

Webinaire

**Stratégie d'accueil
& optimisation de l'expérience visiteur
autour des évènements sportifs.**

1^{er} juin 2023 - 11h00-12h30



En partenariat avec





Isabelle CHEVASSUT

Responsable formation Professionnalisation
Direction Entreprises, Innovation et Professionnalisation



Amélie PAILLARD

Chargée de mission - Dispositifs d'accueil des grands évènements





RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberit
Egalit
Fraternit*

ATOUT
FRANCE
Agence de développement touristique de la France

Nouveaux outils destinés à la mobilisation des professionnels
autour de la qualité d'accueil
à l'occasion de la RWC et des JOP Paris 2024

Webinaire CRT Nouvelle Aquitaine et MONA – Jeudi 1^{er} juin 2023





La mesure Dispositifs d'Accueil des Grands Evénements

Dans quel contexte s'inscrit cette mesure ?

- Elle s'inscrit dans le cadre du **Plan Destination France**. Présenté le 20 novembre 2021 par le Premier Ministre, le Plan Destination France a pour ambition de conforter la France comme première destination touristique mondiale et d'en faire la première destination de tourisme durable, grâce à un secteur porteur d'excellence, de croissance et d'emploi.

Le Plan Destination France s'articule autour de **5 axes de développement** sur 10 ans :

- Axe 1 : Conquérir et reconquérir les talents,
- Axe 2 : Renforcer la résilience du secteur et soutenir la montée en qualité de l'offre,
- Axe 3 : Valoriser et développer les atouts touristiques français,
- Axe 4 : Répondre aux enjeux de transformation du secteur,
- Axe 5 : Promouvoir la destination France et consolider ses parts de marché -> Mesure Dispositifs d'Accueil des Grands Evénements



La mesure Dispositifs d'Accueil des Grands Evénements

Coupe du Monde de Rugby : les chiffres clés

- 1^{er} grand événement en France post Covid qui permettra d'accélérer le retour des clientèles lointaines de l'Argentine à la Nouvelle-Zélande en passant par le Japon et l'Afrique du Sud
- 9 villes et 7 régions hôtes
- 2,5 millions de billets disponibles
- 450 000 visiteurs attendus



La mesure Dispositifs d'Accueil des Grands Evénements

Coupe du Monde de Rugby : les enjeux



UN ENJEU D'IMAGE

Capitaliser sur l'image de la Coupe du Monde de Rugby France 2023 et les temps forts qui vont précéder l'événement pour renforcer l'attractivité de la destination, créer un désir de voyager en France et de découvrir les territoires hôtes avant, pendant et après la Coupe du Monde France 2023



UN ENJEU COMMERCIAL

Optimiser les retombées économiques dans les territoires en contribuant à prolonger et à densifier les séjours des porteurs de billets et accompagnants

— La mesure Dispositifs d'Accueil des Grands Evénements

⇒ Un événement ancré dans les territoires au sein de 9 villes et 7 régions hôtes



Les territoires où se jouent les matchs de poule et **les marchés**

Nouvelle-Zélande : Lyon (x2) / Paris / Toulouse

CDB : Lyon

Australie : Lyon / Saint-Etienne (x2) / Paris

CDB : Saint-Etienne

Afrique du Sud : Marseille (x2) / Bordeaux / Paris

CDB : Toulon

Angleterre : Lille (x2) / Marseille / Nice

CDB : Le Touquet

Pays de Galles : Bordeaux / Lyon / Nantes / Nice

CDB : Versailles

Ecosse : Marseille / Nice / Lille / Paris

CDB : Nice

Irlande : Bordeaux / Nantes / Paris (x2)

CDB : Tours

Japon : Toulouse (x2) / Nice / Nantes

CDB : Toulouse

Italie : Saint-Etienne / Nice / Lyon (x2)

CDB : Bourgoin-Jallieu

Argentine : Marseille / Saint-Etienne / Nantes (x2)

CDB : La Baule Escoublac

Portugal : Nice / Toulouse (2x) / Saint-Etienne

CDB : Perpignan



La mesure Dispositifs d'Accueil des Grands Evénements

JOP Paris 2024 : les chiffres clés

- 206 pays représentés
- 15 000 athlètes
- 32 sports olympiques et 22 sports paralympiques
- 869 épreuves
- 13 millions de billets à vendre :10 millions pour les Jeux Olympiques et 3 millions pour les Jeux Paralympiques, dont 70% des billets déjà vendus pour les Jeux Olympiques.



La mesure Dispositifs d'Accueil des Grands Evénements

JOP Paris 2024 : les enjeux

ENJEU D'IMAGE



Une exposition médiatique
sans précédent pour
renforcer la notoriété et
l'attractivité de la France et
stimuler les désirs de voyage

ENJEU COMMERCIAL

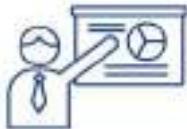


Inciter les porteurs de billet et
visiteurs (loisirs et corporate)
à prolonger et diversifier
leur séjour

ENJEU TACTIQUE



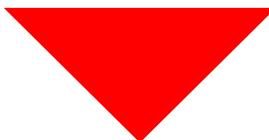
Limiter les effets d'éviction
que l'on peut rencontrer :
mettre en avant
l'ensemble du territoire
à travers la valorisation des
Centres de Préparation aux Jeux,
les possibilités de visites.



La mesure Dispositifs d'Accueil des Grands Evénements

Son objectif

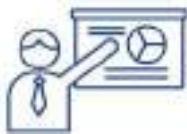
Consolider et promouvoir l'esprit collectif autour des Grands Evénements,
en renforçant la qualité de l'accueil et en re-donnant aux professionnels,
(hébergeurs, restaurateurs, commerçants, transporteurs, taxis, personnels d'accueil, volontaires/bénévoles...),
les clés pour mieux connaître et mieux accueillir les clientèles internationales
venant en France à l'occasion des grands événements sportifs.



Vidéos

RWC : supports annexes

JOP Paris 2024 : kit de communication



La mesure Dispositifs d'Accueil des Grands Evénements

VIDEOS

- Séries de courtes vidéos d'1 minute 30, tournées et sous-titrées en français présentées par une personne ayant la double-nationalité : française et celle du marché traité
- Elles sont filmées sur un ton volontairement décalé et humoristique afin de retenir l'attention, agrémentées d'anecdotes et de fun facts
- Les vidéos seront accessibles gratuitement sur la chaîne Youtube et le site Internet d'Atout France
- Afin de renforcer l'esprit sportif, un geste symbolique tel que le passage d'un ballon de rugby pour la RWC ou de la flamme olympique pour les JOP Paris 2024 sera le fil conducteur entre les vidéos.



SUPPORTS ANNEXES

=> Pour la Coupe du Monde de Rugby

- Fichiers PDF HD, reprenant certaines thématiques des vidéos. Ces supports pourront être imprimés/diffusés sous forme de flyers/sous-main et/ou de lien numérique.

