

Premier secteur créateur d'emplois en France, le tourisme est devenu un enjeu majeur dans le développement économique local. Avec son patrimoine architectural exceptionnel, Troyes, qui joue depuis longtemps la carte du tourisme, a des atouts à faire valoir. Les chantiers de requalification urbaine menés dans son cœur historique ont véritablement renforcé son attrait touristique. Mais face à la concurrence des autres villes, Troyes doit s'appuyer sur l'ensemble de ses atouts : son patrimoine, mais aussi sa spécificité de "ville de shopping", la qualité de son accueil, son offre de loisirs, sa gastronomie, le champagne, l'attraction des lacs, de la Vélovoie et du département. Plus que jamais, il est temps pour tous les professionnels du tourisme et les collectivités locales de travailler main dans la main pour définir une véritable stratégie afin de faire de Troyes une destination incontournable.



Développer le tourisme

Le plus grand ensemble français de maisons à pans de bois du XVI^e siècle ; un labyrinthe de rues étroites entre des maisons à colombage aux façades colorées, dans un étonnant cœur historique en forme de Bouchon de Champagne, à l'intérieur duquel 52 hectares de secteur sauvegardé ont été délimités ; 10 églises, dont une cathédrale ; une cité baptisée la ville sainte du vitrail tant les mètres carrés de verrières sont abondants (le département de l'Aube est d'ailleurs le plus riche en France avec 9 000 mètres carrés de verrière) ; sa statuaire ; sept musées dans le centre-ville ; un important patrimoine industriel du XIX^e et XX^e siècle, dont l'intérêt architectural est indéniable ; un passé chargé d'histoire (les Foires de Champagne, les Comtes de Champagne, les templiers, la Guerre de cent ans, la littérature de colportage...) et rempli de personnages prestigieux (Rachi, Bernard de Clairvaux, Marguerite Bourgeoys, etc.).



La diversité du tourisme local

Cité d'art et d'histoire, Troyes possède une grande richesse patrimoniale, qui attire tout au long de l'année nombre de touristes français, mais aussi étrangers, au premier rang desquels les Anglais, les Italiens et les Allemands qui posent facilement leurs valises chez nous le temps d'un court séjour.

Si le tourisme troyen est principalement tourné vers la pierre et le bois, il ne faut pas oublier le tourisme commercial lié aux 240 magasins d'usine : chaque année, près de quatre millions de chalands arpentent les allées des trois grands centres de marques de l'agglomération troyenne, dont 2 millions de visiteurs extérieurs au département. En 2001, une étude a montré que près de 600 000 d'entre eux se sont également rendus dans le centre-ville.

Le tourisme local est aussi intimement lié à l'organisation de grands rendez-vous culturels ou sportifs, tels que le festival des Nuits de Champagne, le Salon Régional du Livre pour la Jeunesse, le National de pétanque ou encore l'accueil d'un départ du Tour de France. Ces événements, dont il ne faut pas minimiser l'impact, possèdent un réel pouvoir d'attraction, tout en véhiculant de façon positive l'image de la cité en dehors des frontières du département. Un principe que la Fédération des commerçants Troyes-Centre a bien saisi, en organisant l'année dernière la première édition des Splendeurs de Troyes, une animation estivale qui a ressuscité l'ambiance médiévale des Foires de Champagne dans tout le Bouchon de Champagne.

Autre créneau sur lequel s'est positionné l'Office de Tourisme de Troyes et sa Région depuis cinq ans, le tourisme d'affaires, animé par le réseau des Offices de Tourisme "Congrès-Cités", dont il fait partie aux côtés de Vannes, Vittel, Albi, Aix-les-Bains et Cherbourg. L'objectif est de mettre à disposition des organisateurs de séminaire, de congrès ou tout autre manifestation, des infrastructures adaptées dans une ville à taille humaine, au cœur d'un environnement riche et agréable.

Enfin, la situation géographique de Troyes est un atout touristique considérable. Troyes est située à la jonction des autoroutes A5 et A26 et sur l'axe reliant le Nord et le Sud de l'Europe. Elle fait donc figure d'étape naturelle sur la route des vacances. Autre point fort de sa géographie, son positionnement au centre du département de l'Aube, dont les richesses sont reconnues : le Parc Naturel de la Forêt d'Orient, les lacs, la Vélovoie, la gastronomie, le vignoble, la route du champagne et une profusion d'édifices et d'œuvres d'art classés Monuments historiques.

