

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2014

et perspectives
d'actions pour 2015

ÉDITO



En 2014, Val-de-Marne Tourisme & Loisirs a poursuivi ses actions en matière de communication, de promotion et commercialisation des sites d'agrément et de tourisme d'affaires, d'études et de développement d'une offre nouvelle de balades et visites d'entreprises, complémentaire à l'offre classique du territoire. Ces actions étaient tournées vers les val-de-marnais et l'ensemble des Franciliens mais aussi à

l'attention des touristes de la destination Paris.

De nouvelles actions ont été lancées, comme par exemple :

- la grande marche La Révolution de Paris qui a permis à des centaines de personnes de traverser le Val-de-Marne et de découvrir des lieux insolites.
- la mise en œuvre de la dynamique autour de la candidature des Boucles de la Marne au label « Itinéraire culturel européen » qui rassemble de très nombreux partenaires (institutionnels, chercheurs et acteurs locaux).
- le contrat de destination « Destination Paris : la ville augmentée », en partenariat avec l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris, les comités départementaux du tourisme des Hauts-de-Seine et de la Seine-Saint-Denis, la Ratp, le Welcome City Lab et l'Université Paris 1 Sorbonne et dont le CDT est l'animateur. Ce contrat témoigne de l'importance, au sein de la destination, de nos territoires de petite couronne, de leur dynamisme et de leur créativité.

Avec nos différents partenaires, nous travaillerons en 2015 à la définition et à la mise en œuvre de plans d'actions concrets et opérationnels pour l'itinéraire culturel européen et le Contrat de destination.

L'année 2015 sera également marquée par la poursuite de la mise en œuvre du Schéma Départemental du Tourisme et des Loisirs 2013-2018 et la mutualisation des outils du CDT (notamment la poursuite du partage de notre base de données avec les offices de tourisme). Nous viserons de nouveaux publics cibles tels que les scolaires (à travers leurs enseignants) ainsi que les étudiants présents dans les universités et les écoles de notre département.

L'ensemble des actions réalisées en 2014 par Val-de-Marne Tourisme & Loisirs, ainsi que son programme d'actions pour l'année 2015 vous sont présentés dans ce document, approuvé le 3 mars 2015 par le conseil d'administration de notre association. Nombreux sont les partenaires qui contribuent, aux côtés de l'équipe du CDT, à la réussite de nos opérations. Qu'ils en soient ici remerciés.

L'important travail réalisé, les résultats obtenus et l'ambition des projets développés témoignent de l'utilité de notre CDT, outil d'animation du réseau des acteurs locaux au service de la visibilité du Val-de-Marne et de ses professionnels au sein de la destination Paris-Ile-de-France. Ce travail illustre également l'importance d'une politique départementale du tourisme et des loisirs, au plus près des professionnels et des habitants.

Gilles Saint-Gal
Vice-Président du Conseil départemental
Président du CDT

Introduction	03
1. Les études et le développement	04
2. La stratégie de communication	10
3. La promotion et la commercialisation	15
Annexes	18

SOMMAIRE

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2014 et perspectives d'actions pour 2015

Adopté en décembre 2012 par le Département et présenté lors des Assises départementales du Tourisme le 18 avril 2013, le Schéma départemental du tourisme et des loisirs fixe la feuille de route du CDT pour les années 2013-2018.

Pour rappel, il est prévu de mener à bien sur la durée d'exécution du Schéma plus de 80 actions, dont l'essentiel relève de la maîtrise d'ouvrage du CDT.

En 2014, le CDT a poursuivi la mise en place de nombreuses actions. L'exercice 2015 apparaît comme une année étalon du schéma. Une majorité d'actions ayant été engagées sur les 2 années antérieures, il s'agira pour l'essentiel de poursuivre les initiatives et d'assurer la bonne exécution des dossiers en cours.

Rappelons que, dans le souci de garantir un bon usage des fonds publics et de mesurer régulièrement l'impact des opérations lancées et les résultats des objectifs fixés, le CDT a mis en place des indicateurs de suivi et d'évaluation des actions. **Pour rappel, toutes les actions font l'objet de bilans soit mensuels soit annuels.**

Parallèlement, selon les objectifs fixés par le Conseil général dans la convention conclue avec le CDT, ce dernier poursuit ses missions afin de renforcer la notoriété du département et des prestataires du tourisme et des loisirs, au sein de l'offre francilienne.

Rappelons que le succès de l'intervention du CDT repose sur une collaboration sur le terrain et au quotidien avec les acteurs institutionnels du tourisme, l'ensemble des prestataires privés et les structures associatives.

En 2014, de nouveaux adhérents ont rejoint le CDT (deux hôteliers notamment : Huatian Chinagora et le Novotel Paris-Orly-Rungis). Par ailleurs, le CDT a développé un certain nombre d'actions permettant la mise en réseau des professionnels du tourisme et des loisirs. Citons notamment le temps fort des Rencontres du tourisme, le 23 septembre 2014. Cette matinée a rassemblé plus d'une centaine de professionnels au centre de conférences de l'aéroport d'Orly. Les échanges ont été riches autour des thèmes de l'innovation dans le tourisme et du projet d'itinéraire culturel européen. Cette manifestation a également permis de présenter les nouvelles actions du CDT94.



En 2015, dans un contexte d'interrogations quant à la réforme de l'organisation territoriale et à la répartition de la compétence tourisme, le CDT poursuivra le travail de coopération, de mutualisation et de réflexion mené avec les autres partenaires et acteurs du tourisme en Ile-de-France.

Il confortera une stratégie et un positionnement cohérents avec ses partenaires (CCI, CMA, Agence de développement...) et poursuivra des actions coordonnées avec eux.

Il développera également des liens et partenariats avec les acteurs régionaux et métropolitains du tourisme et avec le **Welcome City Lab** de la Ville de Paris.

Parallèlement, il poursuivra l'ouverture de la gouvernance de CDT à de nouveaux acteurs et l'accueil de nouveaux membres.

L'année 2015 sera marquée par les **10 ans du Mac/Val**, le CDT prendra toute sa part dans cet événement, en partenariat avec le musée, que ce soit en termes de communication, d'organisation de visites insolites pour découvrir les coulisses du musée ou rencontrer les artistes.

Les **Rencontres du tourisme 2015** constitueront un nouveau temps de rencontre rassemblant les professionnels et les acteurs du tourisme en Val-de-Marne et permettant les échanges sur des thématiques ciblées.

Enfin, le CDT développera des liens avec les OTSI afin de les impliquer dans les actions de communication du CDT, de leur permettre d'échanger leurs expériences au niveau local, de bénéficier de l'expertise et des outils du CDT etc.

Actions en vue de conforter la visibilité du Val-de-Marne dans la destination métropolitaine et la coopération avec les autres acteurs touristiques de la destination

En 2015, le CDT portera les enjeux du tourisme et des loisirs val-de-marnais dans les principaux lieux d'échanges et de partage (syndicat Paris Métropole, Contrats de développement territorial...) et dans les réseaux professionnels.

A l'échelle nationale

Comme en 2014, le CDT participera aux réunions et groupes de travail (Observation, Groupes...) mis en place par la fédération des CDT et ADT de France (réseau Rn2d) afin notamment, d'échanger les bonnes pratiques et les bonnes expériences et de mutualiser un certain nombre d'actions.



A l'échelle régionale

En 2014, le CDT a participé à la préfiguration du **Comité des Territoires** initié par le CRT et a participé aux premiers groupes de travail « Etudes et observation », « Stratégie numérique », « Tourisme d'affaires », « Gastronomie et art de vivre », « Cible francilienne », « Randonnées » et « Tourisme urbain » qu'il co-pilote avec le CDT93.

En 2015, le CDT participera aux réunions de ces groupes de travail, dans la mesure de ses moyens humains et des thématiques qui le concernent.

A l'échelle « métropolitaine »

En 2014, le CDT a également travaillé avec Paris et les CDT des Hauts-de-Seine et de Seine-Saint-Denis à la concrétisation de projets tels que la co-organisation de la première randonnée d'échelle métropolitaine « La Révolution de Paris » qui s'est déroulée le 27 avril 2014, entre Gennevilliers et Saint-Denis, et qui a rassemblé plus de 500 personnes, ou la co-organisation, comme en 2012 et 2013, d'une conférence de presse avec l'OTCP, les CDT 92 et 93 et le CRT, baptisée « Le Grand Paris se met à l'eau ».

Par ailleurs, dans un souci de coopération et de mise en réseau des acteurs de la balade urbaine, le CDT94 a engagé un travail en 2014 avec les CDT92 et 93. Des groupes de travail et de réflexion réunissant tous les acteurs des balades urbaines ont été organisés à l'échelle de la petite couronne.

En 2015, le CDT94 poursuivra ses actions de coopération et mutualisation.

- Dans le cadre de la 2^e session de l'appel à projet du Gouvernement sur les « **Contrats de destination** » organisé au cours de l'année 2015, le CDT s'associera à l'OTCP, le CDT92, le CDT93, l'IREST (Institut d'Etudes et de Recherches sur le Tourisme - Paris 1 - Sorbonne), la RATP et le Welcome City Lab pour présenter un projet portant sur le thème « **Destination Paris, la ville augmentée** ». Ce projet valorisera les nouvelles formes de création, de culture, d'ur-



banisme, d'architecture, les nouveaux modes de déplacement, de loisirs et plus généralement de vie qui se développent dans les différents quartiers et communes qui composent la destination et dont le Val-de-Marne est partie prenante. Ce contrat cherchera à cibler plus précisément la clientèle de proximité (française et européenne) et particulièrement les jeunes. L'idée étant de renouveler l'image de la destination, aujourd'hui trop classique et patrimoniale, et de l'élargir à nos territoires porteurs de cette nouvelle dynamique. Le CDT94 sera l'animateur et le coordinateur de cette démarche.

- Suite à un travail mené en 2014 avec l'OTCP et les CDT de petite couronne, 2015 sera l'année qui permettra de préfigurer et matérialiser le **futur Plan guide touristique de la destination**, élargi -tant que faire se peut compte tenu des contraintes d'échelle- aux territoires limitrophes de Paris. Un système de distribution de cette nouvelle carte dans le département (sites culturels, hôtels et offices de tourisme) sera mis en place par le CDT 94 en partenariat avec l'OTCP.
- Les CDT 94, 92 et 93 et l'OTCP travailleront à mutualiser leurs moyens dans le cadre de l'**observation touristique** ;
- Le CDT 94 organisera en 2015, en partenariat avec l'éditeur WildProject, les comités de randonnée pédestre 94 et 93 et les CDT 92 et 93, la deuxième édition de la grande randonnée « **La Révolution de Paris** ». Cette deuxième randonnée se déroulera le samedi 11 avril et traversera le Val-de-Marne, au départ de Montreuil jusqu'à Créteil. Le CDT mobilisera ses partenaires dans les villes traversées (offices de tourisme, associations culturelles, collectivités etc.) pour que des visites culturelles et insolites soient proposées aux randonneurs tout le long du parcours, sur inscription. Cette grande marche populaire se déroulera dans le cadre des 30 ans des comités de randonnée pédestre.



© CDT 94



LES ÉTUDES & LE DÉVELOPPEMENT

Participation aux projets locaux de développement et travail en vue de la prise en compte du tourisme dans ces projets

En 2014, le CDT 94 a participé à la **Commission Locale de l'Eau** pour le vote de la stratégie, dans le cadre du Comité des usagers. Trois scénarios étaient proposés, à la suite d'un travail participatif intense, mené en 2013 par les commissions thématiques du SAGE et le bureau de la CLE.

Par ailleurs, le CDT a suivi la réflexion sur le **patrimoine de l'OIN Orly-Seine Amont** à l'initiative des Archives départementales du Val-de-Marne.

