

Le rôle majeur de l'hébergement dans la découverte de la ville par le touriste

Les réflexions reprises dans cette note sont issues de mes observations des pratiques des touristes depuis 20 ans que j'ai créé Good Morning Paris, premier réseau de chambres d'hôtes à Paris, de mes propres expériences en tant que touriste dans d'autres grandes villes, et d'échanges aussi bien avec mes propriétaires de chambres d'hôtes qu'avec des visiteurs.

Les flux de touristes se répartissent très inégalement sur le territoire

Mes réflexions s'inscrivent dans une finalité, à savoir mieux répartir les flux de touristes sur l'ensemble du territoire de Paris, et a fortiori du Grand Paris. Ce qui est un enjeu majeur du développement du tourisme à Paris pour les années à venir, pour les touristes bien sûr, mais aussi pour les habitants. En effet avec le développement du tourisme mondial, et notamment du tourisme urbain, le nombre de visiteurs dans notre ville est destiné à continuer à croître dans les années à venir. Or les flux de visiteurs se répartissent de manière très inégale sur le territoire : Un axe est-ouest allant du Marais à l'Arc de Triomphe, en passant par Notre Dame, le Louvre et les Champs Elysées ; la Tour Eiffel ; Montmartre ; les Grands magasins du Boulevard Haussmann concentrent une bonne partie de la fréquentation et certaines rues et certains sites qui y sont situés sont saturés à certaines périodes. Pendant ce temps des musées parisiens aimeraient accueillir plus de visiteurs ; certains vont même jusqu'à fermer comme récemment la Pinacothèque ; de nombreuses boutiques aimeraient pouvoir compter sur une clientèle touristique plus importante ; des rues, des quartiers, des espaces verts et des points de vue ne demandent qu'à être plus fréquentés par les touristes.

Comment faire pour favoriser une meilleure répartition des touristes sur l'ensemble du territoire et désaturer l'hyper-centre ? Comment mieux faire connaître l'ensemble de l'offre touristique de Paris et du grand Paris ? Comment donner envie au visiteur de sortir des sentiers battus ? L'enjeu est de taille, car il permettra tout autant de contribuer à améliorer les expériences vécues par le touriste que de favoriser une meilleure acceptation des touristes par les Parisiens

Il convient de distinguer deux types de touristes: les primo-visiteurs, et les repeaters. Les premiers en effet ne repartiront pas de Paris sans avoir visité, ou au moins vu, un certain nombre d'incontournables, et il serait vain de chercher à les en dissuader. Parmi ces incontournables : la Tour Eiffel, les Champs Elysées, le Louvre, Versailles, Notre Dame et les bords de Seine, le Sacré cœur et Montmartre, une balade sur la Seine et une balade à pied dans le Marais ou à Saint Germain des Prés. Pas sûr qu'ils aient le temps d'ajouter beaucoup d'autres lieux de visite pendant leur premier séjour. Cependant il faut leur donner conscience de tout ce qu'ils manquent, pour qu'ils ressentent une envie impérieuse de prolonger leur séjour ou de revenir. Et pour cela leur faire goûter aux charmes d'une autre offre touristique, plus confidentielle, moins fréquentée, et d'une autre ville, plus parisienne, plus authentique. Comment ? Soit en irriguant à partir des lieux qu'ils visitent ; soit en leur faisant découvrir ce qui se trouve autour de leur lieu

d'hébergement. Pour quoi faire ? Principalement se balader à pied, faire des achats, boire un verre ou dîner, assister à un spectacle ou sortir en boîte.