KIT DE COMMUNICATION

=> Pour les JOP Paris 2024



La mesure Dispositifs d'Accueil des Grands Evénements

Les marchés traités

RWC	JOP Paris 2024
Australie et Nouvelle-Zélande	Allemagne
Afrique du Sud	Belgique
Japon	Espagne
Royaume-Uni (Ecosse, Pays de Galles, Angleterre)	Pays-Bas
Irlande	Suisse
Italie	Canada
Argentine	Chine
Portugal	
USA	



La mesure Dispositifs d'Accueil des Grands Evénements

Les thématiques abordées

- le pays en quelques mots et les traits de caractère,
- le profil des voyageurs sportifs et des informations sur l'équipe de la RWC,
- leurs centres d'intérêts et les attentes spécifiques,
- les règles de l'accueil et les gestes à faire / à ne pas faire,
- les mots de l'accueil traduits



La mesure Dispositifs d'Accueil des Grands Evénements

Mise à disposition

Gratuité de ces outils, à l'ensemble des acteurs touristiques de Nouvelle Aquitaine et des autres Régions, pour une diffusion auprès de leurs équipes/partenaires et un relai via leurs réseaux sociaux, sites Internet, newsletters,...

Votre présence sur ces outils

Proposition d'être visible sur toutes ou partie des vidéos et des supports annexes par l'ajout de votre logo, d'un lien numérique donnant accès à vos informations touristiques, d'un lien publicitaire et selon votre niveau de partenariat, votre participation à la conférence de lancement du dispositif lors des Journées Partenariales Atout France, du 26 au 28 juin.

Appel à manifestation d'intérêt : Optimiser le parcours du client touristique – Spécial Grands Evénements

Objectif : identifier et soutenir des projets et initiatives visant à renforcer la qualité de l'expérience et la satisfaction des touristes français et internationaux qui participeront aux Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024.

Les projets : toutes solutions renforçant la fluidité du parcours voyageurs comme, par exemple :

- La création de nouveaux services online ou offline : bagagerie, facilités de réservation, mobilités, stationnements, gestion des flux et affluence au sein des lieux touristiques...
- Le déploiement d'outils d'évaluation de la satisfaction des visiteurs (analyse des points de rupture, évaluation des irritants et des facteurs de forte satisfaction...) ou facilitant le partage de l'expérience et la recommandation.

Les projets proposés devront :

- porter sur au moins deux des quatre phases de l'expérience touristique : inspiration, préparation, séjour et post-séjour ;
- être opérationnels d'ici juin 2024.

Pour qui : Start-ups, PME et ETI, acteurs territoriaux et association, seuls ou sous forme de consortium.

L'AMI est ouvert jusqu'au 30 juin 2023 – minuit

Candidater en ligne : <https://demarches-simplifiees.fr/commencer/ami-parcours-client>

Règlement et annexes : <https://www.atout-france.fr/content/parcours-client-special-grands-evenements>



Subvention pouvant aller jusqu'à 200 000 € (dans le respect du régime d'aide de minimis) permettant de bénéficier :

- de moyens techniques et financiers (ressources humaines, cofinancement d'études et de prestations...) nécessaires au montage et à la mise en œuvre opérationnelle des projets (Proof Of Concept par exemple pour un projet innovant) ;
- de journées d'accompagnement d'Atout France pour ajuster les besoins en ingénierie.

Contact : parcours-client@atout-france.fr

Contacts

Chevassut Isabelle – Responsable Professionnalisation et Dispositifs Grands Evénements

isabelle.chevassut@atout-france.fr

Paillard Amélie – Chargée de mission Dispositifs Grands Evénements

amelie.paillard@atout-france.fr

Mainbourg Bénédicte – Directrice Entreprises, Innovation et Professionnalisation

benedicte.mainbourg@atout-france.fr

Suivez-nous



TWITTER

@ATOUT_FRANCE



FACEBOOK

@FR.france.fr



INSTAGRAM

@francefr



YOUTUBE

chaine France.fr



LINKEDIN

Atout France



Eléonore MILHAT-MAURICE

Chargée de projets grands évènements métropolitains
Service Ingénierie Sportive & Artistique Métropolitaine



L'accueil de la Coupe du Monde de Rugby
à Bordeaux Métropole
en Nouvelle-Aquitaine, région hôte.



1/06/2023

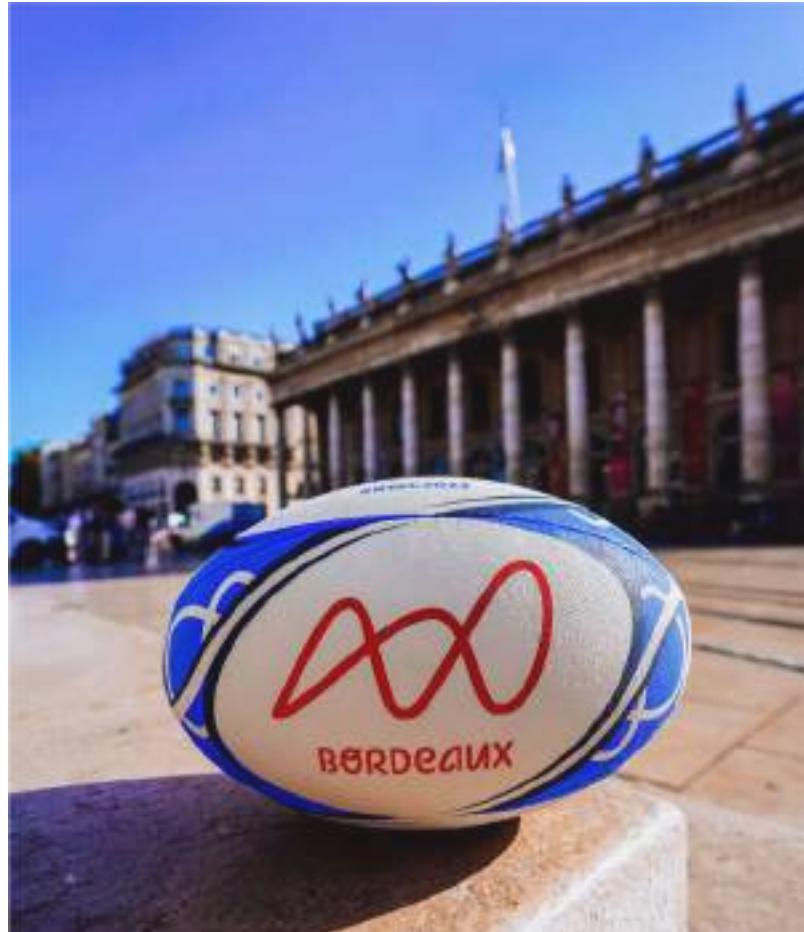


La Coupe du Monde de Rugby 2023 à Bordeaux, c'est :

- 5 matchs de poule
- 210 000 personnes attendues
- 70 millions € de retombées économiques
- Un héritage de 500 000 €



Ensemble pour accueillir la Coupe du monde de rugby



5 matches au stade de Bordeaux

09 Septembre

Irlande | Roumanie - 15h30

10 Septembre

Pays de Galles | Fidji - 21h00

16 Septembre

Samoa | Chili - 15h00

17 Septembre

Afrique du Sud | Roumanie - 15h00

30 Septembre

Fidji | Géorgie - 17h45

Nos Objectifs

Accueillir les supporters du monde entier dans les meilleures conditions.

Faire vibrer les habitants.

Faire participer l'ensemble des acteurs du territoire.

Faire rayonner nos territoires à travers l'évènement.

Accueillir les équipes dans des conditions optimales.

Des infrastructures sportives de haut niveau au service des équipes des pays accueillis.

