

**Procès-verbal de la réunion du Conseil d'Administration
20 mai 2020**

(Visioconférence)

- **Participant.e.s** : Mme DELLAC, Mme ARRIEU, M. AUGER, M. BLUM (représentnt M. Jeunemaître), Mme CHARBONNIER (représentant Mme Robert-Hausglustaine), Mme DEMAILLAT (représentant M. Giel), M. FROELICHER (représentant Mme Bourreau), Mme GROSBOIS, M. GOMEZ, M. MOLIN, M. MOUFFLET, Mme PAUL-BERNARD, M. PARISOT (représentant Mme Grosbois), Mme PERROT, M. VASSALLO, Mme VIALLARD
- **Excusé.e.s** : Mme CONSTANT-ACOCA, M. DUBRAC, Mme EHNY,
- **Invités** : M. MEIER, directeur, Y. BRION (responsable administratif)

Mme DELLAC ouvre la séance en soulignant que c'est la première fois que le Conseil d'administration se réunit dans ces conditions exceptionnelles, au moyen des techniques de la visio-conférence. L'ordre du jour de cette réunion est lui-même exceptionnel, puisque nous n'allons pas à cette occasion établir les comptes de l'exercice 2019 – faute de la possibilité, pour notre commissaire aux comptes, d'avoir pu travailler sur la comptabilité de l'agence. Elle précise que s'il est projeté de pouvoir établir les comptes début juillet pour tenir l'Assemblée générale fin juillet, il se pourrait que ce ne soit possible qu'en septembre.

L'Ordre du jour s'établit donc comme suit :

- I. LA SITUATION DE SEINE-SAINT-DENIS TOURISME DANS LE CONTEXTE DE LA CRISE SANITAIRE**
- II. REORIENTATION DES ACTIVITES ESTIVALES AU SORTIR DE LA CRISE**
- III. QUESTIONS DIVERSES**

I – SITUATION DE SEINE-SAINT-DENIS TOURISME DANS LE CONTEXTE DE LA CRISE SANITAIRE

Mme DELLAC, présidente, expose :

Lors de sa réunion du 2 mars dernier, notre Conseil d'administration n'avait pas été en situation de prendre toute la mesure de la profondeur de la crise sanitaire inédite qui se profilait. Aurélien Gomez, d'Air-France, nous avait alertés quant aux défaillances déjà sérieuses qui commençaient à affecter le transport international, et à leurs conséquences prévisibles sur l'emploi en Seine-Saint-Denis (Air-France étant le premier employeur de notre département).

Elle demande au directeur de faire part de la façon dont ont été gérés les deux mois passés en situation de confinement et d'arrêt d'activité, et comment sont envisagées les semaines à venir.

M. MEIER, directeur, présente les dispositions qui ont été prises pour faire face à la situation.

Le confinement a été décrété à peine quinze jours après notre réunion d Conseil d'administration. Le 14 mars pour l'hôtellerie, puis le 17 mars 2020, toute l'activité s'est arrêtée, en particulier dans le domaine du tourisme, de la culture et des loisirs, sans perspective claire quant aux échéances et aux conditions de la sortie de cette crise.

L'ensemble des partenaires de Seine-Saint-Denis Tourisme a été frappé : les professionnels du tourisme, de l'événementiel, de la restauration, de l'hôtellerie, du sport et de la culture ; les guides conférencier.e.s qui sont souvent des indépendants ou auto-entrepreneur.e.s ; les armateurs fluviaux ; les musées et grands sites touristiques du Nord-est parisien ; les transporteurs, autocaristes et avionneurs ; les promoteurs immobiliers qui parrainent ou sponsorisent *L'Eté du canal* ; les associations gestionnaires de projets et/ou actrices de l'économie sociale et solidaire ; les villes et collectivités organisatrices de loisirs populaires et des activités péri-scolaires ; les artistes et collectifs artistiques...

Notre organisme lui-même s'est vu fragiliser par l'arrêt de ses activités commerciales : activité groupes, vente aux particuliers des visites d'#ExploreParis, promotion du tourisme d'agrément, promotion des lieux d'exposition et de conférence, promotion des lieux culturels. Nous avons perdu des recettes liées aussi aux réservations d'hôtels, aux publicités sur Internet, à la commercialisation des cases dans le réseau de diffusion France Brochure Système. Plus largement, les donations à *l'Eté du canal* au titre du sponsoring ou du mécénat sont compromises.

Par ailleurs, la transformation brutale du contexte et de la nature de la relation avec nos partenaires a conduit à l'interruption soudaine de trois actions stratégiques :

- la campagne d'adhésions à Seine-Saint-Denis Tourisme, qui avait été relancée en début d'année ;
- la mise en réseau des établissements hôteliers ;
- le travail d'accompagnement des collectivités en vue d'une extension de la collecte de la taxe de séjour

Notre priorité première a été de préserver la situation sanitaire et sociale des collaborateur.trice.s de Seine-Saint-Denis Tourisme, avec :

- le maintien à domicile de l'ensemble de l'effectif, nos activités ne pouvant être comprises comme essentielles à la vie de la nation ;
- la mise en place de l'activité partielle : à 80% entre le 17 mars et le 30 avril, puis à 25% depuis le 1er mai ;
- le maintien d'un lien social avec consultation des mails au moins une fois par jour et réunions de toute l'équipe deux fois par mois...

Ces dispositions ont été assorties d'une décision de maintien de la rémunération nette pour chaque salarié, indépendamment de son taux d'activité partielle ;

Le recours à l'activité partielle a été rendu nécessaire par l'arrêt de nos missions, de nos projets, ainsi que de ceux portés par nos partenaires ; par le fait aussi que l'équipe n'était ni préparée ni équipée pour du télétravail de longue durée et de grande intensité : pas de dotation en matériels nomades, aucune prise en charge professionnelle des abonnements internet, pas ou peu d'accès à la documentation stockée sur le serveur ; et enfin par le fait que les bureaux, installés dans le parc de la manufacture des tabacs à Pantin, étaient inaccessibles en raison de la fermeture du parc par la Ville

Ce recours a fait l'objet d'une approbation préalable par le CSE, et a été accepté par la DIRECCTE dans le cadre des ordonnances liées à la loi d'urgence sanitaire.

Notre seconde priorité a été néanmoins de conserver le lien avec nos partenaires, pour connaître leurs besoins immédiats, relayer des informations quant aux dispositifs de soutien mis en place par l'Etat et les collectivités, faire connaître leurs initiatives de solidarité, envisager des hypothèses de reprise d'activité...

