



# 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](mailto: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 Mosóczi** – 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


Efficiency



Market orientation



Modernization

## 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 Mosóczi

23.04.2010.

1


 Hungarian  
State Railways


Efficiency



Market orientation



Modernization

## 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 Mosóczi

23.04.2010.

2

**MÁV Hungarian State Railways**

### Performance in 2009. – Economic environment

**MÁV GROUP MAIN INDICATORS**

	2008	2009	% Change
Passenger km (million)	8 149	7 950	-2,4%
Train km (thousand)	101 441	97 259	-4,1%
MÁV Group manpower (person)	37 362	35 646	-4,6%

2009. I-III. quarters      Sources: Eurostat, MNB, KSH

**MACROECONOMIC DATA 2009**

- EU GDP -4,1%
- National GDP -6,7%
- National inflation 4,2%
- National industr. prod. -10,8%

**TRENDS IN TRANSPORT**

- Decreasing of freight, -30%
- Decreasing in long distance public transport, -6% pass.km
- Liberalization of railway market (international passenger traffic from 01. Jan. 2010.)

dr. László Mosóczi      23.04.2010.      3

**MÁV 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	<b>-44,5 bill. Ft *</b>	<b>3 M Ft</b>	<b>-0,3 bill. Ft</b>	<b>39 M Ft</b>

\* 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

<b>Strategic goals of MÁV Group in the period of 2010-2012.</b>	
<b>STRATEGIC GOALS</b>	<b>MAIN INDICATORS</b>
<b>1 IMPROVE OF SERVICE LEVEL</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Development of rail corridors and suburban area of Budapest</li> <li>▪ Modernization of vehicles (locos, motor units)</li> <li>▪ Reconstruction of stations, standardization</li> <li>▪ Improve of marketing activities (ticket system, image, passenger information, platforms)</li> </ul>	Preserve of passenger km and train km performance
<b>2 COMPETITIVE, ADAPTABLE ORGANIZATION</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Central coordination</li> <li>▪ Focusing on core business activities</li> <li>▪ Rationalisation of support services</li> <li>▪ Reorganization and restricting of the portfolio</li> </ul>	Stable organization in mid-term
<b>3 OPTIMAL COMPANY SIZE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Process reengineering</li> <li>▪ Outsourcing of non strategic activities</li> <li>▪ Rationalization and sale of capacities</li> <li>▪ Rationalization of staff</li> </ul>	Improve of operational effectiveness (spread of BPR project)
<b>4 ASSURE OF FINANCE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Steady finance of operating</li> <li>▪ availability of investment sources</li> <li>▪ Handling of historic debt</li> <li>▪ Exploring of external sources</li> </ul>	Mid-term state order by public service contract (passenger, infrastructure)

dr. László Mosóczi

23.04.2010.

7

**Hungarian State Railways**



**Efficiency      Market orientation      Modernization**

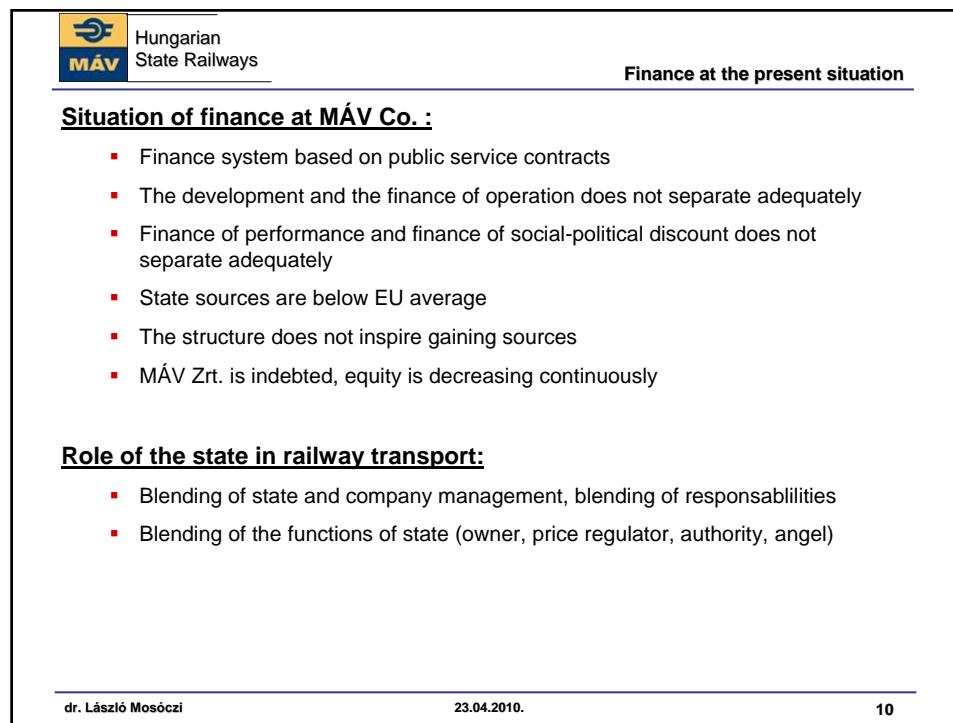
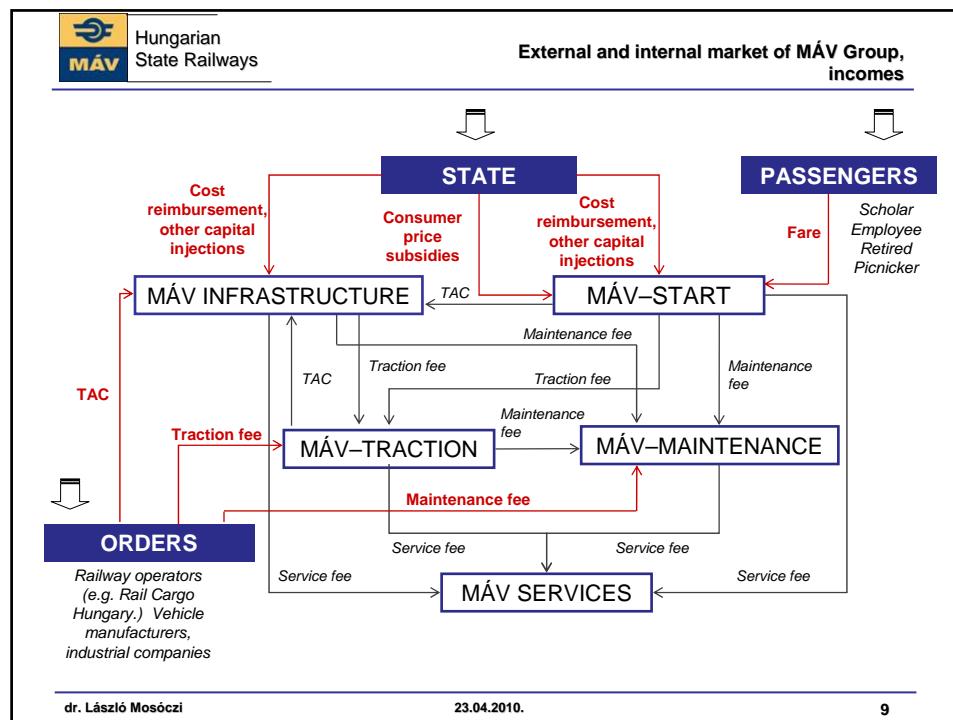
### Tasks of the MÁV Group in the near future Opportunity of the improvement

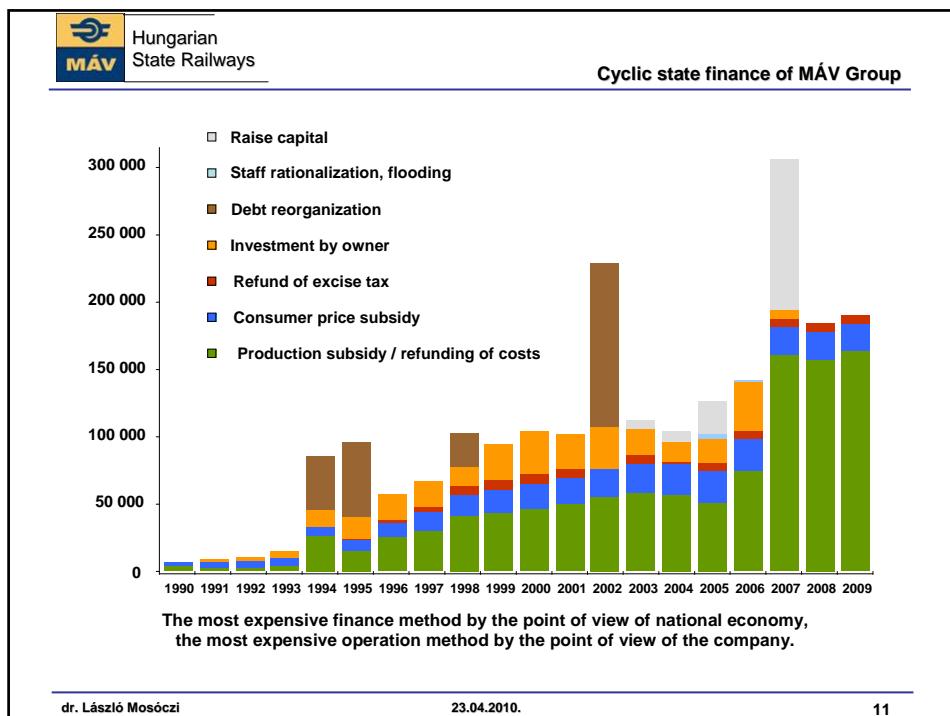
**Financing of MÁV Group**

dr. László Mosóczi

23.04.2010.

8





dr. László Mosóczi

23.04.2010.

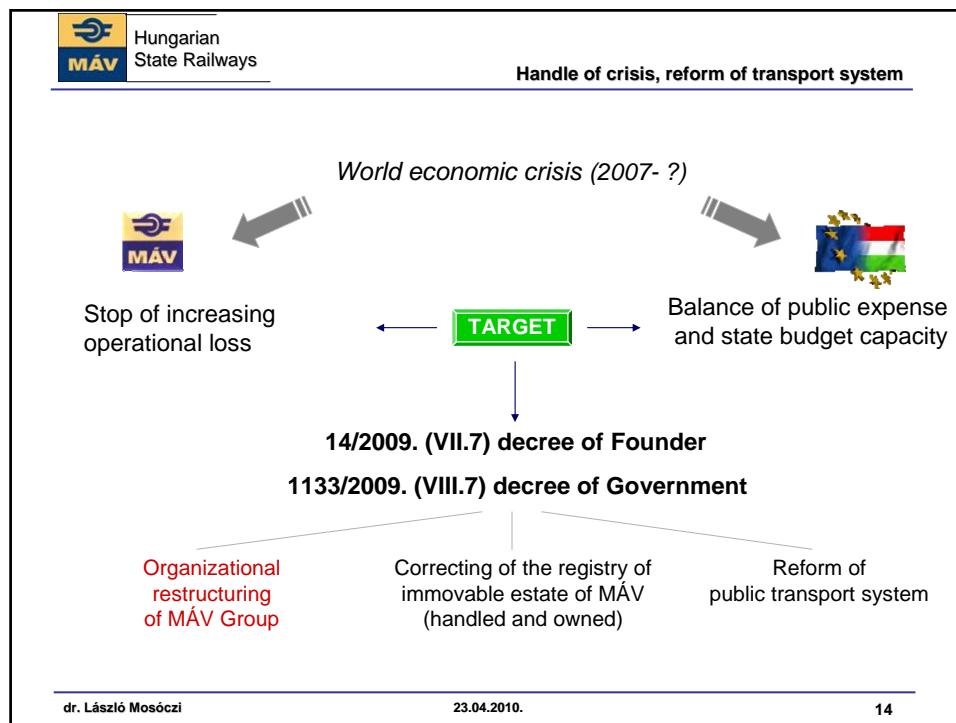
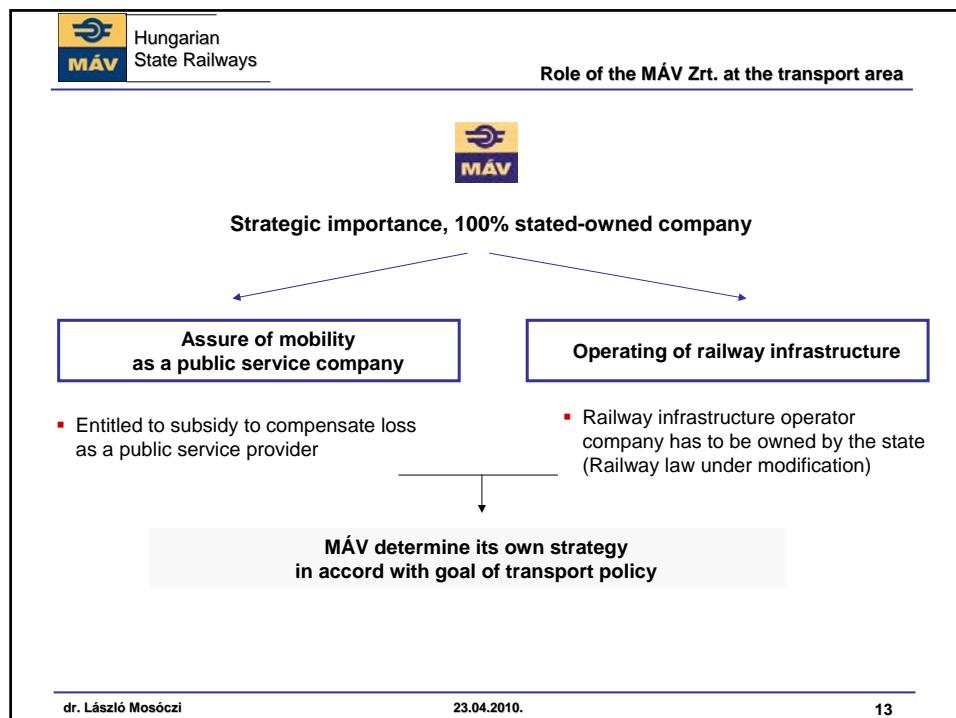
11

