

CONSEIL NATIONAL DU TOURISME



Accueil
dans les espaces
de transit en France



Conseil national du tourisme

Section des questions européennes et internationales

Président : **Didier QUENTIN**, Député de Charente maritime - Maire de Royan

L'accueil dans les espaces de transit en France

Président du comité de pilotage
Michel SOCIE

Rapporteurs :

Jean-Michel GRARD,
Président du GEFIL

Thierry COLTIER,
Vice-Président du GEFIL

Session 2011

AVANT-PROPOS

Groupe de travail CNT : Rappel du mode d'emploi de ses conclusions intermédiaires.

Le présent rapport s'inscrit dans l'effort permanent du CNT de prendre en compte la réalité des enjeux touristiques et des contributions des opérateurs à l'adaptation de l'accueil dans les espaces de transit en France, selon le rythme propre à cette instance par nature consultative et dotée d'un personnel très réduit.

Le rapport fait suite à une interpellation de la société civile, qui avait motivé la saisine du CNT, essentiellement sur les enjeux aéroportuaires à l'origine. Il intervient alors que, d'une part, d'autres événements imprévisibles ont focalisé l'attention de l'opinion publique, d'autre part, des progrès structurels hors période de crise ont été atteints, que l'actualité tend à occulter.

A ce stade d'avancement du groupe de travail, le rapport est avant tout un état des lieux des moyens mis en œuvre et des résultats atteints par les opérateurs des infrastructures d'accueil des espaces de transit.

Il mérite d'être communiqué en tant que tel et a d'ores et déjà apporté sa contribution aux attendus de la charte de l'accueil mise en œuvre par la direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services (DGCIS).

Mais ses analyses et les pistes de travail identifiées doivent prendre le temps de se confronter comme initialement prévu, aux regards des compagnies et représentants d'usagers, dont les observations critiques ne peuvent qu'enrichir l'état des lieux et propositions; enfin le CNT a son propre mode de validation, soumis aux apports de ses différentes sections, dont il ne saurait faire l'économie, à destination du ministre chargé du tourisme.

SOMMAIRE

Chapitre 1 : FRANCE, CONTEXTE SPÉCIFIQUE D'UNE VOCATION D'ACCUEIL INTERNATIONAL 9

- 1.1 Pourquoi l'accueil est-il crucial pour la France ? 13
- 1.2 La France, plateforme de transit privilégiée pour l'Europe 13
- 1.3 Partout dans le monde, l'accueil est affaire de concurrence 14
- 1.4 L'absence culturelle de sens de la compétition en France 14
- 1.5 Les zones d'accueil de **passagers en transit** cristallisent l'attention 14
- 1.6 Les zones aéroportuaires focalisent l'attention des leaders d'opinion 14
- 1.7 Le temps du voyage est un temps **d'incertitude** pour le voyageur 14
- 1.8 Le questionnement critique, une spécificité française ? 14
- 1.9 La communication en France relative aux conditions de l'accueil des visiteurs 15

Chapitre 2 : FRANCE, UNE VOCATION D'ACCUEIL QUANTITATIVEMENT RECONNUE, QUALITATIVEMENT INÉGALEMENT PRISE EN COMPTE, QUI NÉCESSITE DES INSTRUMENTS D'OBSERVATION ET DE MESURE 19

- 2.1 Le caractère massif de l'accueil évoqué précédemment occulte l'évolution de la demande des clientèles et la **géométrie variable de leurs exigences** 19
- 2.2 De la mesure de la qualité et de ses limites 19
- 2.3 L'innovation technique au service de l'accueil 22

Chapitre 3 : L'ACCUEIL DANS LES ESPACES DE TRANSIT : LEVIERS D'INTERVENTION EN MATIÈRE DE COORDINATION ET D'IMPULSION 25

- 3.1 Dépasser les handicaps structurels 25
 - 3.1.1 Pour les aéroports parisiens : 25
 - Des aérogares conçues selon des exigences qui ont profondément évolué et qui doivent s'adapter à un changement de modèle 25
 - L'interconnexion ou l'intermodalité en France s'est longtemps heurtée à l'absence de coordination des opérateurs 25
 - 3.1.2 Pour les autoroutes 26
 - 3.1.3 Pour les gares 26
 - 3.1.4 Pour les ports 27
- 3.2 La complexité des zones de transit nécessite une politique volontariste associant missions publiques et privées, en matière de coordination des acteurs 27
 - 3.2.1 Des espaces de transit sous tension 27
 - 3.2.2 Prestations ou espaces dédiés 28
 - 3.2.3 Place des boutiques dans les espaces de transit 28
 - 3.2.4 La place du siège et des espaces d'attente 29
 - 3.2.5 Améliorer les signaux d'information 30
 - 3.2.6 Face au manque ressenti de postes dédiés à l'accueil, ré-humaniser 30



3.3 Les services annexes au cœur de la perception de l'efficacité de l'intermodalité	31
3.4 Instituer une cellule permanente de suivi intermodal	32

Chapitre 4 : LA COMMUNICATION AU VOYAGEUR : IMAGE ET INFORMATION (PERMANENTE, EN TEMPS RÉEL, ET EN SITUATIONS DÉGRADÉES)

35

4.1 IMAGE	35
4.2 Communiquer	36
4.2.1 Des indicateurs mondiaux pour attester des progrès	36
4.2.2 La communication permanente aux voyageurs	36
4.2.3 La prévention des crises : anticiper la gestion des situations dégradées	36

Chapitre 5 : RECAPITULATIF DES RECOMMANDATIONS

41

ANNEXES

43

Fiches de synthèse par opérateur :	43
▪ Aéroports de Paris	45
▪ Association des autoroutes et des ouvrages routiers (ASFA)	49
▪ MODALITES D'ACCUEIL DES CROISIERISTES DANS LES PORTS FRANÇAIS	51
▪ CONDITIONS D'ACCUEIL DES ETRANGERS PASSAGERS DE CAR FERRIES EN FRANCE	53
▪ RATP	55
▪ SNCF (Branche gares et connexions)	59
▪ Union des Aéroports Français (UAF)	63
Glossaire	65
Composition du comité de pilotage et liste des personnes auditionnées	67

WELCOME
BENVENUTO

CHAPITRE 1





FRANCE, CONTEXTE SPÉCIFIQUE D'UNE VOCATION D'ACCUEIL INTERNATIONAL

Chaque grève, vague de terrorisme ou événement climatique imprévu de grande ampleur affecte particulièrement les portes d'entrée du territoire français, à commencer par la plus médiatique : l'aéroport de Paris Charles de Gaulle.

Et de façon récurrente, des leaders d'opinion se saisissent des dysfonctionnements manifestes dans ces moments de crise en réaffirmant que décidément la France, par ailleurs terre d'asile, sait bien mal accueillir.

Première destination touristique au monde, la France perd depuis quelques années des parts de marché au profit de destinations émergentes, et l'on doit s'interroger sur le point de savoir si la qualité de l'accueil et l'image véhiculée par nos espaces de transit ne contribuent pas à ce triste constat.

Par ailleurs, on ne peut réduire l'accueil aux seuls voyageurs étrangers et il convient de prendre en compte le tourisme à l'export des nationaux comme le tourisme national, dont l'ensemble représente un secteur économique générateur de milliers d'emplois et de retombées économiques et fiscales considérables.

Il y avait urgence en 2004 à améliorer l'accueil dans les espaces dédiés au transit. Si plusieurs missions et rapports ont pris à bras le corps cet objectif dans la décennie passée, les derniers événements de Noël 2010, ont naturellement remis cette nécessité au premier plan.

Les rapports Diers (CNT)¹ et Plasait² ont été élaborés dès 2004, et ont contribué à une prise de conscience générant une dynamique que le deuxième rapport du CNT en 2008 a attestée. La mutation engagée est loin d'être achevée et la dynamique doit continuer, tout en élargissant le champ des préoccupations au delà du seul enjeu aéroportuaire.

Cette dynamique n'est pas encore reconnue dans l'imaginaire collectif, d'autant que chaque point noir malheureux cristallise l'attention des médias et le ressenti des voyageurs, avec un impact qui déborde bien au-delà du mode de transport concerné et de la situation de crise circonscrite.

Or si la préoccupation est ancienne, cette nécessité donne toujours lieu à une perception exacerbée, peu souvent relativisée ni par une mesure objective, ni par une communication adaptée et suffisante.

En dépit d'une amélioration tendancielle déjà constatée en 2008 et avérée, la situation de crise renouvelée rejaillit sur la situation au fil de l'eau et fait caisse de résonance pour le ressenti de l'opinion publique.

Ce rapport du Conseil National du Tourisme a pour objectif de sortir de l'urgence de circonstances exceptionnelles pour analyser, avec le recul nécessaire, les évolutions en cours et les nouvelles priorités à affirmer.

¹ L'accueil dans les aéroports français- pour une fluidité active et prévenante (sécurité, information, qualité) » Eric DIERS, animateur de la commission tourisme des CCE- année 2004

² « L'accueil des touristes dans les grands centres de transit- l'accueil, une fierté française ? » Bernard Plasait, Sénateur de Paris (La Documentation française) année 2004



Quelques rappels pour camper le décor de la singularité française en termes d'accueil.

LE TOURISME INTERNATIONAL EN FRANCE EN 2009

Arrivées, nuitées et recettes	Arrivées de touristes	Nuitées de touristes	Arrivées excursionnistes	Recettes touristes et excursionnistes
Total	76,8 millions	517,6 millions	115,7 millions	35,4 milliards d'€
<i>part en % du total :</i>				
Europe	85,0	79,1	96,5	81,9
Union européenne (27)	76,5	71,9	77,2	72,7
Zone euro (16)	57,2	53,1	72,4	56,2
Amériques	7,1	9,4	2,0	8,7
Asie, Océanie	4,4	5,0	0,7	5,1
Afrique	2,4	4,9	0,6	3,2
Proche et Moyen Orient	1,1	1,5	0,2	1,1

Source : enquête EVE (DGCIS, TNS-Sofres, Banque de France)

Les principales clientèles étrangères En%	Part des arrivées de touristes	Part des nuitées de touristes	Part des arrivées excursionnistes	Part des recettes
Royaume-Uni	15,9	15,1	3,9	13,5
Belgique, Luxembourg	14,2	11,6	30,4	14,9
Allemagne	13,9	13,8	19,0	14,3
Italie	9,4	7,9	9,5	9,2
Pays-Bas	9,4	10,6	3,3	8,9
Suisse	7,1	5,6	19,1	7,6
Espagne	6,4	4,8	9,4	5,3
Etats-Unis	4,0	5,1	1,0	4,8
Canada	1,1	1,7	0,5	1,5
Chine	1,0	1,0	0,2	0,8

Source : enquête EVE (DGCIS, TNS-Sofres, Banque de France)

1) Résultats d'activité des aéroports français 2009

Le trafic dans les aéroports

	TOTAL 2008	TOTAL 2009	% 2008/2009
Aéroports de Province ⁽¹⁾	58 600 362	56 902 354	- 2.9%
Aéroports de Paris	87 084 384	83 014 559	- 4.7 %
SOUS-TOTAL	145 684 746	139 916 913	- 4.0 %
Aéroports d'Outre-Mer	10 336 281	10 075 087	- 2.5 %
TOTAL	156 021 027	149 992 000	- 3.9 %

⁽¹⁾ Y compris la part française du trafic de Bâle-Mulhouse

Source : UAF 2009



Classement des aéroports de France Métropolitaine et d'Outre-Mer

	METROPOLE	PAX	2009/2008
1	PARIS Charles de Gaulle +Orly	83 014 559	-4,70 %
2	Nice Côte d'Azur	9 830 987	-5.3 %
3	Lyon-Saint Exupéry	7 717 609	-2.6 %
4	Marseille Provence	7 290 119	4.7 %
5	Toulouse - Blagnac	6 277 621	-1.1 %
5bis*	Bâle - Mulhouse	3 850 378	-9.6 %
6	Bordeaux	3 318 059	-6.7 %
7	Nantes Atlantique	2 650 611	-3 %
8	Beauvais - Tillé	2 591 864	4.3 %
9	Guadeloupe - Pôle Caraïbes	1 839 786	-8.9 %
10	La Réunion - Roland Garros	1 749 958	5.8 %
11	Martinique - Aimé Césaire	1 639 959	-2 %
12	Tahiti - Faa'a	1 232 733	-10.7 %
13	Montpellier - Méditerranée	1 225 204	-2.5 %
14	Lille - Lesquin	1 147 924	13.1 %
15	Strasbourg	1 109 397	-16.6 %
16	Ajaccio - Napoléon Bonaparte	1 089 797	1.6 %
17	Bastia - Poretta	1 011 820	8.4 %
18	Biarritz - Anglet - Bayonne	1 011 589	-1.6 %

* Bâle-Mulhouse est un aéroport franco-suisse dont l'origine du trafic se répartit entre les deux pays et l'Allemagne

Source : UAF 2009

2) Classement des 30 aéroports les plus fréquentés du monde

Rang	Aéroport	Code	Nombre de passagers	Evolution	Rang 2008	09/08
1	Atlanta	Usa atl	87 993 451	- 2,3 %	1	id
2	Londres	Gb Lhr	66 037 578	- 1,5 %	3	+ 1
3	Pékin	Chine Pek	65 329 851	+ 16,8 %	8	+ 5
4	Chicago	Usa Ord	64 397 891	- 8,8 %	2	- 2
5	Tokyo	Japon Hnd	61 903 656	- 7,2 %	4	- 1
6	France	France Cdg	57 884 954	- 4,9 %	5	- 1
7	Los Angeles	Usa Lax	56 518 605	- 5,5 %	6	- 1
8	Dallas	Usa Dfw	56 030 457	- 1,9 %	7	- 1
9	Frankfurt	Allemagne Rfa	50 932 840	- 4,7 %	9	id
10	Denver	Usa Den	50 167 485	- 2,1 %	10	id
11	Madrid	Espagne Mad	48 248 890	- 5,1 %	11	id
12	New York	Usa Jfk	45 912 430	- 3,9 %	13	+ 1
13	Hong Kong	Chine Hkg	45 560 888	- 4,8 %	12	- 1
14	Amsterdam	Pays-bas Ams	43 569 553	- 8,1 %	14	id
15	Dubaï	Emirats Dxb	40 901 752	+ 9,2 %	20	+ 5

Source : Airport Council International Année 2010



3) Fréquentation des gares en 2009

- **Plus de 2 milliards de passages annuels** en gare dont 1,5 milliard de flux en zone Transilien
- **Pour les 6 gares têtes de ligne de Paris c'est 455 millions de passages annuels** dont 335 en Transilien
- hors Transilien : hausse de plus de 2% du trafic entre 2008 et 2009.

- Détail pour les grandes gares :

Gare	nombre de passages		
	Total	Hors Transilien	Transilien
PARIS NORD	175 188 940	29 599 340	145 589 600
PARIS ST LAZARE	91 022 578	7 708 178	83 314 400
PARIS GARE DE LYON + BERCY	89 984 097	34 370 097	55 614 000
PARIS MONTPARNASSE	49 521 763	26 662 563	22 859 200
PARIS EST	27 443 793	11 724 193	15 719 600
LYON PART DIEU	23 822 281	23 822 281	
PARIS AUSTERLITZ	21 150 304	8 150 304	13 000 000
LILLE FLANDRES	18 431 177	18 431 177	
STRASBOURG	14 740 305	14 740 305	
MARSEILLE ST CHARLES	11 010 494	11 010 494	
BORDEAUX ST JEAN	9 771 709	9 771 709	
TOULOUSE MATABIAU	9 108 962	9 108 962	
NANTES	9 087 551	9 087 551	
AEROPORT CHARLES-DE-GAULLE 2	8 538 055	2 870 055	5 668 000
RENNES	7 733 002	7 733 002	
NANCY	7 375 372	7 375 372	
GRENOBLE	7 008 283	7 008 283	
NICE	6 819 024	6 819 024	
METZ	6 800 411	6 800 411	
MONTPELLIER SAINT-ROCH	6 589 985	6 589 985	
LYON PERRACHE	6 361 832	6 361 832	
DIJON	5 552 659	5 552 659	
LILLE EUROPE	5 112 343	5 112 343	
TOURS	4 401 366	4 401 366	
TOULON	3 763 174	3 763 174	
NIMES	3 183 459	3 183 459	
AVIGNON TGV	2 775 808	2 775 808	
AIX EN PROVENCE TGV	2 405 027	2 405 027	
ST PIERRE DES CORPS	2 356 434	2 356 434	
MARNE LA VALLEE CHESSY	2 122 097	2 122 097	

Source : Gares et connexions- SNCF Janvier 2011



4) Les trafics de passagers dans les ports français en 2009/2010 (hors DOM-TOM)

On pouvait schématiquement les évaluer, par façade maritime, comme suit :

- **Manche : 16 millions de passagers** (et 6 millions de véhicules), sur car-ferries
dont à Calais : 10 millions de passagers et 3 millions de véhicules.
+ 200 000 croisiéristes (surtout au Havre et Cherbourg)
- **Atlantique : 100 000 croisiéristes**
- **Méditerranée : 4 millions de passagers** (et 3 millions de véhicules), sur car ferries
dont Continent/Corse : 3 millions
Marseille + Sète/Maghreb : 1 million de passagers
- + 2 millions de croisiéristes,**
dont Marseille : 0,7 million et Nice : 0,6
+ ports corses : 0,4 et Toulon : 0,3

Soit au total : **20 millions de passagers de car-ferries** (à 90% motorisés), auxquels il faut ajouter **2,3 millions de croisiéristes** (non compris 425 000 outre-mer).

