

Programme & bulletin d'inscription des Rencontres OEDIT France

Organisée pour la deuxième année consécutive sous le sigle OEDIT France, cette manifestation est un lieu essentiel d'échanges entre acteurs publics et privés du tourisme. Elle permet sous un mode actif (partage d'expériences, focus, rendez-vous, présentation de projets...) d'identifier les facteurs structurels d'amélioration de l'offre touristique en France et de renforcer les synergies.

édito

Les Rencontres 2006 seront ponctuées par plusieurs temps forts. D'abord OEDIT France, présentera en avant première lors de la séance plénière les grands axes de sa réflexion stratégique sur l'offre touristique française à l'horizon 2010. Celle-ci sera enrichie d'un débat avec des experts.

Le deuxième temps fort sera celui de la signature d'une convention entre OEDIT France et le ministère de la Culture et de la Communication.

Moment d'échanges unique en son genre, les Rencontres ont pour vocation de répondre aux problématiques des collectivités territoriales comme à celles des exploitants financiers, des gestionnaires des entreprises du tourisme ou des bureaux d'études.

Mais c'est aussi un pôle d'accueil majeur des porteurs de projets. Nous les attendons nombreux et leurs réservons des nouveautés sur la zone Exposants.

Nous comptons sur votre présence encore plus importante que l'an dernier et remercions dès à présent tous les partenaires qui soutiennent les Rencontres et contribueront à leur succès en 2006.

Michel Bécot, Président

Christian Mantei, Directeur Général



Le programme...

Cette année encore, les Rencontres d'OEDIT France seront l'occasion de débats d'expertise entre opérateurs, exploitants touristiques ou de loisirs et responsables territoriaux qui vous feront profiter de leur expérience.



Cette édition 2006 se déroulera autour de plusieurs temps forts

C'est par une séance plénière sur un thème fédérateur "L'adaptation de l'offre touristique en question, plus qu'un défi, une urgence ?" que débutera la journée. Six ateliers et 10 focus ponctueront la fin de matinée et l'après-midi. Les espaces Exposants et Rendez-vous, véritables pôles d'affaires, seront également à la disposition de l'ensemble des opérateurs, des porteurs de projet et des partenaires.

La Séance plénière

L'adaptation de l'offre touristique en question, plus qu'un défi, une urgence ?

Dans un contexte de concurrence accrue au niveau européen comme international et de fort taux de progression du tourisme mondial, la France se doit d'adapter son offre touristique.

Première industrie de notre pays, le tourisme apporte une contribution significative à la création d'emplois, participe à la revitalisation de la campagne, dynamise l'économie nationale.

Pourtant, les recettes stagnent, l'écart se creuse avec certains de nos proches concurrents et se resserre avec des destinations émergentes. En complément de la promotion, indispensable, professionnels du tourisme publics comme privés doivent revoir la



la séance plénière

stratégie de développement de l'offre en dynamisant les différents leviers d'amélioration : développer la veille, investir plus, aménager mieux, segmenter les offres...

Cette séance plénière, au cours de laquelle seront appelés à la barre différents experts, sera donc l'occasion de faire un constat objectif de l'état de notre offre touristique et de proposer des pistes d'amélioration pour aborder l'avenir le plus sereinement possible !



Les ateliers

Les ateliers, d'une durée d'1h30, donnent la parole à des experts.

Chaque thème, lié à l'actualité touristique, permet d'aborder les différents aspects du développement ou de l'analyse des projets touristiques : financier, juridique, conceptuel, marketing.



S
e
r
v
i
c
e
s
a
t
e
l
i
e
r
s

1

Les hubs au service du développement touristique des territoires

Le transport aérien se développe rapidement et dans toutes les directions. Les plates-formes de correspondance (hubs en anglais) irriguent le territoire européen à l'intérieur duquel se trouve le territoire métropolitain. De nombreux aéroports régionaux sont reliés à Paris-Charles-de-Gaulle, à Amsterdam-Schipol, à Londres-Heatrow ou à Francfort, principaux hubs intercontinentaux européens. A côté, se développent des plates-formes plus continentales comme Zurich, Milan, Madrid, Lyon-Saint-Exupéry. Ce vaste système est lui-même connecté à des hubs sur d'autres continents. Ce sont donc des milliers de possibilités de dessertes qu'offrent les liens avec un hub.

- ▮ Quel type de tourisme profite de ces liens avec la planète ?
- ▮ Comment piloter ce système d'irrigation dans le développement

des flux touristiques et comment sélectionner les marchés ainsi disponibles ?

