



<p style="text-align: center;">Procès-verbal de la réunion du Conseil d'Administration 11 janvier 2018</p>
--

- **Présents :** Mme DELLAC, Mme DESGURSE (représentant Mme Arrieu), M. BLUM (représentant M. Valletoux), M. COCAULT (représentant M. Dubrac), Mme EHN Y , M. GOMEZ , Mme GROSBOIS, Mme LE BERRE (représentant M. Vitry), M. MOUFFLET, Mme PERROT, Mme RICHET (représentant M. Vassalo), M. THOMANN
- **Mandats :** M. TOULMET donne mandat à Mme DUBRAC, Mme PERROT donne mandat à Mme DELLAC
- **Excusés :** M. BATAILLY, Mme BERNARD
- **Invités :** M. ORANTIN, directeur, M. GODIN (administration du Conseil départemental)

Mme DELLAC rappelle l'ordre du jour :

- I – **GRANDES LIGNES DU BILAN D'ACTIVITE 2017 ET DES PERSPECTIVES D'ACTION POUR 2018**
- II - **APPROBATION DU BUDGET 2018**
- III - **INFORMATION SUR L'AVIS EXPRIME PAR LA PRESIDENTE DU CDT DE LA SEINE-SAINT-DENIS SUR LE SCHEMA REGIONAL DU TOURISME**
- IV - **QUESTIONS DIVERSES**

et elle ouvre la séance.

I - GRANDES LIGNES DU BILAN D'ACTIVITE 2017 ET DES PERSPECTIVES D'ACTION POUR 2018

La prochaine assemblée générale sera appelée à se prononcer sur le bilan d'activité 2017 et les perspectives d'action pour 2018 dont les grandes lignes sont soumises au Conseil d'administration.

Il est proposé, à ce stade, de s'arrêter sur quatre points principaux.

I – Le contrat de *Destination Paris, la Ville augmentée*

Ce contrat de destination entre l'Etat, l'Office de tourisme et des congrès de Paris, les CDT des Hauts-de-Seine , de la Seine-Saint-Denis et du Val-de-Marne, l'Institut de Recherche et d'Etudes sur le Tourisme (IREST) de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, la RATP, le Welcome City Lab / Paris & Co et Atout France vise principalement à faire évoluer la destination Paris en favorisant :

- le renouvellement de son image touristique toujours très forte mais très classique,
- l'élargissement des pratiques touristiques à l'échelle de la carte du métro.

Il a été signé fin juin 2015 pour une durée de trois ans et s'achèvera donc en juillet 2018.

A ce stade, le bilan des actions engagées doit être dressé et il est utile de l'accompagner des prévisions d'action devant être conduites au premier semestre 2018.

Le premier point à souligner concerne la dynamique de travail qui s'est établie entre les signataires du contrat dans le but de conjuguer leurs différentes compétences en matière de développement et d'ingénierie, de communication et de marketing ainsi que d'études et d'innovations.

Autour de cinq thèmes définis comme prioritaires un travail de consultation des acteurs concernés par ces thèmes a été réalisé afin d'établir le plan d'action.

En matière de communication et de promotion, le choix a été fait de porter les efforts des signataires de contrat sur la pleine prise en compte des objectifs du contrat dans leurs supports destinés aux touristes européens et français. Ce sont donc les outils de communication de l'Office de tourisme et des congrès de Paris (OTCP) et ceux de la RATP qui ont été l'objet de ces efforts.

Ainsi, les principales éditions papier de l'OTCP que sont le plan touristique de Paris (1,2 M d'exemplaires – 10 langues) et le City guide (300 000 exemplaires – 2 langues) ont été remaniés avec la vision territoriale élargie d'un Paris qui intègre totalement ses arrondissements auparavant considérés comme peu touristiques et les territoires bien desservis par les transports collectifs à l'extérieur du périphérique. La trace du périphérique y a été fortement estompée voire abolie afin de faire ressortir des attracteurs touristiques situés hors de l'hyper-centre touristique et en bannissant toute approche intra-muros/extra-muros.

Mais ce sont les outils numériques qui ont bénéficié des moyens les plus importants. Les contenus du site de l'OTCP, *parisinfo.com* (15 M. de visiteurs par an) ont été étoffés pour que soit intégrée la démarche du Contrat de destination :

- réalisation de dossiers thématiques en cinq langues (Art contemporain, La nuit/ La fête, Nature en ville, Art dans la ville/Street art, Ville cosmopolite) ;
- réalisation de reportages photographiques et de vidéos sur ces mêmes thèmes pour alimenter les dossiers thématiques mais aussi les réseaux sociaux et dossiers de presse.

Naturellement, des liens sont systématiquement établis entre les contenus de ces dossiers et les sites des autres partenaires, notamment *tourisme93.com* dans ses versions française et anglaise.

L'application *Next stop Paris* mise à disposition des touristes par la RATP intègre elle aussi la vision élargie de Paris et de ses points d'intérêt touristique. Dans sa nouvelle version, le site *ratp.fr* comporte une rubrique tourisme en 10 langues (visiter Paris) dont la page d'accueil réserve des zones dont les contenus sont définis et rédigés par les CDT. Cette rubrique en cours de refonte sera organisée dans les mois à venir autour d'une carte correspondant au réseau de transport en commun dans l'esprit du Contrat de destination.