1.1 Pourquoi l'accueil est-il crucial pour la France ?

• **une affaire d'image** : on a toujours une première occasion de faire bonne... ou mauvaise impression, c'est vrai à l'échelle d'une relation comme à celle d'une destination. La France a de multiples raisons historiques, géographiques, culturelles, de motiver la venue ; le premier contact avec un pays pour des primo-arrivants peut marquer les esprits en bien ou en mal. **Il est la porte ouverte à un séjour futur, ou au contraire un transit obligé, vécu comme une contrainte mais sans tentation de retour.**

• **une affaire de retombées économiques** : si les chiffres de fréquentation de la destination France continuent à faire illusion, il ne faut pas oublier qu'en termes de dépense par visiteur, notre troisième place derrière les USA et l'Espagne risque de nous échapper.. Or, si le tourisme est une occasion de rencontre et d'échange, il est aussi un fort moyen d'attirer sur le territoire national un pouvoir d'achat qui trouve aujourd'hui ailleurs dans le monde d'autres motifs de venue. Notre rôle de halte nécessaire de transit vers les autres destinations de séjour de l'Europe contribue structurellement à faire baisser la moyenne du chiffre d'affaire des dépenses par visiteur, notamment au regard d'un pays de séjour touristique comme l'Espagne. De plus, même une visite limitée à quelques heures, par exemple de croisiériste en escale de transit pour excursion, est non seulement une occasion de retombées économiques par les recettes locales générées (évaluées à 100 € par croisiériste) **mais aussi une occasion de découverte et d'incitation à de nouvelles visites en cas d'heureuse perception de l'accueil qui constitue ainsi un moyen décisif de promotion d'une destination régionale pour de futurs séjours touristiques prolongés en France.**

Le tourisme d'affaires a une contribution significative dans ces retombées. Le rôle d'ambassadeur que représente par ailleurs le tourisme, en matière d'implantation d'entreprises étrangères ou de relations commerciales bénéficiant à nos entreprises nationales, n'est plus à démontrer mais mérite d'être mis en perspective avec la question de l'accueil en général.

1.2 La France, plateforme de transit privilégiée pour l'Europe

1.2.1 Par sa situation géographique et la multiplicité de ses façades qui sont autant de portes d'entrée, la France a vocation à servir de base de transit desservant l'Europe, ce que le volontarisme de ses opérateurs a entrepris de valoriser tant sur le loisir que sur le tourisme d'affaires. C'est ce qui explique que certains de ses aéroports figurent dans les tous premiers mondiaux en termes de trafic (notamment Paris Charles de Gaulle, 6ème aéroport mondial en 2009). C'est une chance et une responsabilité quand un imprévu vient casser la belle ordonnance des files d'envol. Les retombées du transit en nuitées sont supérieures pour le pays qui fait fonction de porte d'entrée de l'Europe ; il faut donc se donner les moyens de rester la première porte d'entrée européenne pour les segments de marché à fort potentiel (alors que par exemple Francfort devance Paris CdG pour le marché chinois).

1.2.2 La France est la première frontière d'accès à l'espace Schengen (et Paris CdG le premier aéroport Schengen) : cela lui crée des obligations spécifiées par la convention de Schengen au regard des autres pays impliqués, et cette responsabilité suppose une adéquation des moyens, sauf à impacter la fluidité.



1.2.3 Sa situation centrale, au cœur de l'Europe, se double d'une formidable diversité de paysages et de patrimoine dont l'attrait propre motive la venue en saison touristique - d'où des flux très saisonnalisés et des pics de déplacements massifs; même l'activité désaisonnalisée du tourisme d'affaires génère ses propres exigences de jours de pointe avec des services associés plus importants (ce que le pack accueil VIPARIS/CRT Ile de France/ADP s'efforce de prendre en compte avec le concours de ses partenaires).

1.2.4 La centralisation d'origine multiple (géographique, historique, économique) des infrastructures de transport accentue encore cette concentration des flux en certains lieux et certains moments (75% des vols internationaux partent de Paris, 9% de Nice ; 10 millions de passagers et 2 millions d'autos empruntent chaque année la voie maritime par le port de Calais).

1.2.5 Cette situation est un privilège, que d'aucuns peuvent nous envier, mais elle est aussi source de contrainte ...et de responsabilité ! Une modification de ces données structurelles nées d'un héritage séculaire mérite mieux médiatiquement que des appréciations exclusivement négatives : elle suppose du volontarisme politique **et le patient travail de coordination** que la complexité du jeu des institutions et des acteurs exige.

1.3 Partout dans le monde, **l'accueil est affaire de concurrence.**

Des pays émergents qui ne faisaient pas partie des pays concurrents de la France il y a peu (Chine, Pays du Golfe...) semblent tirer profit d'une image de pays plus accueillant. En France, la concurrence y est souvent rude entre tous les modes de transport et les organismes en jeu.

1.4 Toutefois, dans notre pays de tradition très centralisée et longtemps monopolistique, **l'absence culturelle de sens de la compétition sur le territoire national** a pu contribuer à une moindre prédisposition des personnels à l'accueil.

1.5 Les zones d'accueil de **passagers en transit** cristallisent l'attention : car l'attente y est avant tout fonctionnelle ; chaque voyageur souhaite minimiser l'inconfort d'une nécessaire halte technique. Pour autant le visiteur au-delà du stress d'un transit toujours source de tension (aurai-je le temps, ne vais je pas me tromper d'itinéraire ?) conserve aussi les attentes d'un lieu d'accueil au sens large qui n'exclut pas le plaisir d'une consommation, d'un achat, d'une distraction ou d'une découverte heureuse. Néanmoins, la chaîne de l'accueil ne se limite pas aux zones de transit : au-delà du transit, les zones de passage sont en cause. Tel est le cas sur la plupart de nos terminaux portuaires pour la majorité des passagers de retour au Maghreb, en attente d'embarquement dans leur véhicule, en famille, souvent pendant plusieurs heures, dans des conditions de confort peu satisfaisantes (chaleur, fatigue).

1.6 Les zones aéroportuaires focalisent l'attention des leaders d'opinion, mais cela a pu occulter par le passé l'importance des autres zones pour la perception de l'accueil en France (y compris dans les analyses antérieures du CNT).

1.7 Le temps du voyage est un temps **d'incertitude** pour le voyageur; or on va vers toujours plus de contraintes de sécurité et de sûreté.

Dans ce contexte, la fouille – fut elle réglementaire et pour la sécurité de tous – est toujours un moment où le visiteur se sent fragilisé.

Et pour être assumée, l'angoisse liée à ces incertitudes suppose de l'information –fut-ce pour indiquer que l'on est toujours sans nouvelle de l'incident déclencheur ou du délai de réparation.

1.8 Le questionnement critique, une spécificité française ?

1.8.1 Le goût national pour l'autocritique est prononcé, et il est relayé par des leaders d'opinion : la perception propre du visiteur est donc ici renforcée par l'écho parfois disproportionné donné aux dysfonctionnements.

1.8.2 Au risque de simplifier à outrance (tant la France est diversifiée), le Français semble cultiver un rapport distancié au visiteur (fut-ce par respect pour lui) qui appartient à sa culture : quand d'autres cultures paraissent plus avenantes (on cite volontiers la facilité de contact aux Etats Unis par exemple), le Français manifeste de la retenue (il ne se précipite pas pour indiquer son chemin au visiteur perplexe...) sans pour autant que cela soit un gage d'intérêt moins marqué pour le visiteur.



- 1.8.2.1 Ceci est surtout manifeste dans les lieux d'afflux massifs ville et littoral, où le prétexte de la différence linguistique souvent mis en avant ne résiste pas à l'analyse (en Espagne, on ne parle pas de « l'arrogance » des Espagnols alors que 10% des visiteurs seulement parlent espagnol -d'après l'enquête de C. Origet du Cluzeau³).
- 1.8.2.2 « On a plus vite le verbe haut avec l'agent de service » en France que cela n'est d'usage à l'étranger.
- 1.8.3 En France a prévalu une culture de l'ingénieur, dont notre modèle éducatif est encore empreint, et qui a longtemps conçu les infrastructures quasi exclusivement en termes de sécurité et fluidité et de façon très centralisée – cette façon de faire évolue heureusement. Il s'agit néanmoins toujours de dépasser une approche objective liée au fonctionnement opérationnel des infrastructures pour y associer une perception plus subjective liée à l'approche comportementale des personnels chargés de leur mise en œuvre.
- 1.8.4 En matière de sûreté, la France a traduit les réglementations européennes dans son droit national avec une rigueur et une complexité que d'autres pays n'ont pas retenue ; il sera difficile de revenir en arrière à cet égard. Tel est en particulier le cas dans le secteur portuaire où la réglementation internationale (ISPS) a été renforcée par l'administration nationale par des prescriptions supplémentaires et pénalisantes, au motif d'adaptation pour transposition...
- 1.9 Au bout du compte, **la communication en France relative aux conditions de l'accueil des visiteurs** est souvent en porte-à-faux entre la tradition d'auto-flagellation et l'absence de lobby fort à l'international faisant reconnaître ses qualités qui ne sont pas inexistantes. En effet, le plus souvent, chez chacun des opérateurs, une réelle prise en compte de la notion de qualité de service accorde une importance grandissante à l'accueil. Encore faut-il le faire savoir et surtout partager avec les autres acteurs les initiatives entreprises, pour qu'*in fine*, l'expérience globale du voyageur en soit améliorée.

Dans ce contexte spécifique dont, au delà des clichés inévitables, on mesure la prégnance, la vocation d'accueil de la France cherche encore ses marques alors que la concurrence entre destinations touristiques s'accroît. Dans ce contexte d'inexistence de norme commune pour qualifier l'accueil, certains posent néanmoins la question de la légitimité d'une norme puisque la qualité d'accueil relève en grande partie d'une **appréciation subjective**, quand d'autres estiment qu'un temps d'attente « raisonnable » par exemple pourrait faire l'objet d'une norme contrôlable dans tous les modes de transport.



³ Destination France. Comment accueillir mieux les étrangers
Article extrait de la revue Espaces n°276 - «Accueil, hospitalité et tourisme»
Claude Origet du Cluzeau- Editions ESPACES - Décembre 2009



CHAPITRE 2





FRANCE, UNE VOCATION D'ACCUEIL QUANTITATIVEMENT RECONNUE, QUALITATIVEMENT INÉGALEMENT PRISE EN COMPTE, QUI NÉCESSITE DES INSTRUMENTS D'OBSERVATION ET DE MESURE

2.1 Le caractère massif de l'accueil évoqué précédemment occulte l'évolution de la demande des clientèles **et la géométrie variable de leurs exigences :**

- Il convient de tenir compte d'une juxtaposition de publics à exigences spécifiques et de pratiques pouvant relever d'une même cible de public : un même client exigeant d'être traité en VIP en semaine est prêt à s'accommoder d'un traitement de masse, pour un voyage low-cost à l'occasion d'un week-end en famille. Pourtant, son exigence si elle est de nature différente sur certains services (supporter la queue...), ne s'en trouve guère affectée pour d'autres (qualité du relationnel...) ; ce qui a pour corollaire d'induire un niveau toujours plus élevé de standards minimaux attendus. Et ce standard nouveau devient rapidement la norme.
- Il devient indispensable d'avoir une approche spécifique pour des clientèles ayant des caractéristiques et des besoins singuliers. Les efforts en cours par rapport aux Personnes à Mobilité Réduite sont à saluer à cet égard.
- Par souci de cohérence et afin de permettre un suivi de l'évolution sur des périodes significatives, les enquêtes de satisfaction sont relativement figées. Du coup, elles ne tiennent pas assez compte de l'évolution des publics et de la spécificité de leurs attentes. Elles sont le plus souvent confidentielles, réalisées en interne ou commanditées en externe à usage interne seulement, notamment pour des raisons de réglementation financière pour les entreprises cotées en Bourse.
- Les enquêtes se heurtent souvent à une culture bien française contestant toute évaluation du service public.
- Préparer son voyage, c'est déjà voyager ! Certains publics préparent énormément leur voyage. Par delà les guides touristiques, une action en amont est indispensable. Internet et surtout l'Internet mobile embarqué sur des téléphones (PDA et smartphones) offrent des perspectives intéressantes (cf. infra). A titre d'exemple, Rail Europe met à disposition un portail Internet, décliné en 29 sites dans la langue du voyageur, pour répondre aux questions pratiques liées à la préparation d'un voyage en train, sur l'ensemble de son réseau.

2.2 **De la mesure de la qualité et de ses limites : la généralisation de** démarches sectorielles de suivi de qualité

- Elles impliquent ou non des tiers chez les opérateurs. Les outils sont nombreux.
 - certification de process
 - conformité aux normes/mesure par un tiers de la qualité de service
 - enquêtes et baromètres internes de mesure de satisfaction

Déjà mis en œuvre avec beaucoup de rigueur chez les grands opérateurs (ADP, SNCF, RATP...), les résultats produits par ces démarches, à ADP par exemple, avec l'enquête trimestrielle BVA auprès de 45000 voyageurs/an classant les degrés de satisfaction de Noir (moins de 71%) à Or (plus de 85% de satisfaction) sont en général à usage exclusivement interne (chez ADP, ces résultats sont utilisés comme levier managérial impliquant la part variable du salaire). En revanche chez de petits opérateurs (comme les offices de tourisme d'un territoire d'accueil se soumettant à une démarche qualité) il arrive que, faute d'en mesurer une utilité immédiate, les personnes chargées de leur administration



se sentent démobilisées sur le sujet. Une dynamique négative peut rapidement résulter d'un trop plein de procédures redondantes ou contradictoires.

- L'écho par le web 2 (interactif) et les réseaux sociaux, qui s'invitent spontanément pour s'exprimer sur les sujets les plus divers, sont par nature peu contrôlables. Pourtant, source d'information pour le grand public comme pour les relais d'opinion (journalistes, ...) ils n'en constituent pas moins un média que les acteurs et opérateurs professionnels se doivent d'investir, ne serait-ce que pour rétablir certains a priori ou contre-vérités. Les grandes marques l'utilisent pour canaliser la prise de parole, fidéliser en clubs leurs usagers et repérer les évolutions des attentes que les insatisfactions exprimées révèlent en n'hésitant pas à créer le buzz par des messages créatifs de façon renouvelée.

Toutes ces initiatives disparates permettent aujourd'hui de produire un baromètre d'ensemble qui reste essentiellement sectoriel.

- À ce titre, la France possède un comité national de sûreté prescrit par l'OACI dont il conviendrait qu'il intègre des préoccupations de fluidité au passage à la frontière. Par ailleurs, **l'Union des Aéroports Français** a créé un Comité National de la Qualité en aéroport, qui a, notamment, élaboré le « Référentiel de certification de services » applicable aux exploitants d'aéroports, et promeut l'extension de ce référentiel aux autres acteurs de la chaîne du transport aérien ; ce comité organise, tous les deux ans, les Assises nationales de la Qualité en Aéroport. . ADP a fait de plus le choix d'intégrer toutes ses certifications en un système unique de management intégré (4 référentiels complémentaires de réglementation aérienne, de sécurité du travail, de service qualité et environnemental).
- De la même façon, la branche **Gares et Connexions de la SNCF**, qui a hérité des démarches antérieures de certification iso de gares, est en train de mettre en place un label « Gare » s'appuyant notamment sur la mesure de la satisfaction clients à travers 10 promesses de service, incluant par exemple la « qualité de l'information ». Toilettes : il subsiste néanmoins toujours un problème dans les gares et leurs abords (voir la propreté du domaine public au niveau bas de la gare de Lyon) même si une amélioration est attestée globalement dans les grandes gares.

Depuis 1997, des enquêtes de mesure de la satisfaction des passants en gare sont réalisées chaque année en gare. En 2010, plus de 30 000 personnes ont été interrogées, sur le périmètre de 140 gares. Une cinquantaine d'items sont notés.

