

3 150 000



SAINT GERMAIN BOUCLES DE SEINE, PROJET DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

RESTITUTION DU DIAGNOSTIC TOURISTIQUE

M2 Ingénierie de Projets Touristiques et Environnement
16 décembre 2016



INTRODUCTION

PRÉSENTATION DE LA COMMANDE

TROUVER UNE
IDENTITÉ
TOURISTIQUE
COMMUNE AU
TERRITOIRE

Phase 1
DIAGNOSTIC

Phase 2
PRÉCONISATIONS

PATRIMOINE

- Organisation de l'espace
- Patrimoine naturel et culturel

OFFRE

- Restauration, hébergement, accès
- Produits packagés, activités

DEMANDE

- Profil des visiteurs, comportements
- Motivations, freins

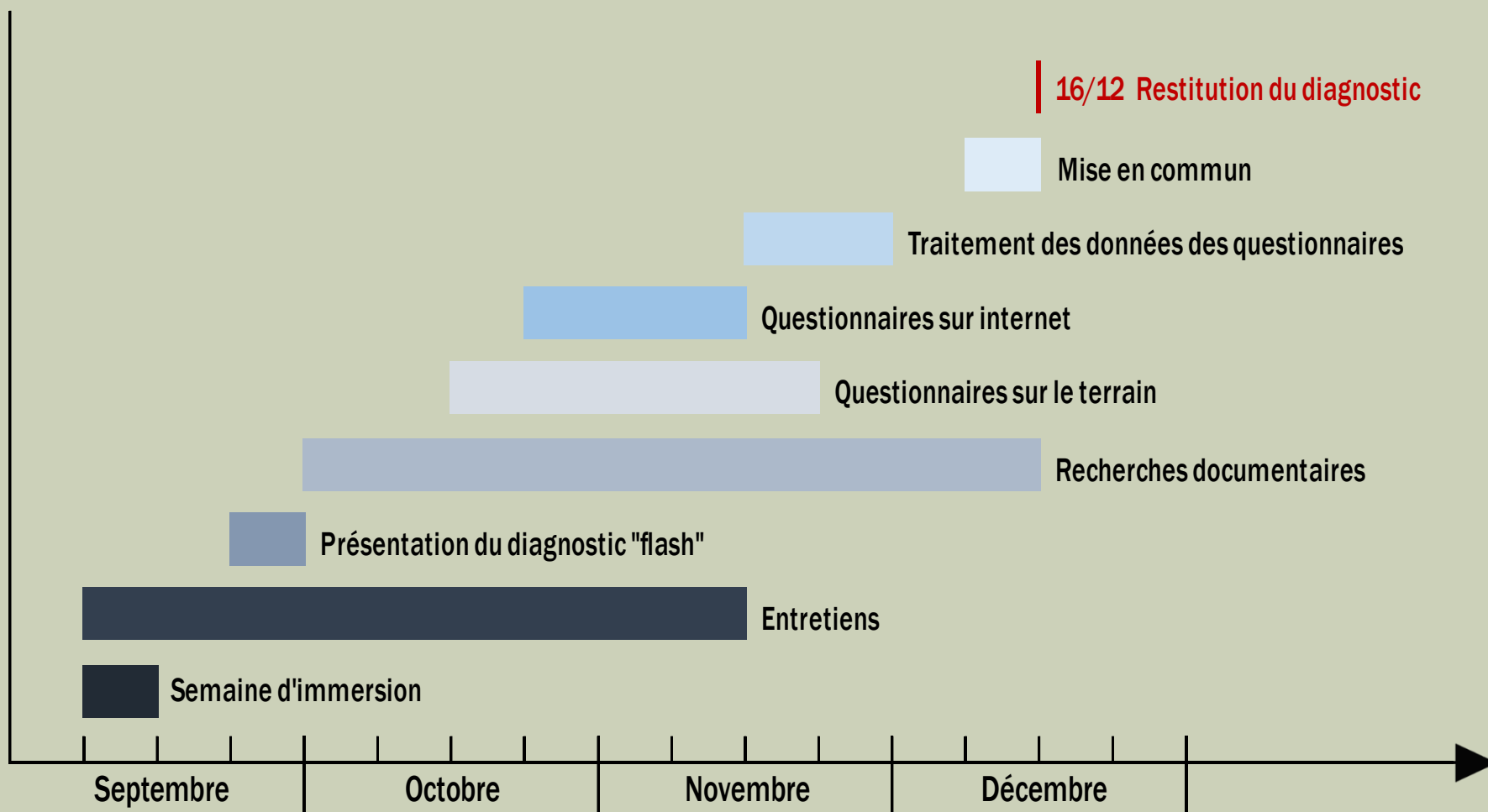
COMMUNICATION

- Image voulue / perçue
- Acteurs de la communication

CONCLUSION : SWOT et pistes d'actions

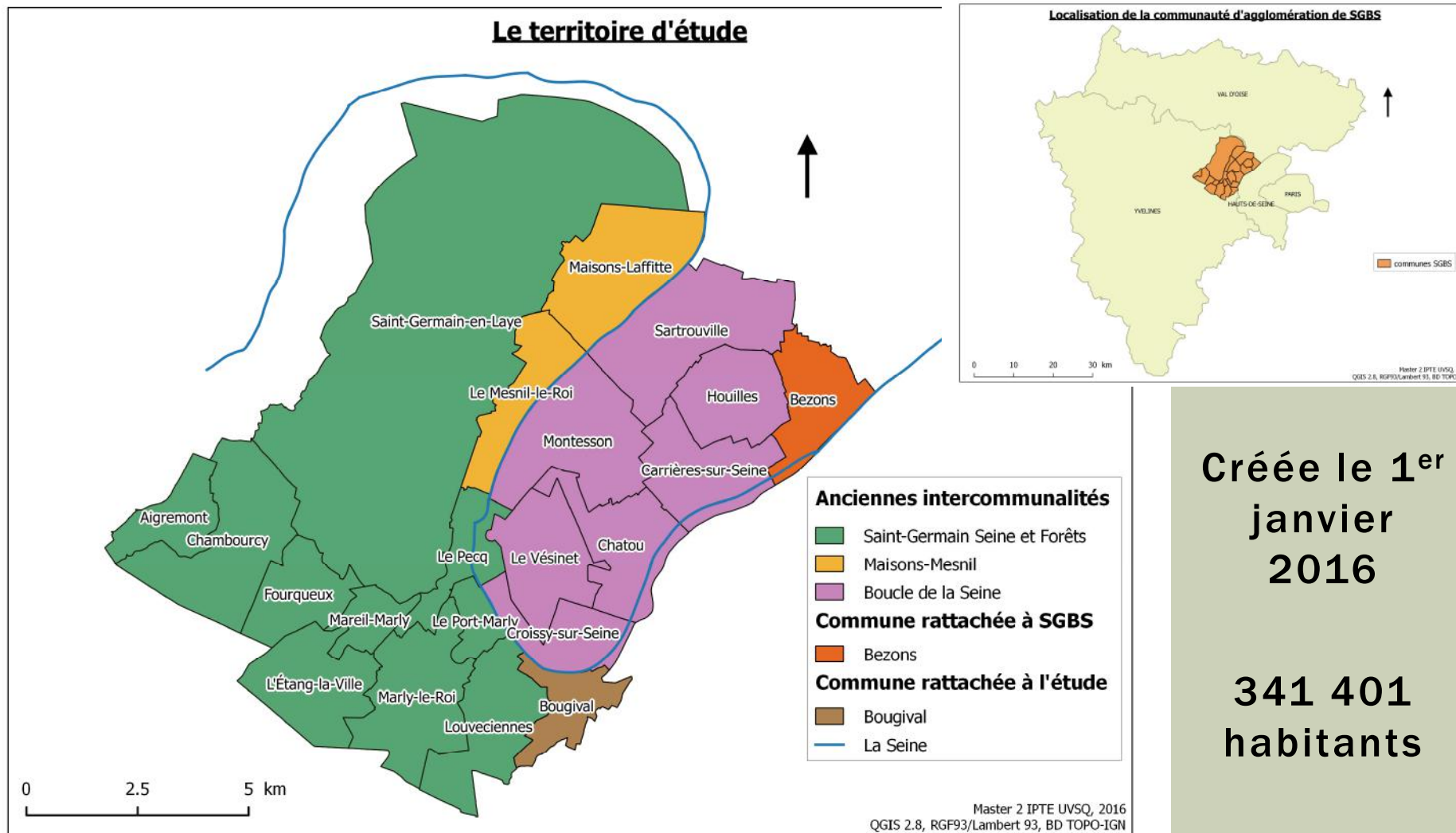
INTRODUCTION

CALENDRIER DE TRAVAIL



INTRODUCTION

PRÉSENTATION DU TERRITOIRE D'ÉTUDE



1. PATRIMOINE

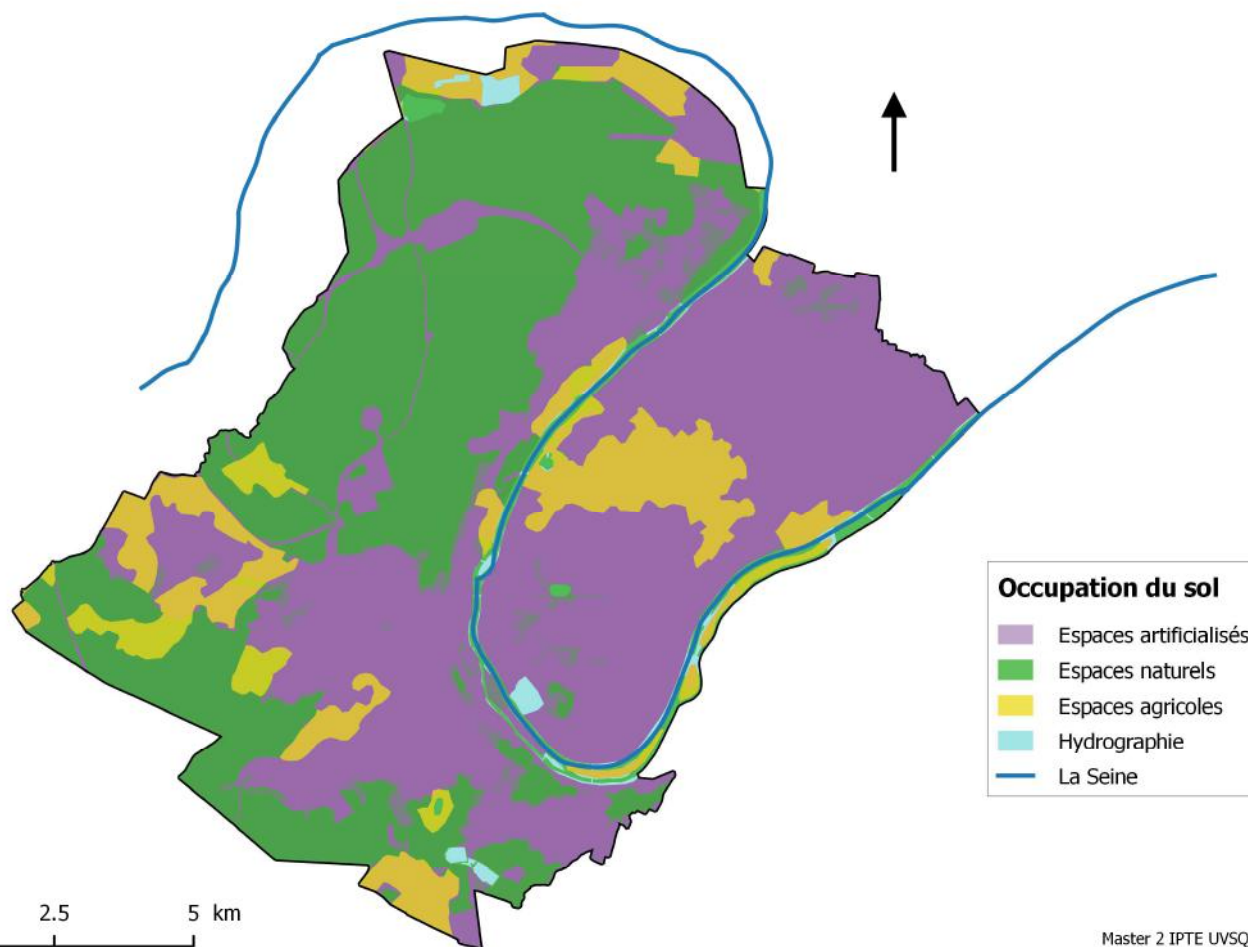


PATRIMOINE NATUREL

PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE SAINT-GERMAIN BOUCLES DE SEINE

QUELLE ORGANISATION SPATIALE ?

