



EUROPEAN FEDERATION OF MUSEUM & TOURIST RAILWAYS

Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques

Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

International Heritage Railway Conference

Budapest, Hungary

23-25/04/2010

Conference Proceedings



Conference 2010

Budapest, Hungary

Published by:

FEDECRAIL – European Federation of Museum and Tourist Railways

de Akker 25

7481 GA Haaksbergen

Netherlands

<http://www.fedecrail.org>

contact@fedecrail.org

Text © individual Authors as identified 2010

This format © FEDECRAIL – European Federation of Museum and Tourist Railways 2010

This document was produced on behalf of the European Federation of Museum and Tourist Railways by

John Fuller, Editor

Heimo Echensperger, Layout

Content

- ♦ **Dr. László Mosóczy** – Tasks of the MÁV Group in the near future
- ♦ **Dr. János BERÉNYI** – New railway policy from the aspect of HUNGRAIL
- ♦ **Brian Simpson, MEP** – Value of Europe's Industrial & Transport Heritage
- ♦ **Gordon Rushton** – Bringing in the Money
- ♦ **Gordon Rushton** – Money Talks
- ♦ **Jean-Michel Gasc** – Approche de l'économie des chemins de fer touristiques français
- ♦ **Bruno Rebbelmund** – FEDECRAIL Youth Camp 2009 – Germany
- ♦ **Zsuzsanna Selmeczi** – FEDECRAIL Youth Camp 2010 – Hungary
- ♦ **Paul Véron** – UIC - The Worldwide Association Representing the Railway Sector
- ♦ **Paul Véron** – International Railway History Association



Hungarian
State Railways



EfficiencyMarket orientationModernization

Tasks of the MÁV Group in the near future
Opportunity of the improvement

dr. László Mosóczi
Chief Operations Officer

Budapest
23.04.2010.

dr. László Mosóczi23.04.2010.1



Hungarian
State Railways



EfficiencyMarket orientationModernization

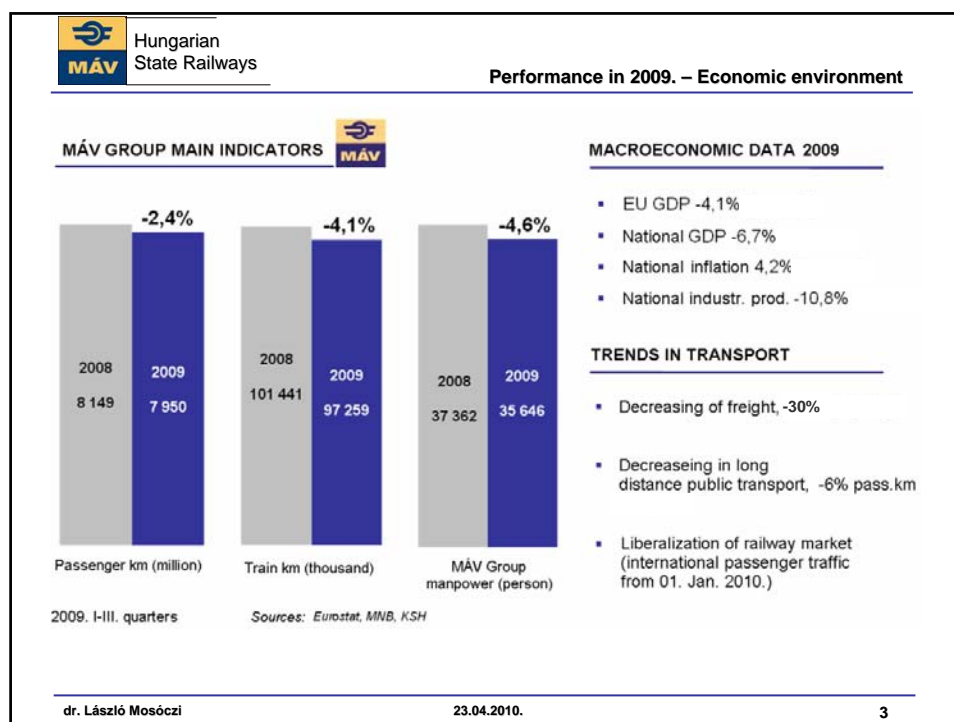
Tasks of the MÁV Group in the near future
Opportunity of the improvement

1. Achievements an strategic conception of MÁV Group in 2009.

2. Financing of MÁV Group

3. Process of the structural change of MÁV Group

dr. László Mosóczi23.04.2010.2



Hungarian State Railways


Main business companies of MÁV Group, performance in 2009

MÁV **MÁV-START** **MÁV TRAKCIÓ** **MÁV GÉPÉSZET**

Activity	Infrastructure and central services	Passenger	Traction	Vehicle maintenance
Staff	19 296	7 212	4 591	4 545
Income	178,3 bill. Ft	65 bill. Ft	89,2 bill. Ft	44,3 bill. Ft
State reimbursement	1,3 bill. Ft	164,5 bill. Ft	-	-
Operating profit	-28,9 bill. Ft *	66 M Ft	1,9 bill. Ft	40 M Ft
Financial profit	-15,3 bill. Ft	-63 M Ft	-2,2 bill. Ft	-3 M Ft
Loss or profit for the year	-44,5 bill. Ft *	3 M Ft	-0,3 bill. Ft	39 M Ft

* With the reimburse of the VAT (19,2 bill.)
Data: 2009. I-III. quarter

dr. László Mosóczi 23.04.2010. 4



Hungarian
State Railways

Main aspect of the European rail market
European answers

Challenges across Europe:

- lack of adequate investment in rail infrastructure
- lack of fair intermodal competition
- dramatic decline of tonne-kilometres y/y (~ -30%)
- income decrease – fees increase

↓

Threat of long term damage to the market!


Strategic way:

- Political actions for sustainable future of railways
- Revision of Eurovignette directive (source for railway, possibility of competition)
- Enforcement of balanced finance of infrastructure managers
- Help the accelerated renewal of aged assets (0% credit for long-term investments)
- Support national investments which was rescheduled due to the crisis
- Grant a moratorium concerning some EU legislation

dr. László Mosóczi


23.04.2010.

5




Hungarian
State Railways

Vision of the MÁV Group




MISSION

- Cost effective satisfy of social transport and carrying demands
- Contributions to increasing of competitiveness of Hungary




VISION

- Main character of the national transport sector
- Competitive, customer orientated public service company exploiting market potential
- Reliable, calculable employer
- Individual company group operated by long-term order and steady finance



ACTIVITIES

- Concentrating to the basic activities of the value chain (passenger, infrastructure)
- Process rationalisation of support activities
- Separating and restricting of management function



SKILLS, VALUES

- Vocation, professional commitment
- Age long experience in railway technique
- Management experience in restructuring


dr. László Mosóczi

23.04.2010.

6

Dr. László Mosóczi - Tasks of the MÁV Group in the near Future
© FEDECRAIL and Author, 2010

3

<div><div></div><div>Hungarian State Railways</div></div>		Strategic goals of MÁV Group in the period of 2010-2012.	
STRATEGIC GOALS		MAIN INDICATORS	
1	IMPROVE OF SERVICE LEVEL	<ul style="list-style-type: none">Development of rail corridors and suburban area of BudapestModernization of vehicles (locos, motor units)Reconstruction of stations, standardizationImprove of marketing activities (ticket system, image, passenger information, platforms)	Preserve of passenger km and train km performance
2	COMPETITIVE, ADAPTABLE ORGANIZATION	<ul style="list-style-type: none">Central coordinationFocusing on core business activitiesRationalisation of support servicesReorganization and restricting of the portfolio	Stable organization in mid-term
3	OPTIMAL COMPANY SIZE	<ul style="list-style-type: none">Process reengineeringOutsourcing of non strategic activitiesRationalization and sale of capacitiesRationalization of staff	Improve of operational effectiveness (spread of BPR project)
4	ASSURE OF FINANCE	<ul style="list-style-type: none">Steady finance of operatingavailability of investment sourcesHandling of historic debtExploring of external sources	Mid-term state order by public service contract (passenger, infrastructure)
dr. László Mosóczi		23.04.2010.	7



Hungarian
State Railways



Efficiency

Market orientation

Modernization

Tasks of the MÁV Group in the near future

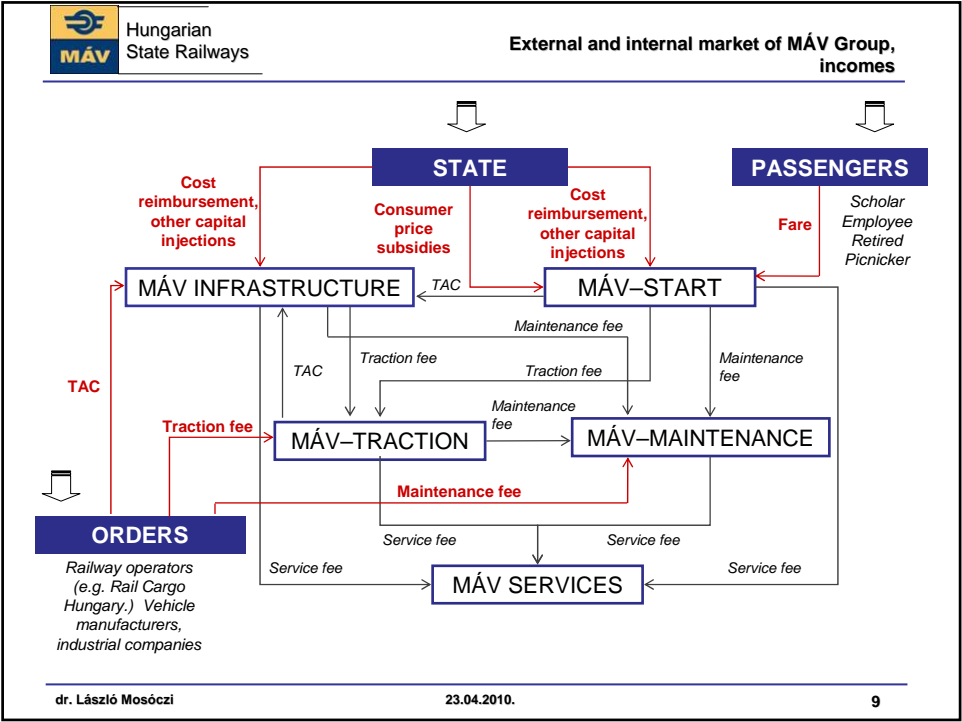
Opportunity of the improvement

Financing of MÁV Group

dr. László Mosóczi

23.04.2010.

8



Hungarian State Railways

Finance at the present situation

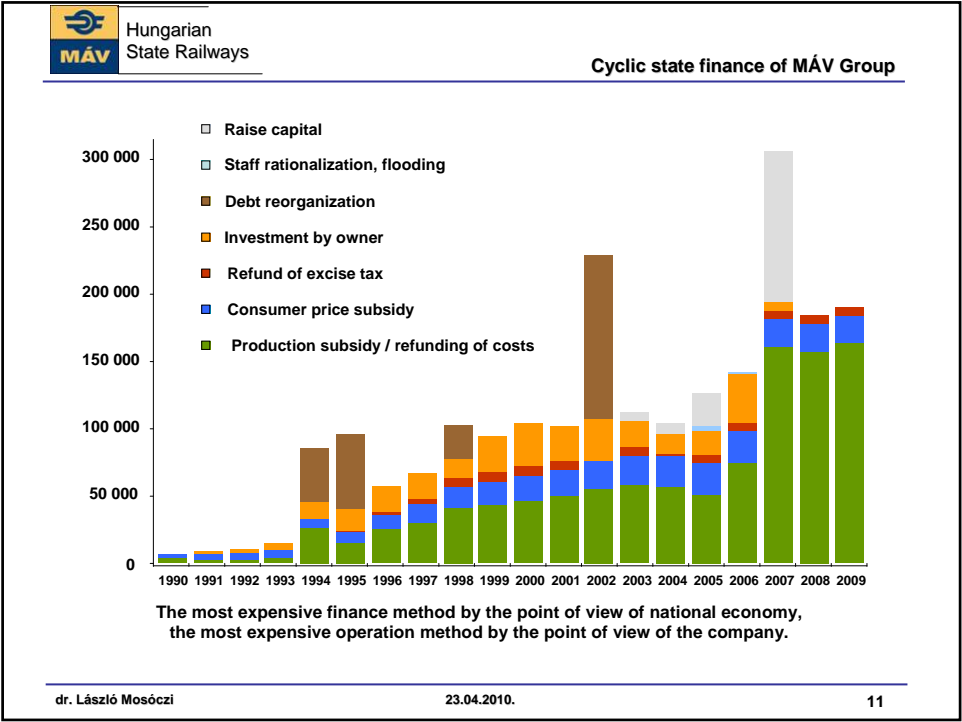
Situation of finance at MÁV Co. :


- Finance system based on public service contracts
- The development and the finance of operation does not separate adequately
- Finance of performance and finance of social-political discount does not separate adequately
- State sources are below EU average
- The structure does not inspire gaining sources
- MÁV Zrt. is indebted, equity is decreasing continuously

Role of the state in railway transport:


- Blending of state and company management, blending of responsibilities
- Blending of the functions of state (owner, price regulator, authority, angel)

dr. László Mosóczi 23.04.2010. 10





Hungarian
State Railways



EfficiencyMarket orientationModernization

Tasks of the MÁV Group in the near future

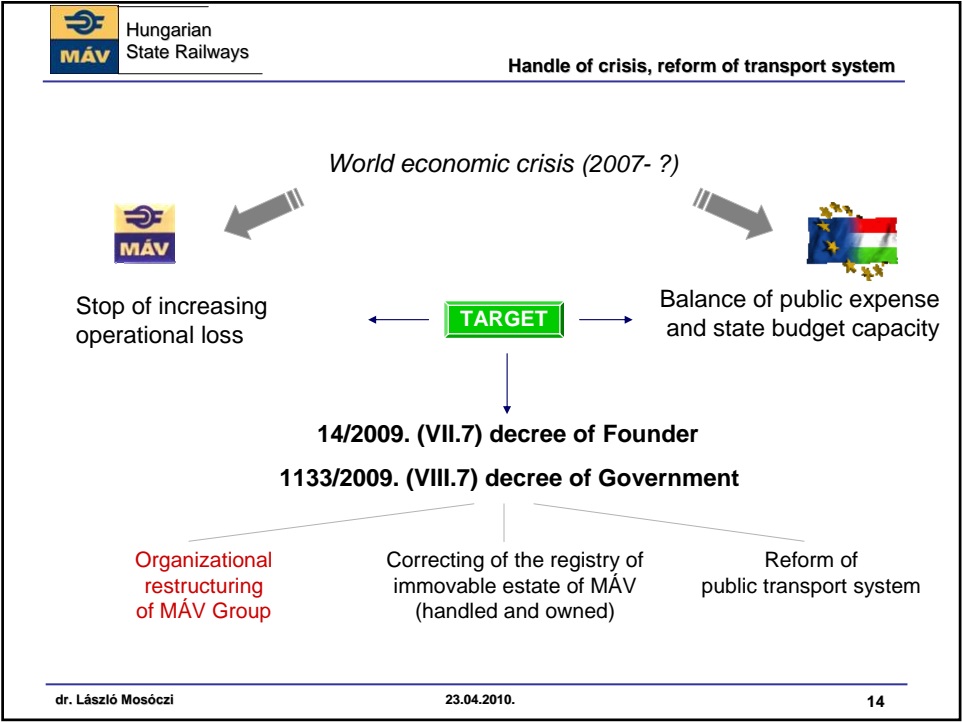
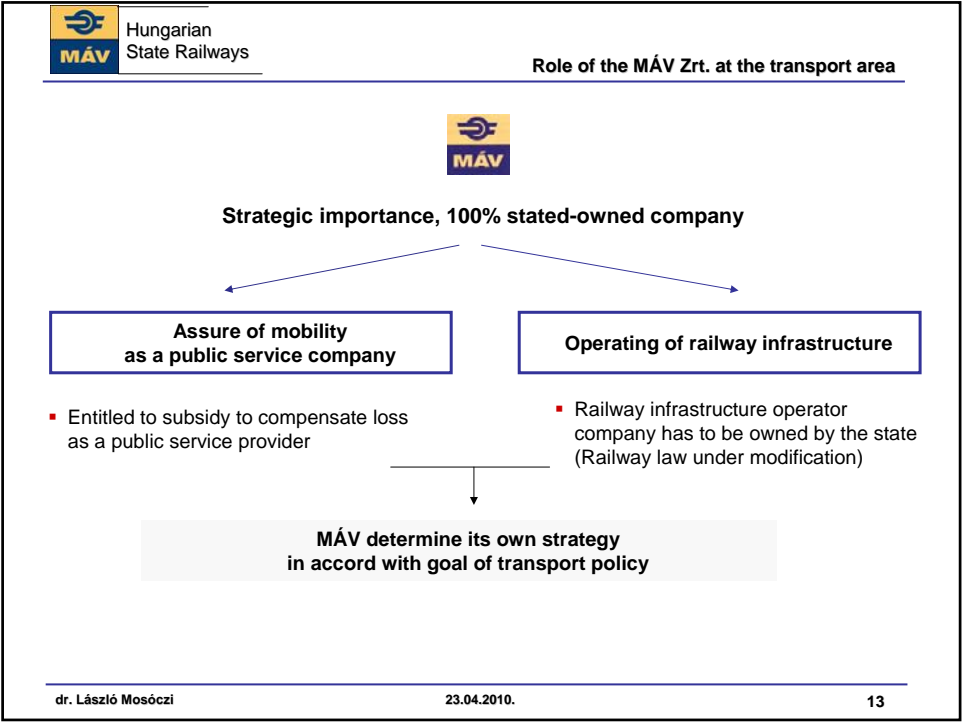
Opportunity of the improvement


Process of the structural change of MÁV Group

dr. László Mosóczi

23.04.2010.

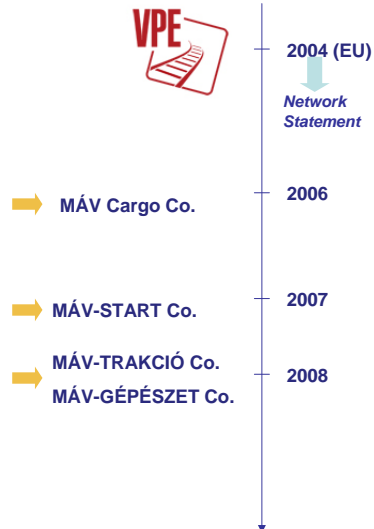
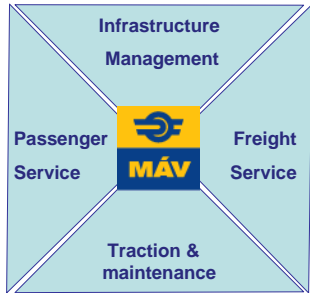

12





Hungarian
State Railways


MÁV and MÁV Group



dr. László Mosóczi

23.04.2010.

15



Hungarian
State Railways

Requirement of renewing

MÁV Group is not able to renewing in present situation.

Reasons of the conflict:

- Incomplete restructuring of MÁV Co., the present structure;
- Inherited operational methods;
- blending of management functions, decision competence are concentrated on higher and higher level;
- non adequate finance of the sector.


Requirement of renewing must focused on:

- Development of structure, reorganization, separating of infrastructure;
- Finance and financial stabilization;
- Development and modernization.

dr. László Mosóczi

23.04.2010.

16

The logo of the Hungarian State Railways (MÁV), consisting of a blue square with a white stylized train and the letters "MÁV" in white.

Hungarian
State Railways

Toolkit of the renewing – Structure and organization


1. Development of structure, reorganization

- **state responsibilities** to assure of the condition of operable companies in long-term;
- **assure the blending** of owner, manager, regulator and finance **functions**;
- complex **determining of railway service size** in accordance with public road transport on the base of national transport policy;
- establish an **effective organization structure**;
- assure the operation and finance conditions of independent infrastructure company in the course of reorganization, **assign the required assets to the infrastructure company, detach the non-core assets**;
- blending of management and service functions at MÁV, cost effective operation, transparency, competitive prices and fees;
- separated handle of cumulative debts of the pass;
- rationalization and **assign of core portfolio elements** to the two company group;
- **adequacy to market demands, laws, rules.**

dr. László Mosóczi

23.04.2010.

17

The logo of the Hungarian State Railways (MÁV), consisting of a blue square with a white stylized train and the letters "MÁV" in white.

Hungarian
State Railways

Toolkit of the renewing – Finance


2. Finance and financial stabilization

- **consolidation and capital raising**;
- reforming of finance structure, **finance of core activities by multi-annual public service contracts**, defining of realistic public service size, supply and quality;
- **assign of development loans to adequate company group** with the related assets;
- assure of **transparent pay-off** of companies with each other and the state, business operating;

dr. László Mosóczi

23.04.2010.

18

The logo of the Hungarian State Railways (MÁV), consisting of a blue square with a white stylized train and the letters "MÁV" in white below it.