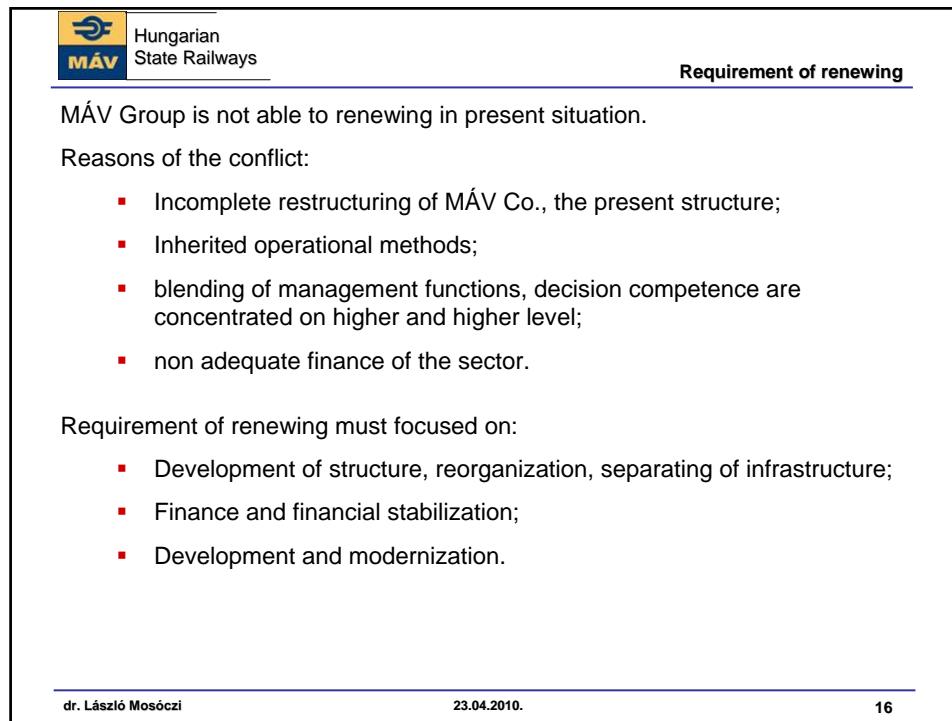
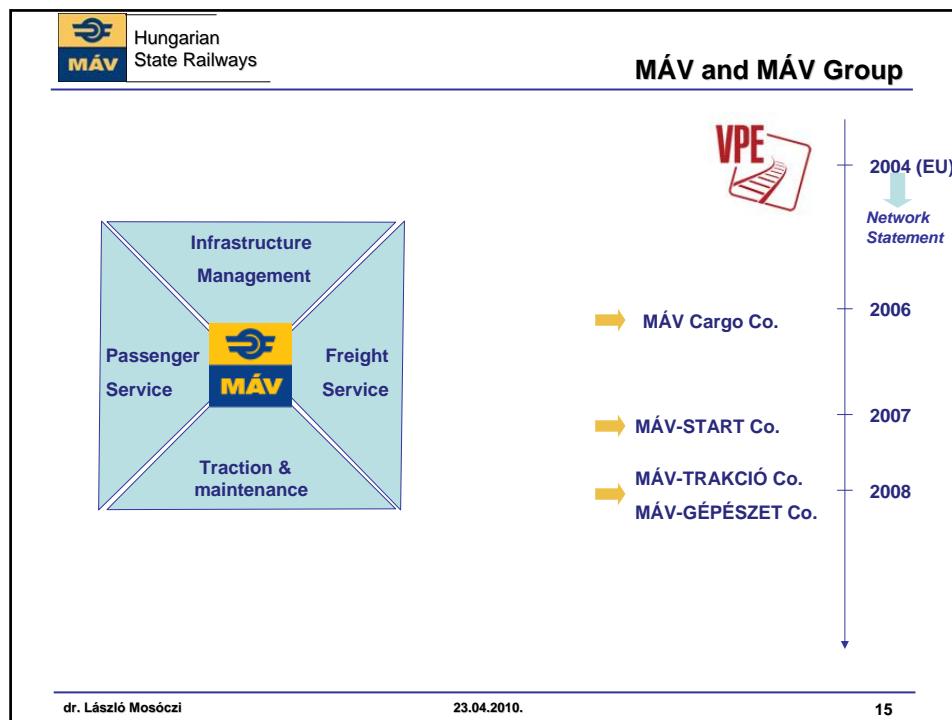


dr. László Mosóczi

23.04.2010.

12







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



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



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



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

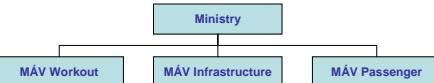
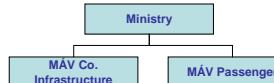
23.04.2010.

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:

<p><b>3 legs model</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reform of MÁV Group, focus on core activities, workout.</li> </ul> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  <pre> graph TD     Ministry[Ministry] --- MAVWorkout[MAV Workout]     Ministry --- MAVInfrastructure[MAV Infrastructure]     Ministry --- MAVPassenger[MAV Passenger]   </pre> </div>	<p><b>2 legs model</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Establish of passenger company group, while MÁV Co. remain the infrastructure company.</li> </ul> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  <pre> graph TD     Ministry[Ministry] --- MAVCo[MAV Co. Infrastructure]     Ministry --- MAVPassenger[MAV Passenger]   </pre> </div>
--	---

---

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



Hungarian  
State Railways



Thank you for your attention!



**HUNGRAIL**

## New railway policy from the aspect of HUNGRAIL

**Dr. János BERÉNYI**  
President and CEO  
Hungarian Rail Association

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:

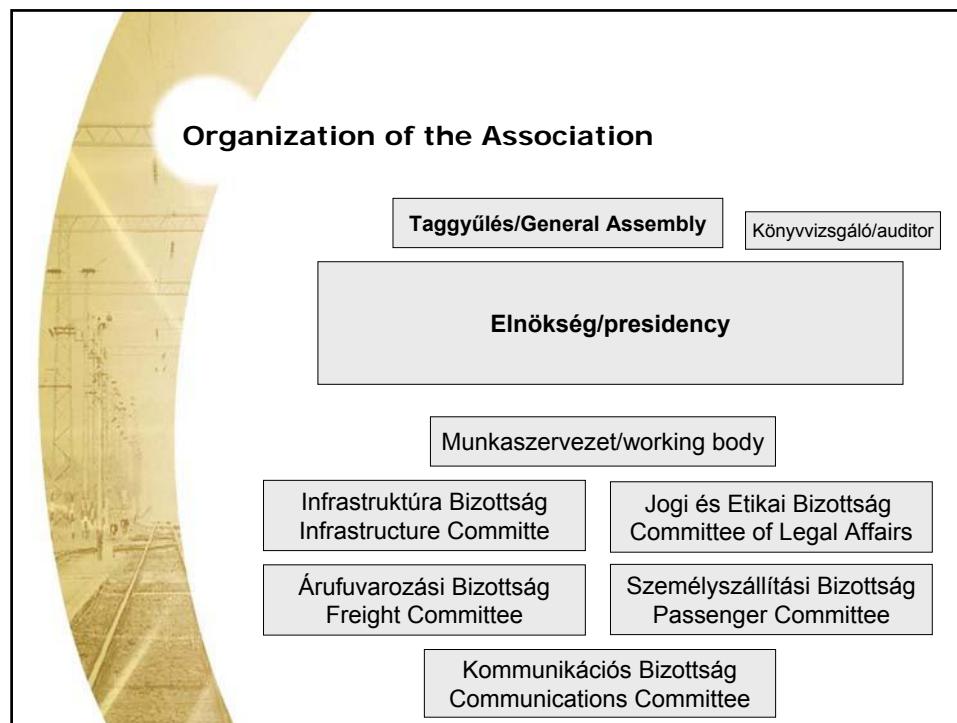
- position railway appropriately: as a means of transport that provides environmentally friendly, sustainable development
- stand for the interests of Hungarian rail inland and abroad
- create a rail-friendly transport policy

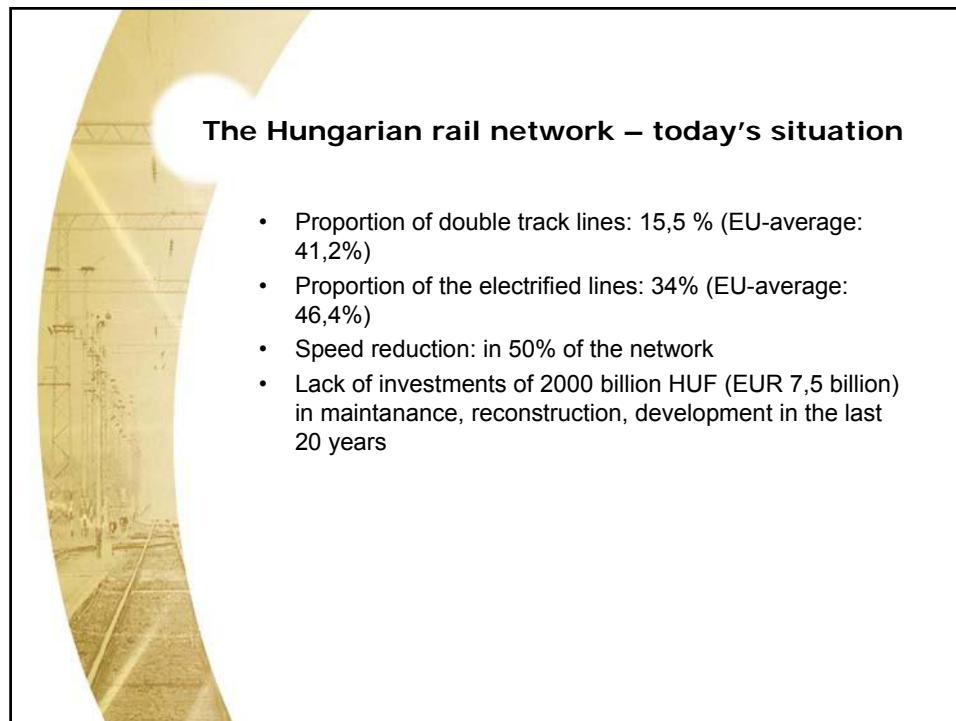
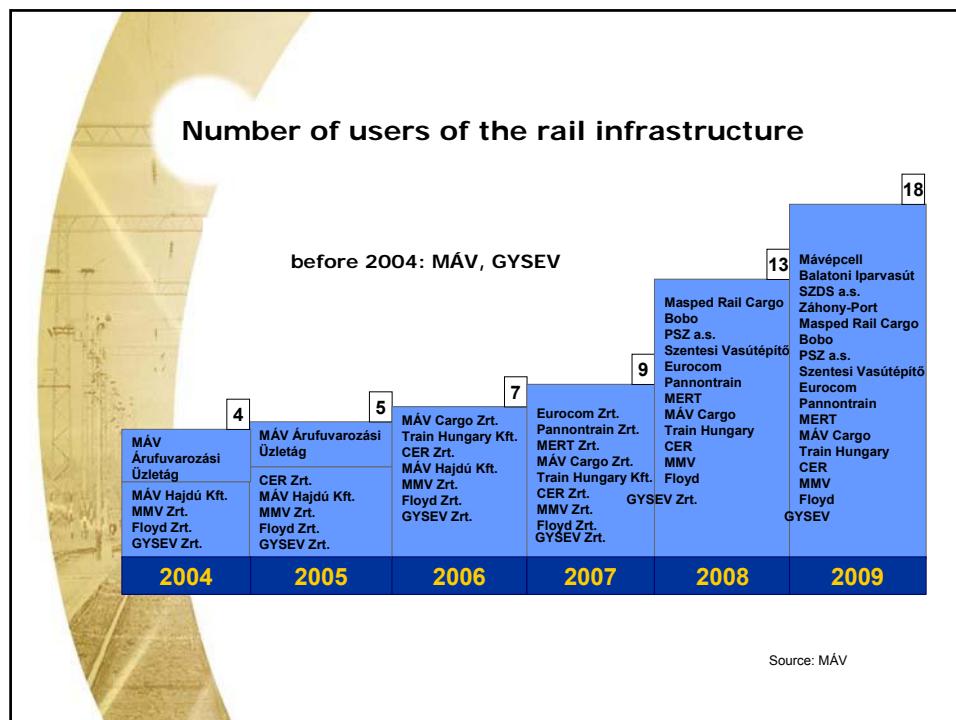
### International role of HUNGRAIL

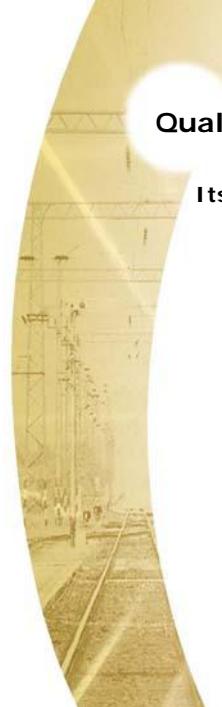
- CER (Community of European Railways and Infrastructure Companies)
- UIC (Union International des Chemins de Fer)
- G4
- ERA (European Railway Agency)