Une occupation du sol partagée entre nature et urbanisation



Espaces
construits
40%

Espaces
naturels
37%

Espaces
agricoles
6%

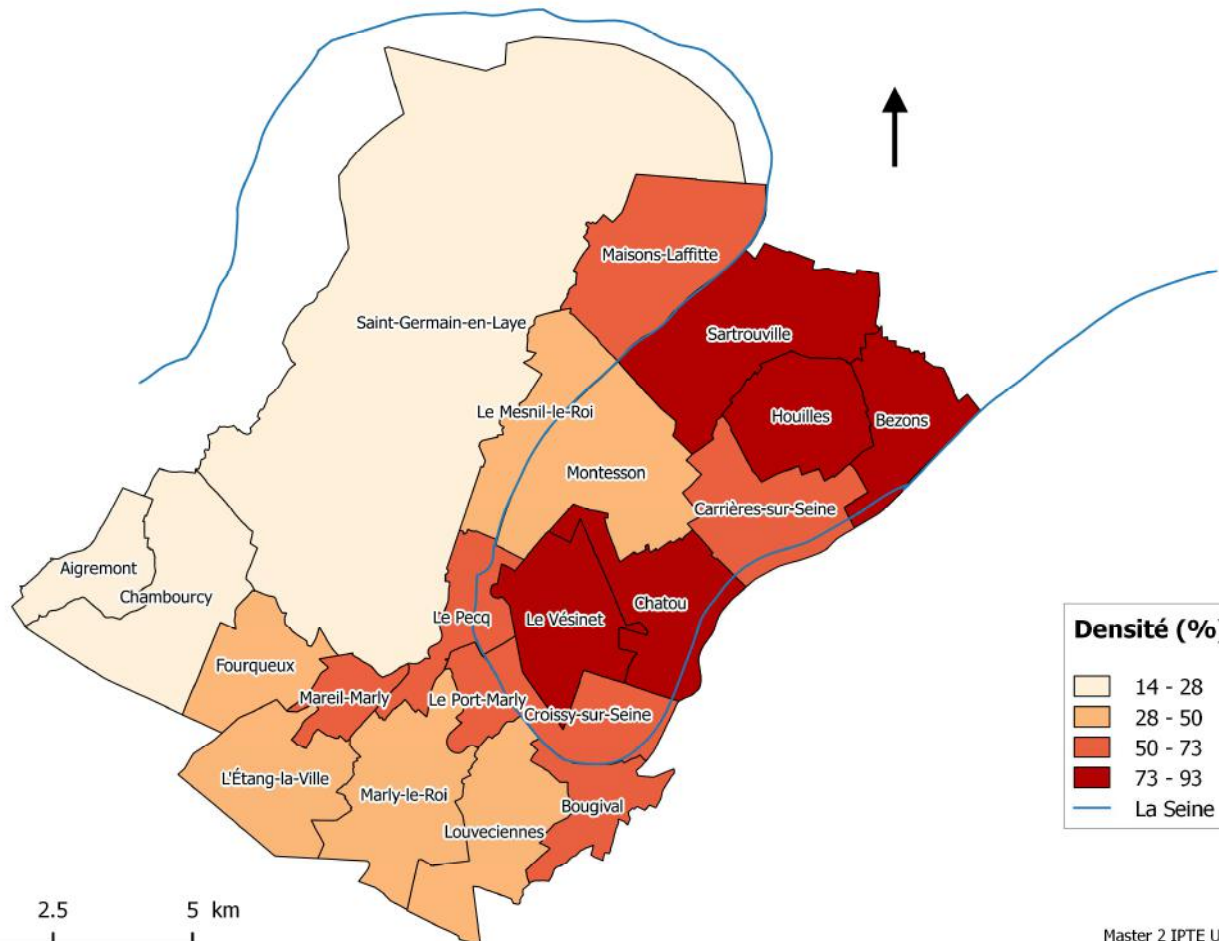
Espaces
aquatiques
2%

UNE URBANISATION INÉGALE ...

SÉPARATION EST/OUEST

L'INFLUENCE DE PARIS SUR LA BOUCLE EST

Une densité urbaine bien définie



Le Vésinet
80 %

Bezons
81 %

Houilles
92 %

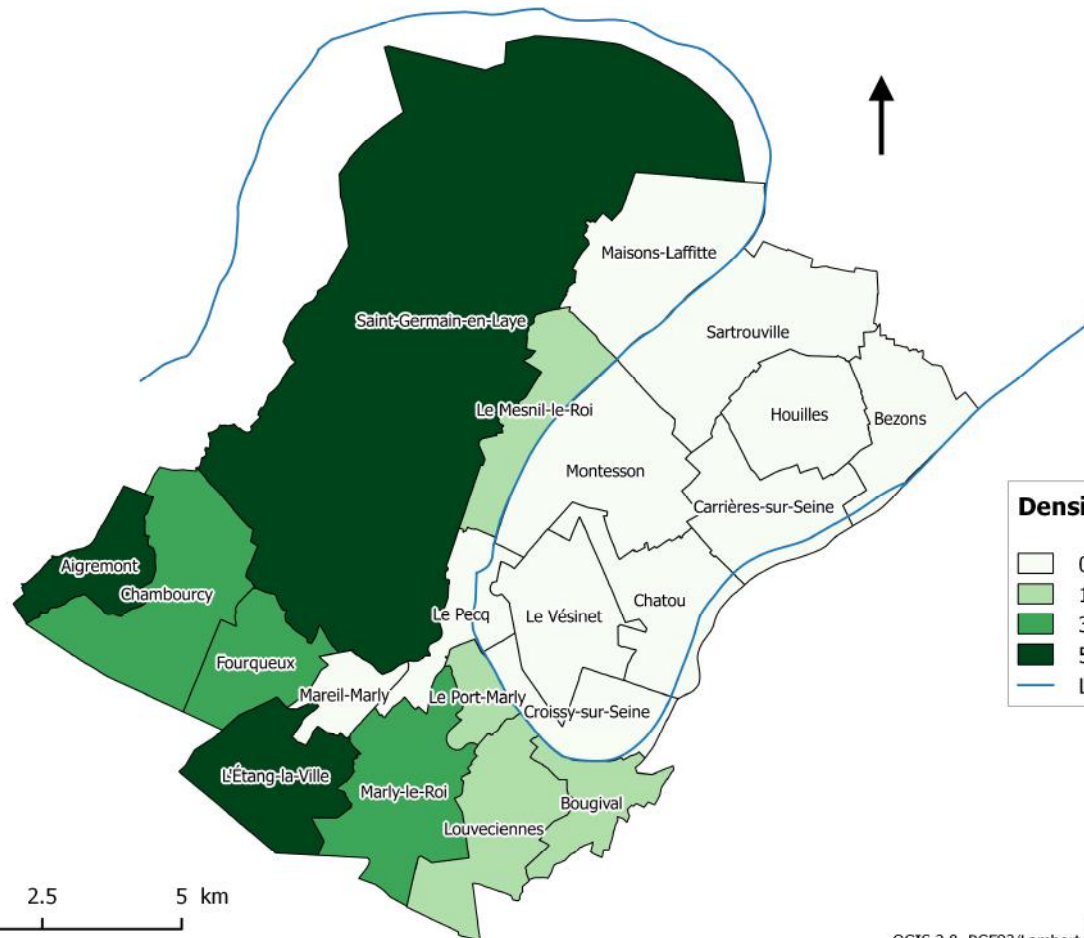
Aigremont
13 %

Chambourcy
23%

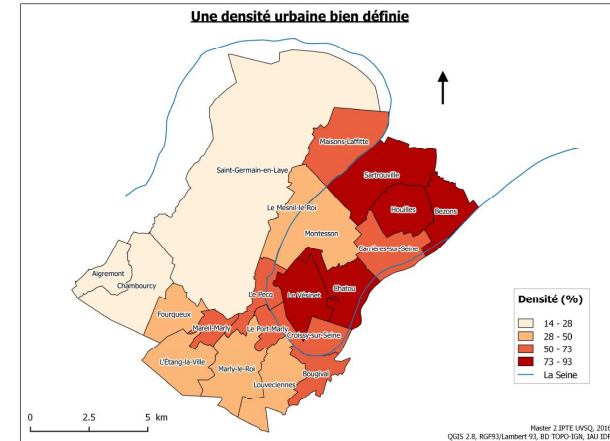
... COMPENSÉE PAR DES ESPACES BOISÉS

DEUX FORÊTS DOMANIALES : FORÊT DE SAINT-GERMAIN-EN-LAYE & FORÊT DE MARLY-LE-ROI

Une couverture forestière importante



Une densité urbaine bien définie



Saint-
Germain-en-
Laye
72 %

L'Étang-la-
Ville
64 %

LA SEINE ET SES BERGES

UN ATTRAIT PAYSAGER SOUMIS À DE FORTES PRESSIONS

Croissy-sur-Seine



Bougival



Un espace
naturel pollué

Croissy-sur-Seine



mais
réapproprié

DES POINTS DE VUE REMARQUABLES

Marly-le-Roi



Source personnelle

Saint-Germain-en-Laye



dandylan.uniterre.com

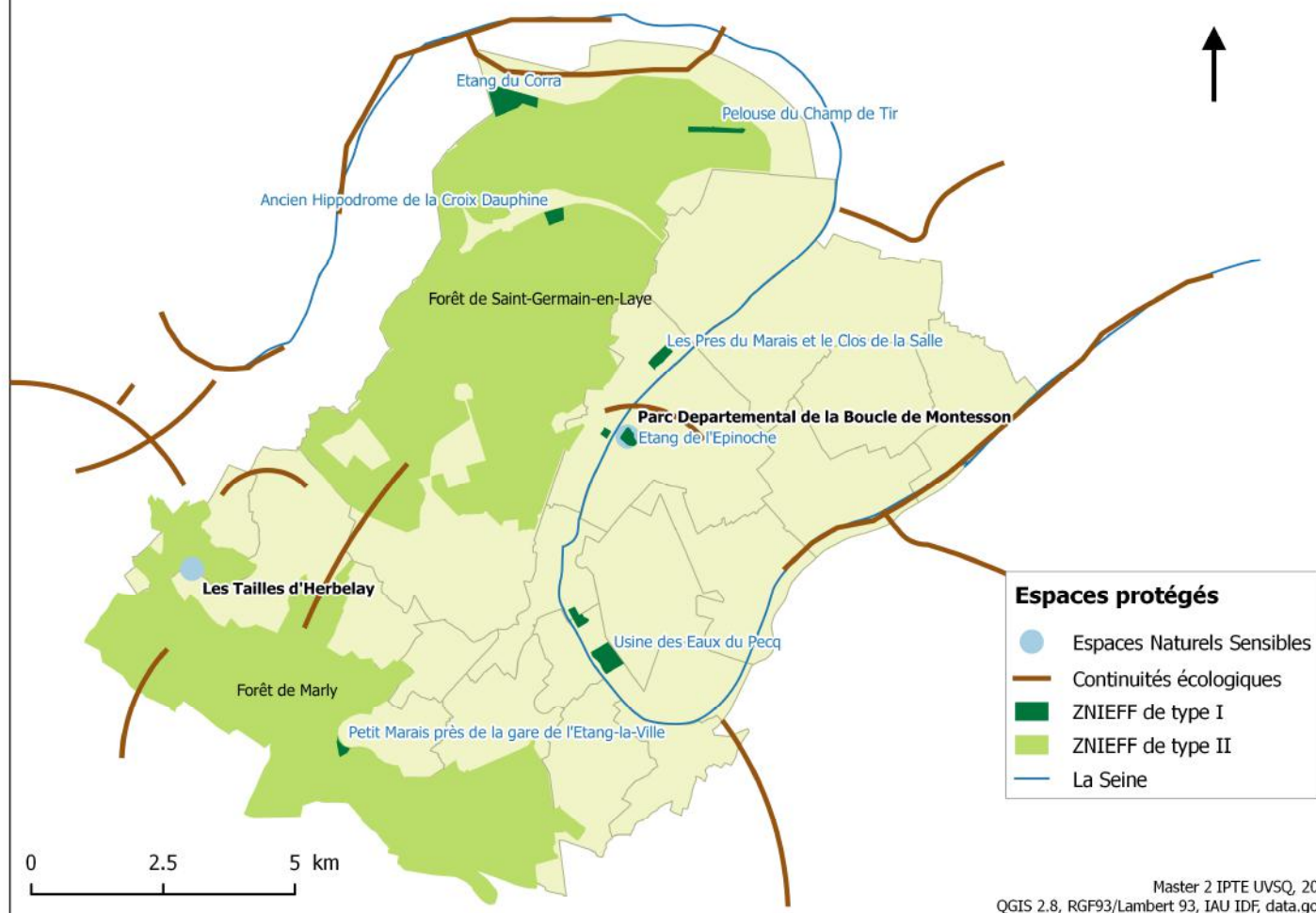
Des paysages variés

Une perspective souhaitée

Une autre vision des lieux

UN SYSTÈME ÉCOLOGIQUE COHÉRENT SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE

La place de l'environnement : espaces naturels protégés et corridors écologiques



Une biodiversité ordinaire ...