Ensuite, et dans la limite permise par l'activité partielle, nous avons animé des newsletters pour faire connaître des initiatives culturelles dans notre périmètre d'intervention, puis expérimenté, de concert avec nos homologues du Val-de-Marne, la commercialisation de visites virtuelles mises au point par certain.e.s des guides d'ExploreParis, anticipant une reprise d'activité en présentiel selon des protocoles sanitaires stricts.

Nous avons également conduit, avec Val-de-Marne Tourisme et Loisirs, une enquête auprès des 70.000 utilisateurs d'ExploreParis, à la fois pour essayer de comprendre comment serait envisagée, par nos usagers, la reprise de leurs activités de loisirs, mais aussi pour mieux connaître leurs représentations du tourisme, leurs usages, et pour mesurer tout ce que nos territoires de banlieue peuvent apporter à un tourisme rénové en région parisienne (Olivier Meier présente ces résultats sous forme de tableaux annexés à ce PV).

Désormais, le collectif de direction prépare, en concertation avec les salarié.e.s et le CSE, les modes d'organisation pour les mois à venir, qui comporteront probablement une présence partielle dans les bureaux de Pantin à compter du 2 juin, l'acquisition de matériels et de services pour améliorer les conditions d'exercice du télétravail, la réorganisation des bureaux et postes de travail, l'élaboration de règles de bonne conduite pour l'utilisation des salles communes (cuisine, salles de réunion...), le renforcement des mesures de nettoyage, etc.

Pour ce qui concerne le fonctionnement de nos instances, l'impact de la crise a porté sur la campagne d'adhésions, qu'il faudra rapidement relancer, mais aussi sur l'établissement des comptes de l'année 2019 et leur vérification par le commissaire aux comptes. Nous ne serons ainsi pas en situation d'arrêter nos comptes d'exercice avant début juillet, voire début septembre, et notre Assemblée générale ne pourra les approuver avant fin juillet ou fin septembre, ce qui pourrait avoir un impact sur notre trésorerie, le solde de certaines subventions publiques de 2019 ne pouvant nous être réglé avant communication de la délibération correspondante de l'Assemblée générale.

Discussion

M. PARISOT commente les résultats de l'enquête auprès des usagers d'Explore Paris, qu'il juge intéressants et dont il estime qu'ils montrent que le tourisme de proximité a de l'avenir.

Mme ARRIEU fait part de la très grande incertitude qui règne quant à la reprise de l'activité aéroportuaire.

M. GOMEZ confirme ces inquiétudes et exprime ses préoccupations sur deux sujets particuliers : d'abord sur l'emploi, Air-France constituant le premier employeur de la Seine-Saint-Denis, et d'autre part sur les infrastructures de tourisme, dont il estime qu'elles ne pourraient survivre sans tourisme international.

M. MOUFFLET souligne, au vu de l'enquête, que le tourisme doit se penser cet été à l'échelle du Grand Paris. Si les Puces ont pu rouvrir, il demeure beaucoup de questions demeurent sur le sens de cette réouverture. L'avis général des commerçants est qu'il ne se passera quasiment rien avant l'an prochain.

Il félicite la direction de Seine-Saint-Denis Tourisme d'avoir su prendre soin des salarié.e.s de l'association en trouvant les moyens de leur permettre de travailler sans risque.

Après en avoir discuté, le Conseil d'administration PREND ACTE de la façon dont Seine-Saint-Denis Tourisme a géré cette situation inédite.

II – REORIENTATION DES ACTIVITES ESTIVALES EN SITUATION POST-CRISE SANITAIRE

Mme DELLAC expose :

Département le plus pauvre mais également le plus jeune de la France métropolitaine, la Seine-Saint-Denis se révèle, au cœur de cette crise sanitaire et au sortir du confinement, dans de plus grandes difficultés encore que la plupart des autres territoires. Car la pandémie a jeté une lumière crue sur les inégalités de traitement subies par notre département, que révélaient les députés Cornut-Gentille et Kokuendo dans leur rapport *La République à reconstruire* évaluant l'action de l'Etat dans ses missions régaliennes en Seine-Saint-Denis.

Les plus précaires auront souffert non seulement de la circulation du virus, mais aussi de services publics affaiblis et dépourvus de moyens, de l'obligation de se rendre au travail malgré un service de transport dégradé, ou au contraire de l'arrêt brutal des « petits boulots » rémunérateurs et, pour finir, d'une offre de soin très largement insuffisante... Notre département est ainsi celui qui enregistre le taux le plus élevé de surmortalité en France. Avec le développement du chômage et du chômage partiel, la crise sociale s'annonce durable et touche désormais de nouvelles catégories de population.

Parallèlement, les autorités publiques – communes, EPTs et Département – ont déployé des moyens considérables pour faire face aux urgences et les solidarités institutionnelles, associatives et informelles s'y sont déployées avec beaucoup d'engagement et d'imagination.

Seine-Saint-Denis Tourisme place au cœur de son projet l'articulation entre appropriation et attractivité du territoire, entre ambition touristique et vocation éducative et sociale de son programme d'action. Cette exigence nous donne une responsabilité particulière, en étroite collaboration avec nos partenaires et dans notre champ particulier d'intervention, pour apporter des réponses à la situation d'urgence évoquée ci-dessus, et, à l'approche de l'été, nous devons prendre en compte les risques de tension.

Les conditions sanitaires actuelles d'une part, et ce contexte social particulier d'autre part, nous invitent à reconsidérer l'organisation de nos activités pour cet été et les mois à venir.

Sans disposer encore de certitude sur ce qu'il sera permis de faire, sur les lieux qui seront ouverts au public, sur la dimension des regroupements qui seront autorisés, sur le calendrier des restrictions, voici un panorama des hypothèses d'action soumises à la discussion du Conseil d'Administration.

Les visites d'#ExploreParis

Les visites proposées par la plateforme #ExploreParis, outil de commercialisation qui inscrit son intervention dans le cadre du Contrat de destination *Paris, ville augmentée*, sont développées à la fois par Seine-Saint-Denis Tourisme et Val-de-Marne Tourisme et Loisirs. Elles sont situées dans tout le périmètre métropolitain. En très forte croissance depuis deux ans auprès d'un public essentiellement francilien, nous nous étions engagés à renforcer notre capacité à capter une clientèle internationale, dans une démarche proactive à la fois en direction de nos partenaires – pour qu'ils offrent davantage de dates de visite en langue anglaise – et

d'apporteurs de clientèle (pour sécuriser ces dates et éviter à nos partenaires de geler inutilement des créneaux de visite).