- La satisfaction des clients sur les services est mesurée **sur le réseau autoroutier** dans le cadre d'un indicateur satisfaction qui existe depuis près de 15 ans. La note globale obtenue sur le thème accueil est de 8,2/10. L'ensemble des résultats obtenus (plus de 40 critères mesurés) sont considérés comme un référentiel national auquel les sociétés d'autoroutes et les services de l'Etat concédant se reportent pour mesurer les progrès obtenus et les pistes d'amélioration. Ainsi, alors que depuis plusieurs éditions de l'enquête satisfaction, le thème « information sur les conditions de dépannage » figurait parmi les moins bien notés, il fut décidé de mieux communiquer sur ce sujet (affichage dans les lieux de passage, sites Internet, relations avec la presse) qui lors de l'enquête 2010 a été noté 6,3 (pm 5,9 en 2009). Le pass Liberté (badge de télépéage) pourrait néanmoins être étendu aux publics touristiques sous réserve que des offres commerciales leur soient proposées (actuellement adossement sur un compte bancaire domicilié en France qui freine toute évolution).
- Dans les **ports**, la mesure de la satisfaction des passagers au regard de l'accueil n'est pas encore un sujet systématiquement ni régulièrement évoqué. Sauf occasionnellement, par les responsables des car-ferries (Commandants et Commissaires) et des terminaux des compagnies de ferries, à la différence des conditions d'accueil des croisiéristes qui font l'objet depuis plusieurs années d'un suivi attentif (en particulier à Marseille) et systématique sous forme de comptes-rendus d'escale par les agents maritimes concernés auprès des divers responsables locaux généralement réunis dans le cadre d'un « Club croisières ». Ces attentions particulières résultant à la fois de l'extrême vigilance des compagnies de croisières qui interrogent systématiquement leurs passagers sur la qualité et l'intérêt de l'escale portuaire pour la maintenir ou non dans leurs circuits, et surtout du nouvel intérêt économique accordé aux quelques 3 millions de croisiéristes en escale d'une journée, dans les ports français dont les 2/3 en Méditerranée.
- Néanmoins, **ce que n'identifient pas assez les protocoles des référentiels de qualité, c'est la relation humaine** ; or c'est elle qui attire le plus de remarques. Or, combinant des appréciations objectives et subjectives, celle-ci est parfaitement observable et mesurable, surtout lorsqu'il s'agit d'apprécier



son évolution dans la durée. Nombre de lieux d'accueil du public emploient quotidiennement et depuis longtemps des méthodes éprouvées pour mesurer la performance de cet indicateur. Ces méthodes font déjà partie des référentiels des grands opérateurs (ADP et grands aéroports français, SNCF, RATP...) et doivent être généralisées. Toutes ces initiatives disparates ne permettent pas de produire un baromètre d'ensemble trans-sectoriel. **Cette question de l'accueil et d'un tronc commun pour jauger la performance est un sujet qui concerne l'ensemble des opérateurs et des pouvoirs publics.**

- Par ailleurs, il manque une mise en conformité avec les pratiques internationales, voire un étalon de mesure auquel on participe, sous peine de subir l'avis parfois arbitraire, des baromètres étrangers. Il est inquiétant à ce titre que la France soit peu présente aux réunions d'élaboration de normes de qualité au niveau européen.

On notera à cet égard que le lobby anglo-saxon y communique et y fait valoir ses instruments de mesure de façon très efficace. Si les opérateurs ne souhaitent pas communiquer l'état de leurs indicateurs difficilement interprétables par le grand public, il faut que, sous l'égide des pouvoirs publics, soit établi un baromètre objectivant les tendances.

Proposition 1 :

Créer, sous l'impulsion des pouvoirs publics, un baromètre défini avec un organisme indépendant international mesurant la perception et la situation de l'accueil en France.

Il y a besoin d'indicateurs pour faire connaître les progrès et dédramatiser les accidents ponctuels :

- mettre en commun des référentiels
- créer un observatoire pour mesurer la satisfaction par rapport au séjour et les intentions de retour (vecteur de communication)
 - i. La France pourrait prendre l'initiative de solliciter un organisme indépendant international pour la création d'un tel baromètre, à défaut d'instance européenne en la matière.
 - ii. Atout France, bras armé de l'action publique touristique en France, pourrait être investi de la responsabilité pour la France de ce baromètre « accueil en France » pour mesurer l'état de l'opinion des usagers des différents modes de transport.
 - iii. Une initiative de la Direction Générale de l'Aviation Civile au plan sectoriel pourrait permettre d'appréhender plus finement la performance des aéroports français en remettant par exemple leur performance en perspective avec celle d'aéroports mondiaux comparables en termes de contraintes.
- **La qualité d'une chaîne dépend de son maillon le plus faible** : la durée d'attente d'embarquement au terminal portuaire, la perception des toilettes du bar le plus proche de la gare ou la fatigue de fin de voyage exacerbée par la froideur de l'agent aux frontières, vont connoter la perception globale du voyage ; à noter que les insatisfactions sont plus exprimées en début de voyage néanmoins (courbe de stress du voyageur, accrue sur l'aérien à cause des contrôles de sûreté).

Cette ambition de qualité devrait donc concerner toutes les zones de transit dans la mesure où les 5 indicateurs du plan qualité tourisme sont adaptables à tous les espaces de transit⁴.

Proposition 2 :

Le CNT recommande donc l'application aux espaces de transit du Plan Qualité Tourisme.

⁴ Les cinq indicateurs sont les suivants : information et communication ; accueil personnalisé ; compétence et disponibilité du personnel ; écoute du client ; confort, propreté et entretien des lieux.



2.3 L'innovation technique au service de l'accueil

Tout ne passe pas par la relation humaine. Des **expérimentations** techniques, nées des questionnements antérieurs existent, dont on a trop peu évalué les retombées et trop peu communiqué les résultats encourageants connus :

- PARAFE⁵ : procédures volontaires de passages automatiques des passagers (pré-enregistrement de publics) dans les aéroports, facilitant les démarches au passage de toute frontière hors Schengen et accessible à tous les titulaires d'un passeport de l'espace Schengen. Il est encore sous valorisé bien que faisant l'objet, à ce jour, d'une promotion actuellement à l'initiative exclusive d'ADP. Les compagnies ne relaient pas assez cette information ; il faut se donner les moyens de passer à la vitesse supérieure . L'accent doit être mis sur l'installation de Parafe aux points de saturation des trafics longs courriers et notamment à l'arrivée aux heures de pointe.

Cette technique, à elle seule, ne permettra pas de fluidifier le passage des frontières dans les aéroports. A ce sujet, l'Etat est aussi dans sa mission régaliennne, prestataire de services et fait partie, à ce titre, des acteurs/opérateurs de la chaîne de traitement du passager aérien. Il faut que l'économie réalisée permette de redéployer du personnel sur la fonction contrôle non automatisée.

- Pratiques en cours de développement, des scanners évitant la fouille corporelle, et autres progrès techniques à venir. Ces pratiques, qui interpellent chacun comme portant potentiellement atteinte aux libertés individuelles sont pourtant utiles pour fluidifier le trafic des passagers sur les goulots d'étranglement que sont les contrôles de police et de sécurité.

Au bout du compte, si des événements récents hors du commun ont pu alerter l'opinion sur des difficultés des conditions d'accueil, ils ne devraient pas occulter ni le contexte singulier propre à la France de par sa situation centrale au cœur de l'Europe et sa concentration nationale des flux sur certains espaces de transit, ni les efforts entrepris avec un certain succès depuis 6 ans par les différents opérateurs.

Le décloisonnement des pouvoirs publics reste néanmoins à l'ordre du jour, et on n'échappera pas à une action volontariste renouvelée dans le temps en direction des opérateurs publics ou privés comme en direction de la clientèle, qu'il convient de responsabiliser notamment sur leur rôle dans la fluidité du parcours.



⁵ * Passage Automatisé Rapide Des Frontières Extérieures.

CHAPITRE 3





L'ACCUEIL DANS LES ESPACES DE TRANSIT : LEVIERS D'INTERVENTION EN MATIÈRE DE COORDINATION ET D'IMPULSION

3.1 Dépasser les handicaps structurels

3.1.1 Pour les aéroports parisiens :

- **Des aéroports conçus selon des exigences qui ont profondément évolué et qui doivent s'adapter à un changement de modèle**

La commande initiale des aéroports était une croissance progressive et de point à point, dans un contexte de facilitation des flux sans contrainte de sûreté. Les pratiques aériennes évoluant, il faut maintenant faire vivre un hub (gage d'efficacité) pour accompagner le destin mondial de la place aéroportuaire, avec de lourdes contraintes de sûreté et des exigences fortes de service (consommatrices d'espace) des voyageurs y compris ceux qui sont en transit.

Si les nouveaux terminaux sont désormais adaptés à ses contraintes et si le terminal 1 de Paris CDG fait l'objet d'une réhabilitation, les terminaux ABCD, qui répondaient à un modèle plus ancien, sont inadaptés, et générateurs de surcoûts de fonctionnement et d'inconfort.

Par ailleurs, la pression réglementaire environnementale est beaucoup plus forte qu'à l'étranger (ne serait ce que les pénalités plus lourdes aux avions qui ne sont pas à l'heure programmée avec un couvre feu total à Orly et partiel à Paris CDG qui augmentent les pointes de trafic en début et fin de journée, avec les dégradations de l'accueil qui en découlent).

Néanmoins, les agrandissements ou extensions témoignent d'exemples d'adaptations, prometteurs d'un meilleur accueil, tels les terminaux E –primé meilleur terminal en 2009- et F, et la création en cours d'un nouvel espace central entre les terminaux A et C mutualisant la fonction de contrôle et celle de commerce à Paris Charles de Gaulle.

Avec toutes les contraintes restantes, la performance mesurée se situe encore en « zone Or » en termes d'évaluation du fonctionnement. (Or : 85% de satisfaction globale départ arrivée dans l'enquête trimestrielle).

- **L'interconnexion ou l'intermodalité** s'est longtemps heurtée à l'absence de coordination des opérateurs dans les créations d'aéroports et de gares (cf. le benchmark du colloque TDIE et la « litanie des ratés »⁶) :

- les 5 aéroports de Londres sont , eux, desservis par train ;
- la gare TGV de Paris Charles de Gaulle (première gare TGV en aéroport au monde en 1993) ne tourne pas à plein (avec néanmoins 3M de passages au long cours (hors transiliens), dont 85% d'interconnexion train/avion) alors que les flux le justifieraient : c'est sans tarder qu'il faut faire arriver Eurostar à la gare de Roissy et utiliser les réserves de voies constituées à cette fin ; mais la crainte de la concurrence entre modes de transport est restée prévalante et freine cet accomplissement. Quant à l'intermodalité, dans l'attente à long terme du métro automatique du Grand Paris et Charles de Gaulle Express, le seul projet d'amélioration à moyen terme de la desserte de Paris Charles de Gaulle est le RER B+ qui n'est pas aux standards internationaux.

⁶ Colloque TDIE - « Dessertes terrestres des plates-formes aéroportuaires : sommes-nous condamnés à la médiocrité? » Sénat - février 2010



- à Orly, il n'y a pas de connexion immédiate alors que le marché des pré et post acheminements internationaux et des trajets domicile travail du personnel pourrait le justifier ; le projet du Grand Paris prévoit néanmoins aujourd'hui cette interconnexion à moyen terme.
- Nice : l'aéroport bénéficie d'une situation urbaine facilitant les connexions, notamment avec le port de croisière offrant ainsi un avantage particulièrement apprécié de la clientèle américaine.
- Lyon St Exupéry : la liaison gare Lyon Part-Dieu en centre-ville avec l'aéroport de Lyon St Exupéry est assurée, depuis cet été, par le tram express « Rhônexpress », mais il y a seulement 460 000 passagers/an à la gare TGV de Satolas dont 10% induit par le hub et le reste est l'affaire de publics locaux; la question se pose de comment déclencher un effet hub air-fer.
- De même, à Strasbourg, il existe une liaison centre-ville/aéroport assurée par tramway depuis deux ans.

Si les constats sont maintenant dressés, force est de constater que la prise en compte de cette impérieuse nécessité est à l'ordre du jour mais à long terme seulement. S'estimant en concurrence entre eux, les opérateurs nationaux continuent de privilégier trop souvent le cloisonnement. Les préoccupations financières ou commerciales de court terme, ont hypothéqué le long terme. Ainsi, la mise en place d'un barreau, depuis la ligne ferrée Marseille-Miramas pourtant très proche de l'aéroport de Marseille Provence (Marignane) reste un vague projet... De même la desserte ferroviaire du futur aéroport de Nantes Notre Dame des Landes ne semble pas aller de soi.

3.1.2 **pour les autoroutes** : le réseau autoroutier est lui aussi confronté à l'obligation de gérer un transit massifié avec des pointes très fortes. Aussi le rôle essentiel assigné au gestionnaire est celui de la fluidité et de la sécurité du trafic. L'activité des sociétés concessionnaires et les services qu'elles rendent à leurs clients sont étroitement contrôlés par GRA (Groupe des Réseaux Autoroutiers) dépendant de la Direction des Infrastructures de Transport. L'accueil sur les aires de repos est totalement pris en charge par la société gestionnaire de l'infrastructure (sécurité des flux, propreté, maintien en état des installations) Sur les aires de service, l'accueil est principalement assuré par les sous concessionnaires (pétroliers, restaurateurs, boutiques). Sur certaines aires particulièrement fréquentées ou situées dans des zones de forte affluence touristique, de façon permanente ou saisonnière, des organismes en charge de l'information et de la promotion touristique (CRT, CDT,...) peuvent être présents. Les sous-concessionnaires de station service et de restauration appartiennent pour la plupart à des groupes d'envergure nationale ou internationale ; ils travaillent sur les aires d'autoroutes dans le cadre de cahier des charges validés par l'Etat concédant, extrêmement précis et contraignants (service 7j/7, 24h sur 24 et toujours assuré par du personnel présent aux abords des installations). Les sociétés concessionnaires contrôlent le respect de ce cahier des charges par chacune des enseignes présentes sur leur réseau.

Sanef a initié des projets, avec des expérimentations liées aux renseignements touristiques et à la promotion du territoire, un des aspects de l'accueil; les autres sociétés d'autoroutes s'intéressent à la promotion de leur territoire: certaines ont des vitrines régionales sur les aires d'autoroute, font des animations d'été en rapport avec les événements de leur région pour accueillir les touristes français et étrangers, éditent des journaux d'été, ou ont du contenu touristique sur leur site internet. Les radios d'autoroutes transmettent en plusieurs langues étrangères (anglais, allemand, espagnol et italien) les bulletins d'info trafic pendant les grands rush d'été ; les personnels d'accueil, dans les espaces clients, sont formés à au moins une langue étrangère.

3.1.3 **Pour les gares** : Les enquêtes Rail Europe (filiale de SNCF, le plus gros distributeur rail au monde, 11M passagers par an) montrent que l'inter-modalité du rail avec les autres moyens de transport terrestre urbain est malgré toutes les limites évoquées précédemment, **le point fort du réseau ferré français** en Europe (la connexion aux autres transports y obtient 30 et 47% de très satisfaits et satisfaits, un des plus forts scores parmi tous les items quand la rubrique toilettes y obtient 8 et 32% respectivement par exemple). Cela est peu perçu en France et peu promu.

L'essentiel nous paraît que les opérateurs des infrastructures n'ont pas anticipé les développements conduisant en plein centre ville à rechercher des espaces de qualité dans des locaux souvent contraints. La séparation des acteurs, entre la SNCF et RFF mais aussi la domanialité communale des abords, induisent parfois une déresponsabilisation de tous les



acteurs (déjà soulignée dans le rapport Keller)⁷ quant à l'entretien et la qualité de service dans les gares. Faute d'autorité supérieure, les acteurs peinent à œuvrer ensemble pour assurer une expérience de qualité aux voyageurs.

3.1.4 Pour les Ports : La plupart d'entre eux constituent des espaces stratégiques au regard de l'urbanisme et de la qualité de vie pour les villes qui se sont édifiées autour de leurs plans d'eau. Ils bénéficient souvent d'une localisation géographique exceptionnelle en cœur de ville, mais posent des problèmes aigus aujourd'hui en raison des difficultés rencontrées par les navires de dimensions croissantes pour accéder à des bassins portuaires historiques aux capacités d'accueil limitées. De sorte, que comme pour les TGV ou les A380, l'accueil des « mégaships », qu'il s'agisse de paquebots (de plus de 300 mètres de long) ou de ferries (de plus de 200 mètres), va nécessiter le recours à de nouveaux terminaux spéciaux nécessairement éloignés des centres urbains sauf à envisager des aménagements extrêmement coûteux et de rentabilité incertaine.

Ainsi, compte tenu de l'intérêt économique que représente pour les villes portuaires le développement de trafics de passagers, la réalisation de nouveaux sites d'accueil des navires mérite réflexions et initiatives, comme l'illustre la construction récente d'un très grand quai flottant à Monaco en centre ville, sur financement intégralement privé.....

Toutefois, il convient de signaler le choix différent fait par la population de la Ville de Nice qui, tout en étant sensible au rôle économique des escales de paquebots, s'est refusée jusqu'à ce jour à tout projet de nouvelles infrastructures d'accueil de grand navires à quai en cœur de ville, pour des motifs de défense du cadre de vie.

A l'heure où le tourisme de croisière connaît une croissance spectaculaire, il importe donc vraisemblablement de remettre le visiteur au cœur de la politique portuaire d'accueil des publics comme l'ont initié certains ports (Cf. fiche Nice, Sète, Toulon, le Havre, Cherbourg : ville-ports de croisières), tout en veillant au respect de certains équilibres urbains et impératifs environnementaux.

Proposition 3 :

Le cahier des charges négocié par les ministères de tutelle avec les opérateurs de transport et les gestionnaires d'infrastructures doit intégrer plus explicitement l'objectif d'accueil touristique.

