

**Procès-verbal de la réunion du Conseil d'Administration
10 septembre 2020**

- **Présent.e.s :** Mme DELLAC, Mme BITON (représentant M. JOACHIM), Mme CHARBONNIER (représentant Mme ROBERT-HAUGLUSTAINÉ), M. FELLMANN (représentant M. DESLOQUES), Mme EHNY, M. GOMEZ, M. MOUFFLET, M. PARISOT (représentant Mme GROSBOIS), Mme PAUL-BERNARD, Mme PLANTE (représentant Mme DEVEAU), Mme SCOTTO (représentant M. DUBRAC),
- **Pouvoirs :** Mme ARRIEU (à M. GOMEZ), M. AUGER (à Mme GROSBOIS), M. JEUNEMAÎTRE (à M. DUBRAC), M. MOLIN (à Mme DELLAC), Mme PERROT (à Mme DELLAC), Mme VIALARD (à Mme DELLAC)
- **Excusé.e.s :** M. BATAILLY, Mme BOURREAU, M. BLUTEAU, Mme CONSTANT-ACOCA, M. DUBRAC, Mme EHNY, Mme SAID-ANZUM
- **Invités :** M. MEIER, directeur, M. BRION, responsable administratif et financier

Mme DELLAC, présidente, ouvre la séance et en rappelle l'ordre du jour :

- I - CONVOCATION DE L'ASSEMBLEE GENERALE ORDINAIRE
- II – APPROBATION DES DEMANDES D'ADHESION A SEINE-SAINT-DENIS TOURISME
- III – BILAN D'ACTIVITE 2019 ET PERSPECTIVES D'ACTION 2020
- IV - ARRETE DES COMPTES DE L'EXERCICE 2019
- V - QUESTIONS DIVERSES

La présidente rappelle qu'à l'issue de la réunion, les participant.e.s auront la possibilité d'assister à une des représentations du concert flottant organisé en partenariat avec Alios et l'Académie des Jeunes talents de l'Académie Philippe Jaroussky.

I - CONVOCATION DE L'ASSEMBLEE GENERALE ORDINAIRE

Mme DELLAC expose :

L'article 14 des statuts adoptés le 24 juin 2019, prévoit que l'Assemblée générale se réunit une fois par an, et qu'elle est convoquée par le conseil d'administration qui en détermine l'ordre du jour.

Il prévoit également que l'Assemblée générale élit les membres du Conseil d'administration, entend les rapports d'activité et financier de l'année écoulée et les approuve.

L'assemblée générale doit enfin être informée du programme d'activités et du projet de budget de l'année en cours.

Au terme de l'article 14 des statuts de Seine-Saint-Denis Tourisme, Mme DELLAC propose ainsi au Conseil d'administration :

1/ de convoquer l'Assemblée générale de Seine-Saint-Denis Tourisme le jeudi 24 septembre 2020, à 17h30, à La Marbrerie de Montreuil.

2/ d'établir pour ladite Assemblée générale l'ordre du jour suivant :

- I – BILAN D'ACTIVITE 2019 ET PERSPECTIVES D'ACTION POUR 2020
- II – APPROBATION DES COMPTES DE L'EXERCICE 2019

III – INFORMATION SUR LE BUDGET DE L'EXERCICE 2020
IV – ELECTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION
V – QUESTIONS DIVERSES

Le secteur du tourisme étant lourdement et durablement impacté par la crise sanitaire liée à la pandémie de Covid-19, **Mme DELLAC** propose que l'Assemblée générale soit précédée d'une réunion publique ouverte à l'ensemble des acteurs du tourisme, sur le thème : « Le tourisme urbain face à la crise sanitaire : Survivre, se réinventer, rebondir ».

Après en avoir délibéré, le Conseil d'administration CONVOQUE l'Assemblée Générale dans les conditions et avec l'ordre du jour proposé.

II – APPROBATION DES MEMBRES

Mme DELLAC expose :

Aux termes des statuts de Seine-Saint-Denis Tourisme adoptés le 24 juin 2019, sont membres de droit de l'association :

- Le Président du Conseil départemental de la Seine-Saint-Denis
- Deux Vice-Présidents du Conseil départemental de la Seine-Saint-Denis ou conseillers départementaux délégués désignés par son Président
- Quatre représentants du Conseil départemental de la Seine-Saint-Denis
- Le Président du Comité régional du tourisme Paris-Ile-de-France ou son représentant
- Un représentant de la Chambre de commerce et d'industrie Seine-Saint-Denis
- Un représentant de la Chambre de métiers et de l'artisanat de la Seine-Saint-Denis
- Un représentant des offices de tourisme et syndicats d'initiative dotés de la personnalité morale en Seine-Saint-Denis et un représentant de leur union départementale

Lors de ses réunions du 27 novembre 2019 et du 2 mars 2020, le Conseil d'Administration a procédé à l'approbation des demandes d'adhésion suivantes à Seine-Saint-Denis Tourisme :

Pour les Collectivités :

- **La Ville du Raincy**
- **La Ville de Tremblay-en-France**
- **La Ville de Livry-Gargan**
- **Plaine Commune**

Pour les Organismes de formation :

- **L'ENS Louis Lumière**
- **L'Institut National du Patrimoine**
- **L'Université Sorbonne Paris-Nord (ex-Paris 13)**

Pour les Grands équipements culturels :

- **Le Musée de l'air et de l'espace**
- **Le Stade de France**
- **Le Centre des Monuments Nationaux**
- **Le Parc de La Villette**

Pour les Entreprises :

- **La RATP**
- **Aéroports de Paris**
- **Air-France**

Pour le Secteur de l'hôtellerie :

- **Le Novotel Paris Est**
- **La Maison Montreau**

Pour les Associations :

- **Le Comité Départemental Olympique et Sportif Français 93**
- **La Fédération Nationale de Randonnée Pédestre 93**
- **Empartance IDF**

Depuis la dernière réunion du Conseil d'Administration, les demandes d'adhésion suivantes nous sont parvenues :

Pour les Collectivités :

- **Est-Ensemble** (demande soumise à délibération des instances territoriales, incluse dans le projet de convention Est-ensemble/Seine-Saint-Denis Tourisme)
- **La Ville de l'Île-Saint-Denis**

Pour les Associations :

- **Anardana**

- **L'Echappée Belle**

Pour les Entreprises :

- **Paris Canal**
- **Canauxrama**

Mme PLANTE fait part de la candidature de la Ville de Bobigny, qu'elle représente pour cette réunion, à demeurer membre de Seine-Saint-Denis Tourisme.

Après en avoir délibéré, le Conseil d'administration APPROUVE l'ensemble des adhésions demandées.

III – BILAN D'ACTIVITE 2019 ET PERSPECTIVES D'ACTION 2020

M. MEIER, directeur, expose :

La prochaine assemblée générale sera appelée à se prononcer sur le bilan d'activité 2019 et les perspectives d'action pour 2020 dont les points saillants sont soumis au Conseil d'administration.

1 – Les principales actions de promotion et de développement touristique

En matière de promotion touristique, l'année 2019 a été consacrée, pour l'essentiel, à des actions au long cours conduites avec les principaux acteurs du tourisme du territoire qui les cofinancent.

Sous forme d'éductours, de workshops, d'initiatives liées à de grandes expositions ou de démarchages ou de salons, ces actions visent à mieux faire connaître l'offre du territoire auprès des organisateurs de voyages et de sorties de groupes (autocaristes, associations de loisirs, CSE – ex-comités d'entreprise, tour-opérateurs, etc.), des organisateurs d'événements et du grand public. Ces opérations sont principalement conduites à l'échelle régionale et nationale et sur les marchés proches (Grande-Bretagne et Belgique).

Promotion des lieux de tourisme d'agrément

Salons & workshops :

En 2019, l'action du CDT en matière de tourisme d'agrément a été marquée par une forte présence sur les salons et workshops à destination des CSE. Sous l'appellation du *Nord-Est Parisien*, Seine-Saint-Denis Tourisme, accompagné de plusieurs partenaires, a participé à deux éditions du salon *Elucéo* à Lille et à Paris, touchant ainsi près de 200 CSE qualifiés. La mutualisation de cette présence a permis à de nombreux partenaires de toucher cette cible prescriptrice dont : le Musée de l'Air et de l'Espace, le Parc de La Villette, la Philharmonie de Paris, la Cité des sciences et de l'industrie, la *Sand Fabrik*, Blast, Karting 93 et le *Son et lumière* de Montfermeil. Seine-Saint-Denis Tourisme a aussi confirmé sa présence sur les workshops de l'Atrium culturel, le Forum des loisirs culturels et le workshop *Wonderbox* organisé au Musée de l'Air et de l'Espace. Seine-Saint-Denis Tourisme a aussi profité de l'exposition événement Toutankhamon – record d'entrées toutes expositions confondues en France – pour inviter près d'une centaine de CSE à une visite en avant-première afin de leur faire (re)découvrir l'offre touristique et culturelle de la Seine-Saint-Denis.

Cibles internationales :

A destination des cibles internationales, Seine-Saint-Denis Tourisme a participé aux *Rendez-vous France 2019* (Marseille) par l'organisation d'un pré-tour mettant en avant les sites majeurs de Plaine Commune – les Puces de Paris Saint-Ouen, la Basilique de Saint-Denis et le Stade de France – et par sa présence sur deux stands à Marseille : l'un pour valoriser l'offre touristique du nord-est parisien, l'autre pour mettre en avant l'offre de visites et balades d'Explore Paris avec les partenaires du Contrat de Destination *Paris, ville augmentée*. En juin, Seine-Saint-Denis Tourisme a renouvelé sa présence sur le salon *City Fair* à Londres, avec le CRT, pour toucher les tour-opérateurs européens. Enfin un démarchage auprès des autocaristes belges a permis de toucher une quinzaine d'entre eux particulièrement intéressés par ce marché de proximité.

Promotion print & numérique :

Le *manuel des ventes*, outil papier de promotion de l'offre, arrive à épuisement. Il a été convenu en 2020 de produire un nouveau document sous forme d'une carte du territoire mettant en avant les principaux lieux touristiques et culturels du Nord-Est Parisien.

En terme de promotion numérique, le site Internet Tourisme 93 et des newsletters ciblées accompagnent l'actualité événementielle des sites du territoire et relais les ouvertures de nouveaux lieux.

Promotion de l'offre culturelle

Dans le domaine de la culture Seine-Saint-Denis Tourisme a accru ses efforts en amplifiant la fréquence de sa newsletter culture et en poursuivant son travail de formation et de mise en réseau de ses partenaires.