Il a également rédigé une note de contribution sur les pistes d'actions de développement touristique du **Contrat de Développement Territorial « Paris est, entre Marne et Bois »**, piloté par l'ACTEP.

Enfin, il a participé ou engagé lui-même un certain nombre de travaux qui se poursuivront en 2015 :

- Travail avec les collectivités locales et leurs partenaires (aménageurs...) pour **intégrer dans les projets d'aménagement les problématiques touristiques et de loisirs** (hébergement, équipements...);
- Participation aux **réflexions stratégiques** liées au tourisme dans les contrats de développement local, le SAGE...
- Association aux démarches de valorisation de l'**Euro Vélo route 3** empruntant les berges de Seine : participation au comité d'itinéraire et aux commissions en collaboration avec le Conseil départemental du Val-de-Marne ;

- 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, rencontres des décideurs etc.

Le CDT accompagnera également les **grands projets structurants de la filière économique** (Campus grand Parc, pôle allongement de la vie de Charles Foix...) sur les volets relatifs au tourisme et rencontrera des grands établissements hospitaliers du Val-de-Marne afin de développer des coopérations sur l'accueil des familles de malades (action qui n'a pu être menée en 2014 faute de temps).

Itinéraire culturel européen sur les Boucles de la Marne

En 2014, suite à une mission du cabinet d'ingénierie patrimoniale MCC Heritage, le CDT a lancé un projet de **valorisation des bords de Marne à l'échelle européenne**.



Dans le but de constituer un réseau européen de métropoles baignées par des « rivières urbaines de loisirs », des recherches ont été menées afin d'identifier les caractéristiques historiques de la Marne en milieu urbain, site porteur de pratiques culturelles et de loisirs particulières.

Un comité scientifique a été constitué et s'est réuni 3 fois entre le mois de juin et le mois de septembre. Le projet a également été présenté aux élus du territoire lors du premier comité de pilotage organisé en novembre.

Le CDT est accompagné par le cabinet *MCC Héritage* dont la mission est co-financée par le CRT, le CG et le CDT94. Des contacts ont également été pris avec d'autres institutions essentielles pour la construction de ce projet : Institut européen des ICE, Ministère de la Culture, DRAC, Région IDF, CG94 (mission Europe, Archives départementales, Festival de l'Oh !, direction des paysages, etc.).

Une promotion du Master 1 Développement et Aménagement touristique des territoires de l'IREST - Université Paris1 Panthéon/Sorbonne a également commencé un atelier de terrain (qui durera le temps de l'année universitaire 2014-2015) sur ce projet de valorisation des bords de Marne.

Le projet sera poursuivi en 2015, en vue du dépôt d'un dossier de candidature auprès du Conseil de l'Europe fin 2016 ou 2017 :

- Animation des comités scientifiques et de pilotage ;
- Association des communes de Seine-Saint-Denis et de Seine-et-Marne jusqu'à Lagny-sur-Marne ;
- Développement d'une base de données documentaire partagée ;
- Animation d'une démarche collective ;
- Concrétisation de partenariats européens ;
- Suivi du travail des étudiants de l'IREST ;
- Mise en place d'un programme d'actions ;
- Organisation d'une journée d'études européenne, en partenariat avec l'IREST ;
- Recherche de partenaires financiers, mécènes, sponsors et donateurs... ;
- Travail sur le dossier de candidature.



Comité scientifique ICE CDT 94

Soutien et accompagnement pour le développement de l'hébergement sur le territoire

En 2014, le CDT a accompagné un certain nombre d'opérateurs et investisseurs de projets d'hébergements (B&B, Pierval, EKLO...). Il a également assuré une veille sur les projets hôteliers (réalisation d'une carte Mapinfo) et a participé à la mise à jour du Plan hôtelier de la mairie de Paris).

Le CDT a également suivi le projet de création d'une plateforme web de tourisme social sur l'hébergement, piloté par Minga et Hôtel du Nord.

Par ailleurs, le CDT a assisté les communes de Saint-Maurice, Bry-sur-Marne et Ivry-sur-Seine concernant l'instauration de la taxe de séjour.

Concernant l'hébergement chez l'habitant, en tant que référent départemental du réseau Clévacances, le CDT a organisé en 2014, en partenariat avec l'association régionale, une formation sur les aspects juridiques et fiscaux à l'attention des propriétaires de meublés et chambres d'hôtes à laquelle 13 personnes ont participé. Parallèlement, le CDT a effectué un véritable travail d'identification de l'ensemble des offres d'hébergement chez l'habitant sur

l'ensemble du territoire (réseaux Airbnb –des centaines d'appartements et maisons-, Booking.com -137 hébergements-, Homlidays -139 propositions recensées- etc.).

Compte tenu du développement et de la diversification de l'offre d'hébergements chez l'habitant et de son succès auprès des touristes prompts à faire confiance aux notes et avis des internautes, il a semblé intéressant au CDT de travailler librement avec l'ensemble des propriétaires. C'est pourquoi, il a organisé une réunion en décembre avec les propriétaires Clévacances (31 propriétaires sur le Val-de-Marne) afin d'évoquer avec eux, l'avenir du réseau Clévacances et l'éventualité d'un désengagement du CDT de ce réseau spécifique. Suite à cette réunion, le CDT a informé l'association régionale de son souhait de ne plus être référent départemental de Clévacances.

En 2015, les propriétaires Clévacances travailleront directement avec l'association régionale (qui intervient déjà sur les départements de la Seine-Saint-Denis, des Yvelines et de Paris) et/ou avec la Fédération nationale. Ainsi, le CDT poursuivra son travail de promotion des offres Clévacances mais assurera également la promotion des autres labels de qualité.

Par ailleurs, la création d'un hébergement pour les jeunes touristes est l'une des actions phares du Schéma Départemental du tourisme et des loisirs. C'est pourquoi, dès 2013, le CDT lançait une étude d'opportunité, en partenariat avec le Conseil départemental 94 et le CRT. Cette étude comporte 3 volets :

- une étude de faisabilité et de viabilité économique de l'équipement ;
- une étude d'opportunité territoriale ;
- l'assistance dans la recherche d'opérateurs et de partenaires financiers.

Le cabinet *Horwath HTL* a été retenu pour accompagner cette démarche.

Plusieurs réunions du comité de pilotage se sont tenues sur l'exercice 2014, à chaque phase décisionnelle.

Sur la base du travail réalisé par le CDT 94, plusieurs communes et sites potentiels ont été analysés et des rencontres ont été organisées avec les villes d'Ivry-sur-Seine et de Vitry-sur-Seine ainsi qu'avec les aménageurs que sont la Sadev et l'Epa-Orsa.

Le projet retenu repose sur un scénario « mixte » (2/3 individuels 1/3 groupes) intégré au tissu urbain sur une base de 500 lits.

Il reste conditionné à plusieurs facteurs clés de succès : une localisation au sein d'un quartier animé, la proximité avec le réseau de transport en commun dans un rayon de 300 m, un concept différenciant, attractif pour une clientèle de jeunes mais aussi pour les habitants et enfin, une masse critique à atteindre pour assurer l'attractivité du projet.

Ce projet présente un vrai potentiel de marché et il convient de proposer rapidement une offre foncière aux opérateurs du marché intéressés et en particulier les opérateurs privés à dimension européenne. Aussi, des prises de contacts sont à conforter en 2015 dans une logique partenariale : mise en relation des aménageurs et opérateurs, prise de rendez-vous avec de nouveaux opérateurs internationaux etc.

Par ailleurs, en 2015, le CDT développera également un certain nombre d'actions afin d'encourager le développement de l'hébergement touristique sur le territoire et de travailler avec les professionnels val-de-marnais :

- Poursuite de la coopération avec la Ville de Paris afin d'alimenter le plan hôtelier de Paris et le suivi des projets d'investissements ;
- Actualisation sur internet des projets hôteliers et des informations sur les projets d'aménagement à l'attention des investisseurs hôteliers pour les inciter à développer des projets sur le département et collaboration avec le nouvel outil cartographique développé par le CRT (SIGAT) ;
- Poursuite de la collaboration avec le nouveau Club Hôtelier CHRO ;
- Incitation au développement d'hébergements originaux et identitaires du territoire (chambres d'hôtes, meublés de tourisme, hébergements insolites...) avec recherche d'opérateurs potentiels (ex : offre de gîtes sur le plateau briard, péniches-hôtels...) et accompagnement de ces projets, notamment dans le cadre du Fonds de développement touristique régional (FDTR) ;
- Rapprochement avec les acteurs des nouveaux modes d'hébergement touristique comme le couchsurfing et Airbnb. L'enjeu pour les collectivités est essentiel notamment car les sites intermédiaires de location (Airbnb, Booking, etc.) sont chargés pour la première fois de collecter la taxe de séjour. Cependant une partie des hébergeurs n'est pas déclarée en mairie. Le CDT94 proposera à une collectivité de travailler avec elle en 2015 afin de mieux connaître l'offre sur son territoire mais aussi les attentes des hébergeurs. Il s'agira, à partir d'une ville test, de proposer un meilleur accompagnement aux communes collectant la taxe de séjour, mais aussi aux hébergeurs qui ne sont pas toujours identifiés ;
- Sensibilisation et information des communes à la mise en place de la taxe de séjour.

Ingénierie et accompagnement des porteurs de projets

Le CDT apporte son expertise et son savoir-faire sur toutes sortes de projets. Il fait également bénéficier les porteurs de projets de sa connaissance du territoire ainsi que de l'ensemble des ressources et dispositifs d'aide existants (en particulier le FDTR) et les aide à rechercher des investisseurs et des financements innovants (fondations, mécénat, fonds européens...).

En 2014, il a notamment travaillé sur les projets suivants :

- Etude sur les fréquentations et usages des bords de Marne et de



Randonneurs en bord de Marne - ©Loïc Lebreton - CDT94

Seine, en partenariat avec le syndicat Marne vive, l'Agence de l'eau Seine-Normandie, le CG94 et le CRT. L'objectif de l'étude était de pallier au manque d'éléments quantitatifs et qualitatifs sur la fréquentation de ces espaces et d'identifier le potentiel de développement touristique et de loisirs des berges.

L'étude, confiée à *GMV* se compose de 2 volets : une enquête qualitative auprès de 900 personnes réalisée entre septembre et juillet 2014 (sur 20 sites) et 2 focus group en janvier 2015 (l'un auprès de la cible de proximité et l'autre auprès des clientèles touristiques).

- **Projet d'Exposition Universelle 2025** : mission confiée à aBusiness dans le but de proposer un positionnement pour le Val-de-Marne ainsi que des actions concrètes que le Comité Départemental du Tourisme pourrait mettre en œuvre pour mobiliser au mieux les acteurs ;
- **Poursuite de l'accompagnement et de l'expertise touristique auprès de divers projets** : **Maison Daguerre** à Bry-sur-Marne, **développement touristique du château de Grobois** avec la participation à une étude autour de 2 scénarii (soit l'optimisation de l'existant avec développement de l'activité séminaires / location d'espaces ; soit la création d'un espace découverte autour du cheval), soutien du projet de rénovation du **centre d'hébergement de groupes de Mandres-les-Roses** porté par la PEP75 dans le cadre du FDTR (réhabilitation de 23 chambres et, à terme création de 19 chambres supplémentaires -54 lits- et d'un espace de tourisme d'affaires pour un coût de 782 842 euros dont 200 000 euros de subvention régionale obtenue) ;
- Assistance technique dans la réalisation d'une étude type conception-réalisation pour le projet de **mise en lumière du Pont du Port à l'Anglais**, en lien avec le Conseil général et les villes d'Alfortville et de Vitry-sur-Seine ;
- Suivi de grands projets locaux (Plan bleu départemental, CDT Marne et Bois, Euroveloroute EV3...).



