



CONSEIL de DEVELOPPEMENT

Avis

suite à la saisine
du Président de
l'agglomération
Paris-Saclay au sujet
de la **stratégie de
développement
touristique**

Mars 2023

PARIS ●
SACLAY
Communauté d'agglomération

1 Contexte de la saisine du Conseil de développement sur la stratégie de développement touristique



1.1 La saisine du Président

Conformément à la loi NOTRe, la Communauté d'agglomération a été dotée de la compétence Tourisme et a créé en 2017, un office de tourisme intercommunal associatif.

Si cette première étape a permis de poser les bases d'une action dans le domaine du tourisme, la Communauté d'agglomération souhaite aujourd'hui ré-évaluer son potentiel et ses ambitions en matière de développement touristique.

C'est dans ce cadre que la stratégie de développement touristique a été lancée et le cabinet EGIS-VOLTERE a été missionné pour accompagner la Communauté d'agglomération dans sa mise en œuvre.

La concertation et l'association de tous les acteurs du territoire et de la filière tourisme est une clé de la réussite de cette stratégie. Soucieux donc de fédérer tous les acteurs communautaires autour de ce sujet majeur pour le territoire, il est essentiel que le Conseil de Développement contribue à la définition de celui-ci et puisse rendre un avis formalisé.

« Le tourisme est un enjeu majeur pour le territoire de l'agglomération Paris-Saclay et une filière économique clé »

→ Pour rappel l'étude de stratégie et de développement touristique s'articule autour de 3 phases et suit la méthodologie suivante :

- Audit des atouts, des faiblesses et du potentiel touristique de la destination Paris-Saclay (analyse SWOT)
- Proposition et accompagnement à l'élaboration de la stratégie de développement touristique
- Définition d'un plan d'actions opérationnel (2022-2027) en lien avec la stratégie touristique définie

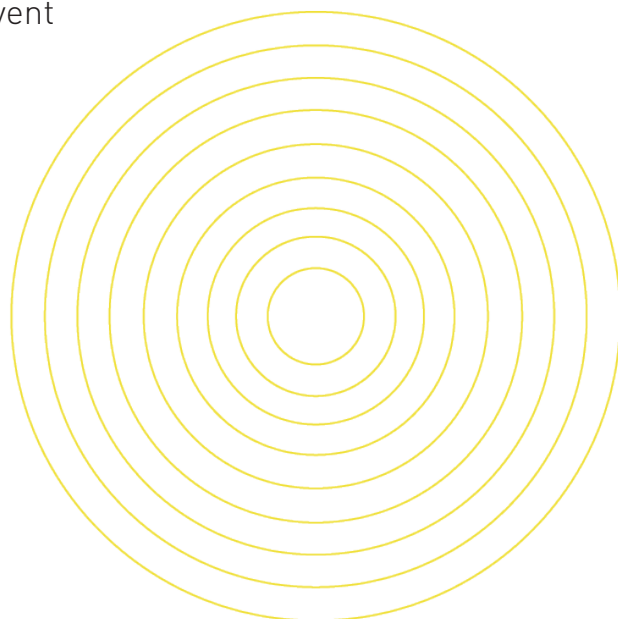
Ainsi, dans sa présentation faite en séance, M. DURAND, directeur d'étude au sein du groupe EGIS-VOLTERE est revenu sur les différentes étapes de l'étude, le diagnostic et les premières orientations stratégiques.

La saisine et l'avis du CODEV sont basés sur les phases 1 (diagnostic) et 2 (stratégie et plan d'actions associé). La phase 3 relative à l'organisation de la destination, la gouvernance et les statuts de l'office de tourisme n'ont donc pas été intégrés aux travaux.

1.2 Les remarques des membres du CODEV préalable à l'avis

Les membres ont rappelé que toutes les actions touristiques qui seront mises en place doivent être le reflet de l'ADN du territoire et de sa spécificité scientifique.

En effet, le territoire n'a pas vocation à développer une offre touristique et culturelle telle « qu'Eurodisney ou Marque Avenue » mais bien une programmation et des projets tournés vers l'avenir à la fois en termes d'innovation et en termes d'enjeux climatiques, répondant aux besoins des populations et des visiteurs.