3 camps de base en Nouvelle-Aquitaine



La Rochelle / Ile de Ré

Equipe de Géorgie



Libourne

Equipe de Roumanie

Cérémonie d'accueil officielle le 06/09/23



Lormont

Equipe des îles Fidji

Cérémonie d'accueil officielle le 02/09/23

3 sites d'entraînement sur la Métropole

A Bègles

Stade Moga

Piscine Les Bains

Gymnase Serge Duhourquet

Salle de musculation du CEVA

Campus- UBB

A Bordeaux

Salle de musculation Albert Thomas

Stade Chaban Delmas

Piscine Judaïque

Gymnase Albert Thomas

A Saint-Médard-en-Jalles



Complexe Robert Monseau

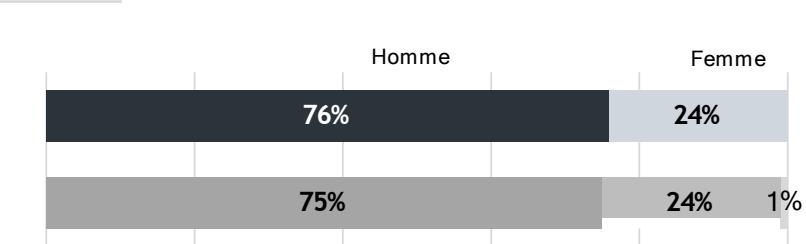


Espace aquatique municipal

Profil du détenteur d'un billet pour le Stade de Bordeaux

Le profil prédominant des spectateurs bordelais est français, masculin, employé avec un âge moyen de 42 ans

GENRE



ACHETEURS
BORDEAUX
(N=3 700)

16-25 ans
26-35 ans
36-45 ans
46-55 ans
56-65 ans
66-75 ans
+ de 75 ans

ÂGE

% répondants

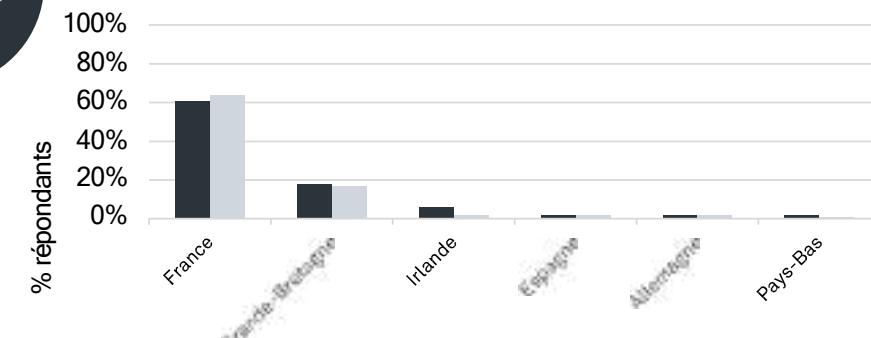
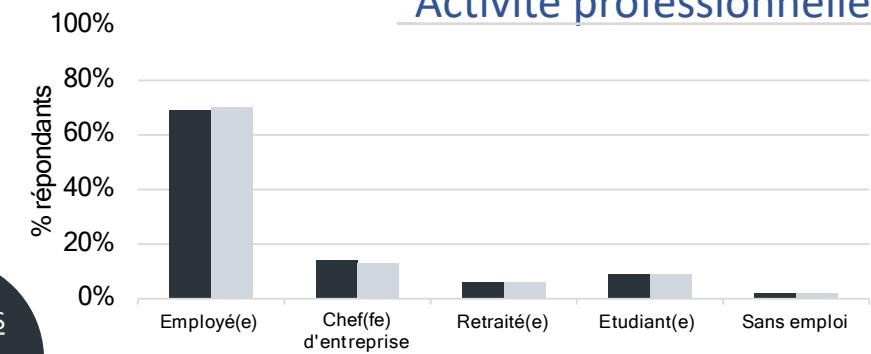
0% 10% 20% 30%

Moyenne



Bordeaux

Activité professionnelle



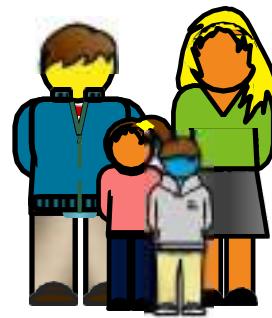
PAYS DE RÉSIDENCE

Profil du détenteur d'un billet pour le Stade de Bordeaux

Les acheteurs iront aux matchs en famille ou entre amis.

73 %

Des acheteurs



IRONT AUX MATCHS EN FAMILLE

50 %

Des acheteurs



IRONT AUX MATCHS ENTRE AMIS



72 %

en moyenne

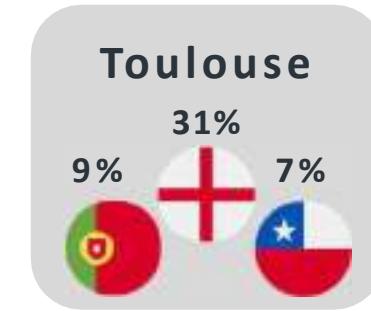
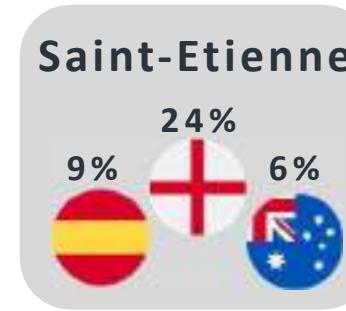
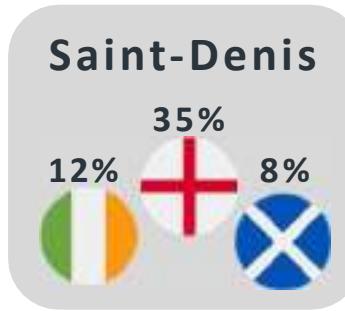
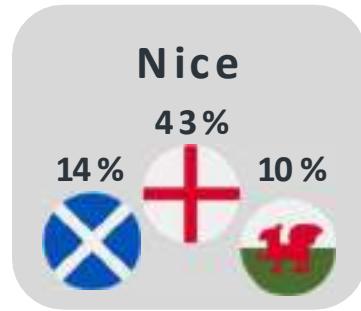
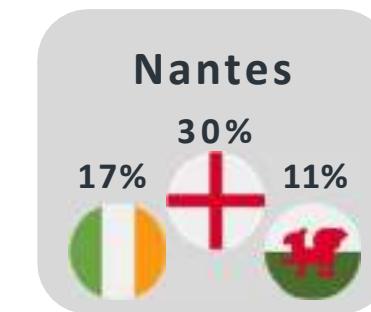
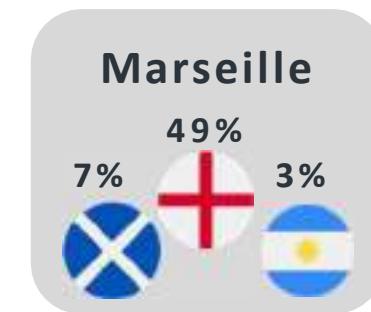
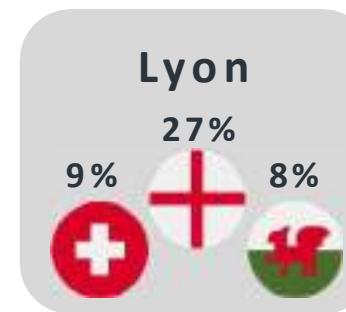
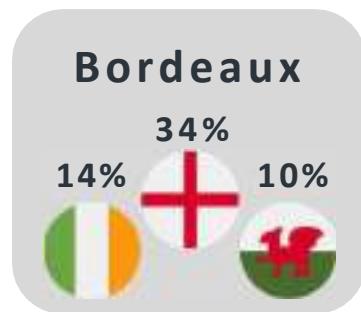