3.2 La complexité des zones de transit nécessite une politique plus volontariste associant missions publiques et privées en matière de coordination des acteurs.

3.2.1 Des espaces de transit sous tension :

- Le statut des espaces de transit ferroviaires en France est particulier. Ailleurs en Europe, certaines gares ferroviaires ne laissent pas l'accès au quai aux visiteurs non munis de billet ; en France, **l'espace de la gare ferroviaire est ouvert au public et sert au renouveau des** cœurs de ville. Entre risque de banalisation d'un espace voulu public et risque d'excès de spécialisation, le statut de la gare en France fait que personne ne se sent totalement responsable, chacun des opérateurs étant néanmoins sous pression de l'ouverture programmée de la concurrence européenne et occupé à défendre son périmètre de compétence de façon cloisonnée. **A terme est posée la question des relations entre l'exploitant unique de la gare et les opérateurs de transport ferroviaire.**

La responsabilité spécifique des différents acteurs est parfois occultée : il y a ainsi besoin d'un travail collectif sur le social dans la gare car, sauf délit constaté, il n'y a pas de moyen légal pour agir dans les gares ferroviaires par exemple en cas de gêne manifeste pour le voyageur.

Il faut se donner les moyens de rendre mieux compréhensible le qui fait quoi (signalétique, métier reconnu par son badge ou costume de travail... ?), de façon à ne pas incriminer un personnel qui n'a pas la compétence pour agir.

⁷ Rapport sur « la gare contemporaine, centre de ville et cœur des transports » de la sénatrice du Bas-Rhin Fabienne Keller – 2009



- De même, certains ports tels ceux de la Manche, et en particulier Calais, constituent des lieux de passage soumis à haute surveillance en raison des problèmes rencontrés avec des migrants désireux de se rendre en Grande Bretagne et menacés de refoulement par ce pays censé les accueillir mais qui ne le souhaite toujours pas. D'où les dispositions techniques communes prises par les services de police français et britanniques dans certains ports de la Manche pour contrôler et gérer l'accès des migrants aux terminaux portuaires.
- Dans les aéroports soumises à des contraintes fortes, ont été mis en place des outils de coordination (comités locaux de qualité, PC partagés réunissant DPAF/AF/ADP, référentiel d'engagement élargi aux partenaires, université de service ADP ouverte aux partenaires). C'est un système où seule la coordination volontaire est acceptée par les parties. Cela mériterait une analyse de ce fonctionnement en situation de crise. Il reste que pour l'usager final, la méconnaissance des rôles des organismes et le manque d'information sur le qui fait quoi a besoin d'être corrigé par un affichage des responsabilités. Par ailleurs le point dur dans les aéroports reste l'engorgement dans les postes de contrôle aux frontières aux pointes du matin et du soir : l'atomisation exceptionnelle du nombre de terminaux à Paris CDG mobilise plus de 1700 fonctionnaires en charge de la police aux frontières dont le contrôle immigration/migration, ce qui peine à assurer l'ouverture des 25 points de contrôle indispensables compte tenu de l'amplitude horaire de service journalier, et de la multiplicité de leurs missions. Bien que la perception des personnels de police s'améliore, la stagnation au mieux des effectifs de personnel conduit à proposer un outil de projection pour affecter les flux arrivant (des outils matriciels théoriques existent, mais rien d'adossé sur le réel)- avec un focus nécessaire sur les arrivées au petit matin. L'expérience des grands pays comme les Etats-Unis ou l'Angleterre, qui ne contrôlent pas les passeports au départ - ce qui permet de redéployer ailleurs des agents de la frontière sur le contrôle à l'arrivée, se heurte en France à la réglementation Schengen.
- Comment inciter les personnels au delà de leur fonction première, au geste de l'accueil... sans risquer de frein procédurier ou corporatiste ? On sait l'importance de l'attention du personnel au visiteur et de sa formation à cela, pour la résolution de la majeure partie des dysfonctionnements.

A noter l'expérience primée de « Airport Helper », issue du Comité Local de la Qualité de l'aéroport Lyon St Exupéry, où plus de 1200 salariés des différents acteurs de l'aéroport ont bénéficié, sur la base du volontariat, d'une sensibilisation destinée à mieux comprendre le passager et ses réactions et à connaître les bases pour bien les accueillir et les informer. Ils sont facilement identifiables par le passager grâce à un badge qu'ils portent à chaque déplacement dans l'aéroport.

3.2.2 Prestations ou espaces dédiés : Le statut de lieu public n'interdit pas des sous espaces ou des personnels dédiés à des publics ayant une demande de service supplémentaire correspondant à une valeur ajoutée pour laquelle ils sont prêts à payer le prix- par exemple par smart cards, filtres VIP, abonnements spécifiques...

- Il y a nécessité de mieux appréhender ce que les gens sont prêts à payer comme service particulier supplémentaire sans nécessairement craindre de porter ainsi atteinte au principe de l'égalité de tous à l'accès aux services publics. Exemple : les salons à accès réservé aux abonnés, accessibles à tous en payant, sont appréciés des usagers.
- Il y a lieu de rendre plus visibles les offres dédiées existantes, souvent méconnues alors qu'elles sont une valeur ajoutée de confort ou de service pour le visiteur.
- Il y a aussi déjà des espaces dédiés aux différentes destinations (correspondant à différentes clientèles) par exemple par types de satellites dans certains aéroports ainsi que dans les ports. Ex : à Marseille on peut distinguer un terminal pour les destinations du Maghreb, un autre pour celles de Corse, et un troisième dédié à l'accueil des croisières.

3.2.3 Place des boutiques dans les lieux de transit :

On constate que la boutique est un moyen de répondre aux demandes des visiteurs tout en contribuant à la sûreté des personnes et à l'image du lieu :

- Les espaces de boutique sont à développer dans les ports notamment où a pu prévaloir une vision parfois trop exclusivement technique et réduite aux exigences du transit dans lesquelles primait l'accueil des véhicules. Cette préoccupation devrait pouvoir se concrétiser dans les terminaux ou gares maritimes mais se heurte au poids des habitudes et réticences des responsables portuaires,



réservés voire hostiles à toute implantation de commerces dans l'espace portuaire pour prévenir tous griefs de concurrence de la part des commerçants locaux et des armateurs exploitant des boutiques à bord de leurs navires, et surtout tout risque de trafics (ex : revente à terre d'alcools et de tabacs achetés en détaxe à bord) dont il semble néanmoins possible de se prémunir, en excluant de tels produits de la vente en gare maritime.

- A noter que dans les grandes gares ferroviaires, les services se proposent d'eux mêmes à la SNCF. La récente politique commerciale de la SNCF mérite d'être encouragée notamment dans les gares de province (« boutique du quotidien » presse+restauration). Par définition, les gares, lieux touristiques, méritent d'être éligibles à la nouvelle réglementation sur l'ouverture des commerces. En Suisse, le commerce des gares est parfois le seul commerce ouvert le week-end parachevant l'esprit de service public des gares.
- Les aéroports parisiens ont très fortement augmenté leur offre de surface commerciale et de service, y compris aux publics en transit, à la grande satisfaction des clients.
- Le comportement des personnels aux commerces participe – ou non – à la qualité de l'accueil ; la démarche qualité s'avère indispensable à ce niveau alors qu'elle ne s'applique le plus souvent qu'à la chaîne du transport.

3.2.4 La **place du siège et des espaces d'attente** exprime bien l'ambivalence espace public /espace dédié au voyageur et l'enjeu des responsabilités croisées. Développer des espaces d'attente avec assise n'est donc pas anodin dans les espaces de transit. Il s'agit d'une politique volontariste des aéroports.

- Développer les sièges s'oppose toujours peu ou prou à l'exigence de fluidité des circulations et au souhait de développer d'autres services comme le commerce ; on voit, comme à la gare Montparnasse, à quel point l'espace d'attente, d'accès libre et souvent saturé, répond à une demande loin d'être satisfaite, quand la billetterie et les espaces commerciaux ont fait l'objet d'améliorations significatives appréciées.
- Les espaces dédiés aux enfants répondent manifestement bien aux attentes des voyageurs dans les aéroports d'ADP et des grands aéroports régionaux.
- On peut au-delà des salles d'attente en accès libre, améliorer l'environnement et l'assise, et qualifier la fonction accueil en termes de valeur ajoutée ayant son prix, accessible comme une prestation que chacun peut s'approprier. La SNCF l'a entrepris dans les espaces salons grands voyageurs de la gare du Nord malgré des contraintes foncières et d'exiguïté d'espace.
- Le choix des matériaux relève parfois plus d'un choix esthétique que d'un choix fonctionnel, ce qui ne manque pas de poser des problèmes en termes de maintenance ultérieurement.
- Dans les principaux ports français de Méditerranée, il convient de souligner le fort désagrément éprouvé avant l'embarquement à bord des car-ferries, par les familles d'automobilistes condamnées à des attentes de plusieurs heures au soleil sur des terminaux portuaires dépourvus d'espaces abrités (à la différence du port d'Almeria doté de vastes hangars aérés et bordé de jardins).
- L'absence de possibilités de consigne dans beaucoup **d'espaces portuaires** empêche les visiteurs de pouvoir vaquer à d'autres occupations, alors que leurs attentes sont par nature plus longues que dans d'autres modes de transport. Toutefois, il convient de souligner une évolution dans l'accueil de passagers de ferries notamment. Ainsi, au Havre de réels efforts ont été déployés sur le terminal dédié aux ferries, aussi bien à l'attention des motards qui disposent d'abris dédiés pour se protéger de la pluie que pour les automobilistes qui disposent de facilités de parking disposant de tables sous les arbres pour se restaurer (comme sur les aires d'autoroutes). De même à Nice où ont été aménagés pour la clientèle des ferries, près des salles d'attente climatisées, des espaces en plein air abrités, équipés de tables et sièges et rafraîchis par brumisateurs. En revanche à Sète, pour l'instant, le confort est minimal et limité à l'accueil sous abri d'un nombre limité de voitures et de passagers, à l'inverse du terminal pour croisiéristes récemment rénové et doté d'installations particulièrement fonctionnelles et confortables.
- Il reste donc globalement une **demande manifeste d'amélioration des conditions d'attente** dans les espaces de transit ferroviaires et surtout portuaires. Il faut privilégier tous les dispositifs d'ambiance (musique à l'attente des bagages, ...) contribuant à alléger la perception des désagréments du voyage et la faible densité de personnel dédié à l'accueil.

**Proposition 4 :**

Enrichir les lieux d'attente d'espaces vitrines présentant les atouts culturels et patrimoniaux de la France, films promotionnels, environnement musical et fleurissement.

3.2.5 Améliorer les signaux d'information

La signalétique avait attiré l'attention des rapports précédents et a fait l'objet depuis d'améliorations significatives sectorielles au sein de chaque infrastructure de transport.

Elle fait en outre l'objet de normes spécifiques internationales, au moins pour l'aérien.

La SNCF vient d'achever son propre projet de refonte de toute sa signalétique.

Celle des aéroports de ADP a été mise en place après beaucoup de tests et d'expérimentations, des sommes importantes ont été investies et les enquêtes montrent que cela est apprécié du public. Cela a été élaboré en interface (inédite jusqu'alors) avec la SNCF pour la gare TGV de l'aéroport PCdG. La signalétique routière de l'emprise aéroportuaire a aussi été harmonisée avec celle des territoires environnants.

Une refonte de toutes les signalétiques ne paraît pas être aujourd'hui une priorité tant les complexités spécifiques à chaque mode de transport et les coûts en jeu sont importants.

Proposition 5 :

Il reste la nécessité de développer et **d'améliorer tous les signes aidant le voyageur à se repérer,**

- **en initiant et promouvant une harmonisation internationale des principaux pictogrammes,**
- **en systématisant l'existence d'une offre signalétique pour les grands événements motivant la venue en France** (comme ce fut initié dans le cadre du CNPFSC atelier accueil),
- **en développant les bornes interactives, les kiosques d'information touristique** (kiosque des mobilités à la SNCF et antennes touristiques d'office de tourisme très appréciés des voyageurs), l'identification des métiers par l'uniforme ou le badge distinctif, ainsi que le recours à des informations dans la langue du voyageur (messages pré-enregistrés avec services de traduction à façon...).

Il reste à intensifier la coordination des opérateurs avec les villes et les territoires.

3.2.6 Face au manque ressenti de postes dédiés à l'accueil, ré-humaniser

La multiplicité des opérateurs coexistant dans des périmètres parfois exigus et toujours sous contraintes invite à être pro-actif pour améliorer le ressenti du visiteur

Comparaison n'est pas toujours raison : on ne peut empêcher le visiteur de comparer l'accueil en France à celui réservé dans des **pays à économies de services** où le coût du personnel mobilisé pour le visiteur n'est pas comparable à celui du personnel en France, notamment pour une ouverture 24 H/ 24, avec la contrepartie d'une moindre couverture sociale consentie aux employés.

- Il est nécessaire que le personnel dédié à la sûreté soit toujours plus formé à l'appréhension des différences culturelles.



- l'automatisation des fonctions accentue le sentiment de distance propre à l'accueil en France, : il faut veiller à ce qu'il donne lieu en contrepartie à la réaffectation des personnels ainsi libérés au traitement des cas particuliers (alors que la tentation est toujours de diminuer les effectifs à tout prix).
- ADP expérimente des agents permanents itinérants d'accueil chargés d'aller au devant des publics là où se posent les problèmes de saturation, et a augmenté le personnel permanent dédié à l'accueil. Le renforcement d'un personnel d'Aéroports de Paris en charge de l'accueil est passé de 280 emplois (équivalent temps plein) en 2007 à 360 ETP en 2009.
- Pour dédramatiser les cas spéciaux au lieu d'amplifier leurs résonances, il faut éviter au personnel la rigueur d'un costume plus intimidant qu'avenant (La rigueur quasi militaire de certains costumes n'est plus le meilleur moyen de faire reconnaître l'autorité !).
- A signaler une initiative originale à Sète, d'assistance aux passagers maritimes des lignes du Maroc : la présence permanente sur le terminal, en escale, de membres de deux associations marocaines chargées d'aider bénévolement les passagers en difficultés (renseignements, transport de bagages, fourniture d'eau fraîche, accompagnement d'enfants et de personnes âgées, etc...).
- Lors de l'exposition universelle de Shanghai, l'accueil tant urbain que sur site, a été amplifié par un appel massif de bénévoles multilingues.

Proposition 6 :

- former à l'écoute ;
- renforcer la formation à l'accueil des personnels de sûreté ;
- taxis : inclure une épreuve de courtoisie dans les titularisations (COD) ; pratique des langues ;
- impliquer des bénévoles lors des événements générant des flux massifs ;
- inclure l'accueil dans les politiques régionales et professionnaliser les dispositifs de traductions à la demande ;
- apprendre à désamorcer les conflits, généraliser le multilinguisme et l'écoute.

3.3 Les services annexes au cœur de la perception de l'efficacité de l'intermodalité

- Aéroports : Gestion des bagages : l'information sur leur arrivée et leur attente reste un point dur à l'aéroport ; elle est déjà réalisée à Aéroports de Paris ; on rêve (comme en Suisse où l'échelle est incomparablement plus petite...) de coupler acheminement train et avion. Le voyageur ignore souvent que l'acheminement des bagages relève de la responsabilité des compagnies aériennes et de leurs sous-traitants. Par ailleurs le système de triage de bagage automatisé à Charles de Gaulle, qui gère 60 à 80000 bagages/jour, a fait diminuer de moitié le taux de perte (à 25/1000 environ, dont la quasi totalité est retrouvé tôt ou tard) l'amenant au même niveau que des aéroports moindres (comme Francfort) mais avec le hub le plus puissant d'Europe. Mais l'état inadéquat de certains bagages (emballage inadéquat, fragilité...) est une source majeure des problèmes qui subsistent.
- Ports : Dans les ports, le passager piéton de car ferries n'est généralement pas bien traité. Si le passager, en escale de croisière, a la possibilité d'emprunter à intervalles réguliers une navette assurant gratuitement la liaison avec le centre ville, le piéton empruntant les car-ferries ne bénéficie pas des mêmes facilités. S'il a parfois la possibilité de disposer d'un chariot à bagage, ce n'est très souvent pas le cas. De même l'absence de consigne sur les terminaux de car-ferries condamne le piéton à patienter plusieurs heures dans des conditions plus ou moins confortables, en attente d'embarquement, sans possibilité d'aller se restaurer ou se promener en ville.

**Proposition 7 :**

Il devient prioritaire sur la plupart des terminaux portuaires de repenser l'organisation de l'accueil des passagers piétons et motorisés pour y développer des services annexes (ex : mise à disposition de chariots, ventes ambulantes, création d'aires de détente et de jeux, aménagement d'espaces abrités), destinés à réduire les désagréments de la période d'attente d'embarquement.