### 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



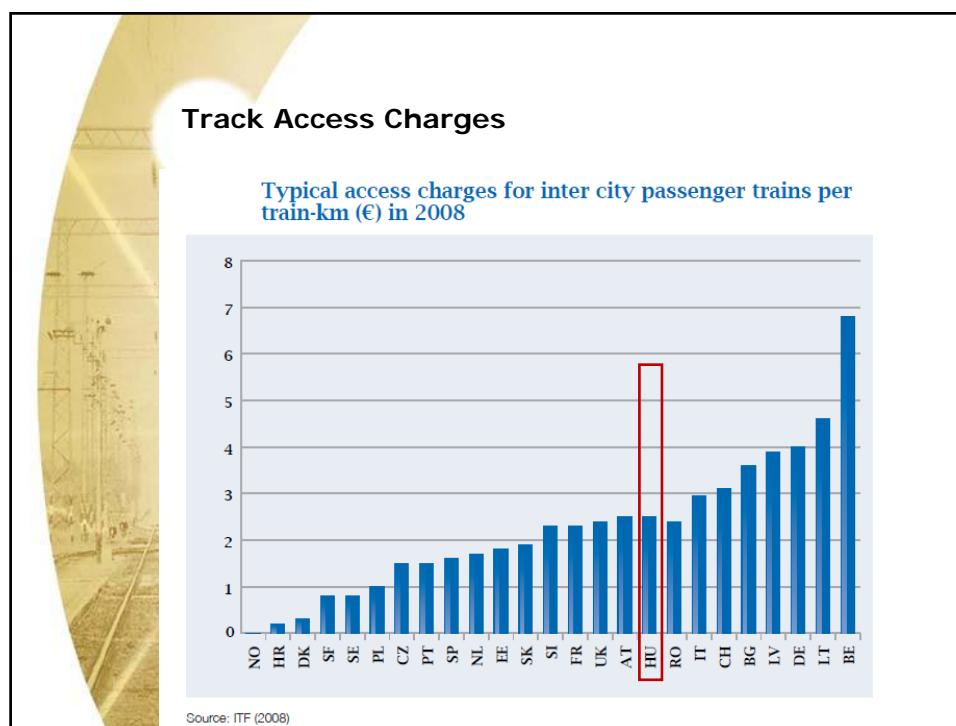


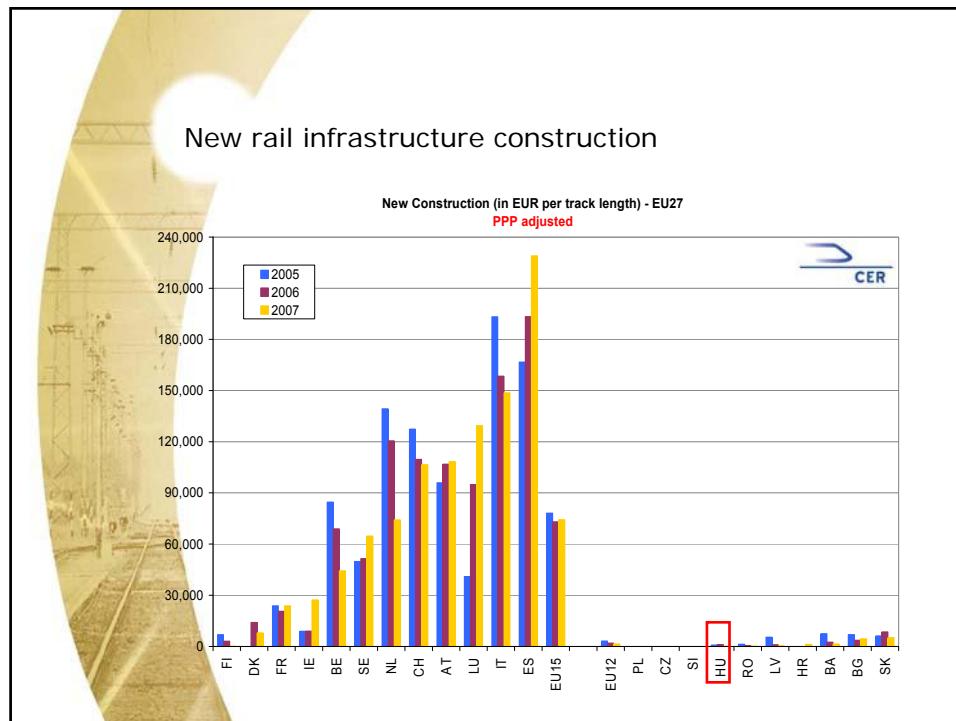
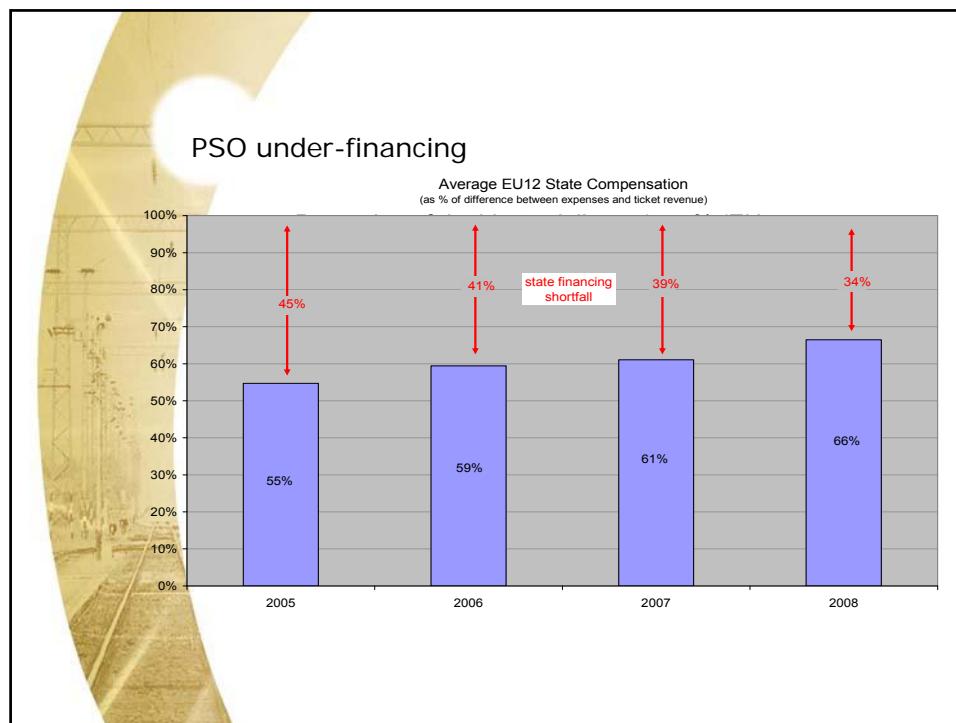


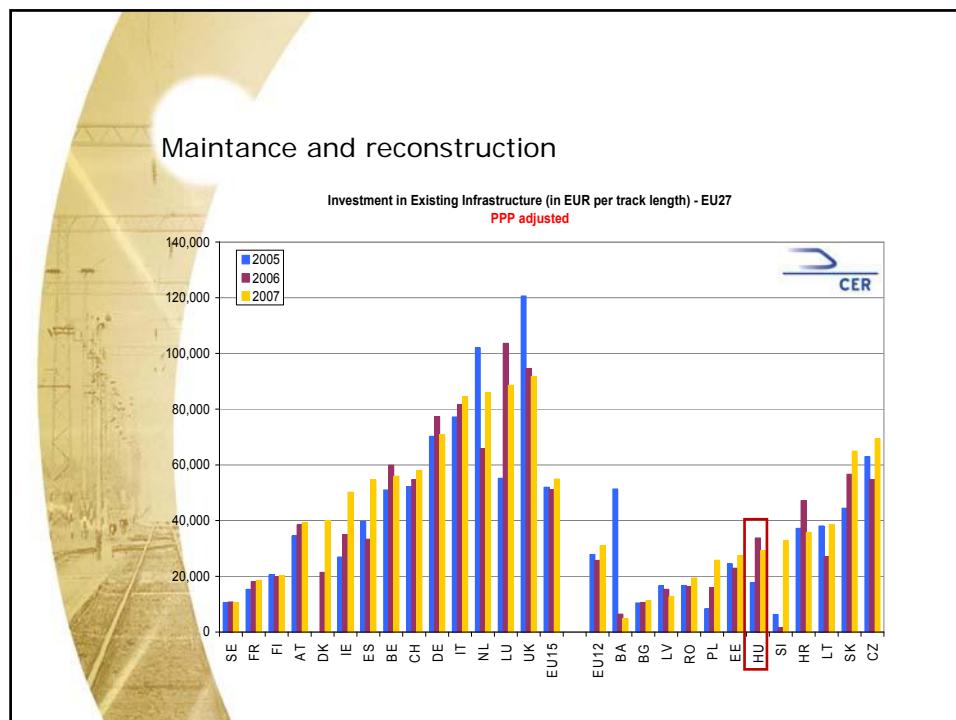
## Quality of the rail infrastructure

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



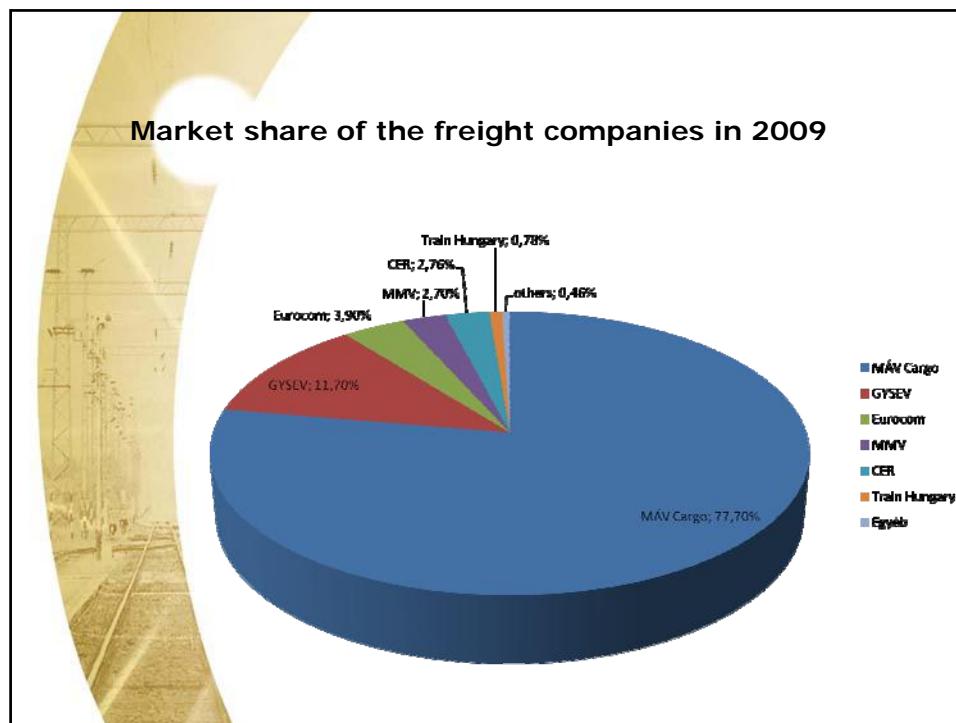




Comparison of conditions of rail-road competition



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

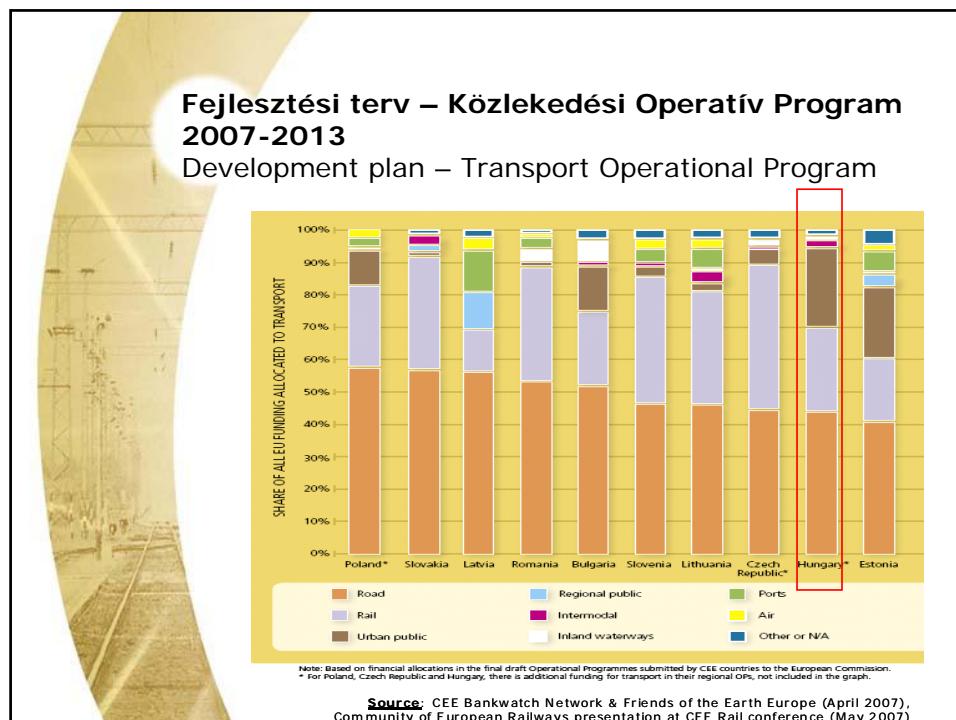


**External costs**

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	<b>50,6%</b>	17,8	70,5	<b>25,2%</b>

Forrás: INFRAS és IWW közös tanulmány, 2000



**New commissioners, new plans?**



**Connie Hedegaard**

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 can create economic growth and jobs. 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!



