



RAPPORT D'ACTIVITES

et perspectives d'actions pour 2014

2013



En décembre 2012, le Conseil général du Val-de-Marne adoptait son Schéma départemental du tourisme et des loisirs pour la période 2013-2018 dont la mise en œuvre a été confiée au Comité Départemental du Tourisme. Il apparaît aujourd'hui, à l'heure où il est question de la suppression de la compétence générale ou de la disparition des Départements, que le CDT fait la preuve de son travail, au quotidien et en grande proximité, avec l'ensemble des acteurs et professionnels du secteur. Le CDT est l'outil de développement d'une offre touristique et de loisirs renouvelée, d'actions de communication, de promotion et de commercialisation au service de tous les acteurs et professionnels du territoire.

Le rapport d'activités 2013 suffit à lui seul à montrer l'importance d'une politique départementale au service non seulement des touristes mais aussi de l'ensemble des Franciliens et de tous les Val-de-Marnais et il assoit la légitimité du CDT, outil de mise en réseau et d'animation de tous les acteurs du territoire.

En effet, l'année 2013, première année de mise en œuvre du nouveau Schéma départemental du tourisme et des loisirs, a marqué un nouveau virage dans le travail du CDT. Ce dernier s'est attelé à élargir sa gouvernance, développer ses partenariats, créer une offre nouvelle à l'attention d'un public individuel, proposer de nouveaux produits aux groupes et développer ses outils de promotion et de communication au service de l'ensemble des partenaires du territoire.

Il a œuvré tout au long de l'année à mutualiser ses outils et à renforcer sa présence dans les réseaux métropolitains. Il a permis les échanges et les contacts entre les différents acteurs du territoire.

Enfin, il a renouvelé le positionnement touristique du département et a travaillé sur l'ensemble du territoire afin de témoigner au mieux de la richesse et de la diversité du Val-de-Marne.

En 2014, le CDT poursuivra et développera les travaux et opérations menés en 2013. Il lancera de nombreuses actions nouvelles en direction des différents publics afin non seulement de renforcer la visibilité des prestataires val-de-marnais au sein de la destination Paris-Ile-de-France mais aussi de faire émerger une offre plus insolite, complémentaire à celle proposée par les professionnels.

Gilles Saint-Gal,
Vice-président du Conseil Général
Président du CDT







SOMMAIRE

Faits marquants et contexte

A • Le développement et l'ingénierie au service du territoire

1. Le CDT, créateur d'une offre touristique nouvelle à l'attention du public individuel 11
2. Le CDT, soutien aux porteurs de projets et ingénierie auprès des partenaires locaux 12
3. La mise en œuvre du Schéma départemental de signalétique touristique 15
4. Le réseau départemental Clévacances 16
5. Tourisme et handicap 16
6. Le CDT, relais départemental de la commission du Film 16
7. L'observation et la veille touristique 17

B • La promotion en lien avec les professionnels du tourisme

1. La promotion du tourisme d'agrément et de loisirs 19
2. La promotion du tourisme d'affaires 20

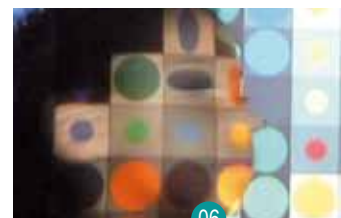
C • Les actions de communication

1. Un nouveau positionnement pour le tourisme et les loisirs en Val-de-Marne 23
2. L'internet et les réseaux sociaux 23
3. Les relations avec la presse 26
4. Les éditions 27
5. Les campagnes de publicité off et on line 28
6. L'accompagnement et la valorisation des événements organisés sur le territoire 28

D • Les actions de commercialisation et de réservation de l'offre d'agrément

1. La clientèle groupes 31
2. La clientèle individuelle 32

Annexes



06



10



18



22



30



32



A photograph of three children standing in front of a large, colorful background composed of a grid of squares, each containing a different colored circle. The children's faces and clothing are partially obscured by the colorful pattern. The child on the left is wearing a dark shirt, the middle child is wearing a light-colored shirt with a pattern, and the child on the right is wearing a green and yellow patterned shirt.

FAITS MARQUANTS ET CONTEXTE

© CDT94

Selon les objectifs fixés par le Conseil général dans la convention conclue avec le CDT, ce dernier a poursuivi ses missions en 2013 afin de renforcer la notoriété du département, celle des prestataires du tourisme et des loisirs et de faire émerger une offre touristique et de loisirs nouvelle. Multiplication des contacts et partenariats, renforcement des coopérations, mutualisation des outils, développement d'offres touristiques et de loisirs nouvelles... l'année 2013 a été marquée par la présence du CDT aux côtés des différents acteurs du tourisme et par son inscription dans l'ensemble des démarches de réflexion prospective engagées par les partenaires du territoire. Dans un contexte de légère hausse des indicateurs de l'activité touristique mais aussi d'incertitude quant à l'avenir de la gouvernance du tourisme, le CDT a développé ses missions afin non seulement de renforcer la notoriété du département et celle des prestataires du tourisme et des loisirs mais aussi de développer une offre touristique et de loisirs inédite.



Le CDT a représenté les acteurs du tourisme et des loisirs au sein des réseaux départementaux et métropolitains. Attentif au suivi de la réforme territoriale et de ses incidences en matière de répartition de la compétence dans le domaine du tourisme, le CDT du Val-de-Marne a contribué à différents travaux menés par le Réseau national des destinations départementales (Rn2d) en faveur du maintien d'une compétence partagée. Il a participé à diverses conférences (Ateliers de Cergy "Révéler et mettre en scène le paysage des métropoles", conférences de la Ville de Paris sur le tourisme créatif puis sur "la métropole créative" en mai 2013, séminaire "Tourisme et grand Paris" organisé par le CDT93 en avril 2013...). Dans ce contexte, le CDT a renforcé ses liens avec les autres CDT franciliens et l'Office de tourisme et des congrès de Paris en participant à des réunions d'échanges et en organisant une réunion spécifique à La Briqueterie le 17 juin.

Le CDT s'est activement engagé dans la démarche collective mise en place par le Conseil de développement du Val-de-Marne autour de la thématique "Val-de-Marne en métropole, futurs possibles" et notamment au sein du groupe de travail sur les enjeux de société. Il a participé à la table-ronde "Etre acteur en métropole" organisée par le Codev le 15 octobre afin de rendre-compte des travaux prospectifs menés dans le cadre de cette démarche.

Il a activement participé aux manifestations organisées par les CDT voisins : journée "Tourisme social" en Seine-et-Marne le 9 avril, matinée sur "les formes alternatives de tourisme" le 6 novembre 2013 en Seine-Saint-Denis.

Le CDT a œuvré au rapprochement et à la coopération avec les autres structures. Des actions de mutualisation et de coopération avec les CDT des territoires voisins (Paris, Hauts-de-Seine, Seine-Saint-Denis et Seine-et-Marne) ont été lancées, notamment sur l'échange d'informations pour les sites internet, la mutualisation des outils d'observation, l'organisation d'une conférence de presse commune "Le grand Paris se met à l'eau" pour présenter les événements estivaux liés à l'eau, dont le Festival de l'Oh !...

Objectif 2014 : réactiver la démarche d'élargissement de la carte touristique parisienne à l'échelle de celle du métro, intégrant en partie l'offre de la petite couronne.

De même, toujours dans le souci d'une meilleure mutualisation des outils, le CDT s'est rapproché du Conseil général afin d'éviter que les sites web des deux organismes ne présentent le même agenda des événements en Val-de-Marne. Il a ainsi été décidé que l'agenda du CDT devienne l'agenda de référence des sorties et loisirs en Val-de-Marne avec des renvois depuis le site du Département.

Objectif 2014 : aboutissement de la collaboration avec le Conseil général et les professionnels sur la rubrique "Actualités" et agenda.

Le CDT a réuni les offices de tourisme du département, non seulement pour leur présenter la réforme du classement des offices et leur permettre d'échanger sur leurs pratiques, mais également pour leur présenter les possibilités de déploiement de sa base de données sur leurs propres sites internet.

Parallèlement, le CDT a renforcé son ancrage territorial. Il a poursuivi l'élargissement de ses instances et le développement de ses adhérents. Ainsi, suite à l'adoption des nouveaux statuts du CDT en début d'année, celui-ci a aujourd'hui l'honneur d'accueillir de nouveaux administrateurs : l'aéroport de Paris Orly, la Semmaris / Min de Rungis, l'association Culture Guinguette et la Ville de Vitry-sur-Seine. Par ailleurs, de nouveaux adhérents se sont engagés auprès du CDT : le château de Vincennes, la Guinguette Auvergnate, l'Actep, l'hôtel Kyriad Rungis, les villes de Saint-Maurice et Chevilly-Larue, l'agence Sixt. Dans le cadre du projet de Cité de la gastronomie, le CDT a organisé le 26 mars, pour son bureau, une visite du Min de Rungis.

Le CDT a développé ses relations avec les grands acteurs du territoire (partenariats avec l'Agence de Développement Paris Val-de-Marne, l'EPA Orsa, participation tout au long de l'année aux groupes de travail mis en place par le Conseil général sur le Projet scientifique et culturel du Mac/Val etc.).

En 2013, le CDT a également noué des contacts avec le tout nouvel incubateur tourisme de la ville de Paris (Welcome City Lab).

L'année a également été marquée par le renforcement des services à l'attention du grand public, notamment les habitants du Val-de-Marne et plus largement, l'ensemble des Franciliens. Le CDT a développé, en partenariat avec tous les acteurs du territoire, une offre de visites et balades insolites à l'attention du public individuel et a lancé un site de réservation et d'inscription en ligne.

Enfin, l'année 2013 a marqué **le lancement du Schéma départemental du tourisme et des loisirs**. Adopté en décembre 2012 à l'unanimité par l'assemblée départementale, le Schéma a été présenté à l'ensemble des professionnels du tourisme lors des Assises du tourisme organisées par le CDT le 18 avril 2013 au Mac/Val. En 2013, le CDT s'est attelé à la déclinaison des grandes orientations du Schéma et à sa mise en œuvre opérationnelle, dans une démarche de partage des enjeux et de mutualisation des énergies, des compétences et des moyens. Rappelons que trois ambitions sont affichées dans le schéma :

- Développer un tourisme au service de l'épanouissement de la personne humaine dans toute sa diversité ;
- Faire du tourisme un levier de développement du territoire ;
- Conforter et développer une identité touristique val-de-marnaise.

Le Mac/Val à Vitry-sur-Seine



2014 en bref :

Le CDT confortera une stratégie et un positionnement cohérents avec ceux des autres acteurs du tourisme et développera une action coordonnée avec ses partenaires. Il développera un certain nombre d'actions permettant la mise en réseau des professionnels du tourisme et des loisirs du territoire :

- poursuite de l'ouverture de la gouvernance du CDT à de nouveaux acteurs (hôteliers, restaurateurs, collectivités locales...) et accueil de nouveaux membres ;
- organisation d'un temps de rencontre rassemblant les professionnels et acteurs du tourisme en Val-de-Marne permettant les échanges sur des thématiques ciblées ;
- actions visant à positionner le CDT comme interface entre les porteurs de projet et l'ensemble des ressources et dispositifs d'aide existants (en particulier le "fonds régional de développement touristique des territoires") mais aussi par la conquête d'investisseurs et de financements innovants (fondations, mécénat, fonds européens...) ;
- reconduction du partenariat avec le réseau Rn2d : participation à divers séminaires et échanges d'expériences avec les autres CDT français, participation au workshop national, diffusion de l'offre groupes du CDT sur la vitrine en ligne de Rn2d...
- développement d'un partenariat avec l'Agence de développement et la Chambre de Commerce et d'Industrie sur les restaurants de qualité en Val-de-Marne : recensement et suivi, développement de supports de communication...
- développement des liens avec le Welcom City Lab de la Ville de Paris (premier lieu dédié à l'innovation dans le tourisme urbain) ;
- développement de coopérations, d'échanges et de projets communs avec des professionnels d'autres pays européens au travers de la commission Tourisme du réseau européen Partenalia, réseau européen associant les collectivités dites intermédiaires (équivalentes à l'échelon départemental français) et au-

quel le département du Val-de-Marne appartient (aux côtés de collectivités italiennes, espagnoles, belges et néerlandaises) : échanges d'expériences et de bonnes pratiques, travail particulier sur le public des seniors et le développement d'une offre de "tourisme créatif"...

- participation aux réflexions stratégiques liées au tourisme dans les contrats de développement locaux, les commissions SAGE etc. ;
- développement de partenariats avec la CCI, la Chambre des métiers, le MEDEF etc. notamment dans le cadre des programmes de visites qu'ils développent ;
- développement de liens avec les OTSI afin de les impliquer dans les actions de communication du CDT, de leur faire connaître tout nouvel outil disponible, de les informer de l'évolution des législations en vigueur dans le domaine du tourisme et de leur proposer des formations ;
- organisation de sorties sur le territoire pour les partenaires lors de l'ouverture de grands sites (ex. réouverture du château de Grosbois) ;
- développement du partenariat sur l'observation avec le CRT, le Conseil Général, les autres CDT, l'OTCP.

En 2014, le CDT amplifiera également ses relations partenariales avec les grands sites touristiques de loisirs et culturels présents aux portes de Paris (Bercy-Village, POPB, Parc Floral, Jardin des Plantes, bois de Vincennes, Cité Universitaire internationale (L'Oblique), Palais de la Porte dorée et cité nationale de l'histoire de l'immigration, etc.) : des produits communs pour les groupes et les individuels seront développés.

