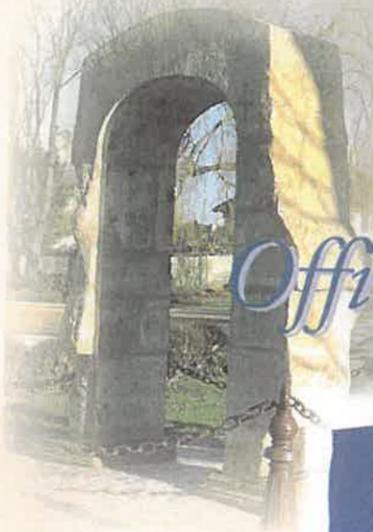




La vie à Roissy

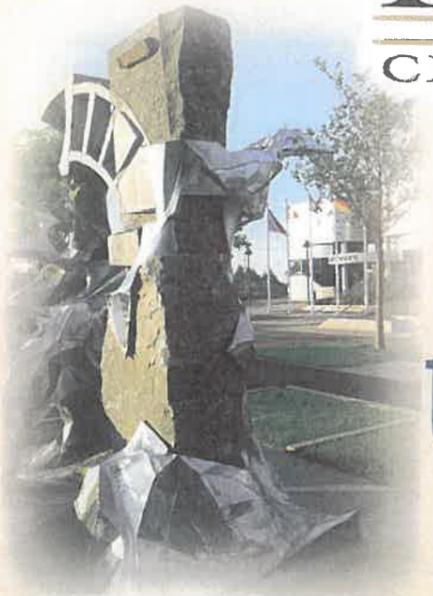
Journal d'informations locales et municipales de Roissy-en-France N°6 - janvier 2004



Office du Tourisme



Roissy
CLÉ DE FRANCE



**Le sens
de
l'accueil**



p. 3



Rue Jean Moulin :
début des travaux

p. 4/5



Complexe des Tournelles :
jeunes et anciens
font maison commune

p. 11



Téléthon 2003 :
pari tenu à Roissy

Constitué il y a un an, l'Office de Tourisme de Roissy a été officiellement présenté à la presse le 28 novembre dernier, événement doublé de l'ouverture symbolique de la 4000^e chambre du pôle hôtelier du village.

Derrière le terme de tourisme qui pourrait sembler décalé par rapport aux réalités locales, la municipalité vise clairement des objectifs économiques d'une part, et patrimoniaux d'autre part. Vingt années d'aménagement cohérent ont en effet abouti à la constitution d'un secteur hôtelier de premier plan, tout en assurant la renaissance d'un village typique de l'Île-de-France, coquet, animé et accueillant. Deux atouts majeurs que l'Office de Tourisme veut faire fonctionner de concert pour que Roissy devienne véritablement un grand lieu d'escale et de rencontre... et l'une des plus surprenantes clés de France. Pourquoi un Office de Tourisme, quels objectifs, quelles retombées potentielles pour la commune et la communauté...

Toutes les explications dans ce dossier.



L'office de tourisme a été officiellement présenté à la presse et aux institutions locales et régionales lors d'une conférence présidée par Emmanuel Fusillé, directeur de cabinet du Ministre du tourisme. Ce dernier a salué l'initiative tant pour sa dimension touristique que son intérêt économique, Roissy étant l'une des principales places de tourisme d'affaires en Europe. Autour de lui et de Marc Chesné, président de l'office de tourisme, on notait la présence des principaux partenaires, avec, de gauche à droite, Claude Chevauché, Vice-président de l'office de tourisme et Directeur de l'hôtel Sofitel, Michèle Greneau, représentante de la CCRPF et maire de Fontenay-en-Parisis, André Toulouse, Maire de Roissy, Michel Moreau, Vice-président de l'office de tourisme et directeur de l'hôtel Hyatt Regency et enfin Guy Tardieu, directeur du cabinet du président d'Air France et animateur de la commission de communication de l'office. Un événement également marqué par l'annonce symbolique de l'ouverture de la 4000^e chambre du pôle hôtelier de Roissy-en-France, domaine économique très largement représenté lors de cette conférence de presse.