Diffusion et promotion numérique :

En 2019, Seine-Saint-Denis Tourisme a poursuivi son activité de diffusion de brochures culturelles avec son partenaire FBS dans 120 lieux de culture du territoire. Le taux de remplissage continue d'augmenter avec une moyenne de 13 annonceurs par mois (contre 12,3 en 2018).

En matière de promotion numérique et en lien avec les autres services de notre ADT, en particulier le service Internet et le service développement, il s'agit de mener à bien un travail de veille sur l'actualité du territoire afin :

- ✓ de créer systématiquement des fiches-événements pour les expositions et les festivals ;
- ✓ d'alimenter de façon hebdomadaire la sélection de sorties culturelles ;
- ✓ de développer, en fonction de l'actualité, des pages dédiées à thèmes récurrents. Par exemple, la création en 2019 d'une page recensant les événements programmés autour de la Journée internationale des droits des femmes, le 8 mars.

L'actualité "culture et loisirs" du Nord-Est Parisien fait l'objet d'une newsletter dédiée, dont le rythme d'envoi est devenu hebdomadaire à partir de septembre 2019. L'habillage de la newsletter a été repensé pour faire écho aux couleurs du logo de Seine-Saint-Denis Tourisme et le rubriquage a été travaillé autour de rendez-vous réguliers : un événement majeur en Une / le festival à ne pas manquer / l'exposition du moment / les visites #ExploreParis / *le bon plan*. Mais aussi, de façon alternée : un *zoom sur* une ville ou un quartier / un classement des sites immanquables (Top 10 des restaurants, églises insolites, etc) / une interview d'un.e acteur.trice du territoire / une photographie remarquable relayée sur notre compte Instagram.

Etant donné le succès de cette newsletter et des pages de type "le top 10 des...", nous allons continuer de produire des contenus originaux pour mettre en avant l'effervescence culturelle du territoire.

Rencontre des acteurs culturels :

Seine-Saint-Denis Tourisme a poursuivi son travail de formation et de mise en réseau des acteurs de la culture par l'organisation, en mars 2019 d'une matinée d'information au Théâtre Paris Villette sur **la location d'espaces dans les lieux culturels** (initiative croisée promotion affaires et promotion culture) : l'occasion de faire se rencontrer des acteurs publics et privés, de poser les bases d'une politique de location d'espaces efficace (définition de l'offre et de la grille tarifaire, organisation interne, etc) et d'échanger sur les pratiques respectives des uns et des autres. Cette initiative a enregistré des retours très positifs des participants qui apprécient toute forme de mise en réseau.

Ce travail sera poursuivi en 2020 sur la thématique de la communication numérique.

Tourisme d'affaire

Tendances Mice & workshop :

En matière de tourisme d'affaires, la deuxième édition de *Tendance Mice*, qui vise à mettre en valeur les lieux d'événements auprès des agences événementielles et des entreprises à l'échelle du Grand Paris, s'est concrétisée par l'organisation de six éductours à l'échelle du Grand Paris. Trois d'entre eux ont eu lieu en Seine-Saint-Denis, amenant 75 professionnels à découvrir 11 lieux du territoire. Le temps fort de clôture, matérialisé par un workshop au *Dock B* à Pantin, a regroupé une quarantaine d'exposants et plus d'une centaine de prospects. En amont de ce salon, la visite de nouveaux sites de loisirs actifs à Pantin – Blast et *Sand Fabrik* – a permis de mettre en avant de jeunes entreprises que Seine-Saint-Denis Tourisme accompagne dans leur ouverture auprès d'un public d'organisateur.s d'événements.

Nous avons également participé au workshop *Paris Est* organisé par le CRT Ile-de-France.

Promotion numérique & print :

Les infrastructures de tourisme d'affaires disposent, sur le site Internet Tourisme 93, d'un bouton *Demande de devis* permettant aux organisateurs d'événements d'envoyer une demande directement aux lieux concernés. 479 demandes sont passées par notre site, soit une hausse de 74% par rapport à 2018.

L'actualité du secteur et les opérations de Seine-Saint-Denis Tourisme sont mises en avant par une newsletter bimensuelle ainsi que sur le profil LinkedIn du *Nord-Est Parisien*.

Pour le print, il a été convenu de remplacer en 2020, le *guide pratique des réunions et événements d'entreprise* par une carte du

territoire valorisant les principaux sites de tourisme d'affaires et mettant en avant leur proximité avec Paris et l'aéroport CDG.

2- les principales actions de développement touristique

Pour ce qui touche au **développement touristique du territoire**, Seine-Saint-Denis Tourisme a continué d'accompagner plusieurs projets qui contribuent au rayonnement touristique du territoire, en relation avec les **collectivités locales et les établissements publics territoriaux** et d'autres acteurs.

Avec Est ensemble, Seine-Saint-Denis Tourisme a poursuivi sa contribution active à la démarche de conception et de préfiguration du **Parc de hauteurs**, par la mise en réseau des parcs et espaces publics situés sur le plateau au niveau des villes de Montreuil, de Bagnolet, de Romainville, des Lilas, de Pantin, mais aussi du 19^{ème} arrondissement de Paris et de Fontenay-Sous-Bois. Seine-Saint-Denis Tourisme a ainsi été, en lien avec le Comité départemental de randonnée pédestre, l'opérateur de la 2^{ème} Grande Rando des Hauteurs qui a réuni plus de 500 marcheurs en septembre 2019. Seine-Saint-Denis Tourisme après avoir été associé à l'élaboration du schéma de développement hôtelier d'Est ensemble, a contribué au travail de réflexion et d'élaboration de son futur schéma de développement touristique, qui devrait être finalisé et adopté dans le courant de l'année 2020.

Seine-Saint-Denis Tourisme a participé toujours activement au comité de pilotage du tourisme de Plaine commune. Il a coopéré avec ce territoire dans de nombreux domaines, en lien étroit avec la mission Tourisme de Plaine Commune et l'Office de tourisme de Plaine Commune Grand Paris. De nombreux sujets ont fait l'objet de ces collaborations et de son travail de développement, qui sont appelés à se poursuivre en 2020 : l'agriculture urbaine, la mise en valeur des voies d'eau (Seine et canal Saint-Denis), le développement de l'association régionale des Cités-Jardins, le street-art.

Il a participé à la valorisation du grand projet de remontage de la flèche de la Basilique de Saint-Denis qui, durant l'été 2019, a ouvert au public ses premiers ateliers consacrés aux métiers traditionnels qui sont au cœur de ce projet, en préfiguration du lancement des travaux de remontage.

Dès l'incendie tragique de Notre-Dame, il a accompagné l'ensemble des acteurs concernés dans la conception et la mise en œuvre de dispositifs permettant à la Basilique de Saint-Denis de renouveler son offre et de recevoir un nouveau public, au même titre que d'autres sites de la destination.

Seine-Saint-Denis Tourisme a continué d'appuyer l'événement annuel des Passeurs de Marne, conduit par les communes de Gournay-sur-Marne, Neuilly-sur-Marne et Noisy-le-grand, qui s'inscrit dans le processus de développement touristique de la Marne conduit par son homologue du Val-de-Marne.

Avec de nombreux acteurs, il a continué à œuvrer à la mise en réseau des lieux de mémoire de la Seconde guerre mondiale, et notamment aux travaux de mise en visite de la gare de Bobigny, qui devraient être débutés en 2020.

A la fin de l'année 2019, le centenaire du Musée de l'air et de l'espace a été marqué par la réouverture de l'aérogare historique, restituée dans sa splendeur Art déco originelle et par l'ouverture à la visite de la tour de contrôle, devait être prolongé par de nombreux autres événements que la crise sanitaire est venue contrarier, mais que Seine-Saint-Denis Tourisme accompagnera le moment venu.

En relations avec des acteurs publics et privés impliqués dans l'aménagement urbain, Seine-Saint-Denis Tourisme a également œuvré autour d'opérations qui comportent des dimensions touristiques, comme sur les anciens sites Christofle, Babcock, ceux du Pont de Bondy, de la Folie, des Halles Pouchard ou de la friche MBK...

Sur le canal de l'Ourcq, Seine-Saint-Denis Tourisme a amplifié ses efforts pour faire avancer, auprès d'Ile-de-France Mobilité, avec le concours des autres acteurs publics et privés concernés, la perspective d'un service de transport public par navettes fluviales qui dispose désormais de la première mouture d'un design d'exploitation. L'ouverture à Romainville, depuis fin 2019, du village de marques *Paddock* et du quartier d'art contemporain qui lui est lié, avec l'ouverture attendue en 2020 de la réserve du FRAC, en renforce la pertinence et l'urgence.

A une échelle métropolitaine, il a poursuivi sa collaboration avec les porteurs de l'ambitieux projet de création du *Sentier métropolitain du Grand Paris*. 2020 devrait voir, au terme d'ateliers de territoires impliquant largement les collectivités locales, l'aboutissement de la validation du tracé de 365 kms, permettant d'engager le travail sur le balisage et la signalétique,

la sensibilisation des habitant.e.s et la signalétique, l'édition cartographique et possiblement son inscription dans l'Olympiade culturelle.

En 2019, Seine-Saint-Denis Tourisme a amplifié ses actions liées à la perspective **des Jeux olympiques et paralympiques de 2024**, notamment avec la poursuite de visites autour des transformations du territoire liées aux Jeux et certains développements de l'Été du canal sur le canal Saint-Denis et la Seine (voir plus loin). En lien avec l'Office de tourisme Plaine Commune Grand Paris et la SOLIDEO, d'une part, et l'EPT Terre d'Envol d'autre part, des formats de visite des chantiers des futurs sites olympiques ont été dessinés pour des visites qui pourraient commencer dès 2020.

Afin de contribuer à la construction d'une participation ambitieuse de la Seine-Saint-Denis et de sa population à l'Olympiade culturelle, dont le lancement a été reporté à l'automne 2021 en raison de la crise sanitaire liée à la Covid-19 et au report des Jeux de Tokyo, Seine-Saint-Denis Tourisme a participé à des concertations et a initié de nombreux échanges avec les collectivités concernées et les acteurs sportifs et culturels intéressés. Le Projet *Odyssée* porté par Petit Bain, qui valorise la place structurante de la voie d'eau dans le projet olympique Paris 2024 et qui comporte des dimensions festives, culturelles et citoyennes mobilisatrices, fera l'objet de trois projets en préfiguration, dès septembre 2020, pour soutenir la perspective de son inscription dans l'olympiade culturelle.

Naturellement, Seine-Saint-Denis Tourisme continuera de prendre part à la dynamique qui s'est affirmée autour de la marque de territoire *In Seine-Saint-Denis* initiée par le Président du Conseil départemental.

