

# BILAN DE L'ATELIER DE TRAVAIL SUR LE TOURISME FLUVIAL

EDUCTOUR ICE - JEUDI 14 DÉCEMBRE 2017





# Présentation et synthèse de l'atelier

Lors de cet atelier de 1h30, les participants ont été répartis en groupes de travail thématiques afin de réfléchir ensemble au développement du tourisme fluvial, en particulier les croisières-promenade.

Chaque groupe a travaillé en deux étapes : d'abord un diagnostic du sujet traité (forces, faiblesses, opportunités, menaces) puis des propositions d'actions.

## Les thématiques des groupes étaient :

- › Nouveaux produits de croisière
- › Commercialisation
- › Développement durable
- › Navigation douce
- › Escales bateaux à passager
- › Accueil des plaisanciers de passage

De nombreuses propositions ont été formulées par chaque groupe mais quelques enjeux sont particulièrement ressortis de ces échanges :

La nécessité de **mutualiser les outils** au sein du réseau des acteurs locaux, de structurer et **d'approfondir la coordination** de l'ensemble du réseau.

Un enjeu de **renouvellement de l'offre de croisière**, avec des produits plus conviviaux, plus nature, plus innovants, etc. Ce renouvellement passe aussi par le développement des liens entre la voie d'eau (le bateau) et l'offre culturelle, sportive, événementielle, etc. proposée sur le territoire.

La problématique de la structuration des opérateurs et de leur **modèle économique** (développement, commercialisation, etc.) a également été posée. En effet, les seuils de rentabilité sont difficiles à atteindre dans le domaine du tourisme fluvial et un engagement des acteurs publics serait nécessaire pour soutenir ce développement (subvention).

L'investissement des collectivités apparaît aussi nécessaire en matière **d'aménagements** :

- par le développement de nouveaux équipements (anneaux dans les ports, nouvelles escales)
- l'amélioration des équipements existants en matière de fonctionnalité, de services ou de durabilité écologique

Enfin, l'**enjeu de communication** a également été abordé par la quasi-totalité des groupes. Ont été évoqués : la création d'outils mutualisés (en ligne, brochure, cartes, etc.), le lien avec Paris à renforcer, et la mise en avant des bords de Marne comme une « destination » ou une « marque » bien identifiée au sein de l'offre touristique régionale.

→ **Télécharger la « Boîte à outil » sur le tourisme fluvial (cartes du territoire, chiffres, etc.)**

# Atelier Nouveaux produits - Diagnostic

		POSITIF	NÉGATIF
		FORCES	FAIBLESSES
ORIGINE INTERNE		<ul style="list-style-type: none"> <li>› Originalité de l'offre, variété du parcours, des paysages, des sites et thématiques</li> <li>› Patrimoine architectural, immatériel, artistique (musées)</li> <li>› Identité culturelle du territoire</li> <li>› Liaisons douces, pistes cyclables</li> <li>› Offre de location de vélos</li> <li>› Démographie positive et dynamique</li> <li>› Départ de Joinville fonctionnel, central et proche du RER</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>› Signalétique</li> <li>› Manque de liaisons : entre la rivière et le canal de Chelles, avec les sites culturels ou naturels à proximité, etc.</li> <li>› Manque de restauration et d'hébergements sur certaines portions</li> <li>› Desserte en transports en commun et temps de trajet depuis/vers Paris</li> <li>› Pas assez d'escales publiques et escales pas fonctionnelles</li> <li>› Baignade interdite</li> <li>› Difficultés de collaboration entre les collectivités, notamment intercommunalités</li> <li>› Peu de fréquentation et d'attractivité en basse saison</li> <li>› Communication « timide »</li> </ul>
ORIGINE EXTERNE		<ul style="list-style-type: none"> <li>› JO 2024</li> <li>› Proximité de Disneyland</li> <li>› Grand Paris</li> <li>› Nouveaux équipements : escale à Vaires, nouvel amarrage à Neuilly (RER)</li> <li>› Communauté d'intérêt, voire marque « Vallée de la Marne »</li> <li>› Projet ICE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>› Prix / baisse du pouvoir d'achat</li> <li>› Baisse des ressources des collectivités</li> <li>› Urbanisation à outrance</li> <li>› Gouvernance politique</li> <li>› Réglementation de VNF contraignante</li> <li>› Image du 94 ciblée senior, freine les jeunes et familles</li> <li>› Rentabilité des bateaux</li> <li>› Déplacement du matériel/sécurisation</li> </ul>

# Pistes d'actions – Nouveaux produits

## Pistes d'actions proposées :

L'aménagement de nouvelles escales et la réorganisation des escales existantes est un préalable à tout développement.