> Le potentiel économique

L'Office de Tourisme n'est pas un service administratif autonome mais une assemblée d'acteurs locaux directement impliqués dans le développement local. L'Office de Tourisme réunit des élus locaux et intercommunaux, des représentants d'associations et d'habitants, des représentants du secteur de l'hôtellerie et de la restauration et des représentants des grandes entreprises locales comme la Compagnie Air France, le transporteur Fedex, La Poste... Une liste de partenaires qui devrait bientôt s'étoffer puisque, lors de la présentation officielle de l'Office le 28 novembre dernier, les représentants du parc des expositions de Villepinte et d'Aéroports de Paris ont publiquement exprimé leur volonté de participer à l'initiative.

Pour faciliter le démarrage de la structure, la ville a octroyé une subvention de 75 000 € à l'association « Roissy Clé de France » qui, depuis, gère ces fonds pour mettre en place les premières actions de communication et convaincre les partenaires de participer. Après tout, leur intérêt direct est aussi en jeu.

Les partenaires sont :

- > les élus de Roissy et de la Communauté de Communes Roissy Porte de France
- > les représentants des habitants
- > tous les hôtels de la commune
- > Air France
- > Federal Express
- > la poste départementale
- > le parc des expositions de Villepinte

Office de tourisme : le souci de l'accueil

L'office de tourisme de Roissy-en-France a été officiellement constitué en janvier 2003. Cette démarche, originale par son aspect partenarial (voir encadré), se distingue également par ses objectifs. Le terme de tourisme désigne ici le tourisme d'affaires qui constitue un apport économique primordial à Roissy. L'office de tourisme vise non seulement à valoriser l'environnement dans lequel l'activité hôtelière s'exerce, mais aussi à améliorer l'accueil et l'information des voyageurs en escale. Les Roisséens sont en effet aux premières loges pour constater que de nombreux voyageurs se promènent dans les rues et les parcs, poussent parfois la porte de la boulangerie pour acheter une baguette typiquement française, ou se retrouvent en soirée dans un restaurant du village pour sortir du cadre fonctionnel de leur hôtel. Des parcours un peu improvisés, sans but précis, que l'office de tourisme va tenter d'identifier et d'organiser.

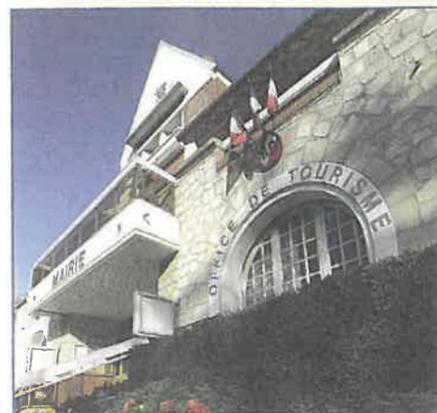
« Cette fréquentation disparate est une réalité que nous connaissons depuis des années », explique

André Toulouse. « Mais je dois reconnaître que nous avons eu longtemps d'autres préoccupations au premier rang desquelles la volonté de reconstruire ce village, en finissant presque par oublier que nous nous trouvons aux portes de l'aéroport, dans un environnement très international. Il faut savoir passer de l'étape qui faisait un peu « village gaulois » à une approche locale renouvelée d'ouverture et d'accueil. C'est ce que nous faisons au travers de l'office de tourisme ».

Une meilleure promotion des sites touristiques environnants

La démarche de l'office se fonde sur l'idée de « mieux accueillir », à la différence de pratiques touristiques classiques visant à « attirer des visiteurs ». Chaque année, des centaines de milliers de personnes séjournent à Roissy. Des voyageurs d'affaires en majorité, des équipages, quelques « vrais touristes »... Mais toujours des gens pressés entre deux rendez-vous ou deux avions. L'idée est simple : leur proposer une pause détente et découverte, ne serait-ce que pendant quelques heures à

Roissy. Mais également informer ces touristes sur les multiples possibilités des environs proches de Roissy : Auvers-sur-Oise, Ecouen, Chantilly, le Musée de l'Air du Bourget... des idées de découverte à quelques dizaines de minutes de Roissy que peu de visiteurs connaissent. La majorité d'entre eux ne situe pas le village et même l'aéroport dans son environnement. Là encore, une piste de travail que l'office de tourisme empruntera dès 2004 en mettant l'accent sur la communication et l'information.