3 – Le contrat de Destination Paris, la Ville augmentée et #ExploreParis

Ce contrat de destination conclu entre l'État, l'Office de tourisme et des congrès de Paris, les ADTs des Hauts-de-Seine¹, de la Seine-Saint-Denis et du Val-de-Marne, l'Institut de Recherche et d'Études 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 métropolitaine.

Ce contrat avait été reconduit en juillet 2018 pour trois ans avec, toutefois, un sérieux désengagement financier de l'Etat qui n'apporte plus qu'une contribution de 20 000 € (contre 75 000 € dans la première phase triennale). Il arrive à nouveau à échéance en juin 2021, et une réflexion est engagée entre ses parties sur les conditions de son renouvellement et de son éventuel élargissement.

Au-delà de la nouvelle vision de la destination dans les actions des signataires que cette dynamique commune a permis de promouvoir, un ambitieux programme d'éducteurs destiné à la presse internationale, aux influenceurs et aux professionnels du tourisme a été poursuivi en 2019. Des partenariats ont été noués pour en élargir l'audience, notamment avec la newsletter *MaRatp*, diffusée à 600 000 exemplaires, mais aussi avec des opérateurs permettant d'ouvrir l'offre à une clientèle internationale, notamment avec *Shut up & go!* ou *Open Tour*.

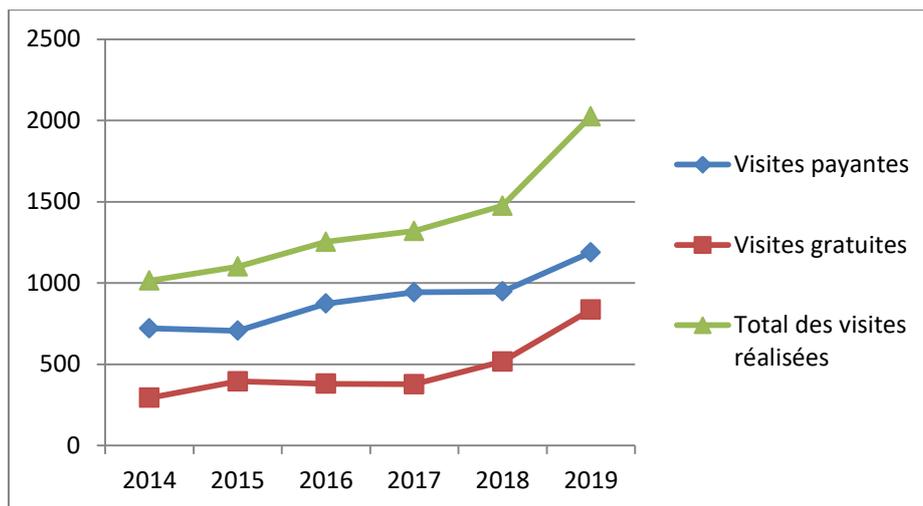
La création de la boutique en ligne *#exploreParis* à l'été 2018 a constitué la pierre angulaire d'un travail en profondeur de structuration et de commercialisation d'une offre alternative construite avec un réseau étendu de porteurs du grand Paris. Elle a donné son plein effet sur l'année 2019, et a contribué à donner une identité de contenu et d'échelle à un tourisme urbain de proximité hors des sentiers battus.

Entre le 1^{er} juin 2018, date de mise en service et le 31 décembre 2019, la plateforme *#ExploreParis* a programmé 5.090 visites, avec 56.700 personnes accueillies, et un chiffre d'affaire de 450.000 €.

Issue de la fusion des boutiques de Seine-Saint-Denis Tourisme et de Val-de-Marne Tourisme et Loisirs, la plateforme a généré en six mois une croissance de 23,5 % des prestations programmées, de 13,2 % du nombre des visiteurs, et de 16% des sessions Internet.

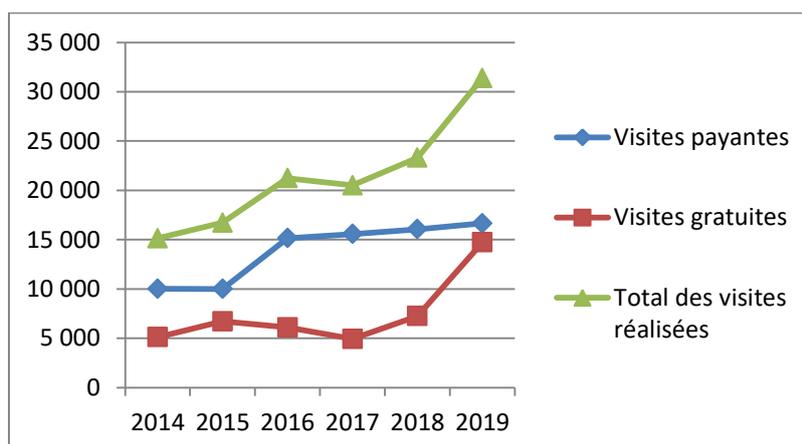
Pour l'année 2019, et pour les seules visites qui relèvent de notre périmètre, 2.453 visites en français ont été programmées (en hausse de 34% par rapport à 2018), soit près de 7 visites par jour en moyenne, et 2025 ont été réalisées (+33%).

¹ Depuis le 1^{er} janvier 2017, les activités de l'ADT 92 sont exercées directement par le Département

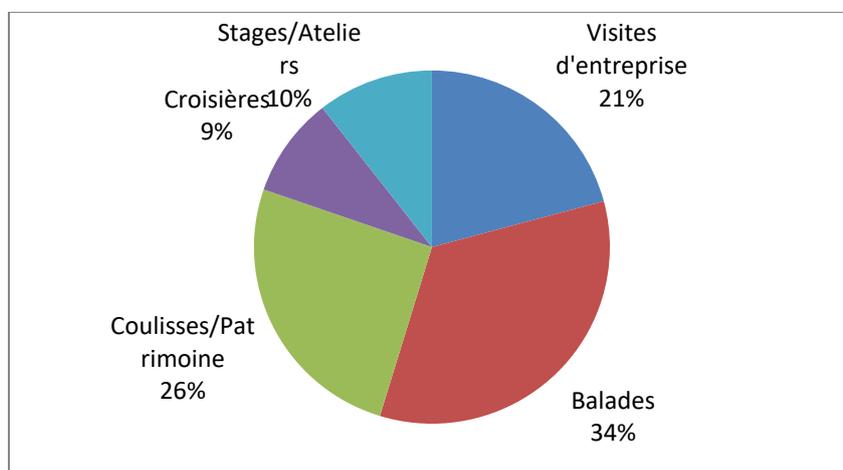


Cette augmentation se fait plutôt au profit de l'offre de visites gratuites (+62%), qui représentent 41% de l'offre, et sont principalement le fait des propositions culturelles gratuites de *l'Été du canal* (plus du tiers des visites gratuites de l'année). Avec 17% d'annulations, dues pour moitié à un empiètement insuffisant, 2019 enregistre un des taux d'annulation les plus bas de ces dernières années.

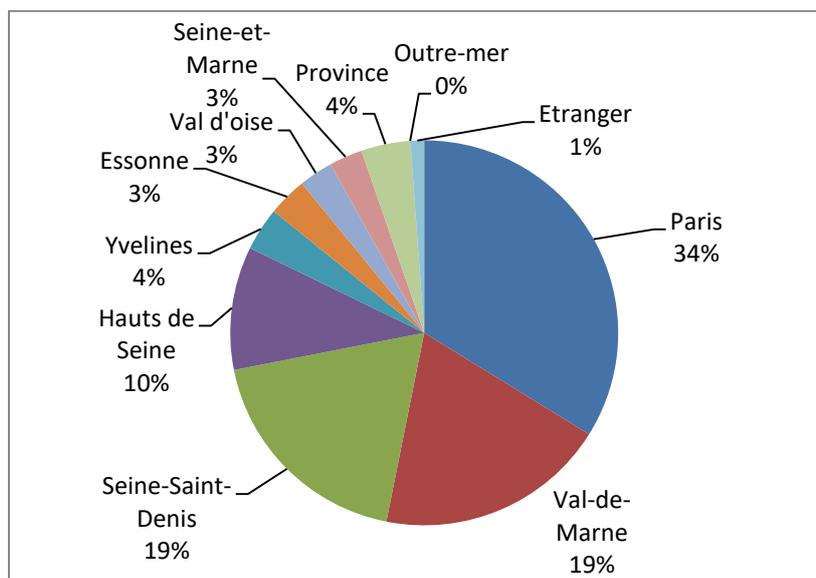
Concernant le nombre de personnes accueillies, pour les visites se situant dans notre seul périmètre, il est en 2019 de 31.381 (en hausse de 35% par rapport à 2018), dont près de la moitié sur les visites gratuites (+ 103%).



Ainsi, chaque jour, une centaine de personnes en moyenne a participé à une visite dans le nord-est parisien, sur l'un ou l'autre des thèmes présentés sur #ExploreParis (découverte de quartiers, savoir-faire, création artistique, gourmandise, croisières, patrimoine).



La création d'une newsletter hebdomadaire s'appuyant sur les fichiers fusionnés des deux ADTs (70 000 prospects et clients) a permis de donner un coup d'accélérateur aux ventes, de croiser les clientèles et de diversifier leur origine géographique.



Toutes les origines géographiques sont en augmentation, avec deux fortes évolutions, pour la 2e année consécutive (effet indéniable d'#ExploreParis) :

- Les touristes étrangers : +150% (à relativiser compte tenu de la faiblesse de départ)
- Le Val de Marne : + 127%

Il est à noter que cette croissance d'activité constitue une locomotive qui profite également aux Sequano-Dyonisiens, dont le nombre est également en hausse de 48%, passant de 3.758 en 2018 à 5.571 en 2019.

Les évolutions constatées par nos homologues de Val-de-Marne Tourisme & Loisirs sont comparables, ce qui positionne aujourd'hui la plateforme #ExploreParis comme un levier incontournable pour développer de nouveaux produits à l'échelle de la métropole et un fédérateur puissant pour les professionnels, les acteurs et les porteurs de projets.

Les 1ères rencontres d'#ExploreParis, tenues salle Van Gogh à Paris le 24 septembre 2019, ont réuni plus de 140 d'entre eux qui ont pu témoigner de ce que la plateforme leur avait apporté et exprimer leurs attentes pour l'avenir.

La création, en 2019, d'un groupement d'intérêt économique entre les deux ADTs – en cours d'enregistrement à la chambre de commerce de Paris – permettra de faciliter à l'avenir la gestion de la boutique en ligne.