La réouverture du Parc Zoologique de Paris au printemps constituera un temps fort de l'année 2014. Le CDT accompagnera et s'associera pleinement à cet événement en termes de communication et promotion. Il proposera de nouvelles visites thématiques de ce grand équipement ainsi que des visites couplées avec des sites val-de-marnais.

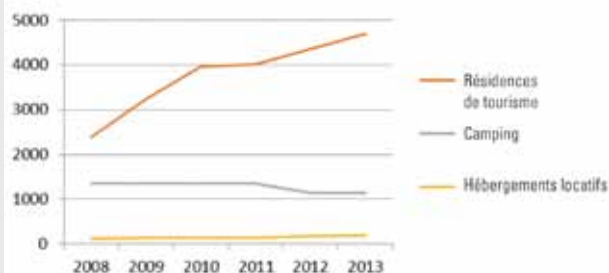
Tout cela, dans un **contexte où le Val-de-Marne a poursuivi sa croissance** et où les principaux indicateurs de l'activité touristique ont été légèrement orientés à la hausse. Sur l'année 2013, la fréquentation hôtelière dans le Val-de-Marne a augmenté de 1,7 point par rapport à 2012 alors que la fréquentation restait stable au niveau de l'ensemble de la région (-0,5 point). De plus, le Val-de-Marne a enregistré la plus forte hausse de la petite couronne en raison de l'augmentation importante des touristes étrangers (+30 %). Le taux d'occupation moyen des hôtels du Val-de-Marne a retrouvé son niveau de 2008, juste avant le début de la crise alors qu'au niveau de la petite couronne, il a été inférieur à 2008 de 1,2 point.

Le chiffre d'affaires hébergement (RevPar) a été en hausse de 3,1 % grâce à la hausse de la fréquentation, le prix moyen restant stable. Toutes les catégories d'hôtels ont vu leur chiffre d'affaires augmenter. Par zone géographique, Seine-Amont a continué d'enregistrer les meilleures performances grâce au prix moyen le plus élevé du département. Cependant, la zone d'Orly-Rungis a enregistré le meilleur taux d'occupation. Quant à la fréquentation des hébergements situés dans les boucles de la Marne, elle a été celle qui a progressé le plus par rapport à 2012.

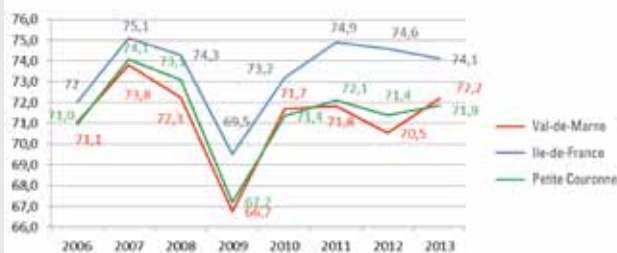
L'année a été jugée satisfaisante et en hausse pour les chambres d'hôtes.

En revanche, la fréquentation des sites culturels val-de-marnais, ouverts à la visite et enquêtés par le CDT, a diminué globalement de 4 % par rapport à 2012. Il en est de même pour la fréquentation des fêtes et manifestations, en baisse de 4 % principalement en raison des mauvaises conditions météorologiques au printemps et à l'automne alors que les manifestations estivales ont fait le plein, en raison du beau temps.

Evolution du parc d'hébergement (en nombre de lits)



Evolution du taux d'occupation depuis 2006 (en %)



Parc des Lilas à Vitry-sur-Seine



© CDT94 / M. Aumerier



A. LE DEVELOPPEMENT ET L'INGENIERIE AU SERVICE DU TERRITOIRE

De grands chantiers ont été lancés en 2013 par le CDT : création d'une offre touristique innovante valorisant les gens qui vivent et travaillent dans le Val-de-Marne, lancement et suivi de nombreuses études, soutien aux porteurs de projets, expertise sur les grands projets du territoire (Cité de la gastronomie...), poursuite de la mise en œuvre du schéma départemental de signalétique touristique, adaptation des outils de veille et d'observation touristiques afin de répondre au mieux aux attentes des partenaires, etc.

Suite à l'adoption par l'assemblée départementale, le 12 décembre 2012, du Schéma départemental du tourisme et des loisirs 2013-2018, le CDT a réalisé un document de synthèse de référence édité en 1 200 exemplaires. Il a organisé les Assises départementales du tourisme le 18 avril 2013 au Mac/Val, en présence de Christian Favier, président du Conseil général.

Ces assises ont rassemblé pendant une demi-journée, l'ensemble des acteurs (prestataires touristiques, associations, élus et représentants des collectivités...) impliqués dans le développement touristique du département. Elles ont été l'occasion de présenter le Schéma et d'en partager les enjeux et ont donné lieu à un échange constructif autour des problématiques du tourisme et des loisirs, avec les différents acteurs concernés, dans le respect des compétences de chacun et avec l'objectif de s'enrichir des contributions des uns et des autres.



L'année 2013 a ainsi marqué le début de la mise en œuvre du Schéma. De très nombreuses actions ont déjà été engagées, comme en témoigne le présent document ainsi que le tableau en annexe 1.

Nouveauté 2014 : dans le souci de garantir le bon usage des fonds publics et de mesurer régulièrement l'impact des opérations menées et les résultats des objectifs fixés, le CDT s'emploiera à mettre en place des outils de suivi et d'évaluation des actions lancées dans le cadre du Schéma.

1. Le CDT, créateur d'une offre touristique nouvelle à l'attention du public individuel, valorisant les gens qui vivent et travaillent sur le territoire

En 2013, le CDT a engagé un important travail pour diversifier son offre et ses publics et pour développer une offre de visites insolites et de balades urbaines à l'attention du public individuel.

Il a mis en place un réseau de **Greeters** sur le département du Val-de-Marne (habitants qui font visiter leur quartier à des touristes). Pour ce faire, il a signé une convention avec l'association *Parisien d'un jour*, qui anime le réseau des Greeters sur la ville de Paris. En effet, il est illusoire de penser que les touristes étrangers demanderont spécifiquement à rencontrer un "Val-de-marnais". En revanche, il est possible de proposer une rencontre avec un habitant du Val-de-Marne à un touriste qui souhaite rencontrer un "Parisien" (au sens large), du moment que le point de rendez-vous est fixé à une station de métro (point de rendez-vous traditionnel entre Greeters et touristes dans les grandes villes du monde). Au cours de l'année, le CDT a sensibilisé les communes concernées afin de rechercher des bénévoles. Au total, 5 Greeters sont maintenant actifs (à Saint-Maurice/Charenton, Bois de Vincennes, Maisons-Alfort, Ivry-sur-Seine) et une dizaine de Greeters potentiels ont été identifiés.

Objectif 2014 : poursuivre le développement et l'animation du **réseau de Greeters** en partenariat avec l'Association Parisien d'un jour : communication, recherche de Greeters, animation du réseau des bénévoles (organisation de rencontres entre les Greeters comprenant des visites et soirées festives...).

Visites avec Greeters (Street-Art)



En matière de **balades urbaines**, le CDT a recensé l'offre existante sur le territoire et a invité les acteurs de ces balades à se rencontrer et à échanger autour des nouvelles formes de tourisme. Il a développé les partenariats avec chacun de ces acteurs (mise à disposition du système de réservation et commercialisation-réservation des balades). Il a lui-même développé des balades Street Art en partenariat avec la ville de Vitry-sur-Seine. Ainsi, au total en 2013, ce sont une soixantaine d'initiatives qui ont été répertoriées et relayées dans l'agenda du site internet et 24 balades (38 dates) ont été proposées en inscription en ligne sur www.tourisme-valdemarne.com.

Objectif 2014 : animer le réseau des acteurs de visites de sites et de promenades urbaines (offices de tourisme, associations locales, CAUE, villes, etc.) afin de leur permettre d'avoir une visibilité plus forte et de mutualiser certaines actions de communication : recensement de l'offre existante, prise de contacts, partenariats, mise à disposition du système de réservation du CDT via l'outil internet «Prestashop», actions de communication (recensement dans l'agenda du CDT, dans les newsletters grand public, etc.).



Balade Street Art à Vitry-sur-Seine

En matière de création de **visites d'entreprises** à l'attention le public individuel, le CDT a identifié les principaux secteurs d'activités qu'il souhaite valoriser dans un premier temps (eau, art contemporain, gastronomie, santé, transports...) ainsi que les principales entreprises du département (80 entreprises sélectionnées). Il a rencontré un certain nombre d'entreprises qui ont accepté d'accueillir du public. Ces visites seront proposées à l'inscription et à la réservation sur le site du CDT en 2014. Cependant, dès la fin 2013, le CDT a expérimenté de premières visites d'entreprises (Port de Bonneuil, Clio 94, DSEA, Archives départementales, exposition Daguerre et visite du Diorama...). Et, dans le cadre de la semaine de l'industrie, il a proposé, en partenariat avec le Medef Est parisien, des visites des entreprises ERDF, SGD, Airl... Au total, il a proposé une dizaine de visites avec une trentaine de dates.

Objectif 2014 : définir et mettre en œuvre un plan d'actions de la filière du Tourisme de découverte économique et développer un programme de visites d'entreprises et de stages chez les artisans : prospection, finalisation d'un programme de visites, gestion des réservations via le nouvel outil du CDT (Prestashop) accessible sur le site internet, animation d'un réseau...

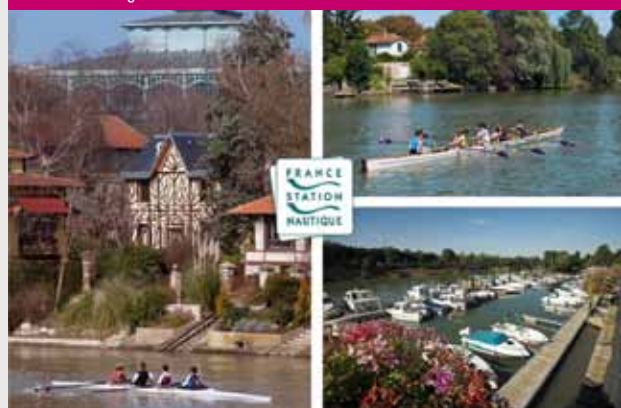
Visite d'entreprise (centrale Chevilly-la-Rue)



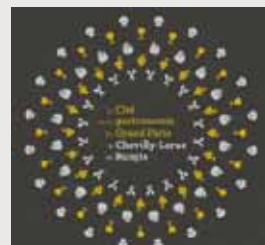
2. Le CDT, soutien aux porteurs de projets et ingénierie auprès des partenaires locaux

Le CDT a apporté son plein concours à la candidature de la communauté d'agglomération Vallée de la Marne pour l'obtention du label **"France Station nautique"**. Il a rédigé un courrier de soutien et obtenu l'appui du CRT Ile-de-France. Le label a été décerné le 7 novembre 2013 et fait de la Vallée de la Marne la première station nautique fluviale de France. De même, le CDT a apporté son soutien à la démarche engagée par la Ville de Nogent-sur-Marne en vue de son classement en "commune touristique".

Label à Nogent-sur-Marne



Le CDT a suivi les **grands projets locaux** : Cité de la gastronomie (participation aux comités stratégiques et à l'élaboration du dossier de candidature, benchmarks, veille, scoring...), Plan bleu départemental, Sage Marne Confluence (participation à la commission "Usages et CLE"), EV3 (suivi du projet d'Euro-vélo-route en lien avec le CG94).



Il a apporté son expertise sur le volet tourisme dans le cadre du diagnostic culturel et touristique réalisé par l'ACTEP et dans le cadre des **Contrats de Développement Territorial** du Grand Orly et des Boucles de la Marne.

Tout au long de l'année, le CDT a apporté **un appui technique aux porteurs de projets** pour aider à la concrétisation de projets touristiques et de loisirs sur le territoire et rechercher des financements. Dans le cadre du Fonds de Développement Touristique Régional, il a défendu à deux reprises le projet d'escale à passagers au Port de Joinville-le-Pont et obtenu une aide régionale pour ce projet, aide qui sera complétée par une subvention du Département. Il a également accompagné des porteurs de projets dans le cadre de la définition de leurs projets (réunions de travail, conseils, rédaction de notes, sensibilisation des collectivités...) : projet d'hébergement sur l'eau "cottages" à Joinville, 2 projets d'auberges de jeunesse à Ivry, un centre de séjours pour groupes à Mandres-les-Roses (PEP 75), projet Miniaturium (projet type Parc à thème en indoor autour du réseau ferroviaire français, à la recherche d'un terrain d'implantation), projets hôteliers (Zac du plateau à Ivry, pointe du lac à Créteil), repositionnement de la résidence Le Fontainebleau à Chevilly...

Nouveautés 2014 : conformément au Schéma départemental du tourisme, le CDT souhaite à la fois travailler à la prise en compte du tourisme dans les grands projets économiques du territoire et encourager les activités créatrices d'emplois et génératrices de retombées pour le territoire.

- rencontres des acteurs locaux, porteurs de **grands projets structurants** sur les volets relatifs au tourisme et notamment au tourisme d'affaires (Campus grand parc, Pôle allongement de la vie de Charles Foix...) ;
- rencontre des **grands établissements hospitaliers** afin de développer un partenariat pour la prise en charge de l'accueil des familles des malades (hébergement, propositions de sorties et visites etc.) ;
- mise en œuvre d'actions permettant la **prise en compte du tourisme et des loisirs dans la conception des futures gares du Grand Paris Express** (rédaction de notes, travail avec la SGP, rencontre des décideurs, etc.). Les gares ne devront pas être de beaux objets architecturaux sans lien avec le territoire. Au-delà de l'information touristique qui devra être présente sous une forme ou une autre, il apparaît nécessaire que "l'habillage" des gares permette aux voyageurs de savoir ce qu'il y a à visiter et à voir en surface. Exemples : musée de la résistance nationale à Champigny centre, Image et Daguerre à la gare de Bry-Villiers-Champigny, Cité de la gastronomie à la Porte de Thiais etc. Les gares d'interconnexion sont également intéressantes pour la diffusion de l'information sur le Val-de-Marne : Villejuif, Créteil ou encore Orly (interconnexion avec la gare TGV).