Au-delà des outils propres aux signataires du contrat, un plan de promotion et de communication commence à être mis en œuvre en direction de la presse, des rédacteurs de guides touristiques, des blogueurs et influenceurs ainsi que des tour-opérateurs. Il comporte :

- des voyages de presse, blogueurs et influenceurs entièrement consacrés à l'offre non classique sur l'échelle territoriale du Contrat de destination dont l'un aura lieu à l'occasion des Rendez-vous France en mars 2018 ; parmi les journalistes, seront visés selon les cas, la presse tourisme ou les correspondants à Paris de la presse étrangère ; une agence de presse sera mandatée pour animer ce travail ;
- des éducteurs destinés aux tours opérateurs, notamment à l'occasion des Rendez-vous France ;
- des outils logiciels destinés à renforcer l'efficacité du travail de référencement des sites Internet qui seront partagés par les signataires du contrat.

Enfin, Atout France établit la liste des principaux éditeurs de guides européens consacrés à Paris afin que soit engagées auprès d'eux des démarches visant à faire évoluer leur vision de Paris, dans l'esprit du contrat de destination.

En matière de structuration et de commercialisation de l'offre non classique, les rencontres de travail avec les porteurs de ce type de produits touristiques ont fait ressortir la possibilité d'ouvrir de nombreuses visites à une clientèle anglophone et la nécessité d'en élargir considérablement la distribution en ligne a été soulignée. Les sites des CDT de la Seine-Saint-Denis et du Val-de-Marne ont ainsi mis en vente sur leur boutique nombre de ces visites consacrées notamment au street art ou à la ville cosmopolite. Le succès de ces visites auprès d'un public majoritairement francilien a confirmé la nécessité d'en faciliter la commercialisation auprès de publics touristiques anglophones et francophones par la création d'une boutique en ligne.

Ce projet se concrétisera par la fusion des boutiques en ligne des CDT 93 et 94 et le développement d'une version anglophone.

Une rencontre avec les responsables des structures d'hébergement dédiés aux jeunes sera organisée au premier semestre 2018 dans le but de mettre en place un système spécifique d'observation de leur activité et d'examiner les besoins et les possibilités en matière de communication auprès de leurs clients.

En matière d'études et d'observation, des étudiants de l'IREST ont conduit une première étude sur les prescripteurs et les influenceurs concernant les jeunes européens et ont interrogé quelques éditeurs de guides touristiques français sur les possibilités d'élargir le Paris qui est présenté dans leurs éditions. Une équipe de recherche de l'EIREST (Paris I) et de l'ESILV (Université Léonard de Vinci) a engagé une étude à partir des traces numériques laissées par les touristes (images et commentaires sur Instagram, Airbnb et Tripadvisor). L'analyse porte sur la densité et la circulation des touristes ainsi que les champs lexicaux utilisés. Les données, issues du big data, devront éclairer la connaissance des pratiques des touristes en s'intéressant à des lieux et sites situés en dehors de l'hyper-centre touristique. Au plan thématique, l'étude portera sur les pratiques touristiques autour du street art, des quartiers à forte identité étrangère et aux lieux festifs.

En matière d'innovation une rencontre entre une cinquantaine d'acteurs du tourisme et une quinzaine de start-up a été organisée au Welcome city lab en décembre 2017. Des contacts établis à cette occasion vont donner lieu à des rencontres plus approfondies entre acteurs pour déboucher sur des projets.

L'avenir du contrat de destination sera en question en 2018 puisque son terme est fixé au 25 juin 2018. Du côté de l'Etat, le conseil de pilotage du tourisme a décidé en octobre dernier de pérenniser la procédure des contrats de destination. Il semble néanmoins que les crédits qui y sont consacrés dans le budget 2018 soient en très forte baisse (pour mémoire la part de l'Etat sur les trois années de l'actuel contrat ne s'élevait qu'à 75 000 €). Le risque existe donc que seuls quelques contrats, sur les 20 signés en 2014 et 2015, ne soient reconduits. Alors que la démarche portée par le contrat *Destination Paris, la Ville augmentée* s'inscrit dans le long terme, il serait particulièrement contreproductif de stopper la dynamique engagée.

II – L'été du canal

La dixième édition de *L'Été du canal* a battu les records.

Avec 41 000 passagers (contre 34 000 en 2016), **les navettes** ont connu le niveau un de fréquentation qui n'avait jamais été atteint (plus de 5 000 par week-end en moyenne). L'origine des passagers confirme la mixité des publics.

Été du canal 2017	
Origine du public des navettes	
Seine-Saint-Denis	35 %
Paris	36 %
Ile-de France (autres départements)	15 %
Autres régions de France	9 %
Pays étrangers	5 %

Sans surprise, les habitants des villes riveraines de canal sont en tête pour la Seine-Saint-Denis de même que ceux des arrondissements proches du canal pour Paris. Si la moitié des passagers est ainsi constitué d'un public de proximité et parmi l'autre moitié on observera que les touristes et les habitants des autres départements d'Ile-de-France représentent près de 30 % du total.

L'amélioration de la flotte qui comportait deux bateaux de grande capacité a favorisé ce succès avec une très grande attention apportée à l'articulation des navettes et des croisières.

Avec 6 300 participants les **101 croisières payantes ont fait le plein.**

Un tiers d'entre elles étaient consacrées à la musique, le plus souvent électronique, en collaboration avec des partenaires culturels et des festivals ; nombre d'entre elles conduisaient le public au Port de loisirs de Bobigny où les festivités se poursuivaient à terre.