Hungarian
State Railways

Toolkit of the renewing – Development


3. Development and modernization

- timetable based infrastructure development policy;
- assure of required conditions and national fraction for infrastructure and traction developments, observe of obligatory maintenance;
- get ready for the investment possibilities of the period 2013-2020;
- coordinated developments in accordance with public service contracts, **determined services and quality, development priorities**;
- support of business developments;
- Involving private sector investments (e.g. stations);

dr. László Mosóczi

23.04.2010.

19

The logo of the Hungarian State Railways (MÁV), consisting of a blue square with a white stylized train and the letters "MÁV" in white below it.

Hungarian
State Railways


External conditions

1. **Strong decision from the state** for the reorganization of MÁV Group;
2. The size of subsidies must be determined at all times, the coordinated multi-annual public service contracts must be signed;
3. Government must **force the prioritization of railway transport** on the base of transport and economic policy;
4. **The discrimination of railway transport must be eliminated**, which not mean the discrimination of road transport;
(Support of railway by the higher finance of railway infrastructure (lower network access fees).)
5. **Operation of regional and other railway lines** must be adapted to current situation, the size of railway public service have to be reconsidered. Regional public finance capability have to be implemented;
6. **Integrated network development strategy and conception have to be made** for international, national main and domestic regional lines;
7. The national structure of integrated public transport system have to be established. The integrated rhythmical timetable is the base of this system, coordinated role of railway and road transport.

dr. László Mosóczi

23.04.2010.

20



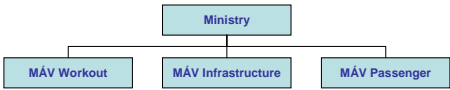
Hungarian
State Railways

Restructuring program – The independent infrastructure company

Task: exploit of synergies on the two main area, and the establish of passenger and infrastructure company groups:

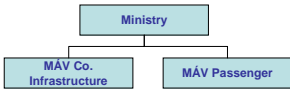
3 legs model

- Reform of MÁV Group, focus on core activities, workout.



2 legs model


- Establish of passenger company group, while MÁV Co. remain the infrastructure company.



dr. László Mosóczi

23.04.2010.

21



Hungarian
State Railways

MÁV at the end

Preconditions:

- reorganizing of owning structure,
- layout of the immovable estate of the state (handled and owned)
- finance possibilities of capital.

Goal indicators of the reform:

- EU-conformity (liberalization/ competition / finance),
- independent company groups, business operation,
- core infrastructure profile,
- multi-annual public service contracts with state and regions for passenger and infrastructure,
- multi-level responsibility and finance hierarchy,
- regional management and finance capability,
- external-internal service portfolio,
- suitability and capability for involving private sector investments.

dr. László Mosóczi

23.04.2010.

22

The logo of the Hungarian State Railways (MÁV), consisting of a blue square with a white stylized train and the letters "MÁV" in white.

Hungarian
State Railways



Thank you for your attention!

dr. László Mosóczi

23.04.2010.

23

The HUNGRAIL logo, consisting of a green stylized 'E' shape followed by the word "HUNGRAIL" in green capital letters.

New railway policy from the aspect of HUNGRAIL

Dr. János BERÉNYI
President and CEO
Hungarian Rail Association

A collage of three images: a red train on tracks, a forest with autumn foliage, and a bridge over water.

FEDECRAIL
23rd of April, 2010, Budapest

The HUNGRAIL Hungarian Rail Association

Founded: in 2006 with increase of role players in the Hungarian rail sector (founding members: MÁV, MÁV Cargo, CER, GYSEV, MMV)

Members: 19 members (1 new entrant)

Mission: improve the market share of rail among transport sectors, in order to contribute to level off the unequal competition conditions between road and rail transport and to create an advanced and ethical approach in the Hungarian railway sector.

Our goals:

- position railway appropriately: as a means of transport that provides environmentally friendly, sustainable development
- stand for the interests of Hungarian rail inland and abroad
- create a rail-friendly transport policy

A vertical, curved, golden-yellow image of railway tracks receding into the distance, positioned on the left side of the slide.

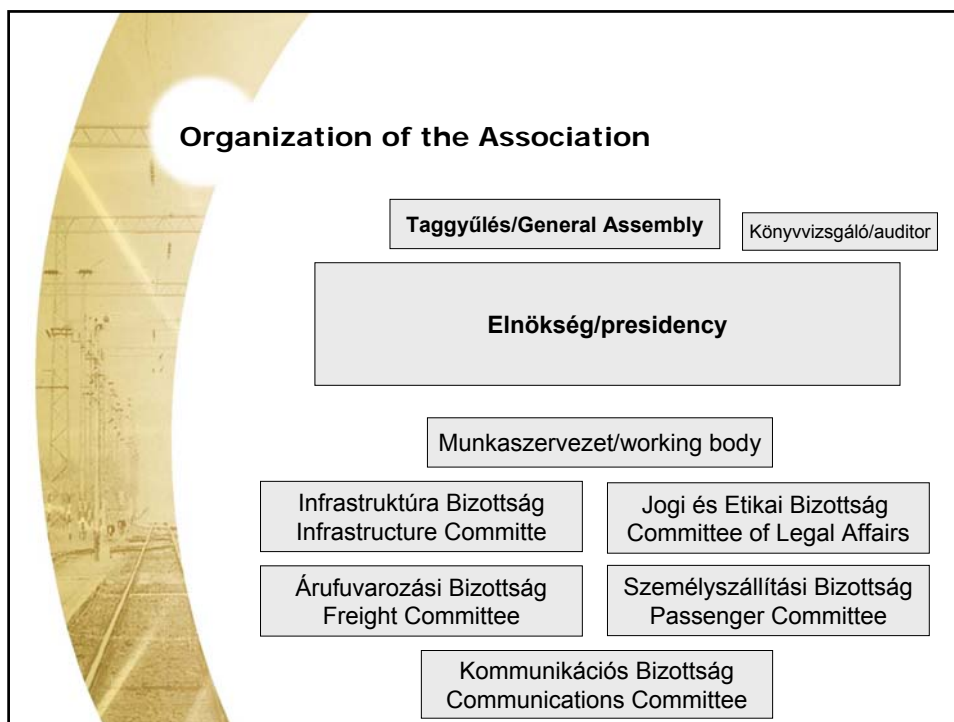
International role of HUNGRAIL

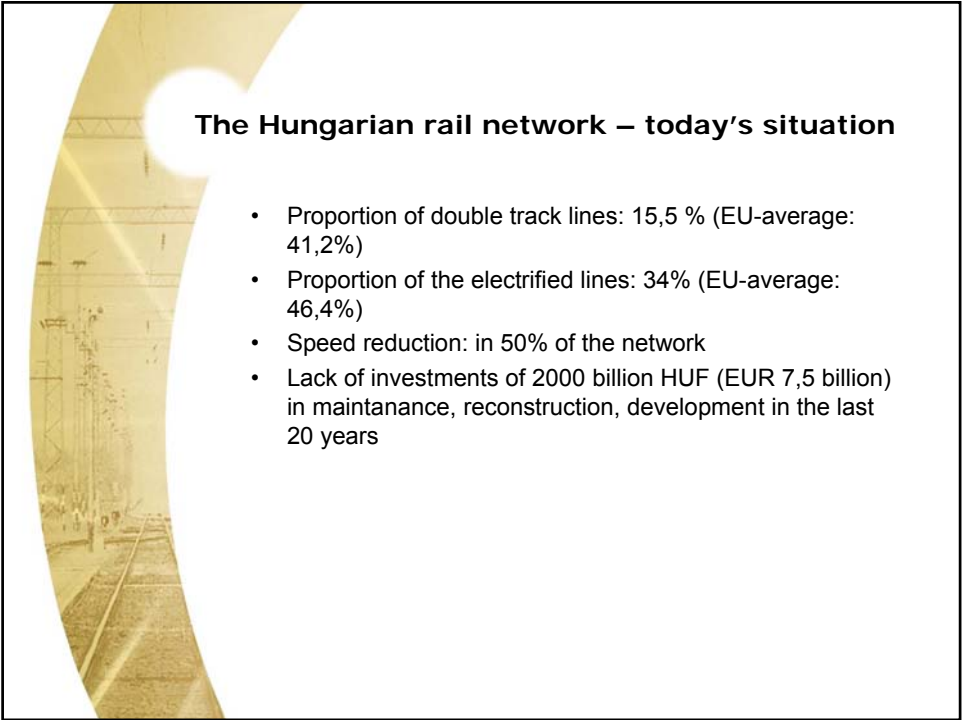
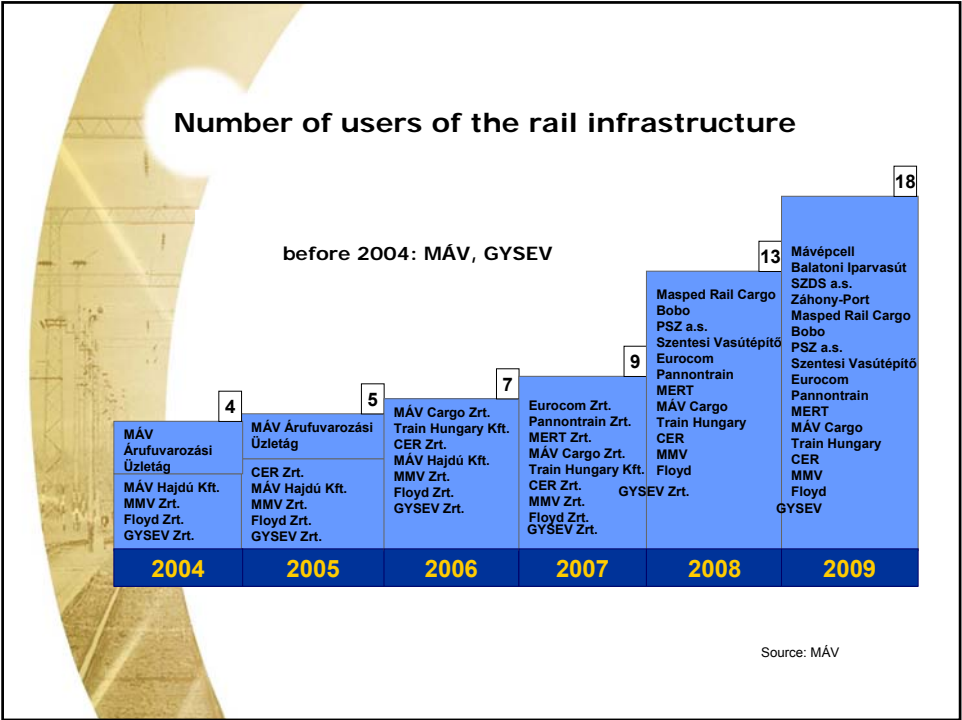
- CER (Community of European Railways and Infrastructure Companies)
- UIC (Union International des Chemins de Fer)
- G4
- ERA (European Railway Agency)

A vertical, curved, golden-yellow image of railway tracks receding into the distance, positioned on the left side of the slide.

Role of HUNGRAIL

- Uniform „face” of the Hungarian rail sector
- „Bridge” between the sector and decision making
- Inputs from EU playing field to Hungarian ministerial level





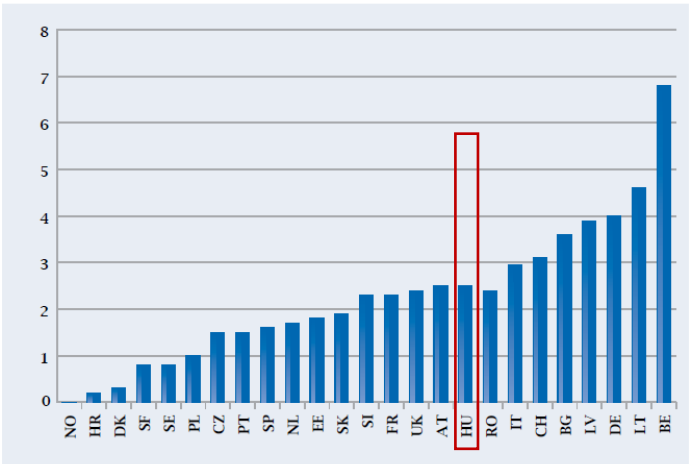
Quality of the rail infrastructure

Its quality is seriously under the ideal level:

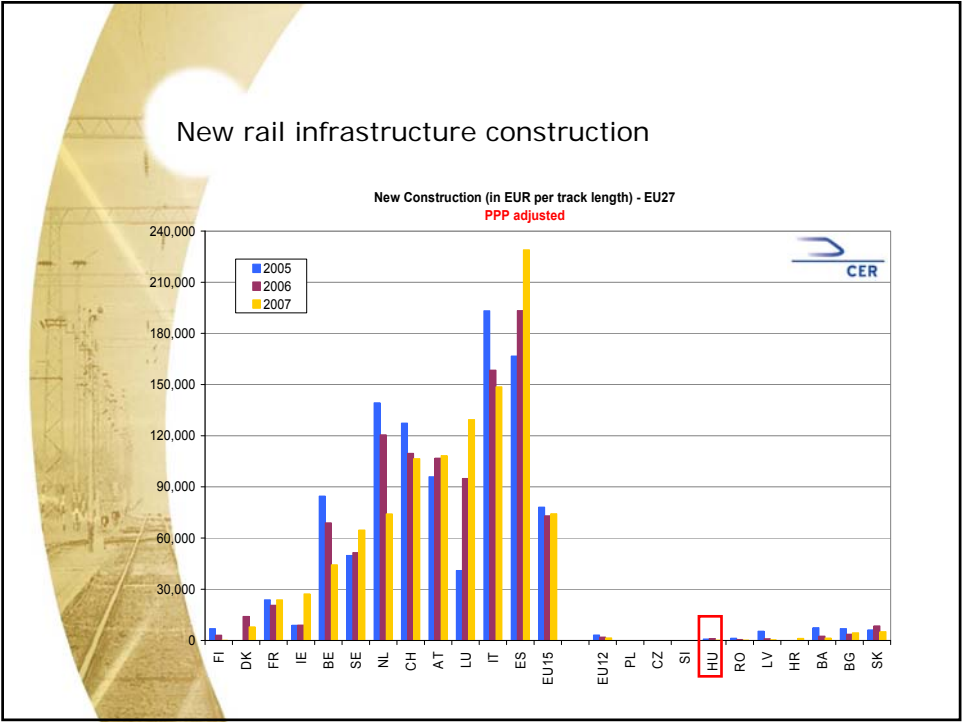
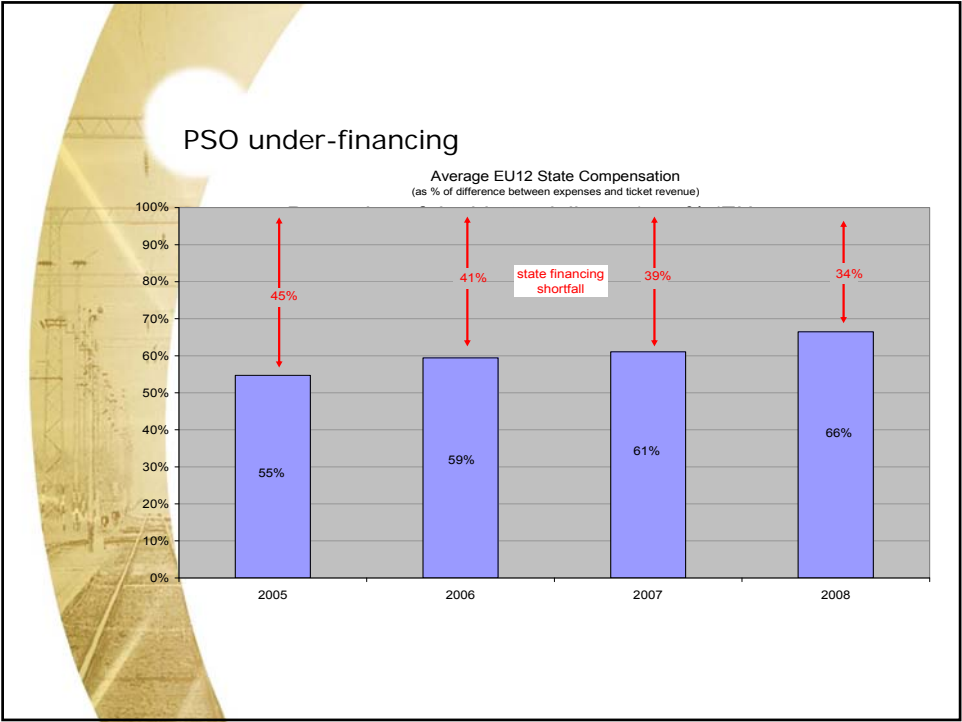
- Lack of required axle load (22,5 tons)
- Overrun, old technology of signalling system
- Out of date technology at stations
- Bottle-necks at marshalling yards, state borders
- Lack of access to industrial tracks
- Budapest – based network

Track Access Charges

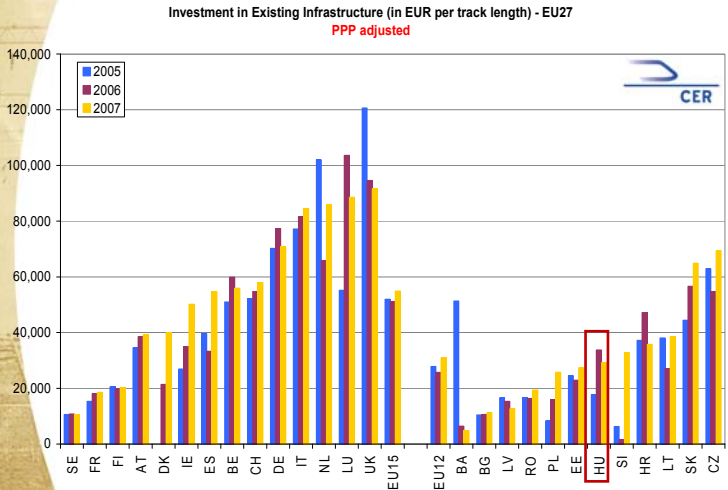
Typical access charges for inter city passenger trains per train-km (€) in 2008



Source: ITF (2008)



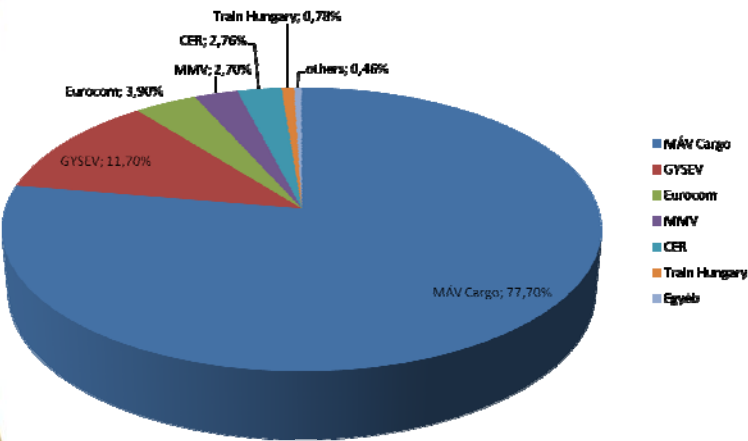
Maintance and reconstruction



Comparison of conditions of rail-road competition

	vasút/rail	Közút/road
hálózat hossza /length of the network	7.900 km	31.000 km
díjköteles hányad /charged ratio	100%	2,3% (700km)
Infrastruktúrahaszálat költsége/cost of infrastructure usage	3,50 Ft /tkm	0,20 Ft /tkm (a fizetős utakon)
jövedéki adó beszámításával /incl. tax	3,50 Ft /tkm	1,20 Ft /tkm

Market share of the freight companies in 2009



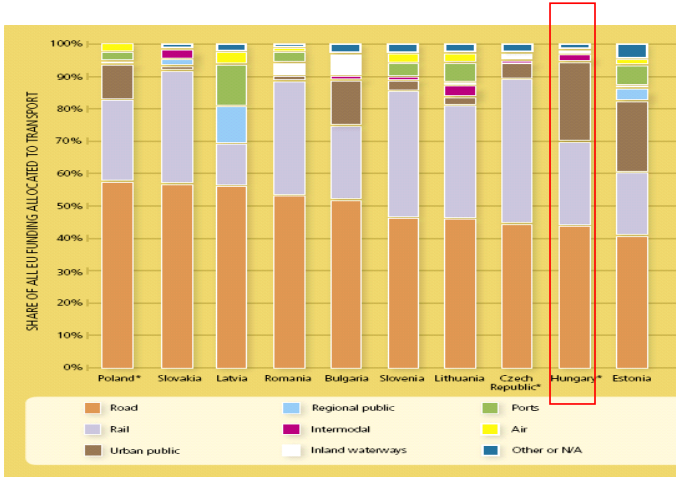
External costs

euro/1000 ukm, átkm

	Személyszállítás/passenger			Áruszállítás/freight		
	Vasút rail	Közút road	Vasút/közút Rail/road	Vasút rail	Közút road	vasút/közút Rail/road
Baleset/accidents	0,9	3,1	29%	0,1	6,8	1,4%
Zaj/noise	3,9	1,3	300%	3,5	5,8	60,3%
Levegőszennyezés/air poll	4,9	20,0	24,5%	4,0	32,0	12,5%
Éghajlatváltozás/climate change	5,3	8,9	59,6%	4,7	15,0	31,3%
A természeti táj megváltoztatása/environment	0,7	0,8	87,5%	0,5	2,2	22,7%
Torlódások/congestion	3,8	4,3	88,4%	5,0	8,7	57,5%
Összesen/total:	19,5	38,5	50,6%	17,8	70,5	25,2%

Forrás: INFRAS és IWW közös tanulmány, 2000

Fejlesztési terv – Közlekedési Operatív Program
2007-2013
Development plan – Transport Operational Program



Note: Based on financial allocations in the final draft Operational Programmes submitted by CEE countries to the European Commission.
* For Poland, Czech Republic and Hungary, there is additional funding for transport in their regional OPs, not included in the graph.
Source: CEE Bankwatch Network & Friends of the Earth Europe (April 2007),
Community of European Railways presentation at CEE Rail conference (May 2007)

New commisioners, new plans?