... Mais nécessaire à l'équilibre du territoire

Montesson



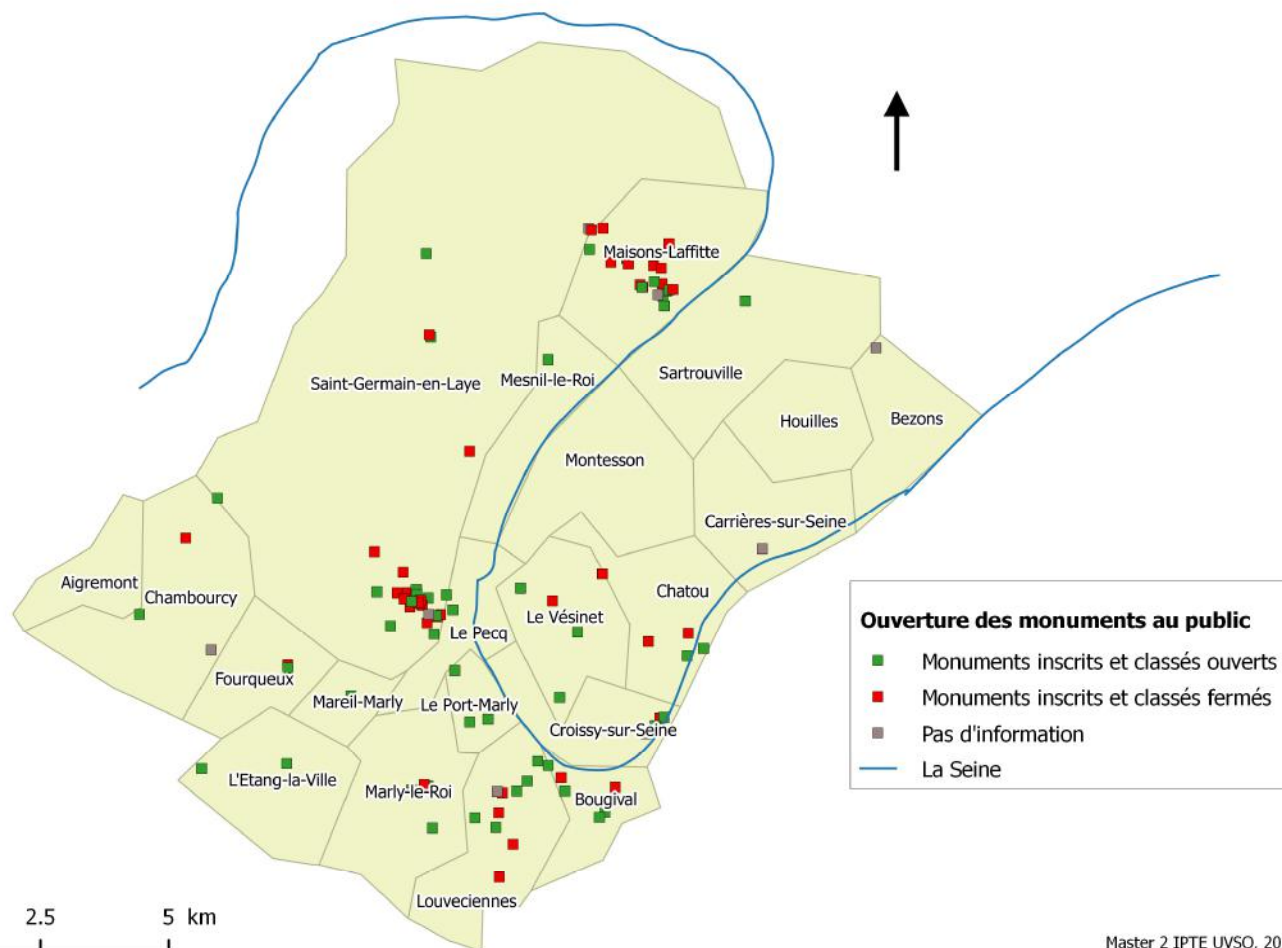
Source personnelle

PATRIMOINE CULTUREL

DE NOMBREUX MONUMENTS HISTORIQUES MAIS UNE INÉGALE ACCESSIBILITÉ AU PUBLIC

INÉGALE RÉPARTITION DES MONUMENTS SUR LE TERRITOIRE

Une ouverture des monuments au public en demi-teinte



TOTAL
85

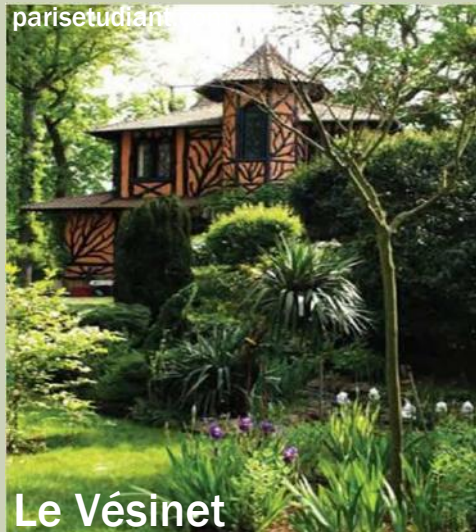
Inscrits
60

Classés
25

Ouverts
48

Fermés
37

DES « TRÉSORS CACHÉS » PEU MIS EN VALEUR



Le Vésinet



Le Vésinet



tripadvisor.fr



Fourqueux

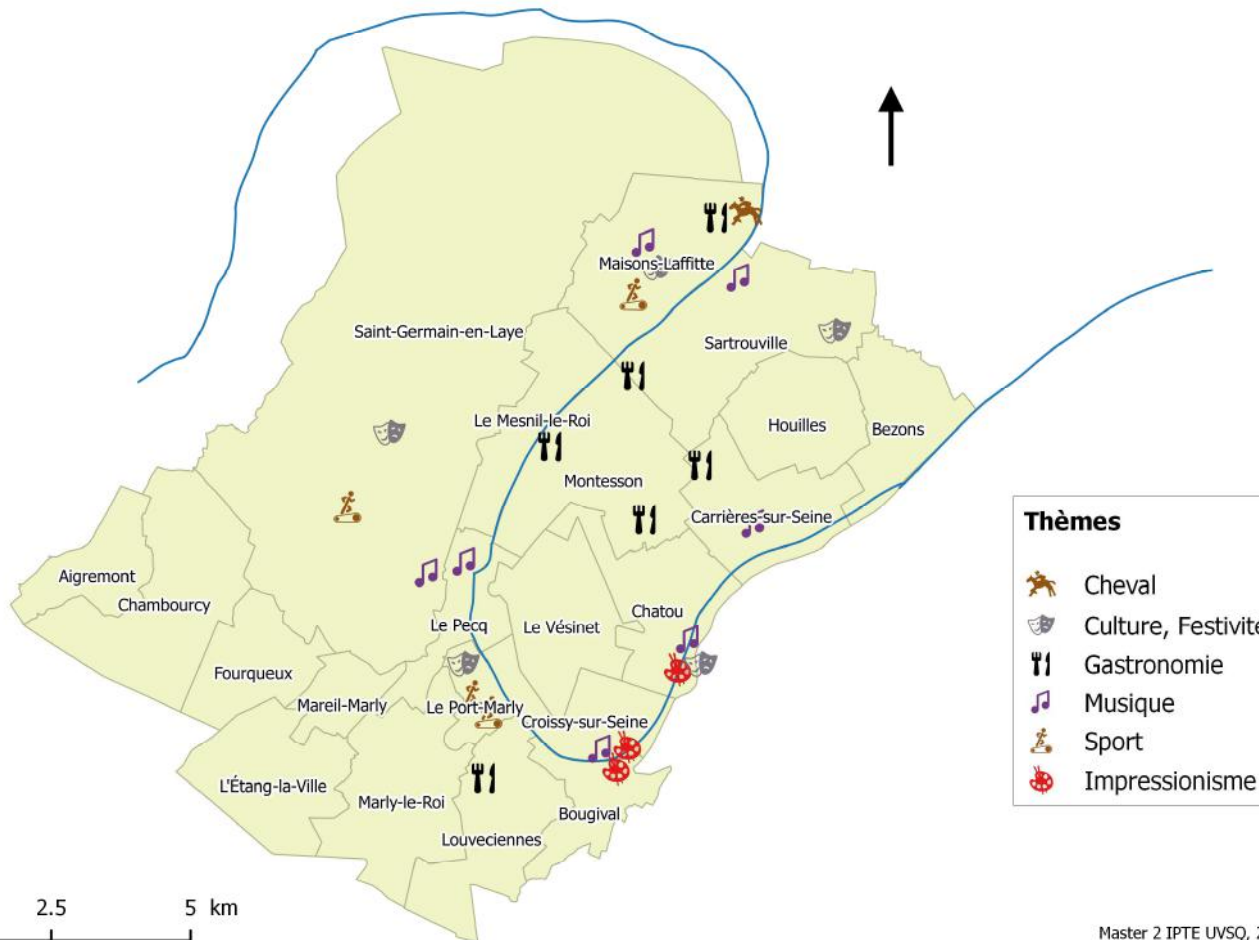
Patrimoine
architectural

Patrimoine
hydraulique

Patrimoine
religieux

L'IMPRESSIONNISME UN HÉRITAGE CULTUREL AFFIRMÉ

Le patrimoine immatériel : des rencontres riches et diverses



0 2.5 5 km

Master 2 IPTE UVSQ, 2016
QGIS 2.8, RGF93/Lambert 93, BD TOPO-IGN, Yvelines Tourisme, Offices de Tourisme



2. ETUDE DE L'OFFRE



Sources personnelles

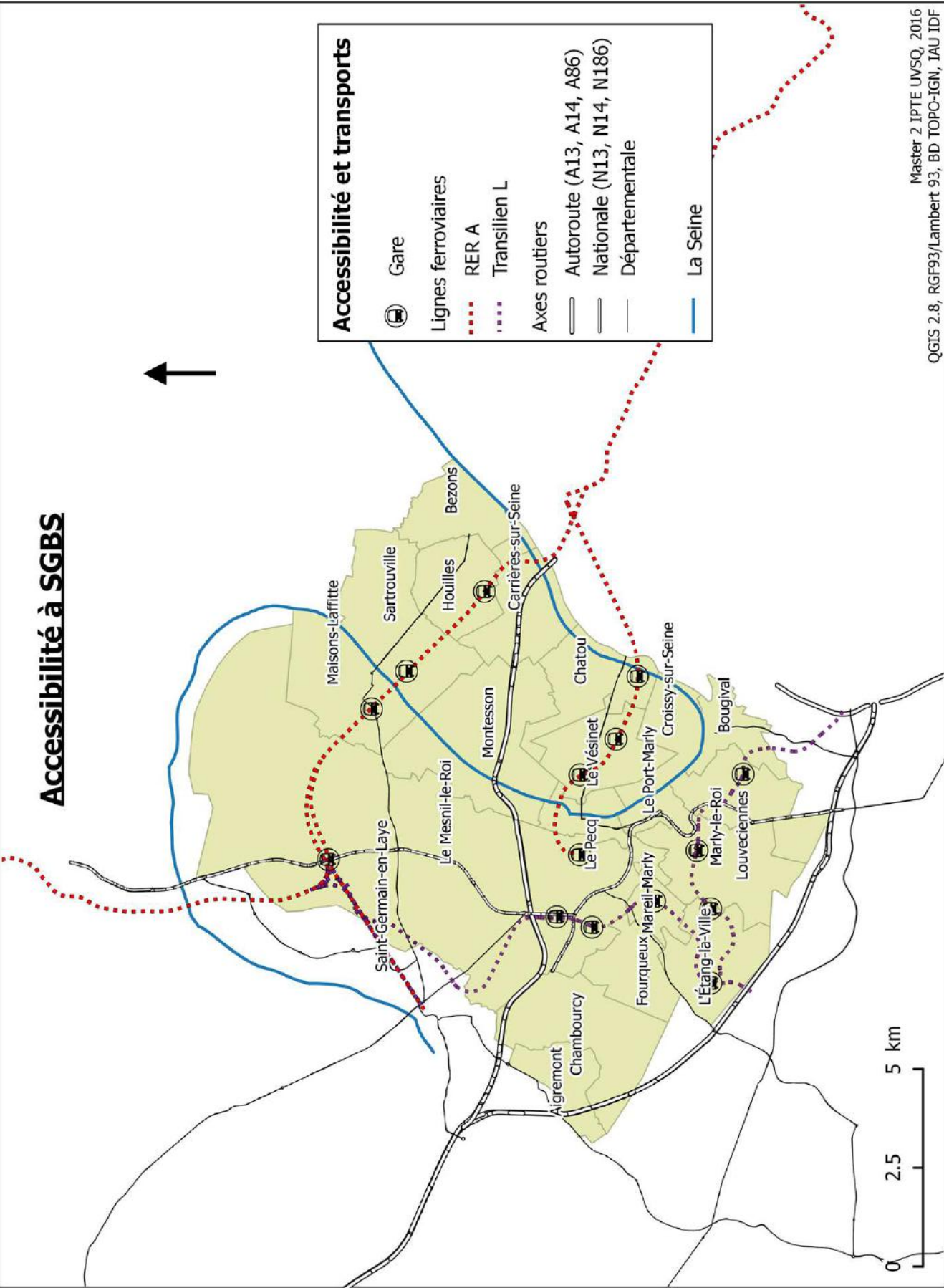
ACCESSIBILITÉ

Accessibilité à SGBS

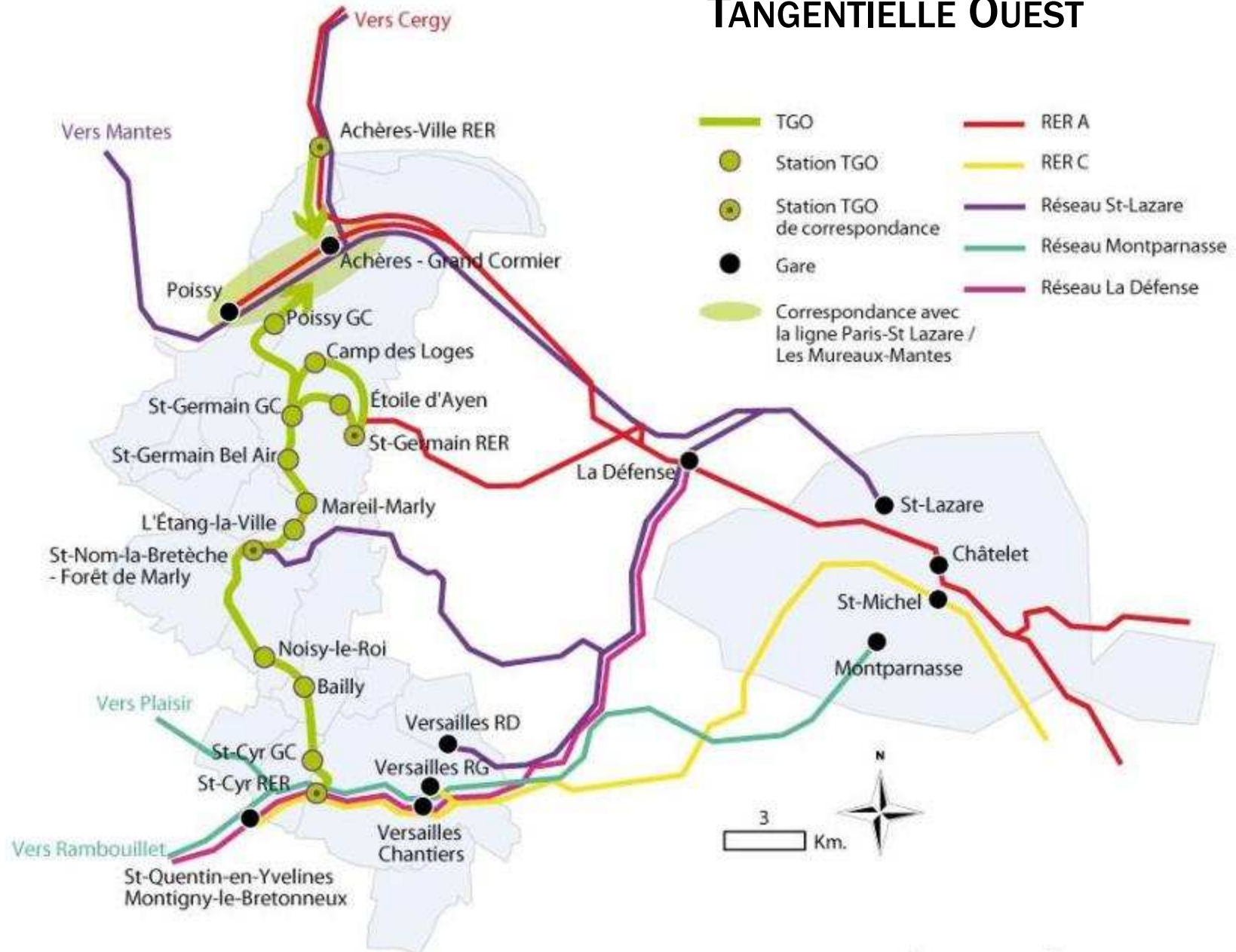


Accessibilité et transports

- Gare
- Lignes ferroviaires**
 - RER A
 - Transilien L
- Axes routiers**
 - Autoroute (A13, A14, A86)
 - Nationale (N13, N14, N186)
 - Départementale
- La Seine