4 – L'activité en direction des groupes

Pour ce qui concerne les visites de groupe, l'année 2019 est une année record avec 483 groupes reçus, soit une hausse de 30% par rapport à 2018. Au total 13.500 personnes ont ainsi été reçues du fait de l'activité en direction des groupes.

L'augmentation du nombre de groupes se fait principalement au bénéfice des visites sèches (+37%) et des ½ journées (+32%).

Les visites sèches ont représenté en 2019 72% des prestations vendues (contre 69% en 2018 et en 2017 et 68% en 2016) Les ½ journées représentent 16% des prestations vendues (contre 15% en 2018, 17% en 2017 et 18% en 2016). 39% de ces ½ journées sont associés à une collation (40% en 2018) et 57% à un déjeuner (35% en 2018).

A noter que nous avons renforcé nos efforts en 2019 pour augmenter le nombre de packages vendus par rapport aux visites sèches, en proposant davantage de suggestions de visites associées ou restauration. Cela semble avoir un peu porté ses fruits.

Concernant la restauration, cela concerne 129 prestations auprès de restaurateurs, soit 27% des groupes (28% en 2018, 30% en 2017 et 33% en 2016) : 77% pour des déjeuners ou diners (78% en 2018, 67% en 2017) et 23% pour des collations (22% en 2018, 33% en 2017).

Certains sites ont considérablement augmenté, comme le Stade de France, les visites de l'aéroport CDG, le Musée de l'Air et de l'Espace, la halle Pajol, les Puces, la Gare du nord, l'Opéra Garnier et le magasin du Printemps (qui étaient des nouveautés Cultural), mais aussi des produits plus insolites comme la balade indienne ou la ciné-balade (effet probable des eductours). L'expo phare de La Villette Toutankhamon a également grandement contribué à la croissance de l'activité groupes.

Une dizaine de sites réalisent ainsi une croissance de +120/130 visites, en partie imputable au retour des groupes scolaires, que l'on avait déjà constaté en 2018, après l'arrêt des sorties scolaires consécutive aux attentats. C'est un public particulièrement en demande du Stade de France et de l'Aérogare. Le travail de promotion a également porté ses fruits, comme pour les Puces dont on enregistre un regain depuis deux ans.

Les croisières et la Basilique de Saint-Denis, qui étaient jusque-là nos 2 sites les plus vendus en groupe, ont enregistré un ralentissement en 2019.

5 – L'Été du canal

La 12ème édition de l'Été du Canal, du 6 juillet au 25 août 2019, a rencontré un nouveau succès marqué par le développement de nouvelles activités sur le canal Saint-Denis :

- à Aubervilliers, un nouveau pôle au niveau de la darse du Millénaire et l'événement *Aubergraffiti show*,
- à Saint-Denis, les événements et croisières du 6b, les portes ouvertes de l'Orfèvrerie et les concerts de la Kermesse électronique sur le Bassin de la Maltournée,
- et l'accueil d'un événement insolite et spectaculaire, la Transhumance du Grand Paris...

Côté canal de l'Ourcq : un total de 30.418 passager.e.s a été accueilli à bord des navettes fluviales reliant les différentes escales, 250.000 personnes ont profité des pôles d'animation du Bassin de la Villette jusqu'au Parc forestier de la Poudrerie, avec une programmation riche au plan sportif (baignade au bassin de la villette, téléski à Noisy-le-Sec/Bondy, bases nautiques...) culturel et artistique (concerts, bals, péniches, ateliers, cirque, cinéma en plein air, expositions...).

120 croisières ont été animées par 32 partenaires réunissant un total de 5.697 passagers sur le canal de l'Ourcq et sur le canal Saint-Denis. Etonnantes, gourmandes, découverte, artistiques, ces croisières de *l'Été du Canal* sont un terrain de jeu et d'expérimentation pour les acteurs inspirés par les canaux.

Côté canal Saint-Denis :

Aubervilliers – expérimentation d'un pôle d'animations sur la rive gauche :

Autour du secteur du Millénaire, quai du Lot et côté darse, des animations ont été mises en place tout au long du mois de juillet, concomitamment avec l'ouverture des nouveaux espaces Josette et Maurice Audouin inaugurés le 6 juillet sur les berges entre la darse et le pont de Stains.

Sur ce nouveau pôle, la Ville d'Aubervilliers et Seine-Saint-Denis Tourisme ont élaboré une riche programmation à partir de trois péniches culturelles, une base nautique et des animations sportives et culturelles à quai.

Une concentration de péniches :

Le *Barboteur*, péniche culturelle itinérante, s'est amarré tous les vendredis quai du Lot et proposait des concerts et de la restauration. Sa présence a rencontré un très beau succès.

Du 4 au 11 juillet, à proximité, la péniche culturelle *Urban boat*, imaginée par Alexia Balandjian et Nicolas Defawe, a fait escale avec une programmation menée en partenariat avec le Collectif MU et la Station Gare des Mines. Elle comportait une exposition, des projections, de la musique, des apéritifs conviviaux...

Enfin, le sous-marin laboratoire *l'Axolotl*, est resté 10 jours dans la darse : plus de 1.000 personnes ont embarqué dans ce simili-sous-marin pour un voyage imaginaire en compagnie de comédiens racontant la légende de deux chercheurs-inventeurs passionnés de développement durable.

Une base nautique dans le canal sur deux week-ends :

1.440 personnes ont pu profiter les week-ends des 20/21 et 27/28 juillet des différentes embarcations avec balades en zodiac, pédalos, paddle boards, barques...

Des animations à quai :

Sur les 4 week-ends de juillet, le service des sports de la ville d'Aubervilliers a transformé la pelouse en face de la darse du Millénaire en terrain de sport avec un mur d'escalade, du trampoline, un ring de boxe, du badminton, du basket, de la pétanque et du mini-foot...

Parallèlement, des ateliers artistiques et culinaires ont été animés par des associations albertivillariennes : *la Pépinière*, qui promeut et développe des projets autour d'une alimentation saine, locale et bon marché, a installé un four à pain et animé des ateliers pain et pizzas ; *les Poussières* ont animé des ateliers graphiques.

L'Auber graffiti Show :

Événement dans l'événement, le 7 juillet, sur l'autre rive du canal, rue Pierre Larousse, la ville d'Aubervilliers et l'Office de tourisme Plaine Commune Grand Paris ont proposé, dans le cadre de la *Street Art Avenue*, à une vingtaine d'artistes du graffiti de réaliser des fresques sur plus de 1.000 m². Des ateliers ont été proposés par l'association *Le Mur 93*. 1.500 personnes ont participé à cet événement.

Saint-Denis – nouvelles formes artistiques :

Bel été au 6b :

Plusieurs événements ont été organisés par ou en partenariat avec le 6b :

- le 6 juillet, le Carnaval de Saint-Denis et le *Karaïb Festival*, qui a rassemblé 1.100 participants ;
- les 23, 24 et 25 août, le *Summer Mood*, festival de danse électro et expérimental.

Ces deux temps forts étaient combinés à des croisières originales au départ du Bassin de la Villette, à bord desquelles *les Folles Soirées Dionysiaques* (pour le carnaval) et 7 artistes danseurs chorégraphes (pour le *Summer Mood*) ont expérimenté de nouvelles formes artistiques et transformé le bateau en scène ouverte pour de talentueux artistes.

Portes ouvertes de l'Orfèverie :

L'ancien site de la manufacture Christofle et le projet d'occupation temporaire mené par Quartus, qui accueillent 200 artisans et artistes en résidence, sous la coordination de Soukmachines, se sont ouverts au public le 6 juillet, avec des visites du lieu, l'installation d'un village de producteurs et d'un village de créateurs animé par *Paris Night Market*, et des concerts : 3.800 personnes y ont participé à ces premières journées Portes ouvertes.

Kermesse électronique éphémère au bassin de la Maltournée :

2.000 personnes ont participé à l'événement, organisé pendant le week-end des 20 et 21 juillet par l'Office de Tourisme de Plaine Commune, avec le collectif *Kumquat* et la péniche *Le Barboteur*.

La Transhumance du Grand Paris :

Organisée par *Enlarge Your Paris* et la Métropole du Grand Paris, l'événement est parti de Saint-Denis, le 6 juillet et a fait sensation. Les Bergers urbains et 25 moutons ont arpenté le canal, pique-niqué au parc Eli Lotar et croisé le public des animations du Pôle du Millénaire. La Transhumance a parcouru en tout 140 kms en 12 jours, du 6 au 17 juillet pour terminer à Paris sur les berges de Seine.

Côté canal de l'Ourcq :

En 2019 encore, des navettes fluviales ont relié les 5 escales du Bassin de la Villette à Noisy/Bondy en passant par le Parc de la Villette, Pantin et Bobigny. Elles ont embarqué, au cours des 8 week-ends de la manifestation, 30.418 passager.e.s, parmi lesquelles 37% sont des habitant.e.s de la Seine-Saint-Denis, 36% de Paris, 15% des autres départements d'Ile-de-France, 7% proviennent d'autres régions et 7% sont des touristes étrangers. Pour 1€ le samedi et 2€ le dimanche, les passager.e.s ont pu redécouvrir le canal, son histoire et ses transformations, profiter d'un commentaire enregistré et descendre aux différentes escales pour y profiter des animations proposées.

Sept pôles d'animation :

Pôle 1 : Le Bassin de la Villette : baignade, Paris Plages et la Maison « Les Canaux » :

Succès de Paris Plages avec des animations sportives et culturelles, des ateliers (notamment ceux menés par Le Louvre) et de la restauration (avec des acteurs comme les Marmites Volantes et Mam' Ayoka, partenaires des croisières gourmandes de l'Été du Canal).

Pour la Saison 3 de la baignade, 68.956 visiteurs et 38.290 baigneurs ont profité des équipements du 3 juillet au 1er septembre.

Et sur la Terrasse des Canaux, maison des économies innovantes et solidaires, 150 associations ont présenté leurs démarches autour de « la Ville de demain », animant ateliers, conférences, tables-rondes, du 10 juillet au 2 septembre. La Terrasse végétalisée a été construite par le collectif RE-STORE et Vergers urbains, à partir de bois récupérés. Une croisière de l'Été du Canal a été menée avec l'équipe des Canaux, avec visite de la Maison, croisière jusqu'à Pantin et dégustation des tartines d'Altrimenti dans le jardin de la Petite Oasis.