Climate change is one of the biggest challenges of this century. A lot of work lies ahead of us over the next five years. But my ambition is to see, in five years time, a Europe that is the most climate friendly region in the world. As the EU's first Climate Action Commissioner, I see myself as having a two-fold mission. First, to implement the [Climate and Energy package](#) that was adopted last year, but which now requires follow-up. I want to ensure that as we invest in a sustainable future, we choose solutions that at the same time can benefit climate, energy security and job creation – in other words, improve the quality of life for everyone. I want to show that by investing in climate friendly and energy efficient technologies, we gain economically. The dedicated Climate team that has prepared the legislation over the past years will put all its know-how in an enhanced structure within a soon to be created Directorate-General for Climate Action, in following the implementation of the package and preparing secondary legislation and new policy instruments. We will intensify efforts on several fronts - just to mention the EU Emissions Trading System, CO2 reduction from cars and vans, a future Climate and Transport Package... We will mainstream climate into relevant policies and programmes: Research and Innovation, Agriculture, Rural Development, Structural Funds, Energy, Transport, Industry, Trade, Development and Environment. I am looking forward to working with my fellow Commissioners to ensure that the Europe of tomorrow is more sustainable than the Europe of today. Second, building on the outcome of the Copenhagen UN climate conference in December 2009, I will continue my efforts to reach an [ambitious international climate agreement](#). The EU has played a tremendously important role in paving the way for changes in the way we view climate change. I am determined to continue to raise awareness and to deliver solutions. I want to pursue the negotiations with the aim of reaching the 30% emissions reduction target as soon as possible. How Europe chooses to tackle the climate challenge over the next years will largely define our strategic role in the world. Let's work together on this, and continue being a first mover, not a follower!

Connie Hedegaard



Transport is – and must be – for people. As commissioner responsible for transport, my guiding principle over the next five years will be to promote transport services that truly benefit Europeans. Free movement is one of the greatest freedoms for the citizens of Europe, and good transport is essential to this. Europeans already enjoy modern transport of high quality. But ever-progressing economic integration raises many challenges for the future. With globalised supply chains, fewer and more efficient production sites, and just-in-time deliveries, Europe's economic growth potential also assumes further growth of its transport activities. As I pursue my work, I will promote these many benefits, proposing further market opening where this is in the general European interest. At the same time, I will combat the harmful effects of transport activities, and promote policies and legislation that bring greater safety and security, ensure "de-carbonisation", overall sustainability, and a coherent economic, social and environmental approach to all modes of transport. I will promote clear enforceable passengers' rights, putting my emphasis on areas of genuine cross-border European priority, with unquestionable added-value of collective European action

Siim Kallas

A vertical, semi-circular image on the left side of the slide showing a perspective view of railway tracks receding into the distance under a hazy sky.

Expectations I.

- Fair competition with active transport policy, equality among sectors
- Internalisation of external costs of road, applying principles: „user pays and polluter pays“
- Implementation of distance based road charges
- Competitive rail track access charges

Expectations II.

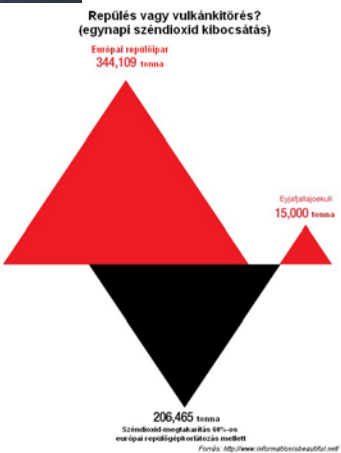
- Developing public transport - based on rail transport priority
- Appropriate legal circumstance is needed for this:
 - New passenger transport law
 - Modified railway law
- Multi annual contract with passenger railway companies
 - Improvement of transparency, calculability and service quality
- Multi annual contract agreement with infrastructure management companies
 - Improvement of calculability, predictable developments and reliability



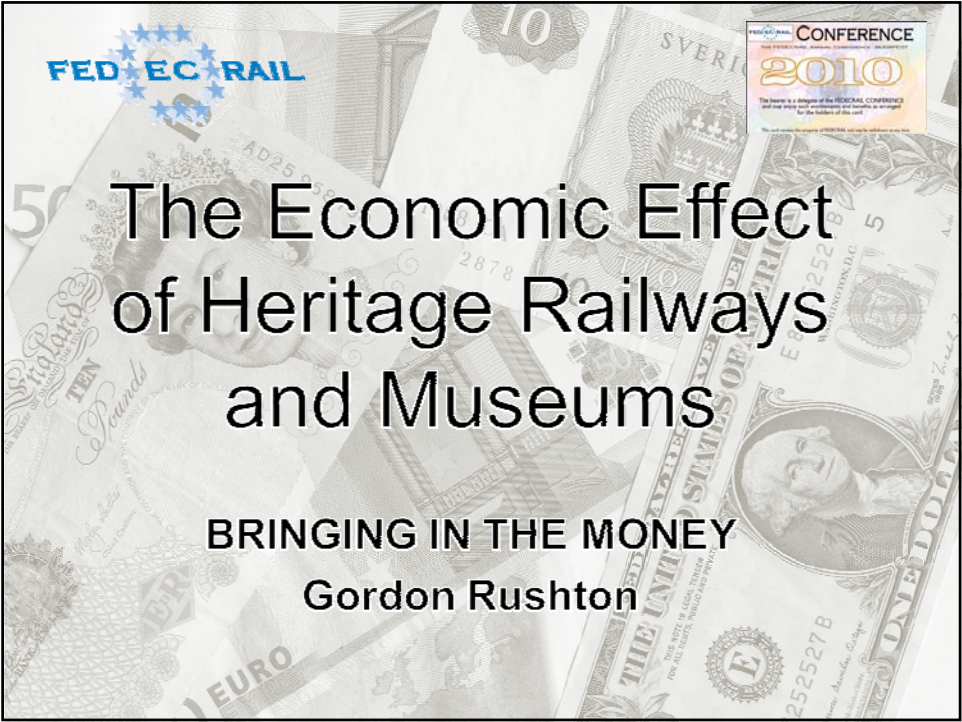
Expectations III.

- More electrified railway lines
- Track developments (corridors, elimination of bottle necks, replacement of missing infrastructure elements)
- Highly important area of intervention: Budapest suburban railway– cooperation with the stakeholders
- Reconstruction of railway stations - Transforming those into commercial centers
- Future logistic and industrial center with rail and road access

Competitiveness of rail?









Sources of Funding



UK Heritage Railways and museums are always looking for money from all sources that including:

- Wealthy benefactors
- The Heritage Lottery
- “Village Fete Activities”
making and selling cakes, raffles selling second hand books, eg:
Minehead Station Bookstall earns £22k per annum.
- Gift Aid from taxation
- Legacies
- Government funds – local, regional, & European.



Restraints on Funding



Right now there are big problems in UK like:

The Recession

Heritage Lottery financing the 2012 Olympics

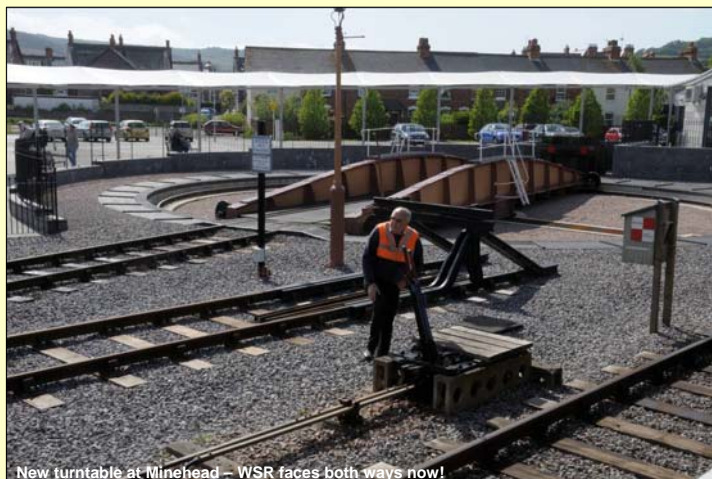
Increasing competition within the ‘market’

People who are smarter and better informed than we are!

The expansion of the European Union, that has brought a redefining of the areas that qualify for EU funding.



EU Redefinition



New turntable at Minehead – WSR faces both ways now!

MD turntable was supported with EU funds of £600k - but it had to be installed quickly, with only days to spare before funding eligibility ceased.



Are we being taken seriously?



We have always known that our activities contribute to the economy of the local area.

But - how much we do contribute to the local economy.

This has been highly relevant to funding obtained in certain cases which you will see shortly.



Study Accepted by UK Treasury



Beautiful footpath in Wales, Snowdonia National Park.



The was research methodology, developed to assess the contribution to the local economy from long distance footpaths. The results were accepted by the UK treasury, and have since become more widely accepted as a tool for justifying (or not, of course) the granting and allocating of funds.





A National Tourism Study



In 2008, the UK's national tourism authority commissioned a national study to try to assess the value of the tourism industry to the UK economy.

I will outline some key findings of their research, and then show how this has been applied to a number of Railway operations to support their quest for funds.

Change in status of tourism within EU.



Tourism facts in UK

Tourism in UK directly earns:

£52 billion p.a.

Tourism in UK directly provides:

3.7% of GDP

1.36 million jobs



Tourism facts in UK

Add in the impact of tourism businesses in the supply chain, and the sums rise to :

£115 billion p.a.

What's your country's figure? Do you know?

8.2% of GDP



Why Tourism matters.....



Welsh agriculture

Labour market entry opportunities for those with no or low job skills, Seasonal employment for students.



Looking after Rhodri

Jobs in rural areas to replace those being lost in agriculture regeneration.



Regeneration examples



The Eden Project - replacing a dying china clay industry in Cornwall



The Royal Yacht Britannia – bringing new life to Leith docks and The Welsh Highland Railway
(which we shall see later)



The Big Political UK Issue



“UK destination attractiveness is needed to stem the outflow of UK residents to holiday destinations”



Why Heritage Railways & Museums matter.....



We are significant earners and contributors to the tourism economy,



But we are often located away from the obvious tourism hot spots and so bring tourism benefits to areas that might not otherwise receive them.



We offer the potential for job creation in the rural economy



Our role in tourism



We can offer high levels of community involvement through the recruitment of volunteers



We are accessible and attractive to people of all ages, especially children, and to those with limited mobility, especially the elderly



We can be “all weather” with attractions operating for extended seasons, way outside the normal tourist ‘limits’



Economic Impact – in action



In 2002, the West Somerset Railway needed £324k to re establish signaling to the national rail network. We formed an informal partnership with our local authority, and jointly commissioned Manchester Metropolitan University to carry out an Economic Impact Study.



In 2005 WSR needed £600k to install a turntable at Minehead. Suffice to say that trains now pass freely on and off the Railway, and our Mayor can single handedly turn our heaviest locomotive on the turntable.



The Severn Valley Railway



In July 2007 the Severn Valley Railway suffered severe storm damage with 50 landslips and washouts.

The closure of the line made an immediate impact on the traders in the towns served by the Railway.



Emergency funding was made available by the **regional government**, so that repairs and rebuilding work could commence immediately.



The Severn Valley Railway



Economic impact study confirmed a turnover of £5m and a total of £10.9 contribution to the regional economy

*Direct
employment*

123 jobs

*Indirect
employment*

160 jobs



National Railway Museum
York



A different model. Admission is free, but studies from exit polls and other visitor research, demonstrate generation of substantial income for the York economy



The Power of Argument



*For every £1.00
earned by the
railway*

1.9 times

In the local economy

*A job created
for every*

£62k

of income



The Power of Argument




*To prove the worth of your railway
or museum you need to conduct an*


ECONOMIC IMPACT STUDY

*The next section of the address
will explore how this may be done,
simply and easily.*





Lessons of 50 Years



Over the last 50 years in Britain simple lessons have been learned:

1. Look after your visitors.
2. Widen your offer as far as possible and build on your strength.
3. Look after your volunteers, and get your organisation right to do so.
4. Keep your individual independence but join forces with other heritage organisations to speak with one voice.
5. Understand the economic effects of what you do.



Why are Economic Effects Important?

You need the Powers....



- Whether you want to build, to expand, to develop, to make new buildings, lay new track – as an example, let us suppose it is to reopen a closed railway to the public.
- This will require specialist statutory powers, that are normally only given to railway companies, who understand them, or local authorities who are generally controlled by an elected body.
- Why should YOU think that such powers will be given to you?
- Can you prove that you are responsible, and answerable to the public, with an acknowledged purpose, when you may be receiving compulsory purchase powers?



The Powers – *Pro bono publico* Relations with the community



1. Does the community know what you propose – and do they agree with it?
2. Is what you propose capable of supporting itself financially?
3. Can you show that your actions are for the public good?
4. Are some suspicious of your motives – thinking that perhaps you will asset strip, or steal from them?
5. Have you consulted to see if there are objections, or objectors?
6. Do you have a proper organisation that speaks with one voice?
7. Have you got the money?



Are you 'in the public domain'?



1. Have you entered your plan into the County Plan, the National Park Plan, the Area Plan?
 - Each statutory authority within EU has to publish plans that affect the community.
 - Your proposal ought to have been consulted with the authority and accepted into that plan.
2. Plans within the authority plan will enjoy a much greater chance of receiving public money.
3. Getting into the public plan will need some effort – and you will have to do some thinking and planning.
4. Raising the money is a separate subject for another seminar!



Is what you propose capable of supporting itself financially ?



1. Have you done an Economic Impact Study?
 - This simple measure will show whether your plan is viable.
 - It will also deliver the effect on the local economy.
 - It will tell how many direct and indirect jobs will be created.
 - It will indicate how many visitors will be generated to come to the area.
 - It will let your activity been seen on equal terms with others.
2. Carry out this study and you cannot be ignored.
3. The results will surprise you and others – and it is simple to do!



Understand the economic effects

The figures we saw before.....



Tourism in UK directly earns:

£52 billion p.a.

Tourism in UK directly provides:

3.7% of GDP

**1.36 million
jobs**



RELATIONSHIPS



1. Are you taking to elected representatives?
2. Does the local community know who you are?
3. Do they know what you want to do? (do you!)
4. What are THEY going to get out of it?
5. Have you got some funding?
6. Do you have an 'organisation'?
7. Are you 'responsible'?

These questions are common to all – new and old.



Heritage Railways & Museums



What slice of this amount do you generate? As communities benefit from the economic activity, they will acknowledge significant contributors to the tourism economy.



You need to know more about how much money your activity brings in, not just to you. But to the community as a whole. How do you rank as a wealth generator in the region?



We live in a competitive world. Those looking for funds will benefit from being able to demonstrate their record in wealth generation. But you have to know about your business to do this.



Economic Impact Studies



To us it may be just a steam train – but what is the economic effect of all these visitors on the place the train takes them to? It is very significant.



Economic Impact Studies



Count up just what you activity contributes and put it in a form acceptable to the ‘bean counters’.

An economic impact study formalises facts on your economic activity, using records you already have of your visitors and those from traders – people you buy from in the area.

You put questionnaire information with this, to create a clear picture of the economic impact of your business on the region.

And that’s REALLY important for raising funds, getting grants and permissions to build etc.



Economic Impact Studies - detail



- 1. The objective is to build up a clear and factual analysis of the contribution of your business to the area.
- 2. The results are normally surprising (if you haven’t done this before).
- 3. Consider for a moment just what 50 people per day who visit you (specifically) will spend – just as a paper exercise.
- 4. And let us make it 100 days in the year.

1. 50 fares at		5. Hotel	€ 60
€10		6. Evening meal	€ 15
2. 50 lunches at	€ 6	7. Snacks	€ 5
3. Shop	€ 4	8. Total (per)	€ 150
4. Fuel	€ 50		

- 5. This computes to.....?



Economic Impact Studies - detail



- 1. The objective is to build up a clear and factual analysis of the contribution of your business to the area.
- 2. The results are normally surprising (if you haven't done this before).
- 3. Consider for a moment just what 50 people per day who visit you (specifically) will spend – just as a paper exercise.
- 4. And let us make it 100 days in the year.

1. 50 fares at		5. Hotel	€ 60
€10		6. Evening meal	€ 15
2. 50 lunches at	€ 6	7. Snacks	€ 5
3. Shop	€ 4	8. Total (per)	€ 150
4. Fuel	€ 50		

5. This computes to 150 x 50 x 100 = €750,000



Economic Impact Studies - detail



€750,000 – for almost nothing?

- This doesn't include anything yet but basic living.
- There is no addition of the 'multiplier' – the effect of indirect spending in your organisation.
- There's nothing yet on what visitors spend elsewhere, so there's more to be found.



Economic Impact Studies Information Sources



1. Surveys and studies in the public domain:

- Recent developments studies carried out (for grant purposes?).
- Government statistics and surveys on (say) tourism.

2. Public information:

- The sort of stuff local authorities and tourist boards hold

3. Information from the Internet:

- Huge amounts of stuff to be searched, sifted and analysed.

You do not need to be a statistician to know what you want, although collecting it may pose resource problems.



Economic Impact Studies Information Sources



Look for recent authoritative surveys that may have been carried out – perhaps in conjunction with a road improvement or a proposal for a housing development, or on tourism accommodation.

It is surprising what you can find in the public domain if you look – you may never have known it was there!

Better still, if the facts stated help your case, what a wonderful unbiased source for you to quote from.

So go looking!

But how do you do some of this stuff?



Economic Impact Studies - detail



Study the market share you have in comparison with others. If they get support, Why shouldn't you? If you've got 'more' then your proposals should be considered! Collect and keep this information – you will need it day-to-day.

Wales Tourist Board Statistics

Attraction	Admission Price	Visitor figures* (2005)	Estimated revenue from admissions
Caernarfon Castle	£4.75 (€3.80)	192,500	£731,500
Criccieth Castle	£2.90 (€2.30)	40,600	£93,380
Llechwedd	£8.75 (€7)	128,200	£897,400
Portmeirion	£6 (€4.80)	252,300	£1,211,040
Penrhyn Castle	£6 (€4.80)	161,300	£774,240
Bala Lake Railway	£7 (€5.60)	20,100	£112,560
Harlech Castle	£3 (€2.4)	95,200	£228,480
Llanberis Lake Railway	£6 (4.80)	64,300	£308,640
Electric Mountain	£6.50 (€5.20)	58,500	£304,200
Greenwood	£7.50 (€6)	97,100	£582,600
Porthmadog Museum	£1	2,700	£2,700
Talyllyn Railway	£6.10 (€4.90)	52,100	£255,290
WHR (P)	£4.95 (€3.95)	16,000	£63,200
WHR (C)	£14 (€11.20)	48,500	£543,200
Ffestiniog Railway	£14 (€11.20)	127,200	£1,424,640

*rounded to the nearest hundred
Figure 14: Comparison table for admission based turnover at attractions within Gwynedd



Economic Impact Studies SURVEYS



1. Conducting your own survey among your own visitors, volunteers and staff is a key information source.
2. The important elements are the questions you ask.
3. You may need expert help to formulate them – so look for this within FEDECRAIL or a nearby academic institution.
4. The best surveys are probably by personal interview which may pose resource problems.
5. Modern survey methods use computer read methods to read and formulate the results.



Economic Impact Studies - detail



The key information source is the visitor, volunteers, staff and local resident QUESTIONNAIRE.

APPENDIX 1
Questionnaire 1: Ordinary visitors to the Ffestiniog Railway

Dear visitor

Thank you for visiting and supporting the preservation of Victorian steam. It is not in any way easy to restore working steam locomotives and the railway is a unique experience. We are now in a position to offer you a special discount on the price of your ticket if you are a member of the Ffestiniog Railway Society. This is a special offer for members of the Society and is not available to the general public. The discount is 10% off the price of your ticket. This offer is valid for members of the Society who are aged 16 or over. The discount is valid for the whole of the year 2010. The discount is valid for the whole of the year 2010. The discount is valid for the whole of the year 2010.