> Qui sont les touristes de passage à Roissy ?

Un grand hôtel comme Hyatt Regency (400 chambres - 4 étoiles) accueille en moyenne 100 000 clients par an, dont deux tiers de voyageurs d'affaires qui effectuent des séjours courts (moyenne de 1,5 nuitée par séjour). Le temps est l'un des principaux critères de choix pour ces touristes qui souhaitent en consacrer un peu à la découverte de leur environnement de travail temporaire, voire à la visite de sites touristiques.

En revanche, la clientèle des équipages des compagnies aériennes, qui représente près de 30 % de la clientèle des hôtels dits d'aéroports, dispose de plus de temps libre et recherche des activités de détente ou des activités culturelles.

Enfin, on remarque l'ébauche d'un tourisme directement lié à l'aéroport avec des voyages organisés autour de la visite de la plate-forme aéroportuaire, ou encore l'accueil de dizaines de milliers de visiteurs à l'occasion de grands événements comme les derniers vols de Concorde en juin 2003.



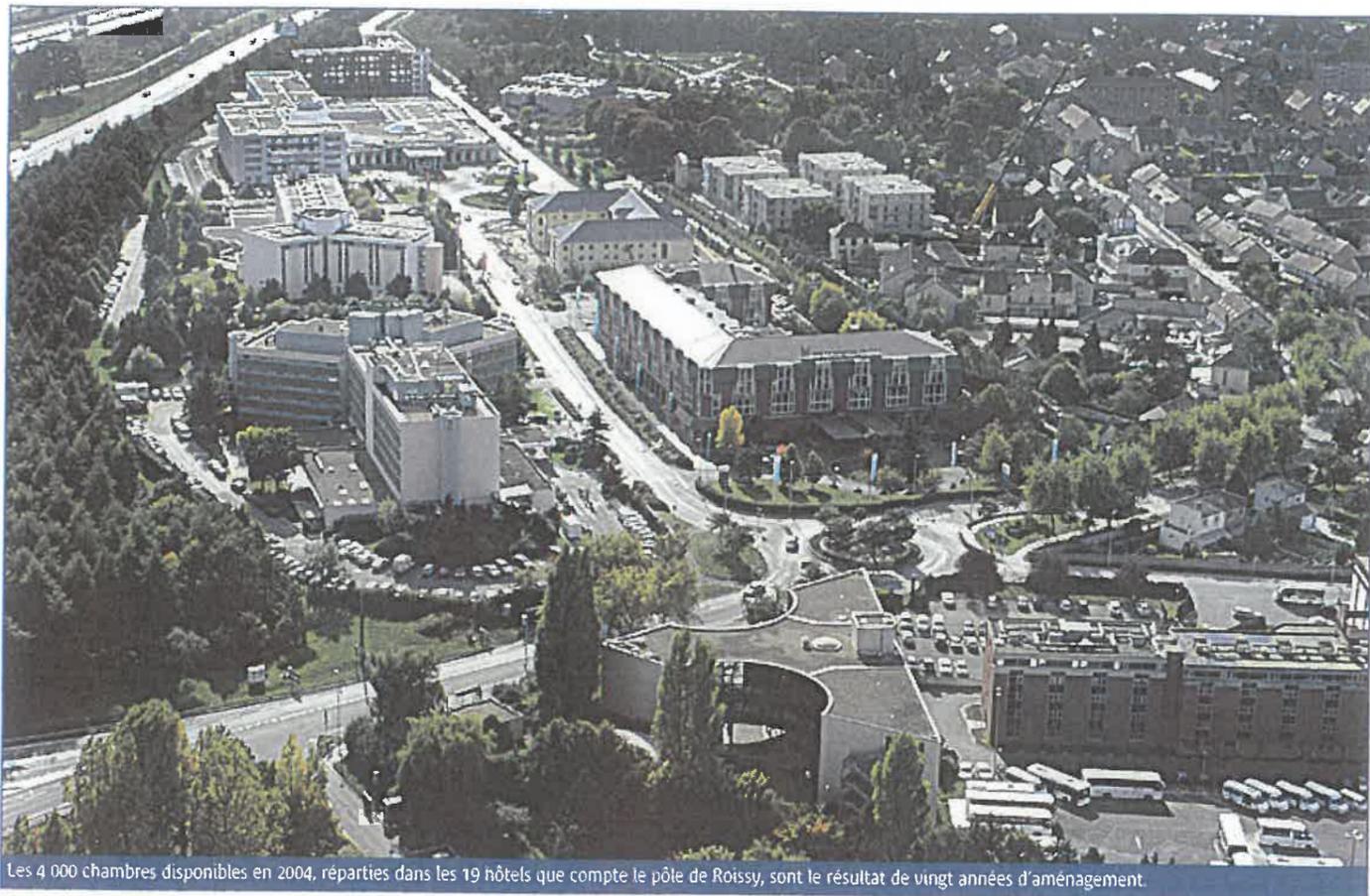
> Des objectifs réalistes

Les premiers objectifs fixés par les membres de l'office de tourisme visent une meilleure information des voyageurs en transit dans les hôtels de Roissy-en-France. Ces voyageurs sont nombreux à parcourir les rues du village, sans but précis. En soirée, les restaurants locaux sont fréquentés en grande partie par une clientèle étrangère en recherche d'authenticité. Elle est également incitative auprès de professionnels : il ressort de l'étude réalisée, que le potentiel offert par les touristes est supérieur à l'offre locale dans les domaines de la restauration, de l'achat souvenir, des loisirs, etc.

Pour ce faire, l'office de tourisme s'appuiera sur une gamme complète d'outils de promotion tels que des dépliants, des cartographies, des campagnes d'information en relation avec la presse nationale, régionale et spécialisée, une signalétique urbaine modernisée et surtout d'une refonte du site internet de Roissy-en-France pour une information rapidement renouvelée ce qui permettra de communiquer avec le monde entier.

Hôtellerie : Roissy en pointe