Si la ville de Troyes souffrait il y a plusieurs années d'un manque de notoriété touristique, elle semble aujourd'hui inverser la tendance, chiffres à l'appui. En 2004, 301 350 visiteurs se sont présentés dans les bureaux et points d'accueil de l'Office de Tourisme de Troyes et sa Région. 29 120 appels téléphoniques ont été recensés, 200 000 connexions Internet dénombrées, 10 000 sollicitations (fax, courrier, e-mail) enregistrées, ainsi que 270 contacts de journalistes pour promouvoir nos atouts dans la presse spécialisée.

"L'emploi touristique ne se délocalise pas. Il est créé là où il y a quelque

ENTRETIEN AVEC

→ **Lise Patelli,**
Maire-adjointe chargée du tourisme et des relations internationales



Maire Adjointe chargée du Tourisme et des Relations Internationales, Lise Patelli revient sur l'organisation des Assises du tourisme et nous explique les enjeux de ce secteur d'activité.

Press'Troyes | Quels étaient les enjeux des premières Assises du Tourisme organisées au mois de janvier dernier ?

Lise Patelli | "Ces premières Assises du Tourisme de Troyes répondaient à une réelle attente de tous les acteurs concernés par ce secteur dont on ne mesure pas toujours l'impact réel sur l'économie et le développement local. Organisées conjointement par la Ville de Troyes et l'Office de Tourisme de Troyes et sa Région, elles ont permis durant une journée dense et riche de confronter les points de vue entre professionnels et institutionnels, entre commerçants du centre-ville et promoteurs des magasins d'usine, entre collectivités et Etat notamment. Elles ont surtout favorisé l'émergence de lignes de force pour la politique à conduire en matière touristique dans les mois et années à venir, en particulier par le biais des réflexions menées au sein des quatre ateliers thématiques, tous très fréquentés. Le premier enjeu de ces Assises était de réussir à fédérer toutes les énergies et tous les partenaires dont il est souhaitable qu'ils s'impliquent dans la promotion de Troyes et dans son développement touristique. Je crois que, de ce point de vue, le pari est gagné."

Press'Troyes | Selon vous, quels sont les points forts et les faiblesses du tourisme à Troyes ?

Lise Patelli | "Les points forts sont « légion » ! Toute l'histoire de Troyes depuis le Moyen-Âge jusqu'à nos jours a déposé au fil des siècles des trésors patrimoniaux d'une grande richesse et surtout dans des domaines extrêmement divers. On pense évidemment en priorité à cette architecture médiévale et Renaissance du Bouchon de Champagne que mettent si bien en valeur les opérations de requalification urbaine qui se sont succédées depuis trente ans. On pense aussi à la densité des églises classées, aux chefs-d'œuvre de la statuaire qu'elles enchâssent, ainsi qu'aux extraordinaires verrières qui les enluminent. Mais il ne faudrait pas oublier tout ce patrimoine de la pensée et du savoir-faire, y compris contemporain et industriel (Troyes ne fut-elle pas capitale de la bonneterie ?) qui fait de notre ville une cité dont les atouts se démultiplient. Notre point faible, ce n'est un secret pour personne, c'est encore un sérieux déficit de notoriété, même si depuis quelques années notre image tend à s'imposer à l'extérieur grâce à des vecteurs de communication comme les magasins d'usine ou l'ESTAC notamment."

Press'Troyes | Quel est l'impact du développement touristique au niveau local ?

Lise Patelli | "Le développement touristique de Troyes et de l'Agglomération est indissociable de celui de l'Aube en général. C'est la raison pour laquelle, lors des Assises, nous avons insisté sur la nécessité de travailler en synergie avec tous les organismes ayant vocation à promouvoir le tourisme sous toutes ses facettes : culturel, patrimonial, gastronomique, commercial, d'affaire ou de loisirs. C'est l'un des aspects très positifs de cette journée que d'avoir obtenu sur cet objectif un consensus absolu. Cela nous donnera pour l'avenir une force de frappe nettement supérieure et constituera l'une des clés de notre réussite. L'enjeu économique est trop important pour que l'on se disperse. Je rappellerai seulement qu'en France c'est le tourisme qui permet à la balance des paiements d'être excédentaire et qui s'affiche comme le secteur le plus créateur d'emplois. Rapportons cela à Troyes et l'Aube et l'on verra que cela mérite bien que l'on se penche sérieusement sur le berceau."

Press'Troyes | Comment faire de Troyes une destination touristique à part entière tout au long de l'année ?



25004

Au mois de janvier dernier, le plafond des consultations du site Internet de l'Office de Tourisme de Troyes et sa Région a été crevé avec 25 004 connexions. C'est le mardi 11 janvier, la veille de l'ouverture des soldes, que les visiteurs ont été les plus nombreux à surfer sur le www.tourisme-troyes.com, avec 1 200 connexions. Au total, 8 550 documents ont fait l'objet d'un téléchargement. La preuve que l'outil Internet et le tourisme commercial sont indissociable du développement touristique local.