1.3 Le diagnostic et les orientations stratégiques retenues présentés par le cabinet EGIS VOLTERE : synthèse et échanges

Contexte et objectif de l'étude

Un essor économique fort du territoire

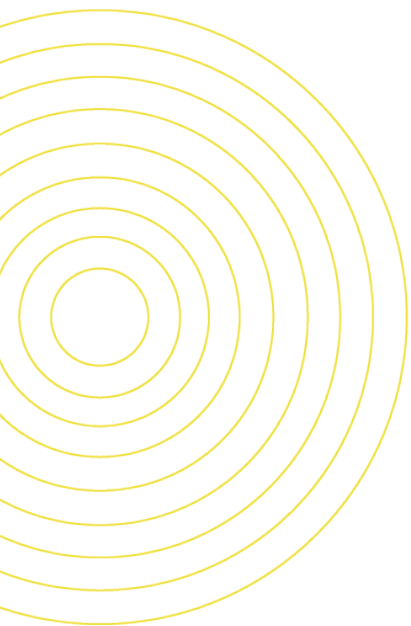
qui se structure notamment autour du développement du cluster et qui a vocation à faire de la marque Paris-Saclay une référence internationale dans les milieux économiques et académiques.

Une activité touristique atypique

Un territoire qui ne constitue pas une destination touristique au sens propre du terme... mais fait l'objet de différents flux (tourisme d'affaires, excursionnistes, étudiants, résidents...)

Objectif : réévaluer le potentiel et les ambitions possibles en matière d'activité touristique :

- Développer un tourisme en support de l'activité académique et économique
- Innover dans le positionnement, la notion de destination, le développement d'offres ou d'activités de loisirs, l'événementiel...
- Faire du tourisme, indépendamment des sujets de visite ou de séjour, un élément spécifique de l'ambiance de la Communauté d'agglomération Paris-Saclay.
- Travailler avec l'ensemble des partenaires, projets et initiatives territoriales



Le diagnostic

⇒ Une destination atypique au regard du tourisme «classique» (patrimoine, loisirs...)

- L'offre culturelle et patrimoniale est relativement limitée, notamment par rapport à toute l'offre autour de Paris
- Des flux divers liés à des motivations multiples

⇒ Un territoire qui est complexe à appréhender

- Entre vallées et plateaux, villes et pôles urbains, hyper modernité et espaces nature...
- Un côtoiement de lieux différents

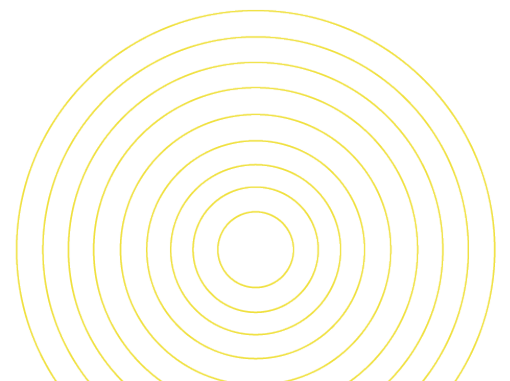
⇒ Des offres loisirs, sport, culture... nombreuses mais peu visibles avec un rayonnement majoritairement local

⇒ Une agglomération de 300 000 habitants avec des enjeux d'équipement et d'attractivité

- Un niveau d'équipement faible en offre de loisirs marchande (par exemple : loisirs aquatiques, bien-être...) ou de lieux d'animation et de vie

⇒ Le cluster et son pôle de recherche, universitaire et économique comme marqueur et moteur de dynamisme

- Une actualité d'ouverture et d'évènements
- Un potentiel de clientèles considérables
- Des besoins spécifiques : services, loisirs...
- Un décalage entre le cluster et le reste du territoire



⇒ Des atouts naturels forts à mieux exploiter

- Des espaces, des circuits d'itinérance, des fermes... : des atouts à mettre à profit pour le tourisme de proximité

⇒ Une offre culturelle limitée qui reste à développer

- Un tourisme aujourd'hui porté par une thématique, le tourisme d'affaire

⇒ Quelques atouts patrimoniaux mais qui ne constituent pas une offre différenciante

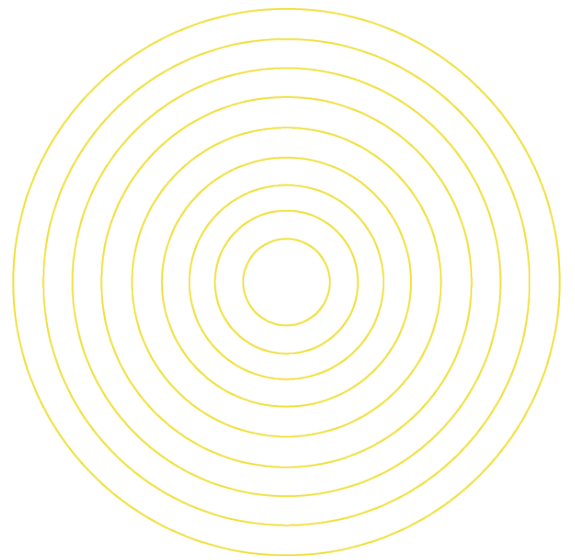
⇒ Des filières avec un potentiel touristique intéressant

- Le tourisme industriel/scientifique
- Le patrimoine naturel (Bois, Forêts, rigoles,...)
- L'itinérance (chemin de Compostelle, randonnées,...)
- L'évènementiel
- La filière sports (CNR Marcoussis et grands évènements,...)
- Les loisirs et la culture (Théâtre, Pompidou,...)