Nouveaux produits de croisière évoqués :

- Croisières avec vélos ou paddle embarqués
- Croisières-apéro
- Croisières privatisables (petites embarcations)
- Guinguettes embarquées
- Croisières thématiques (XIXe siècle, guinguettes, patrimoine)
- Croisière + visite culturelle ou activité de plein air, notamment nautique
- Thématique événementielle : feux d'artifices, concerts, jeux de lumière, compétitions, etc. Nécessite d'avoir une vision globale de l'offre.

Croisières peu chères : Engagement nécessaire des collectivités pour subventionner ces activités, sachant que cet investissement génère des retombées économiques indirecte pour le territoire.

Utiliser des vélos, gyropodes ou foot bikes pour rejoindre des lieux de visite plus facilement et pallier au problème d'accessibilité de certains sites.

Faire évoluer la réglementation : notamment sur le passage des écluses en soirée ou la nuit.

Bateaux-bus : permettrait une desserte fluviale sur de petits bateaux. Mise en place par un opérateur public ou subventionné dans le cas d'un opérateur privé. Cible plutôt les habitants, le tourisme de proximité.

Accueillir des bateaux-hôtels, pour pallier aux discontinuités des possibilités d'hébergement et restauration.

Proposer des croisières depuis Paris, mais aussi depuis les bords de Marne pour attirer les habitants.

Marque « Vallée de la Marne » à développer.

## **Axes de réflexion proposés au groupe de travail :**

*Aujourd'hui, les produits touristiques de croisière se concentrent beaucoup sur des activités depuis Paris et en lien avec des lieux de restauration : guinguettes, restaurants sur les bords de Marne, etc.*

*Comment renouveler à la fois le produit « phare » croisière-guinguette, mais aussi proposer des croisières sur des thématiques différentes valorisant le territoire ?*

*Quels autres types de produits pourrait-on associer avec des croisières ?*

*Ces activités peuvent-elles être proposées à bord ou plutôt à proximité des escales sur le territoire ?*

*Quelles croisières développer depuis Paris, mais aussi en partant de notre territoire ? Quels itinéraires privilégier ?*

*Faut-il différencier ces produits en fonction du public ? Groupes ou individuels ? Touristes ou franciliens, habitants du territoire ?*

*Quelle(s) durée(s) ?*

*Quel(s) prix ?*

*Quel(s) acteurs mobiliser ?*

# Atelier Commercialisation - Diagnostic

	POSITIF	NÉGATIF
	FORCES	FAIBLESSES
ORIGINE INTERNE	<ul style="list-style-type: none"><li>› Boutiques des CDT 93 &amp; 94 et bientôt exploreparis.com</li><li>› Réputation des guinguettes</li><li>› Possibilité de faire une boucle, au départ de Paris notamment</li><li>› Volonté des différents acteurs</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>› Offre faible</li><li>› Peu d'opérateurs</li><li>› Pas toujours de taxe de séjour ou de droit d'accostage</li><li>› Accès à certains pontons compliqué</li><li>› Impossibilité de franchir les écluses le soir</li><li>› Peu de mutualisation</li><li>› Pas de bateau de croisière en stationnement permanent sur la Marne</li><li>› Peu de notoriété de la destination « Marne »</li><li>› Peu de relais du CRT</li><li>› Peu de consommation sur place lors des escales</li></ul>
ORIGINE EXTERNE	OPPORTUNITES	MENACES
	<ul style="list-style-type: none"><li>› Développement vers le public individuel</li><li>› Développement national et international à conforter</li><li>› Salons professionnels</li><li>› Attrait pour les produits insolites (dont séminaires)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>› Problématique de l'accès, dont PMR</li></ul>

# Atelier - Commercialisation

Difficulté pour définir les forces de la commercialisation car peu d'offre et donc peu de commercialisation, à part l'initiative exploreparis.com qui verra le jour cette année.