Plus de 4 000 chambres, 2 000 emplois directs : le développement très progressif de l'activité hôtelière ferait presque oublier que cette activité économique a eu un impact comparable en terme de création d'emplois à l'implantation de Fedex.



Les 4 000 chambres disponibles en 2004, réparties dans les 19 hôtels que compte le pôle de Roissy, sont le résultat de vingt années d'aménagement.

Le pôle hôtelier de Roissy-en-France est le fruit de vingt années d'aménagement cohérent des anciens terrains agricoles et maraîchers qui entouraient le village. Le parc de 16 hectares qui accueille actuellement 14 enseignes a été imaginé dès le début des années 80.

La municipalité souhaitait déjà y implanter des activités économiques sans nuisance, de haute qualité architecturale, formant un espace « écran » entre les différents quartiers d'habitat et les grandes infrastructures routières et économiques qui encerclent Roissy-en-France. Cette stratégie, incontestablement, a été couronnée de succès : Roissy-en-France est un emplacement recherché par les grands noms de l'hôtellerie qui ont bénéficié d'espaces constructibles de grande qualité.

Roissy-en-France : un emplacement d'exception

L'enseigne Holiday Inn est la première à avoir choisi le village de Roissy dès la mise en ser-

vice de l'aéroport. « Roissy-en-France constitue un emplacement de tout premier ordre en Europe avec un ensemble exceptionnel de dessertes routières, la proximité de la capitale, et bien sûr l'aéroport international, les gares RER et TGV, et un environnement de dimension humaine » témoigne son directeur, Michel Hourcade, membre de l'office de tourisme. Roissy-en-France est au cœur d'un pôle d'échange multimodal aéronautique, routier et ferroviaire qui en fait véritablement l'une des principales portes de l'Europe.

4 000 chambres et toute une gamme d'étoiles

Les 19 hôtels implantés sur le territoire de Roissy-en-France ont été aménagés sur une période d'une vingtaine d'années, mais celle de 1995-2003 a vu une accélération importante du rythme de développement hôtelier après la commercialisation de la ZAC du Parc de Roissy.