Un autre tiers de ces croisières étaient prétexte à la gourmandise. Brunch sur l'eau et brunch à terre (au port de loisirs et à *la Prairie* à Bobigny, au *Centre national de la danse* à Pantin, sur la terrasse d'une folie du Parc de La Villette) donnaient l'occasion de découvrir la cuisine d'acteurs qui donnent un sens aux plaisirs de la table tout en profitant des paysages de l'Ourcq. Chaque week-end une croisière était jumelée avec une séance du cinéma de plein air du Parc de la Villette : le menu était composé en rapport avec le film projeté.

Le dernier tiers se partageait entre des croisières à thème (visite de l'écluse du pont de Flandre, découverte de la Street art avenue sur le canal Saint-Denis en partenariat avec Plaine commune et son office de tourisme, *Eloquentia* avec des lauréats du fameux concours d'éloquence né à l'université de Saint-Denis, croisières patrimoine sur l'Ourcq...) et les croisières cyclo reliant la Parc de la Poudrerie au bassin de la Villette.

Ces croisières ont attiré un public très divers tant du point de vue des âges (les jeunes étaient nombreux sur les croisières musicales) que des origines géographiques.

Les activités proposées **sur les berges du canal de l'Ourcq** ont également connu un réel succès.

Le Port de loisirs était à nouveau installé à Bobigny sur le site du *Mobilab*. *L'Été du canal*, a fait vivre cette structure créée par les architectes de Bellastock avec le concours de la *Requincaillerie* et du collectif *Soukmachines* dans le cadre de l'occupation éphémère des friches conduite par Est ensemble et Séquano aménagement. Sur ce site et la place publique voisine ainsi que dans le parc de la Bergère, sur l'autre rive du canal, se sont déroulées de multiples activités mêlant des publics extrêmement diversifiés : ateliers de toute nature (pâtisserie, mandala, chant, bricolage en réemploi, cuisine anti gaspi...), balades-cueillette de plantes sauvages, cours de yoga, balade artistique, battles hip hop, bals, concerts et festival électro rassemblant à plusieurs reprises plusieurs milliers de personnes de 14h à minuit...

Installée également à Bobigny dans le cadre de l'occupation des friches, *la Prairie*, ferme urbaine éphémère a également accueilli de nombreuses activités de découverte et de fête.

Les initiatives des communes ont également bénéficié d'une fréquentation en nette hausse.

À Noisy-le-sec/Bondy les activités à dominante sportive (base nautique, glisse urbaine, tyrolienne, trampoline) mais aussi culturelle avec des lectures au bord de l'eau ont vu leur fréquentation augmenter de 25% par rapport à 2016. Une exposition photographique mettant en scène les anciens ouvriers de l'usine de métaux précieux *Engelhard* était installée sur les murs de ce site qui accueille à présent la construction d'un nouveau quartier.

À Pantin, une base nautique avait également été mise en place. Concerts et spectacles pour enfants étaient proposés dans le ventre de la péniche Antipode dont la terrasse restaurant a servi environ 14 000 repas pendant l'été. Des bals, ateliers de bricolage et réparation de vélos, une ludothèque ainsi que des spectacles du festival *Paris l'été* ont également animé la place de la pointe. Début juillet, le *Oui share fest*, événement international autour de la culture collaborative, s'y est installé avant de laisser la place, pour la seconde année, au parc d'attraction littéraire de l'opération *Partir en livre* mis en œuvre par le *Salon du livre et de la presse jeunesse* avec le lancement de cette manifestation nationale en présence de la Ministre de la Culture. Enfin, *le Barboteur* nouvelle péniche culturelle et festive itinérante a jeté l'ancre chaque samedi à Pantin, pour une vingtaine d'événements musicaux et festifs qui ont attiré plusieurs milliers de personnes.

À Aulnay-sous-bois, le parc nautique a vu sa fréquentation augmenter de 38%. Les spectacles, bals, brunchs musicaux, ateliers et soirées cinéma sur la péniche *Anako* ont également connu une bonne fréquentation. Seul bémol, les navettes fluviales qui permettaient de rejoindre Noisy-le-sec/Bondy n'ont pas connu le succès espéré. Cette proposition devra être revue en 2018.

Le Parc de la Poudrerie, desservi les croisières cyclo, a accueilli une programme d'activité plus étoffé. Quatre bals y ont été organisés ainsi qu'une balade artistique avec le festival *Rhizome*, un spectacle du festival *Paris l'été*. La location de canoës kayak a bien fonctionné même si elle a connu un léger tassement (850 personnes contre 1000 en 2016) ; le public même toujours habitants des communes proches, franciliens et touristes. Les

activités d' *Activ'été* destinées au jeune public ont, elles aussi, bien fonctionné même si leur ouverture au public familial en week-end est restée insuffisante.

Au bassin de la Villette, dans le cadre de *Paris-plages*, l'événement était incontestablement l'ouverture des bassins de baignade dans l'eau du canal. Malgré quelques difficultés au démarrage, le succès a été au rendez-vous avec une moyenne de 1000 baigneurs par jour dont 20 % de touristes. Les bateaux électriques loués par *Marins d'eau douce* ont également fait le plein avec 30 000 personnes en juillet-août. *La terrasse des canaux*, nouvel espace de démonstration consacré à la ville durable était partenaire de *L'Été du canal*.