- ▮ Quelles offres touristiques correspondent à ces courants de trafic ?
- ▮ Tous les aéroports ont-ils vocation à avoir un lien avec les hubs ?
- ▮ Quelles retombées touristiques pour une région disposant d'un hub ?
- ▮ Comment développer à la fois une desserte par un ou plusieurs hubs et une desserte « point à point » en veillant à la rentabilité pour les opérateurs ?
- ▮ Y-a-t-il convergence entre la stratégie de développement des plates-formes aéroportuaires et celle des territoires qu'elles desservent ?

Telles sont les questions qui seront abordées dans cet atelier.

Dans une économie mondialisée, la question de l'accessibilité à l'offre touristique se pose autant sur le plan qualitatif que quantitatif. Dans une économie touristique très conjoncturelle et très sensible aux aléas, le pilotage des marchés doit être de plus en

plus réactif. Dans une offre accessible et de plus en plus compétitive. Sa diffusion sur différents marchés est de plus en plus stratégique. Sommes-nous condamnés à l'arbitrage entre le prix et l'accès à des marchés diversifiés ?

2

Territoires et stations touristiques : des outils d'aménagement et d'urbanisme au service du développement de l'offre



Les outils de l'aménagement et de l'urbanisme, stratégiques, réglementaires et opérationnels (PLU, SCOT, ZPPAUP, ZAC...) jouent, sur les différents territoires et stations touristiques du littoral et de la montagne, un rôle essentiel dans la « production » de l'offre touristique (équipements, aménagements, hébergements marchands), que ce soit pour la création de nouvelles offres comme pour la modernisation des offres existantes.

Dans les zones les plus attractives d'un point de vue résidentiel et touristique, la pression démographique et résidentielle entraîne des mutations particulièrement fortes sur l'organisation des territoires, les formes urbaines et les paysages. Ces évolutions influent directement ou indirectement sur l'activité touristique :

érosion des hébergements marchands, mitage des espaces naturels et banalisation des territoires, raréfaction du foncier disponible, déséquilibres sociaux et écologiques des territoires.

- ▶ Dans le cadre de cet atelier, des exemples concrets apporteront au niveau des différentes échelles territoriales, des éléments de diagnostic sur les enjeux de la production et de la modernisation de l'offre touristique.
- ▶ A partir de témoignages d'élus, d'opérateurs et de techniciens, il proposera un échange sur les liens entre activité touristique et démarches de planification réglementaire ou de mise en oeuvre opérationnelle.
- ▶ Il s'appuiera en particulier sur une description des mécanismes engendrés par la hausse du foncier et de l'immobilier et ses impacts sur l'activité touristique, réalisée dans le cadre des recherches pilotées par la direction du Tourisme.

3

Le tourisme étranger en France : nouvelles données, nouvel éclairage

Quel est aujourd'hui la physionomie du tourisme étranger en France ? A partir des nouvelles données exploitées par ODIT France, cet atelier proposera de répondre à cette question à partir de trois exemples :

- ▶ les clientèles étrangères : sont-elles de transit ou de séjours ? Pour quelle saisonnalité ? Qui traverse, qui s'arrête l'été à Paris et dans sa région ?



- ▶ Les principales clientèles européennes : quelle est la croissance réelle des nations émergentes ?
- ▶ Le camping et l'hôtellerie : que nous apprennent la comparaison des données de ces différentes sources ?

4

Patrimoine et Paysage : un atout pour l'offre touristique ? L'exemple de la montagne



La mise en valeur du patrimoine et du paysage est un atout pour tout territoire qui cherche à différencier et typer son offre touristique.

En effet n'est-elle pas de nature à répondre aux nouvelles attentes des clientèles : ressourcement, harmonie, sens et authenticité, convivialité et bien-être ?

Quelles retombées peut-on en attendre ?

Directes ou indirectes, on peut les regrouper en trois grands domaines :

- ▶ contribution au développement local, création d'emplois, fidélisation des clientèles et étalement de la saison touristique par la variété des publics touchés : scolaires, seniors, amateurs de loisirs de proximité, touristes en séjour ou de passage, etc.

- constitution d'une image de territoire différenciée et attractive pour les entreprises,
- création d'une identité collective territoriale et de lien social, sources de pérennisation des actions.

Comment réussir ? L'obtention de ces retombées nécessitent de nombreuses conditions.

Trois sont incontournables :

- développer des partenariats entre la collectivité locale et le ou les porteurs de produits touristiques,



- s'évaluer pour évoluer et trouver les bonnes adéquations entre spécificités territoriales et attentes des clientèles,
- se former en réseau à l'échelle du territoire, pour se professionnaliser et mettre de la cohérence et des synergies dans l'offre territoriale.

5

Attractivité culturelle et tourisme ?