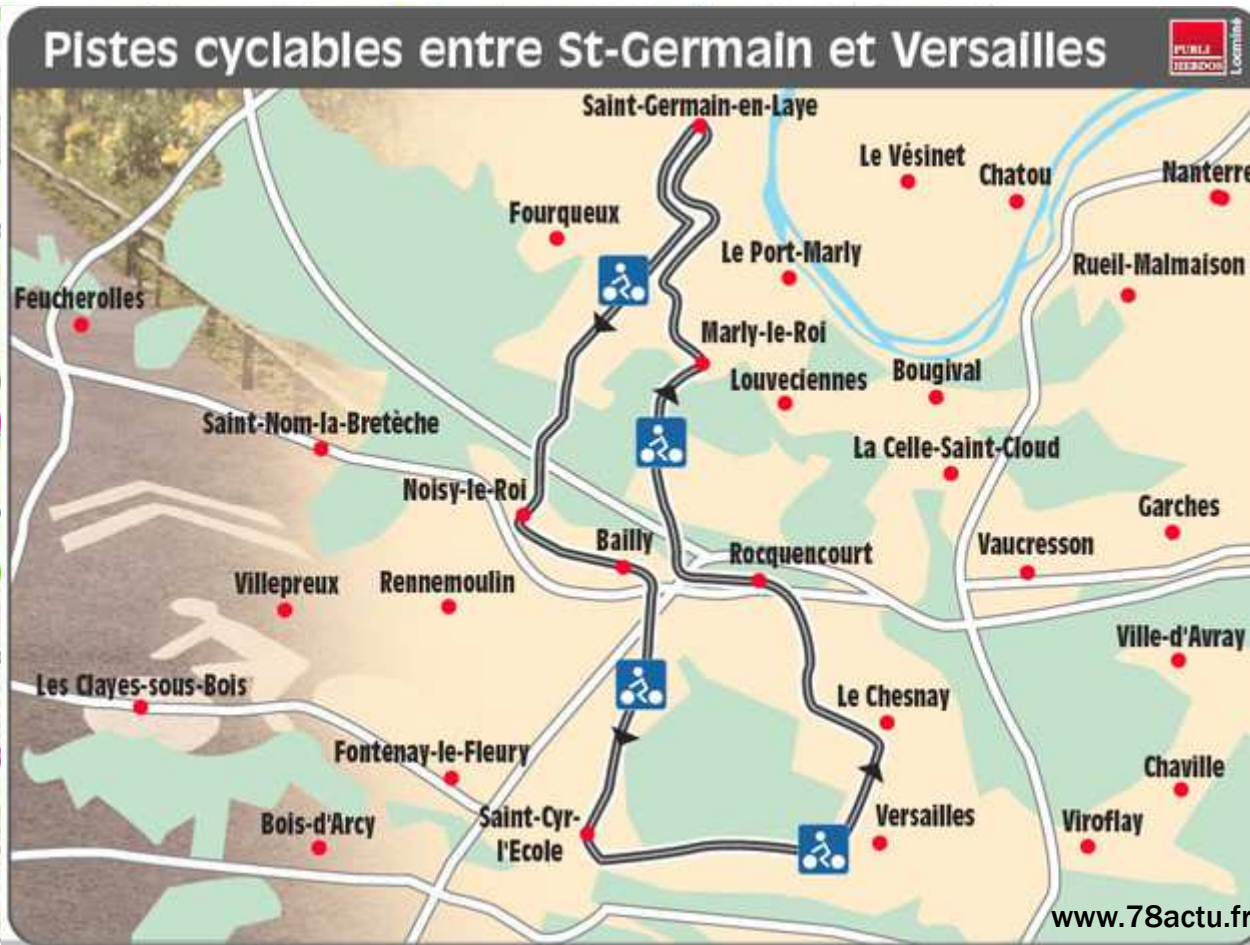


TANGENTIELLE OUEST



Source: agir-pour-orgeval

SGBS à vélo

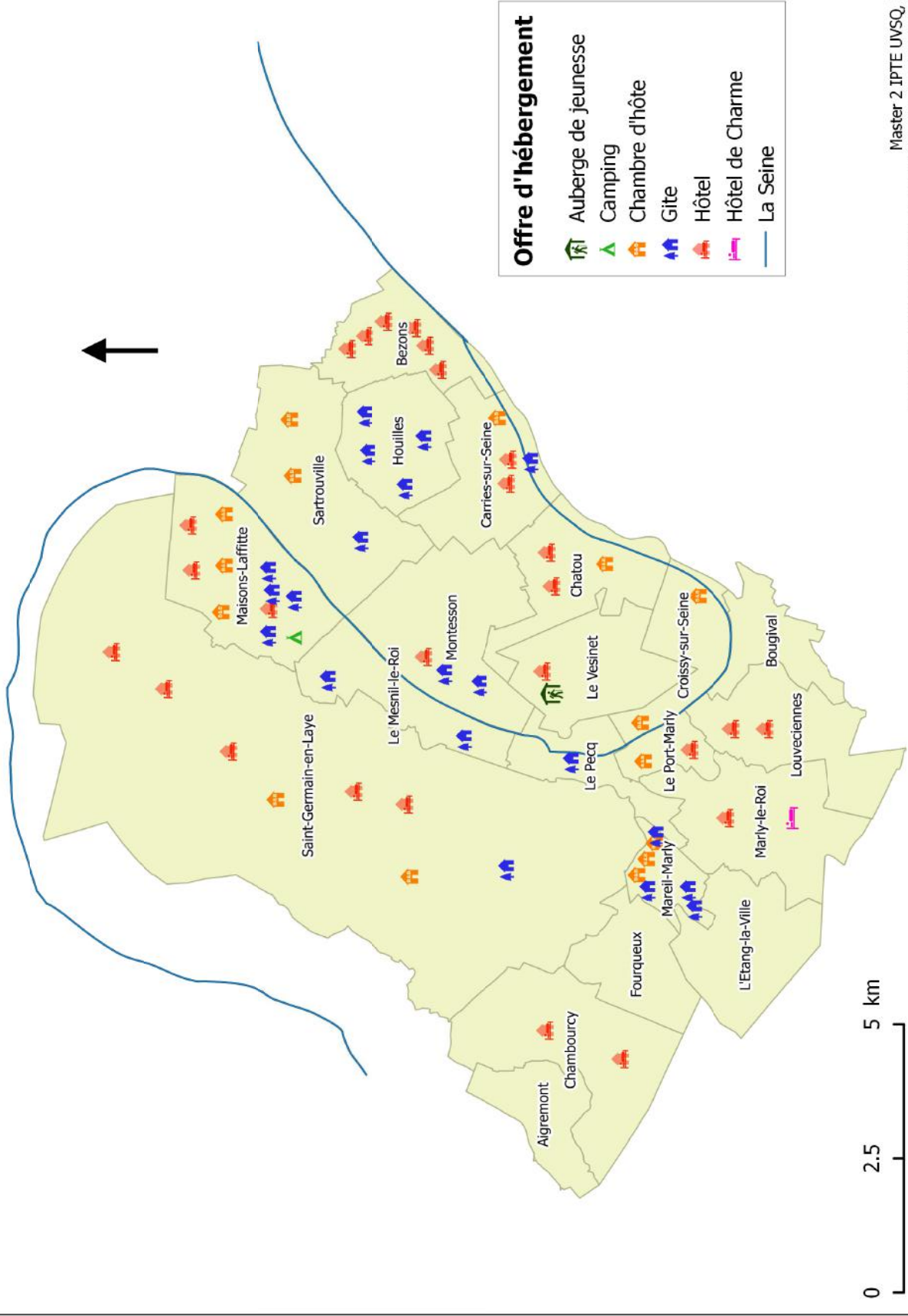


www.78actu.fr

Yvelines Tourisme

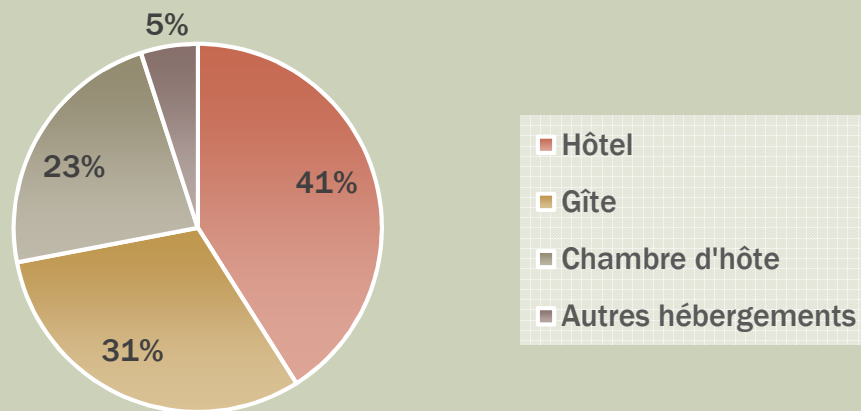
HÉBERGEMENT

Offre d'hébergement de Saint-Germain Boucles de Seine

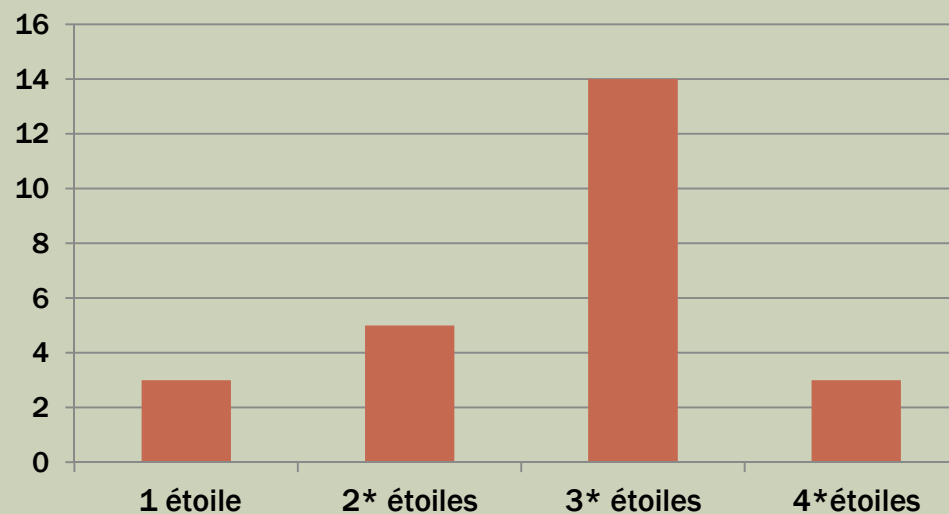


OÙ DORMIR SUR SGBS ?