Les repeaters sont, quant à eux déjà venus à Paris et y reviennent pour approfondir leur visite de la ville. Cela ne les empêchera pas d'avoir envie de revoir certains incontournables ou lieux qu'ils connaissent déjà, d'autant que c'est ce qui leur permettra de ne pas se sentir complètement étrangers avec la ville et de ressentir au contraire une agréable sensation de familiarité. Mais s'ils sont revenus, c'est qu'ils ont envie de faire d'autres découvertes, pourquoi pas de revivre certaines expériences qui leur auront plu, mais surtout d'en vivre de nouvelles. Ils sont donc à la recherche d'autres offres touristiques. Ils ont choisi de séjourner dans un quartier soit qu'ils connaissent déjà et ont apprécié, soit au contraire dans un nouveau quartier qu'ils ont envie de découvrir. Ils vont avoir plus de temps que les primo-visiteurs à consacrer à cette découverte et vont être ouverts aux suggestions qui leur permettront de se familiariser avec le quartier où ils ont choisi de dormir : balades, musées à découvrir à proximité, parc où aller flâner ou faire son jogging, bars et restaurants, lieux où sortir le soir, ... Or ces suggestions, personne n'est mieux placé pour les leur faire que le lieu qui les héberge, que ce soit une chambre d'hôtes (cela va de soi), un hôtel, une résidence hôtelière, un appartement loué à un particulier ou une auberge de jeunesse.

L'hébergement joue un rôle central dans la découverte des quartiers

Mon objectif est de faire irriguer les flux de touristes à partir de leurs lieux d'hébergement. Les hôtels, qui accueillent la grande majorité des visiteurs, doivent être ancrés dans le quartier où ils se situent, intégrés dans la ville et dans sa vie locale, ils doivent exister par rapport à l'environnement dans lequel ils se situent et ne pas être simplement des lieux où dormir, hors sol, que l'on rejoint en taxi ou en métro après avoir visité la ville.

Le touriste qui a choisi de séjourner dans tel quartier de Paris plutôt que dans tel autre a une prédisposition favorable à découvrir ce quartier. Il faut l'aider à le faire en mettant à sa disposition sur son lieu d'hébergement de l'information sur ce qu'il y a à voir/à faire/à découvrir en partant à pied, lui rendre visible l'offre touristique de proximité : musées, monuments (y compris églises par exemple), points de vue, espaces verts, expositions et spectacles, cafés, restaurants, marchés, boutiques, etc.

Or il y a des hôtels dans tous les quartiers de Paris, pas seulement dans ceux qui attirent déjà naturellement beaucoup de touristes. Les 9^{ème}, 10^{ème}, 14^{ème}, 15^{ème} ou 17^{ème} arrondissements par exemple accueillent une grande partie de l'offre hôtelière parisienne : à eux 5 ces arrondissements rassemblent 40% du nombre total d'hôtels à Paris. Or ce sont également 5 arrondissements où ne se situe aucun des incontournables à visiter et dont le territoire ne fait pas partie des zones touristiques saturées. En revanche chacun possède des lieux à visiter et à découvrir qui ne demandent qu'à être mieux mis en avant et plus fréquentés par des touristes. On peut bien entendu élargir ce raisonnement à tous les quartiers de Paris et plus largement au territoire du Grand Paris, sur lequel je ne m'étendrai pas car je connais moins son offre que ce soit d'hébergements, ou de lieux touristiques.

Aujourd'hui trop peu d'hôtels mettent en avant sur leurs sites internet l'offre touristique de proximité. Ils préfèrent bien souvent situer leur hôtel par rapport aux

incontournables, mettre en avant ceux qui sont les plus proches, et la manière de s'y rendre. Ce pourrait pourtant être un atout commercial non négligeable, et une première manière de sensibiliser ses clients à ce qu'il pourra découvrir à pied à proximité.

Trop peu également sont à même de renseigner leurs visiteurs sur cette offre touristique de proximité : ils disposent bien souvent de documentation commerciale sur les incontournables, ou encore sur les prestataires qui les auront démarchés ; certains sont donc du quartier bien entendu, mais ce n'est en général pas l'hôtelier qui a fait la démarche volontaire de les sélectionner, mais les prestataires qui sont venus à lui, parfois avec des offres promotionnelles ou de commissionnement. Sans compter que le réceptionniste, ou même le concierge (la fonction existe en général à partir de 4 étoiles), ne connaît bien souvent pas le quartier dans lequel se trouve l'hôtel. Et pour cause ; il n'y habite pas, n'y vit pas, mais se contente d'y travailler. C'est là une des différences essentielles d'ailleurs avec le rôle naturel de prescripteur d'idées de découverte dans son quartier que joue le propriétaire de chambre d'hôtes, qui lui connaît réellement le quartier dans lequel il habite et accueille.