Domaine de Grosbois



Le pont du Port à l'Anglais

Le CDT a apporté son expertise dans **le suivi d'études** telles que celle sur le positionnement touristique du domaine de Grosbois, le projet d'aménagement des bords de Marne de Saint-Maur, l'étude sur la propriété Daguerre à Bry-sur-Marne, les réflexions autour de la mise en lumière du Pont du Port à l'anglais (benchmark, notes...).

Maison Daguerre à Bry-sur-Marne



Des actions et des projets qui se poursuivent en 2014 pour le CDT...

- expertise touristique et accompagnement dans leurs démarches de divers projets importants pour le territoire : Maison Daguerre à Bry-sur-Marne, Musée de la résistance nationale à Champigny-sur-Marne...
- participation aux groupes de travail mis en place en 2013 suite aux sollicitations de la ville d'Alfortville en vue de définir et développer un projet de mise en lumière du pont du port à l'anglais. Ces groupes de travail rassembleront le CDT, le Conseil Général et les villes d'Alfortville et de Vitry-sur-Seine dans le cadre du projet ;
- site de Grosbois (Château, Musée du Trot, Centre d'entraînement) : accompagnement de la Société du cheval français (SECF) dans la mise en place d'une démarche touristique et de loisirs de développement de visites selon les conclusions de l'étude menée en 2013 et à laquelle le CDT a apporté son concours financier.

Berges de la Marne à Saint-Maur-des-Fossés



Enfin, le CDT a lancé un certain nombre d'études, en tant que maître d'ouvrage :

- **Etude Hôtelière Orly-Rungis**, en partenariat avec le Conseil Général du Val-de-Marne et l'Etablissement Public d'Aménagement Orly Rungis-Seine Amont. L'objectif de cette étude était de réaliser, avec l'aide du cabinet spécialisé Horwath, une étude sur le potentiel de développement de l'hébergement marchand sur le secteur du Grand Orly et ce, en lien notamment avec le projet de la Cité de la gastronomie de Paris-Rungis.

Afin de prendre en compte l'ensemble des enjeux de la mission, l'étude s'est structurée autour des phases suivantes :

Phase 1 : Etat des lieux et diagnostic de l'hébergement touristique

Phase 2 : Stratégie et positionnement des professionnels sur le territoire

Phase 3 : Analyse des besoins spécifiques autour de la Cité de la Gastronomie.

Objectif 2014 : les conclusions de l'étude prospective et d'opportunité de développement de l'hébergement marchand sur le pôle d'Orly-Rungis devront permettre de préciser les hébergements à programmer sur la zone compte tenu des projets existants et futurs du territoire d'étude. En 2014, le CDT mettra en œuvre les actions permettant de concrétiser les conclusions de l'étude : recherches d'opérateurs, recherche de financements, etc.

Pôle d'Orly



Bords de Marne



- **Etude de faisabilité et d'opportunité d'un centre d'hébergement à destinations de jeunes**, couplé éventuellement à une Maison des cultures électroniques portée par l'Association Technopol. L'étude est organisée en 3 volets : faisabilité et viabilité économique de l'équipement, opportunité territoriale, assistance dans la recherche d'opérateurs et de partenaires financiers.

Objectif 2014 : lancement des démarches nécessaires à la mise en œuvre des projets suite à l'étude de faisabilité et d'opportunité d'un grand équipement mixte lancée fin 2013 par le CDT et le Conseil Général.

Stratégie 2014 : Renforcer la prise en compte du tourisme des jeunes

Les jeunes constituent l'un des publics cibles du Schéma du tourisme et des loisirs.

En 2014, le CDT développera un certain nombre d'actions en direction de cette cible :

- actions en vue d'encourager la création d'un (de) centre(s) d'hébergement pour jeunes sur le territoire ;
- incitation des partenaires à développer des Bons plans spécial "Jeunes" ;
- lancement d'une réflexion, en partenariat avec les services du Conseil Général, sur le développement d'une rubrique "Jeunes" sur le site internet du CDT.

- **Etude diagnostic sur les bords de Marne** : le CDT, souhaitant renforcer et renouveler sa communication sur les boucles de la Marne, a engagé une réflexion avec un bureau d'études spécialisé dans la labellisation des sites et territoires patrimoniaux. Une visite de terrain a été organisée le 27 septembre avec ce bureau d'études, MCC Héritage.

Objectif 2014 : définition et mise en œuvre d'un plan d'actions spécifiques pour valoriser le patrimoine naturel et architectural des bords de Marne dans les supports touristiques du CDT (Internet, etc.) et réflexions sur la faisabilité de création d'un Itinéraire culturel européen.

- Enfin, le CDT a mené, en lien avec le Syndicat Marne Vive, un travail méthodologique en vue de lancer en 2014 **une étude clientèle sur la Marne et la Seine**.

Nouveautés 2014 : lancement de l'étude de clientèles sur les usages de la Marne et de la Seine auprès des plaisanciers et des randonneurs (dans le cadre du SAGE).

Nouveauté 2014 : les grands sites sont des "têtes de réseau" capables d'avoir un effet d'entraînement sur des lieux ou initiatives du territoire moins visibles.

En 2014, le CDT sera présent aux côtés des sites locomotives existants dans le Département et apportera son soutien et son appui à la définition et à la mise en œuvre effective d'équipements structurants sur le territoire (mise en lumière du **Château de Vincennes**, définition du projet de **Cité de la gastronomie** notamment sur le volet touristique, participation au comité technique du **Projet scientifique et culturel du MacVal...**). Il accueillera également tous les porteurs de projets et les accompagnera dans leurs démarches (conseils, recherche de subventions...).

Ecluse de Vitry-sur-Seine



3. La mise en œuvre du Schéma départemental de signalétique touristique

Pour mémoire, dès 2007, sur la base d'une concertation étroite avec les communes, le CDT avait décidé de réaliser, en partenariat avec le Conseil Général, un Schéma départemental de signalétique touristique. L'objectif était de renforcer la lisibilité de l'offre touristique et patrimoniale sur le territoire. Sites historiques, architecturaux, naturels, etc. sont ainsi valorisés grâce à l'implantation de panneaux in situ ou sous forme de circuits touristiques.

En 2013, le CDT a poursuivi ses échanges avec les villes non encore dotées de panneaux : l'Hay-les-Roses, Ivry-sur-Seine, Marolles-en-Brie et Vitry-sur-Seine. Il a également pris le soin de faire le point, avec les villes concernées, sur l'état de chaque panneau déjà implanté.



Et en 2014... on pourra considérer que cette démarche sera arrivée à son terme. De même que l'initiative appliquée au Pôle des Boucles de la Marne, compte tenu de la disparition effective du pôle régional. Il ne restera qu'à poursuivre en 2014, si nécessaire, la réalisation et la livraison des derniers panneaux ainsi que le renouvellement des panneaux endommagés.

Pour rappel, le **Schéma départemental de signalétique touristique** se déploie aujourd'hui sur plus de 35 communes du Val-de-Marne et représente un ensemble de plus de 120 panneaux.

Signalétique passerelle de Bry-sur-Marne



4. Le réseau départemental Clévacances

Dans le but de diversifier l'offre d'hébergements, le CDT est adhérent à la fédération nationale *Clévacances* et est le référent départemental de ce réseau. Sur l'année 2013, le CDT a concrètement œuvré au développement et à la valorisation de l'offre présente sur le département (actions de sensibilisation auprès des communes, accompagnement des porteurs de projets, participation à l'élaboration de la brochure régionale, mailing d'information...). Il a également organisé une réunion avec les propriétaires de meublés et chambres d'hôtes afin, notamment, de les informer sur la réforme du classement des meublés.

Objectif 2014 : Aider au développement des hébergements chez l'habitant

Afin de répondre aux nouvelles tendances et comportements de nombre de touristes, le CDT engagera des actions visant à encourager le développement et la qualification des diverses formes d'hébergement chez l'habitant :

- travail de sensibilisation des propriétaires de chambres d'hôtes aux différents labels et des locations saisonnières au classement "meublés de tourisme" (organisation de réunions d'informations et d'échanges...);
- recensement des offres val-de-marnaises bénéficiant d'autres labels et promotion de cette offre;
- sensibilisation des communes aux procédures et dispositions du nouveau classement;
- rencontre des opérateurs et animateurs des nouvelles pratiques d'hébergement comme le couchsurfing et Airbnb.

Chambre d'hôtes Marsan - Vincennes



5. Tourisme et handicap

En 2013, le CDT a engagé une réflexion autour de ses missions avec pour objectif de pouvoir travailler avec la totalité des sites et partenaires présents sur le territoire du Val-de-Marne. Dans ce contexte, le CDT a décidé de ne plus assurer la mission d'évaluation des professionnels dans le cadre du label Tourisme et Handicap. Et ce, pour plusieurs raisons :

- Cette mission imposait au CDT de jouer un rôle de "juge", d'évaluateur de ses partenaires alors même que ce dernier souhaite jouer le rôle de "conseil" et de "rassembleur" des professionnels;
- Cette mission imposait au CDT de ne faire la promotion que des actions mises en œuvre par les sites labellisés. Or, compte tenu de la mise en conformité de tous les sites accueillant du public, en application de la Loi de 2005 sur l'accessibilité, le CDT souhaite valoriser

l'ensemble des actions proposées par les sites val-de-marnais, qu'ils soient labellisés ou non "Tourisme et handicap".

Le CDT a ainsi mis en place une nouvelle communication basée notamment sur la création d'une rubrique particulière sur son site internet : www.tourisme-valdemarne.com/idees-sorties/sortie-accessible.html

Tourisme et handicap



Cette rubrique valorise non seulement les sites labellisés mais également tous ceux qui développent des offres adaptées. Elle indique également toutes les références des organismes et les adresses qui peuvent être utiles aux publics concernés.

Par ailleurs, le CDT poursuit son action générale de sensibilisation des sites et des partenaires à l'accueil de ces publics.

6. Le CDT, relais départemental de la commission du Film

Dans le cadre de son rôle de relais départemental de la Commission du Film, le CDT a répondu aux sollicitations de 13 professionnels du cinéma qui recherchaient des lieux de tournage. Par ailleurs, il a assuré la promotion des décors publics val-de-marnais en étant présent sur le salon Location Expo, le 14 février 2013.

Commission du film (Dubuffet)



7. L'observation et la veille touristique

Les missions de l'observatoire sont de collecter, traiter et évaluer les données conjoncturelles et structurelles sur l'activité touristique, au travers d'enquêtes dont il diffuse les résultats notamment auprès des professionnels, des institutionnels et des porteurs de projets.

Pour se faire, le CDT assure une veille sur les grandes tendances d'évolution des marchés touristiques ainsi que sur les études, les recherches et les réflexions prospectives. Il participe également à différents groupes de travail (Rn2d, Atout France, CRT) afin de se tenir informé de l'actualité juridique, des grandes tendances d'évolution des marchés touristiques, des actions au niveau du gouvernement en matière de tourisme ainsi que des bilans et études réalisés au niveau national et régional.

En 2013, **des notes de conjoncture** donnant un regard sur les tendances générales par activité et par clientèle, ont été envoyées chaque mois de janvier à juin, puis chaque trimestre à partir de juillet. Le changement dans la fréquence de ces notes permet au CDT une analyse plus approfondie des données et des tendances ainsi que des comparaisons plus pertinentes au niveau métropolitain.

Nouveautés 2014 : ouverture de la note de conjoncture aux partenaires (interviews, carte blanche...) et extractions des données sur des territoires précis à la demande des partenaires (offices de tourisme, villes etc.).

Note de conjoncture



Le CDT gère également une rubrique "Observation" dans l'espace pro de son site internet, accessible à tout moment pour tous les professionnels.

Le CDT a été, par ailleurs, disponible pour aider les professionnels (investisseurs, cabinets d'études, porteurs de projets, étudiants...) demandeurs de données sur l'offre et la fréquentation touristiques du territoire.

Le CDT a mis en place des indicateurs (enquêtes de satisfaction...)

permettant le bilan des actions menées dans le cadre notamment des Journées du Patrimoine 2013, de l'éductour tourisme d'affaires ou encore de la manifestation *Think Val-de-Marne* (voir page 21).

Nouveautés 2014 : le CDT répondra à l'exigence d'évaluation des politiques publiques

- bilan annuel des actions menées par le CDT en partenariat avec les professionnels (bilan des Bons plans etc.) ;
- poursuite de la mise en place d'outils (indicateurs...) permettant de mesurer annuellement l'impact de la politique touristique départementale en termes d'image et de notoriété, de part de marché, de performances économiques et sociales, de performance marketing... et de dresser un bilan des actions du schéma ;
- développement du partage d'outils, d'expériences et de données avec les autres fonctions d'observation existantes (Région, Département...) ;
- établissement d'un bilan des aides publiques au tourisme tous financeurs confondus.

Le CDT a également réalisé, comme chaque année, **un bilan de l'année touristique** qui permet de dresser un panorama de l'offre, de la fréquentation et de la demande touristique en Val-de-Marne.

Il a également estimé le montant de la taxe de séjour pour toutes les communes du Val-de-Marne et a adressé un courrier à chacune d'elles afin de la sensibiliser à l'instauration de cette taxe. Il a également porté assistance à celles qui souhaitent la mettre en place prochainement (Ivry, Saint-Maurice...).