Répartition de l'offre d'hébergement marchand

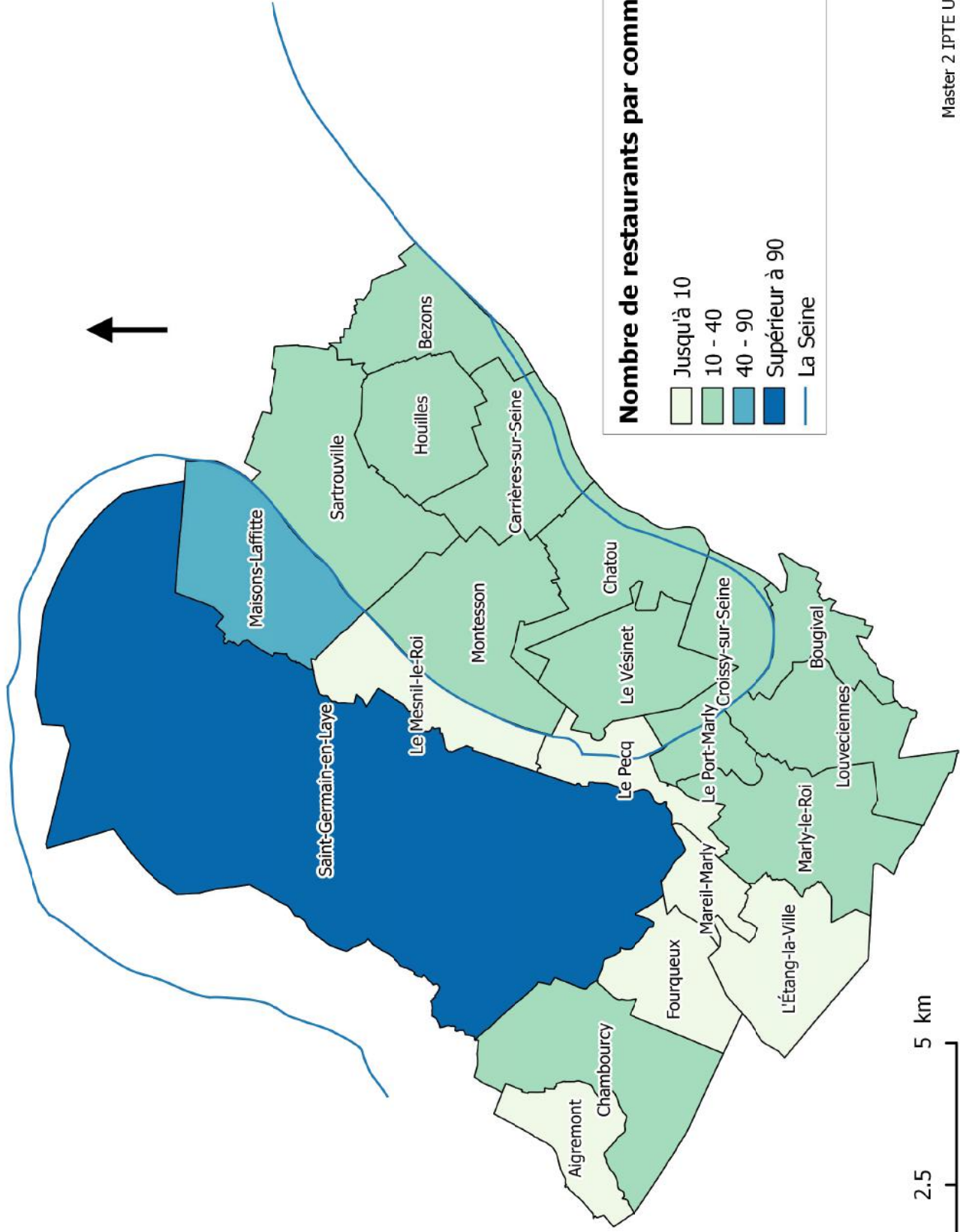


Classement des hébergements de SGBS



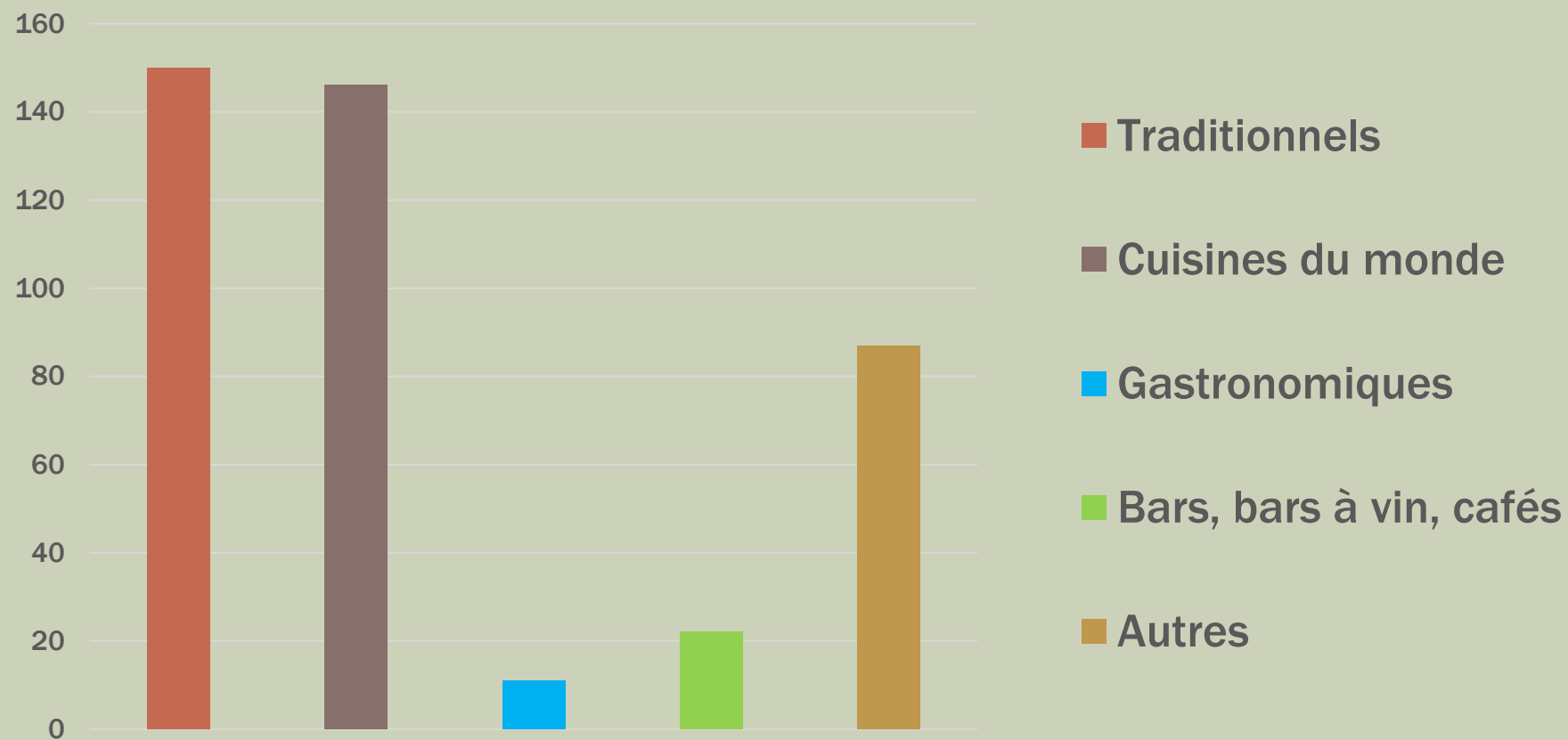
RESTAURATION

Nombre de restaurants par commune



OÙ MANGER SUR SGBS ?

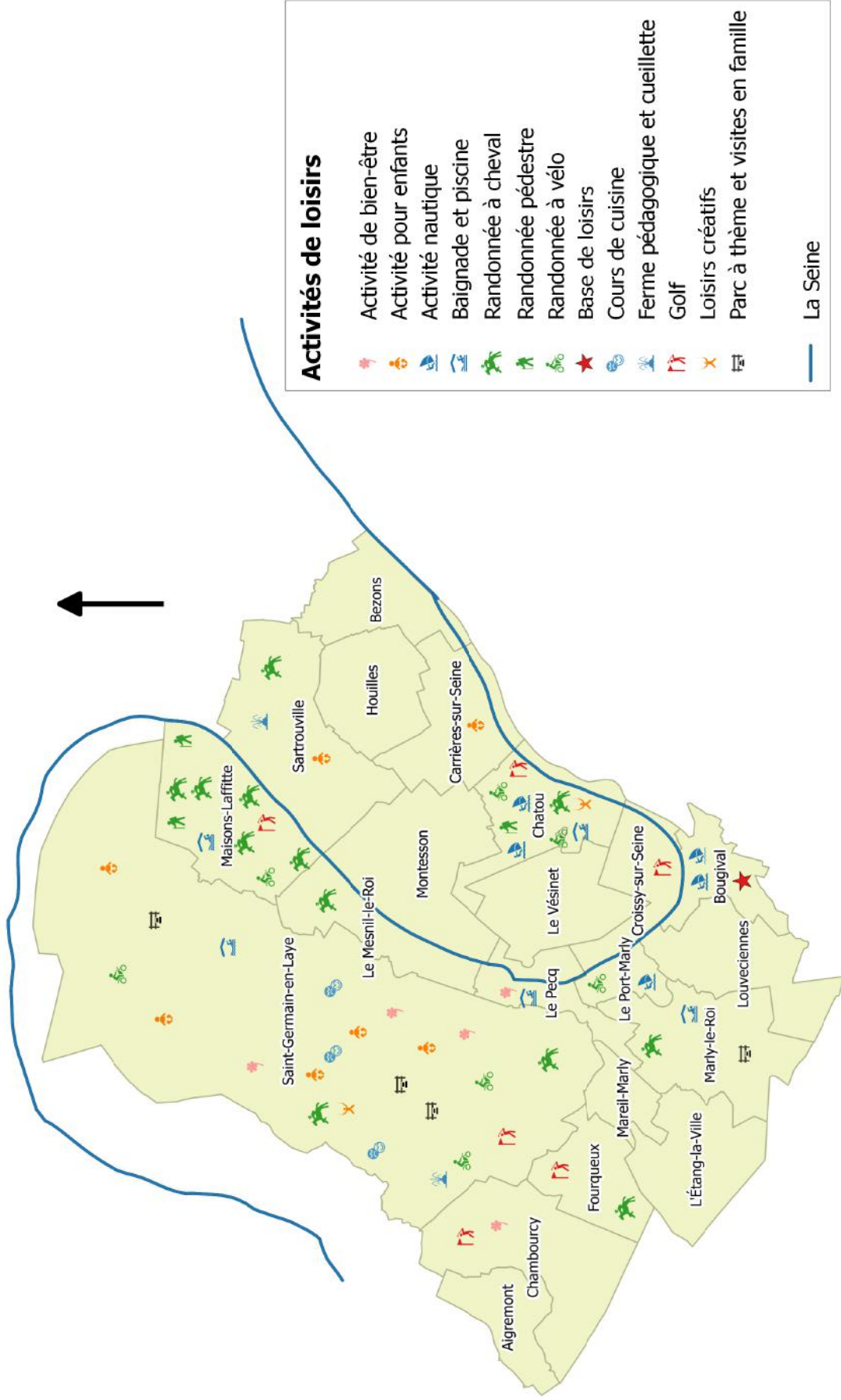
Répartition des restaurants à SGBS (par type de cuisine)