Dans les circonstances actuelles, ces démarches ne revêtent plus d'urgence. Nous travaillons ainsi avec nos partenaires dans deux directions prioritaires :

- Après une phase expérimentale qui s'est avérée fructueuse, continuer à développer une offre de visites virtuelles sous forme de visio-conférences thématiques par internet ou de visites commentées de quartiers ou de sites d'intérêt touristique à distance. Moins chères mais moins rémunératrices que les visites réelles en présentiel, elles permettent à une partie de notre public de sortir de leur situation d'isolement et à nos partenaires guides-conférencier.e.s d'en tirer un revenu. Cette solution d'attente nous préserve d'une rupture de lien avec notre public et nos guides de la faillite économique, mais elle se révèle une formule pouvant être pérennisée pour des personnes éloignées, âgées ou en situation de handicap.

Dans cette phase initiale, nous avons décidé de ne pas prélever de marges sur ces produits, et ce au moins jusqu'au 1^{er} juillet 2020.

- Redémarrer les visites sur le terrain, ce que nous espérons possible à partir du 2 juin prochain. Dans l'état actuel des choses, les visites devraient se faire avec 9 participants au maximum, en sus du.de la guide. Un protocole sanitaire sera discuté avec chacun.e. d'eux.elles et rendu public auprès des acheteur.euse.s. Il comprendra, outre le port du masque obligatoire, la stricte application des gestes barrière et de la distanciation physique, l'utilisation d'outils de confort et de sécurité pour suivre les commentaires du.de la guide. A ce stade, nous privilégions l'utilisation d'applications disponibles pour smartphones, mais nous n'excluons pas, si des dispositifs d'aide financière sont possibles, l'acquisition de matériels type micro-amplificateurs, émetteurs-récepteurs, qui demandent une gestion logistique plus lourde.

Dès cet été, nous devrions avoir des indications précises sur la façon dont le public répondra à ces dispositifs.

L'Été du canal

Événement phare de l'été en Seine-Saint-Denis, avec ses navettes fluviales, ses croisières thématiques, ses plages animées et son Port de loisir, *l'Été du canal* ne pourra évidemment pas se dérouler dans les conditions habituelles. De nombreuses manifestations comparables ont d'ores et déjà été reportées ou annulées, mais la question d'animer le territoire de la Seine-Saint-Denis revêt également une dimension sociale qui doit être notre priorité cet été, au côté de partenaires locaux et territoriaux.

A l'exception d'Épinay-sur-Seine et d'Aulnay-sous-Bois, la plupart des villes partenaires ont décidé de maintenir des activités récréatives sur les berges des canaux, de même que Paris avec *Paris-plage*, ou le Département avec les animations dans les parcs, en ne conservant toutefois que les activités propres à maintenir la distanciation requise. Le début de ces activités est envisagé pour fin juillet.

Les incertitudes sur le nombre de personnes pouvant participer simultanément à un atelier ou à une promenade, sur les conditions dans lesquelles des bateaux à passagers pourraient naviguer, nous conduisent à rester prudents sur l'amplitude des projets que nous pourrions mettre en place.

Les plages animées par les villes : nous pourrions les accompagner pendant la durée des différentes plages : du 24 juillet au 23 août pour Noisy/Bondy, de la mi-juillet à mi-août pour Pantin, de la mi-juillet à mi-septembre pour Aubervilliers, notamment pour y assurer la présence d'activités nautiques, d'ateliers ludiques, ou de promenades thématiques le long des berges, le tout dans des conditions sanitaires strictes, et par groupes de 10 (en l'état actuel des consignes).

Le Port de loisirs de Bobigny : le Département s'apprête à financer la réalisation d'un équipement amovible réutilisable destiné à accueillir, près de la Maison du Parc de la Bergère, des ateliers pour les habitant.e.s : sur les thèmes de l'alimentation, du réemploi, de la fabrication d'objets, de l'anti-gaspi... trois groupes de 10 (en l'état actuel des consignes) pourraient être animés simultanément chaque demi-journée. Contrairement à une édition ordinaire où seuls les week-ends de l'été faisaient l'objet d'animations, en lien avec un grand partenaire qui assurait la restauration et la programmation musicale, cette année, du fait de la limitation des capacités simultanées d'accueil, les journées de la semaine pourraient également être animées selon le même dispositif.

La navigation fluviale : le système de navettes fluviales, peu chères, populaires et familiales, ne serait pas déployé sur cette période : la limitation prévisible de la capacité des bateaux à passagers, les contraintes sanitaires qui seront posées, et les difficultés inhérentes à la gestion des files d'attente, ne nous permettront pas d'assurer cette prestation dans des conditions satisfaisantes. Pour sa valeur symbolique, le lien des territoires entre eux par la voie d'eau serait toutefois valorisé avec quelques bateaux qui pourront être réservés pour des croisières à réservation obligatoire, de découverte, de prestation alimentaire, ou sur des thématiques particulières, selon des jauges qui seront drastiquement revues. Le lien entre Paris et le Parc forestier de la Poudrerie, si le *Pierre-Simon Girard* est apte à transporter une vingtaine de passagers avec leur vélo (contre 50 habituellement), pourrait être maintenu chaque week-end et ainsi contribuer à l'animation du parc. Par ailleurs, des bateaux pourraient se livrer, en mode ambulatoire pour éviter les attroupements trop importants, à des prestations musicales ou alimentaires le long des canaux, voire s'amarrer et aménager des espaces à quai avec filtration des entrées et réservation de tables pour des animations plus élaborées.

L'été indien : enfin, nous garderions ouverte la possibilité d'organiser, pendant deux week-end du mois de septembre, adossés aux manifestations *Le cri du canal* (4-5-6 septembre) et *Odysée* (18-19-20 septembre), des contributions festives pouvant comprendre des navettes fluviales, si les conditions en étaient réunies.

La perte drastique des recettes de billetterie (115.000€ en 2019), le retrait probable de plusieurs de nos sponsors traditionnels ou en cours de prospection au début de la crise sanitaire, nous imposera de limiter les dépenses à engager pour cette manifestation. Son budget prévisionnel, qui était de 625.000€, devrait être ramené autour de 400.000€, charges salariales incompressibles comprises.

Activités pour les jeunes au plus près des quartiers

Le contexte d'aggravation brutale des inégalités sociales, des discriminations, la fermeture de la plupart des espaces récréatifs habituels, l'impossibilité de partir en vacances, de rentrer « au pays » pour certains, de s'évader, tout simplement... sont source de grande inquiétude pour la jeunesse et laisse craindre de possibles explosions sociales.