Pôle 2 : Parc de la Villette : Cinéma en plein air et exposition Electro à la Philharmonie

86.000 spectateurs ont été accueillis pour la 29^{ème} édition du Cinéma en plein air du Parc de La Villette, du 17 juillet au 18 août, autour de la thématique du « Monde de demain ». L'Été du Canal avait conçu des voyages gourmands avant les séances en proposant une croisière sur le canal, avec dîner à bord, les passagers étant ensuite débarqués dans le Parc de la Villette et s'installent sur des transats pour regarder le film. 9 croisières ont été organisées sur ce mode en 2019, les prestations gastronomiques étant assurées par 2 partenaires : Mamie Foodie et Mam' Ayoka, pour un total de 565 passagers.

L'Été du Canal a également proposé des apéros « garden party » à Jardin21, juste avant le cinéma de plein air. Situé devant la Halle aux Cuirs, animé par Glazart qui y préfigure son futur projet, Jardin21 était ouvert en open air de mai à octobre pour la 2^{ème} saison, avec bar, restauration par les Marmites Volantes, concerts, ateliers... Jardin21 a été à l'initiative, avec le Barboteur, du festival Le Cri du Canal, qui a connu sa 1^{ère} édition les 24, 25 et 26 mai 2019. L'édition 2020 se déroulera du 22 au 24 mai 2020.

De son côté, l'exposition *Electro à la Philharmonie*, conçue par Jean-Yves Leloup, a connu également un succès remarquable. Avec le collectif Microclimat, l'Été du Canal a proposé une visite de l'exposition suivie d'une croisière Electro en présence du commissaire qui, après avoir commenté l'expo, a pris les platines sur le canal, aux côtés d'Antoine Calvino.

Pôle 3 : A Pantin : les Magasins généraux, les Grandes serres et sa guinguette, une base nautique et des bals

La 2^{ème} saison culturelle des Magasins généraux, avec l'exposition *Futures of Love*, ouverte entre les 21 juin et 20 octobre 2019, a reçu près de 30 000 visiteurs. Outre l'exposition comprenant les œuvres de 40 artistes internationaux et qui a connu une fréquentation supérieure de 9% à celle de l'exposition de 2018, *Par amour du jeu*, cette saison proposait un festival (3 semaines, 40 artistes, concerts, DJ sets, performances...), la publication d'un ouvrage et l'organisation d'un colloque qui a rassemblé 700 personnes les 7 et 8 septembre). Les Magasins généraux et l'Été du Canal ont proposé une croisière festive Drag Show avec le collectif Discoquette : 1h30 de croisière suivie de concert à quai.

La place de la pointe a été animée tous les jeudis par la péniche itinérante le Barboteur, et s'est transformée en parquet de danse avec deux bals : le 14 juillet (organisé par la Ville, suivi d'un feu d'artifice) et le 18 août (avec La Baronne de Paname). Ce dernier bal a réuni 400 personnes. La base nautique a comptabilisé 8.731 entrées (contre 8.086 en 2018), dont 772 enfants des centres de loisirs.

Sur l'autre rive, *la Guinguette des Grandes serres by Les Pantins* a fonctionné en musique jusqu'au 22 septembre. Et les Grandes serres ont attiré de nombreux visiteurs lors des Journées Européennes du Patrimoine en proposant, avec la Ville de Pantin, des visites commentées et un concert des jeunes talents de l'Académie musicale Philippe Jaroussky.

Le Centre National de la Danse a participé à l'Été du Canal en accueillant 3 apéros-visite, et 2 brunch-visites précédés d'une croisière, le tout avec le nouveau restaurant, le *Mingway*.

Pôle 4 : Bobigny

Au niveau de Raymond Queneau, le Barboteur est revenu les samedis soirs s'amarrer devant le *Luminem* pour des concerts et DJ sets. Juste derrière, la brasserie Demory a ouvert un Beer Garden, à deux pas du canal, entre la mi-mai et la mi-octobre : un nouveau spot du canal qui a d'ailleurs vu s'organiser les 28 et 29 septembre le *Canal Craft Beer 93*, une fête de la bière

réunissant de nombreux brasseurs du Nord-Est parisien. Dans le cadre de l'Été du canal des visites et apéros afterwork dans ce nouvel espace ont été organisés.

La Prairie du canal a été très animée par la SAUGE et ses partenaires : 20.000 visiteurs, 12 open airs, 5 ventes de plantes et une croisière avec l'Été du Canal au départ du Bassin de la Villette avec à bord la Fessée musicale : 185 passagers débarquant pour continuer à quai.

Le Port de loisirs de l'Été du Canal a été très animé, de 13h à 22h tous les week-ends de l'Été juillet et août. Plus de 30.000 personnes ont profité d'une programmation riche et variée. L'animation de ces 8 week-ends a été confiée à 6 partenaires pour respectivement 1, 2 ou 4 journées : le collectif de cirque *La Défriche* et l'orchestre d'harmonie *La Sirène*, les *Berges Sonores*, les *Patates Braves*, le *Macki OFF*, *Petit Bain* et *Manufacture 111*. Du cirque, des concerts, des DJ sets, l'animation de marchés africains, des ateliers, des jeux...

Complémentaire, 102 ateliers ont été proposés par ces partenaires et 11 autres acteurs associatifs. 102 ateliers menés par 17 partenaires :

- ✓ autour de la cuisine et du jardinage avec Altrimenti et Activille ;
- ✓ autour du street-art avec Osaro et Manufacture 111 ;
- ✓ de la création d'objets récup avec Déchets d'art, Talakatak, la Requincaillerie, la Bouilloire, Electrocycle ;
- ✓ de la création d'objets avec Villette Makerz, The French Vikings, Petit Bain, Berges sonores ;
- ✓ du tri avec les Connexions et Pik Pik Environnement ou des ateliers d'éloquence avec Eloquentia ou de jonglage avec la Défriche.

Une offre pour tous les goûts et les âges, à destination des passagers des navettes faisant escale sur le Port de Loisirs.

Le Port de loisirs s'étendait jusqu'à la maison du parc de la Bergère, qui était animée en juillet par la Boutique sans argent et en août par la Ressourcerie éphémère, et qui a accueilli de nombreuses personnes venues participer aux ateliers ou échanger avec les porteurs de projet.

Le Port de loisirs a utilisé les équipements du Mobilab, construit par le collectif d'architectes Bellastock, dans le cadre d'un projet mené avec Est Ensemble et Sequano Aménagement. Les animations du Port de Loisirs ont reçu le soutien financier du Conseil départemental et d'Est ensemble (appel à projet Mobilab).

Pôle 5 : Noisy-Bondy, la grande première du télési

Les villes de Noisy-le-Sec et de Bondy ont, une nouvelle fois, collaboré pour construire un pôle commun d'animation, qui est resté ouvert en semaine (à partir du mardi) et les week-ends du 6 juillet au 4 août 2019. Avec la Fédération française de ski nautique et wakeboard, **pour la toute première fois sur le Canal de l'Ourcq**, du télési a été proposé en libre accès grâce à un câble tendu entre le pont de Bondy et le pont de l'A3. Au programme également sur l'eau : une base nautique avec barques, canoé et bateaux à pédales, et à terre de la glisse urbaine, un circuit quad, des ateliers bricolage et design, avec la Micro-folie de Noisy-le-Sec en préfiguration de son ouverture le 21 septembre 2019. Autres nouveautés : des nocturnes le samedi et un bal populaire avec la Baronne de Paname le 6 juillet.

Pôle 6 : Aulnay fête l'été et réussit sa saison 2019

La Ville d'Aulnay-sous-Bois ouvrait, cette année encore, sa manifestation estivale *Aulnay fête l'été*, par l'organisation d'un pôle d'animation du 6 au 21 juillet. L'événement a d'ailleurs connu sa fréquentation la plus élevée, grâce notamment à de belles animations mêlant sport & culture. Le village nautique (pédalos, kayaks, paddles, zodiac), organisé par la direction des sports, a accueilli 7.828 personnes (contre 5.752 en 2018), avec 71% d'Aulnaisiens. Le village culturel a accueilli 8.153 personnes, contre 5.349 en 2018. Au programme : deux bals, des spectacles jeunes publics, un brunch musical, un espace barbecue participatif... La péniche *Le Lapin vert*, installée à l'année à Joinville-le-Pont est venue pour la 1ère fois sur l'Ourcq et s'est amarrée pendant les deux semaines à Aulnay, accueillant des spectacles et présentant sa nouvelle création *Le cabaret du fleuve*, avec succès, au grand public le 19 juillet au soir. Les croisières du parc de la Poudrerie au Parc de la Villette faisaient escale à Aulnay pour embarquer les Aulnaisiens. A l'occasion de ces haltes, 153 Aulnaisiens ont embarqué pour naviguer jusqu'au parc de la Villette.

Pôle 7 : Le Parc forestier de la Poudrerie, avec croisières, balades, bals et animations sportives

Les croisières entre le parc de la Villette et le parc de la Poudrerie ont rencontré un succès significatif : 1.521 personnes ont embarqué cet été à bord du Pierre Simon Girard, avec au choix un départ du Parc de la Villette (à 10h et à 15h) ou un départ du Parc de la Poudrerie (à 12h45 et à 17h15). Le Pierre Simon Girard est le seul bateau adapté au petit gabarit du canal de

l'Ourcq, pouvant naviguer après Aulnay. Les matelots guides de Canauxrama commentent ces croisières, et recueillent des avis enthousiastes des passagers.

Pour découvrir l'histoire du parc, son patrimoine industriel, mais aussi sa faune et sa flore, des balades commentées par Jacky Libaud ont été programmées durant l'été 2019 et ont rencontré un grand succès.

Pour danser dans le parc, deux bals ont été animés par *la Baronne de Paname*, devant le pavillon Maurouard, le 21 juillet avec *La Machine à Guincher*, et le 25 août avec un grand bal swing spécial Libération.

Le dispositif *Activ'Eté* proposé et animé par la FSGT93 a permis, du 8 juillet au 21 août, à différentes animations (golf, tir à l'arc, escalade, capoeira...) de prendre place, réunissant, en semaine, plus de 5.000 personnes issues des groupes et centres de loisirs du Département, et 1.850 personnes en « individuels » lors de 4 dimanches spécial familles. Le club de canoé kayak de Sevran a accueilli, les week-ends de l'été, 360 personnes dont 21% de parisiens, 23% de Sevranaïses et 41% habitants des autres villes de Seine-Saint-Denis (15% provenant d'autres communes d'Île-de-France ou d'autres régions); avec deux types de pratiquants : des très sportifs pagayant sur de grandes distances, ou des familles venues faire de l'initiation ou une balade sur l'Ourcq.