L'Été du canal a également apporté son concours à l'**animation du canal Saint-Denis** en partenariat avec Plaine commune et son office de tourisme. La Street art avenue, événement street art permanent initié par l'office de tourisme a donné lieu à des croisières et des balades. Des croisières ont également été organisées en relation avec le 6B et le collectif MU qui anime depuis un an un nouveau lieu artistique : *La station*. Une transhumance des moutons de l'association Clinamen a également été organisée sur les berges et *L'Été du canal* a mis à disposition sa boutique en ligne pour d'autres activités proposées par Plaine commune tel que des mini-croisières ou du street fishing.

La communication de l'Été du canal s'est avérée efficace. Sa couverture par les médias dans leur ensemble (presse papier, en ligne et audiovisuelle) a, une nouvelle fois, été très satisfaisante. Les campagnes d'affichage métro offerte d'une part par le Comité régional du tourisme et d'autre part par la RATP ont, elles aussi, contribué à la notoriété de l'événement. Le mini-site de *L'Été du canal* a vu sa fréquentation progresser de 18 % avec 2 000 sessions par jour pendant l'été.

Dans un contexte budgétaire qui reste difficile, le succès de cette 10^{ème} édition a été rendu possible par une **montée en charge des financements externes** ; sur un volume total d'un peu plus de 500 000 €, les activités de *L'Été du canal* prises en charge par le CDT ont été financées à hauteur de

- 31% par les contributions des collectivités,
- 43% par les contributions des partenaires et mécènes
- 26% par les produits des activités payantes.

Après cette dixième édition particulièrement réussie, le défi de **l'édition 2018** sera de maintenir le niveau.

S'il est trop tôt pour livrer les détails du programme de l'été prochain, on peut d'ores et déjà noter que plusieurs événements nouveaux s'annoncent le long du canal de l'Ourcq, témoignant ainsi de l'intérêt grandissant qu'il suscite. Au mois de juillet, le parc de la Villette accueillera le *Fab city campus*, grand rassemblement européen de *fablabs*, de *makers* et autres architectes de l'éphémère. Pour le mois de juillet également, BETC annonce la tenue, sur la place de la pointe à Pantin, d'un grand événement artistique et festif autour du Mondial de football qui se déroulera en Russie tandis qu'un autre événement estival se dessine sur l'autre rive du canal au sein d'une ancienne halle industrielle. Les contacts pris avec les organisateurs de ces événements augurent d'un bon partenariat entre ces initiatives et *L'Été du canal*.

Cette onzième édition développera et enrichira les expériences conduites avec succès en 2017.

Le programme de croisières sera conforté, en conservant l'accent mis sur les thèmes de la musique et des plaisirs de la table. La collaboration avec le *cinéma de plein air* de La Villette sera reconduite sur le thème de la comédie musicale. Après l'expérience réussie en 2017, la croisière *Eloquentia* devrait être programmée plus souvent.

La mise en valeur du dispositif d'occupation éphémère des friches sera poursuivie. Le *port de loisirs* devra être reconstitué sur un autre site que la friche Miko à Bobigny qui sera devenu un chantier de construction.

En accord avec Plaine Commune et son office de tourisme, les initiatives sur le canal Saint-Denis devraient être développées.

Le programme de croisières reliant le Parc de la Poudrerie sera amélioré, le CDT en prenant l'entière responsabilité, en accord avec Canauxrama.

Enfin, un événement artistique de grande ampleur, confrontant le long du canal de l'Ourcq, des street artistes et artistes contemporains au patrimoine photographique du *studio Harcourt*, est en projet. Il ne sera mis en œuvre qu'à la condition d'être entièrement financé par des contributions privées.

III – Les principales actions de développement et de promotion touristique

Le CDT a continué d'accompagner plusieurs projets de développement qui ont un lien avec le rayonnement touristique du territoire, en relation avec les **collectivités locales et les établissements publics territoriaux**.

C'est le cas avec Est ensemble avec qui il a conclu une convention triennale de partenariat, à l'image de celle qui existe de longue date avec Plaine Commune. Cette convention confirme la mission d'accompagnement de son Université populaire dont la première saison avait été consacrée au rôle des transports dans le développement urbain et dont la deuxième concernera les métiers d'art. Le CDT est également associé à la démarche de conception et de préfiguration du *Parc de hauteurs* que formera la mise en réseau des parcs situés sur le plateau qui réunit les villes de Montreuil, Bagnolet, Romainville, Les Lilas, Pantin mais aussi du 19^{ème} arrondissement de Paris et de Fontenay-Sous-Bois. Le CDT accompagne également Est ensemble dans la mise en place de visites pour les salariés des entreprises sur la pause déjeuner. Enfin le CDT est associé à l'élaboration du schéma de développement hôtelier d'Est ensemble comme il l'a été par Plaine commune.

Dans le cadre des appels à projets *Inventons la métropole* et *Réinventer la Seine* le CDT a été consulté par des candidats sur de nombreux sites et propose d'apporter son concours à ceux de ces projets qui sont en relation avec le développement touristique, à l'image du site Babcock ou du Fort de Romainville.

A une échelle plus large, il continue de collaborer avec les porteurs de l'ambitieux projet de création du **sentier métropolitain du Grand Paris**, notamment sous la forme de la marche populaire organisée chaque année.

Après le succès de la **candidature de Paris aux Jeux olympiques et paralympiques de 2024** un programme pluriannuel de visites autour des transformations du territoire liées aux jeux comme autour de l'histoire des sportifs olympiques du territoire est en réflexion.

Naturellement, le CDT participe à la promotion et la vitalité de la marque de territoire *In Seine-Saint-Denis* initiée par le Président du Conseil départemental.