⇒ Une offre d'hébergements qui reflète l'activité économique du territoire

- Des hôtels et résidences de grande capacité qui se concentrent sur les pôles urbains
- Une faible capacité hôtelière autour du cluster
- Une absence de l'hôtellerie de plein air et d'auberges de jeunesse ; un manque d'aires de stationnement pour les camping-cars et peu d'offres innovantes/insolites

L'ambition touristique de l'agglomération Paris-Saclay



- Une ambition marketing : être reconnu comme destination sur la base du positionnement choisi (en cohérence avec la stratégie de marque Paris-Saclay), à la fois innovation/scientifique, et en pointe sur l'ambition écologique et climatique,
- Une ambition économique : développer des flux touristiques
- Et de fait une ambition territoriale et identitaire pour mobiliser les acteurs et les territoires autour de cette ambition globale
- Une ambition et un positionnement à faire vivre autour de trois segments/filières prioritaires :



**tourisme
scientifique et
technique**



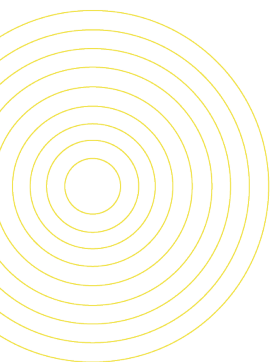
**tourisme
d'affaires**

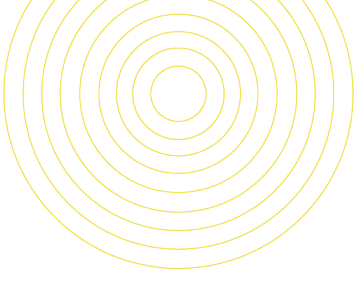


**tourisme
de nature**

Et en complément, le segment loisirs à développer.

« L'enjeu pour le territoire Paris-Saclay, faire du tourisme une fonction au service de son attractivité et de la qualité de vie »





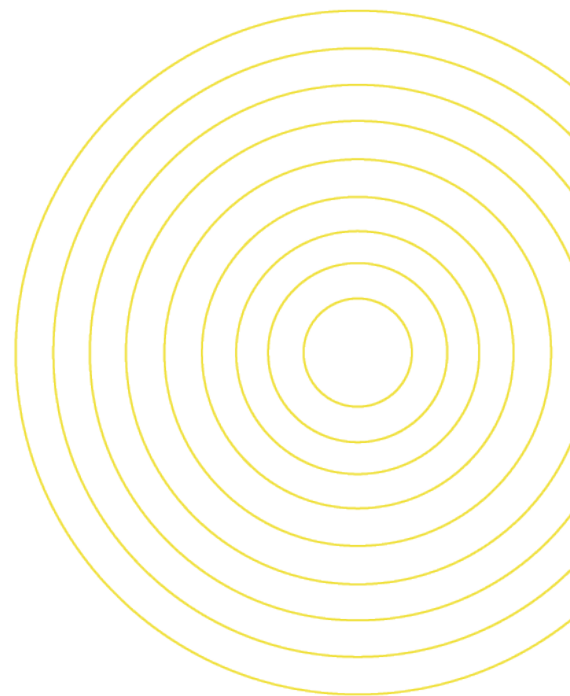
Les orientations stratégiques

Développer ces 3 filières fortes de Paris-Saclay avec
2 chantiers de mise en œuvre :



mise en oeuvre :
**développement
de projets**

mise en oeuvre :
**management de la
destination**





Échanges et questions/réponses avec les membres du CODEV

Q Le tourisme vert doit aussi être pensé comme durable, tout comme les offres de tourisme scientifiques et d'affaires, qui doivent tendre vers plus de sobriété et porter une ambition forte sur ce sujet, en lien avec notre PCAET. Le tourisme vert doit aussi être plus présent dans la stratégie et le plan d'actions associé

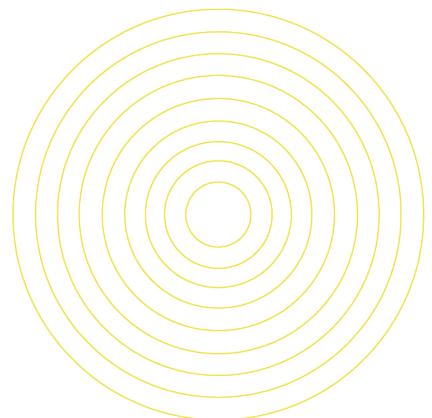
R *La stratégie intègre bien les deux composantes du tourisme vert et durable et une attention particulière sera apportée à bien l'indiquer dans chaque communication, document de travail.*

Par ailleurs, il n'y a pas de hiérarchie entre les 3 composantes thématiques (affaire, vert et durable, scientifique et technique). Chacune d'elle renferme une part de réponse en termes d'accueil des visiteurs, gestion des flux et offre de services associée.

