

17  
NOV  
2025

AVIS

# En quoi le tourisme de proximité constitue-t-il une opportunité pour l'Île-de-France ?

---



# En quoi le tourisme de proximité constitue-t-il une opportunité pour l'Île-de-France ?

## Avis n° 2025-11

présenté au nom de la commission Tourisme par  
Véronique Bensaid-Cohen, rapporteure et Isabelle  
Deleu, présidente



La présidente  
Valérie MULLER



**Cet avis a été adopté :**

Suffrages exprimés : 149

Pour : 139

Contre : 9

Abstentions : 1

Ne prend pas part au vote : 0

Basilique Cathédrale Saint-Denis



# SOMMAIRE

Introduction	01.
<u>1.</u> Mieux valoriser le patrimoine francilien méconnu	04.
1.1 Un patrimoine d'une richesse insoupçonnée	04.
1.2 Des initiatives inspirantes	05.
1.3 Recommandations	06.
<u>2.</u> Favoriser un tourisme plus durable et davantage diversifié	07.
2.1 Vers un tourisme à faible empreinte carbone	07.
2.2 Une réponse aux enjeux sociaux et environnementaux	08.
2.3 Favoriser une diversité de pratiques et de publics	09.
2.4 Recommandations	10.
<u>3.</u> Améliorer l'attractivité du territoire francilien grâce à une meilleure communication	11.
3.1 Une communication morcelée et peu lisible	11.
3.2 Rationalisation et mutualisation	12.
3.3 Communication ciblée et inclusive	13.
3.4 Recommandations	14.
Conclusion	15.



# Introduction

À l'heure où l'Île-de-France se prépare à accueillir à nouveau des événements internationaux majeurs, la question de l'attractivité touristique de la région prend une résonance toute particulière. Longtemps polarisée autour de Paris intra-muros et de ses grands monuments, l'offre touristique francilienne souffre encore d'une méconnaissance de ses zones périphériques, pourtant riches, diversifiées et porteuses de sens.

Les enjeux contemporains — transition écologique, enjeux économiques, évolution des attentes sociétales — invitent à repenser en profondeur les pratiques touristiques. Le tourisme de proximité, plus durable, plus inclusif, apparaît comme une réponse concrète aux défis du XXI<sup>e</sup> siècle. Il permet de limiter l'empreinte carbone des déplacements, de soutenir les économies locales et de démocratiser l'accès à des formes variées de loisirs et de culture. Dans un contexte où le pouvoir d'achat est contraint pour de nombreux ménages, proposer des alternatives locales aux vacances lointaines devient aussi une nécessité sociale.

Par ailleurs, le tourisme peut jouer un rôle stratégique dans la valorisation des territoires franciliens, en révélant un patrimoine parfois oublié, en diversifiant les usages des espaces publics et en renforçant le lien des habitants avec leur environnement immédiat. Il s'agit donc de sortir d'une logique de concentration excessive des flux touristiques pour bâtir une offre plus équilibrée, mieux distribuée et plus respectueuse des écosystèmes.

Château de Fontainebleau



# Le tourisme francilien en chiffres

48,7

millions de  
touristes en  
2024

L'Île-de-France, première destination touristique mondiale :



**26,1 millions** de touristes français  
(54%)

**22,6 millions** de touristes  
internationaux (46%)

23,4

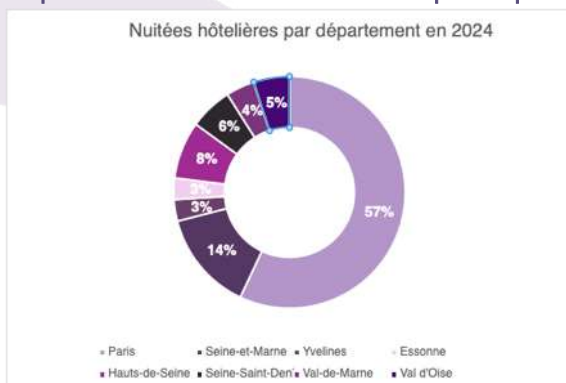
milliards  
d'euros  
dépensés par  
les touristes