Pont du port à l'Anglais - ©Daniel Thierry - CDT94

En 2015, le CDT continuera à épauler les porteurs de projets touristiques et de loisirs, à apporter son expertise, à mener des actions d'ingénierie et accompagner certains projets structurants pour la recherche de financements (ex : demande de classement du château de Vincennes au patrimoine mondial de l'Unesco, déménagement du Musée de la Résistance Nationale à Champigny si le CDT est sollicité dans ces démarches etc.) ;

- Accompagnement de la Société du cheval français (SECF) dans la mise en place de sa démarche touristique et de développement de visites sur le **site de Grosbois** : château, musée du trot, centre d'entraînement...

- Accompagnement de la ville de Bry-sur-Marne dans la mise en place d'une **démarche touristique autour de Daguerre** : aménagements de la propriété, organisation de visites, ateliers photo...

- Accompagnement de la future association de préfiguration de la **Cité de la gastronomie** sur le volet touristique du projet ;

- Suivi du projet de **mise en lumière du Pont du Port à l'anglais** (présentation au FDTR si l'avancement du projet le permet) ;

- Réalisation, en partenariat avec le Conseil départemental, le Conseil régional et l'ENVA (Ecole Nationale Vétérinaire de Maisons Alfort) d'une **étude d'opportunité et de faisabilité d'un espace Affaires au sein du bâtiment Blin de l'ENVA** ;

- Suivi de la 2^e Phase du projet de **rénovation et aménagement du centre de séjours scolaires et de tourisme social à Mandres-les-Roses** ;

- Diffusion et mise en œuvre des recommandations de l'**étude sur les usages en bords de Marne et Seine** menée en 2014 : accompagnement des collectivités ou partenaires pour développer les pratiques fluviales (plaisance, croisières, escales, hébergements, services...) sur la Marne et la Seine ;

- Accompagnement du projet d'extension de l'**Exploradôme** à Vitry-sur-Seine.



Centre d'hébergement pour groupes Mandres-les-Roses - PEP75 CDT 94



Exploradôme de Vitry-sur-Seine - CDT94

Implication nouvelle sur la thématique « innovation et tourisme »

En septembre 2014, le CDT94 a organisé une table-ronde sur le thème de l'innovation dans le tourisme, lors des Rencontres annuelles du tourisme. Il a ainsi permis la rencontre entre le Welcome City Lab (premier incubateur au monde dédié au tourisme créé par la Ville de Paris) et Creative Valley.

En 2015, le CDT s'engagera de façon opérationnelle sur cette thématique :

- Travail avec *Creative Valley* et le *Welcome City Lab* à la concrétisation du projet de « **Creative Center tourisme** » à Nogent, issu de la rencontre initiée par le CDT entre ces deux partenaires ;

- **Soutien au Conseil départemental** pour la mise en œuvre du « volet Tourisme » du schéma des industries culturelles et créatives et du dispositif val-de-marnais sur l'innovation ;

- **Accompagnement des start-up** et de toute entreprise travaillant sur l'innovation dans le tourisme afin notamment de les mettre en relation avec les professionnels du tourisme dans le but de faciliter l'expérimentation sur le territoire ;

- **Sensibilisation des professionnels** du tourisme aux innovations du tourisme.

Le développement de l'offre à l'attention du public individuel

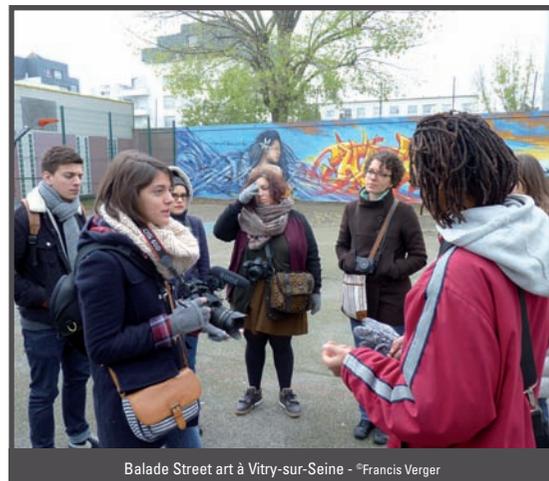
En 2014, Val-de-Marne Tourisme & Loisirs a travaillé activement à l'émergence d'une offre nouvelle à l'attention d'un public individuel :

- En matière de **balades urbaines** : recensement et développement de l'offre existante, prises de contact, développement de partenariats, mise à disposition du système de réservation et de gestion des inscriptions, animation du réseau des acteurs, développement de balades Street art à Vitry, participation aux réflexions autour du livre « La Révolution de Paris » (organisation d'une présentation de la démarche à Gare au Théâtre en janvier 2014) etc ;

- **Création d'une nouvelle offre individuelle de visites**, en collaboration avec des événements : festival Mur Murs (autour du Street art à Vitry), Fête de la gastronomie, festival Micro-climat, exposition Street art à la MAC etc ;

- **Développement et animation d'un réseau de Greeters** en Val-de-Marne : communication en lien avec les collectivités et l'association *Parisien d'un jour* pour la recherche de bénévoles (5 bénévoles actifs en 2014), animation du réseau etc ;

- **Création de nouvelles randonnées** (Fontenay, Ivry, Vitry, Vallée de la Bièvre) pour le magazine Randonnées de Val-de-Marne Tourisme & Loisirs (mars 2014) ;



Balade Street art à Vitry-sur-Seine - Francis Verger



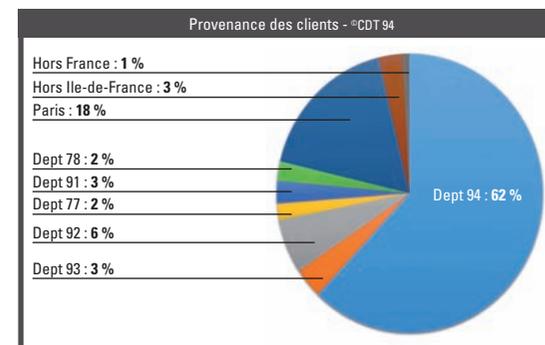
Cité jardin de Champigny - Comité du Tourisme de Champigny-sur-Marne

- **Visites d'entreprises** : en 2014, le CDT a poursuivi ses efforts en matière de développement de l'offre de visites et de prises de contact avec les principaux acteurs locaux et entreprises afin de les accompagner dans l'ouverture de leurs établissements. Cette action, lancée en 2013, a connu un important développement en 2014 avec l'ouverture de 10 nouvelles entreprises à la visite (19 dates et 200 inscriptions de visiteurs) et de 9 artisans (23 dates et 150 inscrits) : centrales thermiques, centre de tri de la poste, technicentre SNCF ; entreprise Brachot-Hermant, aéroport d'Orly, Min de Rungis, Port de Bonneuil, caves Fillot, INA, visites d'ateliers d'artisans et d'artistes etc.



Visite centrale géothermique Chevilly-Larue - Didier Adam - CDT94

Au total, en 2014, le CDT a proposé près de 100 produits (visites et balades) à la réservation, sur 384 dates (hors Journées du Patrimoine, Festival de l'Oh et, festival « Nous n'irons pas à Avignon »).



Près de 800 comptes clients ont été ouverts . Le public a été en grande majorité francilien (96%) et notamment val-de-marnais (62%).

En 2015, le CDT poursuivra le développement d'une offre de balades et visites à l'attention du public individuel afin de valoriser les femmes et les hommes qui vivent et travaillent dans le Val-de-Marne ainsi que les savoir-faire qui participent de la dynamique du territoire. Il continuera à inciter à la mise en tourisme d'une offre déjà existante et à créer une offre nouvelle. Il se concentrera de façon prioritaire sur les thématiques identifiées : l'eau, la gastronomie, les cultures urbaines, le patrimoine, les transports, la santé... Il valorisera cette offre en terme de communication et proposera les balades et visites à la réservation sur son site internet.

L'ensemble de ce travail sera nettement valorisé non seulement auprès du public francilien mais également auprès des publics touristiques si le projet de contrat « Destination Paris : la ville augmentée » est retenu par l'Etat.

Les actions du CDT pour le développement d'une offre à l'attention du public individuel concerneront également :

- L'animation du **réseau des acteurs des promenades urbaines** (offices de tourisme, associations, villes, CAUE, collectifs d'artistes etc.) afin de leur offrir une visibilité plus forte : prise de contacts, développement de partenariats, commercialisation, animation du réseau des partenaires, mise en œuvre de collaborations inter-départementales avec Paris, les Hauts-de-Seine et la Seine-Saint-Denis, organisation d'événements (ex : 2^e Révolution de Paris, Voyages métropolitains...);

- Le **développement conséquent du réseau de Greeters** : organisation de rencontres avec les villes afin qu'elles sensibilisent leurs habitants, développement du réseau par l'adhésion de nouveaux bénévoles à l'association *Parisien d'un jour*, organisation de rencontres avec les Greeters comprenant des visites et soirées festives ;

- Le développement de **nouveaux produits, notamment autour de la thématique du Street art** : développement de partenariats avec la Mairie du XIII^e arrondissement pour créer des balades et/ou itinéraires Street Art Paris/Ivry/Vitry ;

- La mise en œuvre du **plan d'actions « Tourisme de découverte économique »** en développant notamment le programme de visites d'entreprises tout au long de l'année (avec la visite de nouvelles entreprises en perspective telles que La Poste, Renault, la RATP, Météo-France...) mais aussi en lien avec des événements particuliers : Fête de la gastronomie, Paris Face Cachée, Semaine de l'industrie etc.

- Le travail en vue de développer **une offre adaptée à tous les publics en situation de handicap** : recensement et promotion de l'offre, développement de visites spécifiques, identification des instituts et associations intéressés par cette offre...

L'offre événementielle

Le CDT94 place l'événementiel au cœur de sa stratégie de communication. En effet, l'événementiel crée l'urgence de venir sur le territoire et constitue un fort vecteur de communication et de visites sur le site internet de Val-de-Marne Tourisme & Loisirs.

En 2014, le CDT a participé à quelques événements importants :

- **Festival de l'Oh !** : le CDT a apporté le soutien du CRT en matière de communication sur l'événement (affichage rampes métro), il



Bateau affrété par le CDT, au départ de Villeneuve-Saint-Georges, Festival de l'Oh ! juin 2014 - ©Sandrine Ducept - CDT94

a mis en œuvre des croisières commentées, a été présent sur 2 escales (Paris et Villeneuve-Saint-Georges), a mis en place des réservations en ligne pour les visites des stations anti-crue et les balades Street art (117 inscrits) et enfin, il a affrété un bateau aux couleurs du CDT qui proposait une croisière en boucle au départ de Villeneuve Saint-Georges ;

- **Paris Face Cachée** : accompagnement des organisateurs, mobilisation de 5 partenaires (Brasserie Dumesnil, Carrière Delacroix, IPSA, bassin de rétention DSEA, Poste source ERDF) ;
- **Journées du Patrimoine 2014** : mise en place effective d'une meilleure communication autour de l'événement, partenariat avec les Archives départementales et la DRAC, recensement du programme départemental de visite sur le site www.tourisme-valde-marne.com (175 lieux recensés ; 18.000 internautes ont consulté ces pages en septembre) et mise à disposition des outils de réservation du CDT (13 visites en ligne, 265 réservations).