Please complete the following questions:

1. Where do you come from? () of county () of country

2. Is this your first visit to the Ffestiniog Railway? Yes ☐ No ☐

3. Have you been on the Welsh Highland Railway (Carnarvon)? Yes ☐ No ☐

4. Have you been on the Welsh Highland Railway (Carnarvon)? Yes ☐ No ☐

5. What attracted you to the railway?

6. Did you have a preference between a steam and a diesel hauled service? Yes ☐ No ☐

7. How many days are you staying in the hotel area?

8-10 days ☐ 11-15 days ☐ 16-20 days ☐ 21-25 days ☐ 26-30 days ☐

9. Where are you staying while the visit ends?

10. What type of accommodation are you staying in?

11. How did you arrive in Porthmadog/Blanes/Portmeau/Portaferry?

12. How many cars have you brought to the railway? () Yes ☐ No ☐

13. How many cars have you brought to the railway? () Yes ☐ No ☐

14. How many cars have you brought to the railway? () Yes ☐ No ☐

15. How many cars have you brought to the railway? () Yes ☐ No ☐

16. How many cars have you brought to the railway? () Yes ☐ No ☐

17. How many cars have you brought to the railway? () Yes ☐ No ☐

18. How many cars have you brought to the railway? () Yes ☐ No ☐

19. How many cars have you brought to the railway? () Yes ☐ No ☐

20. How many cars have you brought to the railway? () Yes ☐ No ☐

What information would you expect this to deliver?.....

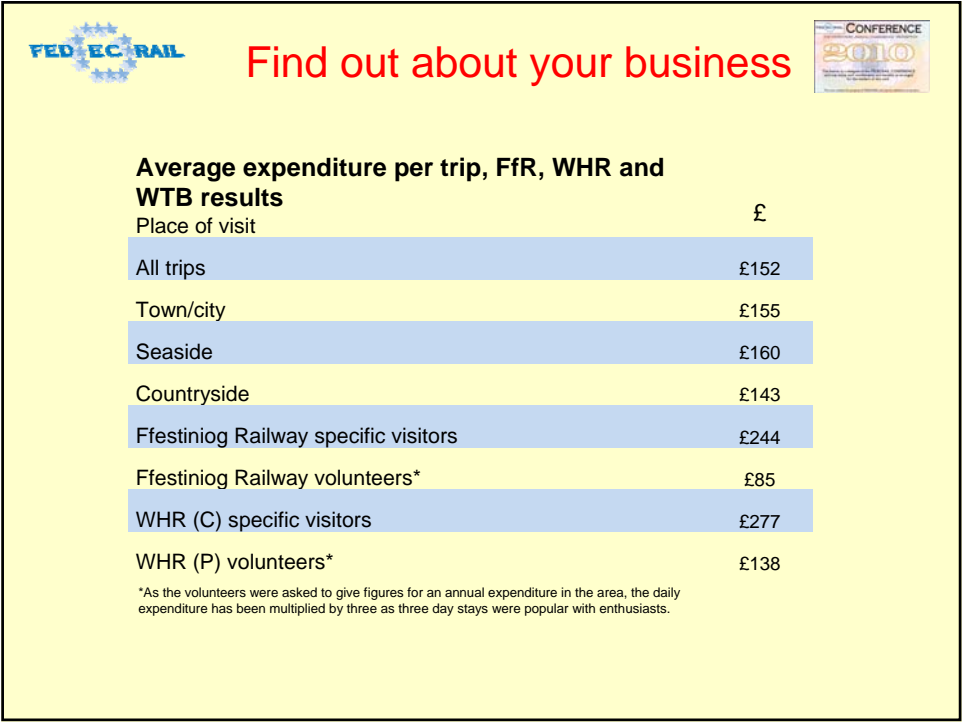


Find out about your business



What were the main reasons for visiting?		%
Steam	240	31.3
Scenery	179	23.4
Day out	170	22.2
Enthusiast	100	13.1
Other	77	10.1







The Welsh Highland Railway Looking at EIS in action



1. What was the WHR proposal?

To restore an empty, derelict trackbed, unused since 1937.
An unbelievably romantic but seen as unbelievably uneconomic, as people had bad memories from investing the last time and losing their money!

2. What has been done?

- Restoration of 40km of derelict 600mm gauge railway, infrastructure.
- Four river crossings, three Warren truss and one 8 span bridge,
- 4 tunnels, 5 major level crossings, a tramway through the town and a unique flat crossing with the standard gauge coast railway!

3. How was the £25m restoration cost funded?

£25m was split into £2m from members, £8m from sponsors, **£15m from government**.
This last by carefully prepared and measured proposals.

EIS was needed to lever EXTRA funds – to keep the money coming AFTER we had already told a good story.

Must have been a good story – HM Queen is visiting 26 April!



Generating Credibility



A major business plan was done, visitor and income predictions were made by consultants, and there were 2 Public Inquiries. However it was suggested that an Economic Impact Study be made in 2005-2007 by a Society Director who is a Lecturer at Bangor University.

Bangor student Megan Davies was accepted to make this as her Doctorate thesis. The subject was:

The Economic Impact of the Ffestiniog and Welsh Highland Railways on Gwynedd

It was the first serious, academic study of this subject in 50 years. There have been studies for new roads, for nuclear power stations, sheep farming and forestry but never anything on tourist railways.

The WHR scheme depends on grants – thus to generate credibility it is vital to feedback with a quality, individual product, and to have a proper, academic Economic Impact Study conducted. Here are some of the results and key information on how the study was conducted.

FED EC RAIL

CONFERENCE 2010



The new Garratt No.87 – WHR now has 5 NGG16 and 2 NG15 locos – thanks to South African Railways

FED EC RAIL

CONFERENCE 2010



The new Pullman observation car, built in the railway's own Boston Lodge workshops



The information base

What was needed for the EIS?



1. Gather the basic information by questionnaire and studying available figures about the business. Measure volume, measure expenditure, record implications for direct and indirect employment.
2. Go looking for relevant information held in the public domain, collate and incorporate it.
3. Area economic offices will have agreed multipliers from other studies. Use them to add your data, and to give your own study an agreed, unbiased level of authority.
4. This all allows you to produce the figures that predict the economic effect of your railways or museum's extension upon the local economy.

*At a railway recently, NIMBYS objected to extension as house prices would 'collapse'.
Counter information was obtained from another area, where Estate Agents were raising prices by 10% for houses 'right next to the steam railway'! Local information is important.*



The Facts




Effect on local economy

Generates


375 jobs

Contributes

£8-9m p.a.



The Facts




Effect on local economy


<i>Government Funding P4</i>	£10m
<i>Return p.a.</i>	80-90%

Expected to be 100% upon WHR completion

This is a politician's delight!



Our Conclusions



- 1. Be Bold**

The public like bold ideas, so go with them. However, use economic data to support the case; unsupported aspirations are no good. Data used to justify your case based on premises accepted by local government are unassailable!
- 2. Think Big – tell a good story**

Think outside the box on the effect of what you propose. Define the consequences of the project: car parks, cafes, restaurants, engineering, new jobs, the economic effect on the area. Your business will have far-reaching results and then the negative people cannot put you down.
- 3. Think Long Term**

Ffestiniog has taken 50 years; you talk in these terms. Most politicians and officials have a problem with **one year**. Look at plans long term for the area. Talking long term demonstrates you are here to stay.



Our Conclusions



4. Scale

This method is relevant from the smallest museum, right up to a major tourist railway. You simply have to let people know what your relevance is to the economy of the region – it protects your position.

5. Money

Public money flows to those who can prove a major beneficial return. It's the same for hospitals, art galleries, refineries and heritage railways. We have a history of underestimating our economic potential.

6. Economic Impact Studies are not rocket science

The process is really quite simple – though labour intensive. You speak with engineers about repairing your locos – go and see some academics about a good Economic Impact Survey – they'll love it!

Approche de l'économie des chemins de fer touristiques français



Budapest, le 23 avril 2010



Plan de la présentation

- 1. Le contexte français
 - 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
 - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
 - 1.3. Une communication partielle
 - 1.4. Les déplacements touristiques en France
- 2. Un panorama
 - 2.1. Une activité peu héliotrope
 - 2.2. Les différents espaces géographiques
 - 2.3. Un mode de gestion privilégié
 - 2.4. La montagne : le leader
 - 2.5. Populaires et dynamiques
 - 2.6. Succès story en Cévennes
 - 2.7. Chiffres clefs
- 3. Les atouts à mettre en avant
 - 3.1. Des facettes multiples
 - 3.2. Un modèle peu coûteux
 - 3.3. Les caractéristiques essentielles
 - 3.4. Economies croisées
 - 3.5. Des comportements addictifs
 - 3.6. Des seuils de valeur ajoutée
 - 3.7. Favoriser le transport ferroviaire
 - 3.8. Quelques exemples de financements
- 4. Les handicaps perçus
 - 4.1. La chauffe au charbon
 - 4.2. Une origine militante
- 5. Conclusion



1. Le contexte français



3



1.1. Le poids et l'organisation du tourisme

- 1. Le contexte français
 - 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
 - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
 - 1.3. Une communication partielle
 - 1.4. Les déplacements touristiques en France
 - 2. Un panorama
 - 2.1. Une activité peu héliotrope
 - 2.2. Les différents espaces géographiques
 - 2.3. Un mode de gestion privilégié
 - 2.4. La montagne : le leader
 - 2.5. Populaires et dynamiques
 - 2.6. Succès story en Cévennes
 - 2.7. Chiffres clés
 - 3. Les atouts à mettre en avant
 - 3.1. Des facettes multiples
 - 3.2. Un modèle peu coûteux
 - 3.3. Les caractéristiques essentielles
 - 3.4. Economies croisées
 - 3.5. Des comportements addictifs
 - 3.6. Des seuils de valeur ajoutée
 - 3.7. Favoriser le transport ferroviaire
 - 3.8. Quelques exemples de financements
 - 4. Les handicaps perçus
 - 4.1. La chauffe au charbon
 - 4.2. Une origine militante
 - 5. Conclusion
- Avec un peu moins de 80 millions de touristes comptabilisés en 2008 sur son territoire, la France reste le pays le plus visité au monde, devant l'Espagne et les Etats-Unis.
 - Tourisme international : Les échanges touristiques internationaux bénéficient de façon importante à la balance commerciale française. En 2007, le tourisme international a apporté environ 12,7 milliards d'Euros (40 fois le prix d'un Airbus A 380 ou 480 fois celui d'un TGV !).
 - Depuis cette année, il n'existe plus de Ministère du tourisme, l'administration centrale (Paris) est une direction du Ministère de l'Economie. Cette organisation repose sur le constat que le tourisme est une activité transversale qui concerne de nombreux secteurs économiques.
 - Un seul organisme technique national : ATOUT France chargé de l'ingénierie et de la promotion de la France (Maison de la France) et de la qualification.
 - En région, il existe de nombreux organismes en charge du tourisme ce qui pose problème pour les porteurs de projets qui doivent composer avec de (trop) nombreux interlocuteurs.



4





1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas !

- 1. Le contexte français
 - 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
 - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
 - 1.3. Une communication partielle
 - 1.4. Les déplacements touristiques en France
- L'organisme public de la statistique (INSEE) publie deux tableaux :
 - La fréquentation des principaux sites touristiques à dimension culturelle (tableau 1)
 - Les principaux sites touristiques sans dimension culturelle (tableau 2). 1 chemin de fer touristique y figure !
- D'un point de vue statistique, les chemins de fer touristiques français n'existent pas !

Sites touristiques à composante culturelle				Sites touristiques sans composante culturelle			
Tableau 1				Tableau 2			
Rang	STPT	COMPLUSIF	2 008	Rang	STPT	COMPLUSIF	2 008
1	Musée de la Loire	Paris	8 478 000	1	Disneyland Paris	Marnes-la-Vallée	10 225 000
2	Tour Eiffel	Paris	8 030 000	2	Paris Animé	Paris	1 800 000
3	Château de Versailles	Versailles	6 813 800	3	Paris d'été	Paris	1 610 000
4	Centre Pompidou	Paris	6 402 941	4	Le Pavillon du Grand Port (Museum)	Les Lilas	1 300 000
5	Site des Sciences de la Vie	Paris	3 042 000	5	Parc zoologique de la Vallée de l'Oise	Lille	1 000 000
6	Musée d'Orsay	Paris	2 022 104	6	Parc zoologique de Versailles	Versailles	914 104
7	Arc de Triomphe	Paris	1 990 477	7	Chemin de fer du Montreuil-Mer de la Vallée	Champanne	910 000
8	Musée du Canal Saint-Denis	Paris	1 388 616	8	Village de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
9	Château et musée des Ducs de Bretagne	Nantes	1 388 616	9	Village de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
10	Château National du Grand Palais	Paris	1 388 616	10	Village de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
11	Musée de la Loire	Paris	1 388 616	11	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
12	Musée de la Loire	Paris	1 388 616	12	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
13	Musée de la Loire	Paris	1 388 616	13	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
14	Château de la Loire	Paris	1 388 616	14	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
15	Château de la Loire	Paris	1 388 616	15	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
16	Château de la Loire	Paris	1 388 616	16	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
17	Château de la Loire	Paris	1 388 616	17	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
18	Château de la Loire	Paris	1 388 616	18	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
19	Château de la Loire	Paris	1 388 616	19	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
20	Château de la Loire	Paris	1 388 616	20	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
21	Château de la Loire	Paris	1 388 616	21	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
22	Château de la Loire	Paris	1 388 616	22	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
23	Château de la Loire	Paris	1 388 616	23	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
24	Château de la Loire	Paris	1 388 616	24	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
25	Château de la Loire	Paris	1 388 616	25	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
26	Château de la Loire	Paris	1 388 616	26	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
27	Château de la Loire	Paris	1 388 616	27	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
28	Château de la Loire	Paris	1 388 616	28	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
29	Château de la Loire	Paris	1 388 616	29	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
30	Château de la Loire	Paris	1 388 616	30	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000

5



1.3. Une communication partielle

- 1. Le contexte français
 - 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
 - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
 - 1.3. Une communication partielle
 - 1.4. Les déplacements touristiques en France
- Les tableaux de l'INSEE :
 - présentent la fréquentation unitaire de sites singuliers,
 - ne présentent pas des filières touristiques : Stations de montagne, les parcs d'attraction ...
- L'UNECTO se donne pour objectif de faire reconnaître les chemins de fer touristiques parmi les principaux acteurs du tourisme français – Ce n'est pas le cas aujourd'hui -

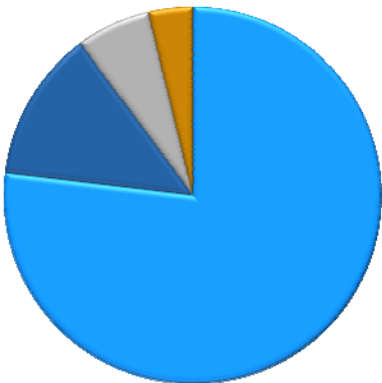
Sites touristiques à composante culturelle				Sites touristiques sans composante culturelle			
Tableau 1				Tableau 2			
Rang	STPT	COMPLUSIF	2 008	Rang	STPT	COMPLUSIF	2 008
1	Musée de la Loire	Paris	8 478 000	1	Disneyland Paris	Marnes-la-Vallée	10 225 000
2	Tour Eiffel	Paris	8 030 000	2	Paris Animé	Paris	1 800 000
3	Château de Versailles	Versailles	6 813 800	3	Paris d'été	Paris	1 610 000
4	Centre Pompidou	Paris	6 402 941	4	Le Pavillon du Grand Port (Museum)	Les Lilas	1 300 000
5	Site des Sciences de la Vie	Paris	3 042 000	5	Parc zoologique de la Vallée de l'Oise	Lille	1 000 000
6	Musée d'Orsay	Paris	2 022 104	6	Parc zoologique de Versailles	Versailles	914 104
7	Arc de Triomphe	Paris	1 990 477	7	Chemin de fer du Montreuil-Mer de la Vallée	Champanne	910 000
8	Musée du Canal Saint-Denis	Paris	1 388 616	8	Village de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
9	Château et musée des Ducs de Bretagne	Nantes	1 388 616	9	Village de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
10	Château National du Grand Palais	Paris	1 388 616	10	Village de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
11	Musée de la Loire	Paris	1 388 616	11	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
12	Musée de la Loire	Paris	1 388 616	12	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
13	Musée de la Loire	Paris	1 388 616	13	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
14	Château de la Loire	Paris	1 388 616	14	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
15	Château de la Loire	Paris	1 388 616	15	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
16	Château de la Loire	Paris	1 388 616	16	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
17	Château de la Loire	Paris	1 388 616	17	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
18	Château de la Loire	Paris	1 388 616	18	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
19	Château de la Loire	Paris	1 388 616	19	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
20	Château de la Loire	Paris	1 388 616	20	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
21	Château de la Loire	Paris	1 388 616	21	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
22	Château de la Loire	Paris	1 388 616	22	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
23	Château de la Loire	Paris	1 388 616	23	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
24	Château de la Loire	Paris	1 388 616	24	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
25	Château de la Loire	Paris	1 388 616	25	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
26	Château de la Loire	Paris	1 388 616	26	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
27	Château de la Loire	Paris	1 388 616	27	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
28	Château de la Loire	Paris	1 388 616	28	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
29	Château de la Loire	Paris	1 388 616	29	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000
30	Château de la Loire	Paris	1 388 616	30	Parc zoologique de la Vallée de la Seine	Paris	812 000

6



1.4. Les déplacements touristiques des français

- 1. Le contexte français
 - 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
 - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
 - 1.3. Une communication partielle
 - 1.4. Les déplacements touristiques en France
- 2. Un panorama
 - 2.1. Une activité peu héliotrope
 - 2.2. Les différents espaces géographiques
 - 2.3. Un mode de gestion privilégié
 - 2.4. La montagne : le leader
 - 2.5. Populaires et dynamiques
 - 2.6. Success story en Cévennes
 - 2.7. Chiffres clés
- 3. Les atouts à mettre en avant
 - 3.1. Des facettes multiples
 - 3.2. Un modèle peu coûteux
 - 3.3. Les caractéristiques essentielles
 - 3.4. Economies croisées
 - 3.5. Des comportements addictifs
 - 3.6. Des seuils de valeur ajoutée
 - 3.7. Favoriser le transport ferroviaire
 - 3.8. Quelques exemples de financements
- 4. Les handicaps perçus
 - 4.1. La chauffe au charbon
 - 4.2. Une origine militante
- 5. Conclusion



Voitures et motos
Train
Avion
Autres

- Le chemin de fer est un moyen de transport peu utilisé pour les déplacements touristiques des français.
- En France, les correspondances quai à quai entre un train du service de transport et un chemin de fer touristique n'existent que sous forme de projets, l'effet « réseau » (Une caractéristique fondamentale du chemin de fer) ne peut être mis à profit.