## Pistes d'actions proposées :

- Développer la destination « Marne » ou « Paris – Marne », avec un schéma directeur afin d'amener des mutualisations

Mise en place d'une vitrine commune :

- Partage des données, des offres et des outils de commercialisation
- Mutualisation des offres et des moyens
- Développement des réseaux (labels, salons, etc)

Autres pistes :

- Participation au comité des usagers de VNF
- Appui sur l'hôtellerie locale

## **Axes de réflexion proposés au groupe de travail :**

*Par qui sont actuellement commercialisées les offres du tourisme fluvial sur la Marne (croisières à bord des bateaux-promenades ou de petits bateaux, location de bateaux, éventuellement croisière avec hébergement) ?*

*Quels sont les outils de communication auprès des touristes et les outils de commercialisation ? Sont-ils suffisamment efficaces ?*

*Permettent-ils de toucher les clientèles cibles ?*

- *Franciliens et habitants du territoire ?*
- *Touristes français ?*
- *Touristes étrangers ?*

*Si non, comment améliorer cela ?*

*Faut-il prioriser une clientèle ? Pourquoi ?*

*Faut-il plus de communication et d'échanges entre les partenaires (croisiéristes et acteurs du territoire) ?*

*Faut-il développer de nouveaux outils de communication et/ou commercialisation ?*

# Atelier Développement durable

## Discussion libre et identification des enjeux

### 1- Sensibilisation

- Nécessité de sensibiliser les professionnels de la filière. On peut s'appuyer sur l'initiative de France Station Nautique qui a développé avec plusieurs partenaires européen un [outil d'auto-évaluation en ligne](#) de la durabilité environnementale d'une activité de tourisme fluvial. Propose aussi des formations ou de l'accompagnement.
- Sensibilisation des clients : responsabilité des opérateurs.
- Sensibiliser les scolaires : cible principale avec les classes d'eau, croisières, etc. Responsabilité des collectivités.
- Sensibiliser la population locale : On observe un regain d'intérêt pour la rivière depuis quelques années, les habitants doivent devenir acteurs de leur environnement. De même, les opérateurs ne peuvent pas toujours baisser les tarifs pour leurs produits, mais les collectivités devraient faire un effort pour permettre aux habitants de découvrir leur propre territoire (partenariats à créer).

### 2- Equipements

- Problématique du coût pour le fonctionnement électrique des bateaux par exemple, mais aussi pour l'aménagement et l'équipement des escales et des ports
- Filière qui doit encore s'améliorer et explorer de nouvelles pistes (essence bio ?) Croisieurope a doublé sa consommation de fuel pour alimenter les groupes électrogènes sur ses bateaux électriques.
- Problématique de la gestion des déchets et des effluents (eaux noires et grises) et de la destruction des bateaux.

### **Axes de réflexion proposés au groupe de travail :**

*Pour continuer à correspondre aux attentes des touristes et aussi pour minimiser l'impact environnemental sur les territoires, le tourisme fluvial doit devenir plus durable.*

*Cette transformation, déjà en cours, peut se faire à trois niveaux :*

- *transformation du parc de bateaux*
- *l'aménagement des ports et des haltes fluviales*
- *développement de produits plus durables*

*Quels sont les nouvelles technologies disponibles permettant la transition écologique du parc de bateaux existants ? Quel est leur coût et quelles solutions de financement peut-on envisager ?*

*Comment améliorer les infrastructures et les services des ports et haltes fluviales pour améliorer la gestion des déchets par exemple, mais aussi être en capacité d'accueillir les bateaux électriques ?*

*Comment faire évoluer les produits du tourisme fluvial (croisières-promenade, croisière avec hébergement, etc.) pour mieux répondre aux enjeux du développement durable ?*