Les acteurs – villes, associations sportives ou culturelles, l'aide sociale à l'enfance – travaillent pour la plupart à développer ou adapter un programme d'action pour pallier à cette situation et offrir aux habitant.e.s et aux enfants de la Seine-Saint-Denis des temps de loisirs et de respiration.

Dans ces conditions, Seine-Saint-Denis Tourisme doit être en mesure de développer une offre destinée aussi à un public résident hors des zones d'attraction des canaux de Paris.

En se rapprochant des communes pour les accompagner dans leur programme d'animation, en enrichissant leur offre de projets d'évasion compatibles avec les contraintes sanitaires, en favorisant la mise en place d'animations faisant usage de l'eau – car il faut se préparer à ce que l'été connaisse à nouveau des épisodes caniculaires.

- Une offre gratuite de micro-aventures, pouvant se pratiquer seul.e, ou en petits groupes avec des temps d'animation, pourrait être imaginée ;

- Des animations itinérantes autour de jeux d'eau devraient pouvoir être proposées aux villes ou aux bailleurs sociaux, avec des coûts pouvant être mutualisés ;
- Des quartiers pourraient se mobiliser autour de projets de construction de bateaux, ou *a minima* de proues de navires, en préfiguration de participations populaires au projet *Odyssée* qui devrait connaître sa première édition fin septembre ;
- Les ateliers prévus avec des associations relevant de l'économie sociale et solidaire dans le cadre de l'Été du canal devraient pouvoir être répliqués dans d'autres villes et quartiers du département

Si des financements dédiés doivent être recherchés pour financer cette nouvelle ligne d'activités, une enveloppe budgétaire doit être isolée à cette fin, non prévue au budget prévisionnel adopté par notre Conseil d'Administration le 2 mars dernier.

Accompagnement des professionnels

Outre le travail d'adaptation de l'offre d'#ExploreParis, conduit avec les porteurs de projets qui forment l'ossature des balades urbaines et visites commercialisées dans ce cadre, et les contacts maintenus avec les partenaires de *L'Été du canal*, c'est l'ensemble des acteurs du tourisme qui a été atteint et nécessite un accompagnement spécifique.

- Les acteurs culturels sont, comme l'ensemble du secteur, particulièrement impactés par cette crise. Pendant le confinement des newsletters régulières ont informé le grand public des initiatives mises en place par les partenaires. Il est fort probable que la très grande majorité des lieux ne rouvrira qu'en septembre, si la situation le permet. Pour accompagner cette reprise, les outils de promotion de Seine-Saint-Denis Tourisme seront largement mobilisés : bandeaux publicitaires gratuits sur le site tourisme93.com ; reprise de la diffusion des brochures culturelles dans le réseau FBS présent dans les lieux de culture, bibliothèques et médiathèques du département ; mise en avant de la programmation culturelle sur le site Internet et les réseaux sociaux, relais dans la newsletter culturelle hebdomadaire envoyée à 40 000 contacts. Cette promotion de l'offre s'accompagnera d'une réorganisation de la politique éditoriale de Seine-Saint-Denis Tourisme.

Depuis un peu plus de deux ans, Seine-Saint-Denis Tourisme organise des rencontres-formations avec les acteurs culturels afin de favoriser les bonnes pratiques dans un domaine particulier et de favoriser les échanges entre les structures culturelles. La dernière réunion a eu lieu en janvier à la MC93 et portait sur la communication numérique. Elle a rencontré un vif succès et son sujet était particulièrement en adéquation avec les besoins qui se sont fait ressentir pendant la crise. La seconde partie de cette réunion aura lieu en juin 2020 par visioconférence pour aider plus encore les communicants de la culture à optimiser ou développer des outils plus importants que jamais.

- L'accompagnement des hôtels : un travail de structuration d'un club hôtelier était en cours avant la crise sanitaire. Le secteur hôtelier étant à l'arrêt, ce travail ne pourra reprendre avant plusieurs semaines ou mois. Un travail de recensement de leurs besoins, de leurs disponibilités pour l'accueil des soignants ou des malades est toujours en cours, ceci afin de coller au plus près de leurs préoccupations pour relancer un secteur très affaibli. Il nous paraît essentiel d'organiser ces moments de réflexion collectif pour accélérer les modalités de la reprise et mettre à distance le risque d'isolement des hôteliers, chacun cherchant à retrouver seul, et donc de façon moins efficace, une activité d'un volume équivalent à l'avant crise.
- L'accompagnement des professionnels de l'évènementiel : Les lieux de réunions et d'évènements sont, là aussi, à l'arrêt sans horizon clair de reprise. Leur réouverture sera conditionnée à des limitations strictes liées au besoin de distanciation sociale. Un travail de coordination et d'échanges entre les acteurs est mené pour aider ces acteurs à penser une reprise progressive et contrainte. Les fiches internet d'un grand nombre de partenaires sont en cours d'évolution, des articles thématiques ont d'ores

et déjà été rédigés pour mettre en avant différents lieux en fonction de leur typologie, et le travail avec la presse événementielle sera renforcé pour augmenter leur visibilité le moment venu. Une série d'éductours était en cours avant son interruption pour confinement. Si possible, cette saison sera poursuivie en respectant scrupuleusement les règles sanitaires, une des conséquences sera l'abaissement du nombre de prospects présents.

- L'accompagnement des lieux de tourisme d'agrément : De la même façon que les acteurs de la culture, les conditions de la reprise ne sont pas entièrement connues. Le calendrier de promotion a été fortement impacté par le report des salons et workshops. A l'heure actuelle, peu d'entre eux ont été annulés et le calendrier de rentrée se charge d'évènements reportés. Nous avons décidé de renoncer à notre participation à des actions d'envergure internationale, notamment le *City Fair*, lequel tente de se réinventer sous forme d'un salon numérique.

Nous privilégierons les actions de proximité avec un public de CSE franciliens en petit nombre pour faire redécouvrir une offre qui sera, à n'en pas douter, une alternative nécessaire pour leurs salarié.e.s. La mise en place de ces journées de découverte sera conditionnée par la réouverture des lieux et des possibilités dans le contexte de crise.

Des newsletters et un travail sur le site Internet seront mis en œuvre pour accélérer la communication autour des ouvertures et des protocoles à respecter.