Côté croisières

120 croisières pour un total de 5.697 passagers ont été organisées durant l'Eté du canal 2019 sur le canal de l'Ourcq et le canal Saint-Denis

La croisière à bord du Pierre Simon Girard entre le Parc de la Villette et le Parc de la Poudrerie a été programmée 4 fois/jour : 64 trajets pour un total de 1521 passagers, pour la seule croisière à bord de laquelle il est possible d'embarquer avec son vélo pour faire le trajet retour en pédalant.

✓ 26 croisières gourmandes : organisées avec 8 partenaires, pour 1.616 passagers

Cinq partenaires ont conçu pour nous des Croisières Brunch, avec, pour 844 passagers : *Les Marmites Volantes* pour la croisière *locavore* tous les samedis à 12h30, avec 522 passagers gourmands ; *Manufacture 111*, pour ses 4 croisières *Soul Food*, repas en musique ; *Mingway*, le restaurant du Centre National de la Danse, accueillant après une croisière au départ du bassin de la Villette ; *Activille*, accueillant pour un atelier Brunch dans le parc de la Bergère après une croisière d'1h. Et la nouveauté de ces Croisières Brunch : Avec *Les Iodés* pour une croisière *Brunch Marin et électro Disco* avec huîtres, bulots, saumon et vin blanc, pour 124 passagers à bord.

✓ 10 Croisières Apéros-Dîners, pour 670 passagers

Avec les croisières *de l'assiette à l'écran*, pour déguster les plats concoctés par *Mamie Foodie* ou *Mam' Ayoka* avant le Cinéma en plein air du parc de la Villette et la croisière *Deck & Donohue* avec bière, musique et sandwich vietnamien concocté par l'équipe du Saint-Sébastien.

✓ 24 croisières musicales : organisées par 14 partenaires, pour 2.272 passagers

Des croisières musicales avec des styles très différents ont pu être organisées, grâce à des partenariats nombreux et éclectiques :

- carnaval caribéen avec *le 6b*, Cumbia avec le festival *Rhizomes* et Tito del Monte, Hip hop avec *Manufacture 111*,
- concert harmonique avec *la Sirène*,
- électro avec *Microclimat* et Jean-Yves Leloup, les artistes du *Macki OFF*, *Kumquat*, la DJ Epsilove avec *Petit Bain*, *La Fessée musicale*, l'équipe de *Sofar Sounds*, OTTO10, *La Culottée* et la *Kidnapping*,
- électro-house avec les 3 collectifs des *Berges Sonores* (Vryche, Imported et Splitzer).

Sur ce format, les croisières musicales débarquent les passagers à quai pour prolonger la fête au 6b, dans les Magasins généraux, à la Prairie du Canal ou sur le Port de loisirs dans le parc de la Bergère.

✓ Des croisières « découverte », Street-art et éloquence

3 croisières Street-art ont permis de (re)découvrir les œuvres de la Street-Art Avenue sur le canal Saint-Denis. L'une de ces croisières est animée à deux voix par Nicolas Obadia et par le DJ JP Mano : *Aux origines du street-art, la culture hip-hop*.

Eloquentia a de nouveau proposé aux jeunes éloquentien.ne.s de participer à une croisière stand-up jusqu'au Port de Loisirs.

Et pour terminer une nouveauté 2019 avec une Croisière béton, menée avec Egiom : une croisière commentée du Bassin de la Villette jusqu'à Bondy suivie d'une visite de la centrale à béton d'Egiom, située à Bondy : l'occasion de découvrir en naviguant l'histoire et les transformations du canal, son street-art et ses activités industrielles. Puis de découvrir lors de la visite le fonctionnement de cette centrale récemment réhabilitée.

Du côté des partenaires de l'Été du Canal

Le soutien des collectivités et établissements publics : Cet événement, organisé par Seine-Saint-Denis Tourisme, est financé par le Conseil départemental de la Seine-Saint-Denis depuis sa création en 2007. Sa réussite tient à l'engagement de chacun de ses partenaires de plus en plus nombreux et impliqués. L'Été du Canal bénéficie du soutien des autres collectivités territoriales - la Ville de Paris, les établissements publics territoriaux Est Ensemble, Plaine Commune - ainsi que de l'engagement des communes riveraines du canal de l'Ourcq (Pantin, Bobigny, Noisy-le-Sec, Bondy, Pavillon-sous-Bois, Livry-Gargan, Aulnay-sous-Bois, Sevran, Villepinte, Tremblay-sous-Bois, Vaujours) et riveraines du canal Saint-Denis (Aubervilliers et Saint-Denis) ainsi que de l'Etablissement Public du Parc et de la Grande Halle de La Villette. En 2019, l'Été du canal a bénéficié pour la première fois du soutien financier de la Région Ile-de-France dans le cadre du Fonds régional pour le tourisme.

Le soutien des aménageurs : la Semip, Séquano Aménagement et la Sem Plaine Commune Développement adhèrent à l'esprit de l'Été du Canal en soutenant cet événement.

Le soutien des entreprises publiques et privées : de nombreuses ont témoigné de la persistance de leur intérêt pour le développement du canal de l'Ourcq et du canal Saint-Denis, en apportant ou renouvelant, elles aussi, leur soutien à l'Été du Canal : Paribas Immobilier, Verrechia, Altarea Cogedim, Siaap, Syctom, Vinci Immobilier, Emerige, Nodi, Alios, Bouygues Immobilier, OGIC, Betc, Veolia, Dron Location, Egiom, Demathieu Bard.

Sur un volume total d'environ 655.000 € (637.000 € hors fonds propres de l'association), les activités de *l'Été du canal* prises en charge par Seine-Saint-Denis Tourisme (c'est-à-dire hors prise en compte des événements directement organisés par les collectivités et autres partenaires) ont été financées à hauteur de :

- 40% par les contributions des collectivités (33% en 2018),
- 41% par les contributions des partenaires et mécènes (46% en 2018)
- 19% par les produits des activités payantes (21% en 2018).

Si ce bilan reste flatteur, il est à noter toutefois que l'engagement des entreprises de promotion immobilière fluctue en fonction de l'évolution de leurs programmes, et que nous n'avons pas réussi, en 2019, à retrouver le niveau de concours qui avait été celui de 2018. Cet effet de seuil souligne l'importance des subventions publiques dans le modèle économique de l'Été du canal.

Du côté de la communication de L'Été du Canal

La communication de l'Été du canal s'est à nouveau avérée efficace avec une couverture par les médias dans leur ensemble (presse papier, en ligne et audiovisuelle) très satisfaisante et des campagnes d'affichage métro offertes d'une part par le Comité régional du tourisme et d'autre part par la RATP qui ont contribué à la notoriété de l'événement. Le mini-site de *l'Été du canal* a vu sa fréquentation dépasser 2 200 sessions par jour en juillet-août, auxquelles il faut ajouter l'efficacité de la boutique exploreparis.com pour la réservation des croisières.

En 2020, un Été du canal qui concourt au Bel été solidaire de la Seine-Saint-Denis

A l'instar de nombreuses manifestations estivales comparables l'Été du canal a dû être profondément adapté en 2020 pour tenir compte des contraintes sanitaires, mais aussi parce que sa préparation s'est faite dans un contexte de grande incertitude. La nécessité d'animer le territoire de la Seine-Saint-Denis dans un contexte de précarité sociale accrue nous a conduit à prendre la décision de ne pas l'annuler, malgré un démarrage plus tardif.

La plupart des villes partenaires ont décidé également de maintenir des activités récréatives sur les berges des canaux, de même que Paris avec Paris-plage, ou le Département avec l'opération du Bel été solidaire de la Seine-Saint-Denis. Seine-Saint-Denis Tourisme a maintenu des actions de soutien et d'accompagnement auprès de ces collectivités.

La distanciation sociale n'a pas permis de maintenir le dispositif de navettes fluviales, mais certaines croisières à réservation obligatoire, avec jauge réduite, masques obligatoires et distribution de gel hydro-alcoolique ont pu être maintenues.

Le Port de Loisirs de Bobigny n'a pas pu être le siège de grands temps festifs autour de la musique, mais a accueilli de nombreux ateliers sur les thématiques proposées par les acteurs de l'économie sociale et solidaire.

Certains de ces ateliers ont également été organisés en semaine, en relation avec des acteurs du champ social, pour compenser l'impact de la réduction des jauges maximales pour ces activités.

Plusieurs activités, notamment des croisières thématiques, mais aussi les chantiers navals s'inscrivant dans le projet Odyssee, ou encore des concerts flottants se prolongeront tout au long du mois de septembre pour compenser le démarrage plus tardif de l'Eté du canal.

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 dans son pays d'origine pour certain.e.s, de s'évader, tout simplement... ont créé un contexte d'urgence sociale inédit.

Les acteurs – villes, associations sportives ou culturelles, l'aide sociale à l'enfance, associations cartatives... – ont travaillé 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 a œuvré à 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.

L'été 2020 aura ainsi permis de commencer à développer :

- Une offre gratuite de micro-aventures, pouvant se pratiquer seul.e, ou en petits groupes avec des temps d'animation ;
- Des animations itinérantes autour de jeux d'eau, à proposer aux villes ou aux bailleurs sociaux, avec des coûts pouvant être mutualisés ;
- Des quartiers se sont mobilisés autour de projets de construction de bateaux ou d'objets flottants, en préfiguration de participations populaires au projet Odyssee qui devrait connaître sa première édition les 19 et 20 septembre ;
- Des ateliers prévus avec des associations relevant de l'économie sociale et solidaire dans le cadre de l'Eté du canal ont répliqués à Bobigny ou dans d'autres villes et quartiers du département ;
- Des mini résidences d'artistes ont été mises en place en partenariat avec Les Ateliers Medicis ;
- De très nombreuses croisières ont été élargies à des groupes constitués par les acteurs du champ social ;
- Une forme de spectacle inédite a été créée, avec les Concerts flottants, permettant d'offrir des moments d'émerveillement à un public rassemblé sur les berges avec des artistes embarqués sur des bateaux...

6- La communication

Outre les actions en direction de la presse déjà évoquées dans le cadre du Contrat de destination et de L'Eté du canal, de nombreux sujets ayant trait aux domaines d'action de Seine-Saint-Denis Tourisme ont été présentes dans la presse écrite, audiovisuelle et numérique, française et internationale, concernant notamment les activités Mice et les learning expeditions, les journées nationales ou régionales (Journées Européennes du Patrimoine, Journée de la femme, Nuit des conservatoires...) ou la conjoncture du tourisme en Seine-Saint-Denis.