En matière de promotion touristique, on retiendra, en 2017, l'initiative intitulée *Escapades insolites* qui a réuni 130 comités d'entreprises le 29 juin pour six parcours de découvertes et un workshop avec une quarantaine exposants qui s'est déroulé à la Maison d'éducation de la Légion d'Honneur à Saint-Denis. En 2018, c'est dans le domaine du tourisme d'affaires que devrait avoir lieu *Tendance Mice*, la journée de promotion des lieux innovants d'événements d'entreprises, en direction des agences événementielles et des entreprises à l'échelle du Grand Paris ; l'organisation de cette initiative est en cours de discussion avec l'Office de tourisme de Paris, le CDT du Val de Marne et le Département des Hauts de Seine.

Les Rendez-vous France, qui réunissent chaque année près d'un millier de tour-opérateurs du monde entier, auront lieu les 27 et 28 mars Porte de Versailles. Sur la proposition de l'Office de tourisme de Plaine Commune Grand Paris, la soirée d'accueil organisée conjointement par Atout France, le Comité régional du tourisme et l'OTCP, réunira les tour-opérateurs au sein du Marché aux Puces de Saint-Ouen. Le dîner se déroulera dans l'intimité de chacune des boutiques du marché Serpette ; la préparation de cet important événement mobilise, sous l'impulsion de l'Office de tourisme, les représentants des commerçants qui y voient une occasion de mettre en valeur leur site auprès des professionnels du monde entier. Le lendemain, la soirée de gala de cette grande manifestation de promotion se déroulera à la Scène musicale à Boulogne- Billancourt.

IV – Le développement des visites, balades et croisières

Les visites balades et croisières proposées au public individuel comme aux groupes ont connu une hausse sensible en nombre comme en chiffre d'affaires en 2017.

En 2018, la fusion des boutiques des CDT 93 et 94, dans le cadre du Contrat de destination, donnera une nouvelle dimension à la vente de ces visites. La boutique ainsi créée sera administrée conjointement par les deux CDT.

Elle proposera, en français et en anglais, une offre de visites non classiques se déroulant sur l'ensemble du territoire de Paris et de la petite couronne.

Dès son lancement, en mars 2018, elle regroupera l'offre existante en français qui représentait, en 2017, environ 2 000 dates pour un public de 30 000 personnes. Elle pourra s'appuyer, pour sa version française, sur les fichiers de prospect des deux CDT, soit 50 000 adresses mail.

L'administration conjointe par les deux CDT préservera le travail de proximité de chacun d'eux auprès de partenaires organisateurs de visites et auprès de ses propres publics. Le Département des Hauts-de-Seine ainsi que l'Office de tourisme de Paris et ses adhérents en seront partie prenante.

Le défi qui est posé par la création de cette boutique est double :

- faire grandir l'offre de visites en anglais ;
- réussir rapidement son référencement naturel, en particulier pour sa version anglaise.

Plusieurs partenaires organisateurs de visites proposent d'ores et déjà des visites en anglais : une trentaine de propositions différentes pourraient être mises en ligne dès l'ouverture de la boutique. L'élargissement de cette offre nécessite un accompagnement des petites structures et des guides qui les organisent, notamment avec un soutien, quand c'est nécessaire au perfectionnement en anglais des accompagnateurs et guides. La Région sera sollicitée en ce sens.

Pour ce qui est du référencement naturel, une politique active de liens sera mise en œuvre. Le public de *tourisme93.com* et de *tourisme-valdemarne.com* continuera d'accéder à cette boutique comme il le faisait auparavant tout comme celui de *tourisme92.com*. Pour les touristes français et étrangers, *parisinfo.com* multipliera les liens vers la nouvelle boutique et les partenaires organisateurs de visites joueront un rôle actif sur les réseaux sociaux pour populariser la boutique. Parallèlement les actions en direction de la presse, des blogueurs, des influenceurs ainsi que des sites destinés aux expatriés viseront à faire grandir la popularité de la boutique tout comme le travail de fond qui sera mis en œuvre avec des outils logiciels spécialisés.

Enfin, la boutique en ligne constituera également une vitrine de cette offre alternative de la destination Paris pour les tour-opérateurs. Un dispositif sera mis en place en commun par les CDT 93 et 94 pour commercialiser ces produits auprès des professionnels du tourisme de groupe et notamment les tour-opérateurs. Les rendez-vous France, en mars 2018, seront l'occasion de lancer ce travail : le stand spécifique qui y sera consacré sera financé par le contrat de destination.

M. COCAULT exprime le vœu qu'à l'occasion du renouvellement du contrat de destination, l'office de tourisme de Plaine Commune Grand Paris puisse en devenir signataire. Dans le même ordre d'idée, il souhaite que l'Office de tourisme soit le mieux associé possible à la boutique en ligne et aux actions de promotion.

Mme LE BERRE se réjouit du dynamisme dont témoignent les perspectives présentées pour 2018 et annonce l'arrivée d'Anne-Catherine Hauglustaine à la direction du Musée de l'air et de l'espace.

Mme DESGURSE demande pourquoi la boutique en ligne se limitera à deux langues.

M. MOUFFLET se réfère à l'exemple du plan-guide édité pour le Puces de Saint-Ouen uniquement en anglais et justifie par des arguments d'efficacité, la limitation à deux versions, française et à l'anglaise pour la boutique en ligne.