Q Quelles sont les liens avec les projets menés par les communes ou les associations présentes sur le territoire et travaillant sur ce sujet ? Comment sont-ils intégrés aux travaux de l'agglomération ?

R *La stratégie touristique est conçue comme la plupart des politiques communautaires (PCAET, schéma directeur cyclable,...) : en concertation avec les villes et en intégrant dans le plan d'actions les projets et initiatives locales. Le plan d'actions proposé in fine sera celui d'un collectif. C'est pour cela également que dès la phase 2 les acteurs du territoire (dont le CODEV) mais aussi les professionnels du tourisme ont été associés aux ateliers de travail sur l'élaboration des axes stratégiques.*

Il s'agit aussi de trouver une cohérence, un fil rouge qui vienne renforcer l'image Paris-Saclay.



Q Les transports doivent être à la hauteur des politiques menées par le territoire. Cela vaut pour le tourisme également.

R *Une attention toute particulière est apportée par les élus et le Président de l'agglomération à la problématique des transports sur le territoire.*

Q Le tourisme est une filière économique, il y a donc des retombées économiques pour le territoire et la stratégie mise en place doit en permettre un accroissement.

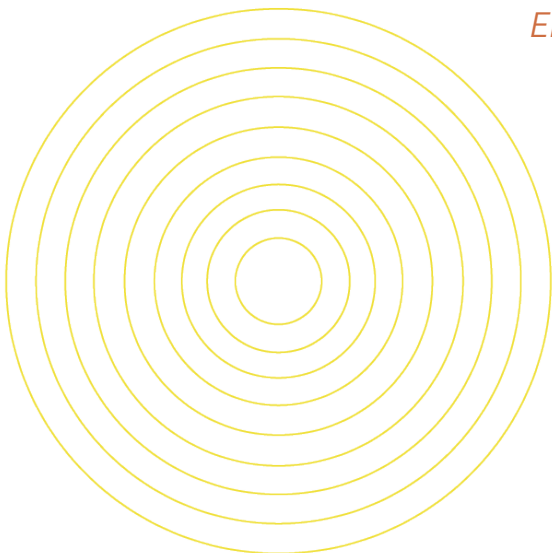
R *La stratégie, dès l'écriture de la commande au cabinet, a été pensée en ce sens et devrait permettre un développement de la filière, attirer de nouveaux acteurs (offre d'hébergements, restaurations haut de gamme,...) et ce, sans remettre en cause l'engagement pris d'un tourisme durable et ambitieux en termes d'impacts environnementaux.*

Q La stratégie telle qu'elle se dessine prend-elle en compte les échelles départementales et régionales?

R *Dès la rédaction du cahier des charges la demande était d'intégrer à minima le volet départemental et régional. Le cabinet EGIS VOLTERE a été retenu du fait de sa réponse en tous points en cohérence avec la commande mais aussi parce qu'il avait porté la réalisation de la stratégie régionale du tourisme.*

Par ailleurs, la Région est cheffe de file de la compétence tourisme, de ce fait les interactions sont plus que nécessaires, indispensables.

Enfin les services de l'agglomération et du Département et de la Région travaillent de concert dans le cadre de cette stratégie mais plus largement sur chaque projet touristique lorsque cela est nécessaire.



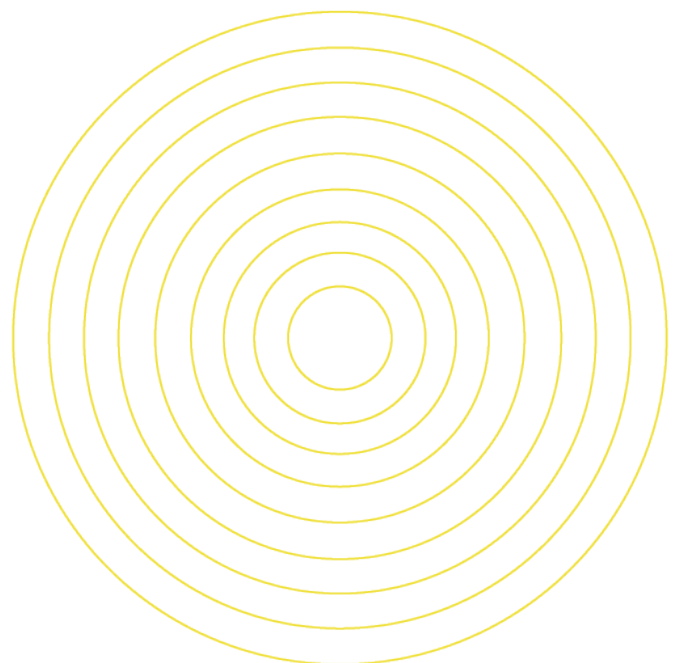
1.4 Objectifs et déroulé des travaux du CODEV sur la stratégie touristique et méthodologie retenue