La présidente invite ensuite **Mme PERROT**, trésorière, à compléter son exposé par la présentation de l'impact de la crise sanitaire et de la reconfiguration de nos activités sur le budget prévisionnel 2020

Mme PERROT expose :

Dès la mi-mars, au vu des premiers décrets parus au sujet des événements estivaux, dans la perspective d'une probable annulation de *l'Eté du canal*, notre premier enjeu a été de prendre des dispositions destinées à sauvegarder notre capacité à assurer la paie des salarié.e.s et à couvrir les dépenses incompressibles liées au fonctionnement de l'association sur l'année.

En effet, la construction budgétaire 2020 de Seine-Saint-Denis Tourisme, que le Conseil d'Administration a approuvé le 2 mars dernier, prévoit qu'une part significative de la masse salariale, à hauteur de 210.000€, résulte d'une marge tirée de l'activité de *l'Eté du Canal*.

Recourir au dispositif d'activité partielle sur la période du 17 mars au 31 mai a permis, tout en maintenant aux salarié.e.s leur rémunération, de générer une économie de près de 110.000€ (prise en charge des salaires nets et économie des charges sociales afférentes).

Au regard de la situation sanitaire et de nos obligations sociales, si l'annulation pure et simple de *l'Eté du canal* n'est plus aujourd'hui le scénario privilégié, elle demeure une éventualité soumise aux aléas épidémiologiques, et nous avons l'obligation de la prendre en compte. Dans cette hypothèse, il faudrait non seulement se préparer à perdre les subventions de la Ville de Paris (49.000€) et de la Région Ile-de-France (70.000€), mais également de la plupart des sponsors, parrains et mécènes de la manifestation. Continuer à porter une édition réduite mais maintenue, reconfigurée dans ses formes mais fidèle à son esprit, permet donc non seulement de produire de l'activité au service des habitant.e.s de notre département, mais de conserver, au moins partiellement, les financements publics et privés qui ont déjà été conclus.

La projection budgétaire établie à date, à partir de la reconfiguration proposée pour l'Eté du canal, nous permet de maintenir une marge de 170.000€ :

- 100.000€ seraient dévolus à couvrir les salaires et les frais de structures,

- 20.000€ constitueraient une marge de manœuvre sur les activités de *l'Eté du Canal*, ce qui est peu au regard de l'ampleur des incertitudes à cette heure,
- enfin 50.000€ peuvent être consacrés aux actions nouvelles à développer dans les quartiers en réponse à la crise sociale.

Pour le reste de l'activité de Seine-Saint-Denis Tourisme, à l'impact de la baisse du chiffre d'affaire de l'activité de commercialisation sur le budget, qui demeure limité car les marges restent faibles, tant sur la partie groupe que sur la partie individuel, s'ajoutent d'autres diminutions de ressources, elles aussi modérées – comme les revenus publicitaires (Google, Booking, etc...) et la refacturation France Brochure pour la promotion de la vie culturelle – ou plus significatives comme l'organisation d'educteurs pour les professionnels de l'événementiel. Il en résultera un fort ralentissement de l'activité *promotion* notamment avec l'annulation de participations à des salons professionnels.

Budgétairement, l'année 2020 s'annonce compliquée et incertaine. D'après nos prévisions nous devrions terminer l'exercice à l'équilibre, mais sur un budget bien moindre que nos projections initiales.

M. VASSALLO évoque d'abord la situation des professionnels du tourisme et explique que les constats qui sont faits à Plaine Commune sont similaires à ceux qui sont faits à l'échelle du département. Il aborde ensuite les incertitudes qui règnent sur les conditions dans lesquelles le second tour des élections municipales sera organisé, et l'interférence qui pourra en résulter avec l'organisation des activités estivales. Il fait part, enfin, de ses réflexions sur l'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques Paris 2024, pour lesquels il perçoit une remise en cause par la population de la course au gigantisme, dont il faudra tenir compte.

M. MOUFFLET s'enquière de savoir si l'association s'est tournée vers d'autres aides prévues dans le cadre de la loi d'urgence sanitaire, comme par exemple les prêts garantis par l'Etat.

M. PARISOT se félicite des animations de proximité, telles qu'elles sont prévues, et qu'il qualifie de « très belles hypothèses ». Il estime inconcevable qu'il puisse ne rien se passer cet été. Concernant la situation en trésorerie de l'association, il s'engage à tout mettre en œuvre pour que le Département s'acquitte avant l'été d'un second acompte de 30 à 35% du montant de la subvention départementale annuelle.

Mme DELLAC informe le Conseil d'administration qu'elle est entrée en contact avec la préfète à l'égalité des chances et estime que des fondations à vocation sociale pourraient être sollicitées. Pour la mise en œuvre des animations de proximité, elle entend s'adresser aux structures du champ social et de l'éducation populaire, comme le SPF ou les Céméa.

M. BLUM informe le conseil des dispositions envisagées par la Région dans le cadre de son plan de relance. Le public francilien sera prioritaire cet été, avant que ne soient ciblées les clientèles françaises puis étrangères. Les axes tels que tourisme-nature, ou tourisme-insolite, permettront de valoriser l'offre touristique de la Seine-Saint-Denis.

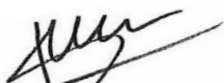
Il insiste sur l'importance qu'il y aura à rassurer, et présente le projet de charte régionale de sécurité sanitaire.

Il souhaite que la relance soit l'occasion de réinterroger la question de l'organisation du tourisme en Ile-de-France, dans l'optique à la fois de préserver les 600.000 emplois qui en dépendent et de mieux diffuser les flux à l'avenir. Il précise qu'au début de l'été, la Région va entamer le travail d'élaboration de son nouveau schéma de développement touristique.

Après en avoir délibéré, le Conseil d'administration APPROUVE l'ajustement proposé du budget prévisionnel 2020, dont il sera tenu compte lors de la présentation qui en sera faite, pour information, à l'Assemblée générale.

En absence de question diverse, **Mme DELLAC** lève la séance.