M. THOMANN propose que le cinquantième anniversaire de mai 68 soit traité dans les balades urbaines et visites. Il pourrait être abordé sous l'angle du monde du travail comme sous celui de la culture.

Après en avoir délibéré, le Conseil d'administration APPROUVE les grandes lignes du bilan d'activité 2017 les perspectives d'action de l'Association pour 2018 qui seront soumis à la prochaine assemblée générale.

II - APPROBATION DU BUDGET 2018

En l'absence de Mme PERROT, trésorière, pour des raisons de santé, **Mme DELLAC** demande à M. ORANTIN de présenter le projet de budget 2017 de l'Association.

M. ORANTIN expose :

La convention triennale signée avec le Département en 2016, arrivera à son terme en 2018. La baisse de la subvention départementale qu'elle programme atteindra, cette année, les 250 000 € que cette convention avait prévus par rapport à 2015.

Comme cela a été possible en 2016 et en 2017, le budget 2018 prévoit de faire face à cette baisse sans réduction d'activité, par une gestion la plus serrée possible des charges conjuguée à la mobilisation de ressources externes et l'augmentation des produits liés aux activités.

Ainsi, le budget qui est soumis à l'approbation du Conseil d'administration pour l'année 2018 reste dans le même étiage depuis 2015. Mais la part de la subvention départementale est passée depuis lors de 63% à 52 % des ressources de l'association.

1 – Les charges

Les charges de personnel s'élèvent à 1,36 M€. Elles sont en recul par rapport au budget 2017 (- 1,3%) du fait du départ plusieurs salariés et des conditions de leur remplacement :

- réduction de l'effectif d'un demi équivalent temps plein ;
- recrutement d'un salarié dans le cadre d'un contrat de professionnalisation ;
- absence d'ancienneté chez les nouveaux recrutés.

Les charges de structure, les cotisations comme **les charges diverses** sont relativement stables.

L'observation hôtelière a été rétablie à hauteur de 5 000 €.

La dotation aux provisions est réduite d'un quart du fait de la fin de l'amortissement de travaux effectué en 2012.

Les charges de promotion s'élèvent à 187 000 € ce qui représente une augmentation de 25 % liée à l'opération *Tendances MICE* qui est programmée en 2018 ; mais cette augmentation est intégralement compensée par des produits.

Hors activité commerciale et actions de développement touristique, les charges s'élèvent donc à 1 694 000 €, en hausse de 13 000 € sur le budget 2017.

2 – Les produits

Avec **1,26 M€**, la baisse de la **subvention départementale** représente 116 000 €.

La subvention de la Ville de Paris est estimée au même niveau qu'en 2017 et celles **d'Est ensemble** et de **Plaine commune** reculent respectivement de 3 000 et de 5 000 €, Plaine commune, diminuant à nouveau, pour des raisons budgétaires, son engagement dans la diffusion des dépliants de la Basilique et des Pucés gérée par le CDT.

La **contribution des partenaires** privés de *l'Été du canal* est évaluée à 240 000 €. Si ce montant manifeste une hausse de près de 15% sur le budget 2017, il est égal au réalisé.

Les produits divers sont en hausse de 16 000 € du fait d'une reprise sur provision pour indemnité de fin de carrière.

Les participations aux actions de **promotion et de communication** progressent de la même façon que les charges du fait de l'opération *Tendance MICE*.

Hors activité commerciale et actions de développement touristique de *l'Été du canal*, les produits s'élèvent donc à 1 768 000 € et sont en recul de 41 000 € sur le budget 2017.

3 – Les charges et produits de l'activité de commercialisation et de développement touristique de l'Été du canal

Le budget prévoit une augmentation en volume de la production et de la vente de prestations (visites et balades), notamment dans le cadre de *L'Été du canal*, qui atteint 645 000 €

Il prévoit également une augmentation de plus de 50 000 € du résultat de cette activité par rapport au budget 2017. Cette hausse s'inscrit dans la tendance constatée au réalisé.

Mme DELLAC se félicite du principe de conventionnement triennal qui a permis de mieux prévoir et lisser la baisse de la subvention à laquelle le Département à du procéder.

Après en avoir délibéré, le Conseil d'administration APPROUVE le budget 2018 qui sera présenté, pour information, à l'Assemblée générale.