La consultation du CODEV s'est déroulée en deux ateliers de travail qui se sont appuyées sur le diagnostic et les orientations présentés par le cabinet EGIS-VOLTERE et validés par les élus de l'agglomération :

- **20 octobre 2022** : présentation phase 1 et 2 et premiers ateliers de travail sur la validation des orientations stratégiques présentées et premières propositions d'actions.
- **1^{er} décembre 2022** : finalisation et validation du plan d'actions proposé par le CODEV.

L'objectif de ces ateliers étaient de

- Présenter la mission dans sa globalité avec un focus sur le diagnostic et les orientations stratégiques
- Proposer des ateliers par typologie de cibles touristiques : vert et durable (tous les tourisms doivent être durables) ; affaires et scientifique et technique + le segment loisirs
- Pour le CODEV, proposer un plan d'actions précises et concrètes par cibles : quels nouveaux services pour les habitants et visiteurs?



Méthodologie de travail

Partir de la cible touristique et répondre aux orientations opérationnelles suivantes

Tourisme vert et durable

- Accompagner le développement de l'itinérance douce
- Renforcer les animations et évènementiels sport et nature
- Faire du tourisme un vecteur de la transition écologique
- Mettre en valeur le patrimoine et les identités

Tourisme scientifique et technique

- Mener un travail de structuration avec les acteurs du territoire
- Développer une offre de visites et services « sciences et technique »
- Décliner un marketing et une communication spécifique

Tourisme d'affaires

- Structurer une filière tourisme d'affaires
- Accompagner les acteurs du territoire vers une offre de services

Focus sur le segment loisirs

- Conduire une politique d'incitation et de soutien à l'investissement
- Accompagner les projets prioritaires identifiés
- Accompagner et favoriser le développement de nouvelles offres

2

Propositions d'un plan d'actions concrètes à mettre en œuvre ou à développer

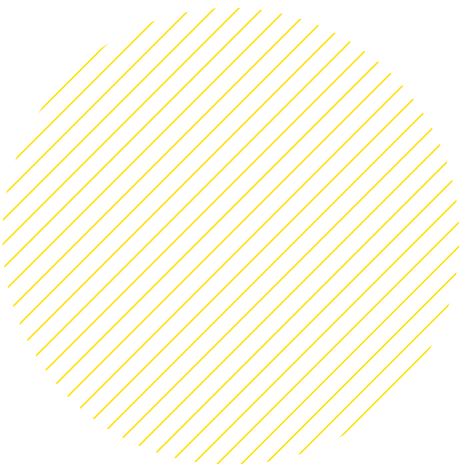
Pré requis :

Avoir une approche exemplaire :
impacts environnementaux des projets
et actions mises en place ;

Avoir une approche inclusive et penser aussi
à l'accueil des personnes à mobilité réduite
et en situation de handicap ;

Avoir une offre adaptée à l'ensemble des publics
et pour certaines thématiques (scientifique
notamment) ne pas la réserver aux seuls initiés ;

**Avoir une cohérence avec la « marque »
PARIS-SACLAY, à la fois innovation /
scientifique, et en pointe sur l'ambition
écologique et climatique.**