45 %

en moyenne

Profil du détenteur d'un billet pour le Stade de Bordeaux

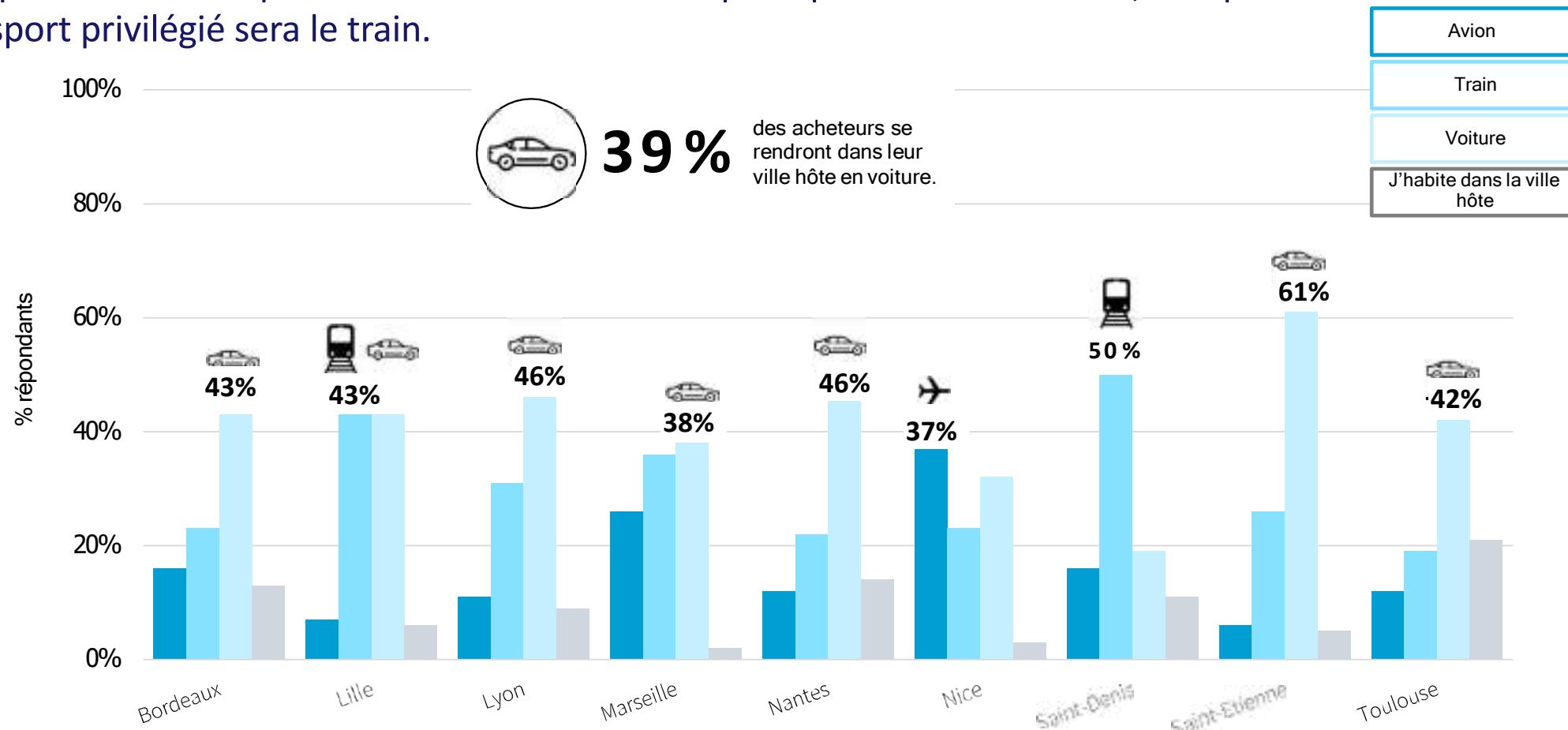
Résidents internationaux par ville



Profil du détenteur d'un billet pour le Stade de Bordeaux

Déplacement vers la ville hôte

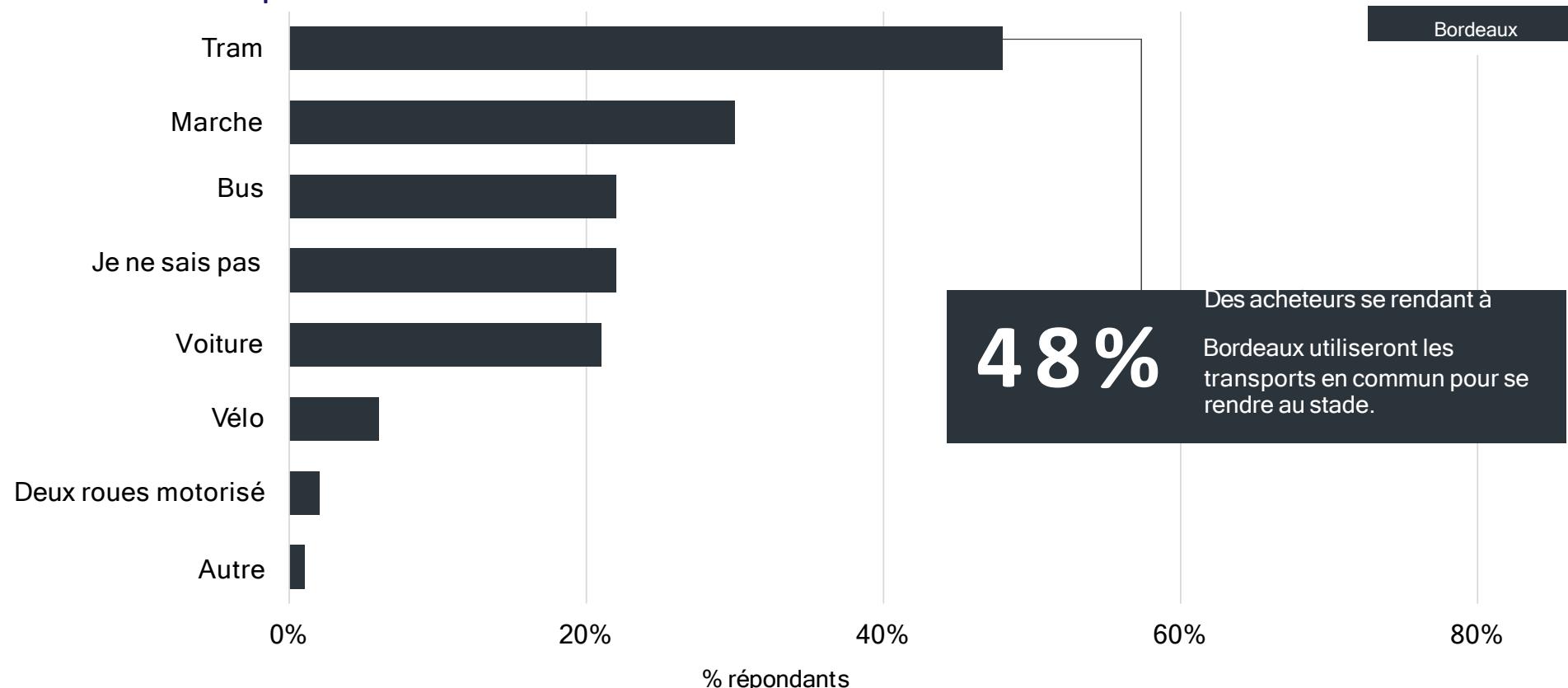
Les spectateurs se déplaceront vers leur ville hôte principalement en voiture, excepté à Paris et Lille où le mode de transport privilégié sera le train.