Objectif 2014 : sensibilisation des communes à la mise en place de la taxe de séjour (estimations, rencontres...).

En 2013, le CDT a mis en œuvre un certain nombre d'actions incitant au **développement hôtelier sur le territoire**. Pour ce faire, il a sensibilisé les communes aux enjeux liés à l'accueil d'établissements hôteliers, rencontré les aménageurs et les porteurs de projets. Il a réalisé, avec l'appui de l'Agence de développement, une plaquette à destination des investisseurs et des collectivités, plaquette qui présente notamment une carte des projets en cours.



Cette plaquette a été notamment diffusée lors du Salon SIMI sur le stand de l'Agence de Développement. Il a également participé activement aux réunions de travail du Plan hôtelier parisien en lien avec la mairie de Paris et Paris Développement. Enfin, le CDT a rédigé un article pour la revue *Espaces* sur les enjeux du développement hôtelier pour les collectivités de petite couronne⁽¹⁾.

Objectifs 2014 :

1. Développer l'hébergement et sensibiliser aux enjeux du développement hôtelier

L'enjeu de l'hébergement est un enjeu crucial pour le territoire. Le Schéma départemental du tourisme s'est fixé pour objectif la réalisation de 1 500 chambres supplémentaires d'ici 2018.

Afin d'encourager ce développement, le CDT poursuivra ses actions en 2014 : intégration des problématiques touristiques (hébergement, équipement) dans les schémas et projets d'aménagement ; mise à jour de la base de données hébergement ; suivi des projets d'investissement ; participation au Plan hôtelier Paris Métropole et au Plan régional des hébergements touristiques et sensibilisation des hébergeurs au développement durable (suivi de la réglementation, réunions d'information...).

2. Développer une offre d'hébergements innovante et complémentaire à celle de Paris

En 2014, le CDT cherchera à encourager l'implantation sur le territoire d'une offre d'hébergements innovante, complémentaire à l'offre hôtelière.

- poursuite des recherches de porteurs de projet et de sites potentiels d'accueil d'un (ou de) centre(s) d'hébergement pour jeunes ;
- actions pour encourager le développement d'hébergements originaux (chambres d'hôtes, meublés de tourisme, hébergement insolite...) et identitaires du territoire : recherche d'opérateurs potentiels (ex : offre de gîtes ruraux sur le plateau Briard, péniche hôtels...), accompagnement des opérateurs dans le cadre du Fonds régional, etc.

(1) "Développement hôtelier : le CDT du Val-de-Marne s'empare du sujet" - n°317 de la revue *Espaces*, mars-avril 2014.



© CDT94 / N. Jestin

B. LA PROMOTION TOURISTIQUE EN LIEN AVEC LES PROFESSIONNELS DU TERRITOIRE

Conformément à ses missions, le CDT a œuvré en 2013 à la promotion du territoire et à celle de ses sites, lieux culturels et espaces de loisirs. L'année a également été marquée par l'organisation de la première édition de « Think Val-de-Marne », grande soirée pour faire connaître l'offre de tourisme d'affaires du territoire, qui a remporté un franc succès.



1. La promotion du tourisme d'agrément et de loisirs

Les salons grand public

En 2013, le CDT a été présent sur deux salons grand public.

- **Le Salon Nature** (5, 6 et 7 avril à Paris) a permis au CDT de distribuer de nombreuses brochures (1 500 brochures randonnées, 300 brochures loisirs et 600 flyers du Festival de l'Oh !). Ce salon a connu une forte affluence pendant les 3 jours et le CDT a établi de nombreux contacts très positifs.
- Le CDT a également été présent, pour la première fois, sur le **Salon Zenith** à Bruxelles (18 et 19 novembre) en partenariat avec le Rn2d (Réseau national des destinations départementales). L'objectif était de toucher un public nouveau. Le visitorat était composé d'individuels belges qui ont été intéressés notamment par les propositions du CDT autour du Street art et les visites du MIN de Rungis comme idées de sortie à faire à proximité de Paris lors de leur prochaine venue à Paris.

2014 en bref : les habitants du Val-de-Marne et les Franciliens constituent la cible prioritaire du CDT. De nombreuses actions engagées en 2014 seront engagées en direction de ce public-cible pour qu'il redécouvre les richesses du territoire :

- actions de promotion envers le grand public ;
- participation à des salons grand public en partenariat, selon les cas, avec le CRT, le réseau Rn2d ou d'autres acteurs : salon Nature, Rendez-vous en France, Forum des loisirs culturels, Festival de l'Oh ! ;
- suite à l'installation d'un logiciel de réservation sur internet en 2013, développement des offres proposées de sorties et visites à l'intention du public individuel (balades urbaines, croisières, visites de sites, spectacles, etc.) : recensement des offres, rencontre des partenaires, mise en ligne, gestion des inscriptions et réservations, etc.

Les manifestations en direction des groupes

En 2013, le CDT a participé à de nombreuses actions de promotion en direction de la clientèle "groupes".

Il était notamment présent sur les salons suivants :

- **Rendez-vous en France** (26 et 27 mars 2013 à Toulouse) : manifestation organisée par Atout France, en partenariat avec les différentes régions françaises, afin de présenter l'offre du département et de rencontrer des tours opérateurs du monde entier. Une quarantaine de rendez-vous ont eu lieu (contre 13 en 2012). La proximité de Paris et l'accessibilité restent des arguments essentiels pour la clientèle étrangère.
- **CE-CCASS** (18 avril 2013 Dupleix à Paris) : le CDT a distribué une cinquantaine de brochures à des responsables d'associations intéressés pour organiser des visites et sorties en Val-de-Marne.
- **Elucéo** en partenariat avec le Rn2d, le 3 avril et les 1^{er} et 2 octobre 2013, au Stade de France à Paris : le CDT a distribué environ 200 brochures et enregistré 3 demandes de devis sur place de la part de CE et d'associations. Le CDT est présent sur ce salon depuis quelques années et note un intérêt relativement en baisse de la part des visiteurs.
- **Map Pro** (10 octobre 2013, Porte de Versailles à Paris) : la fréquentation des professionnels du tourisme a été assez faible, seule une vingtaine de brochures a été distribuée sur la journée.
- **Forum des loisirs culturels** (18 novembre 2013, Cité de l'immigration à Paris) en partenariat avec le CRT : ce salon a permis de distribuer une cinquantaine de brochures et de répondre aux questions de visiteurs d'associations et de CE très intéressés par l'offre groupe val-de-marne.

- Par ailleurs, le CDT a participé au **Workshop régional** organisé pour les groupes à l'espace Pierre Cardin (Saint-Ouen) le 17 octobre 2013. Les retours ont été, comme chaque année, très positifs avec une soixantaine de brochures groupes distribuées à un public particulièrement intéressé et une dizaine de demandes de devis a été enregistrée.
- Enfin, le CDT a participé le 6 décembre à un déjeuner avec des **tours opérateurs et autocaristes belges**. Ce déjeuner était organisé par le CRT Ile-de-France.

Nouveautés 2014 : au-delà de sa participation, en partenariat avec le CRT, le réseau Rn2d et/ou d'autres CDT franciliens aux salons Eluceo ou CE-CCAS ; Workshop francilien, RV en France, Forum des loisirs culturels, le CDT lancera de nouvelles actions afin de faciliter la mise en marché et la lisibilité des prestataires :

- **envoi de newsletters** au fichier clients du CDT (1 par trimestre au plus) mettant en avant une sélection d'offres et informant sur les événements à venir (salon, sortie de la brochure, éductour, workshop) ;
- participation à deux salons afin d'essayer d'élargir les publics et d'étendre la zone de chalandise du Val-de-Marne -salon **Senioreva** à Lille et salon en Belgique- ;
- organisation d'un **eductour** permettant de faire découvrir une sélection de sites à des clients fidèles et à des prospects et de susciter l'intérêt pour conclure des ventes futures.



Objectif 2014 : animation du réseau des professionnels du tourisme et des loisirs afin de développer, enrichir et diversifier les offres promotionnelles présentes dans la rubrique Bons plans. Cette formule présente l'avantage de donner de la visibilité à l'offre du territoire en associant les sites locomotives et les sites moins connus, de fidéliser le public et, pour les partenaires, de pouvoir renouveler l'offre toute l'année : contacts réguliers avec les prestataires actuels, identification de nouveaux partenaires potentiels, etc.



Workshop 2012

Le PASS Val-de-Marne, les Bons plans

Suite à une réunion organisée par le CDT fin février 2013 à laquelle participaient une quinzaine de partenaires, le CDT a souhaité modifier, à compter du printemps, la formule du chéquier PASS afin de la transformer en une offre "Bons plans" actualisée tout au long de l'année et accessible sur le site : www.tourisme-valdemarne.com. Ainsi, sur la période de mai à décembre 2013, les pages Bons plans du site internet ont enregistré 7 924 visites et 1 998 Bons plans ont été téléchargés (croisières découverte, MIN de Rungis, guinguettes, etc.).



2. La promotion du tourisme d'affaires

Les salons professionnels

En 2013, le CDT a participé au salon professionnel **Bedouk** à Paris s'adressant aux professionnels du tourisme d'affaires. L'hôtel *Huatian Chinagora* était présent sur le stand du CDT. Une trentaine de contacts ont eu lieu. Les retours de la part de l'hôtel *Huatian* sont très positifs car ce partenaire a enregistré des retombées très concrètes liées à sa présence sur ce salon (réservations).

Les actions en direction des cibles de tourisme d'affaires

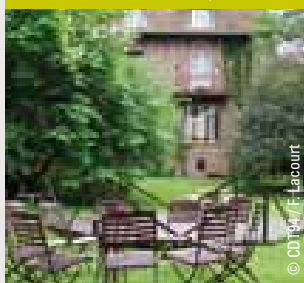
Le CDT a organisé un **Eductour** le 24 septembre 2013 pour faire découvrir des sites de l'offre Affaires du département à des entreprises et des agences événementielles franciliennes. 7 établissements ont été visités dont une partie sur la Ville de Nogent-sur-Marne (Pavillon Baltard, Nogentel, Manoir de l'île aux loups), puis les visiteurs ont déjeuné à la Bodega Feria et ont ensuite pu visiter le Château des îles, le Jardin

Novotel Créteil Le Lac



© CDT94 / C. Boudin

Manoir de l'île aux loups



© CDT94 / F. Lacourt

Bodega Feria



© O. Bodega

Nogentel Mercure



© CDT94 / L. Lebrun

Le 26 novembre 2013, le CDT a organisé, en partenariat avec l'Agence de développement du Val-de-Marne et le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France, une grande soirée networking à Bodega Feria appelée **"Think Val-de-Marne"**. Ce rendez-vous avait pour objectif de mettre en relation et de favoriser les rencontres entre l'offre de lieux et sites susceptibles d'accueillir les événements professionnels et des clients potentiels (agences événementielles de la région et grandes entreprises du Val-de-Marne qui bien souvent méconnaissent l'offre de proximité).

Il s'agissait d'un moment fort de la vie économique du territoire pour engager des partenariats mais aussi échanger dans une ambiance conviviale et participative. Une trentaine d'exposants ont répondu présents et 150 visiteurs se sont inscrits. De l'avis général des exposants, les contacts établis ont été de grande qualité, aussi bien avec les visiteurs qu'entre eux.

Stratégie 2014 : Afin de faire du Val-de-Marne une destination "affaires" active et identifiée et de rééquilibrer l'offre du tourisme d'affaires en Ile-de-France, il convient de conforter cette filière. Les actions 2014 du CDT :

- définition et mise en œuvre d'un **plan d'actions de la filière du tourisme d'affaires** : rencontre des professionnels, animation du réseau des partenaires, édition d'un nouveau document d'appel, enrichissement de l'espace web dédié, campagne d'e-mailings, etc.
- participation à des **salons professionnels** en partenariat avec des professionnels du territoire et avec le CRT ;
- organisation d'un **eductour** en partenariat avec le CRT ;
- développement d'un **programme de travail conjoint avec l'Agence de développement** sur la thématique du tourisme d'affaires : pack accueil des salariés des nouvelles entreprises val-de-marnaises, eductour de présentation de l'offre du territoire.

Soirée Think Val-de-Marne à la Bodega Feria (Champigny-sur-Marne)



© F. Courtial



C. LES ACTIONS DE COMMUNICATION

2013 a été l'année d'un travail en profondeur sur le renouvellement du positionnement touristique du Val-de-Marne. Parallèlement, afin de drainer un public plus large, les outils numériques ont été au cœur de la stratégie de communication du CDT (installation du nouveau site internet, mutualisation de l'agenda avec celui du Conseil Général, mise en place du site internet mobile, organisation d'un voyage de blogueurs, etc.).



1. Un nouveau positionnement pour le tourisme et les loisirs en Val-de-Marne

Dans le cadre du Schéma départemental du tourisme et des loisirs du Val-de-Marne 2013-2018, le CDT a missionné l'agence *Infolash* pour travailler sur la construction d'une identité pour le tourisme et les loisirs en Val-de-Marne.

L'agence a interviewé une quinzaine d'acteurs du territoire pour connaître leur vision du Val-de-Marne et faire émerger les valeurs à véhiculer sur le département (atouts, spécificités). Les principales valeurs sur lesquelles communiquer sont donc : **la mixité, l'humain, la qualité de vie, la diversité, la proximité avec Paris, la vitalité artistique et la culture, l'eau et la nature.**

A partir de ce positionnement, l'agence a construit une identité propre au département et a traduit graphiquement cette nouvelle image. Ce nouveau positionnement a été présenté début janvier 2014 au Conseil d'administration et sera mis en place dans le courant de l'année 2014.