ACTIVITÉS DE LOISIRS ET SITES DE VISITE

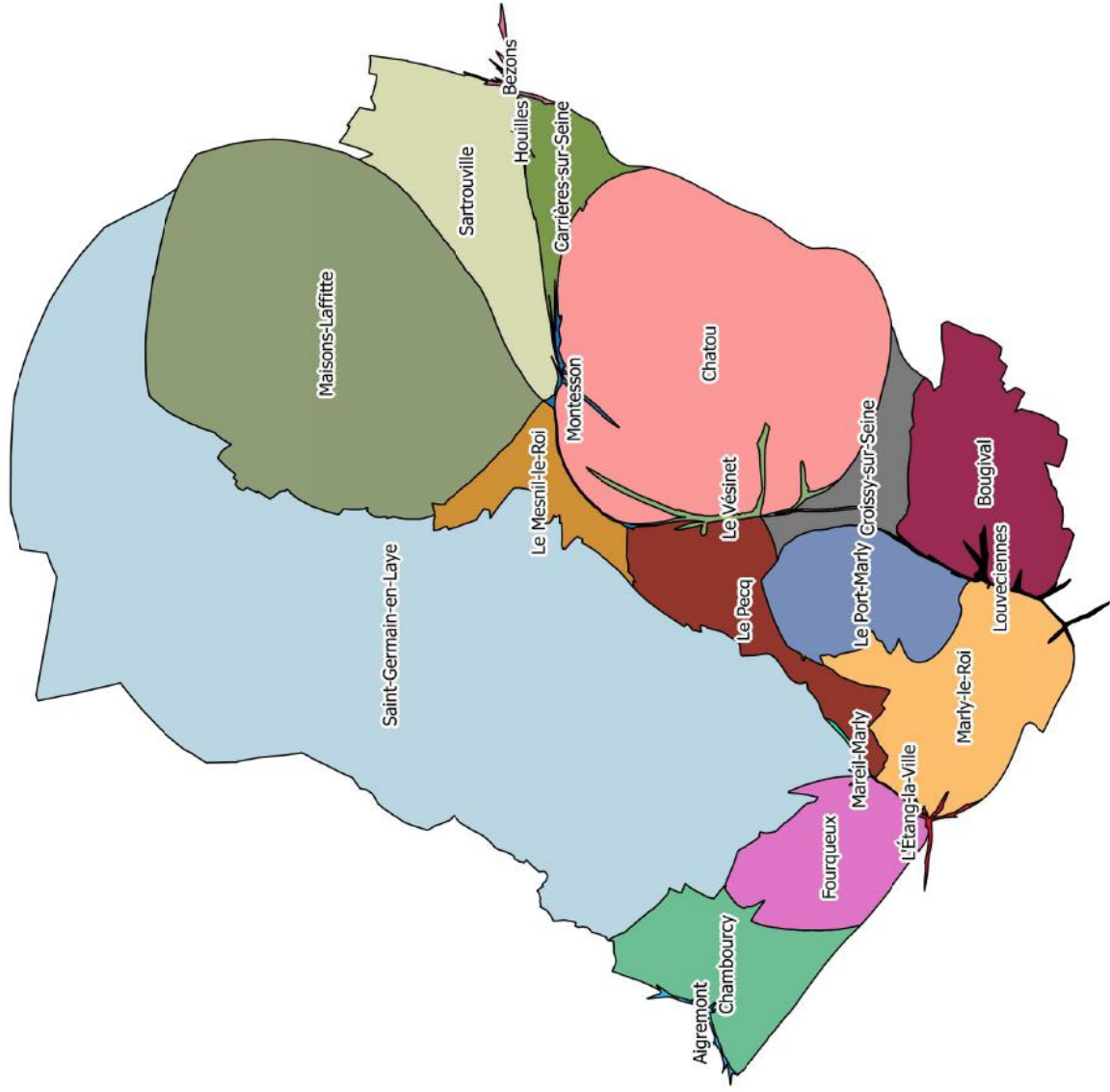


Activités de loisirs à SGBS

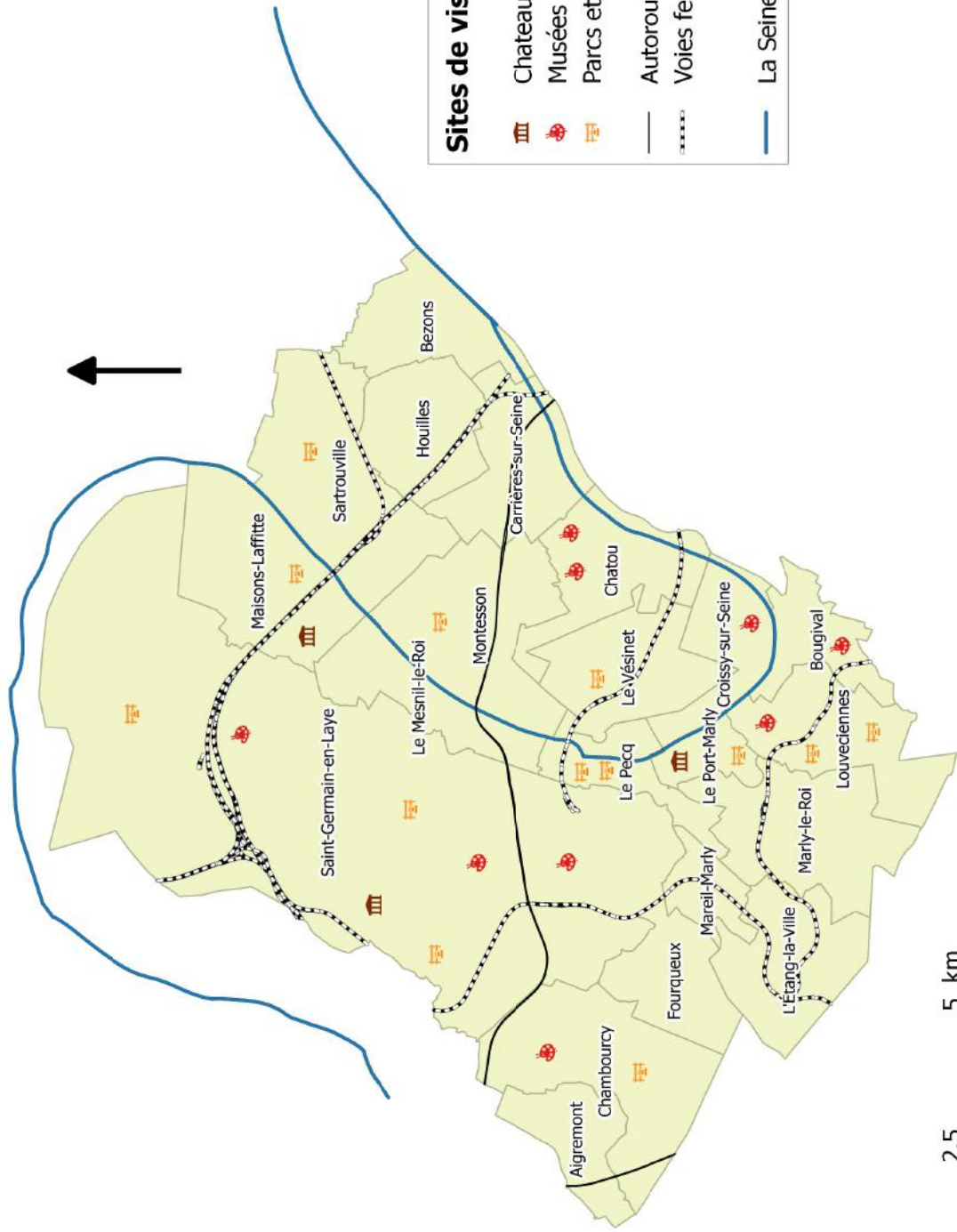


Source : MASTER 2 IPTE UVSQ, 2016
 QGIS 2,8 RGF 93/ LAMBERT 93, BD TOPO-IGN, Base de données

Anamorphose des activités de loisirs à SGBS



Sites de visite à SGBS



Sites de visite	
	Châteaux
	Musées
	Parcs et Jardins
	Autoroutes
	Voies ferrées
	La Seine



**TOURISME D'AFFAIRES
ET ÉVÉNEMENTIEL**

TOURISME D'AFFAIRES

Une filière en plein développement

- ❑ Une volonté locale et départementale
- ❑ Deux pôles identifiés du « Tourisme d'affaires » :
 - ✓ *Ville Royale : une capacité hôtelière importante*
 - ✓ *Pays des Impressionnistes : une capacité de salles importante*

25 Hôtels

7 Hôtels
dédiés au
tourisme
d'affaires

139 Salles
équipées

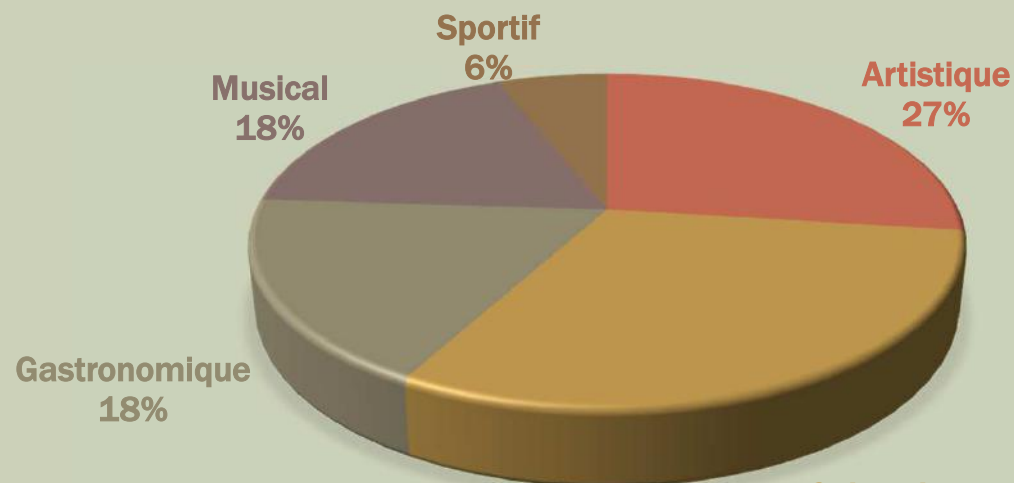


EVÉNEMENTS ET ANIMATIONS

Dynamique événementielle avenante

- ❑ Une diversité et une bonne promotion des événements
- ❑ Saisonnalité
- ❑ Dominance d'événements locaux
- ❑ Bonne dynamique dans l'ensemble du territoire

Une diversité d'événements

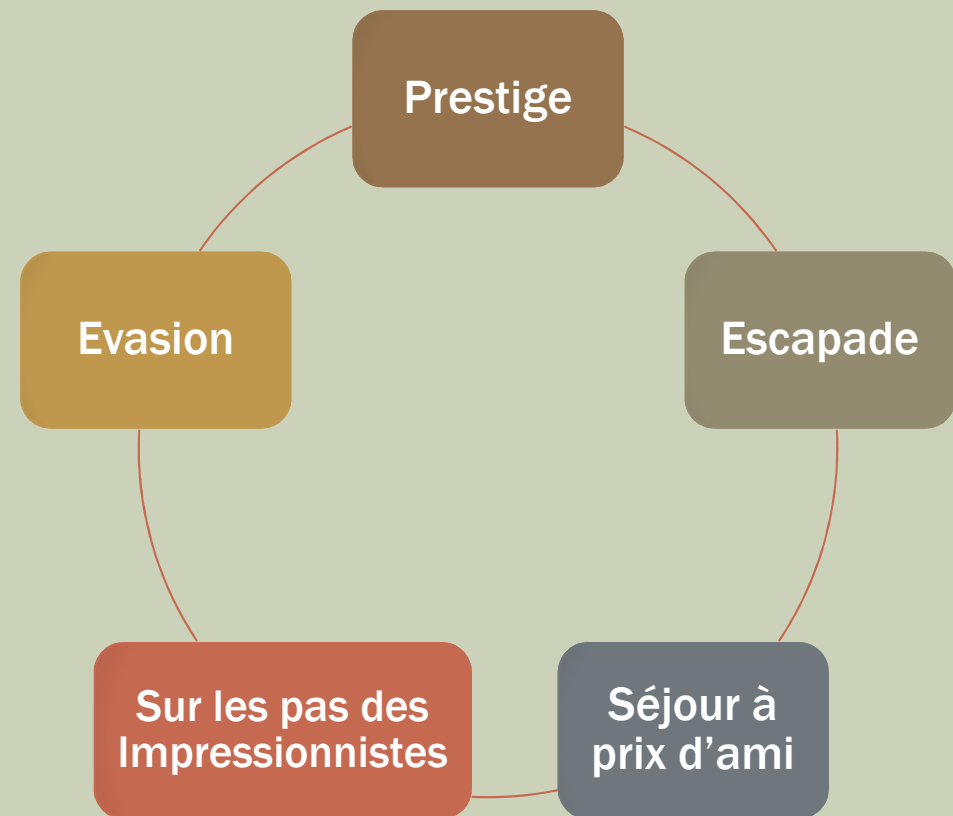


PRODUITS PACKAGÉS

UNE OFFRE EN RETRAIT

- 9 produits packagés au total
- Concentration sur 2 offices de tourisme
- Une offre ciblant un public large (famille, couple, amis...)
- Une offre non adaptée à la demande
- Absence des offices de tourisme dans les salons nationaux et internationaux

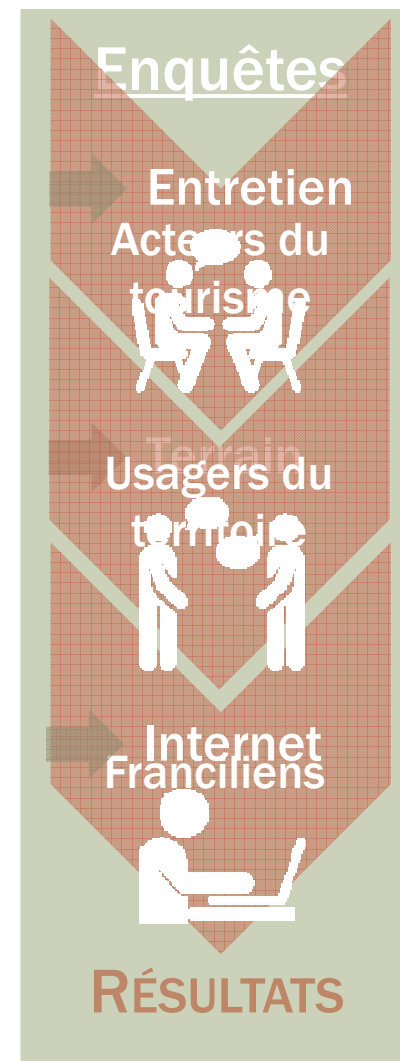
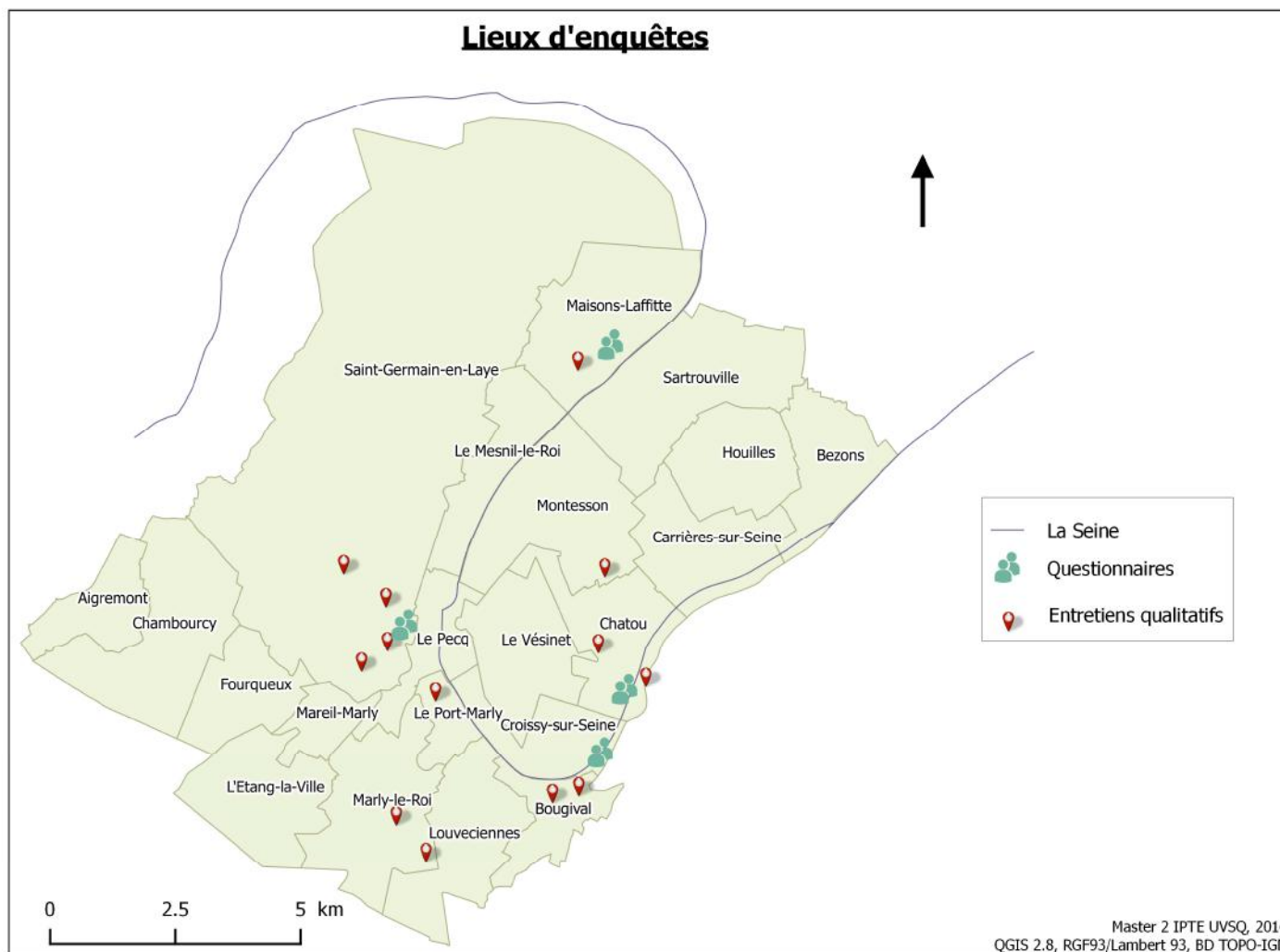
Exemples de produits existants



3. DEMANDE TOURISTIQUE



UN CONSTAT : PAS DE DONNÉES EXISTANTES SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE



POSITIF

Effet de réseau



Excursionnistes réguliers



Recherche de calme et de nature

Des CSP+ susceptibles de consommer

Démultiplication des visiteurs

Intérêt pour le tourisme vert



NÉGATIF

Manque de renseignement



Très peu de consommation

1^{er} mode de transport utilisé



Visiteurs lassés par le manque de renouvellement des offres



Peu de professionnels

Peu de jeunes

Peu d'étrangers



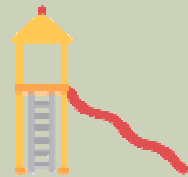
Saint Germain
boucles de seine
TOURISME
Recommandation

CAMILLE, NICOLAS, LEURS
ENFANTS ET MÉDOR

33 ans

Profitent du dimanche
après midi en famille

Habitent Noisy le Roi



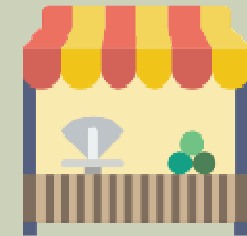
PERSONAS

NATHALIE ET YANNICK

54 ans

Se baladent en amoureux
le dimanche matin

Habitent Croissy-sur-
Seine

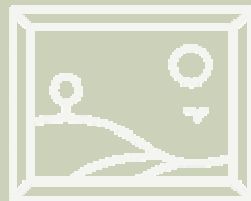


GILLES

62 ans

Vient rendre visite à ses enfants
quelques jours

Habite Lyon



AMAURY

36 ans

Participe à un séminaire

Travaille à Paris



4. IMAGE & COMMUNICATION



IMAGE VOULUE : QUI COMMUNIQUE ?