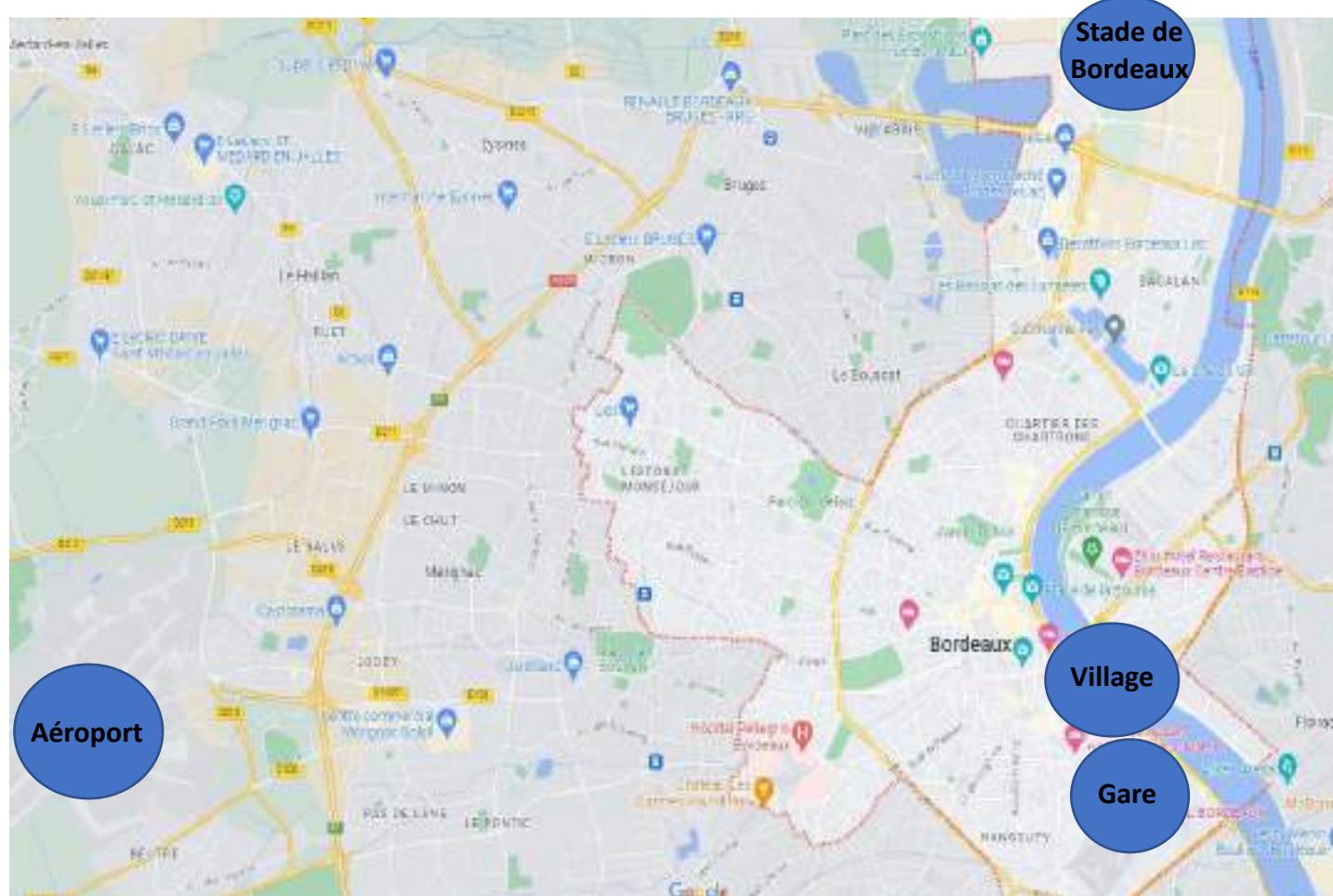
Profil du détenteur d'un billet pour le Stade de Bordeaux

Bordeaux accès au Stade

Les transports en commun seront largement utilisés pour se rendre au stade, bien qu'environ un tiers des acheteurs se rendront au stade à pied.



L'organisation des transports et de la mobilité



- Tram
- Navette Stade
- Vélo



Des animations sur le territoire

BORDEAUX RUGBY TOUR



Modalités pratiques :

- Rendre la Coupe du monde de rugby accessible au plus grand nombre en allant à la rencontre des habitants du territoire métropolitain.
- Personnel mis à disposition pour les animations et la gestion du container

Animations :

- Console de jeux avec jeux de sport
- Photobooth
- Tablettes renvoyant vers le site internet dédié

Des animations sur le territoire

21 communes positionnées

Répartition géographique sur 21 communes

Ambarès-et-Lagrave	Gradignan
Ambès	Le Taillan-Médoc
Artigues-près-Bordeaux	Lormont
Bègles	Martignas-sur-Jalle
Blanquefort	Mérignac
Bordeaux	Parempuyre
Bouliac	Pessac
Bruges	Saint-Aubin-de-Médoc
Cenon	Saint-Médard-en-Jalles
Eysines	Talence
	Villenave d'Ornon

Calendrier

- 1ère date : le 25/03 au stade Matmut Atlantique à l'occasion du match UBB – La Rochelle
- Dernière date potentielle : 28/10/2023

Evénements ayant accueilli le container

- 25/03, stade Matmut Atlantique : match UBB – La Rochelle
- 21/04 : « Artigues, Terre de jeux »
- 05 – 08/05 : fête locale d'Ambès
- 13 – 21/05 : Foire internationale de Bordeaux
- 26/05 : « Stand-up pour la Coupe du monde de rugby », Ambarès-et-Lagrave

→ arbitrages en cours pour les prochaines dates

Un Village Rugby en bord de Garonne



7 000
MÈTRES CARRÉS

10 000
JAUGE

37 matchs
RETRANSMIS

19 jours
D'ACTIVATION

Phases de poules (14j) :

Tous les week-end : 14h00 - 00h00
Matchs équipe de France : 18h00 - 00h00

Phases finales (5j) :

Ensemble des 1/4 , des ½ et la finale
Horaires : 2 heures avant premier et fermeture à 00h00



ADN DU VILLAGE RUGBY



Diffusion sur écran géant

Un écran géant de 52 m² pour diffusion de tous les matchs lorsque le village est ouvert;



Animations

Diversité des animations proposées pour satisfaire un public composé de supporters et de familles
Découverte du rugby et de ses valeurs - répondre à une dimension sociale.



Restauration

Ambiance guinguette, avec une restauration privilégiant les produits locaux, en-circuit court et de saison. Toutes les structures seront recouvertes en bois.

RESTAURATION



Offre #1 : Produits transformés

Cette restauration sera gérée par **3 exploitants locaux (7 Algeco au total)**.