BUDGET 2018

Budget approuvé par le Conseil d'administration le 11 janvier 2018

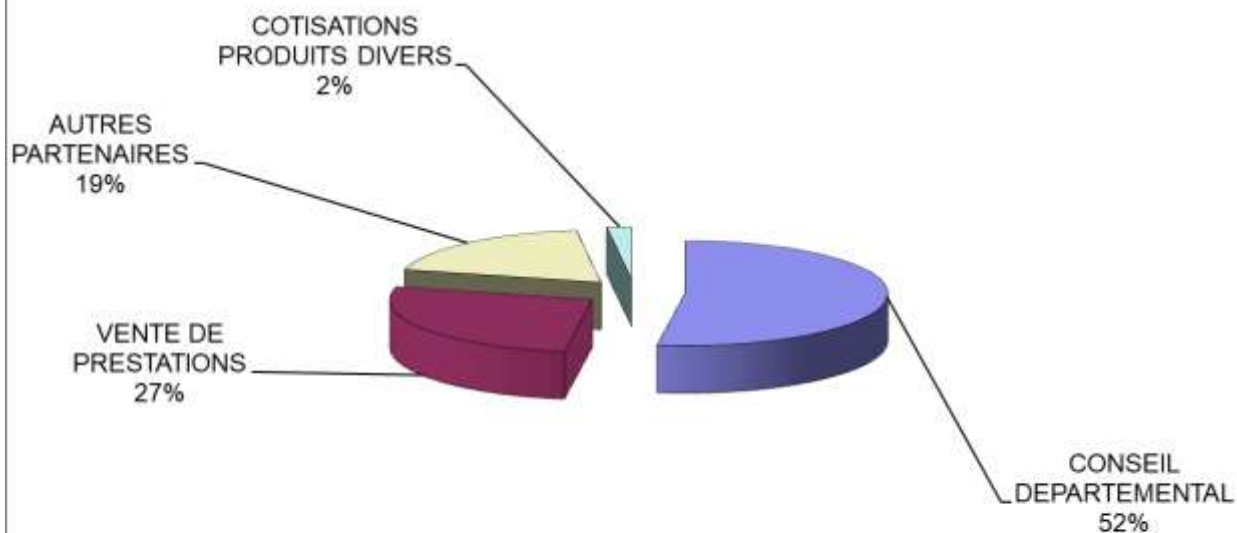
CHARGES	PRODUITS
CHARGES DE PERSONNEL	SUBVENTION CONSEIL DEPARTEMENTAL
1 362 700	1 260 000
Salaires 888 400	
Charges 395 200	
Taxe sur les salaires 42 500	
Autres charges et formation 55 700	
CICE (réduction d'impôt) -19 100	
CHARGES DE STRUCTURE	AUTRES SUBVENTIONS
107 700	109 700
Loyers et charges 17 900	Ville de Paris 49 000
Assurances 3 000	Est Ensemble 25 000
Frais de télécommunication 10 900	Plaine commune 35 700
Frais postaux 2 000	
EDF-GDF 8 000	
Frais de déplacement, de mission et réception 13 700	
Maintenance (logiciels, alarme, téléphone...) 4 000	
Abonnement office et hébergement Internet 2 200	
Entretien et réparations des locaux et véhicule 20 600	
Honoraires, frais d'actes, droits de timbre 15 300	
Documentation, colloques et séminaires 2 200	
Fournitures administratives et imprimés 3 700	
Taxes diverses 4 200	
COTISATIONS	CONTRIBUTIONS DIVERS PARTENAIRES
10 300	242 500
Tourisme et territoires 8 500	
APS 1 700	
Divers 100	
OBSERVATION	COTISATIONS ADHERENTS
5 400	7 500
CHARGES DIVERSES	PRODUITS DIVERS
7 400	39 700
Charges financières et services bancaires 3 900	Produits financiers 1 100
Charges exceptionnelles 3 500	Produits exceptionnels 24 300
	Participations aux actions de formation 14 300
DOTATION AUX AMORTISSEMENTS	PARTENARIAT PROMOTION COMMUNICATION
12 900	108 800
PROMOTION COMMUNICATION	Tourisme d'affaires 53 500
Tourisme d'affaires 59 500	Tourisme d'agrément et loisirs 55 300
Tourisme d'agrément et loisirs 127 700	
<i>Sous-total</i>	<i>Sous-total</i>
1 693 600	1 768 200
DEVELOPPEMENT ET PRODUCTION	VENTE DE PRODUITS ET PRESTATIONS
719 500	644 900
Prestations non revendues 80 800	CA Navettes fluviales 42 100
Navettes fluviales Eté du canal 147 500	CA activités destinées aux Individuels 219 000
Activités destinées aux individuels 197 300	CA activités destinées aux groupes 357 400
Activités destinées aux groupes 293 900	CA commissions sur réservations hôtelières 16 400
	CA publicité et prestations diverses 10 000
TOTAL CHARGES	TOTAL PRODUITS
2 413 100	2 413 100

Présentation comparative du projet de budget 2018 et du budget 2017

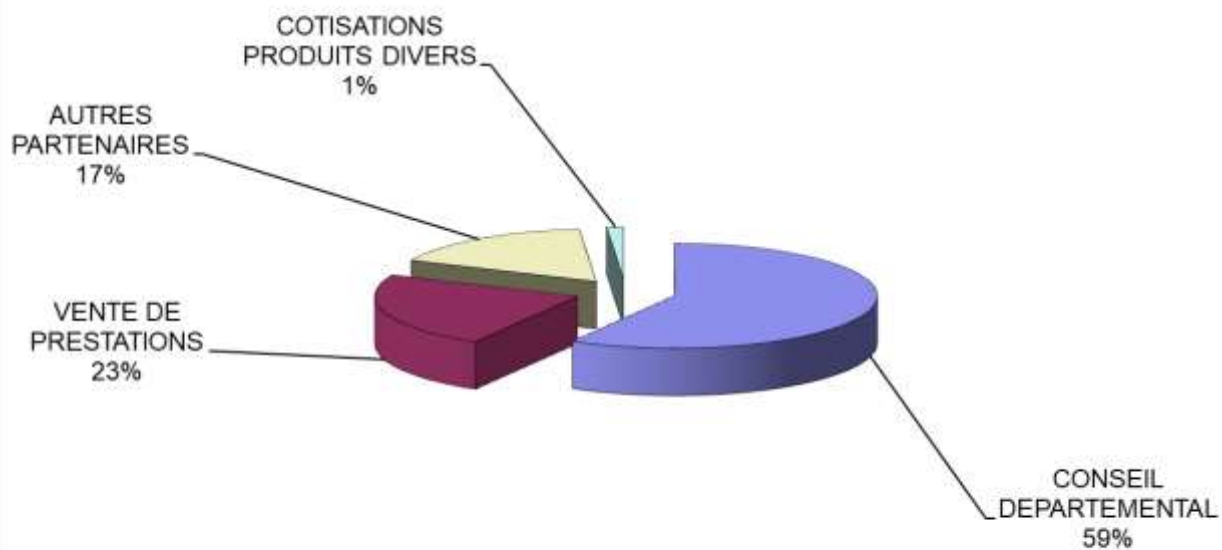
Budget approuvé par le Conseil d'administration le 11 janvier 2018