VILLES ROYALES

- L'OT et Mairie de St-Germain-en-Laye
- Musée d'Archéologie Nationale et Domaine
- Yvelines Tourisme
- L'OT de France
- SNCF
- France-Voyage.com
- Conseil régional d'Île-de-France

IMPRESSIONNISME

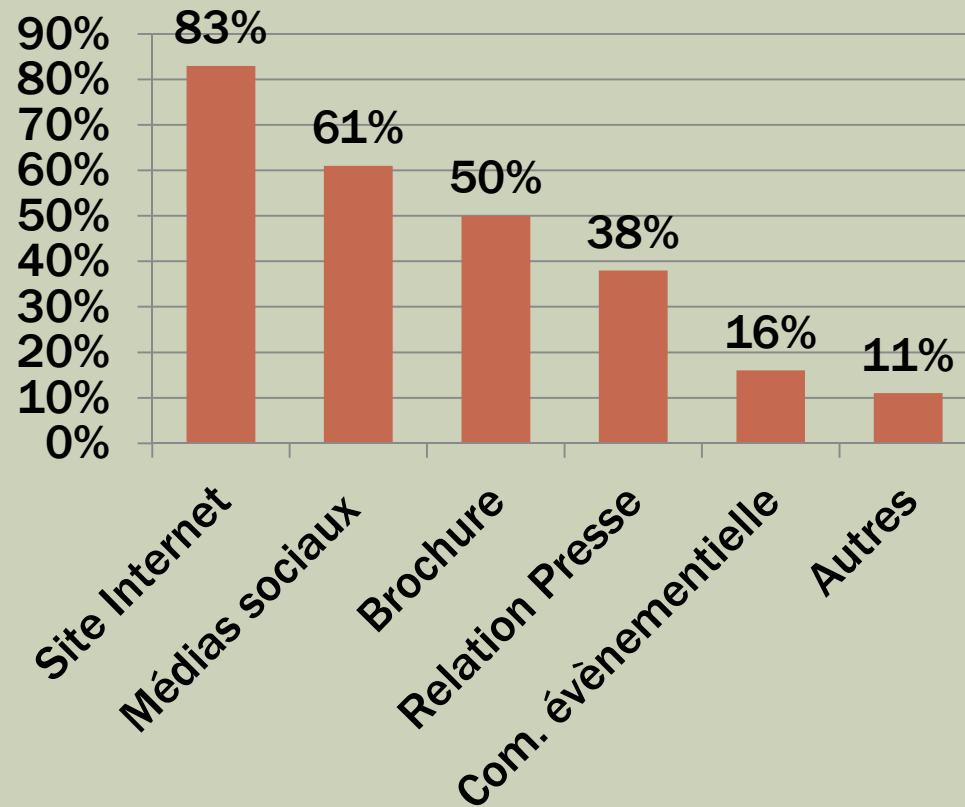
- L'OT du Pays des Impressionnistes
- L'OT de Bougival
- Yvelines Tourisme
- L'association les Amis de la Maison Fournaise (Chatou)
- L'association Arts et Chiffons (Chatou)

CITÉ DU CHEVAL

- L'OT de Maisons-Laffitte Cité du cheval
- Yvelines Tourisme
- L'association JUMP de Maisons-Laffitte
- Partenaire Horse Holidays France
- France Galop

COMMENT COMMUNIQUENT-ILS ?

Moyens de communication utilisés



Les médias sociaux les plus utilisés



VERS QUI ?

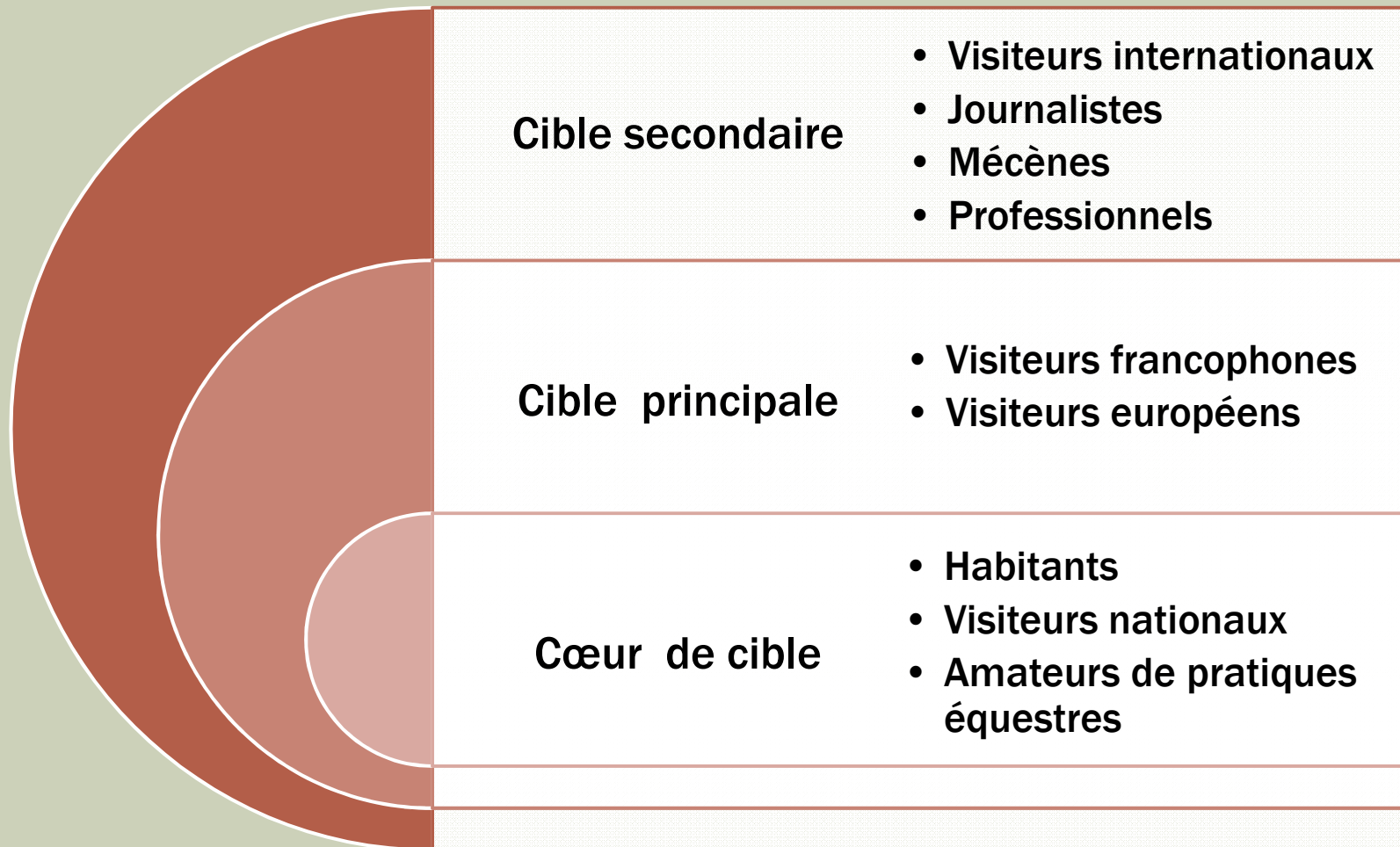


IMAGE PERÇUE & VILLE ROYALE



IMAGE PERÇUE & IMPRESSIONNISME

Avez-vous entendu parler du courant impressionniste ?

Oui

Non

63%

37%



Avis sur Tripadvisor : 150 français, 28 anglais, 13 espagnols, 9 italiens, 6 russes.

IMAGE PERÇUE & CITÉ DU CHEVAL

Aménagement

Loisirs

Infrastructures sportives

Bon vivre

Calme paisible et familiale

Accueillant

Agréable

Espace vert

Attractions



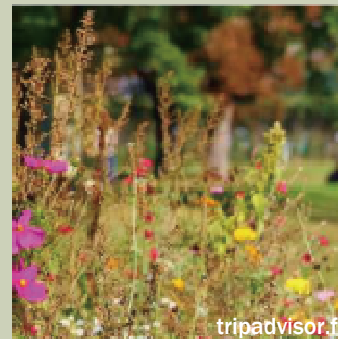
guidemedia.france-galop.com

Hippodrome



tripadvisor.fr

Pavillon de la Muette



tripadvisor.fr

Golf de Maison Laffitte



maisonlaffitte.net

Château de Maison Laffitte

Satisfait

Seine/Forêt/Chevaux

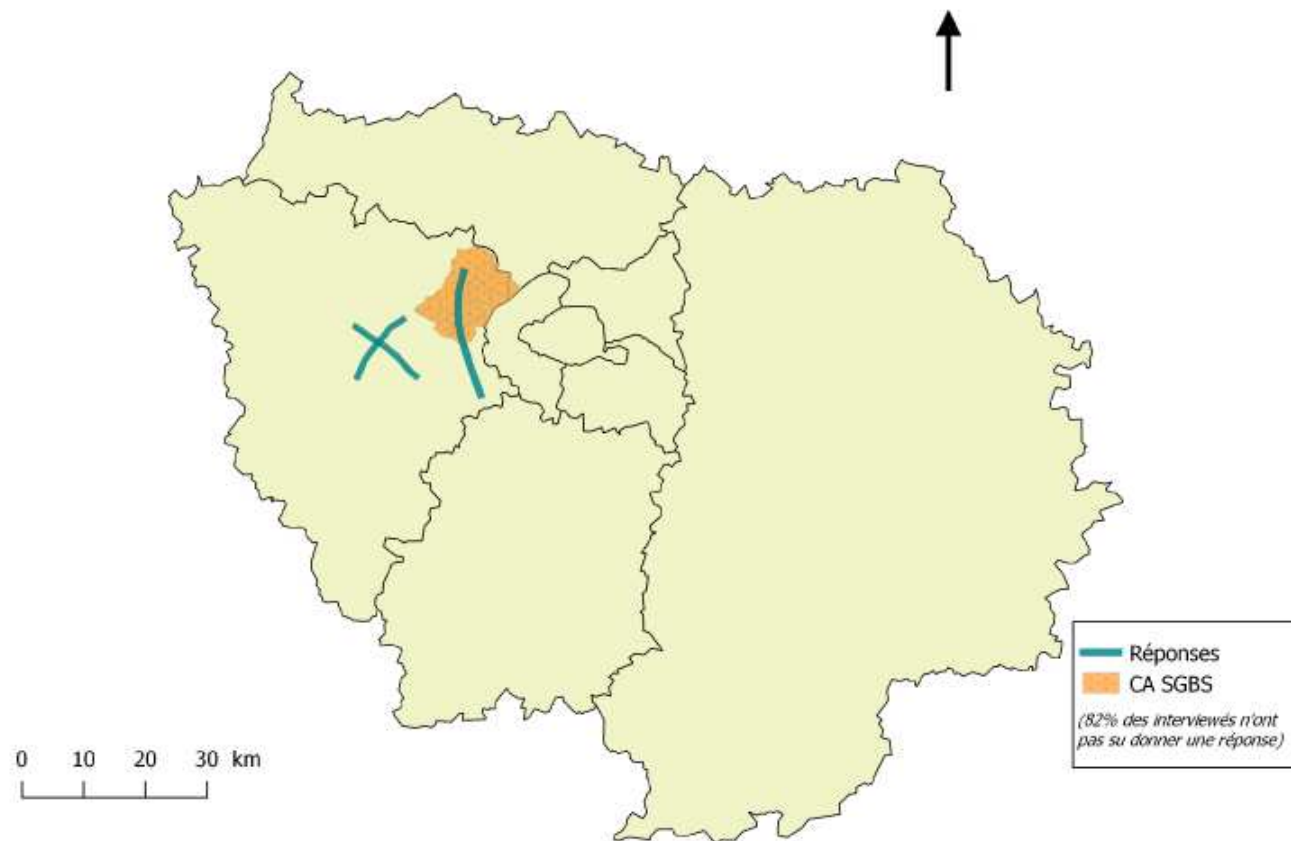
Portes de Paris

Ville bourgeoise de province

Cadre sublime

« OÙ SE SITUE LE TERRITOIRE SELON VOUS ? »