2.1 Plan d'actions relatif aux 3 cibles touristiques

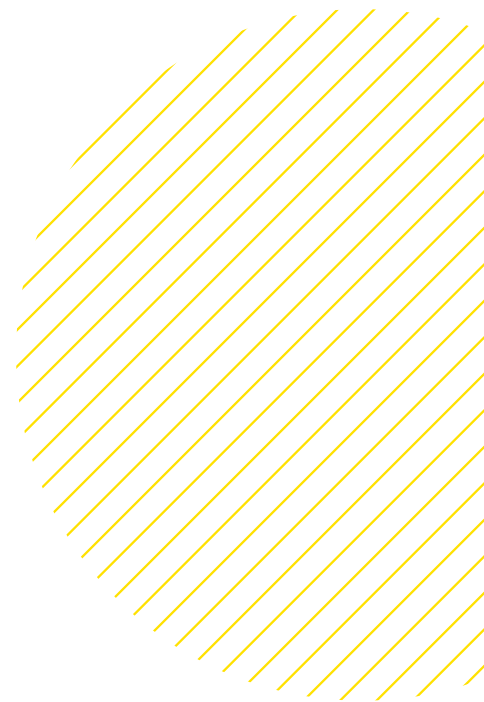
Tourisme vert et durable

> Accompagner le développement de l'itinérance douce

- S'assurer des chemins et des pistes
- Avoir un fléchage et une signalétique unique Paris-Saclay des circuits et donc travail d'harmonisation pour plus de clarté pour l'utilisateur/visiteur
- Mettre en place des antennes relais (accueil, information, service)
- Fermes : accueil, logements, chambre d'hôtes
- Attention à ne pas faire des autoroutes (VTTistes...), attention au respect nature face à une fréquentation importante

> Renforcer les animations et évènementiels sport et nature

- L'animation via les différents acteurs : habitants, agriculteurs (ex labyrinthe Popcorn)
- Comment attirer les gens ? se questionner sur le volet communication, support... : exemple XPLO
- Penser à mettre en place des outils de communication mais s'appuyer aussi sur des ambassadeurs : public scolaire, utilisateurs et visiteurs fréquents des animations, évènements...
- Nouvelle offre : Géocaching ; chasse aux trésors tous les mois (ex. Terra Aventura Région Aquitaine)
- Tour de Paris-Saclay à vélo
- Une journée équi-rando
- Mettre en place une programmation événementielle mais surtout la faire connaître



> Faire du tourisme un vecteur de la transition écologique

- Transition écologique : développement du tourisme à l'échelle du territoire, jouer la carte de la proximité (impacts carbone) : circuits-courts... Avoir une programmation en cohérence
- Contribuer à la transition : nettoyage, découverte bio diversité
- Un label pour le territoire
- Imaginer un parcours producteur locaux
- Un tourisme équestre ?
- Mieux valoriser les sites existants tels que les golfs

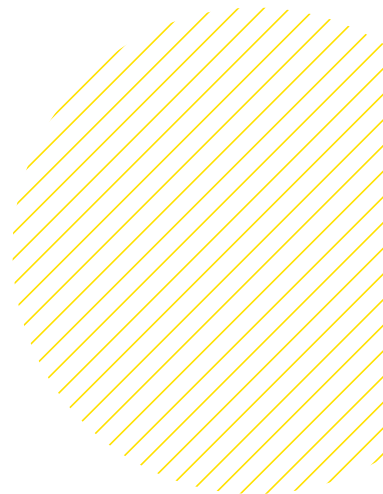
> Mettre en valeur le patrimoine et les identités

- Recenser le patrimoine de chaque commune et les potentielles friches à même d'attirer des projets touristiques innovants ;
- Faire le recensement des établissements éco-responsables et encourager les autres à se labéliser (liens avec le tourisme d'affaires)

Tourisme scientifique et technique

> Mener un travail de structuration avec les acteurs du territoire

- Locaux, nationaux ou internationaux : mieux définir les typologies d'acteurs (recherche, industrie, start-up)
- Lister les équipements et les lieux (showroom, amphithéâtre, moyens vidéo) dont on dispose et en faire un référencement précis
- Penser les circuits en fonction des domaines d'expertise recherchés : une offre de base toujours disponible (un peu comme la cité de l'espace à Toulouse)... pouvoir créer des visites sur mesure à partir d'un corpus commun, actualisé très régulièrement, à la manière de ce qui se fait dans la Silicon Valley (par grand sujet, en français ou en anglais, « speed dating » avec des start up innovantes, visite d'équipements (synchrotron) ou de show-room, rencontre d'experts...)
- Développer des synergies entre les entreprises de l'agglomération et d'ailleurs : éducteurs...

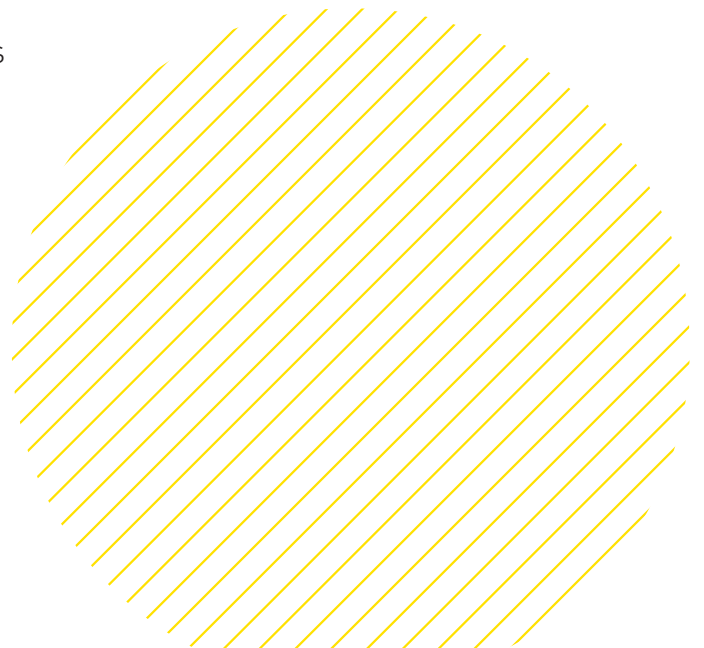


> Développer une offre de visites et services « sciences et technique »