Stratégie et actions 2014 :

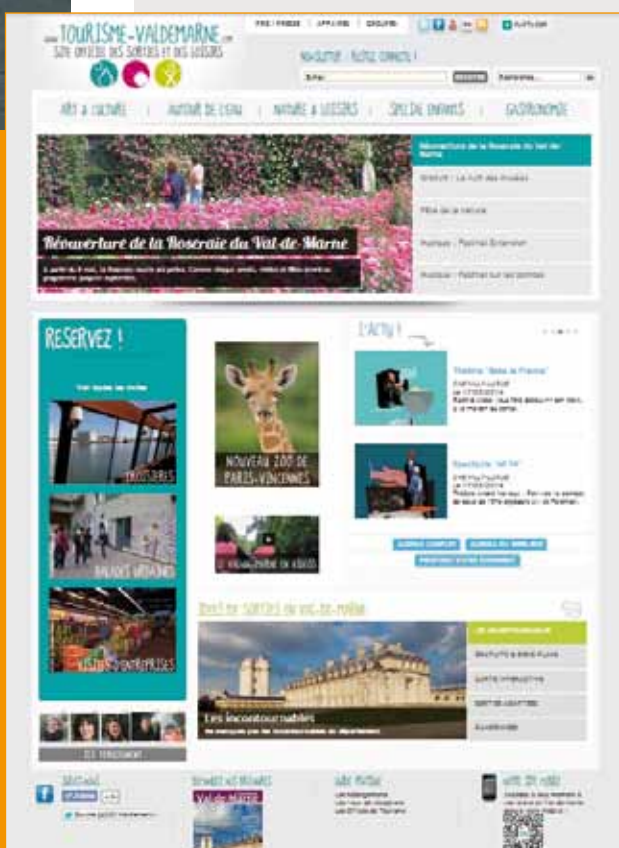
L'objectif sera de mettre en place et de valoriser cette nouvelle identité auprès du grand-public mais aussi des professionnels, tout en s'inscrivant dans la bannière Paris Ile-de-France. L'objectif sera également de créer un sentiment d'appartenance des Val-de-marnais à cette image par le biais d'outils adaptés.

Les actions prévues en 2014 sont les suivantes :

- adaptation des outils de communication et des discours envers le grand public suite aux préconisations issues de l'étude de positionnement ;
- mise en place de la nouvelle identité visuelle sur tous les supports de communication papier et web (logo et graphisme identitaire) existants : site web, réseaux sociaux, newsletters, brochures, cartes de visites, papiers à lettre, outils pour salons, etc.
- création éventuelle de nouveaux outils de communication : goodies pour salons, affiches, etc..

2. L'internet et les réseaux sociaux

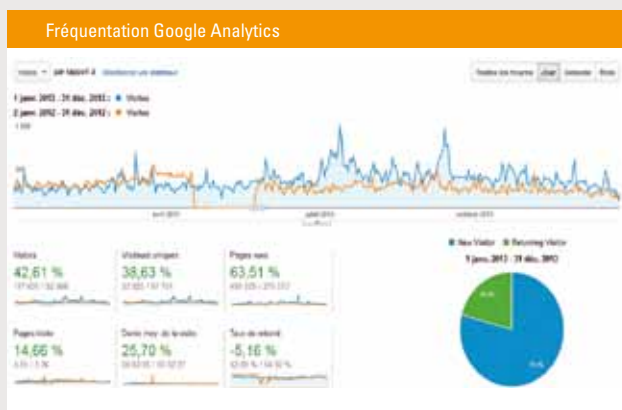
Un site web enrichi



Suite à la refonte du site internet du CDT en 2012, **le nouveau site du CDT** est plus attractif et permet d'intégrer la nouvelle charte graphique, d'optimiser les pages, de hiérarchiser les informations, de renforcer les réseaux sociaux et de proposer des outils interactifs. En 2013, de nouvelles rubriques ont été mises en place sur le site : bons plans, accessibilité au handicap, idées de sortie, espace pro et presse avec la création de bandeaux d'actualité, photothèque en ligne, guides multimédia et balades urbaines, Journées du patrimoine et réservation en ligne. Le site a été enrichi en contenu qualitatif. Un module de réservation / inscription en ligne a également été développé, offrant un véritable service aux internautes.



La fréquentation du site www.tourisme-valdemarne.com a enregistré une croissance de 40 % par rapport à l'année 2012 (année de refonte du site où, en toute logique, la fréquentation a été en baisse). Le nombre de pages vues est relativement élevé (3,85 pages en moyenne par visite pour un temps moyen de 3 minutes passées sur le site). Deux pics de fréquentation ont été observés : pour les festivités du 14 juillet et les Journées du patrimoine au mois de septembre 2013, prouvant que le site du CDT devient une référence en matière de fêtes et manifestations sur le département (Noël, nouvel an chinois, la nuit des musées...). Le taux de rebond est stable, autour des 50 %. Les 10 pages du site les plus consultées ont été : les loisirs enfants, les croisières, les incontournables, les idées de sortie gratuite, les randonnées, l'agenda, les brochures, les activités sportives, culture et patrimoine et enfin, les hébergements.



Dans le cadre de la mise en place du nouveau site web du Conseil Général, une réflexion sur la **mutualisation des agendas** a été engagée entre le CG et le CDT. Ainsi, il a été décidé que l'espace "Sortir en Val-de-Marne" du futur site du CG présentera un agenda extrait de celui du CDT pour présenter en priorité les manifestations organisées par le Département et renverra vers www.tourisme-valdemarne.com pour l'ensemble des manifestations. Un comité éditorial a été mis en place avec les différents services du CG et le CDT afin de mener à bien ce projet qui devrait voir le jour en avril 2014. Afin de réussir le développement de l'agenda du CDT et renforcer les actions en lien avec les manifestations, un apprenti en Master Tourisme à l'INFA de Nogent-sur-Marne a été engagé pour une durée de un an.

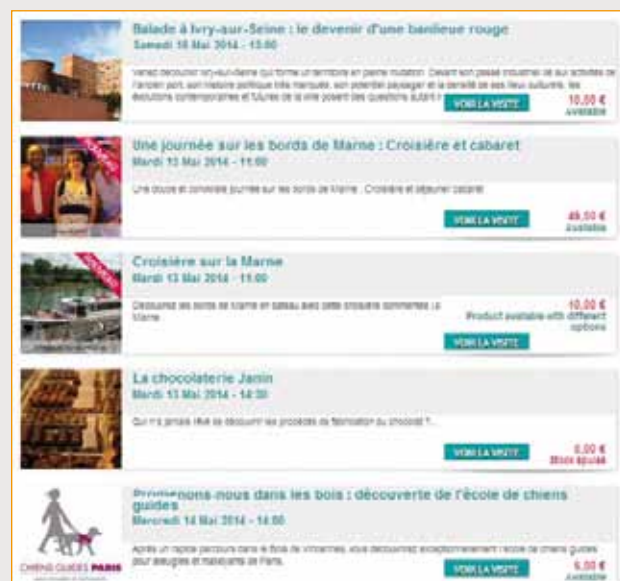


Le site web du CDT a également fait l'objet d'adaptations comme l'intégration du logo du CG pour qualifier les manifestations organisées ou financées par le Département, la révision de la classification des manifestations avec un nouveau moteur de recherche, l'animation du bandeau des home pages des sites web et mobile, l'adaptation de la forme des textes de présentation des événements, la mise en place de tableaux pour les manifestations pérennes, pour les vacances scolaires et les événements spéciaux, etc. Un travail a été mené en matière de référencement naturel (mots clefs, arborescence, netliking...) et une veille concurrentielle menée sur les nouvelles tendances.

Parallèlement, le CDT a poursuivi la mise à jour permanente de sa **base de données Tourinsoft** et a étudié les possibilités de déploiement de cette base aux offices de tourisme du territoire (réunions de sensibilisation, tests spécifiques et échanges avec les offices).

La réservation en ligne

Afin de commercialiser les produits proposés à la vente au public individuel, le CDT a mis en place une **boutique en ligne** début mars 2013, ainsi qu'un bandeau de réservation sur la home du site internet. Entre mars et décembre 2013, la boutique a reçu 11 516 visites (soit 1 279 visites par mois en moyenne) et 41 598 pages ont été vues, avec un taux de rebond de 50 %. La boutique en ligne a enregistré 3 pics de fréquentation : mi-mars pour le lancement de la réservation du premier produit proposé (croisière découverte du Port de Bonneuil-sur-Marne), fin mai/début juin pour le Forum Libération puis octobre/novembre pour la réservation des premières visites commentées sur le thème du Street art à Vitry-sur-Seine.



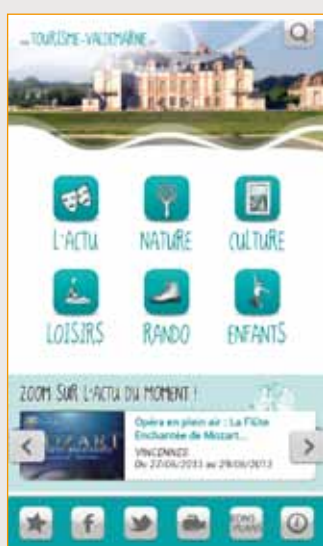
La création d'un site mobile

Engagé en 2012, le **site mobile** à destination du grand public a été mis en service fin mars 2013. Il présente toutes les activités touristiques et de loisirs du département avec les caractéristiques suivantes :

- bandeau défilant des manifestations sur la home page ;
- 6 parties : Actu, Nature, Culture, Loisirs, Rando (module spécifique), Enfants ;
- un bas de page avec les sites incontournables, les réseaux sociaux, les bons plans mais aussi les informations pratiques (inscriptions à la newsletter, OTSI, restaurants, etc.).

Le mobinaute peut choisir de consulter le site, en étant **géolocalisé** ou non. La géolocalisation permet des fonctionnalités telles que : la recherche de ce qu'il y a à faire autour du mobinaute ou autour d'un lieu, le suivi en temps réel des parcours de randonnée, etc. Des fonctions spéciales ont été ajoutées telles que : la proposition d'ajout d'un lieu, le partage sur les réseaux sociaux, etc. Ce site mobile a également permis de développer l'insertion de QR codes sur les supports de communication (magazines, publicités, etc.).

Pour ses premiers mois de mise en service, entre avril et décembre 2013, le site a enregistré 25 730 visites (soit une moyenne de 3 216 visites par mois) et 36 182 pages. La fréquentation a été particulièrement importante l'été et pendant les vacances scolaires, deux pics de fréquentation ont été observés, comme pour le site web : le 14 juillet et à l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine. On constate que les pages les plus consultées sont : les bons plans ainsi que les randonnées et les loisirs, ce qui témoigne de l'utilisation de ce site comme un outil de proximité pour improviser une sortie et bénéficier d'idées et de tarifs intéressants.



Par ailleurs, le CDT a axé sa communication valorisant les manifestations qu'il organise lui-même ou celles organisées par les villes et les partenaires via les outils web : newsletters, agenda sur le site du CDT, page Facebook, etc.

Les Newsletters

Tout au long de l'année, le CDT a réalisé et adressé des newsletters à des publics ciblés :

- **13 newsletters grand public** (dont certaines spécifiques sur les vacances scolaires) ont été envoyées à plus de 5 000 personnes inscrites (contre 1 141 en 2012) afin de les informer sur les manifestations et événements en Val-de-Marne, de leur présenter les actualités et de faire des zooms sur des sites val-de-marnais. Le taux d'ouverture a été, en moyenne sur l'année, de 32 % (contre 29 % en 2012) ;
- **Entreprises et agences événementielles** pour présenter les actions tourisme d'affaires et valoriser l'offre du territoire ;
- **4 newsletters pro** ont été envoyées à plus 1 300 professionnels, partenaires et institutionnels inscrits pour les informer notamment de l'actualité du CDT. Le taux d'ouverture moyen a été de 21 %.

Les guides multimédia

En 2013, le CDT a participé avec la Région Ile-de-France, à la création d'une application mobile valorisant le patrimoine des Bords de Marne. Il a travaillé sur le contenu, la mise en place technique des audio-guides, la communication et il a assuré le lien avec les partenaires locaux.

Les réseaux sociaux

Afin de toucher de nouvelles cibles et de faire connaître le Val-de-Marne autrement, tout en répondant aux nouvelles pratiques des visiteurs, le CDT a mis en place, début mars 2011 une page Facebook lui permettant de communiquer sur les événements du CDT, les manifestations du département, les sites touristiques, etc. Il anime cette page plusieurs fois par semaine et cherche à fidéliser les fans. En 2013, des onglets spécifiques Bons plans et Balades urbaines ont été ajoutés à la page.



Par ailleurs, pendant l'été 2013, le CDT a organisé, avec l'appui de l'agence *We like Travel*, un **jeu concours** qui proposait 5 questions relatives à la découverte du département et plusieurs lots à gagner. Le bilan montre que 2 173 fans ont été recrutés pendant la période du jeu, 18 % des joueurs ont également partagé le jeu avec leurs amis et 267 personnes se sont, au final, inscrites à la newsletter du CDT.

Fin décembre 2013, la page *Facebook* du CDT comptait 4 800 fans, le public restant plutôt féminin et compris en majorité dans la tranche d'âge 25-54 ans.

Un **compte Twitter** est alimenté en parallèle avec les mêmes posts mais selon une animation plus ciblée, avec notamment des "live tweet" lors des événements professionnels du CDT. On compte 391 abonnés.

En 2013, le CDT a également créé une **page Scoop it**, essentiellement à destination de la presse et des professionnels.

Le CDT assure également au quotidien une veille sur les nouveaux réseaux sociaux.