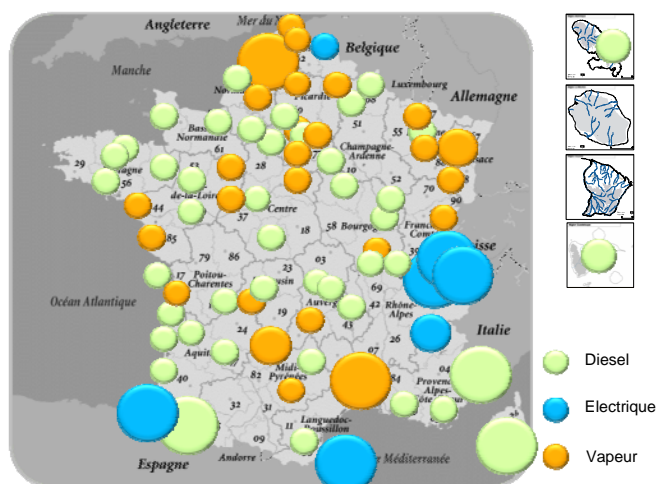
7



9



- 1. Le contexte français
 - 1.1. Les poids et l'organisation du tourisme
 - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
 - 1.3. Une communication partielle
 - 1.4. Les déplacements touristiques en France
- 2. Un panorama
 - 2.1. Une activité peu héliotrope
 - 2.2. Les différents espaces géographiques
 - 2.3. Un mode de gestion privilégié
 - 2.4. La montagne - le tourisme
 - 2.5. Populaires et dynamiques
 - 2.6. Success story en Cévennes
 - 2.7. Chiffres clés
- 3. Les atouts à mettre en avant
 - 3.1. Des facettes multiples
 - 3.2. Un modèle peu coûteux
 - 3.3. Les caractéristiques essentielles
 - 3.4. Economies croisées
 - 3.5. Des comportements addictifs
 - 3.6. Des seuils de valeur ajoutée
 - 3.7. Faibles transport ferroviaire
 - 3.8. Quelques exemples de financements
- 4. Les handicaps perçus
 - 4.1. La chauffe au charbon
 - 4.2. Une origine militante
- 5. Conclusion

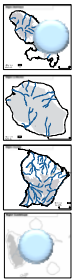
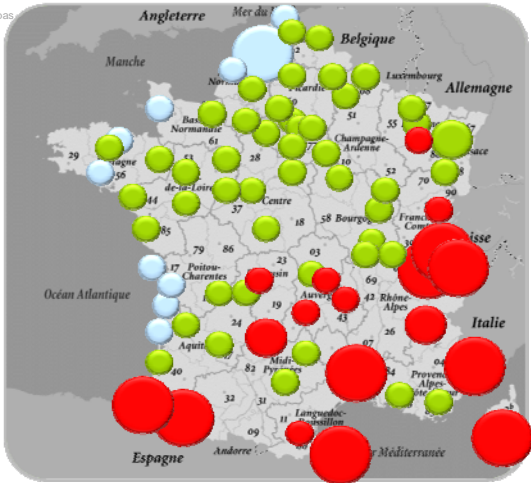


10



2.2. Les différents espaces géographiques

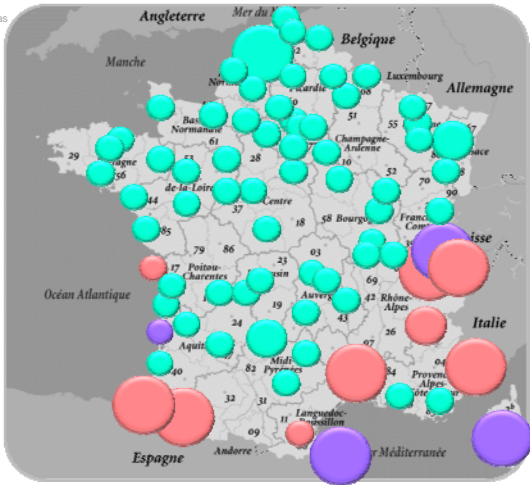
- 1. Le contexte français
 - 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
 - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
 - 1.3. Une communication partielle
 - 1.4. Les déplacements touristiques en France
- 2. Un panorama
 - 2.1. Une activité peu héliotrope
 - 2.2. Les différents espaces géographiques
 - 2.3. Un mode de gestion privilégié
 - 2.4. La montagne : le leader
 - 2.5. Populaires et dynamiques
 - 2.6. Success story en Cévennes
 - 2.7. Chiffres clés
- 3. Les atouts à mettre en avant
 - 3.1. Des facettes multiples
 - 3.2. Un modèle peu coûteux
 - 3.3. Les caractéristiques essentielles
 - 3.4. Economies croisées
 - 3.5. Des comportements addictifs
 - 3.6. Des seuils de valeur ajoutée
 - 3.7. Favoriser le transport ferroviaire
 - 3.8. Quelques exemples de financements
- 4. Les handicaps perçus
 - 4.1. La chauffe au charbon
 - 4.2. Une origine militante
- 5. Conclusion



- Littoral
- Plaine
- Montagne

2.3. Un mode de gestion privilégié

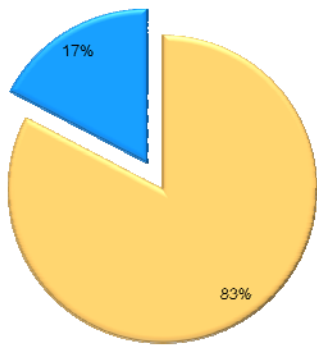
- 1. Le contexte français
 - 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
 - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
 - 1.3. Une communication partielle
 - 1.4. Les déplacements touristiques en France
- 2. Un panorama
 - 2.1. Une activité peu héliotrope
 - 2.2. Les différents espaces géographiques
 - 2.3. Un mode de gestion privilégié
 - 2.4. La montagne : le leader
 - 2.5. Populaires et dynamiques
 - 2.6. Success story en Cévennes
 - 2.7. Chiffres clés
- 3. Les atouts à mettre en avant
 - 3.1. Des facettes multiples
 - 3.2. Un modèle peu coûteux
 - 3.3. Les caractéristiques essentielles
 - 3.4. Economies croisées
 - 3.5. Des comportements addictifs
 - 3.6. Des seuils de valeur ajoutée
 - 3.7. Favoriser le transport ferroviaire
 - 3.8. Quelques exemples de financements
- 4. Les handicaps perçus
 - 4.1. La chauffe au charbon
 - 4.2. Une origine militante
- 5. Conclusion



- Privé
- Publique
- Associatif

2.4. La montagne : le leader

- 1. Le contexte français
 - 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
 - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
 - 1.3. Une communication partielle
 - 1.4. Les déplacements touristiques en France
- 2. Un panorama
 - 2.1. Une activité peu héliotrope
 - 2.2. Les différents espaces géographiques
 - 2.3. Un mode de gestion privilégié
 - 2.4. La montagne : le leader
 - 2.5. Populaires et dynamiques
 - 2.6. Success story en Cévennes
 - 2.7. Chiffres clés
- 3. Les atouts à mettre en avant
 - 3.1. Des facettes multiples
 - 3.2. Un modèle peu coûteux
 - 3.3. Les caractéristiques essentielles
 - 3.4. Economies croisées
 - 3.5. Des comportements addictifs
 - 3.6. Des seuils de valeur ajoutée
 - 3.7. Favoriser le transport ferroviaire
 - 3.8. Quelques exemples de financements
- 4. Les handicaps perçus
 - 4.1. La chauffe au charbon
 - 4.2. Une origine militante
- 5. Conclusion



Chemin de fer de montagne
Autres



13



2.5. Populaires et dynamiques

- 1. Le contexte français
 - 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
 - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
 - 1.3. Une communication partielle
 - 1.4. Les déplacements touristiques en France
- 2. Un panorama
 - 2.1. Une activité peu héliotrope
 - 2.2. Les différents espaces géographiques
 - 2.3. Un mode de gestion privilégié
 - 2.4. La montagne : le leader
 - 2.5. Populaires et dynamiques
 - 2.6. Success story en Cévennes
 - 2.7. Chiffres clés
- 3. Les atouts à mettre en avant
 - 3.1. Des facettes multiples
 - 3.2. Un modèle peu coûteux
 - 3.3. Les caractéristiques essentielles
 - 3.4. Economies croisées
 - 3.5. Des comportements addictifs
 - 3.6. Des seuils de valeur ajoutée
 - 3.7. Favoriser le transport ferroviaire
 - 3.8. Quelques exemples de financements
- 4. Les handicaps perçus
 - 4.1. La chauffe au charbon
 - 4.2. Une origine militante
- 5. Conclusion

2009 : 3,5 millions d'entrées

2007 : 3,2 millions d'entrées

2005 : 3 millions d'entrées



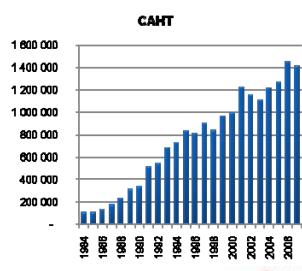
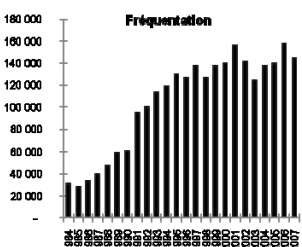
14



2.6. Succes story en Cévennes

- 1. Le contexte français
 - 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
 - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
 - 1.3. Une communication partielle
 - 1.4. Les déplacements touristiques en France
- 2. Un panorama
 - 2.1. Une activité peu héliotrope
 - 2.2. Les différents espaces géographiques
 - 2.3. Un mode de gestion privilégié
 - 2.4. La montagne : le leader
 - 2.5. Populaires et dynamiques
 - 2.6. Succes story en Cévennes
 - 2.7. Chiffres clefs
- 3. Les atouts à mettre en avant
 - 3.1. Des facettes multiples
 - 3.2. Un modèle peu couteux
 - 3.3. Les caractéristiques essentielles
 - 3.4. Economies croisées
 - 3.5. Des comportements addictifs
 - 3.6. Des seuils de valeur ajoutée
 - 3.7. Favoriser le transport ferroviaire
 - 3.8. Quelques exemples de financements
- 4. Les handicaps perçus
 - 4.1. La chauffe au charbon
 - 4.2. Une origine militante
- 5. Conclusion

- Le Train à Vapeur des Cévennes
- Traction vapeur
- 13 Km de voie ferrée (Standard gauge)
- 8 AR quotidiens
- 1986 :
 - 30 000 PAX
 - Exploitation associative
- 2009 :
 - 145 000 PAX
 - Exploitation commerciale privée
 - 18 emplois directs



2.7. Chiffres clefs

- 1. Le contexte français
 - 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
 - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
 - 1.3. Une communication partielle
 - 1.4. Les déplacements touristiques en France
- 2. Un panorama
 - 2.1. Une activité peu héliotrope
 - 2.2. Les différents espaces géographiques
 - 2.3. Un mode de gestion privilégié
 - 2.4. La montagne : le leader
 - 2.5. Populaires et dynamiques
 - 2.6. Succes story en Cévennes
 - 2.7. Chiffres clefs
- 3. Les atouts à mettre en avant
 - 3.1. Des facettes multiples
 - 3.2. Un modèle peu couteux
 - 3.3. Les caractéristiques essentielles
 - 3.4. Economies croisées
 - 3.5. Des comportements addictifs
 - 3.6. Des seuils de valeur ajoutée
 - 3.7. Favoriser le transport ferroviaire
 - 3.8. Quelques exemples de financements
- 4. Les handicaps perçus
 - 4.1. La chauffe au charbon
 - 4.2. Une origine militante
- 5. Conclusion

100	• Chemins de fer touristiques en France
1200	• Kilomètres de voies ferrées exploitées
3 500 000	• Clients en 2009 – Voyageurs payants = PAX -
9,2 €	• La recette moyenne par client.
1€	• Plus value économique pour le territoire pour 1 C de recette ferroviaire – Sur la base d’une amplitude horaire comprise entre 40 et 120 minutes et pour la part de la fréquentation excédant le seuil marchand estimé à 30 000 PAX.
400	• Emplois directs soit un ratio de 1 emploi direct pour 8 750 clients, le ratio national est de 1 emploi direct pour 10 000 clients (PAX)



3. Les atouts à mettre en avant



3.1. Des facettes multiples

1. Le contexte français
 - 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
 - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
 - 1.3. Une communication partielle
 - 1.4. Les déplacements touristiques en France

2. Un panorama
 - 2.1. Une activité peu héliotrope
 - 2.2. Les différents espaces géographiques
 - 2.3. Un mode de gestion privilégié
 - 2.4. La montagne : le leader
 - 2.5. Populaires et dynamiques
 - 2.6. Success story en Cévennes
 - 2.7. Chiffres clés

3. Les atouts à mettre en avant
 - 3.1. Des facettes multiples
 - 3.2. Un modèle peu coûteux
 - 3.3. Les caractéristiques essentielles
 - 3.4. Economies croisées
 - 3.5. Des comportements addictifs
 - 3.6. Des seuils de valeur ajoutée
 - 3.7. Favoriser le transport ferroviaire
 - 3.8. Quelques exemples de financements

4. Les handicaps perçus
 - 4.1. La chauffe au charbon
 - 4.2. Une origine militante

5. Conclusion

La seule approche économique est réductrice mais elle est nécessaire pour emporter des décisions de financements.

Forts de solides arguments, les projets de création et de développement de chemins de fer touristiques soutiennent la comparaison avec tout autre projet.

La dimension affective est importante : le souvenir d'une génération aujourd'hui âgée de plus de 50 ans mais encore largement aux postes de gouvernance.

La dimension sociale est déterminante : La plupart des exploitations proviennent de projets associatifs qui ont su cristalliser une demande sociale; ces projets ont bénéficié d'engagement humains bénévoles remarquables.

Des effets discriminants sur les territoires ruraux : Diffuses et hétérogènes, les offres touristiques en milieu rural ne peuvent atteindre seules les seuils économiques nécessaires à une économie de marché et ne peuvent répondre à la variabilité de la demande; par leurs effets structurants, les chemins de fer touristiques apportent des solutions particulièrement adaptées comme la possibilité de divers scénarii de consommation.

La dimension environnementale : Le rendement énergétique du chemin de fer est bien meilleure que celui du mode routier, nous recyclons des véhicules anciens, l'insertion paysagère de nos lignes est remarquable, seule la consommation de charbon pourrait poser problème si des mesures efficaces de réduction des polluants n'existaient pas : Allumage au bois.

La dimension patrimoniale : Sans les chemins de fer touristiques, les véhicules ferroviaires historiques resteraient des objets énigmatiques pour des musées poussiéreux.
- 19
-
- ### 3.2. Un modèle peu coûteux (1)
1. Le contexte français
 - 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
 - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
 - 1.3. Une communication partielle
 - 1.4. Les déplacements touristiques en France

2. Un panorama
 - 2.1. Une activité peu héliotrope
 - 2.2. Les différents espaces géographiques
 - 2.3. Un mode de gestion privilégié
 - 2.4. La montagne : le leader
 - 2.5. Populaires et dynamiques
 - 2.6. Success story en Cévennes
 - 2.7. Chiffres clés

3. Les atouts à mettre en avant
 - 3.1. Des facettes multiples
 - 3.2. Un modèle peu coûteux
 - 3.3. Les caractéristiques essentielles
 - 3.4. Economies croisées
 - 3.5. Des comportements addictifs
 - 3.6. Des seuils de valeur ajoutée
 - 3.7. Favoriser le transport ferroviaire
 - 3.8. Quelques exemples de financements

4. Les handicaps perçus
 - 4.1. La chauffe au charbon
 - 4.2. Une origine militante

5. Conclusion

Les chemins de fer touristiques ne sont pas des services publics de transport, ils ne profitent pas d'un cadre « sur mesure ».

Le modèle économique des chemins de fer touristiques est peu coûteux et efficace.

The diagram compares the economic models of two types of railways:

 - Chemins de fer touristiques**: This model is divided into two main categories: **Investissement** (Investment) and **Entretien** (Maintenance). Under Investment, the components are Voie ferrée, Matériels roulants, Ouvrages d'art, and Garages. Under Maintenance, the components are Voie ferrée, Matériels roulants, Ouvrages d'art, and Garages. The bottom row shows the management structure: L'Etat, Collectivités locales, L'Etat, Collectivités locales, Collectivités locales, L'Etat, L'Etat, L'Etat, L'Etat, L'Etat.
 - Trains régionaux (TER de la SNCF)**: This model is also divided into **Investissement** and **Entretien**. The components are the same as for tourist railways. The bottom row shows the management structure: L'Etat (Min), Région, Région, L'Etat (Min), Région, Région, SNCF, L'Etat (Etat), SNCF, L'Etat (Etat), SNCF.

20

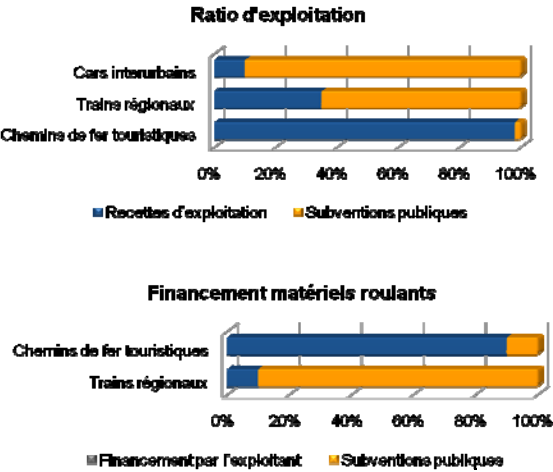
Jean-Michel Gasc - Approche de l'économie des chemins de fer touristiques français

© FEDECRAIL and Author, 2010

10

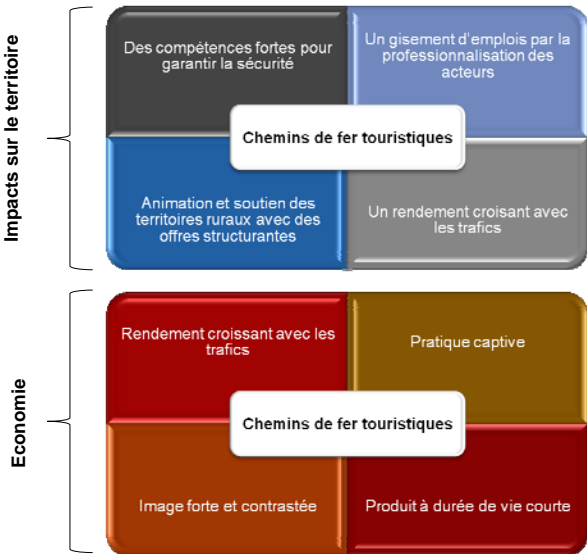
3.2. Un modèle peu couteux (2)

- 1. Le contexte français
 - 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
 - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
 - 1.3. Une communication partielle
 - 1.4. Les déplacements touristiques en France
- 2. Un panorama
 - 2.1. Une activité peu héliotrope
 - 2.2. Les différents espaces géographiques
 - 2.3. Un mode de gestion privilégié
 - 2.4. La montagne : le leader
 - 2.5. Populaires et dynamiques
 - 2.6. Success story en Cévennes
 - 2.7. Chiffres clés
- 3. Les atouts à mettre en avant
 - 3.1. Des facettes multiples
 - 3.2. Un modèle peu couteux
 - 3.3. Les caractéristiques essentielles
 - 3.4. Economies croisées
 - 3.5. Des comportements addictifs
 - 3.6. Des seuils de valeur ajoutée
 - 3.7. Favoriser le transport ferroviaire
 - 3.8. Quelques exemples de financements
- 4. Les handicaps perçus
 - 4.1. La chauffe au charbon
 - 4.2. Une origine militante
- 5. Conclusion



3.3. Les caractéristiques essentielles

- 1. Le contexte français
 - 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
 - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
 - 1.3. Une communication partielle
 - 1.4. Les déplacements touristiques en France
- 2. Un panorama
 - 2.1. Une activité peu héliotrope
 - 2.2. Les différents espaces géographiques
 - 2.3. Un mode de gestion privilégié
 - 2.4. La montagne : le leader
 - 2.5. Populaires et dynamiques
 - 2.6. Success story en Cévennes
 - 2.7. Chiffres clés
- 3. Les atouts à mettre en avant
 - 3.1. Des facettes multiples
 - 3.2. Un modèle peu couteux
 - 3.3. Les caractéristiques essentielles
 - 3.4. Economies croisées
 - 3.5. Des comportements addictifs
 - 3.6. Des seuils de valeur ajoutée
 - 3.7. Favoriser le transport ferroviaire
 - 3.8. Quelques exemples de financements
- 4. Les handicaps perçus
 - 4.1. La chauffe au charbon
 - 4.2. Une origine militante
- 5. Conclusion



3.4. Économies croisées

1. Le contexte français

- 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
- 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
- 1.3. Une communication partielle
- 1.4. Les déplacements touristiques en France

2. Un panorama

- 2.1. Une activité peu héliotrope
- 2.2. Les différents espaces géographiques
- 2.3. Un mode de gestion privilégié
- 2.4. La montagne : le leader
- 2.5. Populaires et dynamiques
- 2.6. Success story en Cévennes
- 2.7. Chiffres clés

3. Les atouts à mettre en avant

- 3.1. Des facettes multiples
- 3.2. Un modèle peu coûteux
- 3.3. Les caractéristiques essentielles
- 3.4. Economies croisées
 - 3.5. Des comportements addictifs
 - 3.6. Des seuils de valeur ajoutée
 - 3.7. Favoriser le transport ferroviaire
 - 3.8. Quelques exemples de financements

4. Les handicaps perçus

- 4.1. La chauffe au charbon
- 4.2. Une origine militante

5. Conclusion

Dans nos activités les charges fixes prévalent sur les charges variables; il existe un intérêt central à couvrir les charges fixes :

- Augmentation du chiffres d'affaires,
- Dispositions particulières pour couvrir les charges fixes.

Le produit « Chemin de fer touristique » a une durée de vie courte : tel jour, à telle heure, une place non vendue est irrémédiablement perdue ! Il existe beaucoup de personnes qui ne souhaitent pas ou qui n'ont pas l'idée de prendre le train touristique et toute autre prestation marchande à proximité. Par exemples les restaurants ont aussi des charges fixes prévalentes.

La simple addition des deux prestation zest réservée aux chalands intéressés :

Le train :	10 €	marge 4 €
Le restaurant :	14 €	marge 6 €
Le produit non remisé :	24 €	marge cumulée 10 €

L'idée, pour participer à la couverture des charges fixes du train et du restaurant est un forfait spécifique commercialisé par un canal particulier. La structure du prix devient :

Le train	6 €	Charges fixes couvertes / marge = 0 €
Le restaurant	8 €	Charges fixes couvertes / marge = 0 €
La mise en marché	1 €	Canal spécifique
Le produit remisé	15 €	Le restaurant + 1 € = Forfait et Le train + 5 € = Forfait.

L'analyse des structures de coût permet la mise en place de produits forfaitisés.