# Atelier Navigation douce - Diagnostic

	POSITIF	NÉGATIF
	FORCES	FAIBLESSES
ORIGINE INTERNE	<ul style="list-style-type: none"><li>› Faible impact environnemental</li><li>› Pédagogie, sensibilisation à l'environnement, relais écologique</li><li>› Existence d'un réseau de puces d'eau et kayak, début de navigation électrique</li><li>› Exploration des zones protégées</li><li>› Créé du lien social</li><li>› Patrimoine commun, redécouverte et réappropriation</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>› Manque de communication sur le réseau existant</li><li>› Dispersion des informations et de la communication entre les différents partenaires fluviaux</li></ul>
ORIGINE EXTERNE	OPPORTUNITES	MENACES
	<ul style="list-style-type: none"><li>› Zone non-navigable : opportunité de développement pour la navigation douce</li><li>› Qualité de l'eau de la Marne</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>› Aménagements de la rivière, infrastructures, ne prenant pas en compte la navigation douce (barrages, etc.)</li><li>› Equilibre à trouver entre développement économique et écologie</li></ul>



# Atelier - Navigation douce

Définition de la navigation douce : aspect « promenade », petits gabarits, aspect écologique (y compris nuisance sonore).

Inclut les petits bateaux, mais aussi les sports nautiques comme le canoë-kayak, le paddle, mais pas le ski nautique qui génère trop de nuisances.

## Pistes d'actions proposées :

- Recenser, développer et diffuser l'information actuellement dispersée sur le patrimoine culturel, environnemental et historique associé à la Marne. Exemple : communication sur le web, brochure, etc.
- Assurer la continuité de la navigation en canoë-kayak pour permettre des randonnées sur plusieurs jours (comme cela se fait sur la Loire par exemple).
- Développer des lieux de convivialité, guinguettes, bars, campings, etc.
- Développer des parcours de circulation douce + visites culturelles et patrimoniales

### **Axes de réflexion proposés au groupe de travail :**

*La navigation douce est un aspect important du tourisme fluvial sur notre territoire car elle permet de valoriser les parties non-navigables de la rivière (iles de Créteil et de Chelles, boucle de Saint-Maur, etc).*

*Le format des activités, leur prix et leur localisation permet de toucher plus facilement le public local alors que les croisières-promenades à la journée s'adressent plutôt aux touristes.*

*Le passeur de Marne permet aussi de développer l'itinérance sur le territoire et ainsi de faciliter les déplacements le long de la Marne afin de proposer un véritable parcours de balade.*

*Ainsi, si les activités de navigation douce (croisières, location de bateaux électriques) sont bien présentes sur le territoire, de nombreuses pistes de développement restent à explorer :*

*SPATIALES : Par la mise en place d'activités de navigation douce dans de nouveaux lieux du territoire ou dans des lieux où elles sont proposées très ponctuellement.*

*THEMATIQUES : L'organisation de croisière + visite ou activités afin de valoriser le territoire et son offre touristique.*

*Nous vous invitons également à prendre en compte :*

- *L'accessibilité des différents territoires en transports en commun*
- *La proximité de lieux de visite ou d'activités*
- *La complémentarité avec les autres usages déjà présents sur l'eau*

# Atelier Escales à passagers - Diagnostic

	POSITIF FORCES	NÉGATIF FAIBLESSES
ORIGINE INTERNE	<ul style="list-style-type: none"><li>› Attractivité des berges de la Marne (diversité des paysages, biodiversité)</li><li>› Patrimoine architectural</li><li>› Proximité immédiate avec Paris</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>› Faible niveau d'équipements en embarcadères</li><li>› Offre culturelle et événementielle insuffisante</li><li>› Interrogation sur la permanence du service de l'offre</li></ul>
ORIGINE EXTERNE	<ul style="list-style-type: none"><li>› Perspective des Jeux Olympiques et du Grand Paris</li><li>› Ouverture des écluses le soir</li><li>› Couplage avec la location de vélos</li><li>› Développement de produits du terroir</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>› Réduction des possibilités de financement public</li><li>› Pas de modèle économique avéré = risques pour les investisseurs potentiels</li></ul>

# Atelier – Escales à passagers

## Pistes d'actions proposées :

Pas vraiment de pistes d'actions mais des réflexions et des questions à partager.

Les déplacements sur l'eau peuvent être une fin en soi, ou être au service d'équipements existants. Ils peuvent être simplement un mode de transport, par exemple à l'occasion d'événements ponctuels.

Est-ce qu'il faut venir de Paris ou aller à Paris, qui phagocyte l'essentiel du tourisme fluvial ?

Faut-il envisager des trajets en sens unique ? Pour éviter la monotonie d'un aller/retour ?

Question de l'intermodalité sur les modes de transport, à terre et sur l'eau.