La Présidente,



Dominique DELLAC
Conseillère départementale
de la Seine-Saint-Denis



ANNEXE

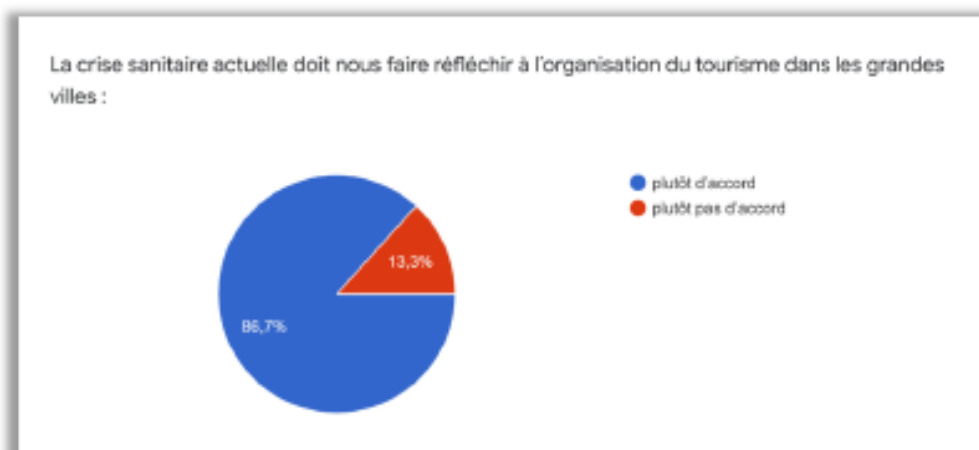
PRINCIPAUX RESULTATS DE L'ENQUETE REALISEE AUPRES DES USAGERS D'EXPLORE PARIS

I/ Projets touristiques et de loisirs au sortir du confinement

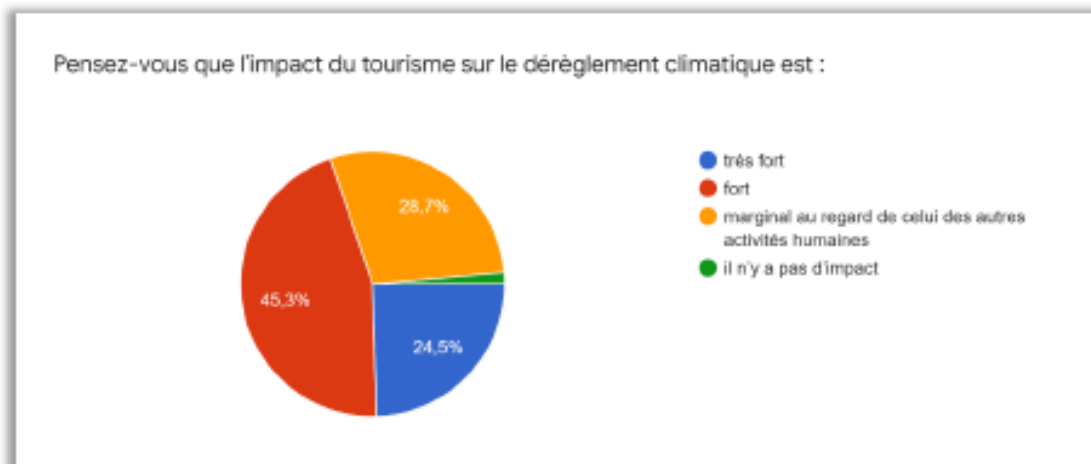
« Au sortir de la crise sanitaire, et dès lors que les mesures de confinement seront levées », 43% des répondant-e-s indiquent qu'il-elle-s « resteront prudent-e-s tant que toutes les mesures de distanciation sociale n'auront pas été levées », tandis que 37% souhaitent pouvoir « reprendre leur rythme de sorties habituel » et que 16% anticipent même « avoir besoin de multiplier les sorties culturelles et de loisirs ». Il est à noter que seul-e-s 4% estiment qu'il-elle-s auront « envie de faire un grand voyage », alors qu'il-elle-s sont 66% à voyager habituellement à l'étranger une ou plusieurs fois par an.



A la question de savoir si « la crise sanitaire actuelle doit faire réfléchir » à la façon dont le tourisme est organisé, notamment « dans les grandes villes », il-elle-s sont une très large majorité (87%) à répondre par l'affirmative.

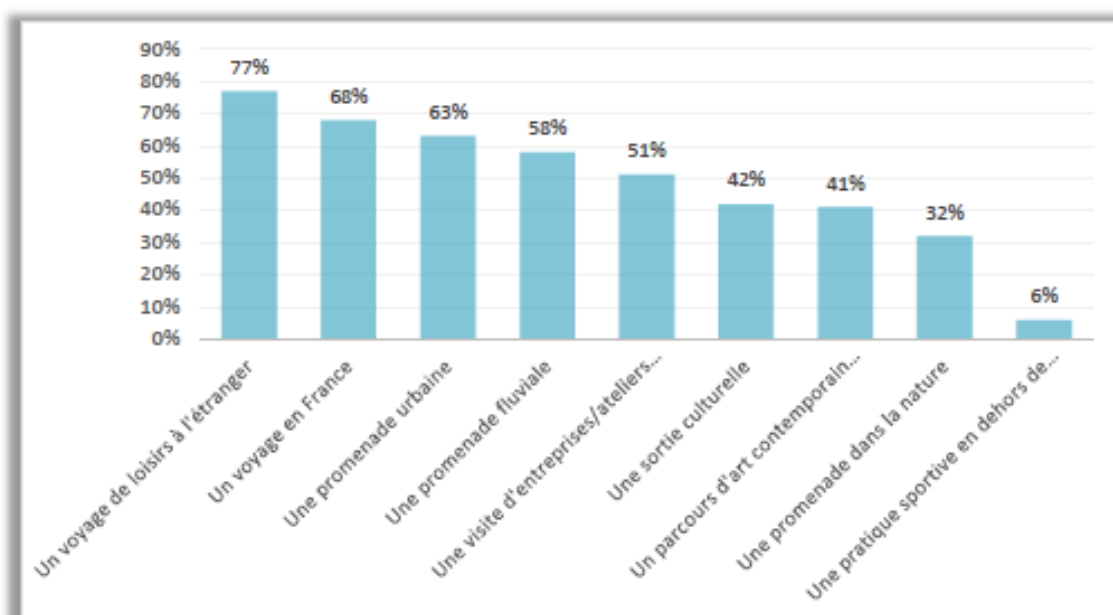


Et ce, d'autant que « l'impact du tourisme sur le dérèglement climatique » est jugé fort à très fort par 70% des répondant-e-s.



II/ Tourisme et proximité

Si, sans surprise, les répondant-e-s font entrer *les voyages de loisirs à l'étranger* (77%) et *les voyages en France* (66%) dans le champ du tourisme, il est significatif de noter que les personnes interrogées y placent également, pour la majorité d'entre elles, les *promenades urbaines* (63%), les *promenades fluviales* (58%), et les *visites d'entreprises* (51%). Quoique minoritaire, une proportion significative de répondant-e-s place également les *sorties culturelles* (42%), les *parcours urbains d'art contemporain et de street-art* (41%) et même les *promenades dans la nature* (32%) au rang d'activité touristique.