La condition de cette promotion croisée est une séparation des canaux de commercialisation

23

3.5. Des comportements addictifs

1. Le contexte français

- 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
- 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
- 1.3. Une communication partielle
- 1.4. Les déplacements touristiques en France

2. Un panorama

- 2.1. Une activité peu héliotrope
- 2.2. Les différents espaces géographiques
- 2.3. Un mode de gestion privilégié
- 2.4. La montagne : le leader
- 2.5. Populaires et dynamiques
- 2.6. Success story en Cévennes
- 2.7. Chiffres clés


3. Les atouts à mettre en avant

- 3.1. Des facettes multiples
- 3.2. Un modèle peu coûteux
- 3.3. Les caractéristiques essentielles
- 3.4. Economies croisées
- 3.5. Des comportements addictifs
- 3.6. Des seuils de valeur ajoutée
- 3.7. Favoriser le transport ferroviaire
- 3.8. Quelques exemples de financements

4. Les handicaps perçus

- 4.1. La chauffe au charbon
- 4.2. Une origine militante

5. Conclusion



Trois addictions favorisent la pratique des chemins de fer touristiques et la formation des retombées économiques :

- La voiture : l'angoisse de s'en éloigner
- La nourriture : la faim qui revient toutes les 2 à 3 heures.
- La télévision : « L'information » anxiogène favorisant des pratiques sans risque

Parking

Aller

Repas

Visite

Retour

Pour un trajet ferroviaire de moins de 60 minutes : Produit demie- journée : les plus faciles à commercialiser

Pour un trajet ferroviaire de moins de 120 minutes : Produit journée : les plus ambitieux

24

3.6. Des seuils de valeur ajoutée

1. Le contexte français

- 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
- 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
- 1.3. Une communication partielle
- 1.4. Les déplacements touristiques en France

2. Un panorama

- 2.1. Une activité peu héliotrope
- 2.2. Les différents espaces géographiques
- 2.3. Un mode de gestion privilégié
- 2.4. La montagne : le leader
- 2.5. Populaires et dynamiques
- 2.6. Success story en Cévennes
- 2.7. Chiffres clés

3. Les atouts à mettre en avant

- 3.1. Des facettes multiples
- 3.2. Un modèle peu coûteux
- 3.3. Les caractéristiques essentielles
- 3.4. Economies croisées
- 3.5. Des comportements addictifs
- 3.6. Des seuils de valeur ajoutée
- 3.7. Favoriser le transport ferroviaire
- 3.8. Quelques exemples de financements

4. Les handicaps perçus

- 4.1. La chauffe au charbon
- 4.2. Une origine militante

5. Conclusion

180 000 PAX = PNP (incluant les centres de profits / gares dans le périmètre de l'exploitant)

120 000 PAX = Seuil d'équilibre des centres de profits / gares dans le périmètre de l'exploitant et infrastructure mise à disposition grand public

80 000 PAX = Point d'équilibre Section sociale / Produit pérenne. Investissement 100 % collectivités publiques


30 000 PAX = Seuil d'équilibre gestion associative / Réseau. Investissement 100 % collectivités

10 000 PAX

Produit touristique

Seuil de valeur ajoutée

Activité de nature touristique

25

3.7. Favoriser le transport ferroviaire

1. Le contexte français

- 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
- 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
- 1.3. Une communication partielle
- 1.4. Les déplacements touristiques en France

2. Un panorama

- 2.1. Une activité peu héliotrope
- 2.2. Les différents espaces géographiques
- 2.3. Un mode de gestion privilégié
- 2.4. La montagne : le leader
- 2.5. Populaires et dynamiques
- 2.6. Success story en Cévennes
- 2.7. Chiffres clés

3. Les atouts à mettre en avant

- 3.1. Des facettes multiples
- 3.2. Un modèle peu coûteux
- 3.3. Les caractéristiques essentielles
- 3.4. Economies croisées
- 3.5. Des comportements addictifs
- 3.6. Des seuils de valeur ajoutée
- 3.7. Favoriser le transport ferroviaire
- 3.8. Quelques exemples de financements

4. Les handicaps perçus

- 4.1. La chauffe au charbon
- 4.2. Une origine militante

5. Conclusion

Dans les années 80 au Brésil, le gouvernement Lula décide d'accorder des concessions pour la rénovation de lignes ferroviaires non exploitées à des opérateurs de chemins de fer touristique.


L'idée est que l'économie générée par le tourisme est beaucoup plus importante que celle pouvant être générée par une demande de transport.


Dans un second temps, une offre de transport ferroviaire peut être rétablie, à coût marginal.

Plus modestement, les chemins de fer touristiques français préservent et remettent en état des voies ferrées, favorisant ainsi le retour du transport ferroviaire sur des lignes desquelles il avait disparu.

Première étape en 2010, le Train du Pays cathare et du Fenouillèdes vient de recevoir sa première licence d'opérateur ferroviaire, donc va pouvoir réaliser des trafics de fret.

Conscients du retard accumulé en France par rapport à d'autres pays européens, les chemins de fer touristiques français sorte de leur marginalité pour entrer dans le système ferroviaire en qualité d'« Opérateurs ferroviaires de Proximité ».



26

Jean-Michel Gasc - Approche de l'économie des chemins de fer touristiques français

© FEDECRAIL and Author, 2010

13

3.7. Quelques exemples de financements publics

- 1. Le contexte français
 - 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
 - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
 - 1.3. Une communication partielle
 - 1.4. Les déplacements touristiques en France
 - 2. Un panorama
 - 2.1. Une activité peu héliotrope
 - 2.2. Les différents espaces géographiques
 - 2.3. Un mode de gestion privilégié
 - 2.4. La montagne : le leader
 - 2.5. Populaires et dynamiques
 - 2.6. Success story en Cévennes
 - 2.7. Chiffres clés
 - 3. Les atouts à mettre en avant
 - 3.1. Des facettes multiples
 - 3.2. Un modèle peu coûteux
 - 3.3. Les caractéristiques essentielles
 - 3.4. Economies croisées
 - 3.5. Des comportements addictifs
 - 3.6. Des seuils de valeur ajoutée
 - 3.7. Favoriser le transport ferroviaire
 - 3.8. Quelques exemples de financements
 - 4. Les handicaps perçus
 - 4.1. La chauffe au charbon
 - 4.2. Une origine militante
 - 5. Conclusion
- Fort de la méthode et des données rassemblés et diffusés par l'UNETO, certains projets parviennent à profiter de financements publics :**
- Le chemin de fer du Bas Berry :**
 - Gestion associative
 - 5 000 visiteurs
 - 1 400 000 Euros** pour un programme de développement
 - Le chemin de fer de la Mure :**
 - Gestion commerciale privée
 - 70 000 visiteurs
 - 21 000 000 Euros** pour le remplacement de la caténaire et la remise à niveau
 - Le chemin de fer Pontarlier Vallorbe**
 - Gestion associative
 - 18 000 visiteurs
 - 11 000 000 Euros** pour la connexion avec une ville, une station de moyenne montagne et une liaison transfrontalière
- Malgré ces résultats encourageants, les chemins de fer touristiques français restent loin derrière d'autres équipements touristiques.**

27



Train du petit Anjou

3. Les handicaps perçus



29



4.1. La chauffe au charbon

- 1. Le contexte français
 - 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
 - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
 - 1.3. Une communication partielle
 - 1.4. Les déplacements touristiques en France
 - 2. Un panorama
 - 2.1. Une activité peu héliotrope
 - 2.2. Les différents espaces géographiques
 - 2.3. Un mode de gestion privilégié
 - 2.4. La montagne : le leader
 - 2.5. Populaires et dynamiques
 - 2.6. Succès story en Cévennes
 - 2.7. Chiffres clefs
 - 3. Les atouts à mettre en avant
 - 3.1. Des facettes multiples
 - 3.2. Un modèle peu coûteux
 - 3.3. Les caractéristiques essentielles
 - 3.4. Economies croisées
 - 3.5. Des comportements addictifs
 - 3.6. Des seuils de valeur ajoutée
 - 3.7. Favoriser le transport ferroviaire
 - 3.8. Quelques exemples de financements
 - 4. Les handicaps perçus
 - 4.1. La chauffe au charbon
 - 4.2. Une origine militante
 - 5. Conclusion
- Pour soutenir un argumentaire face à des financeurs ou des projets concurrents, il est indispensable de connaître ses points faibles.
 - Si la chauffe au charbon est recherchée par les exploitants et les amoureux du chemin de fer sa perception est différente :
 - Pour le grand public,
 - Pour les médias.
 - Même s'il existe des argumentaires relativisant la nocivité de la chauffe au charbon, force est de constater que la combustion du charbon dégage des composés polluants.
 - La réponse proposée par l'UNECTO est multiple :
 - Préchauffage au bois des locomotives,
 - Expérimentation de la chauffe au bois en ligne,
 - Mise en avant du rendement énergétique, global,
 - Aspects marginaux des polluants d'un point de vue quantitatifs,
 - Autres atouts environnementaux : Décongestion automobile, insertion paysagère, bruits, sécurité ...

30



4.2. Une origine militante

- 1. Le contexte français
 - 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
 - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
 - 1.3. Une communication partielle
 - 1.4. Les déplacements touristiques en France
 - 2. Un panorama
 - 2.1. Une activité peu héliotrope
 - 2.2. Les différents espaces géographiques
 - 2.3. Un mode de gestion privilégié
 - 2.4. La montagne : le leader
 - 2.5. Populaires et dynamiques
 - 2.6. Success story en Cévennes
 - 2.7. Chiffres clés
 - 3. Les atouts à mettre en avant
 - 3.1. Des facettes multiples
 - 3.2. Un modèle peu coûteux
 - 3.3. Les caractéristiques essentielles
 - 3.4. Economies croisées
 - 3.5. Des comportements addictifs
 - 3.6. Des seuils de valeur ajoutée
 - 3.7. Favoriser le transport ferroviaire
 - 3.8. Quelques exemples de financements
 - 4. Les handicaps perçus
 - 4.1. La chauffe au charbon
 - 4.2. Une origine militante
 - 5. Conclusion
- Les chemins de fer touristiques français sont majoritairement issus de nombreuses associations bénévoles et militantes.
 - Avec toutes les susceptibilités et difficultés relatives à l'évolution du mode de gestion, les associations montrent qu'elles permettent la professionnalisation et le développement des chemins de fer touristiques.
 - L'idée portée avec force est la suivante : « Le chemin de fer peut être autre chose qu'un simple mode de transport ».
 - Les chemins de fer touristiques français font preuve d'un dynamisme remarquable dans un environnement institutionnels très contraint.
 - Les Régions, Autorités Organisatrices des Transport commencent à prendre au sérieux nos exploitations alternatives comme en témoignent l'adhésion récente de plusieurs collectivités locales à l'UNECTO.
 - L'UNECTO permet de :
 - Rassurer les Pouvoirs Publics par un haut niveau de compétences,
 - Fédérer les exploitants par des enjeux collectifs,
 - Banaliser l'activité auprès des financeurs publics en employant leurs normes et leurs méthodes.

31



Train du Bas Berry



3. Conclusion




5. Conclusion

- 1. Le contexte français
 - 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
 - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
 - 1.3. Une communication partielle
 - 1.4. Les déplacements touristiques en France
- 2. Un panorama
 - 2.1. Une activité peu hétérope
 - 2.2. Les différents espaces géographiques
 - 2.3. Un mode de gestion privilégié
 - 2.4. La montagne : le leader
 - 2.5. Populaires et dynamiques
 - 2.6. Success story en Cévennes
 - 2.7. Chiffres clefs
- 3. Les atouts à mettre en avant
 - 3.1. Des facettes multiples
 - 3.2. Un modèle peu coûteux
 - 3.3. Les caractéristiques essentielles
 - 3.4. Economies croisées
 - 3.5. Des comportements addictifs
 - 3.6. Des seuils de valeur ajoutée
 - 3.7. Favoriser le transport ferroviaire
 - 3.8. Quelques exemples de financements
- 4. Les handicaps perçus
 - 4.1. La chauffe au charbon
 - 4.2. Une origine militante
- 5. Conclusion
 - Dans un marché très important, les chemins de fer touristiques ont [de nombreuses qualités à faire valoir](#).
 - L'approche économique est une bonne entrée en matière car les arguments sont efficaces, étayés et bien adaptés aux espaces ruraux mais, hélas ils sont encore trop [confidentiels](#).
 - La vocation de l'UNECTO est de faire connaître une activité touristique créatrice de valeurs ajoutées qui supporte, sans complexe, [la comparaison avec d'autres formes de tourisme](#).
 - Pour conforter l'approche économique, les dimensions sociales, culturelles et territoriales permettent des argumentaires [efficaces sur le terrain de l'intérêt général](#) où les activités touristiques marchandes sont globalement pauvres.
 - Conscient que le devenir des chemins de fer touristiques passent par une [sensibilisation des instances nationales et européennes](#), l'UNECTO apporte son concours et son soutien à FEDECRAIL.

Tous les deux ans, un salon des chemins de fer touristiques



35





Les chemins de fer touristiques français
vous remercie de votre attention


À dessin / Qualifié OPCI/ Adhérent GÉFL / EDQA Ministère des transports / 05 61 88 49 42 – a.dessain@orange.fr






FEDECRAIL YouthCamp 2009
Deutschland / Germany / Allemagne
31.07.2009 – 09.08.2009
Projektrückblick / Project review / Rétrospective sur le projet
30.04.2010

Präsentiert von / Presentation given by / Présente par
FEDECRAIL / VDMT
Projektgruppe / organisation team / équipe d'organisation



European Federation of Museum & Tourist Railways
Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques
Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen


Verband
Deutscher Museums- und Touristikbahnen



Einführung Jugendaustausch 2009
Introduction to YouthCamp 2009
Introduction au Camp de Jeunesse 2009

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

2




European Federation of Museum & Tourist Railways

Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques

Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband

Deutscher Museums- und Touristikbahnen



FEDECRAIL Mitglieder und der Jugendaustausch 2009

FEDECRAIL members and YouthCamp 2009

Membres FEDECRAIL et Camp de Jeunesse 2009

FEDECRAIL Mitglied

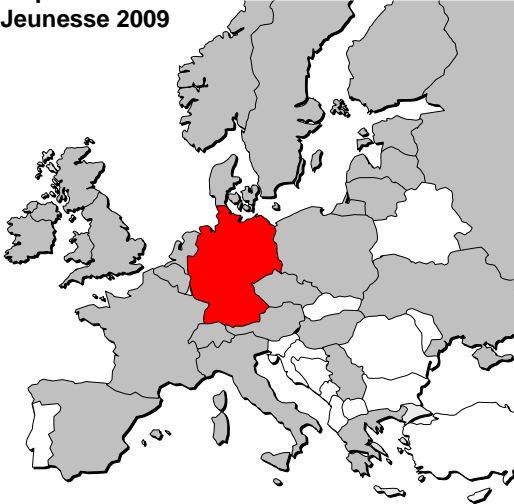
FEDECRAIL members

Membre FEDECRAIL

Jugendaustausch 2009


YouthCamp 2009

Camp de Jeunesse 2009



Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

3




European Federation of Museum & Tourist Railways

Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques

Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband

Deutscher Museums- und Touristikbahnen



Gastgeber / Host / Hôte 2009

Verband Deutscher Museums- und Touristikbahnen

Association of German Museum and Tourist Railways

Fédération Allemande

des Chemins de Fer Touristiques et Historiques


Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

4

Bruno Rebbelmund - FEDECRAIL Youth Camp 2009/Germany


© FEDECRAIL and Author, 2010

2



European Federation of Museum & Tourist Railways
Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques
Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband
Deutscher Museums- und Touristikbahnen




Ziel des FEDECRAIL Jugendaustausches
Aim of FEDECRAIL YouthCamp
But du Camp de Jeunesse FEDECRAIL

- Ziel des Jugendaustausches ist die Vernetzung der Museumsbahnen in der EU durch Förderung von gegenseitigem kulturellen Verständnis und Erfahrungsaustausch unter den Jugendlichen aus dem Bereich der Eisenbahn.
- The aim of the YouthCamp is to establish a network of museum railways and museums within the EU through the support of cultural understanding and exchange of experience by young people in the area of railways.
- Le Camp de Jeunesse a pour but de créer une lise en contact des chemins de fer touristiques et historiques au sein de la Communauté Européenne et de promouvoir les échanges culturels et les échanges de vues dans le domaine des chemins de fer.


Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

5



European Federation of Museum & Tourist Railways
Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques
Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband
Deutscher Museums- und Touristikbahnen

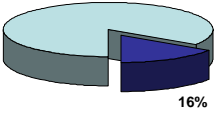


Teilnehmer / Participants / Participants

Über 20 Teilnehmer aus ganz Europa
About 20 participants from all over Europe
Plus de 20 participants venus de toute l'Europe

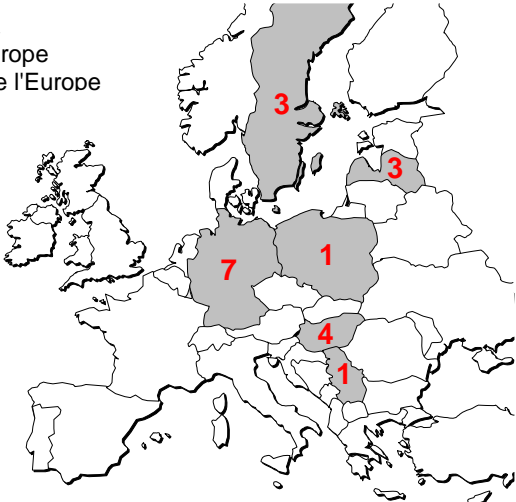
■ Deutschland/Germany/Allemagne	7 (+ 4 Team)
■ Ungarn/Hungary/Hongrie	4
■ Lettland/Latvia/Lettonie	3
■ Polen/Poland/Pologne	1
■ Serbien/Serbia/Serbie	1
■ Schweden/Sweden/Suède	3
TOTAL	23

84%
männlich
male
mäle




16%
weiblich
female
femelle

Stand/Status/Etat: 05.04.2009




Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

6

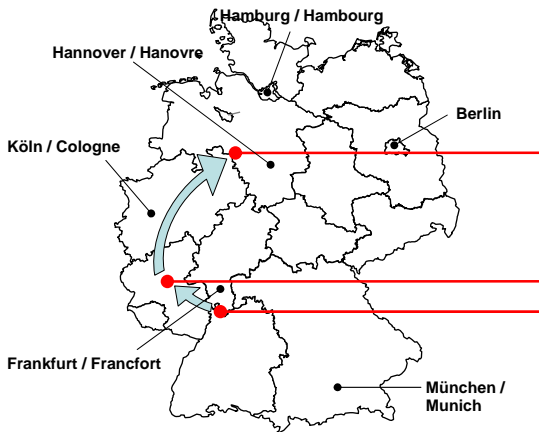


European Federation of Museum & Tourist Railways
Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques
Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband
Deutscher Museums- und Touristikbahnen



Standorte / Locations / Sites




Minden
(Ende / Finish / Fin)

Brohlthal
(Zwischenstopp / Breakpoint / Escale)

Darmstadt-Kranichstein
(Beginn / Start / Départ)


Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

7



European Federation of Museum & Tourist Railways
Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques
Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband
Deutscher Museums- und Touristikbahnen







Zeitplan / Timetable / Horaire


31.07.09	Ankunft Arrival Arrivée	<ul style="list-style-type: none">Empfang aller Teilnehmer in Darmstadt-KranichsteinWelcome of participants in Darmstadt-KranichsteinRéception de tous les participants à Darmstadt-Kranichstein
31.07.09 – 03.08.09	Darmstadt-Kranichstein	<ul style="list-style-type: none">Arbeiten im Museum / StadtführungJobs in the museum / guided city tourTravaux au musée / Visite guidée de la villeDampffahrt innerhalb des BahnhofsSteam train ride within stationParcours en train en vapeur dans l'enceinte de la gare
04.08.09		<ul style="list-style-type: none">Eisenbahn-Reise entlang des „Oberen Mittelrheintals“ (UNESCO Weltkulturerbe)Travel along the „Oberen Mittelrheintals“ (UNESCO World Heritage site)Voyage en chemin de fer le long de la partie supérieure de la Vallée du Rhin moyen (patrimoine mondial de l'humanité UNESCO)

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

8


		European Federation of Museum & Tourist Railways Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen	Verband Deutscher Museums- und Touristikbahnen	
Zeitplan / Timetable / Horaire				
04.08. - 05.08.09	Brohltal	<ul style="list-style-type: none">Fahrten mit der Schmalspurbahn „Vulkan-Express“Narrow-gauged railway ride with „Vulkan-Express“Trajets avec le chemin de fer à voie étroite "Vulkan-Express"Arbeiten an der SchmalspurbahnJobs at narrow-gauged railwayTravaux sur le chemin de fer à voie étroite		
06.08.09		<ul style="list-style-type: none">Besuch des DB-Museums Koblenz-Lützel mit ÜbernachtungVisit of DB museum Koblenz-Lützel with overnight stayVisite du Musée de la DB de Koblenz-Lützel avec hébergement pour la nuitHochgeschwindigkeitsfahrt mit ICE-3 nach Minden (300km/h)High-speed trip with ICE 3 to Minden (300 km/h)Trajet à très grande vitesse avec l'ICE-3 en direction de Minden (300 km/h)		
Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010				9

		European Federation of Museum & Tourist Railways Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen	Verband Deutscher Museums- und Touristikbahnen	
Zeitplan / Timetable / Horaire				
07.08.09 – 08.08.09	Minden	<ul style="list-style-type: none">Besuch der DB Systemtechnik, Standort Minden mit FührungVisit at DB Systemtechnik, Minden with guided tourVisite de DB Systemtechnik, visite guidée du site de MindenBesuch bei der Ersten Museumseisenbahn Deutschlands in Bruchhausen-VilsenVisit of Germany's first museum railway at Bruchhausen-VilsenVisite du premier chemin de fer historique d'Allemagne à Bruchhausen-Vilsen		
09.08.09	Abreise Departure Départ	<ul style="list-style-type: none">Arbeiten im Museum, Dampfzugfahrt mit dem „Preußenzug“Job in the museum, steam train ride with „Prussia-Train“Travaux au musée, trajet en train à vapeur avec le "Train Prussien"Verabschiedung aller TeilnehmerFarewell all participantsPrise de congé de tous les participants		
Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010				10



European Federation of Museum & Tourist Railways
Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques
Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen


Verband
Deutscher Museums- und Touristikbahnen



Vorbereitungen für den Jugendaustausch 2009
Preparations for YouthCamp 2009
Préparatifs pour le Camp de Jeunesse 2009


Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

11



European Federation of Museum & Tourist Railways
Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques
Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband
Deutscher Museums- und Touristikbahnen



Vorbereitungen / Preparations / Préparatifs
Organisationsstruktur / organisation structure / structure d'organisation

VDMT
Präsident / President / Président
Heimo Echensperger

Projektgruppe / Organisation team
Equipe d'organisation

Projektmanager örtlich
Project manager locations
Chefs de projets locaux

DA - Kranichstein
Christian Zähl *

Brohltal
Stefan Raab

Minden
Angelika Röttger *

Querschnittaufgaben
Cross-coordination
Coordination des tâches

VDMT+FEDECRAIL
Bruno Rebbelmund

Sekretär / Secretary /
Secrétaire
Christian Albers *


* Teilnehmer des FEDECRAIL Jugendaustauschs 2008 Lettland
Participants of FEDECRAIL YouthCamp 2008 Latvia
Participants du Camp de Jeunesse FEDECRAIL 2008 Lettonie

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

12

Bruno Rebbelmund - FEDECRAIL Youth Camp 2009/Germany
© FEDECRAIL and Author, 2010

6




European Federation of Museum & Tourist Railways

Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques

Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband

Deutscher Museums- und Touristikbahnen




Vorbereitungen / Preparations / Préparatifs

- Ein grober Meilensteinplan ermöglichte einen Überblick über Schritte und diente als Orientierungshilfe für die Durchführung des Jugendaustausch.
- A rough milestone plan enabled an overview over project steps and served as a first guideline to the YouthCamp.
- Un plan jalonné a permis d'avoir un aperçu des diverses phases et a servi de base pour la réalisation du Camp de Jeunesse.