La communication numérique continue à progresser en 2019. Notre outil éditorial tourisme93.com demeure, quant à lui, l'un des plus fréquentés en France parmi les sites des ADTs. Sa fréquentation a encore nettement progressé en 2019 avec près de 3,4 millions de sessions, (contre 2,8 millions en 2018), soit une progression de 20%. La version anglaise de tourisme93.com a également connu une forte progression (+30%) avec 225.000 sessions en 2019. Quant à la boutique exploreparis.com qui avait réuni 400.000 sessions en un semestre en 2018 (soit une moyenne de 2.200 sessions par jour), elle a dépassé le million de sessions au cours de l'année 2019.

Sur les réseaux sociaux la barre des 6.600 fans a été franchie sur le Facebook Seine-Saint-Denis Tourisme, auxquels on peut ajouter 4.600 fans sur la page de l'Été du Canal. Le nombre d'abonnés sur Twitter approche les 4.700 et un compte Instagram est ouvert depuis 2018 qui compte plus de 2.000 abonnés..

Il faut ajouter à ces résultats ceux de la plateforme #ExploreParis, qui a réuni 1,1 million de sessions en une année, alors qu'elle avait enregistré 398.000 sessions sur un semestre à partir de son lancement en juillet 2018. La part des arrivées sur la boutique en langue anglaise reste modeste (24.000 sessions en 2019), même si l'on observe que certains internautes anglophones visitent la version française du site. Les langues étrangères représentent 15 % du trafic d'#ExploreParis avec une part de 10 % pour l'anglais américain (contre 9 % en 2018).

La réussite de cette version anglaise nécessite un important travail de référencement et d'acquisition de liens, qui devra être repris avec persévérance à la sortie de la crise sanitaire. Pour y faire face, un poste de stagiaire de longue durée a été créé dans le cadre du Contrat de destination et un travail spécifique sur les réseaux sociaux engagé. Le moment venu, les partenariats avec *Open Tour* et *Shut up & go!* devront être réactivés, mais aussi avec des apporteurs de clientèle, comme *Musement*, avec qui des contacts ont été pris en 2019 mais n'ont pu donner lieu encore à concrétisation.

En matières d'études et d'observation, les commentaires des visiteurs des balades, croisières, visites d'entreprises ont été envoyés aux étudiants de l'IREST dans l'optique d'une analyse sémantique, qui pourra probablement être conclue en 2020.

La présidente ouvre la discussion sur le rapport d'activité 2019 et les perspectives d'action 2020, et exprime le souhait que ce soit l'occasion d'évoquer la situation exceptionnelle liée à la crise sanitaire.

Mme CHARBONNIER informe le Conseil de ce que le Musée de l'Air et de l'Espace Le Bourget a rouvert ses portes au public à la mi-juin, sans contrainte particulière de jauge du fait de l'étendue des espaces muséographiques, mais avec mise en place d'un parcours à sens unique. La fréquentation du public a été en baisse de 29% au mois d'août par rapport au même mois de l'année précédente, pour un chiffre d'affaire de billetterie en baisse seulement de 2 à 3% (du fait de la fin de la gratuité des collections permanentes). Une innovation événementielle – le Cine-Tarmak – a donné lieu à deux dates et a reçu la participation de près de 200 visiteurs. Le 8 août, la « nuit des étoiles » a reçu la participation de 2.800 personnes, ce qui représente un beau succès.

La dimension événementielle de l'activité paraît aujourd'hui plus essentielle que jamais. Plusieurs dates sont prévues dans ce domaine :

- Les 19 et 20 septembre à l'occasion des Journées européennes du patrimoine : ouverture des ateliers de restauration de Dugny ;
- Le 27 septembre, à l'occasion de l'Urban Day, une journée avec C-215 pour la clôture de son exposition ;
- Le 18 octobre à l'occasion des Journées nationales de l'Architecture ;
- Le 14 novembre pour la nuit des musées
- En novembre à l'occasion du mois de l'innovation publique.

M. MOUFFLET évoque une étude réalisée par la Chambre de Commerce et d'Industrie à l'échelle régionale sur les liens entre tourisme (50 millions de visiteurs par an) et commerce, dont les résultats permettent de prendre la mesure du manque à gagner lié au contexte actuel.

Il souligne que la reprise n'a pas été au rendez-vous du déconfinement, que Paris a perdu 14 millions de touristes au 1^{er} semestre (-60%) et 20,5 millions de nuitées (-61%). Pour la région, le manque à gagner est évalué à 6,4 milliards d'euros. Sur la même période, Aéroports de Paris a comptabilisé 20 millions de passagers, au lieu de 54 millions l'année dernière.

La CCI a élaboré un plan de huit conditions pour relancer la destination, et il souhaiterait pouvoir les présenter lors d'une prochaine réunion du Conseil d'Administration.

M. GOMEZ complète ce panorama en précisant qu'Air-France a perdu 70% de son trafic sur les mois de juillet et d'août, et que la compagnie constate qu'en septembre, la rentrée du tourisme d'affaires se fait avec des avions quasi-vides – seuls les binationaux voyagent encore actuellement, précise-t-il.

D'après lui, lorsque les frontières extérieures de l'espace Schengen sont fermées, 750 millions d'euros de fréquentation touristique font défaut chaque mois dans les caisses de la compagnie. Malgré les aides de l'Etat, les coûts fixes liés à l'entretien et à la maintenance des appareils sont élevés. Il ne constate pas encore d'effet lié à l'éventuel report des événements et manifestations.

Il alerte sur le fait que la Chine tire profit de la crise sanitaire pour commencer à se positionner comme terre d'accueil des grands salons internationaux, en lieu et place des grands sites français et européens.

M. PARISOT salue la grande capacité de résilience de Seine-Saint-Denis Tourisme, quand d'autres associations ont été à l'arrêt, et y compris sur les dynamiques partenariales pour faire vivre un tourisme de proximité. L'évolution du visitorat n'est pas que négative : des choses durables doivent à présent être construites avec ces « autres publics » qu'il a fallu aller chercher dans le cadre du Bel été solidaire de la Seine-Saint-Denis.

Mme SCOTTO souligne qu'au niveau de l'Office intercommunal du tourisme de Plaine Commune Grand Paris, il a fallu se reconcentrer sur des actions locales tournées vers les Franciliens, et décrit l'expérience d'un OTI mobile allant à la rencontre des publics.

Après en avoir délibéré, le Conseil d'administration APPROUVE le bilan d'activité 2019 et les perspectives d'action pour 2020 qui seront soumis à la prochaine Assemblée Générale.

IV - ARRETE DES COMPTES DE L'EXERCICE 2019

M. BRION, responsable administratif et financier, expose :

Il revient au Conseil d'administration d'arrêter les comptes de l'exercice 2019 avant qu'ils ne soient soumis à l'approbation de l'Assemblée générale.

Le budget 2019 avait été établi dans le contexte d'une nouvelle baisse de la subvention départementale, conformément à la convention triennale d'objectifs et de moyens signée avec le Département qui avait fixé le cap d'une réduction de 250.000€ de cette subvention sur trois ans.

En 2018, les comptes avaient laissé apparaître un déficit de 34.000 €. L'exercice 2019 se clôt également sur un déficit de 89.000 € qui résulte de plusieurs facteurs :

- des objectifs financiers qui se sont avérés trop ambitieux, d'une part pour *L'Eté du canal*, et pour les marges sur la vente de visites au public des individuels d'autre part ;
- le coût de la réorganisation des ressources humaines avec une passation plus longue que prévu pour le changement de direction, du fait notamment du non remplacement d'un poste au service Développement, et les départs de personnels qui ont suscité des coûts en terme d'indemnités de rupture conventionnelle. Il s'agit là d'un investissement sur l'avenir qui pèse particulièrement sur cet exercice sans refléter la réalité des frais de structure.

Le tableau ci-dessous présente une synthèse des comptes 2019 en regard du budget de l'exercice et du réalisé 2018.

1 – Les charges

Les charges de personnel sont supérieures de 42.000 € à la prévision du fait de :

- l'absence de provision des salaires de 2 directeurs à temps plein sur le premier semestre ;
- l'absence de provision pour indemnité de rupture conventionnelle d'un salarié.

Les charges de structure dépassent également le budget de 10.000 €, mais restent proche des consommations de 2018 (+7 500 €) dont la moitié est liée au poste « mission et réception » avec l'organisation des pots de départ en retraite du directeur et de la cheffe du service administratif et financier.

Parmi les charges diverses, les charges exceptionnelles excèdent de 6.000 € la prévision fixée forfaitairement mais restent bien inférieures à celles de 2018.

Les charges de promotion et communication sont inférieures de 43.000 € à la prévision, du fait notamment de dépenses moindres pour l'organisation du salon *Tendance MICE* (-24.000 €).

Hors activité commerciale et actions de développement touristique, les charges s'élèvent donc à 1.708.000 € et sont supérieures de près de 18.500 € au budget prévisionnel.

2 – Les produits

Pour ce qui est des produits, **la subvention du Conseil départemental** est au niveau prévu, en baisse de 37.000 € par rapport à 2018.

Les subventions des autres grandes collectivités et territoires, avec 165.000 €, sont inférieurs de 3.000 € à la prévision mais sont nettement supérieures à celles de 2018 (+ 45.000 €) notamment du fait de la contribution de la Région Ile-de-France qui a compensé notamment le non doublement de la subvention de la Ville de Paris qui était attendu.

Les contributions des autres partenaires sont en dessous de la prévision pour 53.000 €. Cela s'explique par une baisse des partenariats sur *L'Eté du canal* et la difficulté à renouveler les mécènes. Ce qui traduit un effet de seuil sur le mécénat, qui ne nous permet pas d'être aussi ambitieux sur ces recettes.

Parmi les produits divers, excédant la prévision de 8.000 €, ceci s'explique par la reprise de provision d'un montant de 15.000 € de la subvention d'Est-Ensemble consacrée à l'organisation d'une université populaire, mais qui finalement a été réaffectée sur *L'Eté du canal*.

Les produits liés aux actions de promotion et de communication sont supérieurs de 3.000 € à la prévision, principalement du fait d'une meilleure commercialisation des salons *ELUCEO* et du réseau France Brochure Système (FBS) (+18.000 €), compensée par une diminution des recettes sur le salon Tendance MICE (-15.000 €).

Hors activité commerciale, les produits s'élèvent à 1.777.500 € et sont inférieurs à la prévision de 55.000 €.

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

Le coût des **activités gratuites de *L'Eté du canal*** est supérieur de 15.000 €.

La production et la vente des **activités destinées au public individuel** diminuent nettement en volume par rapport à 2018, ce qui impacte la marge dégagée.