Dépense touristique en Île-de-France :



Source : Choose Paris Region, *Bilan de l'activité touristique 2024 Tendances et prévisions 2025* 20/03/2025 ([Bilan de l'année touristique 2024 à Paris Île-de-France \(mars 2025\)](#))

Répartition des nuitées hôtelières par département francilien en 2024 :



Source : Insee (*Tourisme - Une fréquentation touristique impactée par les Jeux Olympiques et Paralympiques en 2024* – *Bilan économique 2024 - Île-de-France* | Insee)

## Fréquentation des sites culturels et de loisirs en Île-de-France

Sites touristiques	En 2023 (en milliers)	En 2024 (en milliers)
<b>Paris</b>		
Musées du Louvre	8900	8700
Tour Eiffel	6318	6300
Musée d'Orsay et musée de l'Orangerie	5111	4950
Centre Pompidou	2622	3204
Cité des sciences et de l'industrie	2334	1775
<b>Hors Paris</b>		
Domaine de Versailles (Yvelines)	8352	8400
Château de Fontainebleau (Seine-et-Marne)	567	583
Château de Vaux-le-Vicomte (Seine-et-Marne)	290	328
Domaine départemental de la Chamarande (Essonne)	317	320

Source : [Tourisme - Une fréquentation touristique impactée par les Jeux Olympiques et Paralympiques en 2024 – Bilan économique 2024 - Ile-de-France | Insee](#)

Musée du Louvre



# 01. Mieux valoriser le patrimoine francilien méconnu

## 1.1 Un patrimoine d'une richesse insoupçonnée

Loin des sentiers battus, l'Île-de-France regorge de trésors patrimoniaux encore peu connus du grand public. Au-delà de la capitale et de ses monuments emblématiques, les huit départements franciliens abritent une diversité de sites remarquables qui gagneraient à être révélés. Une cartographie attentive mettrait ainsi en lumière des territoires aujourd'hui en marge des circuits touristiques classiques, comme la Seine-et-Marne rurale, la vallée de la Bièvre, les forêts domaniales ou encore certaines anciennes lignes ferroviaires réhabilitées, devenues des corridors écologiques et paysagers.

Ce patrimoine pluriel peut être classé selon trois grandes typologies complémentaires :

- **Le patrimoine bâti**, d'abord, comprend des édifices parfois oubliés mais porteurs d'une forte valeur historique : châteaux délaissés, abbayes cachées, anciennes friches industrielles réaménagées, comme autant de témoins de l'évolution du territoire.
- **Le patrimoine naturel**, ensuite, constitue un levier essentiel d'attractivité : les parcs naturels régionaux du Vexin ou du Gâtinais, les réserves biologiques forestières, les berges aménagées de rivières ou de canaux permettent une immersion dans des paysages variés et préservés.
- Enfin, **le patrimoine immatériel** — savoir-faire artisanaux, fêtes traditionnelles, récits locaux, gastronomie francilienne — constitue un ancrage culturel vivant qui donne au tourisme une dimension humaine et sensorielle, souvent négligée dans les politiques d'aménagement.

Révéler ces richesses, c'est faire œuvre de justice territoriale autant que d'ambition culturelle.

## 1.2 Des initiatives inspirantes

Certains territoires ont déjà engagé des démarches exemplaires pour valoriser leur patrimoine hors des sentiers touristiques conventionnels. Ces initiatives locales, portées par des collectivités, des associations ou des habitants, peuvent servir de modèles reproductibles à l'échelle régionale.

En Seine-et-Marne, **la Balade du goût** propose chaque année un parcours chez les producteurs locaux, mêlant découverte du terroir, rencontre humaine et transmission de savoir-faire : une manière conviviale d'ancrer le tourisme dans les réalités agricoles du territoire.