Kalenderwoche	47	48	49	50	51	52	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
	Dezember					Januar				Februar				März				April				Mai				Juni				Juli				August				
Grobe Vorplanung fertig																																						
Vorplanung fertig																																						
VDMT Vorstandssitzung																																						
1. Projektmeeting und offizielle Auftaktveranstaltung																																						
Einladungen erstellen																																						
Einladungen an VDMT																																						
VDMT sendet Einladungen																																						
Pressearbeit / PR / Einladungen																																						
Anmeldeschluss																																						
2. Projektmeeting mit Anpassung der Planungen																																						
1. Teilnehmerinformation																																						
Bestellung Fahrkarten, Tickets, Buchung Termine durch Team																																						
- noch offen -																																						
letzte Teilnehmerinformation																																						
FEDECRAIL Youth Exchange 2009																																						

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

13




European Federation of Museum & Tourist Railways

Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques

Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband

Deutscher Museums- und Touristikbahnen




Vorbereitungen / Preparations / Préparatifs

- Der FEDECRAIL Jugendaustausch 2009 war der erste von Jugendlichen organisierte Jugendaustausch
- FEDECRAIL YouthCamp 2009 was the first YouthCamp organised by young people
- Le Camp de Jeunesse FEDECRAIL 2009 était le premier Camp organisé par des jeunes gens
- Die jugendlichen Organisatoren waren durch die Teilnahme am Jugendaustausch 2008 in Lettland erfahren
- Young organisation team members were experienced through participation at YouthCamp 2008 in Latvia
- Les jeunes organisateurs avaient déjà une solide expérience car ils avaient participé au Camp de Jeunesse 2008 en Lettonie.


Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

14



European Federation of Museum & Tourist Railways
 Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques
 Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen


Verband
 Deutscher Museums- und Touristikbahnen



Vorbereitungen / Preparations / Préparatifs


- Regelmäßig wurden Telefonkonferenzen von den Mitgliedern des Organisationsteams gehalten, um den aktuellen Stand abzugleichen und zum Austausch von Erfahrungen
- Telephone conferences were held regularly to ensure the communication of current project status information and to be always up-to-date
- Des conférences téléphoniques ont été régulièrement organisées entre les membres de l'équipe d'organisation pour coordonner l'avancement des travaux et échanger leurs expériences
- Es fand ein Vorbereitungstreffen zur Feststellung und zum Abgleich der Vorbereitungen an allen Standorten statt
- Preparation meetings at all locations enabled a comparison and improvement of preparations at all locations
- Diverses réunions préparatoires ont eu lieu pour harmoniser l'avancement des travaux sur tous les sites

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010 15



European Federation of Museum & Tourist Railways
 Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques
 Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen


Verband
 Deutscher Museums- und Touristikbahnen



Vorbereitungen / Preparations / Préparatifs


- Das Organisationsteam traf zwei Tage vor Beginn des Jugendaustausches für die konkrete Vorbereitung am Standort Darmstadt-Kranichstein ein
- The Organisation team met two days before the start of the YouthCamp to do the detailed preparations in Darmstadt-Kranichstein
- L'équipe d'organisation est arrivée deux jours avant le début du Camp de Jeunesse pour assurer la préparation concrète sur le site de Darmstadt-Kranichstein
- Zahlreiche freiwillige Helfer von den lokalen Vereinen haben die Vorbereitungen und die Durchführung des Jugendaustausches unterstützt
- Several volunteers from local associations supported the preparations and the realisation of the YouthCamp
- De nombreux aides bénévoles des fédérations locales ont participé aux préparatifs et à la réalisation du Camp de Jeunesse

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010 16



European Federation of Museum & Tourist Railways
 Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques
 Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband
 Deutscher Museums- und Touristikbahnen




Finanzen des Jugendaustauschs 2009

Finances of YouthCamps 2009

Finances du Camp de Jeunesse 2009


Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

17



European Federation of Museum & Tourist Railways
 Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques
 Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband
 Deutscher Museums- und Touristikbahnen



Finanzen / Finances / Finances

Der Jugendaustausch 2009 wurde finanziert durch:
 Youthcamp 2009 was financed by:
 Le Camp de Jeunesse 2009 a été financé par :

- Teilnehmergebühr (100 Euro pro Teilnehmer)
- Participant fees (100 Euro from each participant)
- Les droits de participation (100 Euro par participant)

- VDMT Zuschuss (als Gastgeber des FEDECRAIL Jugendaustauschs 2009)
- VDMT subvention (as host of FEDECRAIL YouthCamp 2009)
- La subvention VDMT (en tant qu'hôte organisateur du Camp de jeunesse FEDECRAIL 2009)

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

18



European Federation of Museum & Tourist Railways

Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques

Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband

Deutscher Museums- und Touristikbahnen

Finanzen / Finances / Finances

- Zuschüsse vom Eisenbahnmuseum Darmstadt-Kranichstein, Museumseisenbahn Brohltal und Minden
- Subventions from the railway museum Darmstadt-Kranichstein, museum railway Brohltal and Minden
- Subventions du Musée des Chemins de fer de Darmstadt-Kranichstein et des chemins de fer historiques de Brohltal et Minden
- Private Zuschüsse (Sponsoren)
- Private subventions (private sponsors)
- Subventions privées (sponsors)

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

19

European Federation of Museum & Tourist Railways

Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques

Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband

Deutscher Museums- und Touristikbahnen

Finanzen / Finances / Finances

- Kostenstellenrechnung ermöglichte es dem Organisationsteam, Ausgaben und Einnahmen zu planen, zu berechnen und zu überwachen
- Cost center accounting enabled planning, calculating and supervising income and expenses
- Le décompte par postes de coûts a permis aux organisateurs de planifier, calculer et contrôler les recettes et les dépenses
- Eine Minitabelle ermöglichte eine Übersicht über alle Kostenstellen:
- A mini table enabled an short overview over all cost centers:
- Un mini-tableau a permis d'avoir un aperçu de tous les postes de coûts

Kostenstellenübersicht			
KOST	Ausgaben	Einnahmen	Differenz
1	3.523,47 €	3.523,47 €	0,00 €
2	1.760,00 €	1.760,00 €	0,00 €
3	2.673,59 €	2.440,00 €	-233,59 €
4	4.239,71 €	5.114,06 €	874,35 €
SUMME	12.196,77 €	12.837,53 €	640,76 €

Stand


Status

Etat

22.10.2009

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

20




European Federation of Museum & Tourist Railways

Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques

Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband

Deutscher Museums- und Touristikbahnen



Finanzen / Finances / Finances

■ 4 Kostenstellen-Tabellen

(eine für jeden Standort + 1 zentral) mit detaillierten Ausgaben und Einnahmen

■ 4 Cost-centre tables

(one for each location + 1 central) with detailed expenses and incomes

■ 4 tableaux des centres de coûts


(une pour chaque site + 1 central) avec dépenses et recettes détaillées

(Beispiel einer Kostenstellen-Tabelle / example of cost-center table / Exemple d'un tableau de centre de coûts)

Kostenstelle 1				Gültigkeit: 31.07.09 bis 04.08.09 (mittags)				
Ort: Darmstadt-Kranichstein				Projektleiter: Christian Zähl				
Ausgaben				Einnahmen				
Kostenart	Verwendungszweck	Datum	Betrag	Kostenart	Verwendungszweck	Herkunft	Datum	Betrag
.
.
.

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

21




European Federation of Museum & Tourist Railways

Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques

Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband

Deutscher Museums- und Touristikbahnen



Eindrücke vom Jugendaustausch 2009

Impressions of YouthCamp 2009

Impressions du Camp de Jeunesse 2009

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

22

Bruno Rebbelmund - FEDECRAIL Youth Camp 2009/Germany
© FEDECRAIL and Author, 2010

11



European Federation of Museum & Tourist Railways
Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques
Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband
Deutscher Museums- und Touristikbahnen



Eindrücke / Impressions / Impressions



Fahrt mit einer historischen Straßenbahn in Darmstadt
Trip with historic tram in Darmstadt
Trajet avec un tramway historique à Darmstadt

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

23



European Federation of Museum & Tourist Railways
Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques
Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband
Deutscher Museums- und Touristikbahnen



Eindrücke / Impressions / Impressions



Besuch der DB Systemtechnik (Minden), hier vor dem InterCityExperimental
Visit of DB Systemtechnik (Minden), here in front of the first ICE
Visite de DB Systemtechnik (Minden), ici devant l'InterCity Expérimental

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

24



European Federation of Museum & Tourist Railways
Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques
Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband
Deutscher Museums- und Touristikbahnen



Eindrücke / Impressions / Impressions



Besuch der Museumseisenbahn in Bruchhausen-Vilsen mit Dampfzugfahrt
Visit of museum railway at Bruchhausen-Vilsen with steam train ride
Visite du chemin de fer historique de Bruchhausen-Vilsen avec trajet en train à vapeur

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

25



European Federation of Museum & Tourist Railways
Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques
Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband
Deutscher Museums- und Touristikbahnen




Eindrücke / Impressions / Impressions



Teilnehmer bei Arbeiten an Fahrzeugen in Brohl
Participants working at vehicles in Brohl
Participants lors de travaux sur du matériel roulant à Brohl


Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

26




European Federation of Museum & Tourist Railways
Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques
Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband
Deutscher Museums- und Touristikbahnen




Eindrücke / Impressions / Impressions



Besuch von David T. Morgan (FEDECRAIL Präsident) in Darmstadt-Kranichstein
Visit of David T. Morgan (FEDECRAIL president) at Darmstadt-Kranichstein
Visite de David T. Morgan (Président de FEDECRAIL) à Darmstadt-Kranichstein


Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

27




European Federation of Museum & Tourist Railways
Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques
Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband
Deutscher Museums- und Touristikbahnen




Eindrücke / Impressions / Impressions



Teilnehmer in historischer Donnerbüchse
Participants in historic passenger car „Donnerbüchse“
Participants dans le wagon historique "Donnerbüchse"


Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

28



European Federation of Museum & Tourist Railways
Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques
Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband
Deutscher Museums- und Touristikbahnen



Abschiedssessen / Farewell-Lunch / Repas d'adieu (Minden, 08.08.2009):

Dampfschiff / steam ship / bateau á vapeur : “Seal of Minden”

Gäste / Guests / Hôtes :

- FEDECRAIL Direktor / Director / Directeur (Sten Erson-Wester)
- VDMT Präsident / President / Président (Heimo Echensperger)




Rede / Speech / Discours
Sten Erson-Wester



Dampfschiff / Steamship / Bateau á vapeur
Baujahr / year of construction / année de construction
1949
als / as / comme LABA in / at / en Prag / Prague


Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

29



European Federation of Museum & Tourist Railways
Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques
Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband
Deutscher Museums- und Touristikbahnen



Schlüsselband, Ausweis und Informationsordner
Key-lanyard, passports and information folder
Porte-clés bandoulière, badge et classeur d'information




Wenn der Besitzer dieses Ausweises sich verirrt hat, rufen Sie bitte an: (+49) (0)170-1795998
If the holder of this Passport finds they have become lost, please call: Christian Albers

- **Informationen / Informations / Informations :**
Zeitplan, Teilnehmerliste, dreisprachiges Eisenbahn-Wörterbuch, Stadtpläne, Eisenbahnkarte Deutschland etc.
Timetable, list of participants, FEDECRAIL railway dictionary, city maps, railway map of Germany etc.
Planning, liste des participants, dictionnaire trilingue des chemins de fer, plans des villes, carte des chemins de fer d'Allemagne, etc.




Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

30




European Federation of Museum & Tourist Railways
Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques
Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband
Deutscher Museums- und Touristikbahnen




Meinungen von Teilnehmern: POSITIVE Meinungen
Opinions of participants: POSITIVE opinions
Opinions des participants : Opinions POSITIVES



(einige direkte Zitate, wörtlich übersetzt / some direct quotations /
quelques citations directes, traduites littéralement)


- „Großartige Organisation / Great organisation / Une organisation formidable“
- “Sehr gutes Programm, gut geplant / Very good program, well planned / Un programme très intéressant et bien préparé”
- “Gutes Essen / Good food / Une bonne nourriture”
- “Haben viele schöne besondere Orte besucht / Visited many beautiful locations / Nous avons visité des endroits aussi beaux que particuliers”
- “Die Organisation des Jugendaustausch war detailliert / Organisation of the Youthcamp was very detailed / L'organisation du Camp était précise et détaillée”
- “Jeder war freundlich / Everybody was friendly / Tout le monde était sympa”
- “Wir kannten den Ablaufplan des nächsten Tages / We always knew the timetable for next day / Nous savions en détail ce que nous allions faire le lendemain”

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010
31




European Federation of Museum & Tourist Railways
Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques
Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband
Deutscher Museums- und Touristikbahnen



Meinungen von Teilnehmern: NEGATIVE Meinungen
Opinions of participants: NEGATIVE opinions
Opinions des participants : Opinions NEGATIVES




(einige direkte Zitate, wörtlich übersetzt / some direct quotations /
quelques citations directes, traduites littéralement)

- “Sehr frühes Aufstehen / Very early wake-up call / Il fallait se lever très tôt”
- “Zu spätes Abendessen / Dinner too late / On mangeait trop tard le soir”
- “Zuviel Regen / Too much rain / Trop de pluie”
- “Nicht genug Freizeit in den Städten / Not enough free time in the cities / Pas assez de temps libre dans les villes”
- “Nur ein paar Getränke ohne Kohlensäure / Only few non-sparkling soft drinks (gas, e.g. in mineral water/ Seulement quelques boissons non gazeuses”

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010
32






European Federation of Museum & Tourist Railways

Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques

Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband
Deutscher Museums- und Touristikbahnen



Erfahrungen durch die Vorbereitungen und die Durchführung des Jugendaustausches 2009

Experience through the preparation and realisation of YouthCamp 2009:

Expériences tirées des préparatifs et de la réalisation du Camp de Jeunesse 2009

Die Organisation eines Jugendaustausches durch junge Leute ist möglich!!!
Organisation of a YouthCamps by young people is possible!!!
L'organisation d'un Camp de jeunesse par des jeunes gens est une chose possible !!!

und / and / et


Die Erfahrung ist es wert!

It is worth it !

L'expérience mérite d'être vécue !

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

33




European Federation of Museum & Tourist Railways

Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques

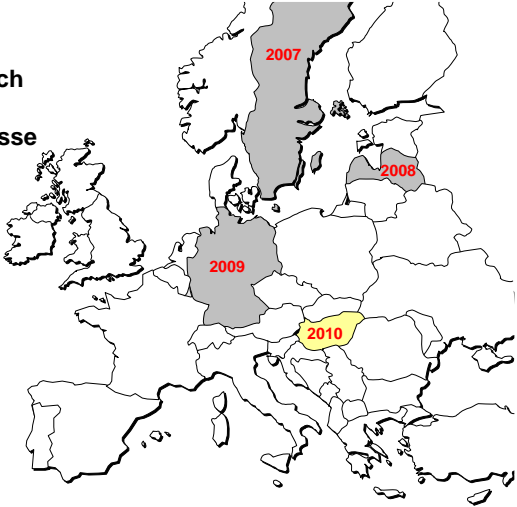
Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband
Deutscher Museums- und Touristikbahnen



Historie und Zukunft / history and future / Historique et avenir

FEDECRAIL
Jugendaustausch
YouthCamp
Camp de Jeunesse




2011 ?

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

34






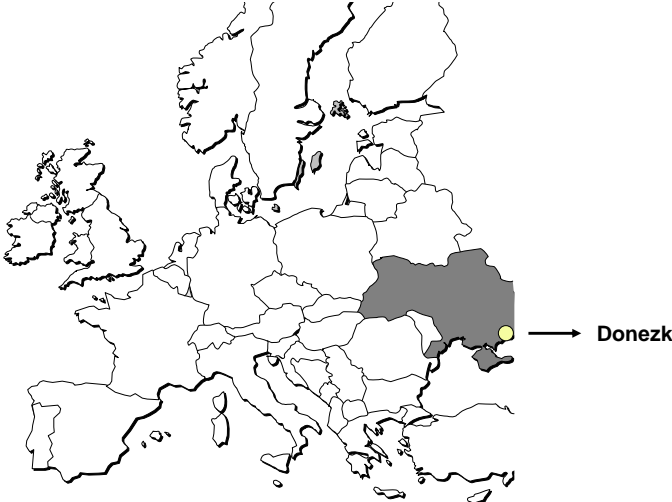
European Federation of Museum & Tourist Railways

Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques

Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen


Verband
Deutscher Museums- und Touristikbahnen





Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

35




European Federation of Museum & Tourist Railways

Fédération Européenne des Chemins de Fer Touristiques et Historiques

Europäische Föderation der Museums- und Touristikbahnen

Verband
Deutscher Museums- und Touristikbahnen



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit
Thank you for your attention
Merci pour votre aimable attention

Projektgruppe / organisation team / équipe d'organisation
Christian Albers Bruno Rebbelmund
Stefan Raab Angelika Röttgen Christian Zähl

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

36



July 30 – August 8

Péter Kalóczkai

Children's Railway

Zsuzsanna Selmeczi

MÁV Nostalgia Ltd.

Children's Railway

July 30 – August 2



Children's Railway

– Since 60 years on the move



Further information: www.gyermekvasut.hu/english
Weitere Informationen unter: www.gyermekvasut.hu/deutsch

Celebrations throughout the year





Further information: www.gyermekvasut.hu/english
Weitere Informationen unter: www.gyermekvasut.hu/deutsch





Historic vehicles



MÁV Nosztalgia Ltd.