3.4 Instituer une cellule permanente de suivi intermodal

- L'information sur les possibilités de l'intermodalité ou l'interconnexion est aussi importante que leur existence –comme existe aujourd'hui le taxi réservable à bord des trains, les navettes collectives intergares. Le rôle des TIC est crucial à cet égard : transparence tarifaire, alertes aux arnaques sur les prix, prix du service rarement annoncé, affichage à systématiser des prix de destinations référentes.
- Certains lieux non dédiés au transport tels les nouveaux stades, dédiés à l'accueil d'un public nombreux et soumis aux contraintes de gestion des flux, ont su développer des services utiles aux spectateurs. Regroupés sous le vocable de e-stadium, ces services reposent sur la géolocalisation. Ils permettent de diffuser sur les téléphones portables, en temps réel, un certains nombres d'informations comme le scoring, le temps d'attente pour sortir du parking (ce qui permet d'aller boire un verre plutôt que de patienter dans les bouchons) ou encore sur les manifestations à venir. Ces outils de fidélisation des abonnés pourraient utilement être transposés pour diffuser des informations en temps réel, aux voyageurs qui le souhaitent. Des applications développées par la SNCF ou les compagnies aériennes ont initié ce genre de réponse.

Proposition 8 :

Généraliser les possibilités offertes par les technologies numériques embarquées avec géolocalisation pour outiller le voyageur en temps réel.



CHAPITRE 4





LA COMMUNICATION AU VOYAGEUR : IMAGE ET INFORMATION (PERMANENTE, EN TEMPS RÉEL, ET EN SITUATIONS DÉGRADÉES)

Dans le contexte français, le ressenti diffus d'un accueil qui n'est pas à la hauteur de la réputation touristique de la France appelle, au-delà des réorganisations qui s'imposent pour décloisonner les savoir faire, une bonne appréhension des enjeux de communication.

4.1 IMAGE

Il y a lieu de travailler sur l'image de la France comme l'a abondamment souligné le rapport Plasait.

Un **accueil réputé distant de la part des Français** : cet atavisme de la perception est-il une fatalité ? On ne décrètera pas un changement d'état d'esprit, mais les progrès accomplis dans le cadre des démarches qualité montrent que des moyens progressifs existent pour rendre attentifs aux attentes des visiteurs et acceptable et bienvenue leur irruption dans le quotidien des résidents.

- a. Cela passe par **réhabiliter les hospitalités à la française**, là où le modèle français paraît réducteur et déconsidéré. L'Hospitalité est une notion à revisiter en tirant parti de l'identité de chacun des lieux d'accueil (panier fraîcheur des maraîchers du coin vendu en gare...). Il y a en outre des signes à généraliser (afficher la langue parlée, messages de bienvenue, ...) dans la foulée des démarches déjà initiées, mais jamais à l'échelle du problème qui dépasse tel ou tel organisme.
- b. Re-calibrer la promesse faite :
 - i. Paris sera toujours Paris, mais Paris n'est pas toute la France (voir rapport Plasait); le visiteur doit savoir que si Paris reste incomparable dans ses plaisirs comme dans ses excès, la ville capitale ne doit pas occulter la réalité des plaisirs « d'en France ».
 - ii. Il faut donc valoriser les spécificités régionales, à la façon dont, un événement Lille 2004 (renouvelé depuis), un film phénomène relayés par une organisation (notamment les greeters [ambassadeurs] du Nord Pas de Calais) ont contribué à faire exister positivement la région Lilloise dans sa singularité.
- c. Dans une société française qui a longtemps mis toute son énergie à remplacer les emplois de service par des organisations s'affranchissant du recours à des personnes physiques pour l'accueil, le retour en grâce du service est à saluer (le voiturier à 8 €, cela marche non seulement dans les restaurants de la Capitale mais aussi à la gare de l'Est) quand il n'est pas le signe d'une précarisation: il reste à le faire savoir et à le généraliser⁸.
- d. S'il est vain de chercher à contrôler **l'opinion publique**, il y a lieu de se donner les moyens de **se confronter à ses questionnements en temps réel**. Il faut remettre en chantier une présence dans les réseaux sociaux (du web2.0 avec par exemple Facebook, Twitter, blogs...), qui sont la caisse de résonance de l'image toujours fluctuante de l'accueil en France. Il s'agit d'organiser un lieu de parole plutôt que de se contenter des habituels enregistrements des plaintes et cahier de réclamations, et de s'inspirer de la stratégie d'entreprises fidélisant dans leurs clubs des acheteurs attentifs et exigeants, et n'hésitant pas à créer un buzz humoristique pour faire prendre conscience de nouveaux besoins. Il s'agit aussi de détecter les évolutions en cours des attentes des publics, en associant les comités d'usagers à la réflexion. Cela suppose un personnel qualifié. Un service a

⁸ Dans ce cadre, un rôle particulier devrait être reconnu aux kiosquiers des villes, agents d'information par définition, insuffisamment valorisés.



été créé sur le portail France.fr dont l'existence aurait pu être l'amorce de cela, mais qui n'a pas eu l'impact attendu ; il faut sans doute repartir de là. L'apparition de comportements de contestation comme les grèves des billets ou d'incivisme comme les wagons que des fumeurs réquisitionnent, montrent qu'on ne fera sans doute pas l'économie de ces nouveaux espaces virtuels d'expression et de reconnaissance des évolutions en cours.

Proposition 9 :

Il est proposé de rouvrir le chantier de la place des réseaux sociaux dans l'image de la France initié avec le portail France.fr sous l'égide de Atout France et de s'associer le concours de sociologue de renom pour accompagner l'identification des problèmes et la reconnaissance des progrès.

4.2 **Communiquer** : dans le monde concurrentiel, la France ne peut se contenter du rôle et de la reconnaissance que l'opinion publique dominée par les médias anglo-saxons, lui laisse.

4.2.1 **La proposition déjà formulée d'indicateurs mondiaux** contribuera à attester des progrès au-delà des situations de crise, et ainsi corrigera l'image de la France.

4.2.2 **La communication permanente aux voyageurs**

Là où la tension des flux de transit est la plus grande, il faut communiquer sur les risques de situation anormale et leur incidence normale sur les fonctionnements.

- rendre manifeste pour le voyageur l'impact méconnu d'un oubli de bagage ou autre comportement négligent : le voyageur a des droits mais aussi des devoirs. Il faut lui faire savoir et en faire un partenaire impliqué dans la chaîne des acteurs mobilisés pour le bon déroulement d'un voyage.

Proposition 10 :

Communiquer sur l'impact des oublis ou incivisme en termes de désorganisation comme en termes budgétaires (communication opérationnelle).

- savoir communiquer à contre-courant (par exemple, la clarification des pourboires dans les restaurants est devenu un avantage comparatif de la France en Europe, peu promu néanmoins.)
- une nouvelle campagne nationale d'accueil pour montrer au plus haut niveau de l'Etat, l'importance accordée au tourisme en général et à l'accueil en particulier (à la façon dont le président Clinton a exceptionnellement réuni les opérateurs du tourisme à la Maison Blanche) ; cela est probablement nécessaire pour orchestrer toutes les autres mesures.

4.2.3 **Prévention des crises : Anticiper la gestion des situations dégradées**

L'ensemble des acteurs s'accorde à dire que les occasions de situation de crise sont appelées à perdurer avec l'intensification programmée des flux et probablement à se développer à l'avenir. L'amélioration des technologies face à l'accroissement des flux induira peut être une meilleure fluidité en temps ordinaire. Mais la machine aussi sophistiquée soit-elle, continuera de générer des grippages. Pour amortir les effets sur les voyageurs (et épargner le personnel au contact du public, parfois injustement pris à parti !). Il convient d'en prendre acte et anticiper ces situations dégradées ; typologie, retour d'expérience, travail collaboratif entre services, procédures, formations, ... autant de champs d'actions qui conduiront à dédramatiser nombre de situations (Ainsi accessoirement en matière d'accueil, tout n'est pas affaire de lits marchands. Pour pallier l'insuffisance de lits hôteliers en période de crise, on pourrait imaginer de susciter le développement de l'accueil chez l'habitant, de la part de familles volontaires ambassadeurs comme cela se fait en cas d'événement olympique par exemple).



Proposition 11 :

Pour anticiper les situations dégradées. , améliorer leur reconnaissance et leur traitement : typologie, retour d'expérience, travail collaboratif entre services, procédures, formations...

Proposition 12 :

Instituer de façon pérenne au sein du CNT le groupe de travail espaces de transit comme un laboratoire d'idées pour faciliter l'appréhension intersectorielle de l'évolution.



CHAPITRE 5





RECAPITULATIF DES RECOMMANDATIONS

1) MESURES D'URGENCE

1.1) *Etablir un baromètre sous l'égide d'un organisme indépendant international.*

Constat :

Le lobby anglo-saxon y communique et fait valoir ses instruments de mesure de façon très efficace. Si les opérateurs ne souhaitent pas communiquer l'état de leurs indicateurs difficilement interprétables par le grand public, il faut que, sous l'égide des pouvoirs publics, soit établi un baromètre objectivant les tendances à défaut d'instance européenne en la matière.

Proposition 1 :

Créer, sous l'impulsion des pouvoirs publics, un baromètre défini avec un organisme indépendant international mesurant la perception et la situation de l'accueil en France.

1.2) *Améliorer l'image de la France à chaque étape du parcours du touriste en se dotant du référentiel du Plan qualité tourisme.*

Constat :

La qualité d'une chaîne dépend de son maillon le plus faible : la durée d'attente d'embarquement au terminal portuaire, la perception des toilettes du bar le plus proche de la gare ou la fatigue de fin de voyage exacerbée par la froideur de l'agent aux frontières, vont connoter la perception globale du voyage

Cette ambition de qualité devrait donc concerner toutes les espaces de transit dans la mesure où les 5 indicateurs du plan qualité tourisme sont adaptables à tous les espaces de transit. Les cinq indicateurs sont les suivants : information et communication ; accueil personnalisé ; compétence et disponibilité du personnel ; écoute du client ; confort, propreté et entretien des lieux.

Proposition 2 :

Le CNT recommande donc l'application aux espaces de transit du Plan Qualité Tourisme.

2) INITIATIVES À COURT ET MOYEN TERME

1.3) *Faire revenir le touriste en France, une opération de séduction :*

Développer et améliorer tous les signes aidant le voyageur à se repérer dans les espaces de transit et ré-humaniser.

Constat :

Les opérateurs cherchent à développer et à valoriser les points de repère pour orienter le touriste dans les espaces de transit. Bien renseigner, bien accueillir, les opérateurs mettent tout en œuvre pour faire revenir le touriste, en adoptant des démarches qui visent aussi à mieux valoriser les informations touristiques (gastronomie, événements culturels, animations...).

Proposition 3 :

Le cahier des charges négocié par les ministères de tutelle avec les opérateurs de transport et les gestionnaires d'infrastructures doit intégrer plus explicitement l'objectif d'accueil touristique.

Proposition 4 :

Enrichir les lieux d'attente d'espaces vitrines présentant les atouts culturels et patrimoniaux de la France, films promotionnels, environnement musical et fleurissement.

**Proposition 5 :**

- en **initiant et promouvant une harmonisation internationale** des principaux pictogrammes,
- en **systématisant l'existence d'une offre signalétique pour les grands événements motivant la venue en France** (comme ce fut initié dans le cadre du CNPFSC atelier accueil),
- en **développant les bornes interactives, les kiosques d'information touristique** (kiosque des mobilités à la SNCF et antennes touristiques d'office de tourisme très appréciés des voyageurs), l'identification des métiers par l'uniforme ou le badge distinctif, ainsi que le recours à des informations dans la langue du voyageur (messages pré-enregistrés avec services de traduction à façon...).

Proposition 6 :

- former à l'écoute ;
- renforcer la formation à l'accueil des personnels de sûreté ;
- taxi : inclure une épreuve de courtoisie dans les titularisations (COD) ; pratique des langues ;
- impliquer des bénévoles lors des événements générant des flux massifs ;
- inclure l'accueil dans les politiques régionales et professionnaliser les dispositifs de traductions à la demande ;
- Apprendre à désamorcer les conflits, généraliser le multilinguisme et l'écoute.

Proposition 7 :

Il devient prioritaire sur la plupart des terminaux portuaires de repenser l'organisation de l'accueil des passagers piétons et motorisés pour y développer des services annexes (ex : mise à disposition de chariots, ventes ambulantes, création d'aires de détente et de jeux, aménagement d'espaces abrités), destinés à réduire les désagréments de la période d'attente d'embarquement.

3) ORIENTATIONS POUR L'AVENIR

1.4) Travailler sur l'image de la France et communiquer : dans le monde concurrentiel, la France ne peut se contenter du rôle et de la reconnaissance que l'opinion publique dominée par les médias anglo-saxons, lui laisse.

Constat :

S'il est vain de chercher à contrôler l'opinion publique, il y a lieu de se donner les moyens de se confronter à ses questionnements en temps réel. Il faut remettre en chantier une présence dans les réseaux sociaux (du web2.0 avec par exemple Facebook, Twitter, blogs...), qui sont la caisse de résonance de l'image toujours fluctuante de l'accueil en France.

Proposition 8 :

Généraliser les possibilités offertes par les technologies numériques embarquées avec géolocalisation pour outiller le voyageur en temps réel.

Proposition 9 :

Rouvrir le chantier de la place des réseaux sociaux dans l'image de la France initié avec le portail France.fr sous l'égide de Atout France et de s'associer le concours de sociologue de renom pour accompagner l'identification des problèmes et la reconnaissance des progrès.

Proposition 10 :

Communiquer sur l'impact des oublis ou incivisme en termes de désorganisation comme en termes budgétaires (communication opérationnelle)

Proposition 11 :

Pour anticiper les situations dégradées, améliorer leur reconnaissance et leur traitement : typologie, retour d'expérience, travail collaboratif entre services, procédures, formations...

1.5) Proposition : Pérenniser les travaux sur l'accueil et consolider les acquis au sein du Conseil national du tourisme

Proposition 12 :

Instituer de façon pérenne au sein du CNT le groupe de travail espaces de transit comme un laboratoire d'idées pour faciliter l'appréhension intersectorielle de l'évolution.

ANNEXES



Fiches de synthèse par opérateur



Aéroports de Paris

(ADP)

Une entreprise de service pas tout à fait "comme les autres"... dans un environnement concurrentiel renforcé.

- Premiers aéroports français, Paris-Charles de Gaulle (6ème aéroport mondial) et Paris-Orly ont accueillis en 2010, 83 Millions de passagers avec des moyennes de 160 000 clients par jour au départ de CDG et 70 000 clients par jour au départ d'Orly, dont 50% de clients étrangers.

Sur ces deux aéroports, Aéroports de Paris gère 11 terminaux, 46 000 places de parkings, 240 km de routes, 130 km de pistes et taxiways, 1 160 000m² bâtis hors aérogares.

290 compagnies aériennes sont implantées sur les plates-formes, 670 sociétés et 120 000 personnes y travaillent.

- Aéroports de Paris remplit deux missions complémentaires au service des clients : un rôle d'autorité aéroportuaire (sécurité des personnes, des vols,..) et un rôle de coordination « intégrateur de services ».

- La concurrence entre les places aéroportuaires européennes et mondiales se renforce, notamment entre les grands hubs internationaux avec l'apparition de nouveaux entrants (cf. les pays du Golfe).

La satisfaction de nos clients est donc un enjeu majeur de compétitivité.

La Qualité de Service et la Satisfaction Clients sont l'axe majeur de progrès du nouveau contrat de régulation économique 2011-2015.

- 4 leviers d'action sont mobilisés :
 - la poursuite d'un programme d'investissements de capacité et de mise à niveau des infrastructures pour un montant de 1,8Mds €.
 - la création d'une direction Satisfaction Clients chargée du pilotage transverse des plans d'action, de la construction de référentiels, du suivi des indicateurs et de la certification.
 - la mise en place de leviers opérationnels: modes coopératifs avec les partenaires et bonus/malus avec les prestataires externes.
 - la mise en place de leviers managériaux : création d'une université du service et renforcement du poids de la satisfaction clients dans la rémunération variable des salariés.
- Les priorités d'action sur la période 2011-2015 portent sur 5 thèmes: l'orientation, la fluidité, l'accueil, la propreté et l'innovation.

Les actions engagées dans le domaine de l'accueil.

- **Des partenariats stratégiques ciblés pour mieux accueillir les touristes d'affaires et de loisirs.**

→ **Le Pack accueil, partenariat public-privé innovant** entre Aéroports de Paris, le Comité Régional du Tourisme et Viparis pour mieux accueillir les congressistes, exposants et visiteurs des manifestations internationales: pavoisement des terminaux et des sites, signalétique dédiée dans les terminaux, hôtesses et comptoirs mobiles en salle de livraison bagages, navettes dédiées..).

En 2010, 140 jours de déploiement pour 45 salons et congrès internationaux.



→ **Les Espaces tourisme dans les terminaux de Paris-Charles de Gaulle et Paris-Orly, partenariat entre Aéroports de Paris et la Région Ile de France.**

50 agents d'accueil spécialisés offrant un dispositif complet d'accueil, d'information et de ventes de produits et services touristiques.

Une fréquentation d' 1 Million de visiteurs en 2010 et un chiffres d'affaires d'environ à 8M€.

En juillet 2011 ouverture d'un nouvel espace tourisme à Orly Ouest.