- En lien avec la marque Paris-Saclay
- Quelles visites : le Campus, le pôle historique atomique
- Quels domaines scientifiques ? : Nucléaire, Synchrotron, IA quantique, Nano Innov, Systematic, mathématiques, optique...
- Le plus important pour qui ? : des sachants prêts à transmettre leur compréhension et leurs connaissances à différents publics : cf. fête de la Science- attention avoir une approche grand public de qualité : les habitants doivent pouvoir s'approprier ce pan de leur territoire. Penser à générer de l'aspiration scientifique chez les enfants et les adolescents, les filles, de tout milieu social, par la rencontre avec des modèles inspirants.
- Rêve : la Silicon Valley française
- Point F : en faire un lieu dédié aux étudiants, habitants et usagers du plateau et par extension du territoire les WE
- Imaginer des événements dédiés et/ou revisités : journée de l'industrie, Fête de la science, Paris Spring, tenter d'accueillir des congrès scientifiques sur les sujets d'excellence du pôle (ex Terratec...)

> Décliner un marketing et une communication spécifique

- La science se montre, c'est un objet de valeur : cf. transformation, féminisation, vulgarisation
- Exemples d'autres territoires comme à Toulouse avec le spatial
- Exemples de personnalités également telles que Thomas Pesquet ou Cédric Villani : avoir des discours compréhensibles et trouver des ambassadeurs pointus capables d'être didactiques et justes.
- S'appuyer sur les étudiants (les mardis de la science, Point F, venir visiter et échanger)
- Par sujets scientifiques
- Dépasser la difficulté de l'hétérogénéité des lieux et des langues



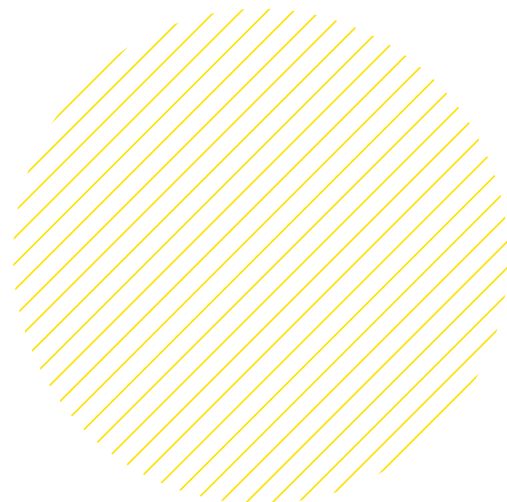
Tourisme d'affaires

> Structurer une filière tourisme d'affaires

- Créer un club des acteurs du tourisme d'affaires
- Recenser, structurer et qualifier l'offre globale
- Avoir un « convention bureau » pour être le point d'entrée
- Promouvoir la destination et les différents équipements
- Outils numériques (recenser les offres disponibles par les entreprises - fichier unique)
- Mettre en valeur des sites iconiques pour identifier le territoire et rayonner
- Mettre le wifi partout pour les étrangers
- Identifier les lieux de tournage et se positionner comme territoire d'accueil

> Accompagner les acteurs du territoire vers une offre de services

- Créer un pass 24h donnant accès au transport et à l'offre du territoire et de manière globale penser à l'offre de transport
- Prendre contact avec les organisations pour connaître leurs besoins
- Développer l'offre de divertissement le soir
- Les offres hôtelières sont un peu en retard, besoin de palier le retard
- Proposer des offres complémentaires (visite du château de Versailles, Pompidou Massy...)
- Lieux de restauration à créer pour accueillir des grands groupes et mettre en valeur le terroir
- Mettre en avant les changements positifs sur le territoire pour que les entreprises restent