Comment faire de l'hôtel un lieu de diffusion de l'offre touristique de proximité ?

Il serait intéressant de développer ce que j'appelle un service de 'conciergerie de proximité' dans les hôtels. J'ai déjà eu l'occasion d'évoquer cette idée en réunion de travail sur le schéma directeur touristique de Paris et auprès du Directeur de l'Office du Tourisme, car d'après moi une telle action pourrait entrer dans les missions de l'Office du Tourisme : il s'agit en effet finalement de déconcentrer le rôle d'information et d'accueil de l'Office au plus près des visiteurs. C'est pourquoi l'Office du Tourisme, qui dispose dans ses bases de données d'une très grande richesse d'informations sur l'offre touristique parisienne (qu'il s'agisse des musées, du shopping, des galeries, de la gastronomie, ...), pourrait travailler avec les hôteliers à la réalisation d'un tel projet. Voici à titre d'exemple un déroulé de démarche tel que je l'ai suggéré à l'OTCP :

- Définir une cible d'hôteliers avec lesquels travailler en priorité. Suggestion : adhérents OTCP – 3 étoiles (les 4 étoiles et plus ont en général un service de conciergerie déjà structuré et seront sans doute plus difficiles à convaincre d'un changement éventuel de pratiques) - choisir des arrondissements/quartiers de Paris, dans lesquels il y a à la fois une offre hôtelière importante et des sites touristiques méconnus : par ex le 9^{ème} avec le quartier de la Nouvelle Athènes, le musée de la vie romantique, le musée Gustave Moreau, l'église de la Trinité, le musée du parfum, ... sans compter les nombreux bars et restaurants du quartier de SoPi.
- Commencer par une enquête auprès de ces hôtels permettant de connaître ce qui se fait aujourd'hui : recensement des pratiques existantes, identification de « bonnes pratiques » à diffuser plus largement, questionnement sur les besoins, ...
- Etablir une cartographie des hôtels et de l'offre touristique de proximité à promouvoir à partir de la base d'informations incroyablement riche dont dispose l'OTCP et des suggestions des hôteliers – Valoriser les adhérents – Et pourquoi pas se servir d'une telle action pour susciter de nouvelles adhésions ?
- Ne pas utiliser les systèmes de géolocalisation existants pour ne pas être dépendants de Google, Tripadvisor, ...

- Concevoir dans le détail le service
- Mobiliser les hôteliers autour de son utilisation
- Si besoin, former à son utilisation le personnel d'accueil/réception dans les hôtels
- Faire évoluer et enrichir la base de données de l'offre touristique de proximité à valoriser à partir des expériences vécues positives des clients (sur les restos, les boutiques, les visites, ...). Et pourquoi pas identifier et démarcher de futurs nouveaux adhérents à l'OTCP ?

Mais on peut également imaginer que ce travail soit fait uniquement par des acteurs privés, et par exemple que des groupes hôteliers s'en emparent, voyant là une opportunité pour améliorer leur accueil, et renforcer leur position face à la concurrence des plateformes de location comme Airbnb.

On peut également imaginer qu'une start up se saisisse de l'idée en se lançant dans la cartographie de l'offre touristique du Grand Paris quartier par quartier et en transformant le tout en une appli qui pourrait ensuite être proposée aux touristes soit via les hôtels soit directement. Pour ma part je crois beaucoup au rôle de prescripteur des hébergeurs, et donc des hôteliers, et à l'intérêt qu'il y a à les impliquer dans cette démarche. Il existe en effet de très nombreuses applis sur Paris, mais beaucoup sont spécialisées soit sur les transports, soit sur les sorties, soit sur les restaurants, soit sur les monuments... Je n'en ai pas trouvé qui proposent une cartographie de l'offre touristique telle que je l'ai définie, à savoir : balades, musées à découvrir à proximité, parcs où aller flâner ou faire son jogging, bars et restaurants, marchés, boutiques, lieux où sortir le soir... encore moins en plusieurs langues. Une appli de conception récente, et au nom prometteur, The Tourist in Paris, qui fait partie de celles qui seront installées pendant un an dans une centaine d'abribus parisiens, est intéressante en matière d'ergonomie, mais la logique de leur base de données m'échappe : quand je regarde leurs suggestions autour de mon domicile, je ne retrouve pas vraiment ce que je proposerais à des visiteurs... La sélection, qui est essentielle dans un tel service, est curieuse et ne s'appuie pas sur une connaissance approfondie des quartiers de Paris.