**Štefan Füle**

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 asks for further growth in its transport activities. As I pursue my work, I will promote these many benefits, proposing further transport 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.

### **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.

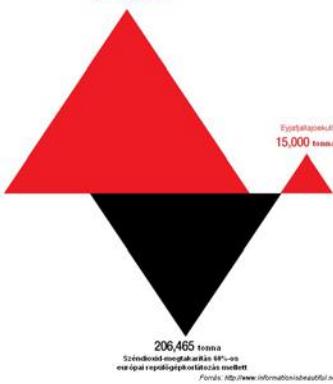
- More electrified railway lines
- Track developments (corridors, elimination of bottle necks, replacement of missing infrastructure elements)
- Highly important area of intervention: Budapest suburban railway– cooperation with the stakeholders
- Reconstruction of railway stations - Transforming those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

### Competitiveness of rail?



Repülés vagy vulkánkitörés?  
(egynapi szén-dioxid kibocsátás)

Egy nap repülés 344,109 tonna





A collage of international banknotes including a 10 Swedish Krona note, a 5 Euro note, and a US dollar bill, serving as the background for the presentation slide.

**FEDECRAIL**

# The Economic Effect of Heritage Railways and Museums

**BRINGING IN THE MONEY**

Gordon Rushton

**CONFERENCE**  
**2010**

The slide features the FEDECRAIL logo and the text "Heritage Railways need support" in red. A photograph of a steam locomotive pulling a train at a station platform is shown, with several people standing on the platform. The slide has a yellow background.

**FEDECRAIL**

**Heritage Railways need support**

**CONFERENCE**  
**2010**

Have you got enough money – staff, capital projects, loco overhauls?



## 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



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**



A photograph of a steam train, specifically the Llanberis Mountain Railway, winding through a lush green valley with mountains in the background under a clear blue sky.

**"UK destination attractiveness is needed to stem the outflow of UK residents to holiday destinations"**

**Why Heritage Railways & Museums matter.....**



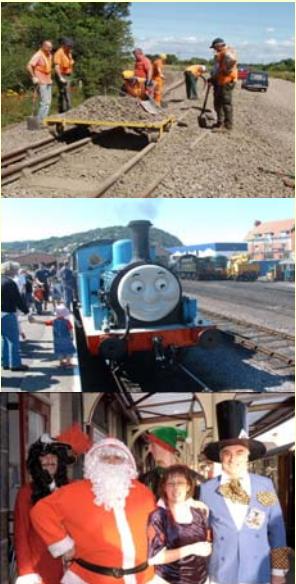
Three smaller images: top left shows a steam train at a station with people; middle left shows a view of a railway line through a green landscape; bottom left shows two men looking at a display board in a museum or exhibition space.

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**

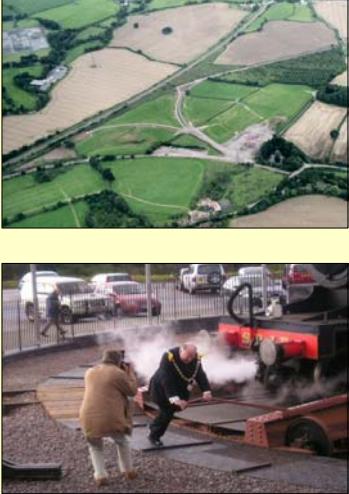


We can offer high levels of community involvement through the recruitment of volunteers

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.*



The background of the slide is a collage of various international banknotes, including a £5 note from the United Kingdom, a 10 Krone note from Sweden, and a \$5 note from the United States. In the top right corner of the collage, there is a small graphic for the "FEDECRAIL CONFERENCE 2010".

# Money Talks

## How to do an Economic Impact Survey

GORDON RUSHTON



### 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 talking 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 an 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 your 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 €10	5. Hotel                    €60
2. 50 lunches at     €6	6. Evening meal      €15
3. Shop                €4	7. Snacks                €5
4. Fuel                €50	8. Total (per)          € 150
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	€10	5. Hotel	€60
2. 50 lunches at	€6	6. Evening meal	€15
3. Shop	€4	7. Snacks	€5
4. Fuel	€50	8. Total (per)	€150
5. This computes to  $150 \times 50 \times 100 = €750,000$



## 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
Talylllyn 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 4**  
Questionnaire 2: Ordinary visitors to the Budapest Railways

This visitor survey aims to obtain and analyse the importance of rail tourism. The aim is to gain more insight about the visitors to the rail tourism sites in Budapest and the surrounding area.

I am a PhD student at the University of Wales Bangor and my research is being funded by the European Commission. I would like to thank you for your time in completing this questionnaire. Your responses will help me to better understand the visitor's view of experiencing a city.

The information contained in the survey will be analysed and used to inform the railway and the University, the local government and other stakeholders involved in the development of rail tourism in Budapest.

Many thanks for your time.

Major Address: \_\_\_\_\_ Postcode: \_\_\_\_\_

Please respond to the following questions:

1. Where do you come from? (if country) \_\_\_\_\_ (if country) \_\_\_\_\_
2. Is this your first visit to the Budapest Railways? Yes \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
3. How many hours did you spend in Budapest? (approximate)
4. How many days did you stay in the railway?
5. Who else was on the railway?
6. Did you have a rail passes for a train and a return ticket? Yes \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
7. How many days did you spend in the local area? (approximate)
 

One day	0-5 days
1-3 days	6-10 days
4-7 days	11-15 days
8-14 days	16+ days

8. Where are you staying within the local area?

Promoting: \_\_\_\_\_ Motel/Budget: \_\_\_\_\_  
 Guesthouse: \_\_\_\_\_ Bed/Breakfast: \_\_\_\_\_  
 Other (please specify): \_\_\_\_\_

9. Regarding yourself, how large a group are travelling in your group?

1	2	3	4	5	6+
---	---	---	---	---	----

10. What type of accommodation are you staying at?

Hotel: \_\_\_\_\_ Round-tripping: \_\_\_\_\_  
 Hostel: \_\_\_\_\_ With friends/family: \_\_\_\_\_  
 Camping: \_\_\_\_\_ Other: \_\_\_\_\_

(If so) If not, (if) If no longer in use, please name: \_\_\_\_\_

11. How did you arrive in Budapest Railways? (range of options)
 

By car	By bus	By train	Other
--------	--------	----------	-------

12. In this year first visit to Budapest? Yes \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

13. Do you plan to make any further visits to Budapest during your stay in the local area? \_\_\_\_\_

14. On this particular occasion, how long do you intend to stay in Budapest outside of your primary travel? \_\_\_\_\_

2 days	3 days	4 days	5 days	6 days
--------	--------	--------	--------	--------

15. Have you or do you intend to purchase local today? Yes \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

16. Do you, your children?

Planning Railtour: \_\_\_\_\_ From shop in Budapest: \_\_\_\_\_ From a shop in Britain: \_\_\_\_\_  
 From a car in Budapest: \_\_\_\_\_ From a car in Britain: \_\_\_\_\_ Other: \_\_\_\_\_

17. In the last year you intend or spending in Budapest today, please estimate the total amount you intend to spend in the following items, please state 0 if you do not intend to purchase anything from that category:

1st meal	2nd meal
3rd meal	4th meal
5th meal	6th meal
7th meal	8th meal
9th meal	10th meal

18. Food: \_\_\_\_\_

Please check the food you can eat in a reasonable time for one and the rest of your group

19. Have you visited or do you plan on visiting any of the following sites?

Washhouse: \_\_\_\_\_ Craft: \_\_\_\_\_ Industrial Washhouse: \_\_\_\_\_  
 Restaurant: \_\_\_\_\_ Tourism: \_\_\_\_\_ Doctor Office: \_\_\_\_\_  
 City Centre: \_\_\_\_\_ Spa: \_\_\_\_\_ Head and Shoulders: \_\_\_\_\_  
 The Latvian Tailor: \_\_\_\_\_

Please note you may repeat for each member with the same site. True responses is much appreciated. Please feel free to have any additional questions.

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

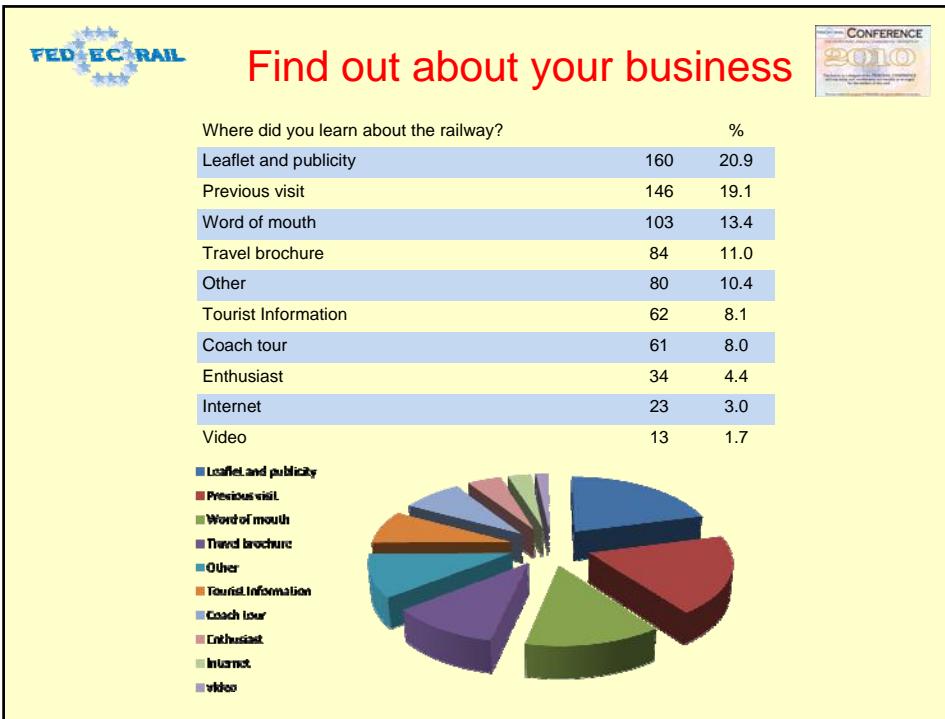


## Find out about your business



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.



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



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

*Government  
Funding P4*

**£10m**

*Return p.a.*

**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. Des chemins peu héliques
  - 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 résultats de valeur ajoutée
  - 3.7. Le favorisement du 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 héliorope
  - 2.2. Des préférences 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 risques mitigés
  - 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. Des stratégies de développement durable
  - 3.8. Quelques exemples de financements
- **4. Les handicaps perçus**
  - 4.1. La chauffe au charbon
  - 4.2. Une origine militante
- **5. Conclusion**



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
- **2. Un panorama**
  - 2.1. Une activité peu héliotope
  - 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**

- **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		
Dép. Rég.	COMMUNE	2009	Dép. Rég.	COMMUNE	2009
01	Musée du Louvre	Paris	01	Disneyland Paris	Marne la Vallée
02	Tour Eiffel	Paris	02	Parc Astérix	Plailly
03	Château de Versailles	Versailles	03	Hôtel du Parc Scope	Hérouville
04	Centre Pompidou	Paris	04	Le Parc du Pin (grand Parc+cinéma)	Les Lacs d'Entente
05	Cité des Sciences de la Ville de Paris	Paris	05	Parc du Bois de Boulogne	Paris
06	Musée d'Orsay	Paris	06	Parc des expositions de Lyon	Villeurbanne
07	Arc de Triomphe	Paris	07	Château et musée des Cheneaux	Montceau-les-Mines
08	Musée du Train Putey	Paris	08	Chemin de fer du Montenvers/Mts du Vercors	Chamrousse
09	Château et musée/forêt de Retz/Poitiers/Bretagne	Nantes	09	Vélo de Milou - Aire du vélod	Milou
10	Garderie Napoléon des Champs Elysées	Paris	10	Vélo en bâche de la ville de Strasbourg	Strasbourg
11	Musée de l'Armée	Paris	11	Parc zoologique de la Palmyre	Diot
12	Musée de l'Orangerie	Paris	12	Musée préhistorique	Les Mathes
13	Musée de l'Artisanat	Paris	13	Parc du Relais de Courances	Montreuil-Bellay-Thermes
14	Sainte-Chapelle	Paris	14	Parc Néolithique	Rouffignac-Saint-Cirq
15	Institut du Monde Arabe	Paris	15	Parc zoologique et aquatique les Adelphées	La Roche-sur-Yon
16	Musée d'art moderne de la ville de Paris	Paris	16	Parc d'attractions Nigloland	Nigloland
17	Musée Rodin	Paris	17	Ucclebois	Uccle
18	Musée Grévin	Paris	18	Ucclebois	Chamrousse
19	Musée Carnavalet	Paris	19	Université de l'Algérie du Midi 2	Nice
20	Château	Chambord	20	Parc Phoenix	Montpellier
21	Palais de la Découverte	Paris	21	Aquarium Marc Natourm	Saint-Nazaire-sur-Rhône
22	Tour Montparnasse	Paris	22	Parc d'attractions Le Mal	Amnéville-les-Thermes
23	Palais des Papes	Aix-en-Provence	23	Circus (compétitions internationales)	Thivry
24	Palais des Tuilleries	Paris	24	Parc zoologique de Walibi	Amnéville-les-Thermes
25	Musée d'Histoire Naturelle	Paris	25	Parc d'attractions Walibi	Île de Ré
26	Musée des Arts et Traditions Populaires	Paris	26	Parc de loisirs de Utrecht	Utrecht
27	Musée des Beaux-Arts	Paris	27	Parc zoologique de Beauval	Poitiers
28	Musée de l'Orangerie	Paris	28	Le Musée des Arts	Amnéville-les-Thermes
29	Château du Haut-Koenigsbourg	Oberschaeffolsheim	29	Apparition	Saint-Malo
30	Musée Grévin	Paris	30	Parc zoologique et botanique	Mulhouse
31	Cité médiévale de Fougères	Fougères	31	Parc animalier nocturne Africaine	Forbach
32			32		