Il est à noter, parce que c'est une surprise, que *la distance par rapport à son lieu de domicile, ou même le fait de passer au moins une nuit en dehors de chez soi, ne constituent pas des critères pour juger du caractère touristique d'une activité ou du sentiment d'être en vacances.*

Ainsi, 65% des répondant-e-s sont en désaccord avec l'affirmation selon laquelle « *si je ne passe pas une nuit en dehors de chez moi, je n'ai pas l'impression de faire du tourisme* », et 74% avec celle selon laquelle « *si je ne voyage pas loin de chez moi, je n'ai pas l'impression d'être en vacances* ».



Ce sentiment de faire du tourisme même près de chez soi, ou même dans le cadre d'une « excursion »⁴, n'est pas le fait d'un public qui n'aurait pas, par ailleurs, le goût du voyage, puisque parallèlement, 87% des répondant-e-s estiment que « *les voyages à l'étranger sont essentiels pour s'ouvrir sur le monde* ».



⁴ Les définitions officielles de l'Organisation Mondiale du Tourisme différencient *le tourisme* (qui comprend au moins une nuitée en dehors de chez soi) et *l'excursion* (qui ne comprend pas de nuitée)

III/ Tourisme et Grand Paris

L'enseignement le plus spectaculaire de cette enquête est que le tourisme à Paris se vit à l'échelle du grand Paris.

A cet égard, il n'est pas anodin que l'affirmation qui recueille l'assentiment le plus élevé, quasi unanime (99%), est celle selon laquelle « *le périphérique ne doit pas être une barrière pour découvrir les richesses patrimoniales de la Région parisienne* ».



Ce résultat est d'autant plus significatif, que les répondant-e-s à notre enquête se répartissent de manière équilibrée entre habitant-e-s de Paris intra-muros (26% des répondant-e-s), habitant-e-s des départements de la petite couronne (53%), habitant-e-s de grande couronne (13%), les touristes français.e-s ou étranger.e-s en constituant une part plus marginale (8%).

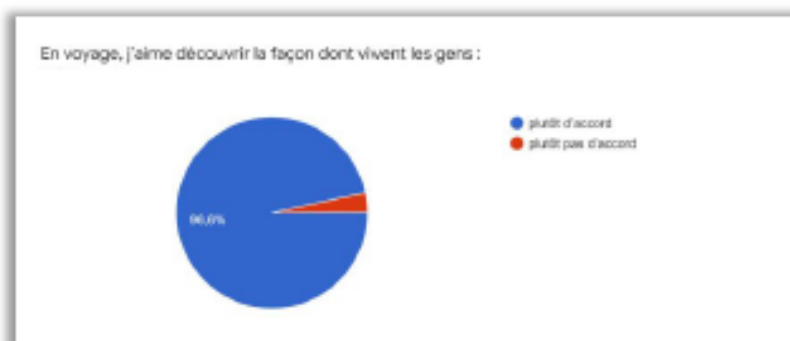
Les répondant-e-s sont convaincus à 87% qu'il y a près de chez eux « *de nombreux sites d'intérêt touristique qu'il-elle-s ne connaissent pas* » et sont par ailleurs enclin-e-s, pour 88%, à privilégier pour leurs loisirs les lieux où il y a peu de touristes.



Il est à noter que, bien que très majoritairement francilien-ne-s, les répondant-e-s ne formulent pas cette observation uniquement pour eux-elles-mêmes, mais considèrent au contraire à 92% qu'il est

important de « *mieux faire connaître aux touristes étranger-e-s ce qu'il y a à voir en dehors du centre de Paris* ».

En écho, il-elle-s sont également unanimes (97%), à déclarer lorsqu'il-elle-s voyagent « *aimer découvrir la façon dont vivent les gens* ».

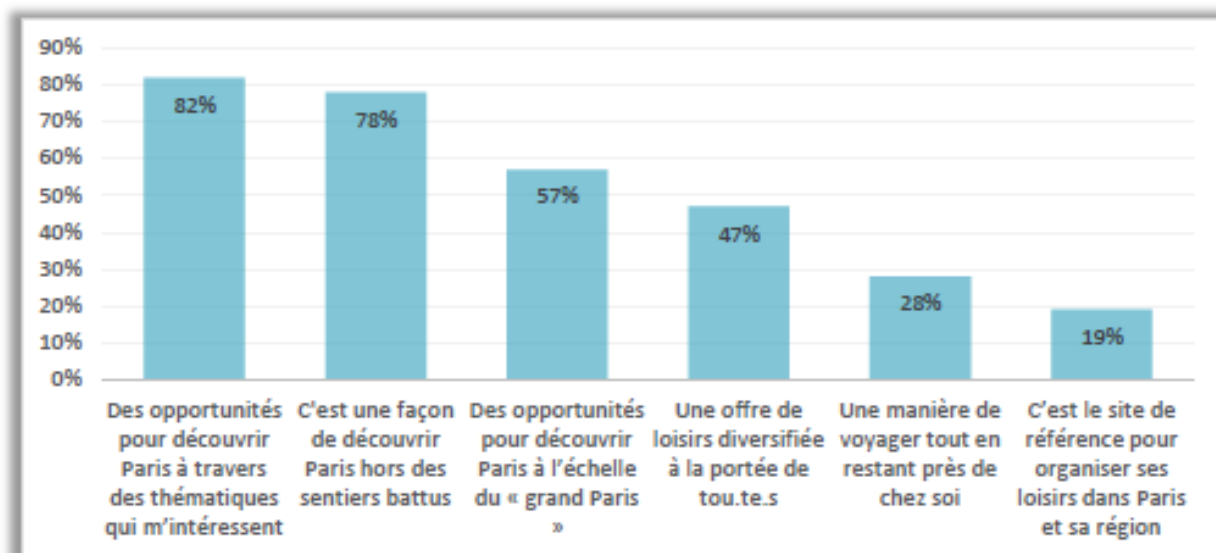


Autant de résultats qui expriment les attentes autour d'un tourisme profondément renouvelé – authentique, humain, accessible – et néanmoins de qualité. On peut y lire une invitation, pour les professionnels du tourisme à Paris et dans sa région, à donner plus de place au Paris *insolite*, plus loin de l'hyper-centre touristique classique, et à en promouvoir partout les expressions, y compris auprès d'une clientèle internationale.