Quelles que soient les modalités retenues, la démarche repose sur quatre étapes essentielles :

L'identification et la sélection de l'offre ;

Un travail de cartographie, de présentation et de géolocalisation ;

La mise à disposition de l'information aux touristes ;

L'actualisation.

Les plateformes de location d'appartement contribuent à concentrer les flux de touristes

Une telle démarche me paraît d'autant plus importante que les plateformes de location d'appartements type Airbnb renforcent au contraire la concentration des touristes dans les zones déjà les plus fréquentées.

Je suis en effet convaincue que le développement des séjours en location meublée, notamment par l'intermédiaire de plateformes type Airbnb va à l'encontre d'une meilleure répartition des flux de visiteurs sur l'ensemble du territoire de Paris, et a

fortiori du Grand Paris. En effet si on en croit les chiffres annoncés par Airbnb, leur offre serait aujourd'hui de 60000 annonces sur Paris, certes réparties sur l'ensemble du territoire. Mais plus que la répartition de l'offre, ce qui serait intéressant de connaître c'est la répartition des réservations. Et je suis prête à parier que l'offre située dans les quartiers les plus recherchés comme l'Île Saint Louis, le Marais, Saint Germain des Prés, ou encore Montmartre concentre beaucoup plus de réservations que celle située dans quartiers plus périphériques.

D'ailleurs Nicolas Ferrary, Directeur France d'Airbnb a un discours parfaitement rôdé sur le sujet quand on lui fait remarquer que le nombre de visiteurs Airbnb ayant séjourné dans le quartier du Marais l'été dernier avait été supérieur au nombre d'habitants permanents de ce quartier. Il répond : « On porte beaucoup d'attention médiatique au Marais, j'ai du mal à comprendre pourquoi puisque aucun arrondissement ne recense plus de 8% des logements et des réservations. ». En décryptant le discours, il faut comprendre que le 3^{ème} et le 4^{ème} arrondissement représentent chacun 8% des logements ou des réservations, soit 16% à eux deux, alors qu'ils ne représentent que 2,8% de la population parisienne ! Il y a donc bien une surconcentration de touristes liés à Airbnb dans le Marais. A contrario l'offre hôtelière dans les arrondissements 3 et 4 respecte le poids de ces arrondissements dans la population parisienne, puisqu'elle représente 2,3% du nombre total de chambres d'hôtel à Paris. Ce qui donne une raison supplémentaire de s'appuyer sur les hôtels pour une meilleure irrigation des flux de touristes sur l'ensemble du territoire.

En conclusion, et pour aller plus loin

Le développement d'un tel service aurait un triple bénéfice : Pour la ville, celui de mieux répartir les flux de visiteurs sur le territoire, en s'appuyant sur la dispersion de l'hébergement touristique ; Pour les acteurs du tourisme, celui d'améliorer la visibilité et la fréquentation de l'offre touristique de proximité ; Pour les hôteliers enfin, celui d'améliorer leur accueil et leur service à la clientèle, ce qui représente un atout face à la concurrence des plateformes internet. Il contribuerait en outre à améliorer l'ancrage des hôtels dans la vie locale.

On peut d'ailleurs imaginer d'autres actions pour mieux ancrer les hôtels dans la ville : par exemple, se servir des halls d'hôtels comme des lieux d'exposition sur leur environnement, y organiser des dégustations de produits de commerçants locaux, ...

Christine Bokobza
Good Morning Paris
Christine.bokobza@goodmorningparis.fr
0662130335

Le 19 février 2016