Ils proposeront une offre plutôt « snacking » avec des produits de saison, régionaux non carnes.
En plus d'une offre de restauration chaque exploitants proposera de la bière Asahi et des vins le cordier (3 références)



Offre #2 : Produits non transformés (marché rugby)

2 espaces de 100 m² chacun accueillerons 14 producteurs au total avec des produits à déguster sur place (huîtres, charcuterie, fromage ...) dans un esprit de grande hall.

Aucune cuisson ne sera possible pour ne pas concurrencer l'offre de restauration avec des produits transformés.

Offre en cours de construction en partenariat avec l'AANA



MARCHÉ DU RUGBY - 200 M² DÉDIÉS AUX PRODUCTEURS LOCAUX



Accueillir, informer, guider, sensibiliser les publics

3 missions

- 1/ Accueil & information des publics
- 2/ Sensibilisation au développement durable
- 3/ Guider & orienter

200
bénévoles



Sites stratégiques d'accueil du public

- ❖ A la gare et à l'aéroport de J-1 à J (jours de match à Bordeaux).
- ❖ En centre-ville (jours d'ouverture du Village + veille de des matchs à Bordeaux).



Outil de formation/sensibilisation, à l'accueil touristique sur la destination

Module d'info vidéo sur la destination : <https://www.youtube.com/watch?v=C2nrFrF6YLM>

BORDEAUX ACCUEIL VS



Faciliter le séjour des visiteurs. Optimiser leur expérience de séjour.

Des outils

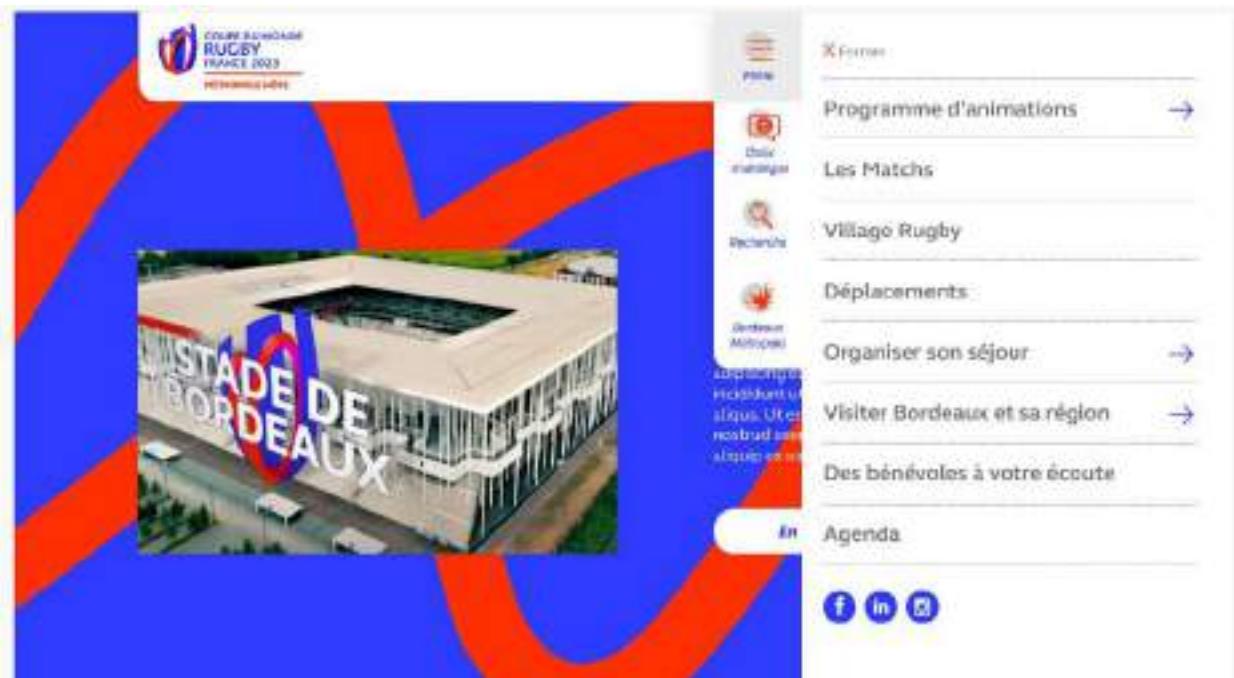
- ❖ Crédit d'un site internet dédié à l'évènement par Bordeaux Métropole.

Rubrique d'informations touristiques par thématique, alimentée par OT Bordeaux, Gironde Tourisme & CRT NA.
rugby2023.bordeaux-metropole.fr

- ❖ Une Z-carte

- ❖ 3 triporteurs

- ❖ 2 desk à l'aéroport







TAHITI

TEAHUPO'O



Surf



Paris

STADE
PIERRE-MAUROY
(LILLE)