La puissance de l'identité culturelle de ses territoires fait partie de l'attractivité de la France. Si elles commencent seulement à être mesurées, les retombées économiques des équipements, des sites et des événements démontrent aujourd'hui que la culture est liée au développement local auquel elle contribue fortement. Une entreprise préférera s'installer là où l'environnement, mais aussi des lieux de culture existent.

Ce paysage est en mutation :

- sa géographie s'étend à de nouvelles formes artistiques qui se développent en réseaux internationaux, des amateurs aux plus pointus des professionnels. Le théâtre de rue, la gastronomie ou les arts du cirque ; les arts numériques ou la visite d'entreprises, mais surtout l'innovation sont entrés dans le champ culturel ;
- son périmètre s'est également élargi dans le temps. La culture peut être aussi contemporaine, d'actualité, et pas seulement culture du passé : faire lien entre le passé et aujourd'hui est sans doute la proposition la plus intéressante de ces dix dernières années. Elle correspond à la fois aux souhaits des publics touristiques et à un renouvellement de l'esthétique ou de la pédagogie.



En outre, cette nouvelle approche permet aux professionnels du tourisme de conjuguer le temps des loisirs à celui de la culture, sans l'isoler du contexte territorial ou d'un parcours de la vie quotidienne. Elle permet aussi de répondre au souhait de convivialité, de rencontre des habitants qu'expriment les visiteurs étrangers.

Des évolutions sont donc sensibles, liées à une plus grande diversité de l'offre et à une plus grande exigence de la demande, dont les nouvelles technologies accentuent les effets.

Nous croiserons les approches à partir d'un état des lieux, d'une analyse des principaux enjeux à venir, et nous présenterons des pistes pour mieux connaître et développer cette Envie de France, avec Gilles Arnaud, auteur du Rapport éponyme. Des professionnels du tourisme et de la culture répondront aux questions d'un grand témoin, également acteur des évolutions économiques et culturelles.

6

Hébergement touristique : la France est-elle en panne d'investissement ?

Les investissements de l'industrie touristique en France, mesurés par la formation brute de capital fixe (FBCF), ne comptent que pour 3% des investissements totaux, pour une activité qui représente 6,5% du PIB. La part consacrée à l'hébergement y est prépondérante avec un total estimé à près de 9 milliards d'euros, on y trouve :

- les investissements consentis dans les résidences secondaires, à hauteur de 3,4 milliards d'euros ;

- les investissements dans les hôtels de tourisme, pour un montant de 1,3 milliard d'euros, dont la moitié pour les entreprises de plus de 30 salariés ;
- les investissements dans les autres formes d'hébergement marchand, pour un montant de 1,2 milliard d'euros.

Par nature très capitalistique, l'industrie touristique, sous peine de vieillissement à terme de l'offre, doit aujourd'hui entretenir et relancer les processus de re-investissement car, selon la formule consacrée, les investissements d'aujourd'hui font l'offre de demain.

- Comment l'effort d'investissement dans l'hébergement touristique se caractérise-t-il





Les ateliers

en France en termes de niveau, de tendance d'évolution et d'affectation (création de capacités nouvelles ou améliorations des infrastructures existantes, type de formule d'hébergement, niveau de gamme...)?

- ▶ Comment cet effort se compare-t-il à celui d'autres grandes destinations touristiques européennes comme l'Espagne ?
- ▶ Investissement de capacité ou investissement d'attractivité : quels sont les leviers de l'investissement touristique dans l'hébergement ? Qui sont les investisseurs ? A quelles logiques répondent-ils ? Quel est le poids des majors ?
- ▶ Si dans l'hébergement, l'investissement cumulé augmente plus vite que le nombre de lits, quels sont les effets de l'amélioration



souhaitée de la qualité, de la montée en gamme observée ?

- ▶ Quelle est la répartition géographique de ces investissements ? Comment certaines régions moins spontanément attractives ou comment certaines filières tirent-elles leur épingle du jeu ?
- ▶ Y-a-t-il concentration économique et financière des opérateurs ?
- ▶ Quelle place pour l'innovation et les partenariats publics-privés ?
- ▶ Comment appréhender les investissements induits, notamment en matière d'infrastructure ?

Les focus

D'une durée d'environ 45 minutes, les focus visent à présenter au travers

de projets à dimension technique spécifique ou innovante, des exemples particulièrement efficaces et prometteurs pour le développement de filières touristiques naissantes.

Cette année, les thèmes seront :



LES FOCUS

- 1 Lieux touristiques : les chiffres parlent
- 2 Equipements de foires, salons et congrès : les éléments clés de l'exploitation
- 3 Quand les activités nautiques deviennent produits touristiques
- 4 Le marché des casinos : comment apprécier l'impact économique d'une extension de l'offre existante ou la création de nouveaux établissements?