② **Une nouvelle gamme de produits et services déployée par Aéroports de Paris.**

- web mobile, site internet, n° d'appel unique, alerte info vol, wifi, application iPhone.
- 25 espaces de travail, 100 espaces enfants, 80 espaces nurseries.
- consignes, réservation taxis.
- accueil évènementiel pour les foires, salons et congrès (signalétique dédiée, comptoirs dédiés, pavoisement, accueil VIP, emplacement navettes dédiées...).
- conciergerie (accompagnement en aéroport, transfert, livraison bagages à domicile, personal shopper, pressing, maintenance des véhicules...).
- développement de l'offre commerciale et création de nouveaux services (espaces multi-services en salle de livraison bagages...).

③ **L'amélioration du confort.**

- rénovation de tous les comptoirs information,
- création d'espaces accueil pour les PHMR,
- implantation de 5000 nouveaux sièges,
- introduction de mini-chariot en salles d'embarquement et de poussettes enfants

④ **L'amélioration de l'orientation** : refonte complète de la signalétique interne aux terminaux ainsi qu'externe sur les circuits routiers.

⑤ **L'amélioration de l'accueil 'humanisé.**

- renforcement des personnels dédiés à l'accueil (280 ETP en 2007 et 360 ETP en 2009)
- déploiement d'agents itinérants au contact des passagers disposant d'outils d'information mobiles

⑥ **L'amélioration de la fluidité et de la qualité de l'accueil aux points de contrôle : nouvelles pratiques collaboratives et création de services.**

- Coopération renforcée entre Aéroports de Paris, la Police aux Frontières et Air France.
- Ouverture de points de contrôle supplémentaires, déploiement de Parafe (contrôle automatisé aux frontières).
- Orientation des passagers par du personnel dédié en entrée de file, affichage du temps d'attente.
- Création de files dédiées (Accès n°1) et de postes d'inspection filtrage dédiés aux familles.
- Présence renforcée de personnel en cas d'attente élevée.

Le déploiement d'outils de mesure de satisfaction perçue et de conformité.

① **Observatoire du passager** : enquêtes de satisfaction réalisées trimestriellement par BVA auprès de 45 000 passagers par an au départ et à l'arrivée.

② **Des visites mystères** : plus de 1200 par an sur les 11 terminaux.

③ **Certification** : les aéroports de Paris-Charles de Gaulle et Paris-Orly sont certifiés ISO 9001. Sur Paris-Charles de Gaulle, déploiement d'un système de management intégré (SMI) comprenant 5 volets: la qualité, la sécurité aéroportuaire, la sécurité du travail, l'environnement et la sureté.

L'impact des actions engagées : des résultats très encourageants bien perçus par les passagers ...

Depuis 2007, les résultats des enquêtes passagers trimestrielles montrent une progression constante de la satisfaction des passagers de +1,6 points en moyenne par an.



Deux progressions sont particulièrement notables :

- Facilité d'orientation : progression de 7 points en 3 ans de la satisfaction portée par la refonte complète de la signalétique et le changement de 10 000 panneaux.

- Présence du personnel en aérogare: une amélioration de 11 points de la satisfaction.

La dynamique d'amélioration doit continuer pour classer les aéroports parisiens parmi les aéroports de référence en matière de qualité de service et d'accueil...





Association des sociétés d'autoroutes et des ouvrages routiers (ASFA)

Les animations des sociétés d'autoroutes au service du client *Exemples d'animations*

1) Groupe Sanef/SAPN

1743 km de réseau, reliant la France à ses grands partenaires économiques : Allemagne, Benelux, Royaume-Uni.

Carrefour de flux touristiques : du Nord de l'Europe vers le Sud de la France ; de l'Est vers l'Ouest (Normandie et Bretagne)

Voies d'accès à des ports et aéroports français importants ; desserte de régions densément peuplées et économiquement dynamiques et principalement l'Ile de France.

SANEF Groupe, partenaire des régions

Depuis 40 ans, le Groupe apporte des solutions conjuguant économie et performance aux demandes des élus et responsables locaux soucieux de renforcer l'attractivité et la compétitivité de leur territoire et de favoriser la desserte des zones rurales.

De plus, il offre aux collectivités territoriales et aux zones d'activités économiques implantées à proximité de son réseau, ses infrastructures de télécommunications et de services de proximité.

La promotion des régions, un axe fort pour le Groupe

Des partenariats touristiques avec les CRT de 6 régions : Alsace, Champagne-Ardenne, Lorraine, Nord-Pas-de-Calais, Normandie, Picardie ; un traitement particulier pour l'Ile de France.

Vironvay et Assevillers, sont les premiers espaces d'accueil partagés avec les CRT.

Passions Week-end, un partenariat 2010 pour la promotion de l'économie touristique de nos régions.

- 2 sites: Sanef et SAPN
- www.sanef.com et www.sapn.fr

Activités d'été :

Renouvellement de l'opération de sensibilisation à la somnolence au volant avec des masseurs kiné avec pour objectif d'aider nos clients à déceler les 1ers signes de fatigue et de réussir leur pause. Une action commune sur les 3 Réseaux est prévue lors du chassé croisé les 30 et 31 juillet 2010 :

- Réseau Est : Reims Champagne (A4)
- Réseau Nord : Aire de la Baie de Somme (A16)
- Réseau Ouest : Aire nord de Beuzeville (A13)

Ce dispositif est complété par une campagne d'affichage sur les tous les péages.

2) ATMB

Les samedis 31 juillet et 7 août de 9h à 15h sur l'aire de Valleiry.

Activités suivantes :

Ateliers autour de la sécurité routière :

Circuit de karts pour les enfants de 6 à 12 ans avec panneaux signalisation routière encadré par des animateurs diplômés



Atelier de contrôle des véhicules par des techniciens sur les points de sécurité : pneumatiques, liquide de frein et à glaces, optiques...

Atelier de la prévention routière sur les risques liés à l'alcool, la fatigue.

Simulateur de conduite moto.

Activités pour les plus jeunes : châteaux gonflables.

Espace d'information ATMB : prévisions trafic, information et vente télépéage.

Coin détente : avec rafraîchissements et chaises longues.

Atelier ANNECY 2018 : ATMB est un des supporteurs de la candidature d'ANNECY aux JO d'hiver 2018 : présentation de la candidature (activités en cours de finalisation).

Toutes ces animations sont gratuites.

3) APPR et AREA

Avec les réseaux APPR & AREA, l'autoroute c'est déjà les vacances

Parce que les vacances débutent dès les valises bouclées, le groupe APPR se positionne comme un partenaire du voyage et s'investit pour rendre ces longs trajets plus agréables. Il invite ainsi les automobilistes à profiter d'entractes animés sur les aires APPR & AREA accompagnent les estivants sur la route de leurs vacances en déployant un dispositif complet d'animations pour leur détente et leur distraction.

Des animaux sur les aires de l'A6, un rendez-vous à ne pas manquer

Ateliers découverte, manipulations autour du monde animal, jeux de piste, fables de La Fontaine mises en scène... de multiples activités ludiques et pédagogiques seront proposées sur les aires de Venoy, Beaune et Mâcon (A6) en partenariat avec les parcs animaliers Thoiry. Les petits détectives pourront démasquer les espèces animales grâce aux empreintes marquées sur le sol. Carcasses, peaux, plumes... à portée de mains pour apprendre à identifier la diversité du monde animal. Le corbeau et le renard, le lièvre et la tortue, la grenouille et le bœuf quittent un instant les pages figées des contes pour revivre avec vous leurs aventures.

Plus de 70 animations ludiques, sportives, touristiques et culturelles

Sur l'aire de L'Isle-d'Abeau (A43), AREA prévoit une remise de « permis bateau » à ceux qui participeront à la course de bateaux hors-bord miniatures! Mais ce n'est pas tout ! Théâtre, acrobancie, bonds en tout genre à l'intérieur de châteaux gonflables, tir à l'arc, golf, clowns, découverte du métier d'agriculteur, spécialités régionales... plus de 70 rendez-vous organisés pour détendre les voyageurs. Retrouvez le détail de ces animations dans le magazine 1, 2, 3... détente, imprimé en 1 million d'exemplaires et distribué sur quatre barrières de péage.

Les animations estivales APPR, une question de sécurité

S'arrêter régulièrement sur les aires d'autoroute diminue la fatigue, et par conséquent les risques d'accident. Outre le fait de se distraire, cela permet surtout aux parents et aux enfants de se détendre tout en partageant un moment de convivialité en famille.

Avec Entract', c'est différent sur les aires !

Tout au long de votre voyage sur autoroute, prévoyez un arrêt, c'est la garantie d'une pause détente, d'une parenthèse dans votre temps de conduite.

Un cocktail d'animations à retrouver sur le site Internet www.aprr.fr. Jeux, découvertes, activités sportives et autres expositions en tout genre, la liste exhaustive vous est présentée en pièce jointe.

APRR, quatrième groupe autoroutier en Europe et filiale d'EIFFAGE, exploite un réseau de 2 234 km d'autoroutes sur les 2 279 qui lui sont concédés par l'État. Le réseau exploité comprend notamment l'axe Paris-Lyon (A5, A6, A39), un axe Bourgogne-Europe du Nord (A31, A36), des autoroutes alpines dans la région Rhône-Alpes (A40, A41, A42, A43, A48, A49, A51 Nord) et des autoroutes au centre de la France (A77, A71). Axe de communication majeur en Europe, ce réseau a enregistré plus de 20 milliards de kilomètres parcourus en 2009. Le Groupe emploie près de 4 000 personnes et a réalisé en 2009 un chiffre d'affaires de 1 860 millions d'euros. www.aprr.com





MODALITES D'ACCUEIL DES CROISIERISTES DANS LES PORTS FRANÇAIS

A l'heure où l'on dénombre 2 millions de croisiéristes dans les ports métropolitains, soit pour effectuer une excursion ou une visite en ville à l'occasion d'une simple escale de transit soit pour embarquer avec des bagages en tête de circuit d'un navire de croisière, il convient de noter la diversité des conditions d'accueil selon les ports et les types et tailles de navires.

Tout d'abord, il convient de souligner **que l'accueil des très grandes unités modernes** de plus de 300 m de long, n'est possible à quai que dans une demi douzaine de ports, et très rarement en cœur de ville, seuls **Ajaccio et Toulon** offrant le double avantage d'un accueil direct en gare maritime et d'un accès immédiat à un pittoresque marché local et aux boutiques, musées et monuments urbains, les autres ports, en dépit de la qualité de leurs équipements, tel les nouveaux terminaux spécialisés de **Marseille ou du Havre**, imposant le recours à des bus ou taxis en raison de leur éloignement relatif du centre-ville. Quant aux escales sur rade, par exemple à **Cannes ou Villefranche**, elles présentent l'inconvénient de nécessiter le recours à des vedettes pour transborder les croisiéristes. A l'inverse, **les unités traditionnelles de moins de 200 m.** trouvent dans la plupart de nos ports de bonnes conditions d'accueil, comme c'est notamment le cas à **Nice** où les passagers bénéficient d'excellentes conditions d'accueil pratique fondé sur des moyens techniques (ex : minibus gratuits, nombreuses caméras), une organisation rigoureuse mais flexible d'espaces portuaires réduits et souvent saturés (ex : circulation, stationnement) et surtout un savoir-faire professionnel remarquable (ex: relations de la PAF et des agents portuaires). D'où le nombre élevé de paquebots dans ce port et sa fonction fréquente de tête de circuit, conforté par le rôle international de son aéroport et la réputation touristique de Nice. Quant aux autres ports français d'Atlantique et de Méditerranée, sans véritable réputation historique de port de croisière, ils tendent à se spécialiser dans l'accueil à quai **d'unités de taille moyenne (de l'ordre de 175 mètres)** dans leurs bassins ou sur leurs quais historiques de centre ville, en déployant souvent d'importants efforts commerciaux. Tel est en particulier le cas de **Bordeaux** dont la CCI s'attache depuis deux décennies à compenser le handicap de sa position géographique par une valorisation optimale de ses atouts œnologiques et touristiques, en mettant l'accent sur l'accueil des personnels des paquebots en escale au port de la Lune, et sur l'originalité des excursions proposées aux croisiéristes. De même **St Malo, La Rochelle, Sète et Rouen** tentent-ils de valoriser au mieux leurs atouts de ports de charme très typés, les uns par leurs remparts ou leurs tours, les autres par leurs canaux ou leur fleuve, en s'efforçant d'offrir aux croisiéristes autant une qualité d'accueil qu'une proximité d'escale des sites réputés. D'autres enfin tel **Cherbourg**, cherchant à restaurer leur rôle de port historique par des animations festives lors des escales de transatlantiques en musique (avec orchestre de jazz à quai) et promenade (en calèches) En bref, le développement des escales de croisière en France suscite de la part des acteurs professionnels et institutionnels, souvent regroupés dans des «clubs croisières» locaux, des comportements et des initiatives particulièrement favorables qu'il convient d'encourager.



CONDITIONS D'ACCUEIL DES ETRANGERS PASSAGERS DE CAR FERRIES EN FRANCE

L'accueil des 16 millions de passagers maritimes, britanniques pour les 2/3, empruntant les 7 ports français de la Manche, dont 10 millions à Calais, et du million de maghrébins passant par Marseille et Sète, qui a donné lieu ces dernières années à un renforcement des contrôles à l'entrée en France, s'effectue dans des conditions jugées globalement satisfaisantes, au prix d'une organisation optimale mais coûteuse des espaces et des moyens techniques et humains, dont on peut résumer les principes, modalités et résultats à Calais, Le Havre et Marseille comme suit.

L'organisation des conditions de passage au port des automobilistes et des camions obéit d'abord à des principes de sécurité (safety) pour prévenir les risques d'accident et de sûreté (security) pour empêcher les actes de malveillance, et ensuite à des contraintes de temps et d'espaces disponibles pour effectuer les opérations de contrôle et de transit correspondantes. A cet effet, **l'accueil est organisé en 3 zones successives** : l'une, fluide, d'accès au terminal depuis la ville, l'autre, plus ou moins rapide, **de passage aux points de contrôles** successifs, commercial (assuré par les agents des compagnies maritimes) et frontalier (assuré par les agents de la PAF), et enfin de circulation et stationnement **sur terminal** soumis à contrôles ponctuels de la Douane. Les opérations portent sur des **contrôles formels** (ex : pièces d'identité et visas) par moyens électroniques **et informels** (ex : contrats de travail, d'assurances, billet de retour, hébergement) pour prévenir les fraudes (ex : trafics d'autos) et l'immigration clandestine, et font appel à divers moyens techniques (ex : contrôles du contenu des camions) et bases de données (ex : fichiers). **Le transit des passagers au port dans les meilleures conditions de confort et d'agrément** constitue aussi pour les responsables portuaires un impératif commercial, surtout sur la Manche (à la différence de la Méditerranée) en raison de la vive concurrence interportuaire et surtout intermodale (d'Eurotunnel). D'où les efforts déployés à l'attention des **chauffeurs de camions** par mise à disposition d'espaces de restauration, de détente et de douches, et des **motards** (ex : abris dédiés) ou des **piétons** (par mise à disposition de chariots et de consignes à bagages). Quant aux **automobilistes** ils font aussi l'objet de sollicitations nouvelles avec le développement en gare maritime d'offres de prestations accrues de la part des ports, toutefois limitées par la volonté des compagnies de préserver les consommations et les achats à bord de leurs navires. Ces deux séries d'impératifs opérationnels et commerciaux requièrent donc la **mobilisation permanente de moyens technologiques et surtout humains importants, en particulier à Calais**, y compris pour faire face aux inévitables incidents ou retards survenant dans leur mise en œuvre, parfois en période de pointe, dans un contexte de flux tendus liés au double accroissement des fréquences d'escales et des capacités des ferries (par exemple : 2000 passagers, 200 autos et 180 remorques pour le plus récent qui assure 5 allers et retours par jour entre Calais et Douvres). Ainsi, peut-on constater une **amélioration générale des moyens de contrôle** (par recours à des scanners et au système d'identification PARAFES) entraînant une quasi disparition des passagers clandestins dans les ports de la Manche (liée aussi à l'efficace coopération des Services de Police français et britanniques), ainsi que **des conditions de transit (en rapidité et facilités)** que devrait renforcer la rénovation en cours de **la signalétique** aux abords et dans l'enceinte des ports, au prix cependant de coûts élevés à la seule charge des ports, des compagnies et des passagers.



La RATP accueille les touristes

Depuis 10 ans, en Juillet et Août, la RATP, en partenariat avec la Ville de Paris et l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris, met en place un dispositif d'accueil et d'information des touristes sur le réseau. Une opération animée cette année par « **Les Gilets Verts** ».

50 points d'accueil sur le réseau

Pour accueillir, guider et informer nos clients visiteurs, plus de 200 Gilets Verts habillés aux couleurs de l'opération animeront les 50 stands installés dans les gares et les stations du réseau les plus fréquentées par les touristes. Ils vont promouvoir la gamme de titres touristiques, notamment notre produit phare **Paris Visite**, dans l'objectif d'accroissement de recettes. Pour conseiller les touristes dans la découverte de la capitale et de sa région et les aider à organiser leurs déplacements sur nos lignes, les guides et dépliants, comme le plan Paris Tourisme-Paris Travel Kit et la brochure de l'OTCP, seront à leur disposition sur les points d'accueil.