Stratégie et nouvelles actions 2014

1. Faire d'internet et des réseaux sociaux les principaux vecteurs de l'information touristique et des outils de conquête et de fidélisation des publics.

Dans la continuité des outils web mis en place au cours des deux dernières années, les objectifs seront, en 2014, de renforcer leur animation et de s'adapter à l'évolution perpétuelle des technologies de l'information et de la communication, d'augmenter le référencement du site web et de travailler les contenus et la base de données afin de capter les internautes par une information à jour. Une communication multicanale permettra ainsi de capter de nouveaux publics.

Nouvelles actions envers les professionnels

- animation du contenu de l'**espace professionnel du site web** notamment au travers du bandeau d'actualités et par l'ajout régulier de vidéos et d'articles de type interviews de professionnels afin de mettre en avant nos partenaires et les dynamiques engagées avec eux ;
- renforcement des partenariats avec d'autres sites web (paris.fr, sortira-paris.fr...) pour accroître la visibilité du site.

Nouvelles actions envers le grand public

- animation du site web et du site mobile avec un renouvellement du contenu notamment sur les pages d'accueil ;
- utilisation des **médias sociaux** et notamment **Facebook** non seulement pour informer et fidéliser le public mais aussi pour donner la parole aux val-de-marnais ;
- augmentation du nombre d'abonnés à la **newsletter mensuelle** contenant manifestations et actualités du tourisme et des loisirs en Val-de-Marne ;
- adaptation des newsletters pour une meilleure lecture sur mobile ;
- animation du site web par l'ajout régulier de vidéos et d'articles à contenus expérientiels afin de créer un "rendez-vous" avec public ;
- valorisation, sur le site internet du CDT, des **parcs départementaux** et des activités qui y sont proposées ;
- travail sur le **référencement naturel** par un travail sur les contenus éditoriaux.

2. Mutualiser les outils du CDT avec les partenaires du territoire

- développement de l'outil de **réservation en ligne Prestashop** : mutualisation et co-financement des développements techniques avec les CDT 91, 92 et 93, tous trois équipés du même système : quota par type de tarif, simplification des suivis de vente, extraction des factures etc.
- travail sur la mutualisation de la base de données Tourinsoft du CDT.

3. Les relations avec la presse

Dans le cadre de son travail de relations avec la presse, le CDT a rédigé un **nouveau dossier de presse**, accessible sur le site internet du CDT. Suite à l'envoi de nombreux communiqués de presse en lien avec les actions du CDT et suite aux demandes de nombreux journalistes, 223 articles citant le CDT et/ou le site web du CDT ont été publiés en 2013 (contre 120 en 2012)⁽¹⁾. Une interview de la directrice du CDT a été réalisée par VMTV durant l'été 2013 pour présenter l'offre de tourisme et de loisirs du territoire.

Par ailleurs, le CDT a organisé un certain nombre **d'accueils de presse** en 2013 :

- 14 février : lancement des croisières du port de Bonneuil, développées par Port de Paris en partenariat avec le CDT ;
- 26 mars : visite du MIN de Rungis organisée par le CDT, en partenariat avec la Semmaris, à l'intention des membres du bureau du CDT et au cours de laquelle le maire de Chevilly-Larue a présenté la future Cité de la gastronomie. Quelques journalistes, invités à cette visite, ont ensuite publié de nombreux articles sur le projet de Cité de la gastronomie ;
- "Le grand Paris se met à l'eau", le 17 avril 2013, en partenariat avec le CDT93, le CDT92 et l'Office de Tourisme et des Congrès de Paris. Une trentaine de journalistes présents ont consacré un grand nombre d'articles aux divers événements en lien avec la voie fluviale : Festival de l'Oh !, Paris Plages, L'été du Canal et Balades en Seine ainsi qu'aux diverses possibilités de navigation et d'activités nautiques proposées tout au long de l'été dans le Val-de-Marne (tels que par exemple, *les Passeurs de rives* mis en place par l'association Au fil de l'eau...) ;
- un accueil de presse pour 2 journalistes de Maisons et travaux du 26 au 28 septembre autour des sujets suivants : balades urbaines à Nogent-sur-Marne, Champigny-sur-Marne et Mandres-les-Roses.

Le CDT a organisé un **jeu-concours radio** diffusé sur France Bleue Creuse. Pendant une semaine, une question sur le patrimoine val-de-marnais était posée chaque jour aux auditeurs. Les gagnants ont gagné un séjour de quelques jours en Val-de-Marne.

Enfin, le CDT a poursuivi son partenariat avec le CRT afin que l'offre événementielle des acteurs val-de-marnais (villes, théâtres...) soit présente dans le **magazine régional Bougez**, diffusé mensuellement avec le journal *Le parisien*.

Dossier de presse

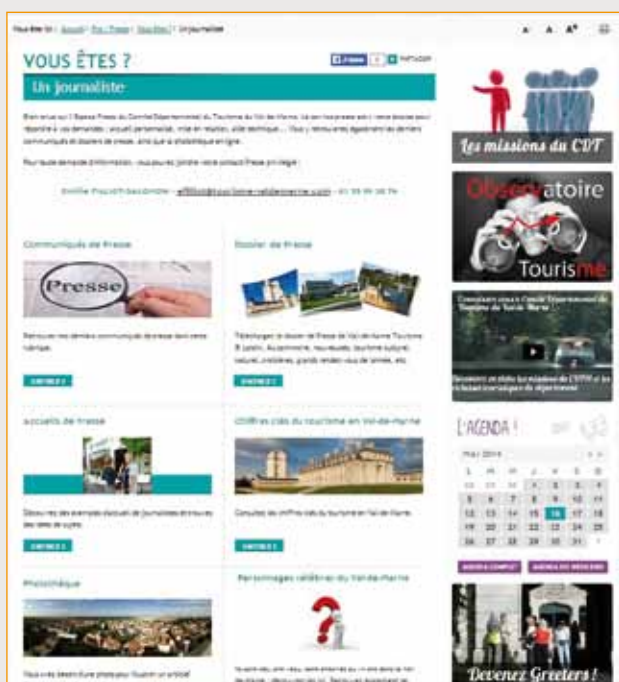


Un espace dédié à la presse sur le site web

Nouveauté 2013, le site web du CDT s'est doté d'un espace dédié à la Presse proposant les parties suivantes :

- les communiqués de presse,
- le dossier de presse,
- les accueils de presse,
- les chiffres clés,
- les personnages célèbres,
- une photothèque.

Le CDT a participé au **salon Deptour 2013** organisé par le Rn2d. Ce salon a donné lieu à une quarantaine de contacts de journalistes. Enfin, le CDT est membre du Club de la Presse du Val-de-Marne et de l'Association des Journalistes de Tourisme (AJT) et a assisté, à ce titre, à diverses réunions et accueils.



Un accueil de blogueurs pour renforcer la visibilité du Val-de-Marne sur les réseaux sociaux et les blogs

Pour la première fois, le CDT a organisé une journée, le 23 novembre, autour du Street art et de l'art contemporain pour 4 blogueurs val-de-marnais ou parisiens, avec l'aide de l'agence *We like travel*.

Cet accueil a permis une visibilité du Val-de-Marne sur les réseaux sociaux et sur les blogs :

- 6 articles sur la journée #streetart94,
- 6 423 lectures des articles,
- 73 241 impressions des articles,
- 73 commentaires sur les articles,
- 168 partages sur Facebook/Twitter/Google+, etc.,
- 27 tweets des blogueurs à plus de 11 330 personnes,
- 17 photos Instagram à plus de 21 585 personnes (et 2 412 j'aime),
- 43 360 fans Facebook touchés et plus de 74 interactions sur 5 publications.

Total audience et interactions : 160 000 impressions et contacts, 2 576 réactions d'internautes aux expériences des blogueurs en Val-de-Marne. Une vidéo a également été réalisée lors de cette journée diffusée sur les réseaux sociaux et le site web du CDT.

Objectifs 2014 :

Développement des relations presse et des accueils des journalistes et partenaires, animation régulière de l'espace Presse du site internet afin d'en faire une ressource incontournable pour les journalistes recherchant de l'information sur le Val-de-Marne.

4. Les éditions

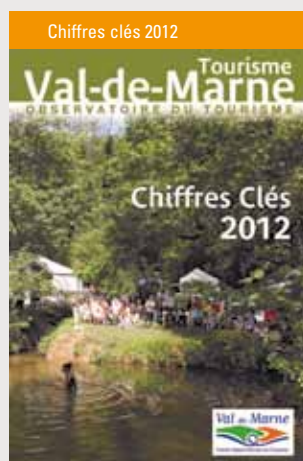
En 2013, le CDT a édité :

- un nouveau **magazine randonnées** en 15 000 exemplaires, présentant 2 nouveaux circuits (pour rappel, l'ensemble des circuits se trouve dans le module randonnée du site web) ;
- la nouvelle brochure à destination des groupes en 4 000 exemplaires présentant les produits du service commercialisation ;
- **les chiffres clés 2012** en 800 exemplaires ;
- le **Schéma départemental du tourisme et des loisirs 2013-2018** en 1 200 exemplaires.

Le CDT a renouvelé son partenariat avec l'OTCP sur la page consacrée au Val-de-Marne dans la brochure *"Paris est à vous"* et a envoyé de nombreuses informations au CRT Paris-Ile-de-France pour participer aux supports de communication papier de ce dernier.

Les diverses brochures ont été diffusées :

- aux individuels en faisant la demande directement auprès du CDT et lors de salons ;
- aux professionnels : offices de tourisme, mairies, hôtels et toutes autres structures en faisant la demande, notamment grâce à la distribution de présentoirs.



Près de 21 000 brochures grand public ont été diffusées (hors cibles particulières : brochures groupes et professionnelles), contre 17 665 en 2012 : demandes individuelles, salons grand public, demande des sites touristiques et OTSI. Les brochures les plus demandées par le grand public auprès du CDT (hors salons et sites touristiques) sont le magazine Randonnées et le magazine Visites et loisirs (42,7 % des demandes chacun). Et, tous moyens confondus (via les sites touristiques, les OTSI, sur les salons, etc.), Visites et Loisirs représente 78 % des brochures distribuées.

Objectif 2014 : optimiser les supports papier

Suite à la refonte de la politique éditoriale visant la diminution des éditions papier, le CDT poursuivra la diffusion de ses deux magazines (Randonnées et Visites et loisirs). L'objectif 2014 sera de toujours créer un lien vers le web depuis tout support papier.

- création d'un nouveau **document d'appel** à destination notamment des OTSI en dehors de l'IDF, suscitant l'envie de venir découvrir l'ensemble de l'offre sur le site du CDT ;
- réédition du **magazine Randonnées** avec intégration de nouveaux parcours de randonnée "nature et urbain" adaptés à des pratiquants occasionnels (caractère insolite, thématisation du parcours, qualité des outils d'interprétation...) qui seront intégrés sur le site internet du CDT et son site mobile (téléchargement des itinéraires) ;
- poursuite de la **distribution de présentoirs** pour les magazines auprès des mairies, hôtels ou autres prestataires en faisant la demande ;
- actions en vue de l'**insertion de QR codes** sur tous supports papier et sur la signalétique touristique ;
- collaboration sur les éditions selon les demandes de partenaires au cas par cas (ex. Paris est à vous ! avec l'OTCP, etc.).
- renforcement de la présence des sites du Val-de-Marne dans les guides touristiques avec l'envoi éventuel de nouveautés.

5. Les campagnes de publicité off et on line

Une publicité a été réalisée dans la brochure de l'OTCP (papier). Une publicité dans Val-de-Marne Infos (papier) a également été réalisée pour l'opération "Think Val-de-Marne". Des bandeaux défilants ont été mis sur le site du Rn2d gratuitement. Dans le cadre de la lettre accord 2013 avec le CRT Paris-Ile-de-France, plusieurs publicités off et on line ont été réalisées dans le cadre des opérations des balades urbaines et des bons plans dans les supports suivants : *Familiscope* (web et newsletter), *Cityzenkid* (web et newsletter), *Officiel des spectacles* (web et papier), *Paris Mêmes* (papier), *Le Parisien94* (papier), *Le 13 du mois* (papier), *Val-de-Marne Infos* (papier), *Pleine vie* (papier) et *Wordlist* (newsletter)⁽¹⁾.

Stratégie 2014 : le CDT privilégiera une communication ciblée à une communication large, peu différenciatrice et développera ses actions de communication en s'adaptant aux nouveaux outils et en répondant aux nouveaux usages du public. Il favorisera la mutualisation des moyens et des énergies à chaque fois qu'elle est possible.

6. L'accompagnement et la valorisation des événements organisés sur le territoire

Le CDT relaye l'ensemble des événements organisés dans le Val-de-Marne dans l'agenda de son site internet et sa newsletter grand public met un certain nombre de manifestations à l'honneur. En 2013, il a engagé des discussions avec le service communication du Conseil Général afin que l'agenda du CDT devienne l'agenda de référence des sorties et loisirs en Val-de-Marne et que l'agenda du nouveau site du CG renvoie plus systématiquement vers celui du CDT.

Par ailleurs, le CDT a participé à la communication du **Festival de l'Oh !** en lien avec le Comité Régional du Tourisme et il a concrètement organisé des croisières commentées au départ de Vitry, Nogent et Orly ainsi que sur la navette entre Paris et Maisons-Alfort. De plus, le CDT était physiquement présent à l'escale Quai de Bercy à Paris et à celle de Vitry où il a accueilli plusieurs centaines de personnes et diffusé de très nombreux documents. Enfin, pour la première année, le CDT a affrété le bateau Le Gavroche qu'il a habillé aux couleurs du CDT et qui, au départ de Maisons-Alfort, a proposé des croisières commentées valorisant le potentiel touristique et les acteurs du territoire val-de-marnais.