Enfin, en partenariat avec les archives départementales, le CDT a conçu un **Quizz en ligne** sur son site web, du 27 juin au 22 septembre. Chaque semaine 5 questions étaient consacrées à une thématique caractéristique du patrimoine val-de-marnais : la Seine et la Marne, le Street art et l'art contemporain ou encore le patrimoine naturel et paysager. Trois lots hebdomadaires (bons d'achat d'une valeur de 15€ euros sur les visites en ligne) et trois « lots de l'été » ont été attribués par tirage au sort à la fin du jeu (visites du Zoo de Vincennes, croisières sur la Marne et visites du Min de Rungis). Plus de 5 000 joueurs ont participé à ce jeu qui a aussi permis d'associer les archivistes communaux et d'autres acteurs culturels du territoire ;

- **Fête de la gastronomie** : développement d'une offre de visites et/ou ateliers (13 visites organisées, 125 inscrits). Les retombées en termes de visibilité et de communication ont toutefois été moins élevées que prévu.



En 2015, le CDT entend renforcer le volet événementiel en capitalisant sur quelques grands rendez-vous saisonniers culturels incontournables animant l'ensemble du territoire par leur rayonnement auprès des publics :

- Participation au **Festival de l'Oh !** : présence sur deux escales en bord de Marne pour faire la promotion des activités touristiques du Val-de-Marne, organisation de croisières commentées, affrètement d'un bateau aux couleurs du CDT, support à la communication et à la promotion de l'événement, organisation de balades. Cette présence du CDT sera aussi l'occasion pour lui de valoriser et communiquer sur le projet de l'itinéraire culturel européen...
- **Journées européennes du patrimoine 2015** : reconduction du partenariat avec les Archives départementales et du travail de recensement, de sensibilisation des collectivités et associations et de communication à travers le site internet du CDT et organisation d'un nouveau quizz ;
- Développement de **partenariats avec le Mac Val** à l'occasion des 10 ans du musée ;
- Participation à des **événements organisés à une échelle plus large** que celle du Val-de-Marne tels que : Paris Face Cachée, Voyages métropolitains etc.
- Développement d'un **partenariat avec le Festival Ciné Junior** dont l'édition 2015 portera sur le thème du « Voyage » : organisation d'un jeu concours pendant le festival sur le cinéma et le Val-de-Marne, mise à disposition de lots pour le concours et organisation de plusieurs quizz pendant les séances. Un quizz sera également conçu pour le site internet avec des bons cadeaux à gagner permettant de s'inscrire à des balades et visites insolites proposées dans la boutique en ligne du CDT.



La commission du film

Dans le cadre de son rôle de relais départemental de la Commission du Film, le CDT assure la promotion des décors publics val-de-marnais et répond aux sollicitations des professionnels du cinéma en quête de lieux de tournage.

En 2014, le CDT a répondu à 20 sollicitations et demandes pour des tournages et a également participé au Salon Location Expo à la Cité de la mode et du design.

En 2015, le CDT poursuivra ses actions, notamment :

- **Accueil des professionnels** et recherche des sites correspondant aux demandes de ces derniers ;
- Réalisation d'une **plaquette de présentation des décors val-de-marnais** ;
- Participation au **Salon des lieux de tournage d'Ile-de-France**.

L'observation et la veille touristiques

En 2014, le CDT a mené un certain nombre d'études et de travaux d'observation :

- **l'enquête hôtelière** : réalisation d'un document intégré dans la newsletter Pro reprenant les principaux indicateurs de la fréquentation dans le département (TO global et par catégorie, RevPar, CA...)

à partir de la base de données INSEE via le CRT et celle du cabinet *Deloitte & Associés* avec lequel le CDT a passé un marché ;

- Edition du **bilan de l'année touristique 2013 et des chiffres clés**, réalisés à partir d'enquêtes par voie électronique auprès des prestataires culturels, de loisirs, événementiels et hôteliers ;
- **Réalisation d'enquêtes ponctuelles de satisfaction**, en lien avec certaines opérations (Quizz de l'été, Journées du patrimoine...) ou auprès des propriétaires de meublés et chambres d'hôtes pour connaître leurs attentes.



Par ailleurs, le CDT a répondu aux demandes d'informations et sollicitations de cabinets (IRIS Conseils, Sistra...), de porteurs de projets, d'institutionnels ou d'étudiants. Il a également coopéré avec le Directeur de la Protection des Populations pour préparer les visites de contrôle de la saison estivale.

En 2015, la priorité pour Val-de-Marne Tourisme & Loisirs en matière d'observation sera de travailler à renforcer les mutualisations avec les autres acteurs intervenant dans le champ de l'observation :

- Lancement d'une consultation commune avec l'OTCP, le CDT 92 et le CDT 93 en vue d'une **mutualisation des chiffres de suivi et d'observation du tourisme** sur le territoire métropolitain avec la définition de zones géographiques pertinentes, transcendant les limites administratives ;
- **Coopération avec le CRT** en vue d'une meilleure mutualisation de la fonction observation ;
- Réalisation d'**analyses de conjoncture** accessibles sur le net, à l'attention des professionnels val-de-marnais ;
- Réalisation de **bilans des actions menées** par le CDT ;
- Poursuite de 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 parts de marché, de performances économiques et sociales, de performance marketing... ;
- Suivi des **projets d'investissements touristiques** ;
- Mise à jour des **indicateurs de l'activité touristique**.



© CDT 94 - Daniel Thierry

LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Rappelons que la stratégie de communication de Val-de-Marne Tourisme & Loisirs s'appuie très largement sur les outils numériques : site internet, site mobile, newsletters, réseaux sociaux etc.

Renforcement de la visibilité du tourisme et des loisirs du Val-de-Marne dans la destination métropolitaine

Suite à la présentation au Conseil d'administration le 8 janvier 2014 de la nouvelle image du CDT94 et à la refonte du positionnement du tourisme et des loisirs en Val-de-Marne, les divers supports de communication web et papier ont été adaptés tant dans le design que dans les discours. La page d'accueil et l'arborescence du site web ont été revues afin de refléter les nouvelles valeurs du positionnement.

L'objectif 2015 sera de conforter ce nouveau positionnement auprès du grand-public mais aussi des professionnels et ce, tant au niveau du graphisme que du contenu. Les actions 2015 concerneront :

Envers les professionnels

- **Utilisation de la charte** sur tout document de Val-de-Marne Tourisme & Loisirs afin d'ancrer la nouvelle identité dans l'esprit des professionnels et d'identifier le CDT comme acteur incontournable du territoire.
- **Renforcement des partenariats** avec d'autres acteurs à l'échelle métropolitaine et régionale afin de renforcer la visibilité du Val-de-Marne : CRT pour la publicité éventuellement et pour alimenter en contenu sa communication, autres CDT pour l'organisation d'accueils de presse, OTCP pour les éditions, cartes, etc.



Envers le grand public

- Poursuite de l'**adaptation des outils de communication existants** (site web, réseaux sociaux, newsletters, brochures, outils pour salons...) à la nouvelle charte graphique et des discours envers le grand public suite aux préconisations de l'étude de positionnement ;
- Création éventuelle de **nouveaux outils de communication** : goodies pour salons, affiches, etc.
- Travail sur la **cohérence des outils de communication** créés par les différents services du CDT afin de valoriser une image unique de la structure (à adapter à chaque public).

Politique éditoriale et supports papier

En 2014, le CDT a édité :

- Une **nouvelle brochure d'appel** en 10 000 exemplaires. Le principe de cette brochure est de valoriser le territoire et de présenter des idées de sorties selon des thématiques représentatives du Val-de-Marne. L'objectif est d'inciter le lecteur à se rendre sur le site internet pour les informations exhaustives et pratiques. La brochure sera distribuée sur les salons grand public et dans les offices de tourisme et sera envoyée à ceux qui en feront la demande.



- Un **nouveau magazine sur les randonnées** en 15 000 exemplaires, présentant 3 nouveaux circuits dont 2 à pied et 1 à vélo (pour rappel, l'ensemble des circuits se trouve dans le module randonnée du site web) ;
- Une **nouvelle brochure à destination des groupes** ;
- Les **chiffres clés 2013** ;
- Une plaquette sur le **tourisme d'affaires** ;

- Une plaquette à destination des **investisseurs hôteliers** ;
- Un **flyer faisant la promotion des visites et balades** en réservation sur le site web du CDT.

Par ailleurs, 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 à leurs supports de communication papier.

Le CDT a également engagé un **partenariat avec l'Agence de développement Paris Val-de-Marne** autour des tables d'affaires du département. Outre le recensement et la sélection des établissements, ce partenariat s'est concrétisé par la création d'un guide papier et d'un moteur de recherche pour le site web. Ce « **guide des tables d'affaires du Val-de-Marne** » présente 94 établissements propices aux repas d'affaires recommandés par les prescripteurs

(1) Voir le détail de la diffusion en annexe 2.
(2) Voir détail de la diffusion en annexe 2.

interrogés (maires des 47 communes et chefs des grandes entreprises du territoire). Il a été diffusé aux offices de tourisme, aux chefs d'entreprises, aux maires et aux partenaires qui en ont fait la demande (hôteliers etc.).

Les diverses brochures ont été diffusées aux individuels lors de salons ou à ceux qui en ont fait directement la demande par mail ou téléphone directement auprès du CDT ainsi qu'aux professionnels (OT, mairies, hôtels etc.)¹.

Il a été recensé (hors cibles professionnelles) : 2 052 demandes de brochures directes auprès du CDT (hors salons et envois en nombre) et 16 850 brochures grand public distribuées (demandes individuelles, salons grand public, demandes des sites touristiques et OTSI)².

En 2015, le CDT limitera ses éditions à quelques documents indispensables. L'objectif sera de toujours créer un lien avec le web.

Pour le grand public

- Edition du magazine Randonnées ;
- Diffusion des éditions et de la brochure d'appel créées en 2014.

Pour les professionnels

- Edition de la brochure groupes 2016 ;
- Diffusion des documents et du document d'appel Tourisme d'affaires créés en 2014 ;
- Diffusion du Plan-guide touristique de Paris réalisé par l'OTCP et élargi pour la première fois aux territoires mitoyens de la capitale.

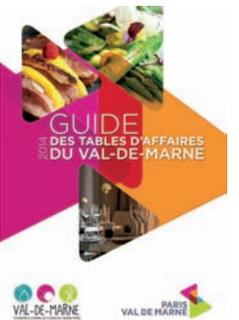
Renforcement de l'animation des contenus web

Le site internet www.tourisme-valdemarne.com vise à fournir aux internautes des informations touristiques de qualité et actualisées en permanence mais également à être un outil performant de communication pour tous les professionnels du tourisme du département. De manière générale, les différents sites gérés par le CDT ne cessent d'attirer toujours plus de visiteurs.

En 2014, Val-de-Marne Tourisme & Loisirs a œuvré pour générer du trafic (travail sur le référencement naturel, mise en place de partenariats web...), géré des contenus et enrichi le site par divers articles (« on a testé pour vous », informations sur le patrimoine val-de-marnais etc.), animé la home page, les bandeaux d'actualité et animé et géré techniquement le site de réservation.

Le 25 avril 2014, a été mis en ligne le partenariat avec le CG94 sur la mutualisation de l'agenda : création de flux automatiques depuis la base Tourinsoft, refonte du questionnaire web « Fêtes et manifestations », refonte du moteur de recherche, mise en avant des événements organisés ou financés par le CG grâce à la création d'un logo. Un nouveau moteur de recherche sur les restaurants a également été mis en place, en lien avec le Guide des tables d'affaires.