Dans un tout autre registre, **les Journées du patrimoine industriel en Seine-Saint-Denis** permettent de reconsidérer l'héritage ouvrier et urbain comme une composante à part entière de l'identité francilienne. Elles redonnent une dignité à des lieux autrefois stigmatisés, en montrant qu'ils ont aussi une mémoire et un rôle à jouer dans la narration du territoire. D'autres initiatives misent sur **les circuits thématiques**, à l'image du parcours « Sur les pas de Van Gogh » à Auvers-sur-Oise, qui relie des sites patrimoniaux à une figure artistique de renommée internationale, en combinant randonnée, découverte culturelle et médiation.



Ces exemples prouvent qu'un tourisme de proximité qualitatif est possible, dès lors qu'il s'appuie sur une histoire locale, des acteurs engagés et des formats adaptés.

## 1.3 Recommandations

Afin de généraliser et structurer cette valorisation du patrimoine francilien méconnu, plusieurs leviers peuvent être mobilisés :

- **Créer des circuits intégrés mêlant patrimoine et nature**, en combinant par exemple la visite de sites bâtis avec des itinéraires de randonnée, de vélo ou de dégustations, pour offrir des expériences immersives et multi-sensorielles.
- **Soutenir financièrement et techniquement les initiatives locales** portées par les collectivités, les offices de tourisme, les associations patrimoniales ou les acteurs privés, via des appels à projets ou des partenariats régionaux.
- **Accélérer la numérisation et la mise en réseau des ressources patrimoniales**, en favorisant les plateformes collaboratives, les cartes interactives, la réalité augmentée ou encore les audioguides géolocalisés, qui permettent de toucher de nouveaux publics, notamment les jeunes générations.
- **Favoriser une approche transversale** du patrimoine, en croisant les politiques culturelles, environnementales et économiques, pour faire du tourisme un levier d'équilibre territorial et de développement durable.

Mieux valoriser le patrimoine francilien méconnu, c'est reconnaître la richesse de la région dans toutes ses composantes, et offrir aux habitants comme aux visiteurs une autre façon de (re)découvrir leur environnement proche.

## 02. Favoriser un tourisme plus durable et davantage diversifié

### 2.1 Vers un tourisme à faible empreinte carbone

À l'heure où la lutte contre le réchauffement climatique s'impose comme une priorité mondiale, le secteur du tourisme ne peut rester à l'écart. En Île-de-France, la promotion d'un tourisme de proximité constitue une opportunité majeure pour réduire les émissions liées aux déplacements longue distance et encourager des pratiques respectueuses de l'environnement.

Une analyse des modes de transport utilisés montre encore une dépendance forte à la voiture individuelle, même pour des destinations proches. Il est donc nécessaire de renforcer l'offre de **mobilités douces** en milieu périurbain et rural : développement de réseaux cyclables sécurisés, amélioration des connexions entre RER, Transilien et sentiers de randonnée, création de haltes vélo sur les itinéraires touristiques.

Certaines infrastructures existent déjà — voies vertes, véloroutes, lignes de train secondaires — mais restent sous-utilisées ou mal reliées entre elles. Une **cartographie régionale des itinéraires à faible impact carbone** permettrait d'identifier les zones à fort potentiel. De plus, la carte interactive regroupant les aménagements cyclables de la Région (voies, réparateurs, parkings vélos) pourrait être mise en valeur sur le site VisitParisRegion.

Encourager un tourisme bas carbone, c'est aussi proposer des alternatives concrètes : séjours sans voiture, packs train + vélo, navettes électriques vers les sites isolés. L'expérience touristique peut ainsi devenir un vecteur de sensibilisation aux enjeux environnementaux, tout en répondant à une demande croissante de voyages responsables.

## 2.2 Une réponse aux enjeux sociaux et environnementaux

Le développement d'un tourisme local durable ne relève pas uniquement de l'écologie : il constitue également une réponse pertinente à plusieurs défis sociaux actuels.

