

COMMUNIQUE DE PRESSE

3^e édition des Rencontres du tourisme – 12 octobre à Rosny-sur-Seine

Construire ensemble la destination « Grand Paris Seine & Oise »

Alors que le secteur est durement fragilisé par l'épidémie de Covid19, le rendez-vous annuel des acteurs et professionnels du tourisme sera cette année dédié à la construction de la destination touristique du territoire de la communauté urbaine. Une centaine de professionnels (hôteliers, restaurateurs, opérateurs loisirs...) sont attendus pour cet événement, co-organisé par la communauté urbaine Grand Paris Seine & Oise et l'Office de tourisme intercommunal le 12 octobre prochain à Rosny-sur-Seine.

L'élaboration de la stratégie marketing de l'Office de tourisme intercommunal (OTI) est au cœur des échanges des Rencontres du tourisme 2020. Cette démarche vise à construire la marque touristique du territoire et s'appuie sur la participation des acteurs locaux. Le programme de la matinée fait ainsi la part belle aux témoignages d'experts et aux acteurs locaux, ainsi qu'aux présentations en avant-premières des nouveaux outils de promotion de la destination Vallée de Seine (interviews d'ambassadeurs, films promotionnels, reportage photo...).

Créé le 1^{er} janvier dernier, l'Office de tourisme intercommunal s'est fixé comme priorité de faire connaître et rayonner la destination « Grand Paris Seine & Oise ». Cette volonté se traduira notamment à travers la création d'un site web qui verra le jour début 2021.

Relancer l'activité touristique

Au lendemain d'une saison touristique marquée par la crise sanitaire, la communauté urbaine Grand Paris Seine & Oise et l'Office de tourisme intercommunal se mobilisent en faveur de ce secteur, fortement impacté en Ile-de-France. Au 1^{er} semestre 2020¹, une perte de 14,3 millions de touristes par rapport au 1^{er} semestre 2019 a en effet été constatée, soit un manque à gagner de 6,4 milliards d'euros. Sur le territoire GPS&O, la baisse de fréquentation des hébergements touristiques entre janvier et août, par rapport à 2019, est évaluée à près de 54%, soit une perte de plus de 200 000 € de recettes au titre de la taxe de séjour perçue par la communauté urbaine.

Si les professionnels peuvent bénéficier d'un accompagnement personnalisé grâce à la cellule de crise mise en place par GPS&O, l'attractivité touristique reste un défi à relever collectivement. Véritable plateforme collaborative, l'OTI se positionne comme un partenaire local moteur pour promouvoir la destination. Digitalisation des offres, commercialisation, campagnes marketing, participation à des salons, développement du tourisme d'affaires...

¹ Données du Comité régional du Tourisme Paris Ile-de-France

Les missions de l'OTI sont de fédérer l'écosystème touristique de GPS&O, de faire naître une identité forte et rassembleuse.

Un premier bilan estival pour l'OTI

Malgré les difficultés engendrées par la crise sanitaire, l'OTI a développé son action durant l'été, notamment en initiant un service de conciergerie 3.0, accessible via un site internet éphémère (www.escapadeenvalleedeseine.com). Les touristes et excursionnistes pouvaient ainsi bénéficier d'un accueil personnalisé et de séjours « sur-mesure », avec des rendez-vous en ligne et sur sites, des tarifs préférentiels et des « petites attentions » de la part des professionnels qui les accueillaient.

Le dispositif des Volontaires du tourisme a par ailleurs été renforcé, avec l'accueil de 7 stagiaires, en partenariat avec le Comité régional du tourisme. Ces agents ont été déployés en juillet et août sur le terrain, à la rencontre des visiteurs. Au total, près de 4 000 contacts ont été enregistrés sur les sites touristiques et quais de Seine sur les villes-escales (Conflans-Sainte-Honorine, Poissy et Mantes-la-Jolie), dont 58 % de locaux. A noter également, le maintien des croisières commentées au départ de Conflans-Sainte-Honorine (520 passagers).

Enfin, l'OTI s'est déployé sur les réseaux sociaux, notamment Instagram avec la mise en place d'une campagne qui a associé 7 « influenceurs » du web. Au total 278 stories ont été réalisées, qui ont touché 591 000 abonnés. Cette opération constitue une première étape vers un prochain plan de développement social media, en capitalisant sur le lancement prochain de la marque de destination...

Les réseaux sociaux de l'Office de tourisme Grand Paris Seine & Oise :

- Instagram : #escapadeenvalleedeseine
- Twitter : @OTI-GPSEO
- Facebook : escapade.valleedeseine

Contacts presse :

GPS&O : Xavier TONDI - 06 60 44 98 75 - xavier.tondi@gpseo.fr

OTI : Frédérique BONY - 06 90 28 38 80 - fbony.oti.gpseo@gmail.com

Programme en PJ