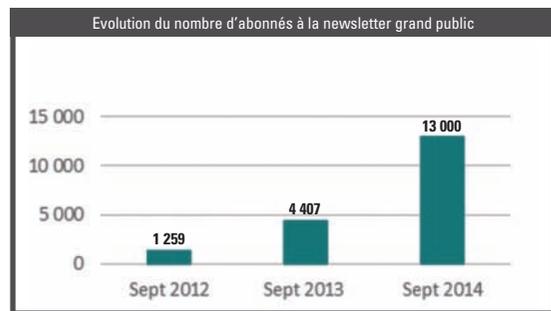
Concernant le site de réservation, la plateforme technique a été mise à jour, des bandeaux d'actualité et un encart d'inscription à la



newsletter ont été créés, l'arborescence de la boutique a été revue afin de l'harmoniser avec le site web principal.

Dans un souci d'économies, le CDT a changé de prestataire technique pour l'hébergement et la maintenance du site.

Suite à la mise en place du nouveau positionnement, de nouvelles newsletters ont vu le jour. Elles ont été également adaptées à une lecture sur mobile. Concernant la version mensuelle grand public, une partie dédiée aux visites proposées en réservation sur le site web a été ajoutée, en complément de la présentation de l'actualité des événements. **Le nombre d'abonnés à la newsletter grand public est passé de 5 000 en 2013 à plus de 12 000 en 2014, soit une augmentation de +140 %**, sans aucune action d'achat d'adresses mais simplement par des actions de communication et une stratégie offensive (quizz, mise en avant de la newsletter lors de la refonte du site etc.) Le taux d'ouverture est élevé (27 %).



Une newsletter Pro a également été envoyée tous les 3 mois à plus de 1600 inscrits (contre 1 300 en 2013, soit + 23 %). Le taux d'ouverture reste bon et s'élève à 18 %.

L'ensemble de ces actions a porté ses fruits puisque **la fréquentation du site internet a fortement augmenté : +54 % du nombre mensuel de visites par rapport à 2013** (180 444 visites ; 588 218 pages vues, soit environ 3,26 pages par visite pour un temps moyen de 2,3 minutes). Le taux de rebond reste stable, légèrement inférieur à 50 %.

Le site a enregistré des pics de fréquentation l'été et les week-ends. Les 5 pages les plus consultées en dehors de la home page sont : le quizz patrimoine, les croisières, les randonnées, les demandes de brochures, les activités enfants, les sorties nature, les gratuits et les bons plans, l'agenda, les activités nautiques et les incontournables¹.

La boutique en ligne, créée en mars 2013, a comptabilisé 31 195 visites (2600 visites/mois en moyenne, soit un nombre de visiteurs moyen par mois multiplié par 2 par rapport à 2013). 115 215 pages ont été vues et le taux de rebond moyen s'est élevé à 52 %.

(1) Voir le bilan d'ensemble de la fréquentation du site internet en annexe 3.
(2) Voir le bilan de la fréquentation du site mobile en annexe 3.

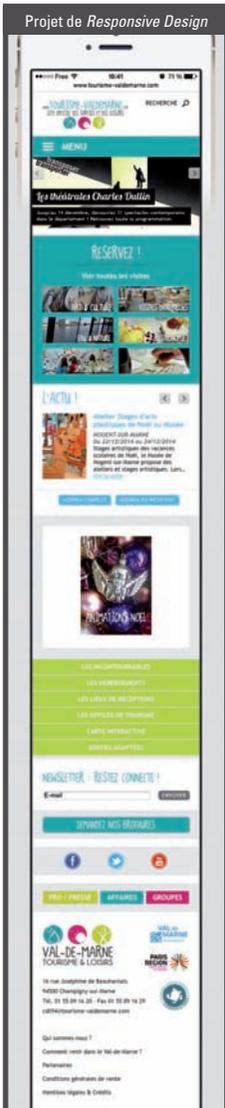
Le site mobile quant à lui a enregistré 56 919 visites (+47 %) pour 76 470 pages vues².

Concernant le compte **Facebook** animé plusieurs fois par semaine par le CDT, le nombre de fans a atteint les 5 000 en 2014. Le public reste plutôt féminin dans une tranche d'âge située entre 25 et 54 ans. **L'outil Twitter**, utilisé pour s'adresser aux professionnels avec notamment des « live tweets », compte 633 abonnés (contre 391 en 2013). Enfin, le CDT a animé **une page Scoop it** essentiellement à destination de la presse et des professionnels.

Dans la continuité des outils web mis en place au cours des 2 dernières années, l'objectif sera, **en 2015**, de renforcer l'animation de ces outils et de les adapter à l'évolution perpétuelle des technologies de l'information et de la communication. Une communication multicanale permettra ainsi de capter différents publics. Les principales actions seront les suivantes :

Envers le grand public

- Animation du site web et du site mobile avec un renouvellement du contenu notamment sous forme d'articles thématiques sur la page d'accueil ;
- Renforcement du contenu avec la **création d'articles expérientiels** (« on a testé pour vous ») valorisant les visites en réservation sur le site web ainsi que les sites incontournables du département ;
- Animation et développement des médias sociaux et notamment **Facebook** pour informer et fidéliser le public ;
- Développement des **jeux sous forme de Quizz** sur internet ;
- Envoi mensuel de la **newsletter** contenant actualités touristiques en Val-de-Marne mais aussi visites insolites proposées à la réservation. Adaptation des contenus et de la fréquence des newsletters aux retours des internautes. L'objectif sera également d'augmenter le nombre d'abonnés ;
- Amélioration de la version mobile du site web en finalisant la **refonte du site en responsive design** afin que le design du site s'adapte à une lecture sur tous supports (tablette, smartphone, ordinateur...). Les avantages seront les suivants : même présentation des 2 sites pour ne pas perdre les internautes qui se connectent toujours plus nombreux depuis leurs smartphones, une seule gestion des contenus en interne, intégration des espaces pro qui n'apparaissent pas aujourd'hui etc. ;



- Optimisation de l'utilisation du **nouveau module pop-up** ;
- Actualisation de la **base de données restaurants**, accessible sur le site internet via le moteur de recherche « Guide des tables d'affaires » ;
- Mise en place d'une **rubrique « Spécial Jeunes »** en partenariat avec le Conseil départemental (mise en place d'un agenda spécifique et d'un kiosque avec des avantages tarifaires pour les 16/25 ans) ;
- Collaboration avec les étudiants du Master 2 professionnel « Cultures, tourisme et communication » du Celsa (Paris-Sorbonne) sur la création d'un **blog en langue anglaise sur le Val-de-Marne**.

Envers les professionnels

- Animation du contenu de l'espace professionnel du site web notamment au travers du bandeau d'actualités et de la création de nouvelles rubriques interactives entre les professionnels concernés (ex. rubrique « Itinéraire culturel européen » accessible à tous les membres du comité scientifique).
- **Envoi régulier d'une newsletter** informant les professionnels de l'activité du CDT et des futurs événements.
- Relai en direct via le compte **Twitter** des grandes réunions et événements organisés par ou en partenariat avec le CDT.
- Utilisation de **Scoop it** pour mettre en avant l'actualité du CDT sur le web.
- Animation du site web par l'ajout régulier d'articles types **interviews de professionnels** afin de mettre en avant nos partenaires et les dynamiques engagées avec eux.

Ces actions s'accompagneront d'une veille constante sur les nouveaux réseaux sociaux ou outils web pour un développement éventuel de nouveaux vecteurs de communication.

Base de données

Les contenus de l'ensemble des outils web sont alimentés par le CDT, à l'aide d'une base de données touristiques et de loisirs, appelée Tourinsoft (modèle français Tourinflux dont disposent de nombreux CDT en France). Cette base de données peut être déployée chez d'autres utilisateurs.

En 2014, les bordereaux ont été revus, notamment pour adapter le bordereau « Fêtes et manifestations » au partenariat avec le Conseil général sur l'agenda événementiel. Le module Accueil a été présenté aux offices de tourisme afin de le partager et de le déployer sur leurs sites internet respectifs. Des tests positifs ont été effectués

dans les offices de Fontenay-sous-Bois et Champigny-sur-Marne.

En 2015, une réflexion sur la mutualisation plus large de la base de données sera engagée, notamment dans le cadre de la création d'un Open Data national par le réseau Rn2d (système Tourinflux compatible avec celui du CDT) et de la proposition du CRT de travailler à l'échelle régionale à la création d'un site internet unique de loisirs pour les franciliens.

Renforcement du référencement du site web

L'objectif sera d'augmenter le référencement du site web et de travailler contenus et base de données afin de capter les internautes et de les fidéliser grâce à une information tenue à jour :

- Renforcement des **partenariats** avec d'autres sites web pour accroître la visibilité du site ;
- Amélioration du **référencement naturel** et de la home page : rédaction d'articles longs, rédaction d'introductions dans l'arborescence du site web, de descriptifs pour Google...

Développement de la communication sur l'événementiel

En 2014, le partenariat engagé avec le Conseil général sur la mutualisation des agendas s'est poursuivi. Des réunions ont eu lieu régulièrement entre les services pour préparer au mieux la mise en place de ce nouvel agenda. Le nouveau site du CG www.valdemarne.fr a vu le jour au printemps 2014. Il intègre le module agenda qui présente 4 manifestations et renvoie vers le site web du CDT pour plus d'informations et de propositions de sorties.

Ce partenariat a permis de renforcer les actions autour des manifestations et d'inciter encore plus fortement les partenaires à saisir leurs événements directement sur le site du CDT.

Parallèlement, le CDT a travaillé au quotidien afin de donner de la visibilité aux manifestations, notamment par l'insertion de certaines d'entre elles sur le site de la Mairie de Paris « Sortir à Paris ».

En 2015, l'objectif sera de positionner le CDT comme source d'information principale et incontournable de l'événementiel sur le département par le biais des outils web :

- **Collaboration avec le Conseil départemental** afin de proposer une information exhaustive sur les manifestations du département et augmenter la visibilité du site web via le portail du CG ;
- **Sensibilisation des partenaires touristiques et de loisirs** pour les inciter à entrer leurs événements dans la base de données afin de viser l'exhaustivité et l'exactitude des informations ;

- **Mise en avant des grands événements** dans le bandeau de la page d'accueil du site web ;



- Poursuite de l'**utilisation des réseaux sociaux et des newsletters** pour communiquer sur les grands événements ;
- Développement de partenariats avec des événements (organisation de jeux concours sur le site internet du CDT...) et notamment à l'occasion des **10 ans du MacVal** ;
- Le travail avec le CRT sur le **magazine Bougez** en Val-de-Marne cessera au mois de mars 2015, le CRT mettant fin à son partenariat avec le journal Le Parisien ;
- **Soutien à la communication de certains événements** (ex. Salon du Plateau briard).

Renforcement de la visibilité des visites en réservation du site web

Suite au développement d'un programme de visites et balades insolites en réservation sur le site web, l'objectif 2015 en communication sera de mieux faire connaître l'offre :

- Renforcement de la **communication dans la presse et les journaux communaux** ;
- **Intégration mensuelle de l'offre** dans les newsletters mais aussi sur les réseaux sociaux et dans les actualités du site web général ;
- **Développement d'une partie communautaire et interactive** où l'internaute pourra laisser un avis sur la visite (avec action de mailing après la visite pour inciter les visiteurs à laisser un commentaire, une note, une photo etc.) ;
- **Organisation d'un accueil de blogueurs** spécialisés autour des visites en région parisienne.

Publicités on et off line

En 2014, dans le cadre de la lettre accord avec le CRT Paris-Ile-De-France, deux publicités ont été réalisées, l'une dans le Journal 20 minutes et l'autre dans le journal Le Parisien édition Val-de-Marne pour présenter les sorties accessibles depuis le site web du CDT.

En 2015, selon les dossiers, des insertions publicitaires pourront rester efficaces pour appuyer la communication et assurer une diffusion plus large de l'information. En fonction du partenariat avec le CRT, le CDT94 pourra ou non poursuivre une logique d'insertions publicitaires ciblées au cas par cas (papier et web).