## 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
- **2. Un panorama**
  - 2.1. Une activité peu héliotope
  - 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**

- **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 - 2009			Tableau 2 - 2009		
Dép. Rég.	COMMUNE	2009	Dép. Rég.	COMMUNE	2009
01	Musée du Louvre	Paris	01	Disneyland Paris	Marne la Vallée
02	Tour Eiffel	Paris	02	Chemin de fer touristique	Le Parc du Pin (grand Parc+cinéma)
03	Château de Versailles	Versailles	03	Parc Astérix	Plailly
04	Centre Pompidou	Paris	04	Hôtel du Parc Scope	Hérouville
05	Château de la Falaise/la Cité du patrimoine	Nantes	05	Le Parc du Pin (grand Parc+cinéma)	Les Lacs d'Entente
06	Cité des Sciences de la Ville de Paris	Paris	06	Parc zoologique de la Palmyre	Strasbourg
07	Musée d'Orsay	Paris	07	Parc zoologique de Versailles	Uccle
08	Arc de Triomphe	Paris	08	Vélo de Milou - Aire du vélod	Uccle
09	Musée du Musée Rodin	Paris	09	Université de l'Algérie du Midi 2	Nice
10	Château et musée des Arts et Traditions Populaires	Paris	10	Parc Phoenix	Montpellier
11	Galeries Lafayette des Champs Elysées	Paris	11	Aquarium Marc Natourm	Saint-Nazaire-sur-Rhône
12	Musée des Arts et Traditions Populaires	Paris	12	Parc d'attractions Le Mal	Amnéville-les-Thermes
13	Musée d'Histoire Naturelle	Paris	13	Parc Nouvelles	Ussé
14	Sainte-Chapelle	Paris	14	Parc zoologique et aquatique les Adelphées	La Roche-sur-Yon
15	Institut du Monde Arabe	Paris	15	Parc d'attractions Nigloland	Nigloland
16	Musée d'art moderne de la ville de Paris	Paris	16	Ucclebois	Uccle
17	Musée Rodin	Paris	17	Ucclebois	Chamrousse
18	Musée Grévin	Paris	18	Université de l'Algérie du Midi 2	Nice
19	Musée Carnaval	Paris	19	Parc zoologique et botanique	Montpellier
20	Château	Chambord	20	Le Musée des Arts	Saint-Malo
21			21	Apparition	Forbach
22	Hôtel de la Découverte	Paris	22	Parc animalier nocturne Africaine	
23	Tour Montparnasse	Paris	23	Noir Magnoir	
24	Hôtel des Invalides	Paris	24	Thivry	
25	Hôtel des Invalides	Paris	25	Amnéville-les-Thermes	
26	Palais des Tuilleries	Paris	26	Île de Ré	
27	Musée du Luxembourg	Paris	27	Hôtel	
28	Musée du Louvre	Paris	28	Ucclebois	
29	Château du Haut-Koenigsbourg	Oberschaeffolsheim	29	Ucclebois	
30	Musée Grévin	Paris	30	Ucclebois	
31	Cité médiévale de Fougères	Fougères	31	Parc animalier nocturne Africaine	
32			32		

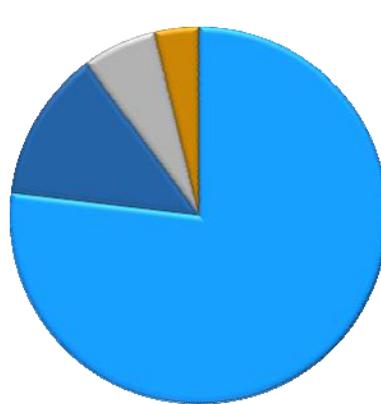


## 1.4. Les déplacements touristiques des français

- 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 héliotope
  - 2.2. Les différents espaces géographiques
  - 2.3. Un mode de gestion privilégié
  - 2.4. La montagne : le leader
  - 2.5. Population 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 coûteux
  - 3.3. Les caractéristiques essentielles
  - 3.4. Compatibilité écologique
  - 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 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.



Modes de Transport	Pourcentage
Voitures et motos	~75%
Train	~15%
Avion	~5%
Autres	~5%

7



## 2. Un panorama

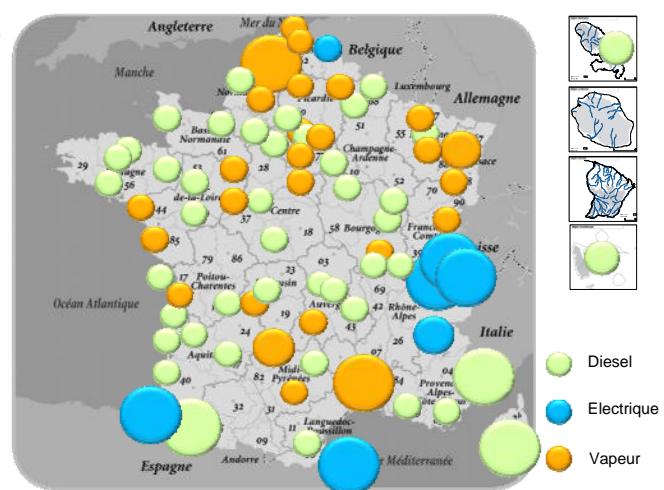


9



### 2.1. Une activité peu héliotrope

- 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. Des éléments de repères 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 risques mitigés
  - 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. Des bénéfices sociaux importants
  - 3.8. Quelques exemples de financements
- 4. Les handicaps perçus
  - 4.1. La chauffe au charbon
  - 4.2. Une origine militante
- 5. Conclusion

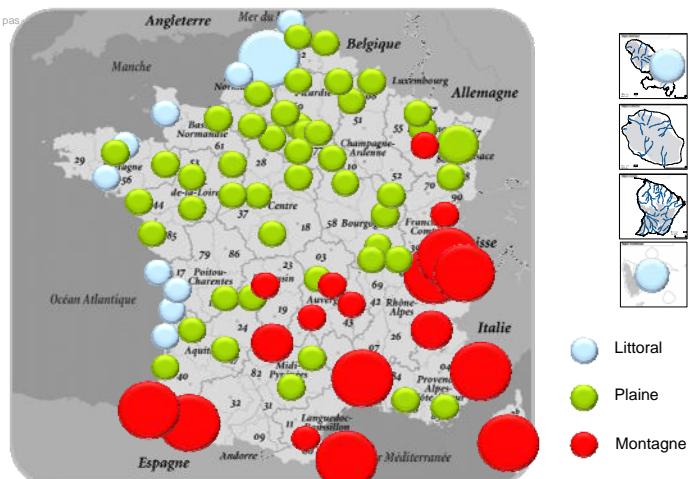


10



## 2.2. Les différents espaces géographiques

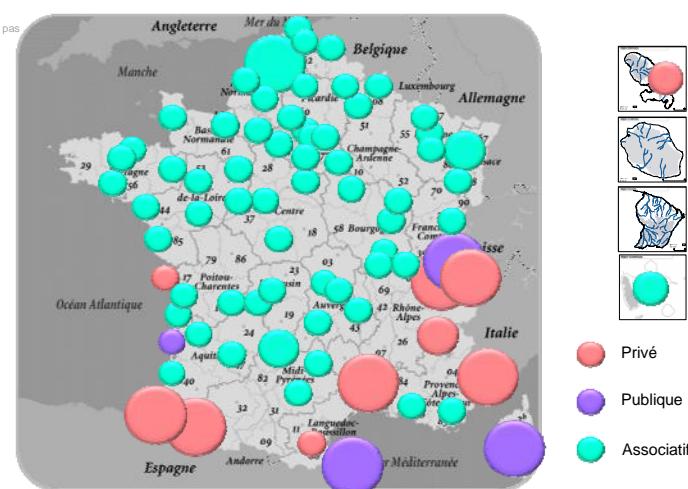
- 1. Le contexte français
  - 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
  - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
  - 1.3. Une communication partielle
  - 1.4. Les déplacements touristiques en France
- 2. Un panorama
  - 2.1. Une activité peu héliotope
  - 2.2. Les différents espaces 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 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




11

## 2.3. Un mode de gestion privilégié

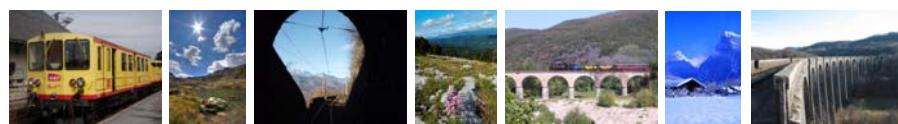
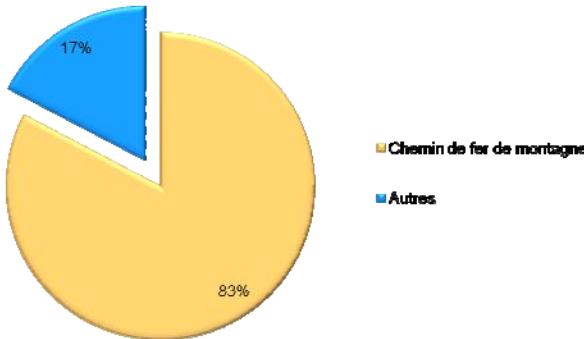
- 1. Le contexte français
  - 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
  - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
  - 1.3. Une communication partielle
  - 1.4. Les déplacements touristiques en France
- 2. Un panorama
  - 2.1. Une activité peu héliotope
  - 2.2. Les différents espaces 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 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




12

## 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 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



 unecto

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 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

2009 : 3,5 millions d'entrées

2007 : 3,2 millions d'entrées

2005 : 3 millions d'entrées



 unecto

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 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

**Le Train à Vapeur des Cévennes**

**Traction vapeur**

**13 Km de voie ferrée (Standard gauge)**

**8 AR quotidiens**

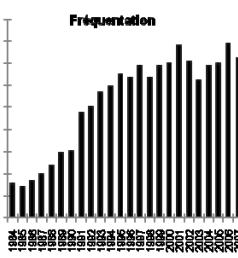
**1986 :**

- 30 000 PAX
- Exploitation associative

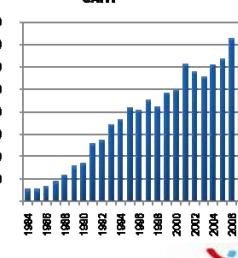
**2009 :**

- 145 000 PAX
- Exploitation commerciale privée
- 18 emplois directs

**Fréquentation**



**CAHT**



**unecto**

15

## 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 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

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 € 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)

**unecto**

16



### 3. Les atouts à mettre en avant



### 3.1. Des facettes multiples

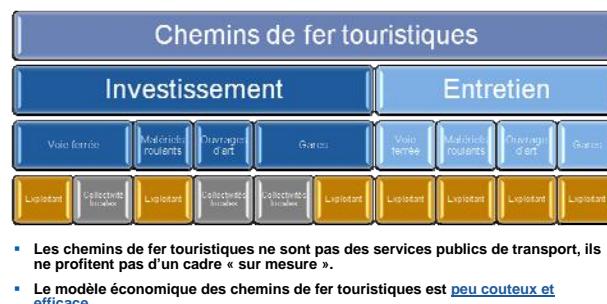
- 1. Le contexte français
    - 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
    - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
    - 1.3. Une communication partielle
    - 1.4. Les déplacements touristiques en France
  - 2. Un panorama
    - 2.1. Une activité peu héliotope
    - 2.2. Les différents 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 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
- **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 couteux (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 héliotope
  - 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 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

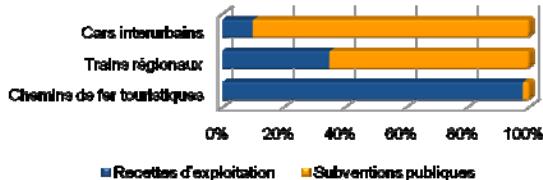


20

### 3.2. Un modèle peu couteux (2)

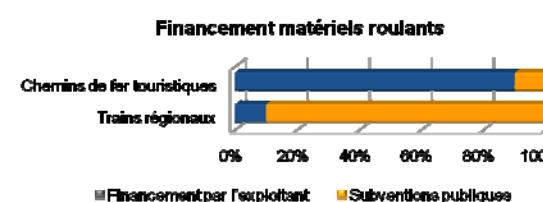
- 1. Le contexte français
  - 1.1. Le poids et l'organisation du tourisme
  - 1.2. Les chemins de fer touristiques n'existent pas
  - 1.3. Une communication partielle
  - 1.4. Les déplacements touristiques en France
- 2. Un panorama
  - 2.1. Une activité peu héliotope
  - 2.2. Les différents espaces 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 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