Focus sur l'offre de loisirs

> Conduire une politique d'incitation et de soutien à l'investissement

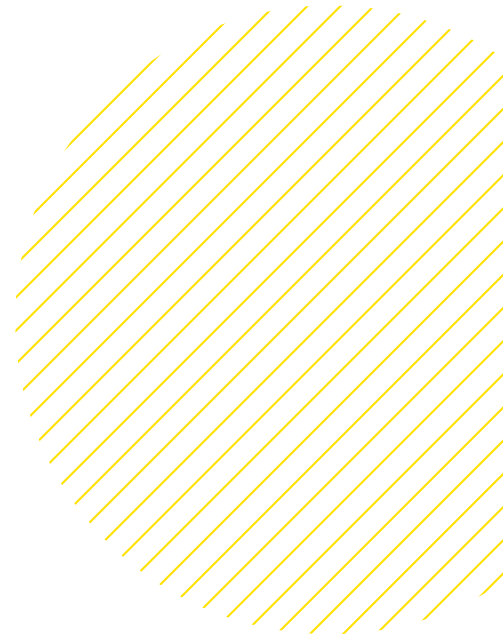
- Quoi ?
- Restauration. Sortir le soir
- Sport, culture
- Numérique ?
- Pour qui ? Les habitant / Les « passants »
- Bien-être, Spa privés ?
- Restauration, Plateau – Vallée
- Café musique, offre atypique
- Studio d'enregistrement
- Tourisme aquatique

> Accompagner les projets prioritaires identifiés

- Accompagner le projet Grand Dôme
- Rendre accessible les sites par les transports en commun + parking
- Accompagner les évènements phares du territoire (BD à Igny, médiévales, autodrome)
- Tour de Montlhéry sous exploitée
- Développer la visite des fermes
- Rallye touristique vélo
- Triathlon, course, vélo
- Pourquoi pas le tourisme écologique (circuit court, AMAP) tant comme sujet que comme pratiques
- Musée Pompidou Massy
- Pourquoi pas un « La Villette scientifique » en lien avec le tourisme scientifique

> Accompagner et favoriser le développement de nouvelles offres

- Faire rayonner les structures de loisirs dans l'agglomération et au-delà
- Attention à l'image cohérente des offres par rapport aux objectifs voulus pour le territoire : bas carbone,...
- Mobiliser les friches industrielles (en lien avec les communes de l'agglomération)
- Réhabiliter les fermes et les gîtes : accompagner les propriétaires
- Voir avec les communes pour des appels à projet



3

Mot de conclusion du Président

Les membres du CODEV ont, à nouveau, essayé d'apporter une réponse concrète et réaliste suite à la saisine du Président de l'agglomération.

Ils ont proposé des actions à destination de tous les publics (initiés ou non), adaptés aux besoins des habitants et usagers du territoire dans leurs différentes composantes (jeunes, actifs, familles,...) mais aussi tenant compte des contraintes et crises actuelles (énergétiques, écologiques,...) en favorisant et encourageant la proximité.

Sur le sujet stratégique du développement touristique sur le territoire de l'agglomération Paris-Saclay, le travail se poursuit pour les services (mise en place de la stratégie pour la mandature, les grands évènements sportifs à venir, le nouvel équipement dédié à l'office intercommunal du tourisme et agence des mobilités,...).

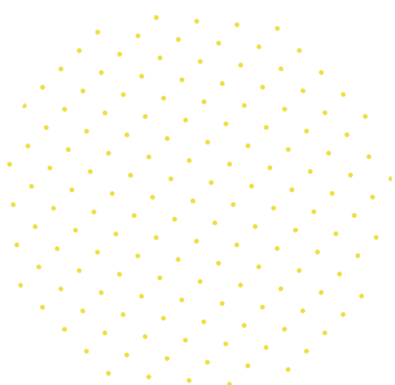
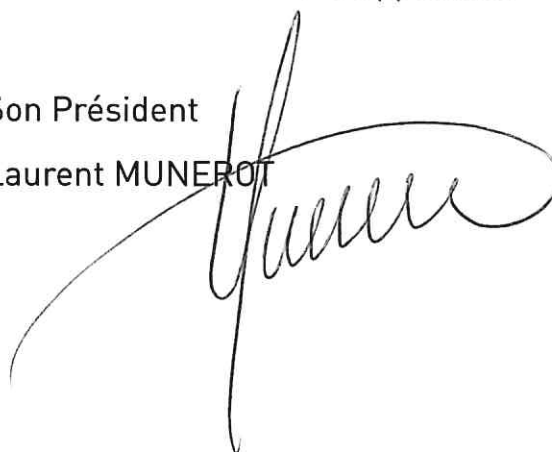
À ce propos, les membres du CODEV ont émis le souhait d'avoir une restitution de ces différents travaux et projets lors d'un atelier dédié ou dans le cadre des groupes de travail thématique mis en place avec les services de l'agglomération.

Avis rendu le 1^{er} décembre 2022

Pour le Conseil de Développement

Son Président

Laurent MUNEROT





PARIS ●
SACLAY
Communauté d'agglomération