Rail Historical Park

The Place



The Circumstances

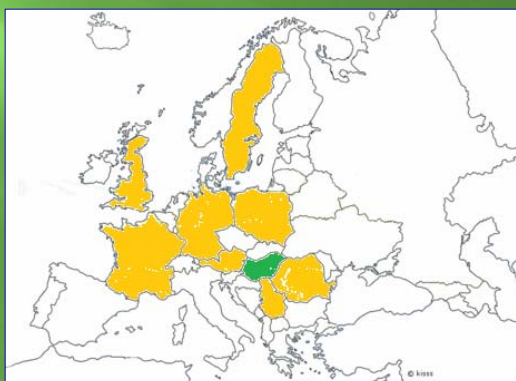
- Near to railway
- Good facilities
- Safe
- Looked after and Controlled



PARTICIPANTS

20 foreign participants + 4 from Hungary

- ▣ Austria (1)
- ▣ France (3)
- ▣ Germany (5)
- ▣ Poland (1)
- ▣ Romania (2)
- ▣ Serbia (2)
- ▣ Sweden (5)
- ▣ UK (1)



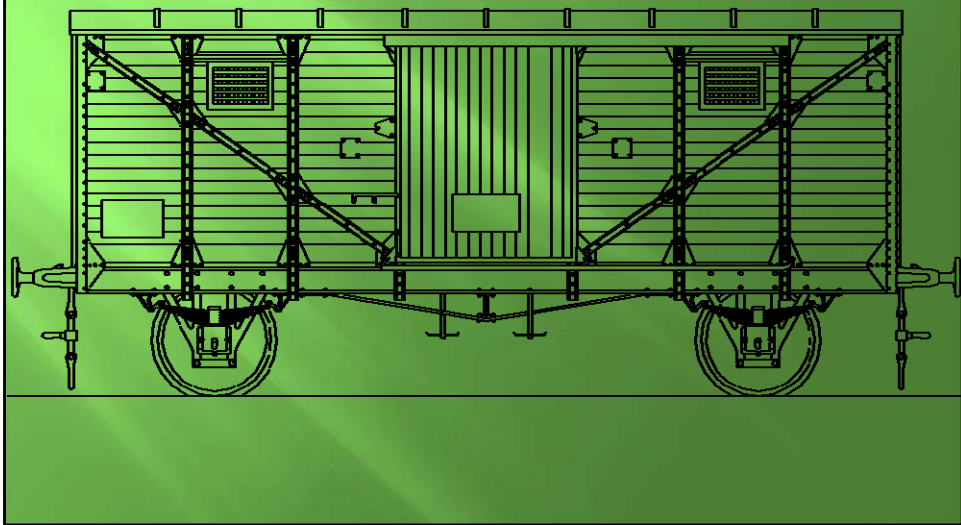
6 of them joined FYC in Germany in 2009

PROGRAMME
in blocks

- colourful and variegated
- work, experience, holiday
- 6 types of vehicles



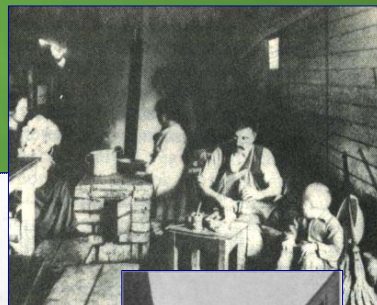
THE WAGON



The Past

1918 -1924

- over in 4000 wagons
- Cca. 1 million people



Celebration



A large rectangular area with a green gradient background, transitioning from a lighter green on the left to a darker green on the right. The text "Thank you for your attention" is centered within this area in a blue, serif font.

Thank you
for your attention



unity, solidarity, universality

UIC

The Worldwide Association Representing the Railway Sector

FEDECRAIL Annual Conference

Budapest, 25 April 2010

Paul Véron, Director of Communications, UIC

UIC: the International Union of Railways

> **200 members on all continents**

> **Members are:**

- Railways
- Rail operators
- Infrastructure managers
- Railway service providers
- Public transport companies

2

Presentation of UIC, FEDECRAIL Annual Conference, 25 April 2010

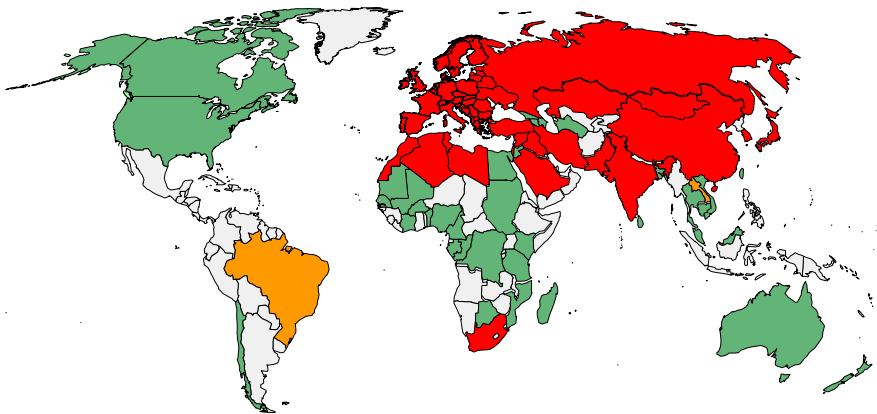


UIC in 2010: 200 Members on all Continents

- > **82 active members:**
Railways, railway infrastructure managers, railway operators, from Europe, Russia, the Maghreb, the Middle East, Kazakhstan, India, Pakistan, Japan, China, Korea, South Africa
- > **82 associate members:**
Including railways in Asia, Africa, America, Australia
- > **36 affiliate members:**
Companies conducting activities connected with rail transport public transport, sleeping cars, caterers, other railway bodies, ...



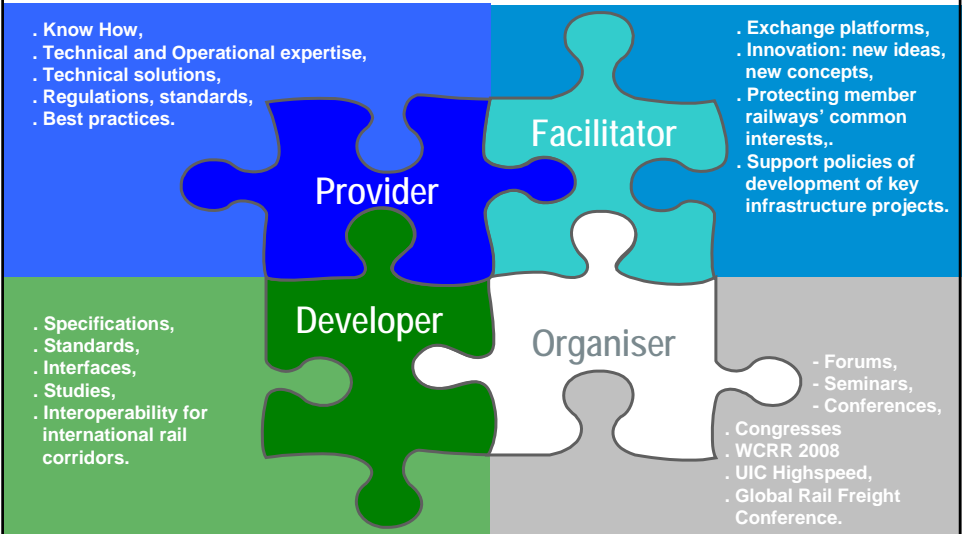
The UIC Expansion: Continuous Expansion



UIC Mission

Promoting the development of rail transport
at world level,
in order to meet challenges
of mobility and sustainable development

UIC's role



2009 : a new UIC Governance

- > **31st March 2009:** UIC General Assembly (extraordinary session)
- > **Members unanimously approved:**
 - New UIC Statutes
 - New governance rules
 - Appointments:



UIC Chairman:
Yoshio Ishida (JR East)



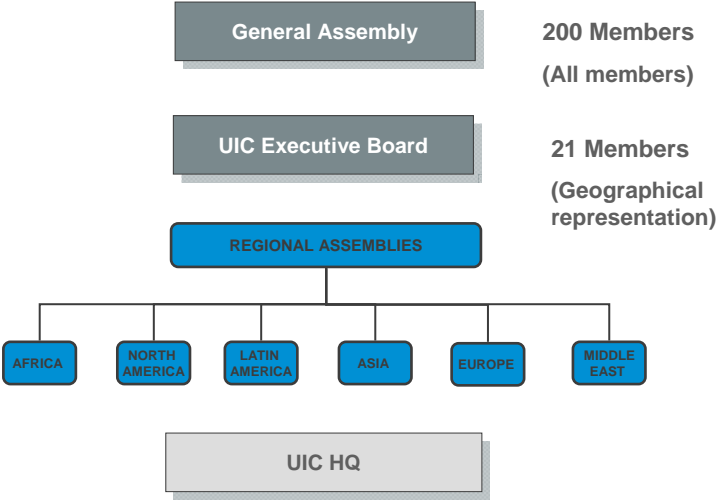
UIC Vice-Chairman:
*Mauro Moretti (CEO
Italian Raiways Group FS)*

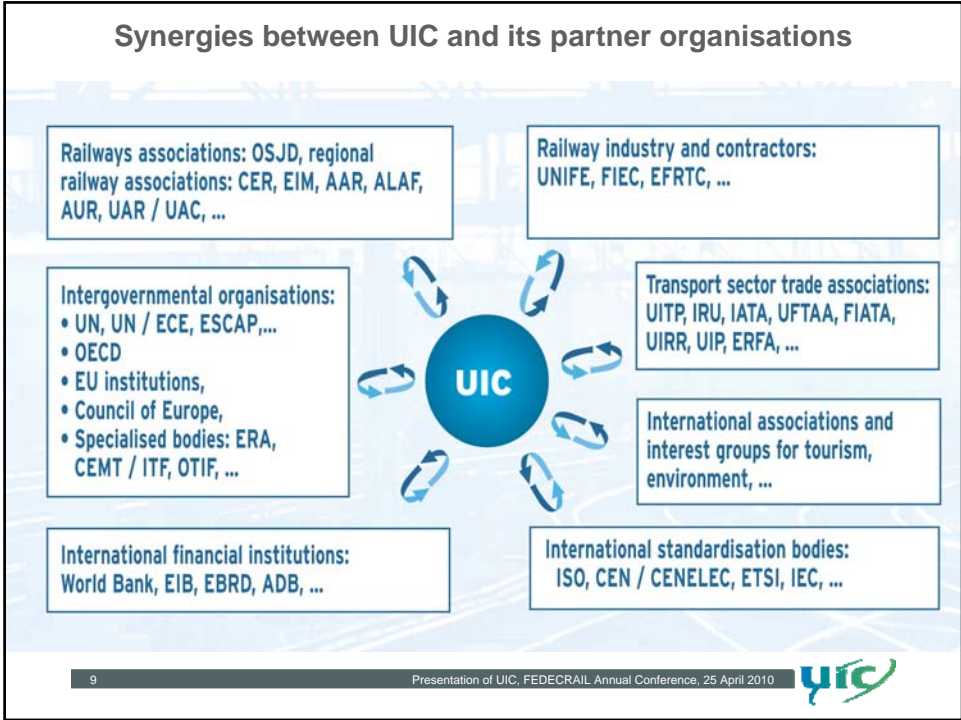


UIC Director General:
*Jean-Pierre Loubinoux
(SNCF)*

- > **Common values:** Unity, Solidarity, Universality
- > **Regional cooperation**

UIC Governance





Technical cooperation departments – Rail System Forum

- > Track and structures
- > Train Dynamics & Running Safety
- > Rolling Stock
- > Operation and Control Command Systems (CCS)
- > Energy Management²



10 Presentation of UIC, FEDECRAIL Annual Conference, 25 April 2010 

Technical cooperation departments – Passengers

- > Promotion of High speed rail
(UIC HIGHSPEED 2010, Beijing)
- > Conventional and intercity
railway systems
- > Stations and intermodal hubs
(SMG, « Next Station » conference)
- > Passenger Telematics
- > Commercial aspects and
Services



11

Presentation of UIC, FEDECRAIL Annual Conference, 25 April 2010



Technical cooperation departments – Freight

- > **Single Wagon Load**
(Single wagon load product, Freight contracts, Wagon exchange, CGU, CMU)
- > **Combined Traffic**
- > **Operations and Quality**
- > **Freight Telematics**
- > **Intercontinental Freight Corridors**



12

Presentation of UIC, FEDECRAIL Annual Conference, 25 April 2010



Technical cooperation Departments – Fundamental values

- > **Sustainable Development**
 - Environment,
 - Economic aspects
- > **Research**
(EU Research programmes, ERRAC, IRRB, WCRR)
 - Noise
 - Energy / CO2 reduction
 - Worldwide research
 - World Conference on Railway Research (WCRR), 22-26 May 2011 in Lille
- > **Railway Safety**
- > **Security**
- > **Expertise Development**
International Training & Information Sessions, e-learning



13

Presentation of UIC, FEDECRAIL Annual Conference, 25 April 2010



A series of UIC Global Cooperation Issues serving the entire Railway community

- > **Environment and Sustainable Development**
- > **Safety and Security**
- > **Freight / Intercontinental corridors**
- > **Railway Signalling and Control Command**
- > **Standardisation**

14

Presentation of UIC, FEDECRAIL Annual Conference, 25 April 2010



Major international Railway events with global scope

- > 21-23 April 2010, Istanbul: 6th UIC **World Rail Security Congress**
- > 7-9 June 2010, Tokyo: 2nd UIC **Global Signalling Conference TM & CCS**
- > 16-18 June 2010, Madrid: 11th UIC **Sustainability Conference**
- > 6-7 July 2010, Saint-Petersburg: 2nd UIC **Global Rail Freight Conference GRFC**
- > 26-29 October 2010, Tokyo: 11th **Global Level Crossing Conference**
- > 7-9 December 2010, Beijing: UIC **HIGHSPEED 2010**, 7th **World Congress on High Speed Rail**
- > 22-26 May 2011, Lille, France: WCRR 2011, 9th **World Congress on Railway Research**

15

Presentation of UIC, FEDECRAIL Annual Conference, 25 April 2010



UIC « Products »

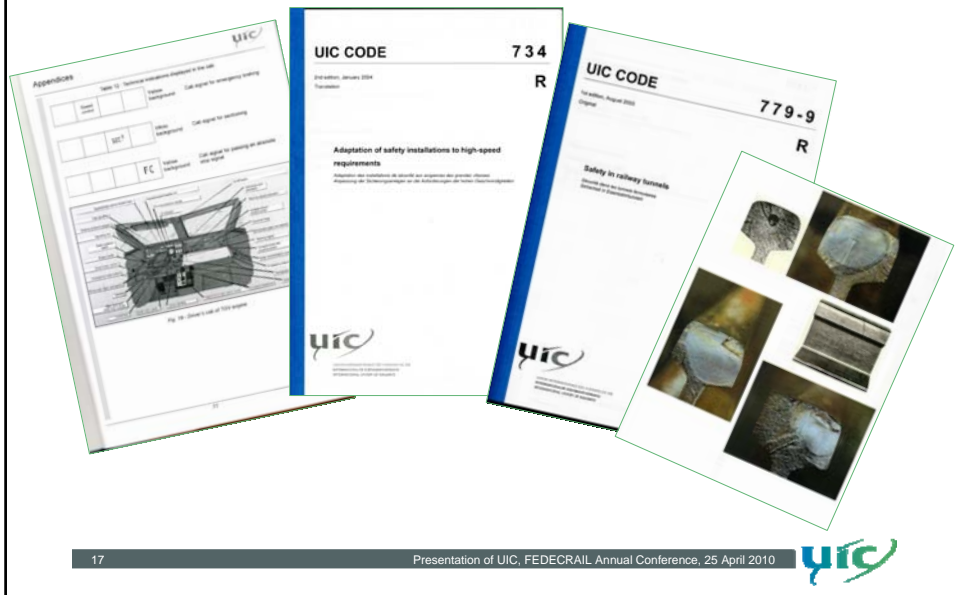
Some examples ...

16

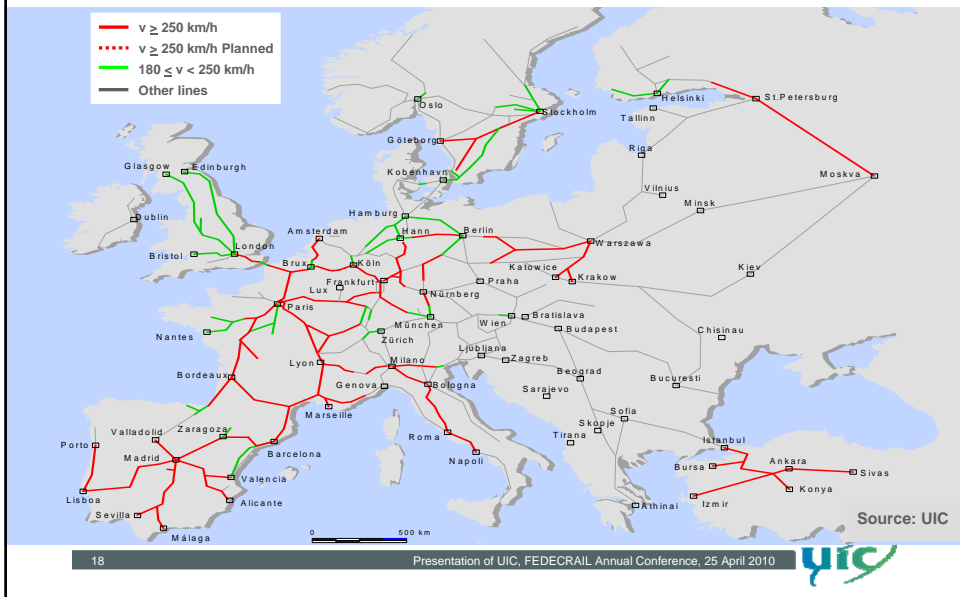
Presentation of UIC, FEDECRAIL Annual Conference, 25 April 2010



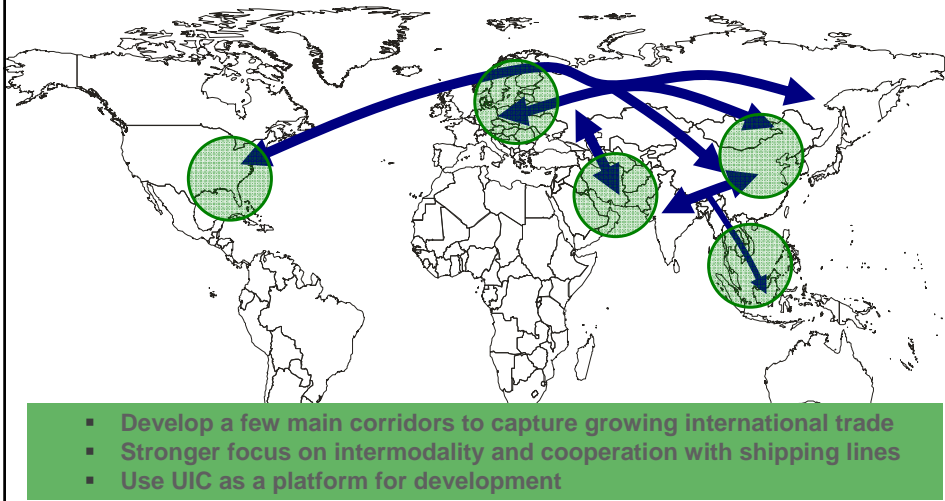
UIC Leaflets



Contribution to European Networks and Masterplans - European high speed network 2020



Existing and Potential Corridors



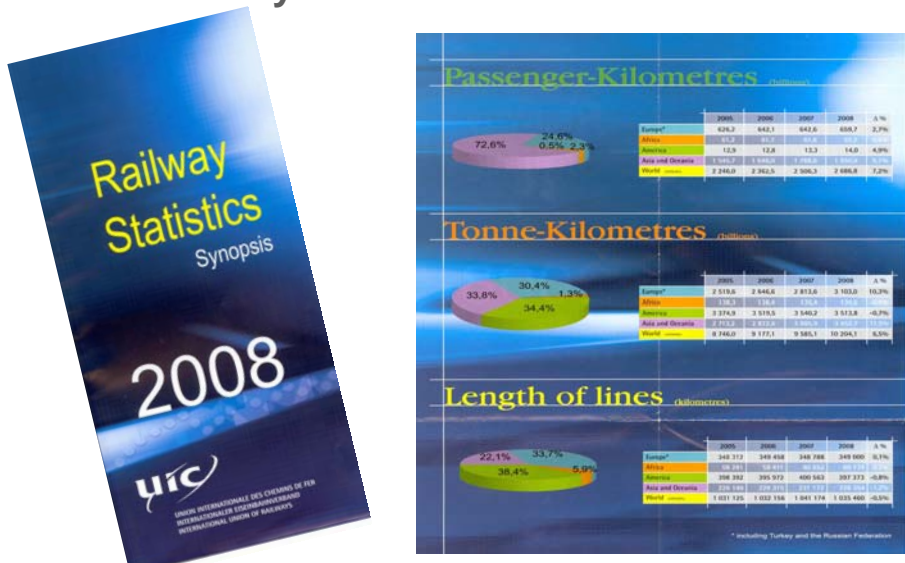
UIC Reports



UIC Reports



UIC Railway Statistics



■ ■ ■ Thank you for your kind attention

*Paul Véron, Director of Communications,
www.uic.org*



International Railway History Association

Paul Véron
IRHA Vice Chairman

FEDECRAIL Annual Conference, 25 April¹2010



An international and interdisciplinary association

established in 2002, open to:

- Historians
- Responsible for Railway Heritage
- Curators of Railway Archives
- Representatives from Railway companies
- Associations for Railway History

FEDECRAIL Annual Conference, 25 April²2010



Activities

- A **network of excellence and expertise** for safeguarding the 'memory' of railways
- A contribution to valorisation of **railway heritage**
- International **coordination of research activities** across all disciplines interested in railways
- International **conferences on railway history**

FEDECRAIL Annual Conference, 25 April³2010



International conferences

- September 2004: **Semmering, Austria,**
- November 2006: **Lisbon, Portugal,**
- September 2009: **Bratislava, Slovak Republic,**
- 27-28- 29 May 2010: **Mechelen / Malines, Belgium**
- 4th IRHA international railway history association:
"Cities, users and their railways"

FEDECRAIL Annual Conference, 25 April⁴2010