En 2004, le nombre total des chambres dis-

ponibles est précisément de 4 238 (sur les 8 000 recensées dans le pôle économique de Paris Charles-de-Gaulle), faisant de Roissy-en-France le deuxième pôle hôtelier d'Ile-de-France (hors Paris), juste derrière Marne-la-Vallée.

Noms	Etoiles
B & B	** (226 chambres)
Campanile	** (268 chambres)
Country'inn	*** (180 chambres)
Courtyard	**** (300 chambres)
Dorin't	**** (300 chambres)
Etap'Hotel	** (250 chambres)
Formule 1	* (146 chambres)
Holiday Inn	**** (243 chambres)
Hyatt	**** (388 chambres)
Ibis (2 établissements)	** (438 chambres)
Kyriad	*** (153 chambres)
Première Classe	** (232 chambres)
Mercurie	*** (203 chambres)
Millénium	**** (239 chambres)
Sofitel	**** (350 chambres)
Suite Hôtel	** (175 chambres)
Suite Hôtel Express	* (147 chambres)

Quels enjeux pour les Roisséens ?

Roissy, ce n'est ni Saint-Paul de Vence ni Saint-Tropez. Pas question de transformer le village en usine à touristes. En revanche, le patrimoine immobilier presque totalement rénové, les rues refaites à l'ancienne, les parcs et espaces verts, les monuments anciens constituent un ensemble urbain de qualité, typique de l'Ile-de-France. Idéal pour les voyageurs pressés qui souhaitent découvrir, en flânant dans les rues du village ou les allées du parc, un petit coin de France dont on a bien du mal à soupçonner l'existence au cœur de la plate-forme aéroportuaire.

C'est dans cet objectif que la démarche associe très largement les habitants et acteurs locaux de Roissy-en-France. Parmi ces Roisséens, Marc Peysies. « En tant qu'habitant de Roissy, j'ai été surpris par l'invitation qui m'a été lancée par la municipalité d'être associé à cette démarche. Mais au fil des mois, j'ai réalisé que chaque Roisséen est concerné par cette volonté de mieux accueillir, et d'offrir la meilleure image possible de notre village. Roissy est une petite ville coquette, bien équipée, qui est en soi une invitation à la promenade. Je suis certain que de nombreux visiteurs seront heureux de découvrir que derrière le nom d'un aéroport, existe un lieu de vie agréable. C'est une fierté et une originalité à partager ».

L'ambition est de renforcer une identité d'hospitalité et d'ouverture. La municipalité de Roissy-en-France souhaite de son côté faire évoluer la programmation du Centre Culturel de l'Orangerie bâti au cœur de la zone hôtelière, pour inciter les touristes de passage à rencontrer la population locale

dans le cadre de spectacles, d'expositions, de concerts... La culture est un langage universel que l'office de tourisme a l'ambition de faire partager autour de l'Orangerie et de sa programmation.

Restauration : un fort potentiel au menu

Autre objectif de l'office : renforcer le potentiel de services et de commerces liés au tourisme. Une démarche qui concerne particulièrement les restaurants, locaux, qu'il s'agisse des restaurants des hôtels ou des restaurants indépendants du village. « La restauration est une activité qui marche bien », souligne Yves Henneguy, patron du restaurant l'Écurie. « La majorité de la clientèle est en effet une clientèle d'affaires. Ce qui est également assez nouveau, c'est d'accueillir des groupes qui effectuent une visite de l'aéroport en autocar et viennent prendre leur déjeuner au village. C'est peut-être une piste à creuser pour l'office de tourisme ».

Même constat de la part de Philippe Rouy, patron de la Brasserie Le Village. « En soirée, notre clientèle est à près de 100% une clientèle étrangère », dit-il. « Les clients des hôtels ont en effet tendance à vouloir sortir de leur lieu d'hébergement pour s'offrir un moment de détente et nous les retrouvons dans les restaurants des alentours. Il est évident que ce potentiel n'est pas totalement exploité et qu'il y a encore de la place pour des commerces qui contribueraient à satisfaire ces touristes de passage. C'est une dimension de l'économie locale qui peut véritablement profiter de l'impact d'une bonne démarche touristique ».