Ce rendez-vous estival permet à la RATP de renforcer son engagement pour l'amélioration de l'accueil réservée aux touristes et d'associer sa marque au rayonnement de la région Paris Ile-de-France.

Communication

Un communiqué de presse commun avec l'OTCP et, à partir du 23 juin, une campagne d'affichage 62x100 sur les réseaux Métro et RER ainsi que des annonces sur ratp.fr et les bornes Urbam relayeront l'opération.

Liste des stations et gares participantes

- Ligne 1** : Gare de Lyon, Palais Royal, Porte Maillot, Les Sablons, Champs-Élysées Clémenceau, Franklin D. Roosevelt, Charles de Gaulle-Etoile
- Ligne 2** : Anvers, Funiculaire de Montmartre
- Ligne 3** : Gallieni, Havre-Caumartin, Gambetta
- Ligne 4** : Gare du Nord, Gare de l'Est, Montparnasse Bienvénüe, Les Halles, Saint-Michel
- Ligne 5** : Place d'Italie, Bastille
- Ligne 6** : Trocadéro, Bir-Hakem
- Ligne 7** : Porte de la Villette, Chaussée d'Antin La Fayette
- Ligne 8** : Opéra, Grands Boulevards
- Ligne 9** : Porte de Montreuil, Alma-Marceau, Bonne Nouvelle, Richelieu-Drouot, Iéna
- Ligne 10** : Gare d'Austerlitz, La Motte-Picquet Grenelle
- Ligne 11** : Hôtel de Ville, République, Rambuteau
- Ligne 12** : Concorde, Pigalle, Abbesses
- Ligne 13** : Saint-Lazare
- Ligne 14** : Saint-Lazare, Bercy, Olympiades, Gare de Lyon
- RER A** : Gare de Lyon, Auber, La Défense, Marne-la-Vallée-Chessy, Châtelet Les Halles, Charles de Gaulle Etoile
- RER B** : Saint-Michel Notre Dame



RATP : 3 démonstrateurs : gares du Nord , gare Montparnasse et Marne La Vallée-Chessy 2009-2010

Postures de service, supports d'information adaptés, signalétique et langues étrangères sont mis en scène pour accueillir la clientèle visiteurs.

Les enjeux du marché visiteurs, clientèle occasionnelle

Le marché du tourisme représente pour la RATP et plus globalement pour l'activité économique de la Région Ile de France, un secteur crucial. Chaque année, environ 30 millions de visiteurs⁹ y séjournent pour divers motifs : professionnel, loisir,...

Les visiteurs représentent 8 % de notre trafic.

Pour rappel, 60 % de notre clientèle est occasionnelle.

A la suite d'un diagnostic de l'accueil sur les réseaux réalisé en 2008, il ressort que le point le plus crucial reste la question de l'accueil dans nos espaces.

L'accueil des visiteurs sur le réseau

Nos faiblesses et les pistes d'actions en regard ont été identifiées :

- résorber les situations inacceptables d'accueil, d'informations et de vente dans les lieux d'arrivée des visiteurs,
- se mettre en capacité de bien accueillir, renseigner, guider les visiteurs et plus particulièrement les étrangers dans les stations et gares desservant les lieux les plus visités.

Le choix de la Gare du Nord (Ligne 4-5-2 RER B-D)

Première gare d'Europe pour le trafic voyageur, elle est un lieu majeur d'entrée des visiteurs et de transit en Ile de France.

Elle offre par conséquent, une concentration multimodale importante : trains nationaux et internationaux, RER (dont la ligne B desservant les aéroports de Roissy et Orly)...

La Gare Montparnasse (Ligne 4-6-12-13 SNCF)

Gare d'importance pour la clientèle de l'ouest à majorité française, elle est aussi un lieu majeur d'entrée des visiteurs de transit en Ile de France et permet de nombreuses liaisons multimodales.

Le choix de Marne La Vallée - Chessy – Parc Disneyland Gare TGV (RER A)

Gare d'importance en arrivée et départ pour la clientèle du plus grand parc d'attraction d'Europe, elle est l'ambassadrice des réseaux RATP pour les clientèles étrangères et françaises.

L'objectif du démonstrateur

La combinaison de trois facteurs, aménagement des espaces, fluidité et personnel spécifique sont les conditions de réussite de ce démonstrateur.

Ainsi, lors de l'évaluation du dispositif en été 2009 par BVA : 71 % des visiteurs déclarent avoir remarqué le dispositif et plus 90 % sont satisfaits de l'accueil apporté.

⁹ Visiteur : Personne ne résidant pas en IDF mais y séjournant entre 1 journée (avec 1 nuit) et 4 mois (définition CRT).



RATP

Accueil des visiteurs à l'Aéroport de CDG Roissy 2010

Avec plus de 816 000 clients en 2010 sur le RoissyBus, la RATP souhaite développer cette liaison et la satisfaction de ses clients.

Après la mise en service de 16 nouveaux bus articulés il y a 1 an, le réaménagement complet (signalétique, information voyageur, appareil de vente simplifié) du premier point de montée, la mise en place d'un accueil spécifique par des agents ; une campagne commerciale pour la promotion de notre desserte aéroport RoissyBus est maintenant disponible.

En effet, une gamme complète de dépliant, affiches, et barres la route est mise à la disposition des agents pour présenter les nombreux avantages de cette desserte.

Le titre de transport RoissyBus est vendu dans toutes les stations et gares de la RATP par nos agents et automates afin que nos clients gagnent du temps lors de la montée à bord du bus ; cela améliore la régularité du service. Il est aussi disponible chez nos partenaires comme le « Comité Régional du Tourisme » qui dispose de 6 points d'accueil aux aéroports ou à bord des vols de la compagnie « Easyjet ».

Les premiers résultats sont encourageants avec une hausse de 13% de la vente de billets par rapport à 2009.

De plus les premiers résultats de la dernière enquête auprès de notre clientèle montre une satisfaction en hausse. Tous les critères qualité sont à la hausse de façon significative, ce qui nous conforte dans les choix qui ont été faits.

En 2011, les 4 derniers points de montée à Roissy-CDG seront aménagés à l'identique avec un écran d'information voyageur amélioré (indication des horaires des 2 prochains bus).

Des équipes mobiles sont déployées au cours de l'année sur les périodes de très fort flux (Noël, Pâques et l'été).

Et nous poursuivrons le développement de la vente en dehors du bus afin de conserver sur cette ligne un haut niveau de qualité de service et de régularité.

➤ **Accueillir dans nos espaces la clientèle visiteurs :**

- fléchage au sol afin d'améliorer l'orientation.
- pictogrammes sur les appareils de contrôle et les accès bagages et poussettes.
- signalétique spécifique, bilingue anglais français, sur dimensionnée afin d'améliorer l'orientation et la lisibilité. L'objectif est de faciliter le repérage instantané des lignes de Métro et RER, ou bien des lieux remarquables
- mise en valeur par la couleur et l'éclairage des zones d'information et de vente, notamment en libre service.

➤ **Aller au-devant des clients occasionnels** et les rassurer à tous les moments de leurs déplacements avec : un personnel dédié et formé, à la tenue facilement identifiable, rappelant les codes couleurs de l'information RATP.





Une politique de services pour les voyageurs

Gares & Connexions oriente son exigence de service autour de 10 promesses clients :

1. *Vous êtes informé sur les services de la gare et son environnement.*
2. *Vous êtes orienté et accédez facilement à votre train.*
3. *Vous trouvez et changez facilement de mode de transport (bus, tram, taxi, vélo, métro, voiture ...).*
4. *Vous êtes informé sur les perturbations et les solutions pour continuer votre voyage.*
5. *Vous vous déplacez facilement dans la gare.*
6. *Votre gare est propre et durable.*
7. *Vous attendez dans des espaces confortables.*
8. *Vous vous sentez en sécurité dans la gare.*
9. *Vous disposez de toilettes propres (lorsqu'elles existent).*
10. *Vous profitez de commerces facilitant votre vie (Hors haltes et gares de proximité).*

Quelques exemples concrets d'actions en 2010 et de projets à venir

Information :

* En février 2010, lancement du site internet www.garesetconnexions.com : présentation de Gares&Connexions à travers son organisation et ses chiffres clés, des grands travaux avenir et également descriptif de l'offre de services aux voyageurs. Le site existe en version anglaise, italienne et allemande.

Le site, www.gares-connexions.com, présente pour les principales gares, les horaires d'ouverture de la gare, les services offerts, les commerces, les différents modes d'accès à la gare, et aussi les horaires et quais des arrivées / départs des trains en temps réel.

Depuis mai, toutes ces informations sont accessibles sur les principaux PDA, Smartphones et téléphones moyens et haut de gamme actuels.

Depuis novembre, en partenariat avec *TripAdvisor* et *Pages Jaunes*, de nouvelles pages permettent aux voyageurs de localiser les hôtels, restaurants, activités et modes de transport présents autour des gares.

* **Les taxis** : depuis juin 2010 à Paris Nord, aménagement d'une plateforme taxis avec 7 prises en charge simultanée.

Développement des services :

* Vélotac&cie

Un service de rickshaw assurant la navette entre les gares de Paris Bercy, Paris Austerlitz et Paris Lyon a été testé cet été 2010. A l'été prochain, ce service sera redéployé...

* Accueil mulimodal

Les modes de transport urbains et péri-urbains connaissent un essor considérable et la gare, en tant que porte d'entrée et de sortie de la ville, doit devenir une véritable plateforme d'échanges, en facilitant la transition vers la ville. Pour cela, Gares & Connexions fera évoluer les missions d'accueil vers davantage d'information portant sur l'intermodalité et sur la ville. Ainsi, depuis septembre, en partenariat avec l'office de Tourisme, un premier espace d'Information multimodale a été ouvert en gare de Toulouse Matabiau.



* **Le service voiturier**, « Drop & Go », à l'entrée du parking de la gare...

Un nouveau service de voiturier à la gare de Paris Montparnasse depuis juin 2010 est proposé. Dès l'arrivée à l'entrée du parking, le voiturier prend immédiatement en charge le véhicule du client. A son retour, il l'avance au plus près de la sortie. Ce service doit être déployé dans plusieurs grandes gares.

Diversification des activités et commerces en gare :

* **Deux appels à projet sont en cours : un appel à projets pour les professions médicales**

L'idée étant de développer dans les gares des activités de santé, telles que des soins médicaux généralistes et spécialisés, la radiographie / imagerie, les analyses médicales, les soins infirmiers et dentaires ou bien encore des activités paramédicales... **Un appel à projets pour les centres d'affaires** avec pour but de développer, en gare, des centres d'affaires, à l'image du centre « Multiburo » de la Gare de Lyon.

* **Des commerces éphémères en gare, adaptés aux saisons**

Cet été, un « Café de la plage » était présent sur le parvis de la Gare de Lyon ; des stands proposaient des produits de saison (glace, bar à fruit,...) dans les gares d'Avignon TGV, Toulon, La Rochelle, Biarritz, St Malo,...

Depuis décembre 2010 pour une durée de 3 mois, une boutique dédiée aux sports d'hiver est ouverte sur le parvis de la gare de Paris Lyon est ouverte. En février 2011, une 2^e boutique devrait ouvrir en gare de Bourg Saint-Maurice.

De manière similaire, des produits de saison sont vendus dans un chalet en gare de Paris Montparnasse depuis décembre 2010.

Des chantiers phares en 2011

Mise en service des gares du TGV Rhin-Rhône

* **2 nouvelles gares : Franche-Comté TGV et Belfort-Montbéliard TGV :**

Ces gares seront HQE (Haute Qualité Environnementale) : performance thermique, qualité des matériaux utilisés et insertion environnementale.

La nouvelle signalétique gare y sera déployée.

* **Modernisation de 9 gares existantes, desservies par le TGV Rhin Rhône**

Exemple de Chalon sur Saône avec la mise en place d'un nouveau concept d'espace multiservices : information/attente/restauration. Et aussi accès wifi gratuit,....

Programme de modernisation des « méga gares » Paris Lyon et Paris Saint-Lazare

Fin 2011, deux chantiers majeurs arrivent à terme :

* **Paris Lyon** : agrandissement de la « plateforme jaune » et création de nouvelles halles. Elles accueilleront des espaces de service, d'attente et de commerces.

De nouvelles circulations verticales entre les différents niveaux de la gare pour faciliter les déplacements (rampes, escalators, ascenseurs...) seront également créées.

* **Paris Saint-Lazare**, restructuration d'ampleur de la gare : un vaste hall sera créé au droit de l'ancienne. Salle des Pas Perdus, pour relier le niveau du métro, le niveau rue et le niveau des quais. Il accueillera tous les cheminements entre le train, la ville et ses transports, dans un lieu baigné de lumière naturelle, où chacun pourra trouver sur son trajet du matin ou du soir, commerces, services et informations de la vie quotidienne. 80 boutiques, services et espaces de restauration seront répartis sur les 3 niveaux.

Un protocole de partenariat entre Réseau Ferré de France et Gares & Connexions

Réseau Ferré de France (RFF) et Gares & Connexions ont signé, le 29 juillet 2010, un protocole de partenariat destiné à renforcer leur coopération et l'efficacité de leur action respective en matière de services en gare, tant pour les entreprises ferroviaires que pour les voyageurs.

Ce protocole, qui s'articule en 3 axes, vise en premier lieu à **favoriser la cohérence du service aux voyageurs** en renforçant la continuité et l'agrément de leur parcours dans la gare, depuis les quais jusqu'à la ville. Les



deux partenaires s'appuieront sur les 10 promesses de service mises en oeuvre par Gares & Connexions (confort d'attente, information, propreté, sûreté, accessibilité, etc.).

Le deuxième axe du partenariat consiste à **garantir un haut niveau de service aux entreprises ferroviaires et aux autorités organisatrices**. Il s'agit d'assurer la cohérence entre la gestion de la circulation des trains sur le réseau (RFF) et la prise en charge des entreprises ferroviaires en gare (Gares & Connexions), en optimisant les capacités d'accueil en gare et en améliorant la qualité des services offerts aux entreprises ferroviaires.

Dans un troisième volet, les deux signataires s'engagent à **coopérer**, dès la phase d'émergence et tout au long de leur réalisation, **sur des projets de gare** répondant à la fois aux besoins capacitaires du réseau et à la dynamique de développement territorial.

10 groupes de travail ont été mis en place depuis juillet et se réunissent régulièrement.





Union des Aéroports Français (UAF)

La qualité en aéroport : une affaire placée au niveau national depuis plus de 10 ans

Depuis une douzaine d'années, les gestionnaires d'aéroports français ont cherché à développer des dispositions propices à l'amélioration de la qualité de service délivrée sur leur plate-forme. Ainsi, l'Union des Aéroports Français (UAF), dont la vocation est de promouvoir les actions engagées par ses membres, a-t-elle fédéré la profession autour du leitmotiv « Tous au service du client commun : le passager ».

Fort de la politique volontariste de ses membres, l'UAF a mis en place :

- Le **Comité National de la Qualité en Aéroport (CNQA)**, qui rassemble les acteurs de la chaîne du transport aérien, publics (police, douane, aviation civile, GTA) comme privés (aéroports, compagnies aériennes, assistants en escale, tour-opérateurs et agences de voyages) ;
- Les **Comités Locaux de la Qualité en Aéroport (CLQA)**, qui associent l'ensemble des partenaires¹⁰ d'une même plate-forme en vue de définir les moyens collectifs d'améliorer la qualité des prestations rendues aux passagers ;
- Les **Assises Nationales de la Qualité en Aéroport**, lieu d'échanges bisannuel entre professionnels sur les travaux effectués en matière de qualité de service dans les aéroports ;
- Un **Référentiel de certification de services** dont l'avis a été publié au Journal Officiel de la République Française le 23 août 2007. Ce référentiel, qui s'adresse au gestionnaire d'aéroport, a pour but d'être une référence normative en matière de qualité de service. Il permet d'aboutir à une certification ou peut constituer un outil de management interne permettant de structurer une démarche d'amélioration continue du service délivré au passager ;
- Un **Référentiel d'engagements de services aux passagers étendus aux partenaires des aéroports français**, qui est une version élargie du Référentiel de certification de services et qui a vocation à être un levier pour agir conjointement sur l'amélioration de la satisfaction du client commun – le passager.

Des services et des espaces adaptés pour le confort de tous

- **Une prise en charge spécifique des personnes handicapées et à mobilité réduite** est mise à disposition. A l'arrivée sur l'aéroport, la demande d'assistance, préalablement signalée, peut se faire depuis des bornes d'appel ou aux points d'information.
- **Une offre de services diversifiée** : espaces d'information générale et touristique, bureaux de change, Poste, pressing, presse, boutiques cadeaux et souvenirs, restaurants, tables à langer, mais aussi... bornes de rechargement batterie, service filmage de bagages, porteurs bagages, douches, accès internet WIFI, etc.
- **Des espaces de détente, de distraction et de travail** : aménagement des espaces d'attente, espaces détente/salons VIP, espace enfants, espaces internet et jeux, expositions temporaires et permanentes.
- **Des centres d'affaires** : salles de réunions équipées avec vue panoramique sur les pistes, bureaux, accueil personnalisé, etc.
- **Une information en temps réel** : exemple de l'aéroport Nice Côte d'Azur qui met en place son application iPhone. Téléchargeable gratuitement, elle permet l'accès aux informations vols en temps réel.