Relations Presse

Un nouveau dossier de presse 2014 a été rédigé, accessible également sur le site web du CDT. Deux dossiers de presse spécifiques ont aussi été réalisés : un spécial été et un pour l'opération « *Le Grand Paris se met à l'eau* ».

Suite à l'envoi de nombreux communiqués de presse en lien avec les actions du CDT et aux demandes de nombreux journalistes, il a été répertorié **253 articles** citant Val-de-Marne Tourisme & Loisirs et/ou son site web¹.



En 2014, une nouvelle collaboration s'est mise en place avec le magazine papier mensuel du Conseil général qui a donné lieu tout au long de l'année à des articles en lien avec les actions du CDT, notamment sur les visites proposées en réservation sur le site web. Un principe de réalisation de dossiers thématiques a également été engagé (ex. dossier autour de la gastronomie pour les fêtes de fin d'année avec des visites spécifiques en réservation).

Le CDT a également organisé ou participé à plusieurs **accueils de presse** :

- « *Le Grand Paris se met à l'eau* » le 5 juin, opération en partenariat avec les CDT92, 93, l'OTCP et le CRT permettant de valoriser les 4 manifestations estivales liées à l'eau à l'échelle métropolitaine : le Festival de l'Oh! , Paris Plage, L'été du Canal et Balades en Seine. Cette conférence de presse a permis de rassembler une cinquantaine de journalistes;
- Accueil sur le terrain d'un journaliste de *L'Humanité dimanche* en octobre ;
- Accueil des journalistes lors des Rencontres du tourisme, le 23 septembre.

Le CDT a également aidé certaines émissions à concrétiser leur venue sur le terrain, comme par exemple pour :

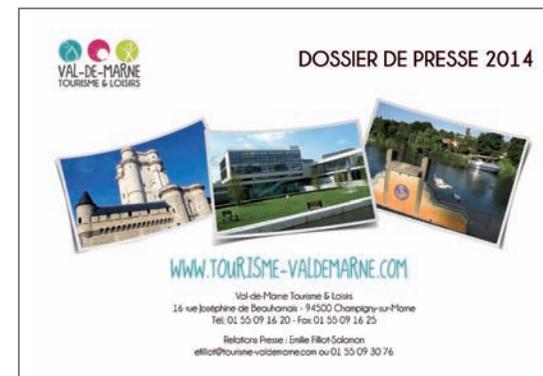
- **France bleue** sur les bords de Marne en juillet ;
- **France 3** pour l'émission « *Histoire de se balader* », sur les bords de Marne en août ;
- **France 3** pour « *Les carnets de Julie* » sur les bords de Marne en octobre.

Le CDT a également participé au **Forum Deptour** organisé par Rn2d. Ce salon a donné lieu à plus d'une trentaine de contacts de journalistes.

En 2015, Val-de-Marne Tourisme & Loisirs poursuivra et renforcera ses missions envers la Presse afin de valoriser le tourisme et les loisirs du département ainsi que les actions de la structure.

Communiqués et dossiers de presse

- Création et diffusion de **communiqués de presse thématiques** afin de mettre en avant les actions du CDT et d'assurer un relais d'information auprès du public ;
- **Renouvellement du dossier de presse** avec l'insertion de nouvelles thématiques ;
- Création d'un **dossier de presse spécial « été »** et des dossiers spécifiques selon les besoins ;



- Animation régulière de l'**espace Presse du site web** pour en faire une ressource incontournable pour les journalistes recherchant de l'information sur le Val-de-Marne.

Relations avec les journalistes

- Propositions régulières de **nouveaux sujets** aux journalistes en leur envoyant régulièrement des communiqués de presse (visites insolites, spécial été, etc.) ;
- Elargissement des contacts presse ;
- Renforcement des liens avec le **journal du Conseil départemental** afin de programmer régulièrement des sujets en lien avec l'actualité ;
- **Accueils de presse** selon les demandes ;
- Renouvellement d'un **accueil de blogueurs**, après identification des nouveaux influenceurs spécialisés sur les visites en région parisienne ;
- Réponses aux demandes des journalistes ;
- Aide à nos partenaires dans la communication des grands événements ;
- Participation au **salon Deptour** organisé avec le Rn2d.

Par ailleurs, l'**espace dédié à la presse sur le site internet** sera régulièrement animé, notamment par l'ajout des communiqués et dossiers de presse. Pour rappel, cet espace comprend les parties suivantes : communiqués de presse, dossier de presse général, accueils de presse, chiffres clef, personnage célèbres ainsi qu'une photothèque accessible.

Enfin, Val-de-Marne Tourisme & Loisirs est membre du **Club de la Presse du Val-de-Marne** et de l'**Association des Journalistes de Tourisme** et assiste, à ce titre, à diverses réunions et accueils presse.

(1) Voir Bilan des articles en annexe 4.



LA PROMOTION ET LA COMMERCIALISATION

La promotion du tourisme d'affaires

Après l'abandon de son positionnement d'apporteur d'affaires en 2013 le CDT a défini une nouvelle stratégie sur la filière du Tourisme d'affaires en 2014.

Deux événements principaux ont marqué l'année :

- L'organisation d'un **Eductour** le mardi 3 juin. Comme chaque année, l'objectif était de valoriser les établissements pouvant accueillir toutes formes de manifestations professionnelles. Le CDT a tenu à proposer un Eductour innovant autour du thème « **Les lieux insolites et décalés en Val-de-Marne** ». 7 lieux à l'ouest du département et autour du Bois de Vincennes ont été sélectionnés et intégrés au parcours : le Palais de la Porte Dorée, le Générateur, Saprستی Factory, le Daniel's, l'institut du Val Mandé, le restaurant Quai Est et le Château de Vincennes.

30 visiteurs ont participé à cet Eductour, majoritairement issus d'agences événementielles, tous franciliens avec une majorité de parisiens. L'enquête de satisfaction a montré que tous les visiteurs ont été très satisfaits de leur journée découverte.

- En partenariat avec le CRT, la participation au **Salon Réunir** qui faisait sa 20^e édition, les 18 et 19 septembre 2014. Le CDT disposait de 2 stands de 5 m² chacun au sein de l'espace Paris Ile-de-France. Trois établissements val-de-marnais accompagnaient le CDT (la Semgest *Les Esselières*, le Château des îles et l'Espace Jean Mon-

net). Le bilan de cette participation est plutôt négatif car aucune demande de devis n'a été adressée à nos partenaires suite à cet événement et aucune demande précise n'est arrivée au CDT suite à ce salon.

En 2014, le CDT a également édité un **nouveau document d'appel**, imprimé à 3 000 exemplaires et diffusé lors du Salon Réunir et aux Rencontres du tourisme et envoyé à l'ensemble du fichier prospect du CDT.

En 2014, le CDT a été sollicité à 10 reprises pour des recherches de lieux de séminaires sur le département.



Eductour à Saprستی Factory - ©Didier Adam - CDT94

En 2015, les actions envisagées sont les suivantes :

- Elargissement du **réseau des professionnels** ;
- **Veille sur les nouveaux établissements** qui ouvrent et mise à jour régulière de la base de données ;
- **Enrichissement de l'espace affaires du site internet** : développement d'une recherche géographique plus poussée sur le moteur de recherche (carte interactive) et création d'une rubrique « Agenda » relayant les salons et événements liés au tourisme d'affaires ;
- **Organisation d'un Eductour** afin de faire connaître les sites du Val-de-Marne aux entreprises et favoriser les rencontres entre les professionnels et les clients potentiels ;
- **Participation à des salons professionnels**, en partenariat avec des établissements val-de-marnais, selon la pertinence des salons et le souhait des partenaires du CDT ;
- **Organisation par le CDT, de la 2^e édition du Salon Think Val-de-Marne, en partenariat avec l'Agence de développement Paris-Val-de-Marne.** L'objectif de cet événement étant de permettre aux entreprises du territoire de rencontrer l'offre de lieux de séminaires et incentives située à proximité.



Pour mémoire, la première édition de ce Workshop a été organisée par le CDT en novembre 2013 à la Bodega FERIA à Champs-sur-Marne. Elle avait attiré plus d'une centaine de visiteurs professionnels.

La promotion du tourisme d'agrément

Le CDT est présent sur un certain nombre de salons afin de faire connaître l'offre touristique et de loisirs val-de-marnaise. Il organise également des Eductours pour les prescripteurs de voyages et sorties.

En 2014, le CDT, a organisé un **Eductour pour les groupes** qui a rassemblé une trentaine de prescripteurs. Le programme comprenait la visite du MacVal, la visite théâtralisée du château de Vincennes, un déjeuner à l'hippodrome de Vincennes, la visite du musée de l'école vétérinaire, la visite du Palais de la Porte Dorée. Les participants ont été très satisfaits de cette journée et ont salué l'organisation et les sites choisis pour cet Eductour.

En matière de salons, le CDT a été présent sur :

- le **salon Nature** les 28, 29 et 30 mars Porte de Versailles en partenariat avec le CRT. Ce salon a enregistré une bonne fréquentation, égale à celle de 2013. Le CDT a établi de nombreuses prises de contacts et des contacts ont été également pris avec d'autres exposants en vue de possibles partenariats (Cinéma-thèque, BNF...);
- Le **Forum des Loisirs culturels** le 23 septembre en partenariat avec le CRT. Ce salon a enregistré une bonne fréquentation, égale à celle de 2013. Le CDT a établi de nombreuses prises de contacts et des contacts ont été également pris avec d'autres exposants en vue de possibles partenariats (Cinéma-thèque, BNF...);
- **Workshop national Rn2d** au Palais de Chaillot le 7 octobre. Comme à chaque édition, le workshop s'est avéré très positif. Le CDT y rencontre ses clients et prospects. Le CDT y a accueilli environ 500 personnes ;



Le CDT94 au Workshop national Rn2d - ©Nadine Jestin - CDT94

- **Salon « C.E Contact » à Caen** le 14 octobre : ce salon a été assez peu efficace. La diversité des exposants était très grande et les visiteurs intéressés essentiellement par Caen et ses alentours.
- **Workshop Tourcom à Paris**, le 23 septembre en partenariat avec Rn2d et Tourcom. La cible était les agences de voyage du réseau Tourcom. Première participation du CDT à ce salon qui s'est avéré très positive (40 contacts sur l'ensemble de la soirée). Le CDT faisait notamment la promotion des visites du MIN de Rungis.

Par ailleurs, le CDT a participé à un **Eductour Groupes** dans le cadre du Forum des loisirs culturels le 22 septembre. La cible était composée des prescripteurs groupes sélectionnés par le CRT. Le CDT a défini le programme et le CRT a géré les inscriptions. Le nombre de participants a été décevant (30 prévus et seuls 14 inscrits). Le programme de cette journée comprenait les visites du Palais de la Porte Dorée, du parc zoologique de Paris, de l'ENVA, une croisière sur la Marne, le déjeuner au restaurant « Le matelot » et enfin, un dîner-dansant en guinguette.

En 2015, la présence du CDT sur les salons sera préalablement bien questionnée afin de cibler les salons qui semblent pertinents. En effet, on enregistre une baisse de fréquentation sur certains salons. Par ailleurs, le CDT94 tiendra compte du probable désengagement du CRT sur l'accompagnement personnalisé des CDT.

Présence sur des salons visant la clientèle des groupes

- **Salon des loisirs culturels** en collaboration avec Atout France et le CRT ;
- **Salon CE-CCAS** : plusieurs salons sont proposés pour toucher la cible des CE et CCAS. Le CDT participera à un salon en région parisienne visant cette clientèle.

