'euros de consommation et fait vivre 110 000 entreprises et 400 000 salariés*".

Relations presse
Isabelle de Battisti - 01 55 65 70 65 - idebattisti@cci-paris-idf.fr
Chambre de commerce et d'industrie de région Paris Ile-de-France
27 avenue de Friedland - 75382 Paris cedex 08 - Espace presse