LYON



ST-ÉTIENNE



NICE



MARSEILLE



NANTES



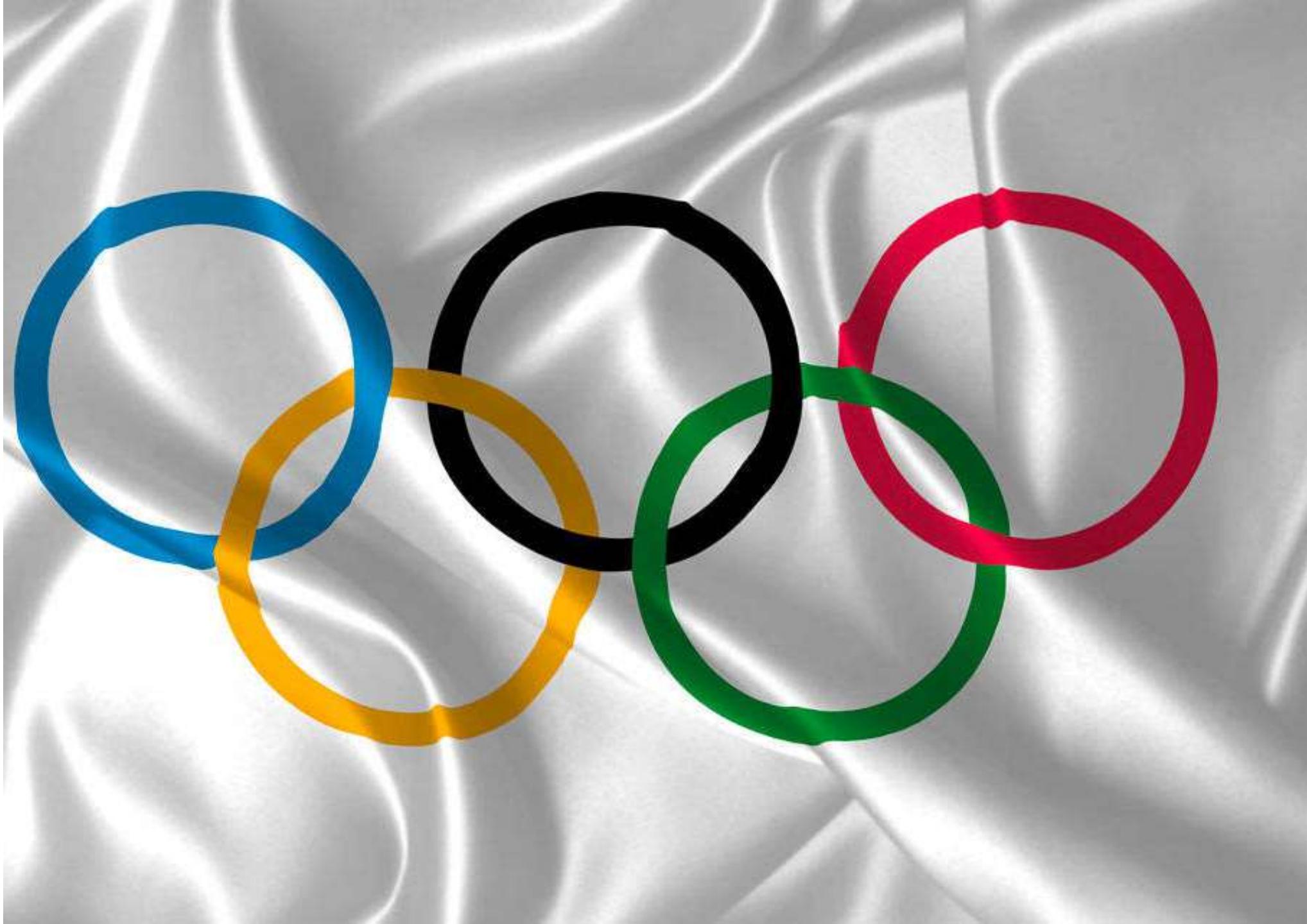
BORDEAUX



France

> Tournoi de Football Féminin et Masculin

> 7 matchs
> 14 équipes
> 294 000 spectateurs



MERCI





mona mission
Nouvelle - Aquitaine des offices de tourisme



Régis COCAULT
Directeur Général

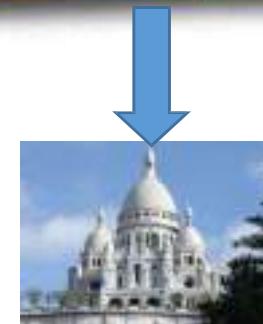


PLAINE COMMUNE, UN TERRITOIRE À DÉCOUVRIR

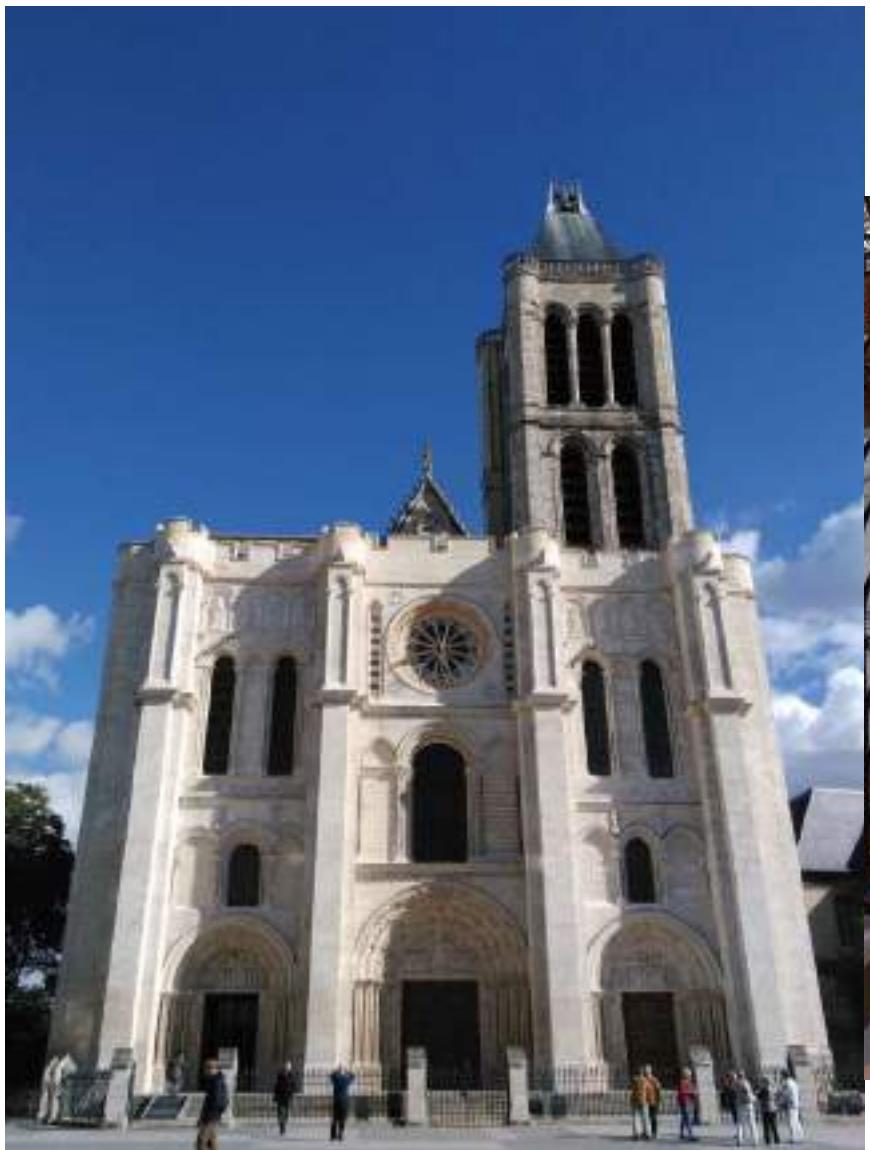


- Plaine Commune, territoire d'accueil de grands évènements sportifs

Un territoire, 9 villes dans la banlieue 93



- 404 000 habitants
- 102 000 salariés dans le secteur privé
- 8000 établissements du secteur privé
- 4800 entreprises artisanales
- Taux de création d'établissements : 21 %
- 6700 chambres d'hôtels
- 42000 étudiants
- 6600 salariés travaillent dans l'économie sociale et solidaire