CHARGES	BUDGET 2017	BUDGET 2018	PRODUITS	BUDGET 2017	BUDGET 2018
CHARGES DE PERSONNEL	1 383 700	1 362 700	SUBVENTION CONSEIL DEPARTEMENTAL	1 376 500	1 260 000
Salaires	906 300	888 400			
Charges	405 300	395 200			
Taxe sur les salaires	44 800	42 500	AUTRES SUBVENTIONS	118 000	109 700
Autres charges et formation	57 700	55 700	Ville de Paris	49 000	49 000
CICE (réduction d'impôt)	-30 400	-19 100	Est Ensemble	28 000	25 000
			Plaine Commune	41 000	35 700
CHARGES DE STRUCTURE	111 600	107 700			
Loyers et charges	19 400	17 900			
Assurances	3 000	3 000			
Frais de télécommunication	10 900	10 900			
Frais postaux	1 400	2 000			
EDF-GDF	6 900	8 000	CONTRIBUTIONS DIVERS PARTENAIRES	212 500	242 500
Frais de déplacement, de mission et réception	13 200	13 700			
Maintenance (logiciels, alarme, téléphone...)	5 300	4 000			
Abonnement office et hébergement Internet	4 500	2 200			
Entretien et réparations des locaux et véhicule	20 800	20 600			
Honoraires, frais d'actes, droits de timbre	14 400	15 300			
Documentation, colloques et séminaires	3 900	2 200			
Fournitures administratives et imprimés	3 700	3 700			
Taxes diverses	4 200	4 200			
COTISATIONS	10 300	10 300			
Tourisme et territoires	8 500	8 500	COTISATIONS ADHERENTS	7 500	7 500
APS	1 700	1 700			
Divers	100	100			
	1 240				
OBSERVATION	0	5 400			
CHARGES DIVERSES	6 500	7 400	PRODUITS DIVERS	24 000	39 700
Charges financières et services bancaires	3 000	3 900	Produits financiers	1 300	1 100
Charges exceptionnelles	3 500	3 500	Produits exceptionnels	10 000	24 300
			Participations aux actions de formation (sce civique)	12 700	14 300
DOTATION AUX AMORTISSEMENTS	17 900	12 900			
PROMOTION COMMUNICATION	150 900	187 200	PROMOTION COMMUNICATION	70 300	108 800
Tourisme d'affaires	9 500	59 500	Tourisme d'affaires	6 700	53 500
Tourisme d'agrément et loisirs	141 400	127 700	Tourisme d'agrément	63 600	55 300
Sous-total	1 680 900	1 693 600	Sous-total	1 808 800	1 768 200
DEVELOPPEMENT ET PRODUCTION	677 000	719 500	VENTE DE PRESTATIONS	549 100	644 900
Prestations non revendues	89 600	80 800	CA Navettes fluviales Eté du canal	37 000	42 100
Navettes fluviales Eté du canal	142 900	147 500	CA activités destinées aux Individuels	178 300	219 000
Activités destinées aux individuels	183 400	197 300	CA activités destinées aux groupes	307 800	357 400
Activités destinées aux groupes	261 100	293 900	Commissions sur réservations hôtelières	16 200	16 400
			CA prestations diverses	9 800	10 000
TOTAL	2 357 900	2 413 100	TOTAL PRODUITS	2 357 900	2 413 100

CDT de la Seine-Saint-Denis
Budget 2018
Sources de financements



CDT de la Seine-Saint-Denis
Budget 2017
Sources de financements



III - INFORMATION SUR L'AVIS EXPRIME PAR LA PRESIDENTE DU CDT DE LA SEINE-SAINT-DENIS SUR LE SCHEMA REGIONAL DU TOURISME

Mme DELLAC expose :

Par un courrier reçu au CDT le 6 novembre 2017, la Présidente du Conseil régional d'Ile-de-France, communiquait à la Présidente du Comité départemental du tourisme de la Seine-Saint-Denis le projet de Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs pour la période 2017/2021 ; elle sollicitait, conformément au code du tourisme, son avis avant que ce projet ne soit soumis à l'Assemblée régionale le 23 novembre.

Les délais de réponse étant trop courts pour que cet avis puisse être examiné par le Conseil d'administration, Dominique Dellac a transmis à Valérie Pecresse une lettre exprimant le point de vue de la Présidente du CDT sur ce projet.

Dans cette lettre, Dominique Dellac regrettait profondément « *qu'il n'ait pas été tenu compte du contrat de destination Paris, la ville augmentée, dans l'élaboration du schéma régional et qu'il n'en soit pas même fait état* ».

L'assemblée régionale a approuvé le Schéma régional de développement du tourisme en y intégrant un amendement relatif au contrat de destination Paris, la ville augmentée.

L'ordre du jour étant épuisé, **Mme DELLAC** lève la séance.

La Présidente,



Dominique DELLAC
Conseillère départementale
de la Seine-Saint-Denis