Affiche Festival de l'Oh !



Festival de l'Oh !



Il a par ailleurs, accompagné les organisateurs de la manifestation **Paris face cachée** et recherché des partenaires pour l'édition 2013. Au total, sur le territoire du Val-de-Marne, 5 expériences ont pu être proposées : aéroport d'Orly, bassin de rétention du Parc des Cormailles à Ivry, ECPAD, IN-SEP...

Pour les **Journées du Patrimoine 2013**, le CDT a développé un nouveau partenariat avec les Archives départementales et la DRAC et a recensé sur son site internet l'ensemble des visites proposées (272 manifestations sur 157 sites dans 35 villes). Un moteur de recherche a permis aux internautes de sélectionner la ou les visites souhaitées. Le site www.tourisme-valdemarne.com a également permis la réservation en ligne pour 4 visites⁽¹⁾ et 10 horaires. Au total, 105 personnes se sont inscrites via le site du CDT (dont 72 % de val-de-mar-nais).



2014 en bref : renforcer l'attractivité du Val-de-Marne par une offre événementielle de qualité

L'événementiel est un vecteur très important de développement touristique. Les événements suscitent le désir immédiat de venir. L'offre événementielle du Val-de-Marne est très riche et de nombreux festivals ont une renommée importante qui permet au territoire de rayonner bien au-delà de ses frontières.

En 2014, l'un des axes de travail du CDT en termes de communication sera de valoriser l'offre événementielle développée par les partenaires (villes, associations, équipements...).

- constitution d'un groupe de travail afin de réfléchir à une meilleure valorisation des événements d'envergure du Val-de-Marne, en capitalisant sur des rendez-vous saisonniers culturels incontournables animant l'ensemble du territoire par leur rayonnement auprès des publics (axes possibles : Festival de l'Oh !, FestiVal-de-Marne, Art Contemporain, Danse...);
 - actions en vue de valoriser l'ensemble des événements organisés sur le territoire et de positionner le site web du CDT comme source principale et incontournable de l'événementiel en Val-de-Marne, en partenariat avec le Conseil Général et les professionnels des loisirs et de la culture.
- En termes de développement, le CDT œuvrera pour intégrer le Val-de-Marne au sein d'une offre événementielle métropolitaine et nationale.



Accueil de blogueurs à Vitry-sur-Seine





© CDT 94 / F. Ramos

D. LES ACTIONS DE COMMERCIALISATION ET DE RESERVATION DE L'OFFRE D'AGREMENT

Le CDT a développé et diversifié de façon conséquente l'offre proposée aux groupes afin de répondre aux demandes de plus en plus exigeantes de ce public. Le service commercial a ainsi enregistré en 2013 une augmentation sensible de son activité et a mis en place un service de réservation en ligne pour les visites développées à l'attention du public individuel.



1. La clientèle Groupes

Le service commercial, créé en 2010, s'est donné pour mission de commercialiser des idées de package à destination de la clientèle groupe. Il a un double rôle : il facilite l'organisation de sorties de groupes pour la clientèle associative, habituée à être prise en charge et il permet la promotion des sites val-de-marnais, tout en leur apportant un certain volume d'affaires.

En 2013, le service Groupes a enregistré **240 demandes de devis** et **153 groupes ont confirmé leur visite** (contre 104 en 2012). Le taux de transformation de 63 % est un très bon taux (près de deux demandes sur trois aboutissent à une réservation). Le service Groupes a ainsi pu faire découvrir ou redécouvrir le Val-de-Marne à **plus de 5 660 personnes**. La taille moyenne d'un groupe a été de 37 personnes et le panier moyen de 43 € par personne (contre 49,50 € en 2012). Le chiffre d'affaires 2013 s'élève à plus de 245 000 € (contre 160 000 € en 2012). Les produits les plus demandés ont été : les croisières (44 sorties), les guinguettes (25), les serres d'orchidées (23), le château de Vincennes (15), le Min (14), la Roseraie (14), l'élevage d'ânesses (11), la maison de la photographie Doisneau (7), le Repère des pirates (11), le musée de la résistance nationale (6) et le centre d'entraînement des chevaux trotteurs (6).

En fin d'année, le CDT s'est attelé à la réalisation de la brochure 2014 avec un important travail de diversification de l'offre. Il souhaite pour l'année à venir, proposer des produits permettant de refléter la diversité de l'offre val-de-marnaise. Ainsi, 19 nouveaux prestataires ont été référencés dans la brochure 2014⁽¹⁾ qui fait la promotion de près de 90 offres (37 sites en demi-journée avec goûter ou déjeuner, 44 journées packagées, 5 repas avec animation ou spectacle, 2 activités sportives).

Stratégie 2014 : renforcer et développer de nouvelles offres touristiques identitaires mêlant tradition et modernité

L'offre proposée en 2014 de produits packagés se diversifiera fortement et rayonnera sur l'ensemble du territoire. Elle s'organisera autour de 10 thématiques : "découverte du territoire", "histoire, patrimoine et culture", "art contemporain", "nature : la faune", "nature : la flore", "les croisières", "journées à partager avec les enfants", "visites techniques et de coulisses", "repas animés" et "détente sportive". Ces produits apporteront des retombées économiques concrètes à plus d'une cinquantaine de partenaires et prestataires privés et publics.

En cours d'année, le CDT élaborera encore de nouveaux produits qui seront diffusés et commercialisés dans la brochure groupes 2015.

Par ailleurs, comme chaque année, le CDT s'est impliqué dans la **commission Groupes du Rn2d**, notamment dans les groupes de travail "communication" et "qualité". Cette commission permet de mutualiser des actions, de bénéficier du retour d'expériences d'autres CDT, de communiquer au plan national et de bénéficier du fichier clients de tous les CDT au niveau national. Le CDT a participé aux séminaires organisés dans le cadre du réseau (en février à Lille et en novembre dans l'Eure).

Enfin, en 2013, grâce au réseau Partenalia dont le Val-de-Marne assure la présidence, le CDT a répondu à **un appel d'offres européen sur le tourisme des seniors en basse saison**, en partenariat avec d'autres régions européennes : la Belgique -Fédération du tourisme de la province de Liège-, l'Allemagne -l'ouest Bundeslander regroupant la Sarre, la Rhénanie du Nord, la Westphalie, la Rhénanie et le Palatinat- et les Pays-Bas -Limburg et Grünmetropole-. Le thème proposé par notre candidature porte sur le développement d'un **réseau "Authenti-City"** proposant **la création d'une offre spécifique de tourisme créatif** à l'attention de ce public sénior. La décision de la commission européenne sur le choix des projets retenus sera connue au cours de la première semaine d'avril 2014.

Nouveauté 2014 : faciliter la mise en marché de l'offre groupes et la lisibilité des prestataires, via les outils de réservation en ligne sur le site internet du CDT

- comme pour l'offre à l'intention du public individuel, **mise en ligne de l'offre pour les groupes sur le site du CDT** ;
- mise à jour de cette rubrique en cours d'année avec des nouveautés.

(1) Ville de Vitry-sur-Seine : balade artistique à Vitry-sur-Seine, Galerie Jean Collet à Vitry-sur-Seine, Visite guidée à Créteil dans « la petite Venise », Visite guidée de la Cité-Jardins à Champigny-sur-Marne par l'OT, Visite guidée à Vincennes par l'OT, Palais de la Porte Dorée à Paris 12, Aquarium Tropical Paris 12, Musée de l'histoire de l'immigration à Paris 12, Visite du Domaine de l'école vétérinaire de Maisons-Alfort, Visite du jardin de l'école vétérinaire de Maisons-Alfort, CREDAC à Ivry-sur-Seine, Briqueterie à Vitry-sur-Seine, MAC/VAL à Vitry-sur-Seine, Parc zoologique de Vincennes, Pépinière départementale à Mandres-les-Roses, Croisière sur le port industriel de Bonneuil-sur-Marne, Croisière et cabaret avec Sylvie Rueff, Chocolaterie Janin à Boissy-Saint-Léger, Atelier culinaire à l'espace des tourelles à L'Hay-les-Roses.

2. La clientèle Individuelle

En 2013, le CDT a mis en place **un service de réservation en ligne à destination du public individuel** (analyse comparative des outils existants et des outils utilisés par les autres CDT, notamment les CDT 91, 92 et 93...). En février, l'outil gratuit Prestashop a été choisi et installé. La boutique en ligne a pu ouvrir en mars 2013. Sur la période mars - décembre, 34 visites différentes (72 dates) ont été proposées à la réservation⁽¹⁾ et 529 inscriptions ont été comptabilisées au final.

(1) Voir annexe 5.

Dans un souci de mutualisation, le CDT a mis cet outil à la disposition de la Ville de Vitry-sur-Seine et du Conseil Général qui accueilleraient les 22 et 23 juin le 3^e "Forum Île-de-France : quelle région en 2030 ?" organisé par le journal Libération et la Région Île-de-France, autour du thème "La culture et les savoirs". L'outil du CDT a permis de faciliter la gestion des inscriptions aux différentes manifestations organisées pendant ce forum.

Objectif printemps 2014 : une trentaine de balades et visites insolites proposées à la réservation sur www.tourisme-valdemarne.com.



Annexe 1 • Actions inscrites dans le Schéma départemental du tourisme et des loisirs du Val-de-Marne 2013-2018

Axe 1 : Positionner le Val-de-Marne dans la destination Paris Ile-de-France

Défi n°1 : Conforter la visibilité du Val-de-Marne dans la destination métropolitaine

1. Renforcer notre action sur les portes d'entrée régionales, nationales et internationales

Actions

- Développer les outils qui concrétisent l'élargissement du cœur de la destination: carte touristiques et du métro parisien intégrant l'offre de la petite couronne
- Conforter Orly-Rungis comme pôle majeur du Tourisme d'affaires

Sous-actions :

- Renforcement du Pôle hôtelier
- Finaliser la création d'un centre de congrès sur le pôle d'Orly
- Développer offres et produits au niveau des Centres d'accueil régionaux Touristiques dans les aéroports d'Orly

2. Miser sur le développement des sites "locomotives" existants et à venir

Actions

- Développer une stratégie de valorisation qui adosse l'image du Val-de-Marne à des sites majeurs (Vincennes, Rungis, MacVal...)
- *Valorisation muséographique et scénographique (mise en lumière) du Château de Vincennes*
- Accompagner la définition et mise en tourisme effective d'équipements structurants (Cité gastronomie, Centre de congrès, étude salle type Zénith, grande Halle des Ardoines...)
- Favoriser la mise en réseau des sites majeurs et des sites locaux de la filière TDE

3. Faire de l'offre culturelle et événementielle de véritables produits de tourisme et de loisirs

Actions

- Capitaliser sur 4 grands rendez-vous saisonniers, culturels incontournables animant l'ensemble du territoire par leur rayonnement auprès des publics
Axes possibles : Festival de l'Oh !, Festival de Marne, l'Art Contemporain, Danse
- Bâtir autour de ces quelques événements de véritables offres touristiques packagées de courts séjours
- Le CDT partenaire de la mise en tourisme des équipements culturels

Défi n°2 : Structurer et développer l'offre touristique : créer les conditions d'accueil et d'attractivité à la hauteur des enjeux métropolitains

1. Accompagner le développement de la filière économique et créatrice d'emplois

Actions

- Accompagner les grands projets structurants portés par les acteurs locaux (Campus grand parc, Pôle allongement de la vie de Charles Foix...) sur les volets relatifs au tourisme

2. Développer une offre d'hébergement innovante et complémentaire à celle de Paris

Actions

- Travailler en direction des différents professionnels, syndicats hôteliers et investisseurs pour leur présenter les avantages du territoire
- Travailler avec les collectivités locales et leurs partenaires (aménageurs...) pour intégrer problématiques touristiques (hébergement, équipement)
- Création d'un centre d'hébergement pour jeunes et pour des groupes : Etude préalable
- Labellisation des chambres d'hôtes et sensibilisation des propriétaires
- Incitation au développement d'hébergements originaux (chambres d'hôtes, meublés de tourisme, hébergement insolite...) et identitaires du territoire avec recherche d'opérateurs potentiels (ex : offre de gîtes ruraux sur le plateau Briard, péniche hôtels)

3. Garantir l'accessibilité sous toutes ses formes des sites et des lieux de visite touristique

Actions

- Accompagner la réalisation du schéma départemental des itinéraires cyclables pour étendre et améliorer le réseau existant + PDIPR
- Favoriser une démarche de concertation avec les associations de personnes handicapées dans les projets et réflexions de mise en accessibilité des lieux touristiques

Axe 2 : Développer une stratégie touristique adaptée à la diversité des publics

Défi n°3 : Promouvoir le tourisme et les loisirs de proximité pour les val-de-marnais et plus largement l'ensemble des Franciliens

1. Faire du Val-de-Marne un "terrain de jeux" en matière de loisirs de nature et de proximité

Actions

- Développer le volet touristique du projet d'aménagement des berges de Seine (incluant le tourisme fluvial)
- *Améliorer l'équipement des ports fluviaux et lieux de départ d'activités de nature (points d'information, vestiaires, sanitaires, lieux de rendez-vous...)*
- Qualifier des itinéraires "nature et urbain" de randonnée de référence adaptée à des pratiquants occasionnels (caractère insolite, thématisation du parcours, qualité du fléchage et des outils d'interprétation...)
- Renforcer la visibilité de cette offre "nature" par de l'événementiel dédié, des produits séjours et excursions adaptés et surtout via Site mobile du CDT
- Valoriser les parcs départementaux et les activités qui y sont proposées

2. Faire (re)découvrir la vitalité artistique, culturelle et événementielle de proximité

Actions

- Renforcer et développer de nouvelles offres touristiques identitaires mêlant tradition et modernité (sites patrimoniaux emblématiques, création artistique contemporaine, balades urbaines, visites d'entreprises, visites d'ateliers d'artistes et d'artisans, stages chez les artisans...)
- Animer un réseau des acteurs de visites de sites et de promenades urbaines (offices de tourisme, associations locales, villes etc.) afin de leur permettre d'avoir une visibilité plus forte
- Développer un réseau de Greeters

3. Renforcer la prise en compte du tourisme de jeunesse

Actions

- Création d'un centre d'hébergement pour jeunes et pour des groupes : étude préalable
- Renforcer le volet jeunesse de l'offre de loisirs existante (parcs et bases de loisirs, activités sportives, festivals, création contemporaine en arts plastiques et spectacle vivant...)
 - Créer lien spécifique sur Entrée Jeunes du site web du CG

Défi n°4 : Structurer la filière du tourisme d'affaires

Actions

- Poursuivre et renforcer des actions du CDT (création de produits pré et post-événement, gestion des demandes de cotations, Eductour, participation aux salons professionnels, doc de présentation)
 - Projet d'1 soirée événement avec invitation des entreprises locales
- Poursuivre un programme de travail conjoint avec l'Agence de développement sur cette thématique afin que l'offre de lieux de tourisme d'affaires rencontre la demande émanant des entreprises locales

Défi n°5 : Développer une gamme de produits touristiques adaptés aux publics cibles

Actions

- Renforcer la constitution de produits touristiques de séjour ou à la journée à destination des publics prioritaires à partir de nouveaux thèmes : Art contemporain, métiers d'art, lieux insolites et liens avec partenaires parisiens
- Développer le service de Réservation en ligne à destination des Individuels (hôtels, théâtres, activités de loisirs...)