Le tourisme est un axe de développement économique majeur pour l'avenir de notre ville.

Le tourisme, un axe de développement économique majeur

Consciente de son potentiel touristique et de l'intérêt qu'il suscite, la Ville de Troyes a engagé depuis une dizaine d'années un vaste chantier de requalification urbaine de son patrimoine bâti et de ses espaces publics. Cette politique globale de restauration, de réhabilitation et de mise en valeur de son centre historique, qui a permis à ce dernier de retrouver son identité médiévale, a largement renforcé son attractivité et sa fréquentation. Une nouvelle dynamique culturelle, touristique et commerciale a été imprimée, récompensée au mois de janvier dernier par le Prix Procos Centre-ville qui salue les efforts de cette politique volontariste (lire en page 4).

Aujourd'hui, qu'en est-il de l'avenir du développement du tourisme local ?

"Après toutes les opérations de requalification urbaine, on ne peut pas se contenter seulement d'une belle ville. Il reste encore du travail afin d'assurer la promotion de Troyes et en faire une destination touristique incontournable", a souligné Lise Patelli, maire-adjoint chargée du Tourisme, lors du lancement officiel des premières Assises du Tourisme. Organisée au mois de janvier dernier, cette journée d'échanges a réuni à l'Hôtel de Ville 170 professionnels et intervenants extérieurs, chargés de réfléchir, dans différents ateliers à thème, à des pistes qui rendraient la ville

de Troyes encore plus attractive, lui permettant ainsi de capter plus de visiteurs. L'enjeu est important, car le tourisme est un axe de développement économique majeur pour l'avenir de notre ville, marquée par des vagues de délocalisations successives dans l'industrie, et qui a fait le pari de développer les entreprises de services et le secteur touristique.

"L'emploi touristique ne se délocalise pas. Il est créé là où il y a quelque chose à faire, à voir. Le tourisme est le premier secteur créateur d'emplois, il représente 7 % du PNB, 97,1

milliards de chiffre d'affaires annuel en France, première destination touristique dans le monde avec 76,5 millions de visiteurs", a précisé Thierry Baudier, directeur général de la Maison de France, chargée de la promotion touristique de la France dans le monde. "Seulement, 70 % des touristes se concentrent sur 30 % du territoire. La concurrence est exacerbée, les gens voyagent de plus en plus, multiplient les destinations et les courts séjours. Ils vont facilement à l'étranger, sont de moins en moins fidèles, et avec le développement de l'Internet, ils programment souvent leur voyage au dernier moment. Le touriste est devenu un « consomm'acteur » plus exigeant. D'où l'intérêt de se doter d'une véritable stratégie marketing pour accueillir les vacanciers, les satisfaire et leur donner surtout envie de revenir."

choses à faire, à voir."

Les premières Assises du Tourisme encouragent la synergie des forces vives

Les premières Assises du Tourisme se sont déroulées le 28 janvier dernier à l'Hôtel de Ville. Organisée conjointement par la Ville de Troyes et l'Office de Tourisme de Troyes et sa Région, cette journée de rencontres et d'échanges a réuni près de 170 personnes, hôteliers, restaurateurs, commerçants, agents de voyages, élus, représentants d'offices de Tourisme, chefs d'entreprise, etc., tous impliqués dans le développement du tourisme local.



Des ateliers à thème et des séances plénières

"Image et Notoriété", "Promotion, commercialisation et marchés : quels enjeux pour Troyes ?", "Quels projets et quels partenariats développer entre collectivités, institutions et professionnels du tourisme ?", "Comment renforcer l'accueil et les services pour mieux accueillir les visiteurs ?" : quatre ateliers étaient au programme de cette première édition, à l'intérieur desquels les idées et les pistes de travail n'ont pas manqué d'être prolifiques.

Les séances plénières ont été particulièrement enrichissantes, animées par des intervenants extérieurs reconnus dans le domaine du développement touristique, présents à Troyes pour faire partager leurs expériences : Thierry Baudier, directeur général de la Maison de France, Bruno Bodard, directeur de l'Office de Tourisme de Vannes, Christian Henry, directeur pédagogique du groupe ESC Troyes et Didier Ract-Madoux, directeur gérant du Groupe Second Axe Consultants.

Les débats de ces premières Assises seront retranscrits dans un livre blanc, qui sera utilisé comme base de travail pour développer une synergie entre tous les acteurs concernés et engendrer une véritable stratégie qui rendrait la destination Troyes plus attractive.