**Ratio d'exploitation**



Mode de transport	Recettes d'exploitation (%)	Subventions publiques (%)
Cars interurbains	~15	~85
Trains régionaux	~40	~60
Chemins de fer touristiques	~95	~5

**Financement matériels roulants**



Mode de transport	Financement par l'exploitant (%)	Subventions publiques (%)
Chemins de fer touristiques	~95	~5
Trains régionaux	~15	~85

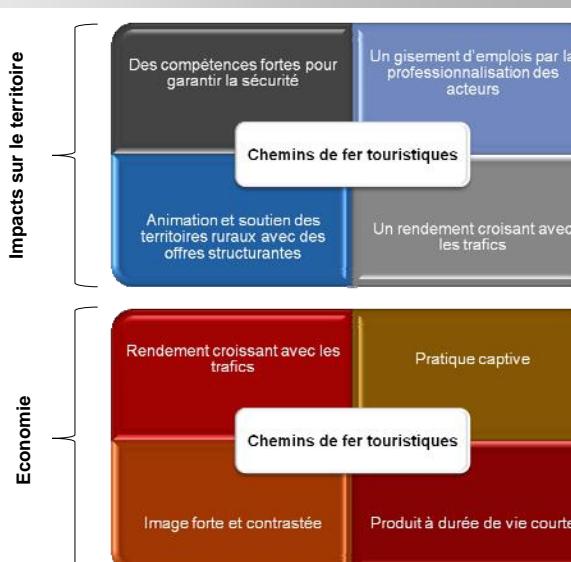
unecto

21

### 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 héliotope
  - 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 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

**Impacts sur le territoire**



**Economie**

unecto

22

### 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 héliotope
    - 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. Économies croisées
      - 3.4.1. 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 exemple les restaurants ont aussi des charges fixes prévalentes.
  - La simple addition des deux prestations réservées aux chalands intéressés :
 

Le train :	10 €	marge 4 €
Le restaurant :	14 €	marge 6 €
<b>Le produit non remisé :</b>	<b>24 €</b>	<b>marge cumulée 10 €</b>
  - 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
<b>Le produit remisé</b>	<b>15 €</b>	<b>Le restaurant + 1 € = Forfait et Le train + 5 € = Forfait.</b>
  - 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 héliotope
  - 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. Économies 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



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

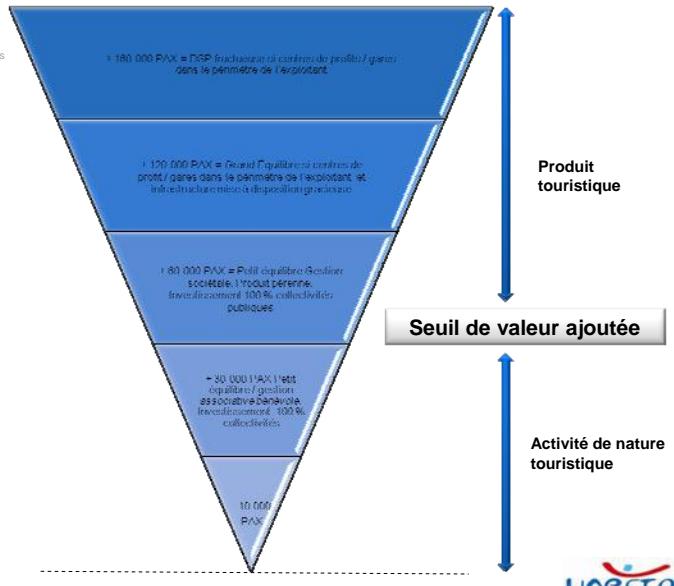
Pour un trajet ferroviaire de moins de 120 minutes : Produit journée : les plus ambitieux

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 héliotope
  - 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



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 héliotope
  - 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 cout 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 sortent de leur marginalité pour entrer dans le système ferroviaire en qualité d'Opérateurs ferroviaires de Proximité.




26

### 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 héliotope
  - 2.2. Les différents espaces géographiques
  - 2.3. Un mode de gestion privilégié
  - 2.4. Un marketing : le leader
  - 2.5. Population 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. L'accompagnement des acteurs
  - 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 chaîne au charbon
  - 4.2. Une origine militante
- 5. Conclusion



**Fort de la méthode et des données rassemblés et diffusés par l'UNECTO, 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



**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 héliorope
  - 2.2. Des territoires 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 risques mitigés
  - 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. Une offre de transport durable
  - 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 differentie :
  - 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 dégâge 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. Le marketing : 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 coûteux
    - 3.3. Les caractéristiques essentielles
    - 3.4. Compétences et métiers
    - 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 chauffer 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 dynamique 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



### 3. Conclusion



33



### 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 hélicoptère
  - 2.2. Des territoires d'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 risques 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. Des impacts sociaux et environnementaux
  - 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.

34



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





**CHAMONIX**  
MONT-BLANC

LE MONT-BLANC ACCUEILLE  
LES CHEMINS DE FER  
TOURISTIQUES

du 9 au 11 mai 2008  
à la gare du Montenvers



**la Cité du Train**  
Musée français du Chemin de Fer  
à Mulhouse

accueille  
**LE SALON DU  
TOURISME  
FERROVIAIRE**  
7-8-9 mai 2010

**CITE DU TRAIN**

03 89 42 83 33  
www.citedutrain.com

35




**Les chemins de fer touristiques français  
vous remercie de votre attention**

  
 A dessin / Qualifié OPQIB / Adhérent GEFIL / EOQA Ministère des transports / 05 61 88 49 42 – [a\\_dessin@orange.fr](mailto:a_dessin@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**

FEDECRAIL Mitglieder und der Jugendaustausch 2009  
FEDECRAIL members and YouthCamp 2009  
Membres FEDECRAIL et Camp de Jeunesse 2009

Verband Deutscher Museums- und Touristikbahnen VDMT

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

FEDECRAIL Mitglied  
FEDECRAIL members  
Membre FEDECRAIL

Jugendaustausch 2009  
YouthCamp 2009  
Camp de Jeunesse 2009

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

3

**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

Deutscher Museums- und Touristikbahnen VDMT

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

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

4

**FEDECRAIL**

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

**VDMT**

**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 liste 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

**FEDECRAIL**

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

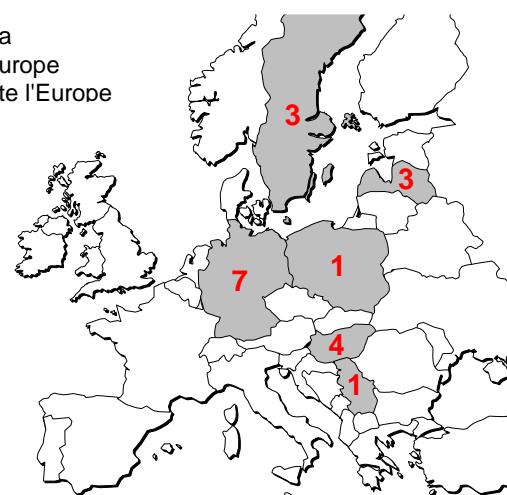
**VDMT**

**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

Land/Country	Anzahl/Number
Deutschland/Germany/Allemagne	7 (+ 4 Team)
Ungarn/Hungary/Hongrie	4
Lettland/Latvia/Lettonie	3
Polen/Poland/Pologne	1
Serben/Serbia/Serbie	1
Schweden/Sweden/Suède	3
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>

Stand/Status/Etat: 05.04.2009



84% männlich male mâle  
 16% weiblich female femelle

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

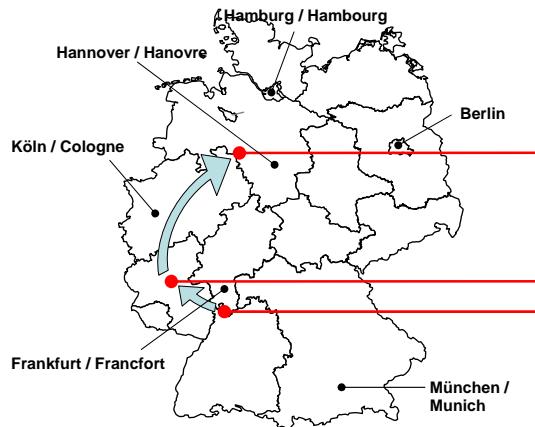
6

**FEDECRAIL**

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

Verband  
**VDMT**  
 Deutscher Museums- und Touristikbahnen

**Standorte / Locations / Sites**



The map shows the following locations with red dots indicating the route:  
 - Frankfurt / Francfort (bottom left)  
 - Köln / Cologne (top left)  
 - Hannover / Hanovre (top left)  
 - Hamburg / Hambourg (top center)  
 - Berlin (top right)  
 - München / Munich (bottom right)  
 - Darmstadt-Kranichstein (bottom center, marked as 'Beginn / Start / Départ')  
 - Brohlthal (center, marked as 'Zwischenstopp / Breakpoint / Escale')  
 - Minden (top center, marked as 'Ende / Finish / Fin')

**Minden**  
 (Ende / Finish / Fin)

**Brohlthal**  
 (Zwischenstopp / Breakpoint / Escale)

**Darmstadt-Kranichstein**  
 (Beginn / Start / Départ)

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

7

**FEDECRAIL**

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

Verband  
**VDMT**  
 Deutscher Museums- und Touristikbahnen

**Zeitplan / Timetable / Horaire**

31.07.09 <b>Ankunft</b> <b>Arrival</b> <b>Arrivée</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Empfang aller Teilnehmer in Darmstadt-Kranichstein</li> <li>■ Welcome of participants in Darmstadt-Kranichstein</li> <li>■ Réception de tous les participants à Darmstadt-Kranichstein</li> </ul>
31.07.09 – 03.08.09 <b>Darmstadt-</b> <b>Kranichstein</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Arbeiten im Museum / Stadtführung</li> <li>■ Jobs in the museum / guided city tour</li> <li>■ Travaux au musée / Visite guidée de la ville</li> <li>■ Dampfzugfahrt innerhalb des Bahnhofs</li> <li>■ Steam train ride within station</li> <li>■ Parcours en train en vapeur dans l'enceinte de la gare</li> </ul>
04.08.09	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Eisenbahn-Reise entlang des „Oberen Mittelrheintals“ (UNESCO Weltkulturerbe)</li> <li>■ Travel along the „Oberen Mittelrheintals“ (UNESCO World Heritage site)</li> <li>■ Voyage en chemin de fer le long de la partie supérieure de la Vallée du Rhin moyen (patrimoine mondial de l'humanité UNESCO)</li> </ul>

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

8



**FEDECRAIL**

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**

**VDMT**

### Zeitplan / Timetable / Horaire

04.08. - 05.08.09	<b>Brohltal</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Fahrten mit der Schmalspurbahn „Vulkan-Express“</li> <li>■ Narrow-gauged railway ride with „Vulkan-Express“</li> <li>■ Trajets avec le chemin de fer à voie étroite "Vulkan-Express"</li>   <li>■ Arbeiten an der Schmalspurbahn</li> <li>■ Jobs at narrow-gauged railway</li> <li>■ Travaux sur le chemin de fer à voie étroite</li>   <li>■ Besuch des DB-Museums Koblenz-Lützel mit Übernachtung</li> <li>■ Visit of DB museum Koblenz-Lützel with overnight stay</li> <li>■ Visite du Musée de la DB de Koblenz-Lützel avec hébergement pour la nuit</li> </ul>
06.08.09	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Hochgeschwindigkeitsfahrt mit ICE-3 nach Minden (300km/h)</li> <li>■ High-speed trip with ICE 3 to Minden (300 km/h)</li> <li>■ Trajet à très grande vitesse avec l'ICE-3 en direction de Minden (300 km/h)</li> </ul>

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

9

**FEDECRAIL**

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**

**VDMT**

### Zeitplan / Timetable / Horaire

07.08.09 – 08.08.09	<b>Minden</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Besuch der DB Systemtechnik, Standort Minden mit Führung</li> <li>■ Visit at DB Systemtechnik, Minden with guided tour</li> <li>■ Visite de DB Systemtechnik, visite guidée du site de Minden</li>   <li>■ Besuch bei der Ersten Museumseisenbahn Deutschlands in Bruchhausen-Vilsen</li> <li>■ Visit of Germany's first museum railway at Bruchhausen-Vilsen</li> <li>■ Visite du premier chemin de fer historique d'Allemagne à Bruchhausen-Vilsen</li>   <li>■ Arbeiten im Museum, Dampfzugfahrt mit dem „Preußenzug“</li> <li>■ Job in the museum, steam train ride with „Prussia-Train“</li> <li>■ Travaux au musée, trajet en train à vapeur avec le "Train Prussien"</li> </ul>
09.08.09	<b>Abreise Departure Départ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Verabschiedung aller Teilnehmer</li> <li>■ Farewell all participants</li> <li>■ Prise de congé de tous les participants</li> </ul>