Certaines sociétés de croisières ont fait faillite : Pourquoi ? Faut-il revoir le modèle économique ?

### Enjeux :

- Nécessité d'avoir une vision globale en identifiant tous les centres d'attractivité autour des escales + visibilité sur l'ensemble de la programmation événementielle sur le territoire
- Diversification de l'offre qui peu paraitre sommaire
- Diversification des aménagements en bordure d'escales

### **Axes de réflexion proposés au groupe de travail :**

*Quels freins pour l'utilisation des escales à passagers existantes ? Le prix et les disparités qui existent sur le territoire ? L'aménagement ? La localisation et/ou l'attractivité du site ?*

*L'offre d'escales est-elle suffisante ? Est-elle équilibrée sur le territoire ? Correspond-elle à l'offre touristique présente sur le territoire (sites de visites, activités, etc.) ? Sont-elles suffisamment accessibles ?*

*Faut-il en créer d'autres ? Où ? S'agirait-il d'escales de passage (pour une visite ou un restaurant) ou bien des escales de départ ou d'arrivée des croisières ?*

*Quels partenaires techniques et financiers mobiliser ? Quels leviers financiers ?*

*Quelles seraient les opportunités pour le développement de ces infrastructures ? Par exemple, les JO 2024, les projets Inventons la Métropole, etc.*

# Atelier Plaisance - Diagnostic

	POSITIF FORCES	NÉGATIF FAIBLESSES
ORIGINE INTERNE	<ul style="list-style-type: none"><li>› Volonté des différents acteurs de travailler en commun</li><li>› Accueil possible y compris pour les étrangers (compétences linguistiques)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>› Manque de places dans les ports (qui ne sont pas extensibles)</li><li>› Les ports ne sont pas des lieux de vie</li><li>› Manque de stations-services</li></ul>
ORIGINE EXTERNE	<ul style="list-style-type: none"><li>› Nouveaux outils numériques de valorisation du territoire</li><li>› Signalétique</li><li>› Réseau des Greeters</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>› Barrières administratives</li><li>› « Guerre » des Territoires</li></ul>

# Atelier - Plaisance

## Pistes d'actions proposées :

▪ **Enjeu d'aménagement** : Développement maîtrisé et coordonné des places dans les ports

▪ **Enjeu de communication** :

Essayer de développer des moyens de communication pour l'ensemble du territoire, et les diffuser dans les ports. On peut aussi envisager une communication ciblée auprès des touristes étrangers.

Exemple :

- Carte avec l'ensemble des ports à afficher dans les capitaineries (comme celle qui est mise à disposition pendant l'atelier)
- Guide des activités, parcours de découverte, resto, etc. à proximité des ports.
- Création de bornes d'information
- Revoir la signalétique

▪ **Enjeu autour de l'offre**, pour la développer et faire des ports de véritables lieux de vie comme ils le sont dans le nord de l'Europe :

- S'appuyer sur le réseau des greeters, mobiliser les locaux pour attirer les touristes étrangers et les accueillir
- Outils numériques : proposer des jeux de pistes et parcours de visite géolocalisés, etc.

▪ **Enjeu de coopération locale**

Il y a déjà une grande volonté de tous les acteurs de travailler ensemble mais il faut améliorer la coordination entre les structures et les territoires, et réaffirmer les logiques de développement territorial.

## **Axes de réflexion proposés au groupe de travail :**

- *Comment attirer plus de plaisanciers de passage sur les équipements du territoire ?*
- *Quels moyens de communication pour toucher ce public ? A la fois sur les équipements existants mais aussi sur l'attractivité du territoire (lieux à visiter, activités, commerces, etc.).*
- *Les ports et escales ont-ils les moyens techniques et humains d'accueillir les plaisanciers de passage dans de bonnes conditions ? Et le cas échéant, quelles sont les solutions à envisager ?*
- *Quels services seraient à améliorer ou à développer pour rendre plus attractives ces escales ?*
- *Quelles activités proposer pour faire découvrir le territoire à proximité des escales ?*
- *Comment créer du lien entre les plaisanciers de passage et les résidents du port ou les habitants du territoire ?*
- *Comment optimiser les retombées économiques du passage de plaisanciers sur le territoire ? Par exemple en valorisant les commerces, restaurants, etc.*