Alors que l'augmentation du coût des vacances à l'étranger pénalise une partie croissante de la population, l'Île-de-France peut offrir une **alternative de loisirs accessibles**, dépaysants et économiquement soutenables. Séjours nature à proximité, micro-aventures, visites guidées à bas coût... permettent aux familles modestes, aux jeunes ou aux retraités de bénéficier d'un droit aux vacances sans quitter leur région.

D'un point de vue territorial, le tourisme durable permet aussi de **désengorger Paris intra-muros**, confrontée à un phénomène de **surtourisme** qui affecte la qualité de vie des habitants comme celle des visiteurs. En réorientant une partie des flux vers d'autres territoires franciliens, on favorise un équilibre régional plus juste tout en préservant les sites les plus fragiles.

Enfin, cette stratégie s'inscrit pleinement dans les **Objectifs de développement durable** (ODD) promus par l'ONU : protection des écosystèmes, consommation responsable, inclusion sociale, dynamisation des territoires... Le tourisme peut devenir un levier d'impact positif, à condition d'être pensé dans une logique de long terme.

Parc du Vexin



## 2.3 Favoriser une diversité de pratiques et de publics

Répondre aux enjeux du tourisme durable suppose également d'élargir la palette des activités proposées et de mieux prendre en compte la pluralité des publics.

Au-delà du tourisme patrimonial ou naturel, il s'agit de développer de nouvelles formes de pratiques :

- **Tourisme culturel**, avec des parcours d'art contemporain, des festivals itinérants ou des résidences d'artistes.
- **Tourisme sportif**, autour des itinéraires de trail, des bases nautiques ou des équipements en plein air.
- **Tourisme éducatif et solidaire**, en lien avec les associations locales, les écoles ou les structures d'insertion.
- **Tourisme de bien-être et "slow tourism"**, avec des séjours axés sur la détente, la nature, la reconnexion à soi et aux autres.

Il convient également de renforcer l'**accessibilité** des offres aux publics aujourd'hui sous-représentés : jeunes des quartiers populaires, personnes âgées isolées, personnes à mobilité réduite, foyers précaires... Ces publics doivent être mieux intégrés, non seulement comme bénéficiaires, mais aussi comme co-acteurs des politiques touristiques, via des démarches participatives et inclusives.

Balade à vélo en Île-de-France



## 2.4 Recommandations

Pour donner corps à ce tourisme durable et pluriel, plusieurs pistes d'action peuvent être envisagées :

- **Restructurer le Comité régional du tourisme**, chargé de produire des données, d'évaluer les politiques menées et d'identifier les bonnes pratiques à l'échelle locale pour le rapprocher de ses missions initiales.
- **Financer des projets pilotes** dans des zones aujourd'hui peu fréquentées, pour tester de nouveaux modèles de séjours durables et accompagnés (hébergement léger, médiation locale, offres à petit prix).
- **Imposer une évaluation environnementale systématique** des projets touristiques soutenus par la Région, afin de garantir leur compatibilité avec les objectifs de neutralité carbone et de préservation des milieux.
- **Encourager les partenariats transversaux**, associant collectivités, acteurs du transport, professionnels du tourisme, associations environnementales, structures sociales et renforcer les propositions existantes sur le site de l'autorité organisatrice des mobilités et ceux des opérateurs de transport public.

Un tourisme francilien durable, diversifié et inclusif ne doit pas être un segment marginal ou une niche écologique. Il doit devenir un **axe structurant de la politique régionale**, articulé à une vision d'ensemble du territoire et de ses transitions à venir.

## 03. Améliorer l'attractivité du territoire francilien grâce à une meilleure communication

---

### 3.1 Une communication morcelée et peu lisible

Malgré la richesse et la diversité de l'offre touristique francilienne, la communication actuelle reste trop souvent fragmentée, redondante, ou peu lisible pour les usagers. Chaque département, chaque office de tourisme, voire chaque structure patrimoniale dispose de ses propres outils : sites web, brochures papier, comptes sur les réseaux sociaux, applications mobiles... Mais cette abondance ne garantit pas la clarté ni l'efficacité.