Lise Patelli | "Troyes est déjà une destination à part entière tout au long de l'année. Cela tient en particulier à cette mode du tourisme de court séjour ou de week-ends prolongés qui s'est développée ces dernières années. D'ailleurs l'Office de Tourisme propose de nombreux produits répondant à cette attente. Sans doute faut-il travailler à multiplier ces offres et surtout parvenir à augmenter le nombre de nuitées."

Press'Troyes | La Ville de Troyes a exprimé la volonté d'être inscrite sur la liste du patrimoine mondial de l'humanité de l'UNESCO...

Lise Patelli | "Ce dossier est d'une extrême importance pour Troyes et le maire y porte une attention qui n'a d'égale qu'une implication personnelle très forte depuis qu'il en a énoncé l'idée. C'est aussi un dossier qui concerne un très grand nombre de secteurs de compétence et appelle la plus grande concertation possible afin de recueillir un maximum d'avis autorisés. Cette phase est en cours avec l'appui technique d'un cabinet spécialisé dans le montage de ce type de dossier. Je pense que nous devrions disposer de ses premières conclusions vers la mi-mars et voir ainsi sur quel axe nous fonder pour avoir les meilleures chances d'aboutir."

Comment Troyes fait-elle sa promotion ?

En matière d'animation et de promotion, c'est l'Office de Tourisme et sa Région qui est le bras armé de la ville de Troyes. Il propose une gamme de produits diversifiés, souvent renouvelée, et offre plusieurs formules de séjours et d'activités adaptées à différents publics : les forfaits Bon week-end en ville (2 nuits d'hôtel pour le prix d'une) et Week-end malin à prix futé (3 jours, 2 nuits incluant 2 nuitées chambre double avec petit déjeuner, deux repas dans des restaurants, un Pass'Troyes, et une réduction de 20% sur le transport en train) ; des visites guidées à thème pour les adultes, des flâneries interactives pour les enfants (À Kid'Jouer, Une lumière... une chimère), des balades en calèche l'été avec la Fédération des commerçants ; le Pass'Troyes, un passeport multi activités ; un système de visites audioguidées par GPS « Hoppy » (voir encadré) ; les Visites d'entreprises avec la Chambre de commerce et de l'industrie ; Terroir et Patrimoine, une opération de promotion des cuisines régionales en partenariat avec les restaurateurs locaux, etc.

L'Office de Tourisme a aussi accentué sa communication, avec la publication de plusieurs supports, la plupart à destination des visiteurs étrangers (des livrets pour les touristes chinois et japonais ; l'édition d'une monographie traduite en anglais), la réalisation d'un cd d'animation, une « carte de visite » de 2 minutes 45 qui a obtenu le prix du meilleur script au festival international du film touristique de Saverne en 2003 et le développement de son site Internet, www.tourisme-troyes.com.

Quant à la Ville de Troyes, au-delà des chantiers de restauration du bâti et de requalification des espaces publics qu'elle mène tambour battant, elle est à l'origine depuis un an de « Ville en lumières », un cheminement estival nocturne qui met en valeur les trésors architecturaux du Bouchon de Champagne, doublé de deux visites théâtralisées. Associée à l'opération « Ville en musiques », un programme de concerts organisé par la Maison du Boulanger, cette manifestation a bel et bien la prétention de capter plus longtemps les touristes et de gagner des nuitées supplémentaires.

Mais le grand chantier de la Municipalité, c'est l'inscription de la ville au patrimoine mondial de l'UNESCO. Ce « label », s'il était acquis, renforcerait considérablement l'image et la notoriété de notre ville.

Pour que Troyes vaille le voyage et ne mérite plus simplement le détour

Dans le guide national Michelin « Troyes mérite le détour » mais « ne vaut pas encore le voyage ». Comment faire alors pour que la cité Tricasse mérite cette appréciation dans cet ouvrage de référence ? Plusieurs pistes ont été données lors des Assises du Tourisme. Pour Didier Ract-Madoux, directeur du groupe d'audit et de conseil Second Axe Consultants, « *Troyes n'a pas à complexer. C'est une vraie ville qui vit toute l'année, à l'inverse d'une station balnéaire. Elle possède un patrimoine exceptionnel, les magasins d'usines et un environnement de qualité avec les*



Le développement du tourisme doit s'inscrire dans une stratégie commune, c



Les touristes guidés par GPS

L'Office de Tourisme de Troyes et sa région s'ouvre aux hautes technologies en mettant à la disposition des touristes une nouvelle génération d'audioguide.