Présence sur des salons visant le public individuel

- **Salon Rendez-vous en France** qui permet de viser une clientèle internationale (système de plannings et de rendez-vous avec des tour-opérateurs du monde entier)
- **Salon Nature** : opportunité pour le CDT de toucher des visiteurs sensibles à la randonnée, de communiquer sur ses brochures dédiées et enfin, de les sensibiliser au module randonnée disponible sur le site mobile du CDT ;
- **Forum des loisirs culturel** : créé à l'initiative des musées et monuments franciliens, ce salon représente un rendez-vous annuel pour nombre de collectivités, associations, CE et professionnels du tourisme et des loisirs et d'affaires.

Un nouveau public cible : le public scolaire

En 2015, le CDT recensera toute l'offre de visites et sorties pédagogiques accessible pour le public scolaire. L'offre sera présentée sur le site internet du CDT. Le CDT travaillera avec la DSDEN et la Direction de l'Éducation et de la Culture du Conseil départemental afin de sensibiliser l'ensemble des enseignants du Val-de-Marne, toujours à la recherche de sorties de proximité.

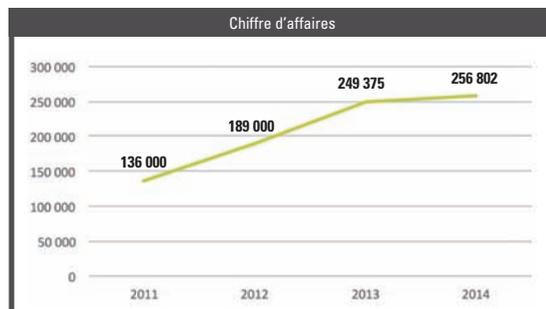
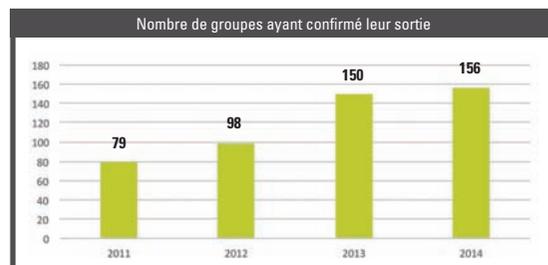
La commercialisation pour les groupes

Le service commercial Groupes du CDT propose la réservation d'une offre de produits packagés et de produits à la carte. Il permet ainsi aux professionnels val-de-marnais de diffuser leurs offres auprès d'un public (associations, CCAS, CE...) qui s'adresse difficilement à eux directement et rechignent à faire appel à des agences de tourisme.

En 2014, le service a enregistré 337 demandes de devis et 158 groupes ont confirmé leur venue. Le taux de transformation est de 47%. Près d'une demande sur deux aboutit à une confirmation de sortie sur le territoire.

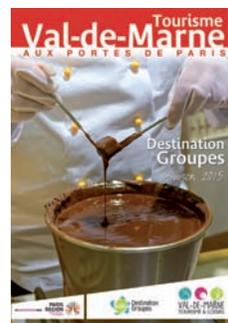
En termes de personnes accueillies, le service Groupes du CDT a fait découvrir les sites val-de-marnais à 5.865 personnes (contre 5.660 en 2013), soit une augmentation de +3,5%. La taille moyenne des groupes a été de 38 personnes, comme en 2013.

Le Chiffre d'affaires 2014 s'est élevé à 256 801 euros TTC (264 335 euros avec la vente de produits individuels) et le panier moyen a été de 44 euros par personne (comme en 2013).



Les produits les plus demandés en 2014 ont été : les croisières (38 dossiers), le MIN (23 dossiers), le château de Vincennes (20 dossiers dont 4 en visites théâtralisées), les serres d'orchidées Vacherot-Lecouffle (19 dossiers) et l'hippodrome de Vincennes (15 dossiers). A noter également, des demandes de plus en plus nombreuses pour la visite de l'élevage d'ânesses (13 dossiers conclus) et la Roseraie (11).

En 2014, le CDT a travaillé sur la brochure **Groupes 2015**. 7 nouveaux prestataires et 19 nouveaux produits ont été référencés¹. Au total, la brochure Groupes fait ainsi la promotion de 46 sites en ½ journée avec déjeuner ou goûter, 43 journées packagées, 6 repas animés ou spectacle, 4 journées « interdépartementales ». Elle met ainsi en avant près de 90 offres pour les groupes.



La brochure a été imprimée à 6 000 exemplaires et a été envoyée à environ 5 000 contacts. Les contacts sont ceux du fichier Rn2d triés en ciblant les départements franciliens et ceux du bassin parisien.

En 2015, le CDT poursuivra ses actions de commercialisation :

- **Suivi des réservations** : accompagnement des groupes dans leurs réservations de sorties ;
- Développement d'une **offre renouvelée** sur des thématiques nouvelles et des lieux nouveaux ;
- Réalisation de la **brochure groupes 2016** (création de produits packagés, contacts et négociations avec les professionnels, établissement des prix, recherche des iconographies, rédaction des textes etc.) ;
- **Partenariat Rn2d** ;
- **Mise en place d'un Eductour** afin de faire découvrir une sélection de sites à des clients ou des prospects. Cette journée aura pour but de présenter l'offre val-de-marnaise, de remercier les clients fidèles du CDT, en leur offrant une journée de découverte sur le territoire et de susciter leur intérêt pour conclure des ventes futures.

La commercialisation pour les individuels

Actions prévisionnelle 2015

- Développement de l'offre **Bons plans** accessible sur le site internet du CDT ;
- Evolutions de l'outil de **réservation en ligne** afin de le rendre plus performant et convivial.

(1) Voir le détail en annexe 5.



© Daniel Thierry - CDT94

ANNEXES

ANNEXE 1

Les prestations proposées en réservation en ligne en 2014

En bleu : les 10 produits dans le cadre de la fête de la gastronomie.

- Les excentrés du Street art à Vitry
- Vitry City Graffiti
- Visite de l'IGN Institut national de l'information géographique et forestière
- Croisière dans le port de Bonneuil-sur-Marne
- Maison de la photographie Robert Doisneau : Visite commentée «Le Ciel était si bas - Gérald Assouline»
- Visite de la Briqueterie à Vitry-sur-Seine
- Visite de l'Hôtel de ville de Vincennes
- Dépasser la Périphérie : le Nouveau Créteil
- Visite privée d'une galerie d'art, pépinière de nouveaux talents
- Balade Vincenoise
- Dans l'univers d'un artiste
- Balade en gyropode au Bois de Vincennes
- Art-Thé au CREDAC
- Visite d'une ferme traditionnelle éducative
- Les petits artistes / Atelier 7-10 ans
- Vitry-sur-Seine : balade «Art in the street»
- Visite d'un élevage d'ânesses laitières
- Parcours du bois de Vincennes à vélo : 13 km pour découvrir son histoire et ses secrets
- Fontenay-sous-Bois : un modèle de développement urbain, par les Jeunes Guides en Banlieue
- Promenade du tramway T3, Les coulisses de l'art public
- Visite du Marché de Rungis et Brunch
- Architecture Art Nouveau et Art Déco du 19ème et du 20ème siècle
- Balade à Ivry-sur-Seine : le devenir d'une banlieue rouge
- Croisière sur la Marne
- Une journée sur les bords de Marne : Croisière et cabaret
- Promenons-nous dans les bois : découverte de l'école de chiens guides
- CREDACollation : visite commentée en présence des artistes et déjeuner convivial
- Les bords de Marne du Perreux-sur-Marne
- Les bords de Marne de Nogent-sur-Marne
- Promenons-nous dans les bois : Du Château de Vincennes au Palais de la Porte Dorée
- A la découverte du patrimoine briard : la ferme de Monsieur
- Visite d'un bassin de rétention d'eaux pluviales

- Histoire de Nogent-sur-Marne
- Visite de l'atelier Brin de Soie
- Visite du jardin d'agronomie tropicale
- Visite gustative au MAC/VAL
- Maison de la photographie : Le mystère des ombres - Atelier 3-6 ans
- L'immigration portugaise à Champigny, un patrimoine vivant
- Cours de cuisine moléculaire
- Promenons-nous dans les bois jusqu'aux bords de Marne
- Entrée pour le parc zoologique de Paris-Vincennes - PRIX SPECIAL
- Histoire du Perreux-sur-Marne
- Balade en gyropode au Bois de Vincennes (45min)
- Les Tropiques à Paris : exotisme et histoire au Jardin d'agronomie tropicale
- Visite croisée des expositions du MAC/VAL
- Visite guidée de la plus grande maquette navigante au monde - Majesty Of The Seas
- Découvrir la ville autrement : croisière urbaine sur la Seine
- Jeu de piste «Des Z'animaux dans la ville» - Enfants de 7 à 10 ans
- Initiation au stand up paddle sur la Marne
- Fête de la gastronomie - «Visite privilège» du Marché de Rungis / Dégustations vins et fromages et Brunch
- Fête de la gastronomie - En Cuisine à la Guinguette Auvergnate !
- Fête de la gastronomie - En Cuisine à la Guinguette de l'Île du Martin Pêcheur !
- Fête de la gastronomie - Visite d'une ferme traditionnelle éducative
- Fête de la gastronomie - Atelier-Rencontre : Le goût du café, de la plante à la tasse
- Fête de la gastronomie - Atelier-Rencontre : Le goût du thé, de la plante à la tasse
- Fête de la gastronomie - Dégustations et jeux œnologiques à La Cave de l'Abbaye
- Fête de la gastronomie - «Visite privilège» du Marché de Rungis / Dégustations vins et fruits et Brunch
- Visite «Bercy – Les anciens métiers du vin, de la Seine aux entrepôts»
- Fête de la gastronomie - Visite d'un élevage d'ânesses laitières
- Le quartier Nord de Vincennes
- Musée de l'histoire de l'immigration - visite guidée de l'exposition permanente Repères
- Le regard d'un architecte sur l'église Saint-Louis
- Visite historique et patrimoniale de l'église Saint-Louis
- Promenons-nous dans les bois jusqu'au jardin d'agronomie tropicale

- Promenade urbaine : Vitry et la ligne 15 du Grand Paris
- Le patchwork sous toutes les coutures !
- Visite d'un atelier de création de vitrail
- Le théâtre de l'aquarium : des coulisses au spectacle
- La Fonderie, un pôle de création artistique insolite à découvrir !
- Découverte en famille de l'exposition «IN/OUT Street art et graffiti» à la MAC
- Visite de l'atelier d'un artisan cartonniste (fabrication de meubles en carton)
- Les monuments commémoratifs de Vincennes
- Les ateliers du Grand Auguste : à la découverte du foie-gras
- Visite commentée de l'exposition Photos Trouvées à la Maison de la photographie Robert Doisneau
- Visite guidée du salon national des artistes animaliers
- Visite du chantier de la cathédrale de Créteil
- BON PLAN : Exploradôme : Atelier Les 5 sens + visite des expositions / Enfant 4 - 6 ans
- Visite guidée de l'exposition «IN/OUT Street art et graffiti» à la MAC
- Cinémathèque : Parcours François Truffaut : visite guidée de l'exposition et projections d'extraits de films commentés
- Atelier dégustation au sein de l'ICOP* de Villejuif
- BON PLAN : Exploradôme : Club Open Bidouille Lab + visite des expositions
- BON PLAN - Exploradôme - Les maths au bout des doigts + visite des expositions
- Du château au musée d'histoire !
- Visite guidée du Palais de la Porte Dorée
- Cabaret d'improvisation
- BON PLAN : Exploradôme : Chimères + visite des expositions / enfants à partir de 8 ans
- COOKIS, Atelier de pâtisserie - La pâte à choux
- BON PLAN : Un monde d'illusions + visite des expositions
- Cinémathèque : Visite guidée du Musée du Cinéma
- Conférence «Un autre regard sur le Bois de Vincennes»
- BON PLAN : Exploradôme : Macadam Safari + visite des expositions
- L'atelier de Noemi - Atelier grands-parents/enfants pour apprendre la sculpture
- Les petits curieux et le 7^e art / Atelier 7-10 ans
- Visite guidée de l'exposition Fashion Mix