Les constats sont récurrents : **absence de vision régionale unifiée**, invisibilité de nombreuses offres pourtant qualitatives, contenus obsolètes ou mal référencés, faiblesse des interfaces numériques, messages trop institutionnels. Le visiteur potentiel – qu'il soit habitant de la région ou touriste extérieur – peine à s'orienter, à comparer ou à construire son itinéraire. Cette **désorganisation informationnelle nuit à l'attractivité** du territoire et à la reconnaissance de l'Île-de-France comme une destination touristique cohérente, au-delà de Paris.

Une politique ambitieuse de développement du tourisme de proximité suppose donc de **repenser entièrement les modes de communication**, en intégrant les usages numériques contemporains, les attentes des publics et les dynamiques territoriales.

## 3.2 Rationalisation et mutualisation

La première étape consiste à sortir d'une logique de silos pour proposer une approche mutualisée et structurante. Cela passe par la **création d'un portail numérique régional du tourisme**, rassemblant en un seul lieu (site web responsive et application mobile dédiée) l'ensemble de l'offre culturelle, patrimoniale, naturelle, gastronomique et événementielle de l'Île-de-France.

Cette application – qui pourrait porter un nom fédérateur comme *Explore Île-de-France* – jouerait un **rôle d'agrégateur intelligent**, connectant les données issues des différents sites institutionnels (Comités départementaux du tourisme, offices de tourisme municipaux, bases de loisirs, établissements culturels, associations locales, etc.). Elle permettrait à l'utilisateur de visualiser, sur une carte interactive et personnalisable, l'ensemble des offres touristiques à proximité, de filtrer selon ses centres d'intérêt (nature, gastronomie, histoire, sport, culture, bien-être...), et de construire des **itinéraires adaptés à ses contraintes de temps, de budget et de mobilité**.

Par exemple : un habitant de Créteil pourrait découvrir en quelques clics une boucle vélo le long de la Marne avec des étapes culturelles (abbayes, musées, street art), un pique-nique dans un parc régional, une visite de ferme pédagogique et des suggestions de transport en RER ou en navette locale.

La plateforme serait **interopérable** avec les services existants (transports, billetterie, réservation d'hébergement, météo, accessibilité PMR), et proposerait aussi des contenus éditoriaux (reportages, témoignages, recommandations, podcasts).

Cette logique de **centralisation des données** ne vise pas à uniformiser, mais à **rendre visibles et complémentaires les offres dispersées**, souvent très qualitatives mais peu accessibles faute de coordination. Elle suppose un travail technique d'**interopérabilité des bases de données** entre les échelons territoriaux, mais aussi une volonté politique claire d'agir collectivement à l'échelle régionale.

Enfin, cette application pourrait inclure une **fonction participative**, permettant aux usagers de recommander des lieux, de noter les parcours, de signaler des problèmes ou de proposer des idées de circuits, dans une logique de plateforme collaborative.

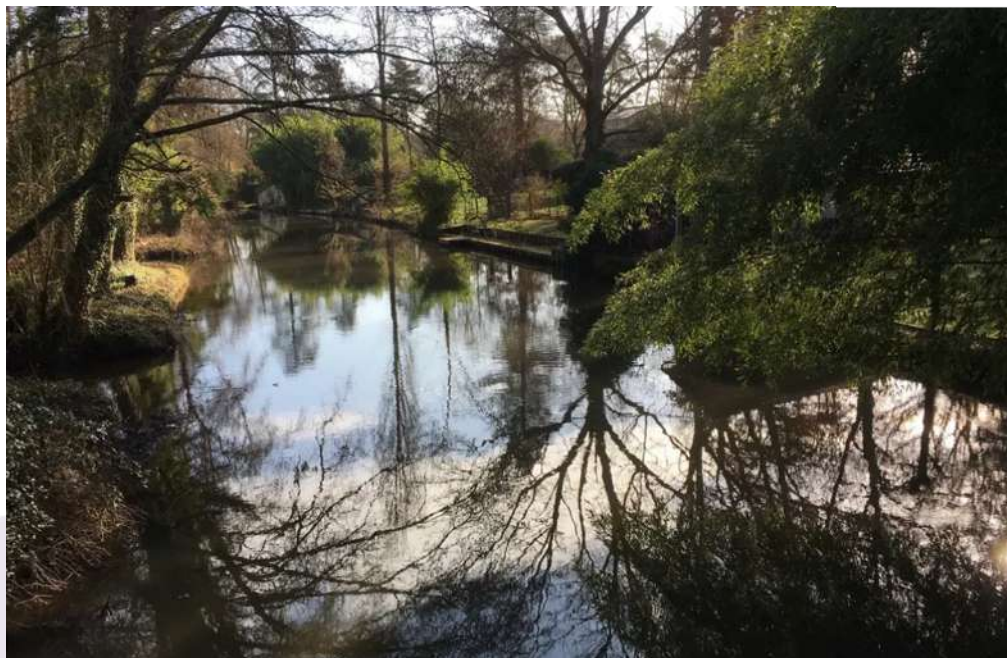
### 3.3 Communication ciblée et inclusive