Patiemment revalorisé et embelli au fil des ans, le village constitue aujourd'hui un ensemble harmonieux et accueillant.

Interview



Marc CHESNÉ
Président de l'Office de Tourisme de Roissy-en-France

Un Office de Tourisme à Roissy ? Est-ce bien utile ?
Il est vrai que si l'on prend le mot tourisme dans son sens littéral – voyager pour son plaisir – la démarche peut paraître décalée par rapport à la réalité de Roissy-en-France qui n'est pas véritablement un site touristique. En revanche, si l'on appelle « touriste » celui ou celle qui effectue un voyage, quelle qu'en soit la raison, alors la création de l'office prend tout son sens. Nous considérons en effet que les voyageurs d'affaires ou les équipages qui forment la très grosse majorité de nos visiteurs sont aussi des touristes. Or, il faut bien convenir que peu de choses leur sont proposées en dehors de leur hébergement à l'hôtel. Nous souhaitons simplement leur réserver un meilleur accueil.

Cet office de tourisme n'est ni un service municipal, ni un organisme institutionnel, mais la réunion de différents partenaires. Pourquoi ?
Parce que le maire, André Toulouse, a souhaité faire de cet office un outil de promotion de l'ensemble de nos atouts et, en premier lieu, de notre pôle hôtelier. Pour atteindre cet objectif, nous avons donc jugé opportun de réunir tous les acteurs locaux concernés. C'est une façon de remercier les entreprises et les hôtels qui se sont implantés à Roissy en leur proposant de participer à ce travail collectif de valorisation, de promotion et de développement. Ce partenariat est d'ailleurs l'un des aspects les plus originaux dans cette initiative.

Quel est le rôle des entreprises qui se sont associées à cette démarche ?

Leur présence à nos côtés est pour nous très importante. Fedex et Air France sont des entreprises de dimension mondiale qui pourraient très bien fonctionner en vase clos, sans se soucier un seul instant de ce qui se passe dans leur proche environnement. Et pourtant, notre initiative les a accrochés et les entreprises nous ont délégué des collaborateurs de haut niveau pour nous aider. Ces partenaires contribuent à donner du poids à l'office de tourisme, à rendre crédible une démarche qui n'était pas évidente à expliquer. Je suis témoin que ces entreprises manifestent du respect à l'égard de notre village et de ses habitants, ce qui constitue un grand tournant dans nos rapports avec l'univers aéroportuaire. Et ce n'est pas fini puisque Aéroports de Paris et la direction du Parc des expositions de Paris Nord Villepinte ont à leur tour exprimé le vœu de nous rejoindre.

Vous n'êtes vous-même ni un élu municipal, ni un agent communal. Sur quels critères vous êtes-vous présenté la présidence de l'Office de Tourisme ?

J'ai eu par le passé l'expérience de la vie municipale, mais à Roissy, mon engagement a toujours été plus discret. J'ai sollicité cette présidence car elle tient compte de mon expérience d'élu local et me concerne maintenant en tant qu'habitant du village. Cela signifie que l'intérêt même de Roissy et des Roisséens n'est pas négligé dans cette démarche. N'oublions pas que tout le village a désormais un rôle à jouer pour améliorer l'accueil des visiteurs et faire en sorte que toute l'économie touristique locale se porte bien et continue à créer des emplois de proximité.

Quelles sont les premières réalisations concrètes de l'office ?

Tout d'abord, nous avons fait l'inventaire des besoins de chacun des partenaires : ville, hôteliers, commerçants, entreprises. Cette collecte d'informations a servi de base à la préparation de la conférence de presse du 28 novembre dernier qui a permis de présenter officiellement l'office de tourisme autour d'un événement symbolique qui était l'ouverture de notre 4000^e chambre d'hôtel. D'autre part, nous avons construit des partenariats indispensables avec l'office départemental de tourisme. Actuellement, nous diffusons un premier document d'information aux touristes qui veulent découvrir le village ; le site internet de la ville est en cours de reconstruction. Mais il faut bien reconnaître que le gros du travail reste à accomplir. Il s'agira surtout d'actions de communication, de promotion et d'information.