Axe 3 : Optimiser les partenariats et les moyens

Défi n°6 : Mettre en œuvre les actions et les projets de façon partenariale et favoriser la mutualisation des moyens et des énergies

1. Développer une action coordonnée avec nos partenaires

Actions

- Conforter le rôle des Assises du tourisme comme lieu de rassemblement des acteurs du tourisme en Val-de-Marne
- Diversifier et dynamiser les partenariats avec de nouveaux acteurs par l'ouverture de la gouvernance du CDT : avec notamment Aéroport de Paris (ADP), Semmaris
- Pérenniser des espaces de rencontre bilatéraux avec les principaux acteurs du tourisme : institutionnels (Région, autres Départements, ville de Paris, communes...), opérateurs économiques et touristiques (Agence de développement, chambres consulaires...)
- Porter les enjeux du tourisme et des loisirs val-de-marnais dans les principaux lieux d'échange et de partage (syndicat Paris Métropole...) et dans les réseaux professionnels (ex : réseau Partenalia à l'échelle européenne)
- Participer avec la Région et les autres acteurs d'Ile-de-France à la construction d'une bannière commune "Paris Ile-de-France" en termes de marketing national et international de la destination
- Prévoir une ou plusieurs rencontres annuelles entre le CDT et les services départementaux pour favoriser le partage des enjeux et des informations dans le cadre de l'élaboration des différents programmes de travail

2. Favoriser la mutualisation des moyens et des énergies à chaque fois qu'elle est possible

Actions

- Susciter des économies d'échelles sur les événementiels ou actions faisant l'objet d'interventions croisées entre le CDT, les collectivités et les partenaires de proximité (événementiel, édition de brochures...)
- Positionner le CDT comme interface entre les porteurs de projet et l'ensemble des ressources et dispositifs d'aide existants (en particulier le "fonds régional de développement touristique des territoires") mais aussi par la conquête d'investisseurs et de financements innovants (fondations, mécénat, fonds européens...)
- Poursuivre le développement des missions d'ingénierie et de développement touristique, d'expertise sur les projets d'envergure, de prospective touristique, d'observation, de marketing et de communication...
- Renforcer les liens avec les principaux aménageurs (Sadev, Epa Orsa...) pour identifier les potentialités et les paramètres touristiques (ex : hébergement, transports) à prendre en compte en amont des projets d'aménagement

Défi n°7 : Développer des outils partagés et innovants

1. Développer une stratégie de communication offensive, ciblée et coordonnée

Actions

- S'appuyer sur le site Internet du CDT, tout en se coordonnant avec les stratégies de communication des principaux partenaires (grands sites partenaires, site du Conseil général...) notamment dans le cadre de l'événementiel avec Base de données Tourinsoft
- Appuyer et conforter la plateforme de vente en ligne et de billetterie (CF action 54) avec outil qui peut être déployé vers partenaires
- Enrichir le site Internet du CDT et les médias sociaux par l'apport contributif des internautes
 - Développement de la place faite aux Bloggeurs
- Améliorer le référencement du site afin d'en faire un outil incontournable de l'information touristique et de loisirs sur le territoire
- Développer une véritable actualité renouvelée sur la une du site touristique et partage de la base de données Tourinsoft
- Optimiser la participation à des salons professionnels (Salon Nature, Salon Eluceo, salons CE, Rendez-vous France)
- Optimiser les relations presse

2. Renforcer les fonctions d'observation et de veille touristique afin d'être en adéquation avec la réalité du territoire et ses évolutions

Actions

- Poursuivre la mise en place d'outils permettant de mesurer annuellement l'impact de la politique touristique départementale en termes d'image et de notoriété, de part de marché, de performances économiques et sociales, de performance marketing
- Développer le partage d'outils, d'expériences et de données avec les autres fonctions d'observation existantes (Région, Département...)
- Assurer un Suivi des projets d'investissements touristiques structurants sur le Val-de-Marne
- Faire un bilan annuel des aides publiques au tourisme tous financeurs confondus
- Mettre en place les différents indicateurs en vue de dresser un bilan des actions du schéma afin de permettre notamment la définition des programmes annuels et un recadrage éventuel du plan d'actions

Annexe 2 • Nombre d'articles publiés dans la presse, par thématique (par ordre décroissant)

• Salon du Plateau Briard :	39 (pour rappel, le CDT est un partenaire actif d'aide à la communication sur ce salon)
• Greeters :	39
• Articles généralistes :	24
• Economie et schéma :	18
• Croisières de Bonneuil :	17
• Balades urbaines :	14
• Magazine randonnées :	14
• Site mobile :	13
• Le Grand Paris se met à l'eau :	8
• Journées du Patrimoine :	7
• Autres (soutien aux manifestations) :	7
• Application Bords de Marne :	7
• Think Val-de-Marne :	7
• Bons plans :	5

Annexe 3 • Bilan concernant les publicités sur le web

Supports	Statistiques
Pour les "Offres Spéciales" / Bons plans	
Familiscope	Total : impr. 589 750 / clics 798 / taux clics 0,14 % Moy. par jour : impr. 13 106 / clics 18 / taux clics 0,14 % Newsletter : impr. 3487 / clics 27 / taux clics 0,77 %
Citizen Kid	Total : impr. 120 000 / taux clics 0,12 % Newsletter : tx d'ouverture 15 % / taux clics 0,58 %
Officiel des Spectacles	Total : impr. 257 084 / clics 1 192 / taux clics 0,46 %
Pour "Les Balades urbaines"	
Officiel des Spectacles	Total : impr. 204 917 / clics 521 / taux clics 0,25 %
Worldlist	News1 : tx d'ouverture: 10,37 % / clics 539 / tx clics 0,20 % News2 : tx d'ouverture: 7,61 % / clics 409 / tx clics 0,10 %

Annexe 4 • Partenariat 2013 avec le CRT

Actions CDT	
Insertions publicitaires (papier et web)	
Familiscope	2 350 €
Citizen Kid	2 500 €
Le 13 du mois	2 280 €
Le Parisien Val-de-Marne	6 190 €
Val-de-Marne Infos	2 280 €
Officiel des Spectacles	5 870 €
Paris mômes	4 400 €
Pleine vie	5 100 €
Worldlist	4 000 €
Editions	
Impression magazine Randonnées	7 967 €
Impression brochure Groupes	4 189 €
Promotion	
Salon Destination Nature	2 700 €
Forum CCAS	790 €
Tourisme d'Affaires	8 400 €
Total HT actions CDT	59 016 €
Total TTC actions CDT	70 583 €
Actions autres partenaires	
Communication Festival de l'Oh ! - CG 94	44 000 €
Total intervention CRT sur le Val-de-Marne	123 207 € TTC

Actions dont la mise en œuvre a débuté en 2013 ou inscrites au programme d'actions 2014.
Actions dont la maîtrise d'ouvrage ne relève pas directement du CDT.

Annexe 5 • Visites individuelles proposées à la réservation 2013

Visite d'un transformateur ERDF à Créteil	Balade urbaine "CENTRÉ"
ERDF : Visite du Campus de Champigny-sur-Marne	Balade sonore gratuite : Paysages de ma Banlieue, Arcueil Sud : points de vue tranchés
Visite de la société SGD	Balade urbaine "DECENTRÉ"
Visite de la société AIREL - Design de l'industrie	Balade sonore gratuite : Paysages de ma Banlieue, Arcueil Nord, inventaires à la Doisneau
Croisière dans le port de Bonneuil-sur-Marne	La Bièvre à contre-courant - Emersion OPUS 1
Ivry-sur-Seine, le devenir d'une banlieue rouge	Les promenades du Tram - Nocturne spéciale Nuit Blanche - "L'art change la ville"
Les bords de Marne du Perreux-sur-Marne	Architecture Art Nouveau et Art Déco du XIX ^e et du XX ^e siècle
Histoire de Nogent-sur-Marne	Démonstration de daguerréotype
Promenade du tramway T3, Les coulisses de l'art public	Visite guidée de 3 expositions et du diorama de Daguerre dans l'église de Bry-sur-Marne
Balade sonore : Paysages de ma Banlieue. Arcueil sud, points de vue tranchés	Flânerie dans une zone industrielle : Les Ardoines
Balade sonore : Paysages de ma Banlieue. Arcueil Nord, inventaires à la Prévert	Porte d'Ivry : une traversée du périphérique
Visite guidée de Choisy-le-Roi	Le Street Art à Vitry-sur-Seine
Architecture Art Nouveau et Art Déco du IX ^e et du XX ^e siècle	Les Italiens de Nogent-sur-Marne
Histoire du Perreux-sur-Marne	Les bracelets de Falbala à Arcueil
Les bords de Marne de Nogent-sur-Marne	A la découverte du cinéma de Nogent, entre histoire et technique
Promenade du tramway T3, Les coulisses de l'art public	L'envers du décor de la MAC de Créteil
Visite de la station anti-crue Rieffel	



Comité départemental du tourisme “Val-de-Marne Tourisme & Loisirs”

Le bureau de Val-de-Marne Tourisme & Loisirs

Président :	Gilles Saint-Gal, Vice-Président du Conseil général
Président d'honneur :	Guy Dassonneville
Vice-présidents :	Dominique Le Bideau, conseillère générale Brigitte Gautier, conseillère municipale Fresnes
Secrétaire :	Olivier Maitre-Allain, Directeur du musée de Nogent-sur-Marne
Secrétaire-adjoint :	Thierry Petetin, Directeur général de l'Espace Jean Monnet
Trésorier :	Pierre Marchadier, Maire-adjoint Joinville-le-Pont
Trésorier-adjoint :	Jean-Yves Dupin, gérant Guinguette de l'île du martin pêcheur

Les autres membres du conseil d'administration

Membres de droit

CCIP 94 :	Gérard Delmas, Président
Chambre des métiers et de l'artisanat :	Jean-Louis Maître, Président
CRT Paris-Ile-de-France :	Gérard Feldzer, Président
Préfecture du Val-de-Marne :	Thierry Leleu, Préfet
Conseil général du Val-de-Marne :	Simone Abraham-Thisse, conseillère générale déléguée Marie Kennedy, conseillère générale déléguée Jacques JP Martin, conseiller général Evelyne Rabardel, Vice-Présidente du Conseil général

Collège Activités économiques et touristiques

Franck Mereyde, Directeur de l'aéroport Paris-Orly
Francis Lefevre, Secrétaire général de la Semmaris
(Marché international de Rungis)

Collège Activités culturelles, associatives et de loisirs

Pascal Delmont, Directeur général de l'espace congrès
Les Esselières
Jean-Yves Dupin, Président de l'association Culture guinguette
Martin Kuengienda, Président de l'office de tourisme
de Champigny-sur-Marne
Christian Lopes, Président du Comité départemental
olympique et sportif
Michel Rioussset, Président de l'Ecole des peintres
des bords de Marne

Collège collectivités

Jacques JP Martin, Président de la Communauté
d'agglomération de la Vallée de la Marne
Odile Séguret, Maire-adjointe ville de Vincennes

L'équipe de Val-de-Marne Tourisme & Loisirs

Hélène Sallet-Lavorel, Directrice
Sandrine Ducept, Directrice-adjointe
Patricia Perin, Directrice-adjointe
Manon Bernard, chargée de réservation groupes
Alexis Bertrand, apprenti
Emilie Filliot-Salomon, responsable de la communication et des relations presse
Pierre Goeman, chargé de mission observatoire et développement économique
Nadine Jestin, responsable de la promotion et de la commercialisation
Kevin Marquet, chargé de développement Tourisme d'affaires - Visites d'entreprises
Marie-Louise N'Kusu, Secrétariat - gestion de l'événementiel - assistance à la commercialisation
Faustine Ramos, chargée de mission web
François Roblot, chargé de développement territorial





Val-de-Marne Tourisme & Loisirs
16 rue Joséphine de Beauharnais
94500 Champigny-sur-Marne
Tél : 01 55 09 16 20

www.tourisme-valdemarne.com