Améliorer l'attractivité touristique passe aussi par une meilleure **segmentation des messages**. Le territoire francilien ne s'adresse pas qu'aux touristes internationaux ou aux CSP+ urbaines : il doit parler aussi aux familles franciliennes, aux jeunes, aux seniors, aux classes populaires, aux habitants des départements périphériques.

Cela implique une **adaptation des contenus** aux besoins et aux pratiques de chacun : formats courts sur les réseaux sociaux, vidéos immersives, guides ludiques, messages en plusieurs langues, mise en avant d'expériences simples, gratuites ou peu coûteuses.

Le recours au **marketing expérientiel** peut renouveler l'image de certaines destinations : témoignages d'habitants, récits de micro-aventures, portraits de producteurs ou d'artisans, immersion dans la vie locale. L'objectif est de créer du lien, de l'émotion, de la projection. L'appui sur des **influenceurs locaux**, des ambassadeurs de territoire ou des partenariats éditoriaux avec des médias grand public peut compléter ce dispositif en touchant des publics variés.

Chamarande



Enfin, une communication inclusive implique aussi de **penser à l'accessibilité des supports** : traduction en langue des signes, sous-titrage systématique des vidéos, lecture audio, adaptation aux personnes en situation de handicap visuel ou cognitif.

## 3.4 Recommandations

Pour faire de la communication un véritable levier d'attractivité et de cohésion territoriale, plusieurs actions prioritaires peuvent être engagées :

- **Lancer une campagne annuelle « À deux pas de chez vous »**, valorisant les destinations franciliennes de proximité et mettant en avant les itinéraires à faible coût et faible empreinte carbone. Cette campagne devrait également viser les lycéens à travers les Centres de Documentation et d'Information (CDI) des lycées de la Région.
- **Former les professionnels du tourisme à la communication digitale**, à la stratégie de contenu, à l'animation des réseaux sociaux et au marketing territorial, afin de garantir une qualité constante des informations diffusées.
- **Mettre en place des coopérations renforcées** entre les différents échelons territoriaux (Région, départements, communes) et entre acteurs publics et privés, pour mutualiser les outils et optimiser les ressources notamment informatiques.
- **Développer des outils d'évaluation** pour mesurer l'impact des campagnes, la fréquentation des sites promus, l'évolution des publics touchés, et ajuster les stratégies en conséquence.

Dans une région aussi vaste, contrastée et dynamique que l'Île-de-France, la communication touristique ne peut se résumer à une vitrine : elle est un **instrument de structuration territoriale**, de démocratisation culturelle et de transition écologique.

# Conclusion

---

**A** l'heure où les crises successives – sanitaires, économiques, climatiques – interrogent nos modes de vie et nos façons de voyager, le tourisme de proximité s'impose comme une **réponse pragmatique, durable et inclusive** aux nouveaux enjeux du XXI<sup>e</sup> siècle. L'Île-de-France, souvent réduite à Paris dans l'imaginaire collectif, dispose pourtant d'un potentiel immense encore sous-exploité : **une diversité de patrimoines, de paysages, de savoir-faire et d'histoires locales** capables de nourrir une offre touristique à la fois accessible et ambitieuse.