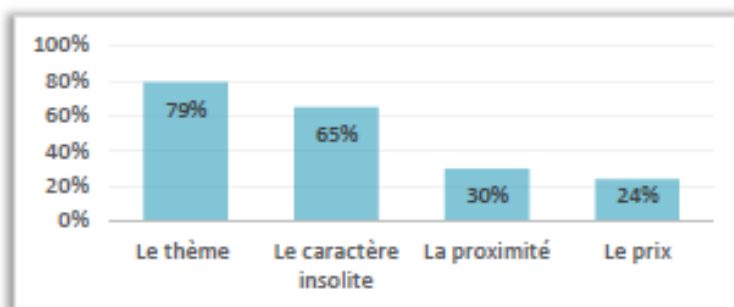
IV/ Tourisme et #ExploreParis

Pour finir, des questions portaient sur le contenu de l'offre de la plateforme #ExploreParis.

D'abord reconnue pour présenter « des opportunités pour découvrir Paris à travers des thématiques variées » (82%), ou comme manière de « découvrir Paris hors des sentiers battus » (78%), elle est largement associée à « la découverte de Paris à l'échelle du "grand Paris" » (57%)



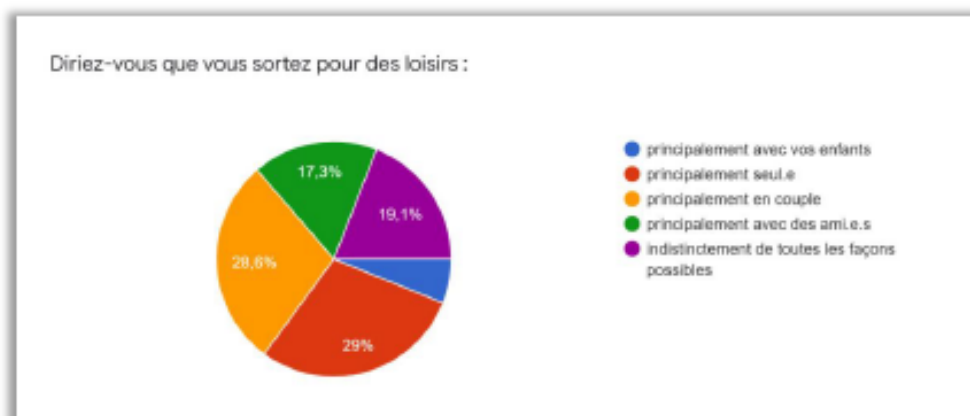
On y apprend aussi que parmi les critères les plus prescripteurs pour l'inscription à une visite, se trouvent l'intérêt de son thème (79%) puis son caractère insolite (65%). La proximité (30%) et le prix (24%)⁵ apparaissent comme des critères secondaires pour les répondant-e-s. Il ne s'agit donc pas d'un tourisme bas de gamme, ou simplement en bas de chez soi, mais bien d'un tourisme de découverte pour lequel on est prêt à traverser Paris et sa région.



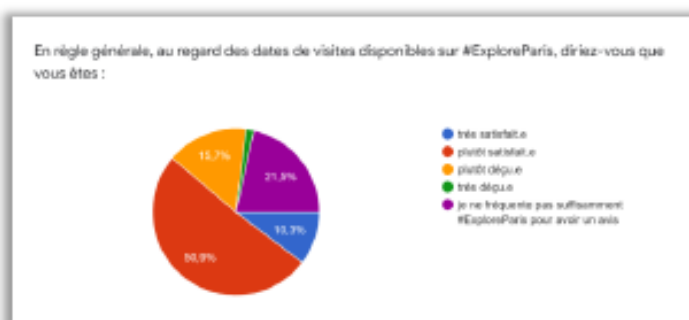
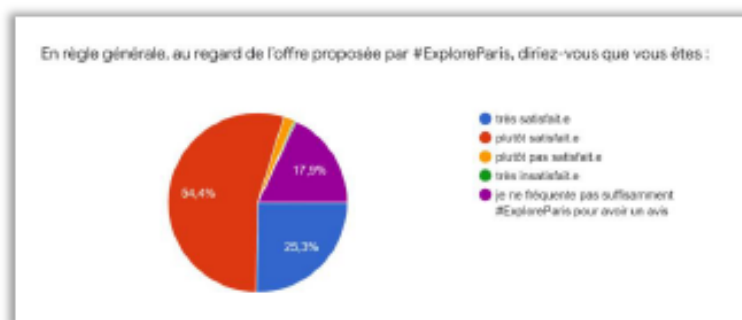
Une autre question nous apprend que pour traverser Paris et sa région, le moyen privilégié est sans conteste les transports en commun tous modes (65%, dont 9% exclusivement le métro). Seul-e-s 17% utilisent leur véhicule pour ce type de sorties.

⁵ les prix proposés dans #ExploreParis sont relativement peu élevés et, les répondant-e-s estiment l'offre « au juste prix » (à 76%) ou « peu chère » (à 9%)

Il est intéressant également de constater que ce type de tourisme *grand parisien* intéresse tous les publics, équitablement répartis dans à peu près toutes les catégories ou configurations : 29% s'y inscrivent *seul-e-s*, 29% *en couple*, 17% *avec des ami-e-s*, 6% *avec des enfants*, tandis que les autres répondant-e-s (19%) disent mixer *indistinctement toutes les façons possibles*.



Si l'offre d'ExploreParis suscite une satisfaction unanime (97% des répondant-e-s qui disent « *fréquenter suffisamment la plateforme pour avoir un avis* », dont 30% de très satisfait-e-s), la satisfaction est moindre quant aux dates proposées ou disponibles (78% de ceux.elles qui ont un avis, parmi lesquel-le-s 13% de très satisfait-e-s), avec 22% d'utilisateur-trice-s ayant un avis qui se disent déçu-e-s ou très déçu-e-s sur ce point. Il convient de noter sur ce dernier point que les partenaires d'ExploreParis peinent parfois à proposer de nombreuses dates pour une visite et certaines des visites proposées revêtent, par leur nature même, un caractère exceptionnel (visites d'entreprises, ouverture de lieux insolites non ouverts généralement au grand public...).



La juxtaposition de ces résultats souligne l'absolue nécessité qu'il y a à soutenir non seulement le développement et la promotion des formes touristiques expérientielles, à la rencontre des gens qui vivent et travaillent sur les territoires mais aussi les acteurs qui les portent dans #ExploreParis et qui sont pour beaucoup encore éloignés du monde du tourisme. On le voit, ces formes de tourisme répondent fortement aux attentes des visiteurs et ce, particulièrement dans la période post-crise sanitaire.