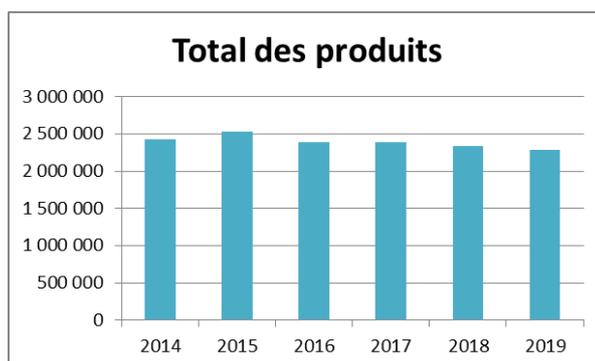
Les **activités destinées aux groupes** augmentent nettement en volume par rapport à 2018 (+25.000€) et la marge dégagée est supérieure de 11.500 € à la prévision.

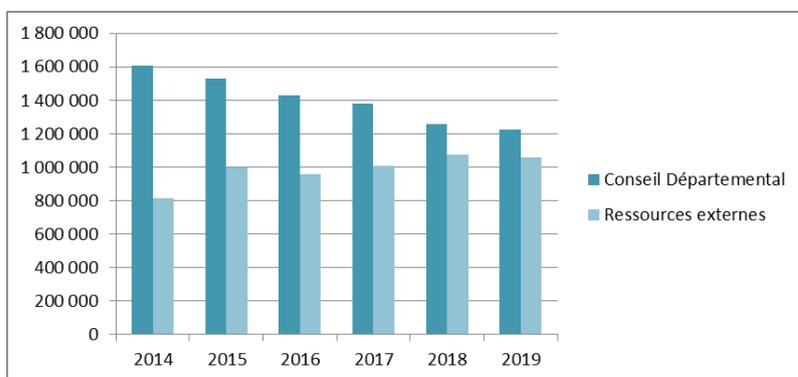
Les commissions sur les réservations hôtelières et la publicité en ligne sont inférieures de 4.000 € à la prévision et en recul par rapport à 2018.

En conclusion, les comptes 2019 témoignent d'une difficulté à absorber la diminution de 37.000 € de la subvention départementale et laissent peu de marges de manœuvre pour les investissements et la tenue des objectifs sur les autres sources de financements.

Les fonds associatifs de l'association au terme de l'exercice (-239.264 €) sont en baisse mais la situation de trésorerie de l'association reste saine et lui permet de n'avoir jamais recours à des découverts bancaires. En revanche, il sera primordial de revenir à l'équilibre dès 2020.

La baisse progressive de la subvention départementale est principalement compensée par la croissance des ressources externes, qui permet un relatif maintien de son niveau d'activité comme en témoignent les graphiques ci-dessous, mais introduisent une fragilité de l'équilibre économique de la structure.





Compte de résultat 2019

Soumis pour l'arrêté des comptes au Conseil d'administration du 10 septembre 2020

CHARGES	REALISE 2018	BUDGET 2019	REALISE 2019	PRODUITS	REALISE 2018	BUDGET 2019	REALISE 2019
RESSOURCES HUMAINES	1 334 740	1 376 800	1 419 660	SUBVENTION CONSEIL DEPARTEMENTAL	1 260 000	1 223 000	1 222 950
Salaires	874 435	902 100	932 073				
Charges	377 990	382 000	395 579				
Taxe sur les salaires	42 090	41 700	47 512				
Autres charges et formation	56 651	51 000	44 500				
CICE	-16 427	0	0				
FRAIS GENERAUX	116 083	112 700	123 719	AUTRES SUBVENTIONS	119 920	168 500	165 000
Loyers et charges	17 964	18 300	18 196	Région Ile-de-France	0	0	50 000
Assurances	3 014	3 100	3 034	Est Ensemble	37 920	35 500	33 000
Télécommunications	11 011	11 400	10 788	Plaine Commune	33 000	33 000	33 000
Frais postaux	1 010	1 300	1 656	Ville de Paris	49 000	100 000	49 000
Energie	7 243	6 600	8 699				
Mission réception	11 953	13 700	15 765				
Maintenance	4 170	3 900	5 298				
Informatique	5 439	4 100	5 562	AUTRES PARTENAIRES	313 267	331 300	278 217
Entretien et réparation	21 819	20 600	20 395				
Honoraires	19 542	17 300	19 183				
Documentation	4 503	3 700	4 636				
Fournitures	3 544	4 100	5 413				
Taxes diverses	4 871	4 600	5 094				
COTISATIONS - ADHESIONS	10 936	10 300	10 823	COTISATIONS ADHERENTS	8 000	10 000	9 000
Tourisme & Territoires	8 590	8 500	8 383				
APS	1 785	1 700	1 827				
Divers	561	100	613				
OBSERVATION ET ETUDES	5 400	5 400	5 400				
CHARGES DIVERSES	16 189	5 600	11 867	PRODUITS DIVERS	47 114	11 400	19 951
Charges financières et services bancaires	5 011	2 100	5 631	Produits exceptionnels et financiers	30 058	4 400	18 068
Charges exceptionnelles	11 178	3 500	6 236	Participation aux actions de formation	17 056	7 000	1 884
PROMOTION ET COMMUNICATION	145 751	163 000	120 934	PROMOTION ET COMMUNICATION	68 513	88 300	91 088
Tourisme Affaires	2 820	42 800	18 687	Affaires	6 431	40 600	24 971
Tourisme Agréments et loisirs	142 931	120 200	102 247	Agréments et loisirs	62 082	47 700	66 117
DOTATION AUX AMORTISSEMENTS	13 352	15 600	15 656				
DEVELOPPEMENT ET PRODUCTION	725 426	672 000	661 772	VENTE DE PRESTATIONS	517 028	528 900	494 052
Activités destinées aux groupes	225 593	249 000	252 019	CA Groupes	266 650	290 000	304 785
Activités destinées aux individuels	186 675	166 800	141 843	CA Indiv	192 826	181 200	144 394
Navettes fluviales Eté du canal	147 984	142 100	138 373	CA Eté du Canal - navettes	40 476	40 500	31 934
Activités gratuites	165 174	114 100	129 537	Commissions	8 215	11 000	7 558
				Revenus publicitaires	8 861	6 200	5 381
Excédent				Déficit	34 034		89 571
TOTAL	2 367 876	2 361 400	2 369 830	TOTAL	2 367 876	2 361 400	2 369 830

Compte de résultat 2019

Soumis pour l'arrêté des comptes au Conseil d'administration du 10 septembre 2020

CHARGES		REALISE 2019	PRODUITS		REALISE 2019
RESSOURCES HUMAINES		1 419 660	SUBVENTION CONSEIL DEPARTEMENTAL		1 222 950
Salaires		932 073			
Charges		395 579			
Taxe sur les salaires		47 512			
Autres charges et formation		44 500			
CICE		0			
FRAIS GENERAUX		123 719	AUTRES SUBVENTIONS		165 000
Loyers et charges		18 196	Région Ile-de-France		50 000
Assurances		3 034	Est Ensemble		33 000
Télécommunications		10 788	Plaine Commune		33 000
Frais postaux		1 656	Ville de Paris		49 000
Energie		8 699			
Mission réception		15 765			
Maintenance		5 298			
Informatique		5 562	AUTRES PARTENAIRES		278 217
Entretien et réparation		20 395			
Honoraires		19 183			
Documentation		4 636			
Fournitures		5 413			
Taxes diverses		5 094			
COTISATIONS - ADHESIONS		10 823	COTISATIONS ADHERENTS		9 000
Tourisme & Territoires		8 383			
APS		1 827			
Divers		613			
OBSERVATION ET ETUDES		5 400			
CHARGES DIVERSES		11 867	PRODUITS DIVERS		19 951
Charges financières et services bancaires		5 631	Produits exceptionnels et financiers		18 068
Charges exceptionnelles		6 236	Participation aux actions de formation		1 884
PROMOTION ET COMMUNICATION		120 934	PROMOTION ET COMMUNICATION		91 088
Tourisme Affaires		18 687	Affaires		24 971
Tourisme Agréments et loisirs		102 247	Agréments et loisirs		66 117
DOTATION AUX AMORTISSEMENTS		15 656			
DEVELOPPEMENT ET PRODUCTION		661 772	VENTE DE PRESTATIONS		494 052
Activités destinées aux groupes		252 019	CA Groupes		304 785
Activités destinées aux individuels		141 843	CA Indiv		144 394
Navettes fluviales Eté du canal		138 373	CA Eté du Canal - navettes		31 934
Activités gratuites		129 537	Commissions		7 558
			Revenus publicitaires		5 381
Excédent			Déficit		89 571
TOTAL		2 369 830	TOTAL		2 369 830

ÉTÉ DU CANAL 2019 - REALISE

CHARGES	Valeur en €	PRODUITS	Valeur en €
Loisirs et événements gratuits	127 667	Département	100 000
Bals	45 342	Ville de Paris	49 000
Contribution aux activités conduites par les communes	37 550	Est Ensemble	35 000
Part de loisirs	44 775	Plaine Commune	13 000
		Région Ile-de-France	50 000
		Autres collectivités	8 276
		Autres partenaires publics et mixtes	77 000
		Entreprises partenaires	185 441
Navettes	138 373	Billetterie navettes	31 934
Croisières et balades	100 503	Vente de prestations croisières, balades, bar	87 425
Communication	52 235	Fonds propres CDT	18 252
Personnel accueil / vente billets	26 549		
TOTAL CHARGES DIRECTES	445 327		
Conception, pilotage et autres charges de structure (estimati	210 000		
TOTAL CHARGES	655 327	TOTAL PRODUITS	655 327

Après en avoir délibéré, le Conseil d'administration ARRETE les comptes de l'exercice 2019 qui seront soumis à l'approbation de la prochaine Assemblée Générale.

V - QUESTIONS DIVERSES

La présidente invite les participant.e.s qui souhaitent soulever une autre question à se manifester.

Mme EHNY évoque la situation du Stade de France, qui continue à vivre sur un régime d'activité partielle à 80%. Elle rappelle que cette crise, qui impose de limiter à 10 personnes l'accueil de groupes pour les visites, intervient à un très mauvais moment, alors que l'établissement avait enfin amorcé un mouvement de redressement et du retour du public.

Elle constate que les organisateurs d'événements ne reportent plus leurs manifestations à 2021, mais déjà, pour la plupart, à 2022.

L'ordre du jour étant épuisé, **Mme DELLAC** lève la séance, alors que commence sur le quai de Seine la représentation de l'Académie des jeunes talents de Philippe Jaroussky.

La Présidente,



Dominique DELLAC
Conseillère départementale
de la Seine-Saint-Denis