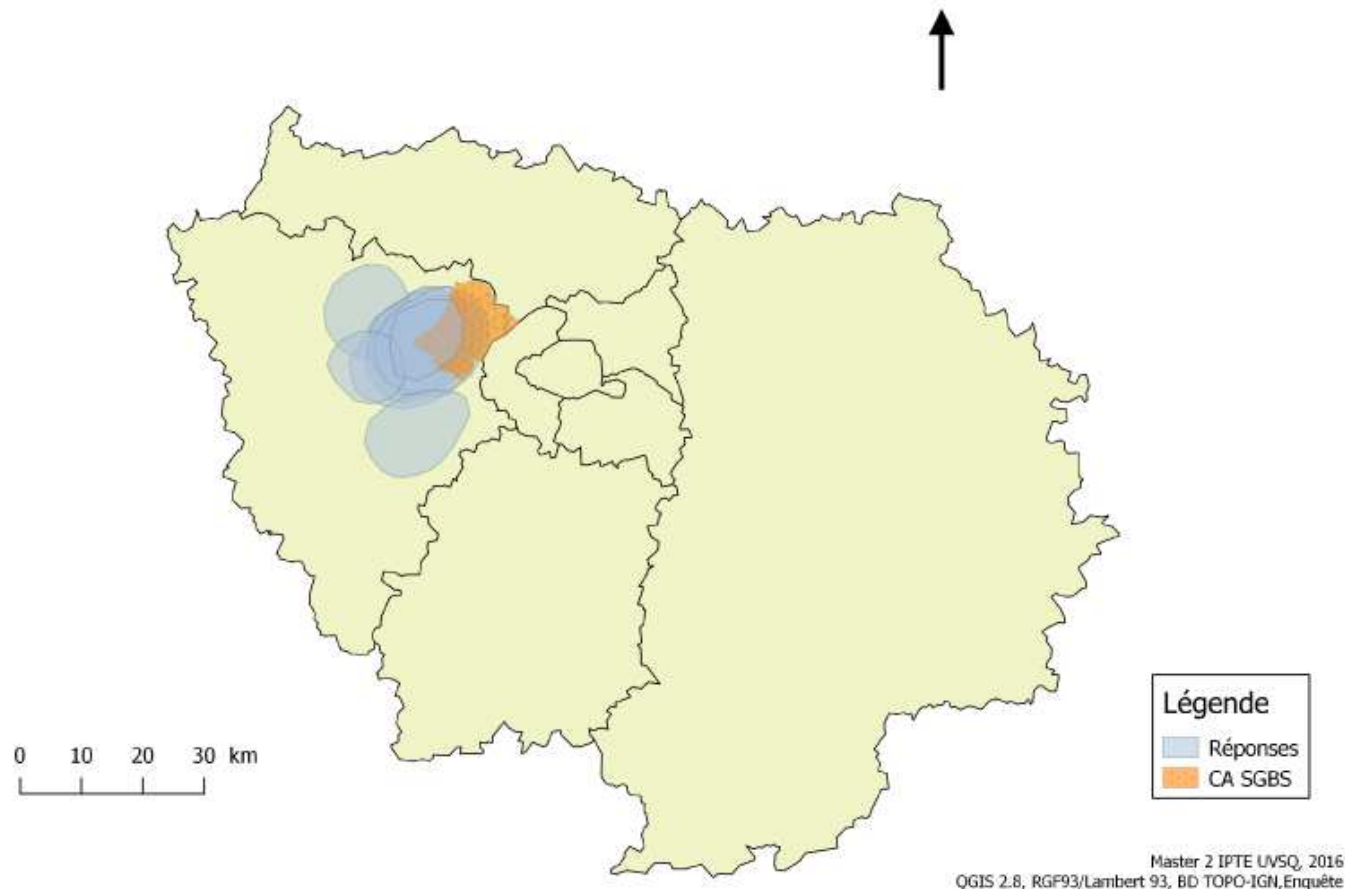
Carte mentale des enquêtés de Paris



Seuls 18% des enquêtés ont su donner une réponse

« OÙ SE SITUE LE TERRITOIRE SELON VOUS ? »

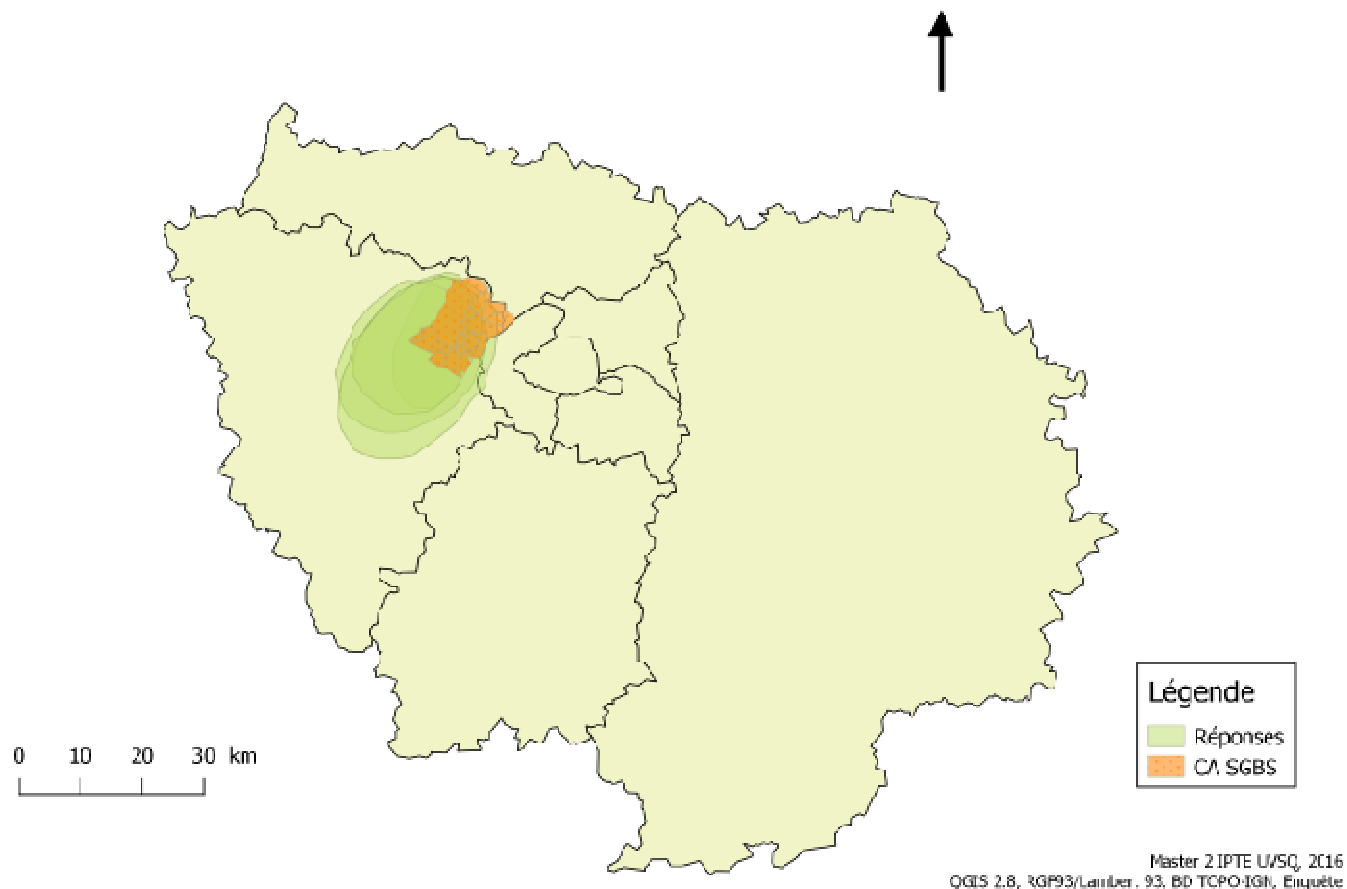
Carte mentale des enquêtés de la Défense



Un territoire
perçu plus loin
qu'il ne l'est

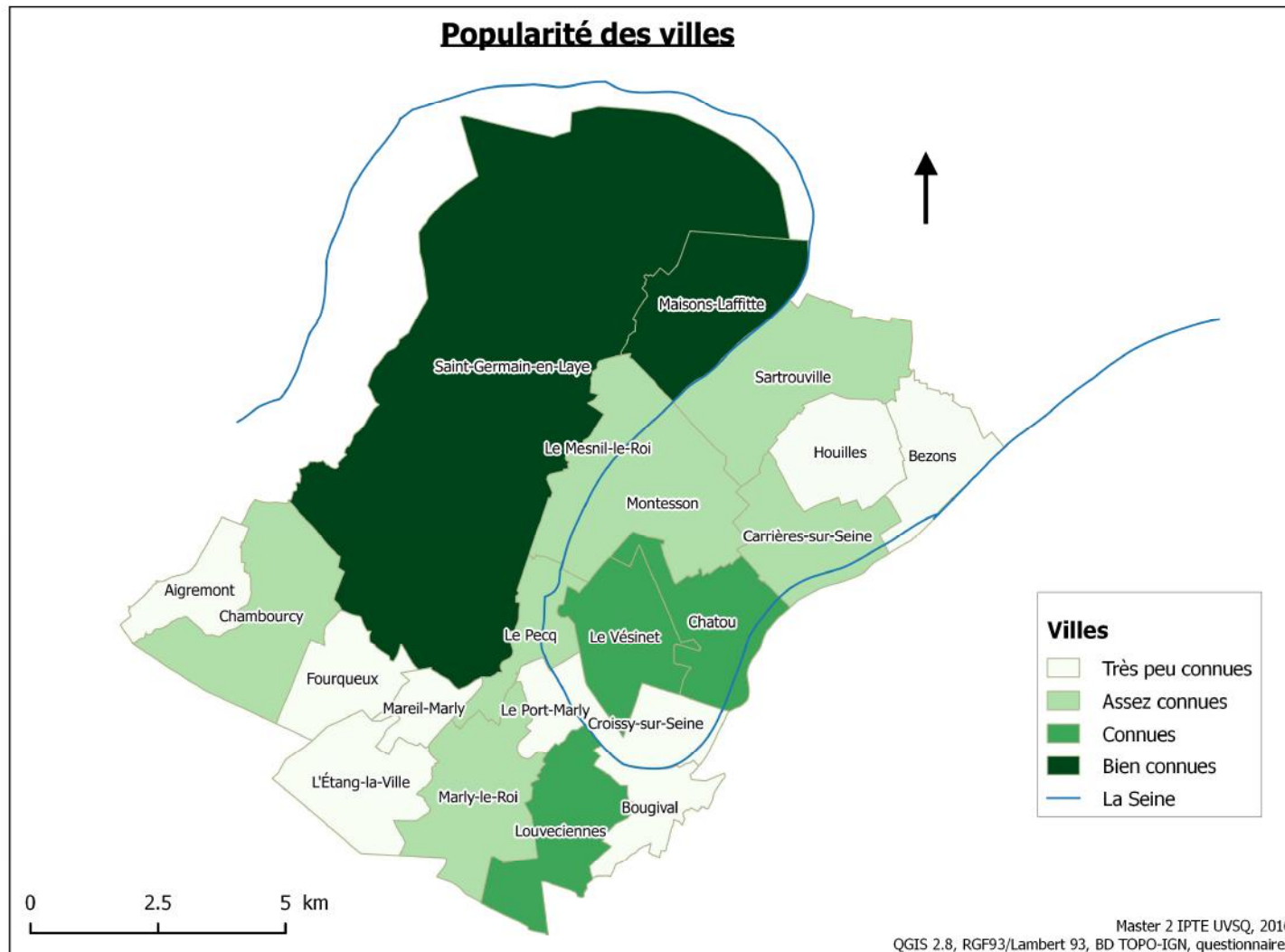
« OÙ SE SITUE LE TERRITOIRE SELON VOUS ? »

Carte mentale des enquêtés de Versailles



Un territoire
perçu plus grand
qu'il ne l'est

IMAGE PERÇUE GLOBALE



Saint-Germain-
en-Laye
-
Maisons-
Laffitte



Aigremont
-
Le Port-Marly

5. BILAN DU DIAGNOSTIC : LE SWOT



Sources personnelles

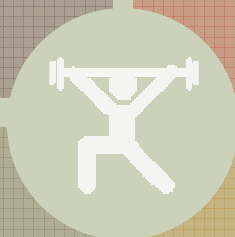
PATRIMOINE

FORCES

OFFRE

- Diversité de paysages malgré la proximité parisienne
- Nombreux monuments hérités de l'Histoire

- Offre culturelle autour du 19^{ème}
- Accessibilité depuis Paris
- Offre d'hébergement de loisirs et de restauration diversifiée
- Evénements nombreux et divers



- Clientèle excursionniste régulière
- Recherche de calme et nature
- Visiteurs satisfaits qui le recommandent

- Différentes identités propres
- Volonté de développement par les acteurs du territoire

DEMANDE

COMMUNICATION

PATRIMOINE

FAIBLESSES

OFFRE

- Forte urbanisation des lisières de forêts
- Contradiction entre : mise en avant monuments / ouverture au public
- Lisibilité du patrimoine

- Parkings, signalétique
- Concentration de l'offre sur 3 communes
- Saisonnalité des événements
- Haut de gamme



- Clientèles étrangère et jeune en retrait
- Peu de consommation

- Identité, stratégie et communication commune
- Décalage image perçue/voulue

DEMANDE

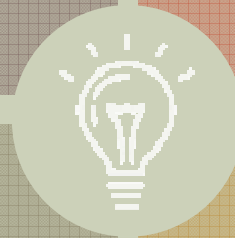
COMMUNICATION

PATRIMOINE OPPORTUNITÉS

OFFRE

- Acteurs investis dans la gestion des espaces naturels
- Le Contrat de Destination Impressionnisme

- Accessibilité facilitée
- Tendances au sur mesure, au luxe et à l'insolite
- Site web Paris Ouest Séminaires



- Flux potentiels de visiteurs
- Intérêt pour le tourisme durable
- Effet de réseau

- Tendance du numérique pour capter les jeunes publics

DEMANDE

COMMUNICATION

PATRIMOINE

MENACES

OFFRE

- Espaces naturels soumis à diverses pressions humaines et naturelles
- Concurrence à proximité

- Concurrence de Paris et Versailles
- Concurrence des autres destinations Impressionnistes (Giverny, Musée d'Orsay)



- Polarisation des flux
- Faible fréquentation des OT
- Public freiné par le contexte

- Inondation du marché de la communication
- Notoriété et image de la concurrence : Versailles, Paris

DEMANDE

COMMUNICATION

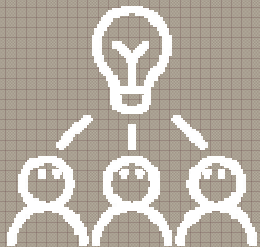
PISTES D'ACTION ET PRÉCONISATION

IMAGE ET COMMUNICATION

Image et stratégie commune

Mutualisation

Salons du tourisme



OFFRE TOURISTIQUE

Produits

Publics

Valorisation du patrimoine

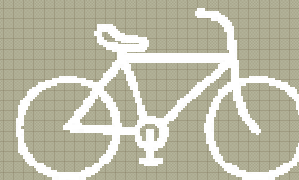


TRANSPORT ET ACCESSIBILITÉ

Transports alternatifs

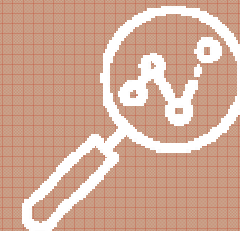
Signalétique

Aménagement



PRÉCONISATION

Enquête sur 12 mois



Tourisme vert

19^{ème} siècle

6. CONCLUSION



Sources personnelles

MERCI DE VOTRE
ATTENTION



Sources personnelles