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

10



## Vorbereitungen für den Jugendaustausch 2009

Preparations for YouthCamp 2009

Préparatifs pour le Camp de Jeunesse 2009

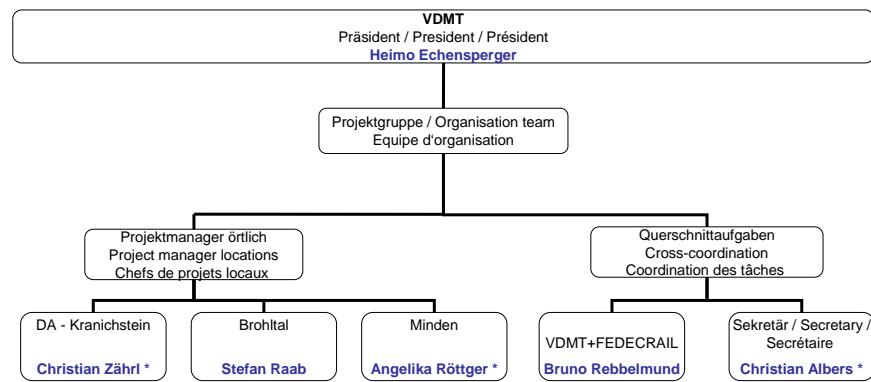
Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

11



### Vorbereitungen / Preparations / Préparatifs

Organisationsstruktur / organisation structure / structure d'organisation



\* 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





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



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

Verband



### Vorbereitungen / Preparations / Préparatifs

- Regelmäßig wurden Telefonkonferenzen von den Mitgliedern des Organisationsteams gehalten, um den aktuellen Stand abzulegen 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



### 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



FEDECRAIL 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 VDMT

## Finanzen des Jugendaustauschs 2009 Finances of YouthCamps 2009 Finances du Camp de Jeunesse 2009

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

17

FEDECRAIL 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 VDMT

### 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

**FEDECRAIL**

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

Verband **VDMT**  
 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

**FEDECRAIL**

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

Verband **VDMT**  
 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 €	12.637,53 €	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)		Projektleiter: Christian Zährf	
Ort:	Darmstadt-Kranichstein <th>Ausgaben</th> <th>Datum</th> <th>Betrag</th> <th>Einnahmen</th>	Ausgaben	Datum	Betrag	Einnahmen
Kostenart	Verwendungszweck				Herkunft
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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

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**

**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

**FEDECRAIL**

**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

**FEDECRAIL**

**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

**FEDECRAIL**

**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

**FEDECRAIL** **VDMT**

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

**FEDECRAIL** **VDMT**

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

**VDMT**

Abschiedsessen / Farewell-Lunch / Repas d'adieu (Minden, 08.08.2009):  
**Dampfschiff / steam ship / bateau à 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 à vapeur**  
Baujahr / year of construction / année de construction  
1949

als / as / comme LABA in / at / en Prag / Prague

29

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

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

**VDMT**

**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.



30

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010



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

Verband  
**VDMT**

**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  
**VDMT**

**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

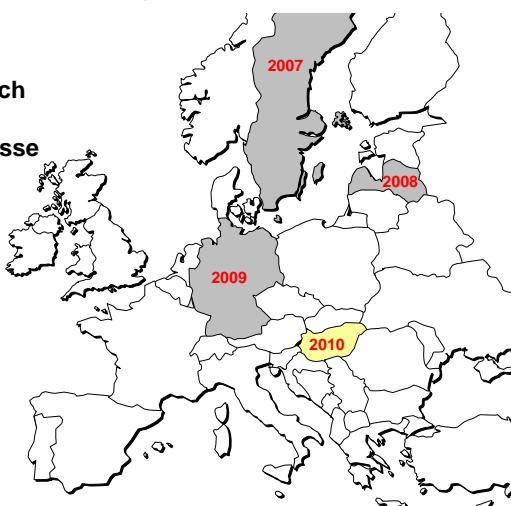
33

 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**

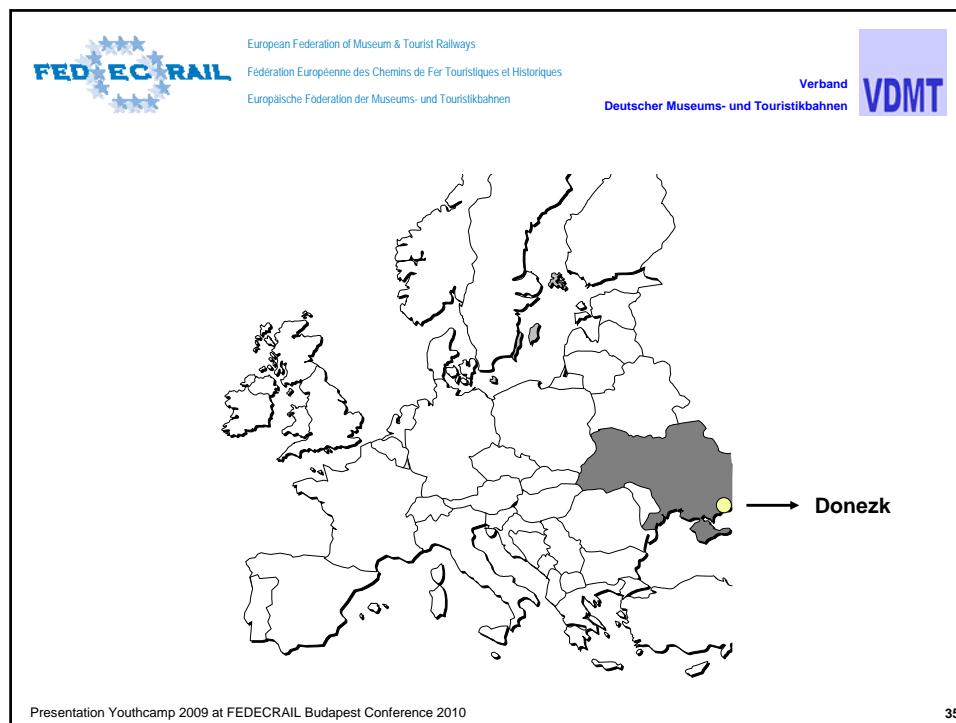
**FEDECRAIL**  
**Jugendaustausch**  
**YouthCamp**  
**Camp de Jeunesse**



A map of Europe with countries outlined. Shaded regions indicate the location of YouthCamp in different years: 2007 (Northern Scandinavia), 2008 (Northern Europe), 2009 (Central Europe), and 2010 (Southern Europe). A large yellow question mark "2011 ?" is positioned in the lower right corner of the map area.

Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010

34



A map of Europe with country boundaries. A yellow dot is placed on the eastern side of Ukraine, specifically over the city of Donezk. An arrow points from the text "Donezk" to this yellow dot. The FEDECRAIL logo is in the top left corner, and the VDMT logo is in the top right corner. The text "Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010" is at the bottom left, and the number "35" is at the bottom right.



The FEDECRAIL logo is in the top left corner, and the VDMT logo is in the top right corner. The text "Presentation Youthcamp 2009 at FEDECRAIL Budapest Conference 2010" is at the bottom left, and the number "36" is at the bottom right.

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

**Projektgruppe / organisation team / équipe d'organisation**

**Christian Albers   Bruno Rebbelelmund**  
**Stefan Raab   Angelika Röttgen   Christian Zährl**



**July 30 – August 8**

**Péter Kalóczkai**

Children's Railway

**Zsuzsanna Selmeczi**

MÁV Nosztalgia Ltd.

## **Children's Railway**

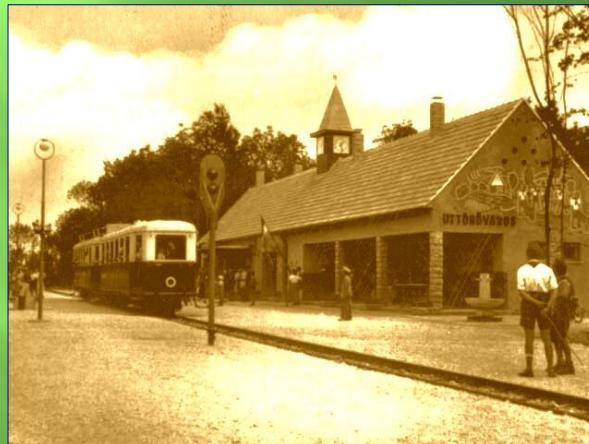
**July 30 – August 2**



**BUDAPEST**

## Children's Railway

– Since 60 years on the move



Further information: [www.gyermekvasut.hu/english](http://www.gyermekvasut.hu/english)  
Weitere Informationen unter: [www.gyermekvasut.hu/deutsch](http://www.gyermekvasut.hu/deutsch)

## Celebrations throughout the year





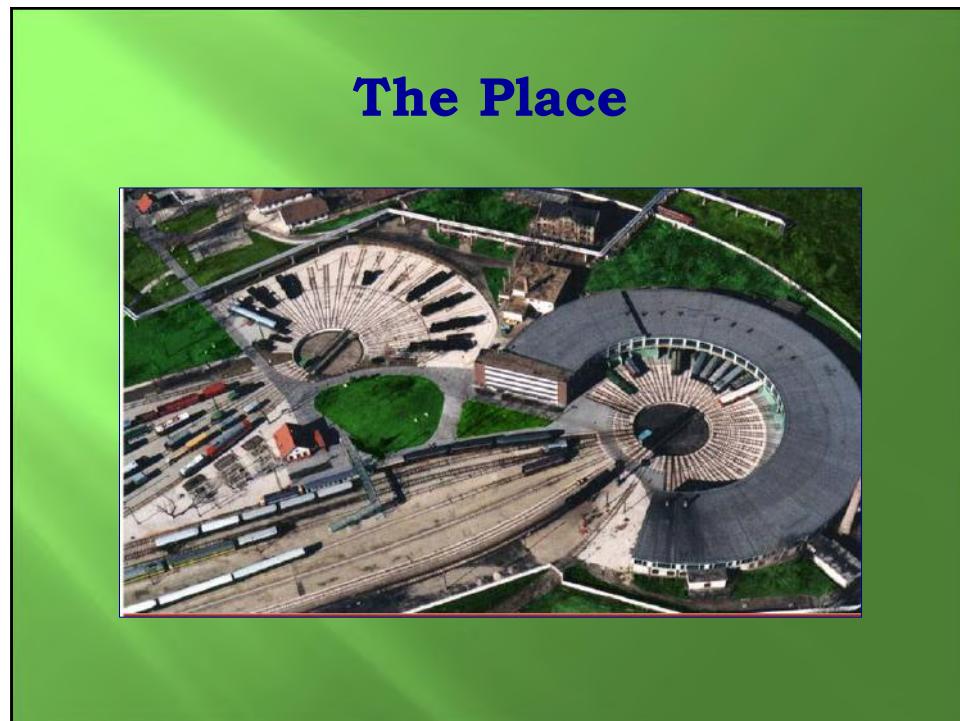
Further information: [www.gyermekvasut.hu/english](http://www.gyermekvasut.hu/english)  
Weitere Informationen unter: [www.gyermekvasut.hu/deutsch](http://www.gyermekvasut.hu/deutsch)





## Historic vehicles

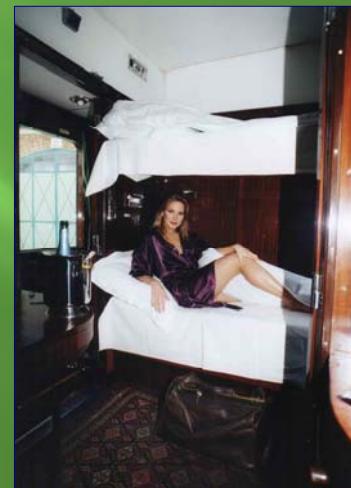






## The Circumstances

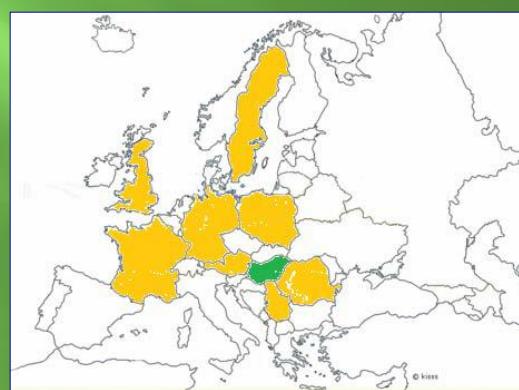
- Near to railway
- Good facilities
- Safe
- Looked after and Controlled