- 5 Les conditions de l'exportation du savoir-faire touristique
- 6 La gestion des crises touristiques
- 7 Rues, places et jardins : pour un meilleur usage touristique des espaces publics en ville
- 8 Distribution : le package dynamique est-il pertinent et opérationnel ?
- 9 France à vélo, France des voies vertes, des ballades paisibles pour tous publics et tout type de séjours
- 10 Les équipements ludo-sportifs innovants

Les partenaires

Comme les années précédentes, de nombreux partenaires nous permettent de faire des Rencontres d'ODIT France une journée de référence dans le monde des acteurs du développement touristique.

Partenaire Privilège

vous figurez dans tous les supports relatifs aux Rencontres d'ODIT France, et officiellement sur le site des Rencontres 2006 dès votre acceptation ; vous bénéficiez d'un stand partenaire ; votre quotas d'invités est de trois personnes (en plus d'une entrée gratuite pour les membres).

La participation est fixée à 3 200 € HT pour les membres et 4 300 € HT pour les non-membres.

Partenaire

vous bénéficiez des mêmes offres (hormis le stand exposant) et votre quota d'invités est de deux personnes (en plus d'une entrée gratuite pour les membres).

La participation est fixée à 2 650 € HT pour les membres et 3 750 € HT pour les non-membres.

Il n'est pas trop tard pour nous rejoindre !

Contact Partenaires : Isabelle Chevassut
isabelle.chevassut@odit-france.fr ou 01 70 39 95 45

Toutes les informations sur les Rencontres d'ODIT France 2006 et sur nos partenaires sur www.rencontres-oditfrance.fr

L'espace Exposants

Une opportunité unique pour les porteurs de projet

Ouvert de 9h00 à 17h45, cet espace constitue un pôle majeur d'échanges et de rencontres entre les structures porteuses de projet, des investisseurs et les partenaires.

Deux types d'exposants identifiables

- Les partenaires des Rencontres
 - Les autres exposants : porteurs de projets, opérateurs exploitants et financiers, cabinets d'ingénierie et réseaux, collectivités territoriales...
- Installé dans un espace de 1 000 m², chaque stand est équipé vous permettant ainsi de valoriser votre structure ou de communiquer sur vos projets en cours.

Attention : les stands sont réservés aux personnes déjà inscrites préalablement aux Rencontres.



L'espace Rendez-vous

Ce lieu privilégié de discussions et d'échanges offre l'occasion aux porteurs de projet, investisseurs et autres visiteurs de se retrouver, faire connaissance ou de travailler librement dans un cadre spacieux, calme et convivial.

Prise de rendez-vous 15 jours avant la manifestation grâce aux listes de participants diffusées sur le site www.odit-france.fr

Date limite de réservation
1er septembre 2006

Tarifs • 350 € HT pour les membres
• 500 € HT pour les non-membres

Formulaire téléchargeable sur le site internet ou contact
yohann.nivollet@odit-france.fr • 01 70 39 95 58

Les nouveautés 2006

Une zone spécifique au nouveau Club Export d'ODIT France permettra d'échanger sur le transfert de notre savoir faire à l'international dans le domaine du tourisme.

Elle offrira également la possibilité de mieux connaître les opportunités dans certaines zones géographiques et la capacité de la France à y apporter son expertise.

Club
Export

Place
aux porteurs de projet

Un espace proche de la zone Exposants pouvant accueillir une vingtaine de participants, permettra aux porteurs de projets inscrits aux Rencontres et s'étant fait préalablement connaître, de présenter en une quinzaine de minutes leur problématique. Une priorité sera donnée aux structures ayant réservé un stand.

Inscription obligatoire auprès de yohann.nivollet@odit-france.fr à partir du 1er septembre 2006

Le Grand Prix de l'Ingénierie touristique 2006

Et comme chaque année, le Grand prix de l'Ingénierie touristique récompensera un projet.

Pour plus d'informations : www.rencontres-oditfrance.fr à partir du 22 juin 2006

Toute l'équipe des Rencontres d'ODIT France 2006 est à votre disposition pour répondre à vos questions

01 70 39 95 19	Bénédicte Mainbourg	Directrice Partenariats	benedicte.mainbourg@odit-france.fr
01 70 39 95 45	Isabelle Chevassut	Partenariats/Stands	Isabelle.chevassut@odit-france.fr
01 70 39 95 18	Marie Plasait	Communication	marie.plasait@odit-france.fr
01 70 39 95 58	Yohann Nivollet	Assistant projet	yohann.nivollet@odit-france.fr

Commissariat Général Ptolémée : Informations/Inscriptions 01 47 70 45 78