¹⁰ Compagnies aériennes, commerces et services, restauration, transport de personnes et parkings, sûreté et contrôle aux frontières, assistants en escale et tour-opérateurs.



Développer les transports en commun et faciliter les liaisons

- ➔ **Rhôneexpress** : depuis le 9 août 2010, le nouveau tram train Rhôneexpress relie le centre de Lyon et sa gare Lyon-Part-Dieu à l'aéroport Lyon-Saint Exupéry en moins de 30 minutes. L'arrivée du Rhôneexpress a été une belle opportunité de travailler à la refonte de la signalétique dédiée aux transports terrestres. Des meubles avec écrans tactiles pour une mise en relation avec les loueurs de voitures, des écrans renseignant sur les bus régionaux, des informations sur les tarifs des taxis, sur les destinations et horaires du TGV, les prochains départs du tram train Rhôneexpress ont été installés.
- ➔ **Gare Vitrolles Aéroport Marseille Provence** : inaugurée le 23 janvier 2009, la Gare Vitrolles Aéroport Marseille Provence permet de desservir par le train l'aéroport Marseille Provence. Avec une liaison inférieure à 5 minutes entre la gare et les terminaux de l'aéroport, cette desserte permet aux passagers un accès facilité au centre-ville de Marseille, ainsi qu'à des destinations aussi attractives que Nîmes, Arles ou Avignon.
- ➔ **Gare d'Entzheim Aéroport** : depuis fin 2008, la nouvelle gare d'Entzheim Aéroport, située à proximité de l'aéroport de Strasbourg, offre désormais un accès rapide au centre-ville strasbourgeois par sa gare grâce à une navette train TER.

Renforcer et adapter l'accueil lors d'événements particuliers

- ➔ **Période de pointe** : un dispositif « Accueil Vacances » est notamment déployé sur l'aéroport de Marseille Provence avec des hôtesses d'accueil pour orienter et conseiller les passagers. De même, un dispositif « rush été » est mis en place sur l'aéroport Guadeloupe pôle Caraïbes durant la période estivale.
- ➔ **Accueil des congressistes** : mise à disposition de banques d'accueil avec signalétique dédiée, salons VIP, centre d'affaires. Ainsi, dans le cadre de grands salons internationaux, Aéroports de Lyon et ses partenaires d'Eurexpo déploient un dispositif spécifique : « Lyon Welcome Attitude ». Pour le confort des participants et des exposants, une signalétique spécifique et des points d'accueil mobiles sont implantés aux arrivées, l'accueil est personnalisé et les salons VIP sont ouverts aux personnalités qui se déplacent sur le salon. Les accès au salon et aux parkings sont également facilités par la mise en place d'une signalétique spécifique, un parc relais dédié, une tarification attractive et couplée avec le Rhôneexpress, etc.
- ➔ **Accueil VIP** : pour exemple, l'aéroport Marseille Provence prévoit des annonces sur les écrans de téléaffichage, un accueil dès la sortie de l'avion avec un service d'hôtesses, le portage des bagages et l'acheminement aux taxis ou limousines privées. De même, l'accueil des chefs d'Etat, personnalités politiques, est assuré par un service dédié (tapis rouge, salon d'honneur, coordination avec les services de l'Etat).

Des initiatives innovantes

- ➔ **Airport Helper** : ce concept, né au sein du Comité Local Qualité de l'aéroport Lyon-Saint Exupéry, dure, perdure et s'amplifie grâce aux partenaires du site et à tous les collaborateurs qui le soutiennent. Aujourd'hui, ce sont plus de 1200 volontaires qui ont bénéficié d'une sensibilisation ouverte à l'ensemble des salariés de la plate-forme. A l'issue de cette sensibilisation destinée à mieux comprendre le passager et ses réactions et à connaître les bases pour bien l'accueillir et l'informer, ces salariés volontaires sont facilement identifiables par un badge qu'ils portent à chaque déplacement dans l'aéroport.
- ➔ **Phrase Book** : pour mieux accueillir et communiquer avec ses clients étrangers, l'aéroport Marseille Provence a créé un recueil de mots et phrases clés en anglais pour tous les métiers (commerces, sûreté, services de l'Etat, etc.) en contact avec les passagers. Cette démarche est accompagnée de sessions de formation ouvertes à l'ensemble des partenaires de la plate-forme.



GLOSSAIRE

ADP – *Aéroports de Paris*

AF – *Air France*

BVA – *Institut d'études de marché d'opinion*

CDT – *Comité départemental du tourisme*

CNPFSEC – *Comité national de pilotage foires, salons, évènements et congrès*

COD – *Call of duty (Code de courtoisie)*

CRT – *Comité régional du tourisme*

DPAF – *Direction de la police aux frontières*

GRA – *Groupe des réseaux autoroutiers*

ISPS – *International Ship and Port Security (Code international pour la sûreté des navires et des installations portuaires)*

OACI – *Organisation de l'aviation civile internationale*

OMT – *Organisation mondiale du tourisme*

PDA – *Personal Digital Assistant (Assistant numérique digital)*

PARAFE – *Passage automatisé rapide des frontières extérieures*

PCdG – *Paris Charles de Gaulle*

RFF – *Réseau ferré de France*

SANEF – *Société des autoroutes du Nord et de l'Est de la France*

STIF – *Syndicat des transports d'Ile-de-France*

TIC – *Technologies de l'information et de la communication*

UAF – *Union des Aéroports Français*



Conseil national du tourisme

Composition du Comité de pilotage

« L'ACCUEIL DANS LES ESPACES DE TRANSIT EN FRANCE »

Présidé par Michel SOCIE

Rapporteurs : Jean-Michel GRARD - *Président du GEFIL*
Thierry COLTIER - *Vice-président du GEFIL*

Pour la partie maritime et portuaire

Rapporteur : Jean-Paul PAGES - *Consultant*

Composé de

Elisabeth LE MASSON - *Déléguée au développement durable à la Société Aéroports de Paris*

Rémi MANCHERON - *Responsable mission tourisme à la Société Aéroports de Paris*

Jacques SABOURIN - *Délégué général de l'Union des Aéroports Français*

Laurence GUILLERM - *Directeur de la communication de l'Association des sociétés d'autoroutes et des ouvrages routiers (ASFA)*

Marielle ABRIC - *Branche gares et connexions à la SNCF*

Véronique CHEVALIER - *Branche gares et connexions à la SNCF*

Jean-Louis BALANDRAUD - *Secrétaire général du Conseil national du tourisme*

Jocelyne KAMARA - *Chargée de mission, Conseil national du tourisme*

Liste des personnes consultées ou auditionnées

Anne-Marie POULIQUEN - *Responsable communication tourisme à la Fédération nationale des transports de voyageurs*

Bertrand CALVINO - *Sales Manager à la RATP*

Carine MONEGER - *Union des Aéroports Français*

Sandra MULLER - *Union des Aéroports Français*

Caroline DEDIEU - *SNCF*

Jean-Michel JUY - *SNCF*

Claude ORIGET DU CLUZEAU - *Consultante*

Florence LEMAIRE - *Responsable des partenariats – Service communication à la SANEF*

Franck Edouard TIBERGHIEU - *Chambre de commerce et d'industrie de Calais*

Jean-Louis LAVILLE - *Directeur du Comité régional du tourisme de Normandie*

Jean-Pierre CORLAY - *Conseiller au CESR Normandie*

Joëlle ROHAUT - *Présidente du Syndicat hôtellerie de plein air de Normandie*

Jürgen BACHMANN - *CETO*

Nadine JOLY - *Directeur de la Police Aux Frontières des Aéroports de Paris-Charles-de-Gaulle et du Bourget*

Nathalie MARTIN-SORVILLO - *Ex-Directrice de la communication de Cofiroute*

Patrick LANSMAN - *Chef de la mission du droit des passagers à la Direction générale de l'Aviation civile*

Pierre- Stéphane AUSTI - *Directeur général de Rail Europe*

Yves EZANNO - *Secrétaire général de BAR France*

Vincent BERTHELOT - *Responsable visite d'entreprise de la CCI Normandie*



GROUPE DE TRAVAIL

Michel SOCIE, *Inspecteur général de l'Équipement.*

A occupé plusieurs postes au sein de la Direction générale de l'aviation civile, avant d'être nommé sous-directeur au Tourisme, au sein duquel il a créé l'Observatoire national du Tourisme dont il a été le premier dirigeant de 1989 à 1994.

Chef du service de la Sécurité civile au ministère de l'Équipement, a été nommé en 1999, inspecteur général de l'aviation civile, puis de l'Équipement lors de la fusion des deux organismes.

Il est depuis 2010, Vice-Président de la Fondation des œuvres sociales de l'Air.

Il est par ailleurs l'auteur de nombreux rapports sur l'économie du Tourisme et du transport aérien.





Présentation des rapporteurs

Jean -Michel GRARD est président du Géfil syndicat national des cabinets conseils en tourisme loisirs et culture. Il est diplômé ingénieur de l'Agro (INA P.G.1976) et de l'IAE Paris. Il est consultant en ingénierie touristique culturelle et environnementale et fondateur de Maîtres du rêve.

Après s'être confronté aux enjeux du développement local en animant la nouvelle génération de contrats de pays issus de la décentralisation et en formant les personnels consulaires à ces enjeux, et après s'être confronté au marketing agroalimentaire dans le cadre d'un groupe international, il est devenu directeur d'étude puis directeur adjoint du département de stratégie territoriale du BIPE filiale de la Caisse des Dépôts et Consignations . A ce titre, il a piloté des missions de stratégie territoriale ou de métropole et réseaux de ville pour le compte de collectivités ou d'établissements publics posant toutes la question des infrastructures et de l'interconnexion urbaine.

En créant et en présidant au destin de Maîtres du rêve depuis 1991, il a réalisé de multiples missions et études concernant aussi bien à ses débuts le redéploiement de Saint Nazaire autour de l'univers du paquebot et son chantier remis en scène , la création du dispositif de « l'espace historique de la bataille de Normandie », ou plus récemment la stratégie touristique de villes comme Chambéry ou stations touristiques comme Hyères les palmiers, la stratégie de redéploiement de la baie transfrontalière de Txingudi autour de ses circulations douces (le chemin de la baie en pays basque), et la mise en valeur des ressources patrimoniales de la France comme l'évocation « du côté des Renoir à Essoyes,» et le mémorial de la Marseillaise à Marseille.

Il anime régulièrement des assises du développement touristique comme récemment en Région Languedoc Roussillon et des stratégies territoriales comme sur les boucles de la Marne, le réseau de canaux de Lille métropole les stratégies éco-touristiques des Gorges de la Loire ou de Saône Vallée. Il participe régulièrement aux publications de la revue Espaces.

Co-fondateur du réseau Champ libre consultants et Président depuis 2008 du Géfil, il anime la réflexion prospective de cabinets conseils confrontés au défi de la perte de part de marché de la France en matière de tourisme ; il participe à ce titre au Conseil National du Tourisme.



**Thierry COLTIER, Consultant – Directeur général de Kanopée / Horwarth HTL**

Maître en droit des affaires, DEA d'économie, diplômé de l'institut des Sciences Pénales et de Criminologie.

Créateur du Parc France Miniature, Thierry Coltier a été pendant 7 ans Directeur Marketing et du Développement du groupe Musée Grévin – France Miniature. Il a créé et dirigé pendant 8 ans Grévin Développement, filiale du groupe Grévin & Compagnie, dédiée aux projets récréatifs et de loisirs.

Début 2006, il crée Kanopée, représentant Horwarth HTL en France, en tant que Directeur et Associé.

Thierry COLTIER est un des spécialistes français, reconnu dans le domaine de l'aménagement de resorts et dans celui des équipements touristiques et culturels. Il a déjà conduit de nombreuses missions d'étude, de conseil et d'accompagnement :

- Management de projets touristiques, de loisirs et culturels en France comme à l'étranger.
- Missions d'étude de conseil et d'accompagnement sur les aspects marketing, économiques et de montage.

Il est l'un des rares experts qui allie la connaissance globale du domaine, liée à la réalisation de nombreuses études, et une réelle activité d'exploitant en direct ou de gestion déléguée.

Il est Vice-Président du Géfif.



Jean Paul PAGES, Diplômé de l'Institut d'Etudes Politiques de Paris, est consultant spécialisé dans les missions d'étude et de conseil auprès de compagnies maritimes et d'institutions portuaires. Après une carrière effectuée à la Compagnie Générale Maritime à Londres comme Directeur de la filiale CGM-UK, puis à Paris aux Ministères de la mer et du Commerce Extérieur, et au Commissariat au Plan pour étudier notamment « La politique maritime et portuaire de la France », il a réalisé, comme consultant indépendant depuis 1997, de multiples missions et études concernant aussi bien l'avenir des services à passagers de compagnies de car-ferries en Manche et Méditerranée que la desserte de la Corse pour le Ministère des Transports, ou les perspectives de développement des trafics de paquebots, de car-ferries et de navires à grande vitesse dans de nombreux ports de métropole et d'outremer et du Maghreb.

Auteur du Cahier de l'AFIT intitulé « Intérêt économique de la croisière dans les ports français » et en 2010 du rapport du Conseil National du Tourisme sur « L'essor prometteur des croisières en France », il est membre-fondateur de l'Association Française des Compagnies de Croisières (AFCC), et intervient aujourd'hui dans le cadre de missions de diagnostic d'exploitation maritime et portuaire, de réalisation d'études de marché, de prospection et promotion commerciale, ou de conseil auprès de compagnies et collectivités sur des projets de développement de trafics maritimes de passagers.

Les difficultés de l'accueil touristique en France sont à la hauteur de son rang de première destination mondiale du tourisme.

Chaque dysfonctionnement manifeste, a fortiori s'il affecte directement des leaders d'opinion dans leurs déplacements, trouve dans l'opinion publique française une caisse de résonance qui n'en finit pas de cultiver une autocritique qui, en France particulièrement, est jugée de bon aloi. La préoccupation déjà ancienne (Rapports Diers puis Plasait 2004) trouve par les temps qui courent, des circonstances imprévisibles aggravantes (nuage de cendre volcanique, rigueurs hivernales, tempêtes ...) qui peuvent laisser douter de la réalité de progrès de la part des opérateurs des infrastructures de l'accueil en France.

Ce rapport intermédiaire sur l'accueil dans les espaces de transit publié à l'occasion de la démarche de charte d'amélioration de l'accueil en France (« qualité de l'accueil en France: une ambition partagée ») voulue par le Secrétaire d'Etat au tourisme, propose avant tout à ce stade, un état des lieux établi avec les opérateurs des infrastructures de l'accueil.

Il rappelle les enjeux de la contribution du tourisme à l'image de la France comme à son activité économique, qui devrait à elle seule sortir le tourisme de son statut actuel déconsidéré dans un pays dont l'héritage industriel et la tertiarisation ne le valorisent pas à sa juste mesure.

Le CNT a identifié des contraintes structurelles comme la faible intermodalité aérien/ferroviaire (alors que la perception de l'inter modalité à partir du chemin de fer semble plutôt situer favorablement l'offre française (enquête Rail Europe) sans toujours que l'on en tire parti), la multiplicité d'opérateurs dans une chaîne de services devant nécessairement fonctionner sur un mode collaboratif .

Il montre que derrière les aléas conjoncturels des six dernières années, une organisation spécifique a mis en œuvre une certification de process et une démarche de mesure de la qualité (pour l'instant interne à chaque mode de transport, sans que l'objectif d'une maîtrise d'ouvrage externalisée de cette mesure ne soit encore passé dans les faits), révélant des progrès constants.

Il montre aussi que le niveau d'exigence des usagers tend à croître, un progrès avéré étant rapidement considéré comme une nouvelle référence de qualité.

Le rapport révèle que la gestion en temps de crise devient paradoxalement aux yeux de l'opinion publique l'étalon de la performance dans un monde appelé à décider de plus en plus « en univers incertain », et qu'il reste à roder des procédures propres à ces temps spécifiques.

Il montre enfin que si les progrès ne se mesurent que dans la durée, la communication régulière et intersectorielle, à laquelle ne sont pas enclins les opérateurs d'infrastructure (craignant toujours que leurs indicateurs ne soient mal interprétés par l'opinion publique), est plus que jamais nécessaire.

Ce rapport et ses esquisses de propositions ont vocation à être confrontés aux perceptions des utilisateurs des plateformes et des usagers des transports avant d'être repris à son compte et enrichi par le Conseil national du tourisme au sein de ses différentes sections à l'attention du ministre.



Conseil National du Tourisme

Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie

Secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services, des professions libérales et de la consommation

6, rue Louise Weiss - Télédéc 310 - 75703 Paris CEDEX 13

Téléphone : 01 44 97 06 25 - Télécopie : 01 44 97 06 13