Soucieux d'élargir sa palette de services offerts aux touristes, l'Office de Tourisme de Troyes vient de s'équiper d'un nouveau dispositif de visites audioguidées. Baptisée Hoppy, cette nouvelle acquisition remplace un système mis en place en 1999,

aujourd'hui obsolète. Plus fiable, plus souple, Hoppy fait appel à la technologie GPS. Disponible pour 5,50 € (3 € pour les enfants, les étudiants, les seniors et les demandeurs d'emploi), l'audioguide nouvelle génération est remis aux touristes, accompagné d'un plan ludique en forme de chat. Cet élément, qui n'est pas sans rappeler l'une des rues les plus pittoresques du centre-ville, suggère aux touristes d'emprunter Le Parcours des chats (25 arrêts commentés en français, anglais, allemand ou italien pour un parcours d'environ 1h30).

Une liberté totale

Pour autant, nul n'est tenu de suivre cet itinéraire à la lettre. Ici réside l'un des principaux atouts du nouveau dispositif : Hoppy offre une totale liberté aux touristes. Console (boîtier de 175 g) autour du cou, écouteurs sur les oreilles, ces derniers déambulent à leur guise au cœur du centre-ville. À proximité d'une zone d'intérêt, Hoppy diffuse automatiquement la présentation des lieux. Véritables films sonores, les commentaires intègrent musiques, archives, bruitages, le tout en lien étroit avec le texte ou le contexte. À tout moment, les visiteurs peuvent s'arrêter, revenir sur un site déjà visité. Une seule véritable contrainte, regagner l'Office de Tourisme en moins de 2h30.

Un projet 100% troyen

Troyes devient la seconde ville européenne, après Venise, haut lieu du tourisme international, à s'équiper d'un tel outil. Mais il y a là quelque chose de logique. La société Hoppy système, à l'origine de la mise au point du produit, est basée en plein cœur de la Technopole de l'Aube à Troyes. D'autres compétences locales ont été mises à profit pour mener à bien ce projet. Le journaliste troyen Philippe Schilde a rédigé les textes avant que Christian et Maria Brendel, tous deux comédiens professionnels, et Troyens de surcroît, ne leur donnent vie (pour la version française de la bande sonore). Grâce à ce nouveau dispositif, faisant appel à de hautes technologies, l'Office de Tourisme espère satisfaire un public plus large. Les demandes individuelles auxquelles il n'était pas évident de répondre favorablement devraient désormais être satisfaites.



Les animations estivales en chiffres (estimations)

Les Splendeurs de Troyes

30 000 personnes

Ville en musiques

30 000 personnes

Ville en lumières

7 600 personnes

La Fête éclairante

6 000 personnes

environnement de qualité avec les lacs, la Vélovoie... Reste à définir un positionnement, un fil rouge, une ombrelle de communication : sur quel thème doit-elle communiquer ? Quelle est la valeur de la marque Troyes : est-ce le champagne, les congrès, le patrimoine, les magasins d'usines, etc. ? Le tourisme, c'est de l'économie, de l'emploi, il faut donc avoir un raisonnement de chef d'entreprise pour optimiser son développement. Vous devez vous fixer des objectifs clairs et précis pour les 10 années à venir et les réaliser."

Une chose est sûre, tous les acteurs locaux, privés comme publics, se sont accordés pour dire que le développement du tourisme passe par une synergie autour d'un message commun. Si la ville de Troyes tient une place prépondérante dans l'attraction touristique locale, elle ne peut pas œuvrer sans le département et la Communauté de l'Agglomération Troyenne et inversement. La future Maison du Tourisme sera réalisée dans cet esprit. Enfin, l'implication des habitants est indissociable de la valorisation de notre potentiel touristique. "Ce sont eux qui sont les meilleurs ambassadeurs de la ville. Pour ce faire, ils doivent adhérer aux différents projets et se les approprier, comme ce fut le cas avec les travaux de requalification urbaine", a insisté François Baroin au moment de clôturer les Assises. Car comme l'ont démontré plusieurs études, l'outil de communication le plus performant reste le bouche à oreille, suivi des relations-presses et de l'édition de guides payants reconnus en librairie.



Sous les projecteurs

Salon Tourisme et Loisirs



Invités d'honneur de la 26^e édition du Salon Tourisme et Loisirs, la ville de Chesterfield et le comté du Derbyshire étaient représentés par M. Russel, Leader member de Chesterfield, accompagné d'une délégation de conseillers municipaux.

définie par tous les acteurs concernés et toutes les collectivités.



L'Office de Tourisme de Troyes et sa Région propose une gamme de produits diversifiés, plusieurs formules de séjour et des activités adaptées aux différents publics.