ANNEXE 2 - Diffusion des éditions

Nombre de demandes de brochures (demandes individuelles hors salons) :

	Nombre de demandes	%
Magazine des Visites & des Loisirs	964	46,98 %
Magazine des Balades & Randonnées	949	46,25 %
Destination Groupes	89	4,34 %
Guide du temps libre	50	2,44 %
TOTAL	2 052	100 %

Nombre de demandes par type de moyens de communication (demandes individuelles) :

	Nombre de demandes	%
E-Mail	929	87,64 %
Téléphone	93	8,77 %
Guichet	18	1,7 %
Courrier	18	1,7 %
Fax	1	0,09 %
Web	1	0,09 %
TOTAL	1 060	100 %

Nombre de brochures distribuées par type (demandes individuelles) :

	Nombre de demandes	%
Magazine des Visites & des Loisirs	2 342	51,17 %
Magazine des Balades & Randonnées	1 965	42,93 %
Guide du temps libre	167	3,65 %
Destination Groupes	103	2,25 %
TOTAL	4 577	100 %

Nombre total de brochures grand public distribuées (individuels, salons, envois en nombre) :

	Nombre de demandes	%
Magazine des Balades & Randonnées	8 750	51,93 %
Magazine des Visites & des loisirs	7 700	45,7 %
Guide du temps libre	400	2,37 %
TOTAL	16 850	100 %

ANNEXE 3 - Bilan site Web www.tourisme-valdemarne.com

Présentation de l'audience



- 180 444 visites sur le site web (en progression de plus de 54 % par rapport à l'année 2013), soit 15 037 visites/mois en moyenne ;
- 141 270 visiteurs uniques ;
- 588 218 pages (soit environ 3.26 pages par visites, pour un temps moyen de 2 : 30 minutes passés sur le site web) ;
- Taux de rebond stable légèrement en dessous de 50 % ;
- Les 10 pages les plus consultées (en dehors de la Home Page) :
 - 1) quizz patrimoines,
 - 2) les croisières,
 - 3) les randonnées,
 - 4) les demandes de brochures,
 - 5) les activités enfants,
 - 6) les sorties natures,
 - 7) les gratuits et bons plans,
 - 8) l'agenda,
 - 9) les activités nautiques,
 - 10) les incontournables.

- Les manifestations les plus consultées sur le site web (pic de fréquentation important, sur les fiches FMA) : la semaine du développement durable, le 14 juillet, les jeux du Val-de-Marne, les Journées Européennes du Patrimoine ;
- Les articles d'actualité les plus consultés sur le site (article web) : Réouverture du Zoo de Vincennes, Vacances de la Toussaint + Halloween, Vacances de Pâques, Marchés de Noël et les plages de l'été ;
- Les sources extérieures de trafic :
 - 1) Sites de jeux concours lors du quizz de l'été (toutgagner.com et jeu-concours.biz)
 - 2) Site mobile du CDT
 - 3) Visites94
 - 4) CG 94
 - 5) Facebook

www.visites94.com – www.reservation.tourisme-valdemarne.com

Remarque : La boutique en ligne a eu 1 an en mars 2014. Et depuis le 10 mars 2014, la boutique bénéficie d'une nouvelle URL rattaché au site web principal grâce à un nouveau sous domaine : reservation.tourisme-valdemarne.com.

De plus, le 5 mai 2014 une importante mise à jour de la plateforme Prestashop a été réalisée (absence de statistiques entre le 6 et le 22 mai 2014 pour la boutique).

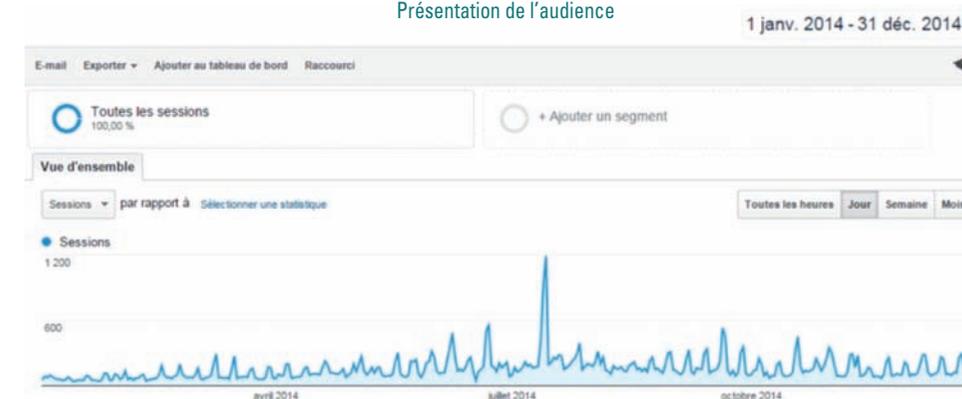
Présentation de l'audience



- 31 195 visites (soit 2 600 visites/mois en moyenne, soit un nombre de visiteurs moyen par mois multiplié par 2 par rapport à 2013) ;
- 23 028 visiteurs uniques ;
- 115 215 pages vues ;
- Taux de rebond moyen de 52 % ;
- Les gros pics de fréquentation : le 21 février sur la balade Street Art (relayé notamment par l'artiste C215 sur sa page Facebook), les 3 premières semaines de septembre pour les Journées européennes du Patrimoine et, de manière générale, à chaque envoi de newsletter ;

Site mobile : m.tourisme-valdemarne.com

Présentation de l'audience



- 56 919 visites (soit une moyenne de 4 743 visites/mois, soit une augmentation de 47% du nombre de visites moyen par mois) ;
- 46 187 visiteurs uniques ;
- 76 470 pages vues ;
- Taux de rebond élevé de 78.88 % ;

- Concentration de la fréquentation l'été et le week-end principalement ;
- Très gros pic de fréquentation pour le 14 juillet ;
- Les 5 pages les plus consultées sur le site mobile : Les randonnées, les loisirs, les enfants, sorties nature, l'agenda.

ANNEXE 4 - Nombre d'articles parus suite aux communiqués de presse de Val-de-Marne Tourisme & loisirs

Par ordre décroissant :		Positionnement de Val-de-Marne Tourisme & Loisirs :	
Balades et visites en réservation :	62	Spécial été et magazine des randonnées :	11
Salon des métiers d'art du Plateau briard :	48	Observatoire et économie :	8
(pour rappel, Val-de-Marne Tourisme & Loisirs est un partenaire actif de la communication de ce salon)		Gastronomie :	7
Journées du Patrimoine et Quizz dédié :	35	Application numérique sur les bords de Marne :	7
Articles généralistes :	18	Tourisme d'affaires :	6
Le grand Paris se met à l'eau :	14	Révolution de Paris :	6
Autres :	14	Rencontres du tourisme :	6

ANNEXE 5 - Nouveaux prestataires et produits de la brochure Groupes 2015

Les nouveaux prestataires pour la programmation 2015

7 nouveaux prestataires ont été référencés dans la brochure 2015.

- Boucherie Del Pais à Thiais
- Association Percevoir
- Aéroport de Paris Orly
- Déjeuner spectacle « Ilha tropical » à St Maur-des-Fossés
- Jean-Philippe Trigla pour le Street Art à Vitry-sur-Seine
- OT de Bry-sur-Marne pour le diorama de Daguerre
- Le restaurant l'auberge Tartarin à Sucy-en-Brie
- Le restaurant Le clos St Germain à l'aéroport d'Orly
- Le restaurant la Grange à Rungis
- Le restaurant l'auberge de Limeil à Limeil-Brévannes

Soit 19 nouveaux produits :

- Découverte de ceux qui approvisionnent Rungis (MIN)
- Visite et cours de cuisine (MIN)
- Pour les amateurs de viande (MIN)

- Visite de la boucherie Del Pais
- Déjeuner spectacle brésilien « Ilha tropical »
- Visite de l'aéroport de Paris-Orly
- De la seine aux entrepôts : les métiers de Bercy
- Croisière « histoires d'eau »
- Une journée sur les bords de Marne
- Vitry City Graffiti
- Art à Vitry : dans la rue et dans une réhabilitée
- Le diorama de Daguerre
- Musée de la Résistance nationale et histoire de l'immigration
- Promenade littéraire
- Découverte à pied : Marne littéraire et cité-jardins
- Et 1 et 2 et 3... pariez !
- Du court de Roland Garos à la cour du roi
- L'urbanisme social : du musée à la cité-jardins
- Une journée à la mémoire des résistants.

VAL-DE-MARNE TOURISME & LOISIRS

Le bureau de Val-de-Marne Tourisme & Loisirs

Président :	Gilles Saint-Gal, Vice-président du Conseil Départemental
Président d'honneur :	Guy Dassonneville
Vice-présidents :	Dominique Le Bideau, conseillère départementale Brigitte Gaultier, conseillère municipale Fresnes
Secrétaire :	Olivier Maître-Allain, Ville de Nogent-sur-Marne
Secrétaire-adjoint :	Thierry Pétetin, 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 de métiers et de l'artisanat :	Jean-Louis Maitre, Président
CRT Paris-Ile-de-France :	Gérard Feldzer, Président
Préfecture du Val-de-Marne :	Thierry Leleu, Préfet
Conseil départemental du Val-de-Marne :	Chantal Durand, conseillère départementale Bruno Helin, conseiller départemental délégué Marie Kennedy, Vice-présidente Pascal Savoldelli, Vice-président

Collège activités économiques et touristiques

Franck Meryde, Directeur de l'aéroport d'Orly ; Francis Lefèvre, Secrétaire général de la Semmaris ; Pascal Delmont, Directeur général de l'espace congrès Les Esselières.

Collège Activités culturelles, associatives et de loisirs

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 Riousset, Président de l'école des peintres des bords de Marne.

Collège collectivités

Jacques JP Martin, Président de la communauté d'agglomération de la Vallée de la Marne ;
Elsa Martin, Conseillère municipale Ville de Vincennes.

L'ÉQUIPE DE VAL-DE-MARNE TOURISME & LOISIRS

Gilles Saint-Gal, président
Hélène Sallet-Lavorel, directrice,
Patricia Perin, directrice-adjointe
Marie-Louise N'Kusu, secrétariat, gestion de l'événementiel, assistante à la commercialisation

François Roblot, responsable du service Développement
Camille Chowah, chargée de développement Culture / Patrimoine
Célia Guizard, chargée de développement Tourisme urbain
Kévin Marquet, chargé de développement Tourisme d'affaires / visites d'entreprises

Emilie Filliot, responsable du service Communication – Internet / Cécile Rabot (remplacement congé maternité)
Alexis Bertrand, apprenti Communication / événementiel
Manon François, apprentie agenda événementiel
Faustine Ramos, webmaster / Cécile Rabot (remplacement congé maternité)

Nadine Jestin, responsable du service Commercialisation / Promotion
Bertrand Abet, chargé de commercialisation
Sarah Boudjeddou, apprentie Commercialisation (2014)
Laura Quemener, apprentie Commercialisation

Réalisation : Val-de-Marne Tourisme & Loisirs
Directeur de la publication : Gilles Saint-Gal
Conception : Bleu Cerise 06 82 36 35 93
Impression : Jenfi imprimerie
Photo de couverture : © CDT94 / D. Thierry
La reproduction, même partielle,
des articles et illustrations est interdite.



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

www.tourisme-valdemarne.com