## PARTICIPANTS

20 foreign participants + 4 from Hungary

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



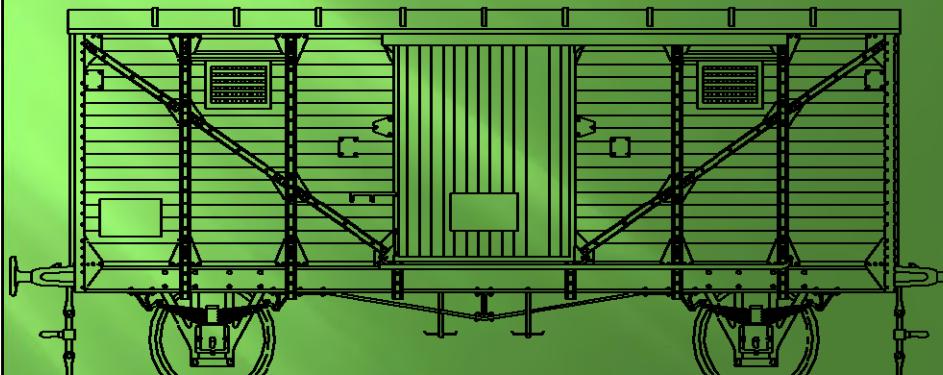
6 of them joined FYC in Germany in 2009

## PROGRAMME in blocks

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



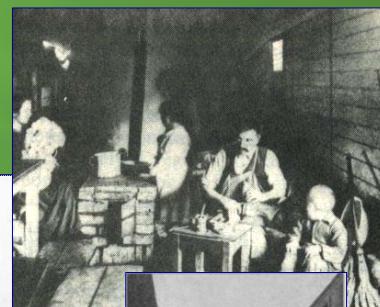
## THE WAGON



## The Past

1918 -1924

- over in 4000 wagons
- Cca. 1 million people



## Celebration





**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





## 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, ...

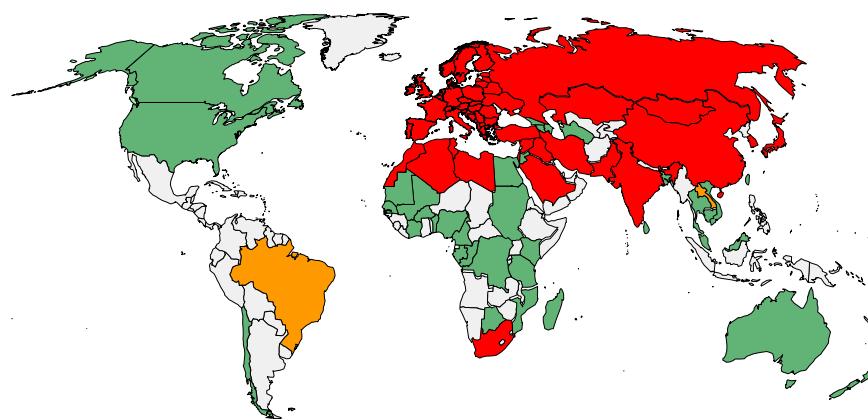


3

Presentation of UIC, FEDECRAIL Annual Conference, 25 April 2010



## The UIC Expansion: Continuous Expansion



Members    Active    Associate    Affiliate

4

Presentation of UIC, FEDECRAIL Annual Conference, 25 April 2010



## UIC Mission

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

5

Presentation of UIC, FEDECRAIL Annual Conference, 25 April 2010



## UIC's role

### Provider

- . Know How,
- . Technical and Operational expertise,
- . Technical solutions,
- . Regulations, standards,
- . Best practices.

### Developer

- . Specifications,
- . Standards,
- . Interfaces,
- . Studies,
- . Interoperability for international rail corridors.

### Facilitator

- . Exchange platforms,
- . Innovation: new ideas, new concepts,
- . Protecting member railways' common interests.,
- . Support policies of development of key infrastructure projects.

### Organiser

- Forums,
- Seminars,
- Conferences,
- . Congresses
- . WCR 2008
- . UIC Highspeed,
- . Global Rail Freight Conference.

6

Presentation of UIC, FEDECRAIL Annual Conference, 25 April 2010





## 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 Railways Group FS)



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

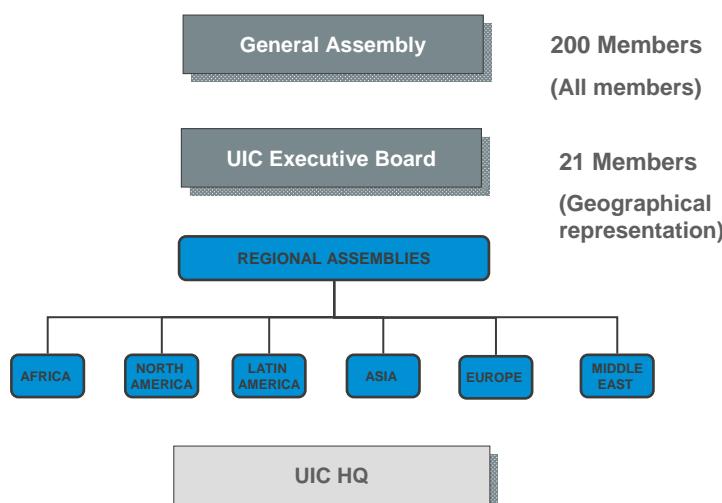
- > **Common values: Unity, Solidarity, Universality**
- > **Regional cooperation**

7

Presentation of UIC, FEDECRAIL Annual Conference, 25 April 2010



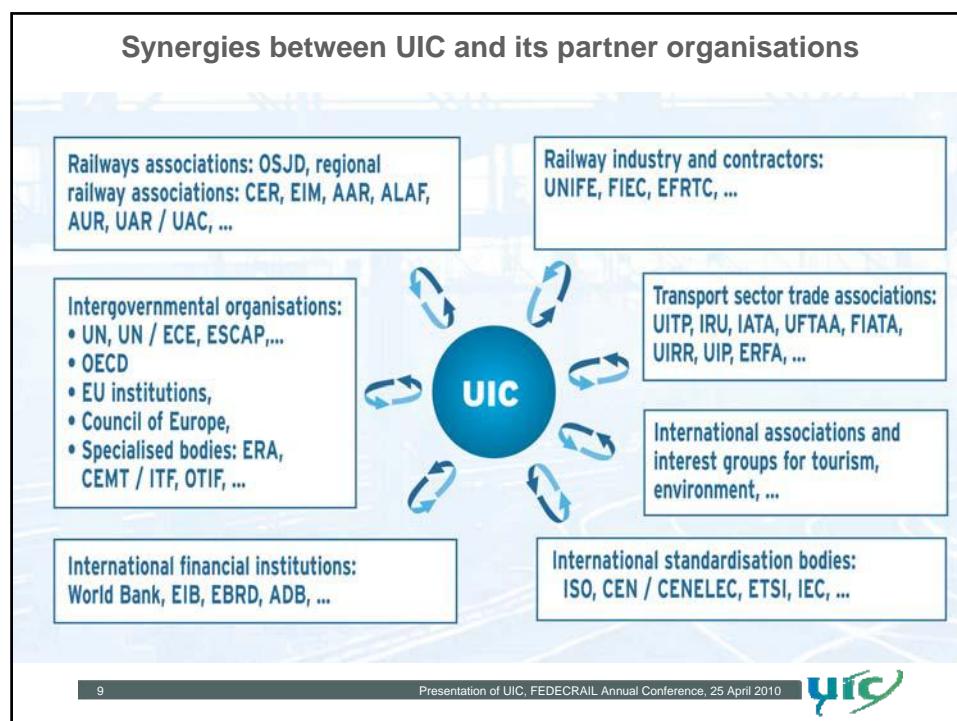
## UIC Governance



8

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

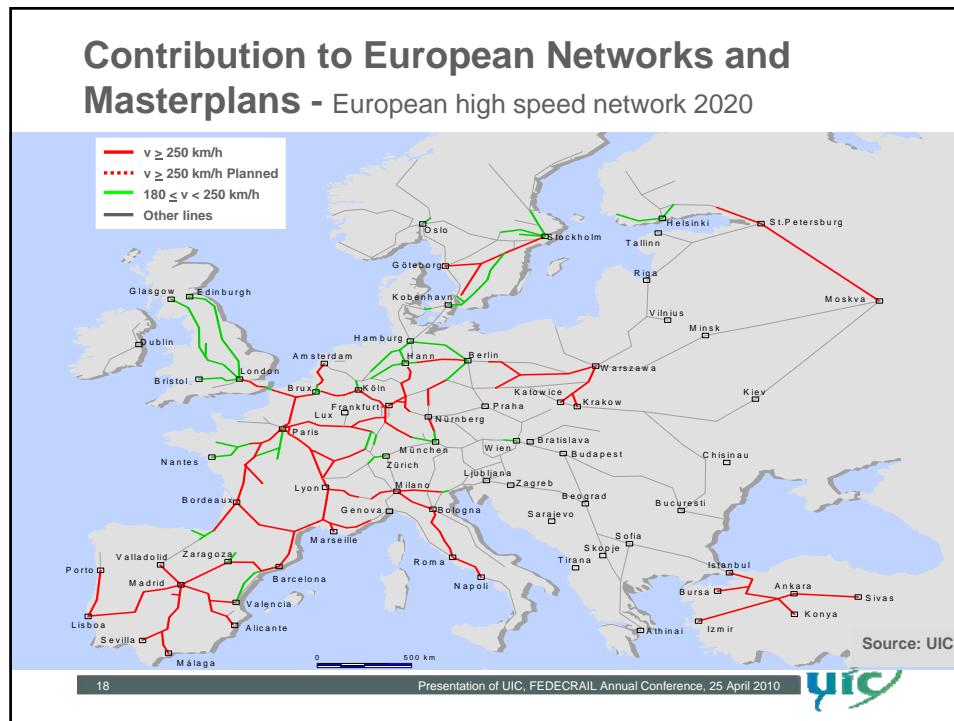
Presentation of UIC, FEDECRAIL Annual Conference, 25 April 2010



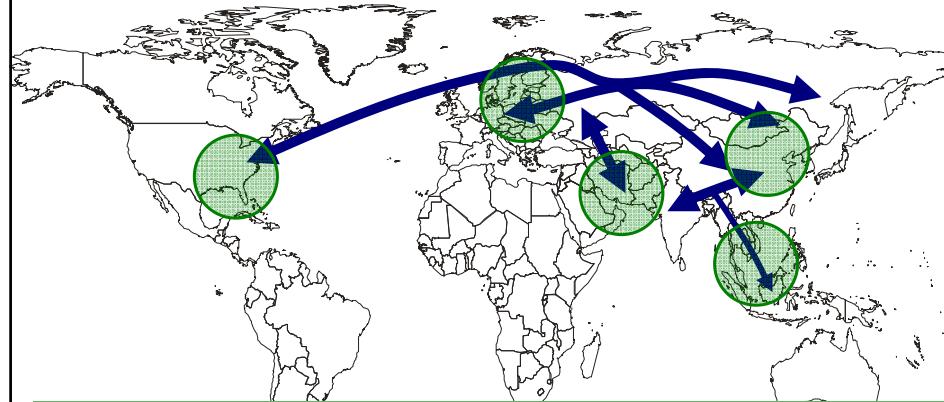
### UIC Leaflets

**UIC CODE 734**  
R  
UIC CODE 779-9  
R

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



## Existing and Potential Corridors



- Develop a few main corridors to capture growing international trade
- Stronger focus on intermodality and cooperation with shipping lines
- Use UIC as a platform for development

19

Presentation of UIC, FEDECRAIL Annual Conference, 25 April 2010



## UIC Reports



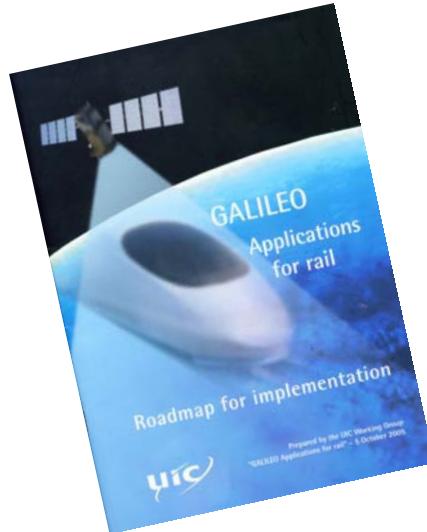
20

Presentation of UIC, FEDECRAIL Annual Conference, 25 April 2010





## UIC Reports

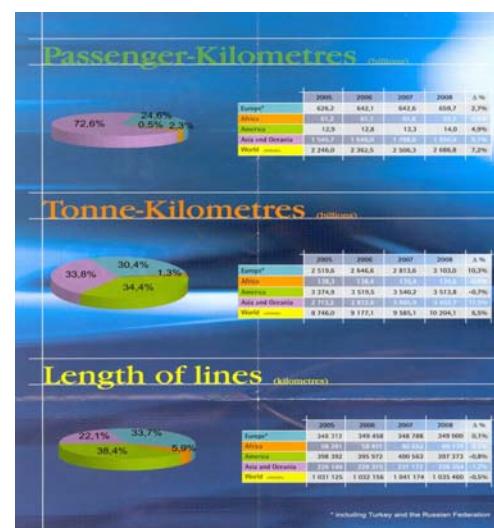
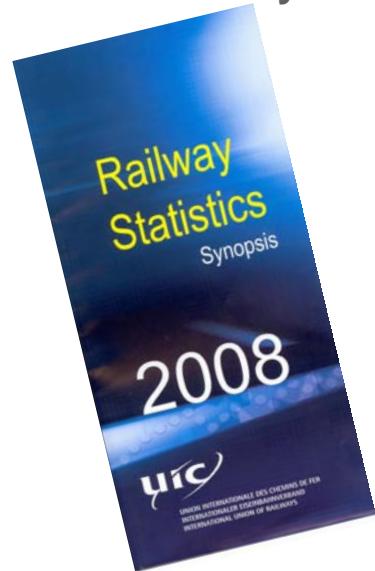


21

Presentation of UIC, FEDECRAIL Annual Conference, 25 April 2010



## UIC Railway Statistics



22

Presentation of UIC, FEDECRAIL Annual Conference, 25 April 2010





■ ■ ■ **Thank you for your kind attention**

*Paul Véron, Director of Communications,  
[www.uic.org](http://www.uic.org)*

23

Presentation of UIC, FEDECRAIL Annual Conference, 25 April 2010





## **International Railway History Association**

Paul Véron  
IRHA Vice Chairman

FEDECRAIL Annual Conference, 25 April<sup>1</sup>2010



## **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 April<sup>2</sup>2010



## 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 April<sup>3</sup>2010



## 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 April<sup>4</sup>2010