Mieux valoriser ce patrimoine, encourager des pratiques respectueuses de l'environnement, **élargir les publics** en levant les barrières sociales et territoriales, et construire une communication claire, fédératrice et engageante : telles sont les grandes orientations d'une politique régionale renouvelée.

Cette stratégie ne peut réussir qu'à travers une **coopération étroite entre les acteurs publics, privés et associatifs**, avec un fort soutien de la Région en matière d'ingénierie, de financement, de coordination et d'innovation.

Le Ceser propose que l'Institut Paris Région et l'Inspection Générale de la Région Ile-de-France collaborent systématiquement à leurs analyses des données touristiques concernant la fréquentation des franciliens et pas uniquement les fréquentations nationales et internationales.

En ce sens, le développement d'outils structurants – circuits intégrés nature/culture, observatoire du tourisme durable, campagnes ciblées – peut faire de l'Île-de-France une **région pilote du tourisme du quotidien**, au service de ses habitants autant que de ses visiteurs.

A ce titre, le Ceser recommande la création d'une application régionale unifiée et interactive, agrégeant les données des différents acteurs institutionnels et locaux. Cette plateforme, qui centraliserait l'ensemble de l'offre culturelle de la région, offrirait aux usagers des parcours personnalisés et des services intégrés (transport, itinéraire, billetterie, réservation). Enfin, sa dimension collaborative permettrait aux visiteurs d'enrichir l'expérience par leurs avis et recommandations.

Car au fond, repenser le tourisme en Île-de-France, c'est bien plus qu'un enjeu économique : c'est une **opportunité de recréer du lien avec les territoires, de renforcer l'appropriation locale du patrimoine**, et de contribuer à une transition écologique concrète et désirable.

C'est choisir de voir dans les paysages du quotidien des promesses d'évasion, dans les lieux oubliés des espaces d'imaginaire, et dans les marges du territoire les **ressources d'un nouvel équilibre régional**.

# Liste des membres de la commission



## **Présidente**

**Isabelle DELEU**

## **Rapporteure**

**Véronique BENSaid-COHEN**

Nadia AYADI

Véronique BENSaid-COHEN

Jacques BORENSZTEJN

Bernard BRETON

Evelyne CIRIEGI

Isabelle DELEU

Anne-Sophie DE BOULOIS

Thierry DUBOC

Elina DUMONT

Dominique FABRE

Jean-Pierre FAUCHER

Nadia GIUNTA

Marie-Odile GRANDCHAMP

Isabelle HERBEMONT-DUPUY

Elise LACHAUME

Didier LEANDRI

Michel LE BEC

Annie LE FRANC

Hakim NAÏLI

Valérie NOEL

Laurent PILLARD

Marie-José ROSSI-JAOUEN

Ryadh SALLEM

Nadège SERRE

Roland WARDINI

Chargés de mission : Emma TISSIER et Benjamin GIRAUD

# Remerciements



Nous remercions chaleureusement les contributeurs qui par leurs expériences et expertises, nous ont aidé à mener à bien notre réflexion.

- Alexandra DUBLANCHE, 3ème vice-présidente chargée de la Relance, de l'Attractivité, du Développement économique et de l'Innovation ;
- Hamida REZEG, Déléguée spéciale au Tourisme.

Ainsi que l'ensemble des membres de la commission Tourisme, dont l'implication a été déterminante dans la préparation de cet avis.



## CONSEIL ÉCONOMIQUE, SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL RÉGIONAL D'ÎLE-DE-FRANCE

2, rue Simone Veil - 93400 Saint-Ouen

Email : [ceser@iledefrance.fr](mailto:ceser@iledefrance.fr)

[www.ceser-iledefrance.fr](http://www.ceser-iledefrance.fr)