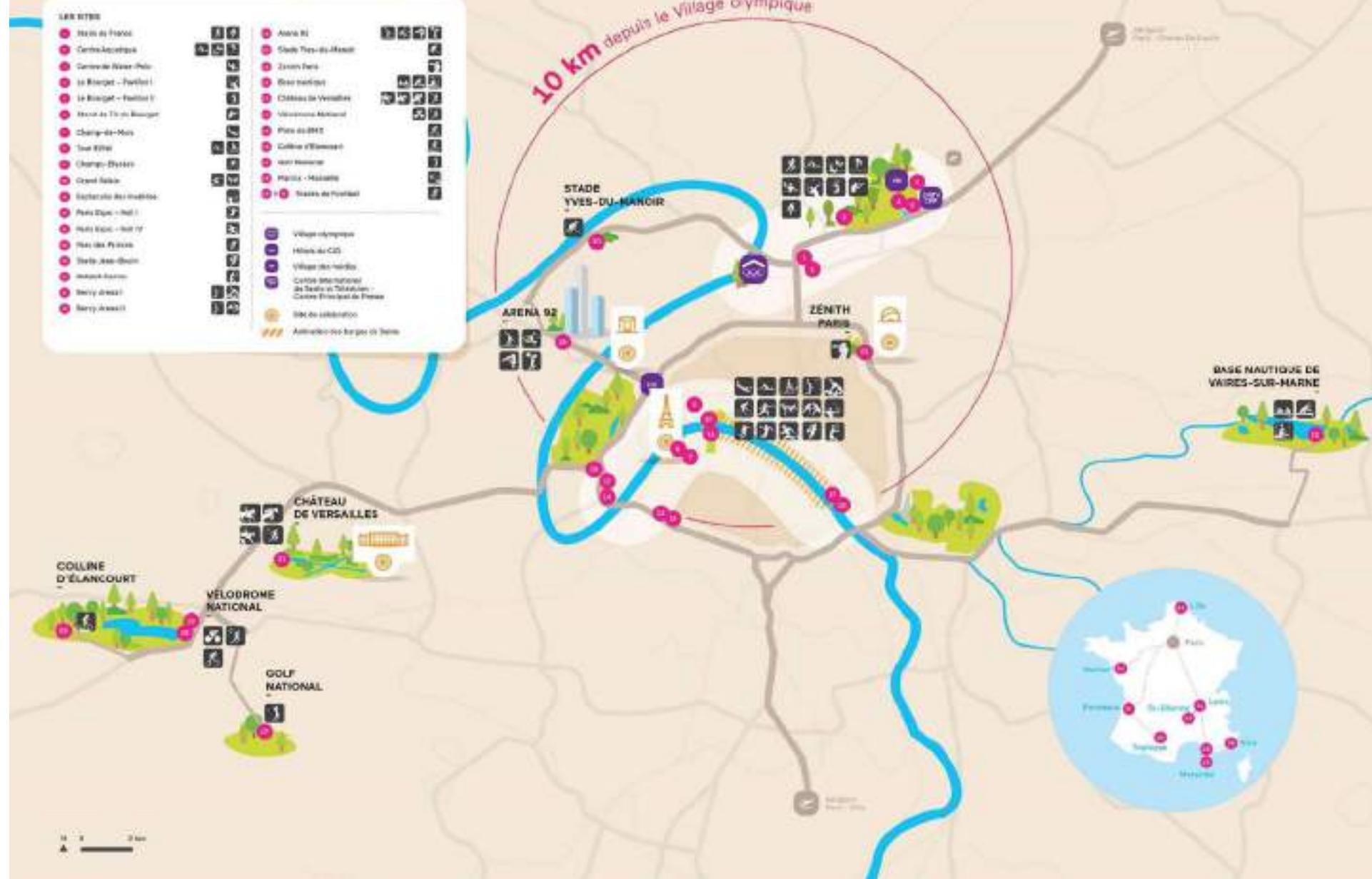




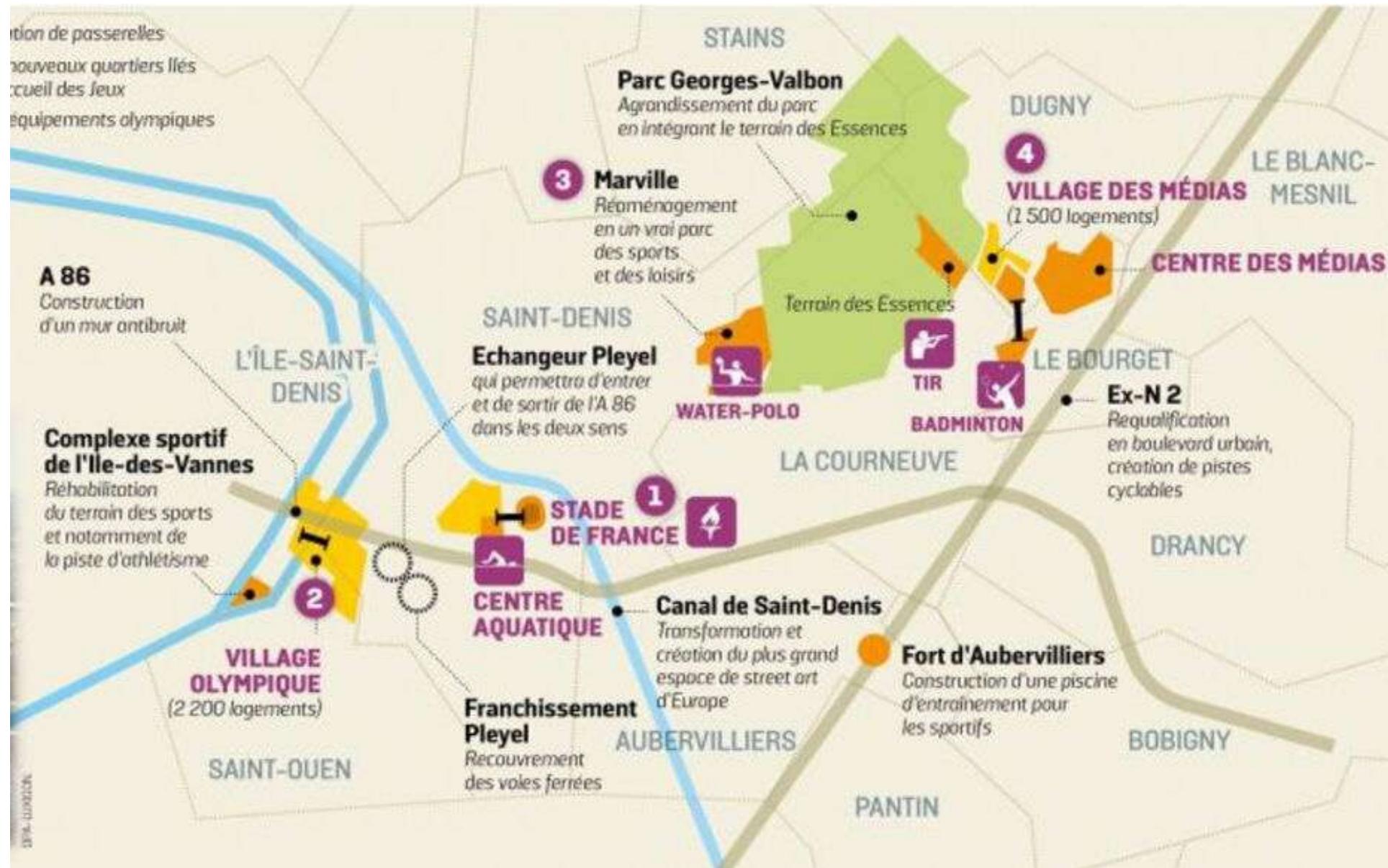
VIVRE UNE EXPÉRIENCE
STADEFRANCE

Saint-Denis à l'épicentre des JOP à Paris

PLAN DES SITES POUR LES JEUX OLYMPIQUES



Convaincre les habitants de l'intérêt d'avoir obtenu l'organisation des JOP Paris 2024



Convaincre les habitants de l'intérêt d'avoir obtenu l'organisation des JOP Paris 2024

VOTRE TERRITOIRE APRÈS 2024 !

① UN NOUVEAU QUARTIER DE VILLE LE VILLAGE DES ATHLÈTES

Après l'Olympiade, le Village des athlètes deviendra un tout nouveau quartier de ville pour Saint-Denis, Saint-Ouen-sur-Seine et Clichy-Saint-Denis. Les logements des athlètes seront transformés en plus de 2 000 logements familiaux et 800 logements pour étudiants ou personnes âgées. 120 000 m² seront reconvertis en lieux d'activités, bureaux et commerces. Pour répondre aux besoins des habitants, de nouveaux équipements verront le jour : deux crèches, deux groupes scolaires, un tyrolienne, une centrale de mobilité, deux cabinets médicaux... et pour se détendre, 5,5 hectares d'espaces verts vont voir leur terrains aménagés avec une base nautique, une cité des arts et de nouveaux équipements sportifs et de loisirs. Tout cela dans un environnement plus calme avec l'aménagement des quais de Seine, la création d'un nouveau pont le long de la partie sud de l'A86 et l'enfouissement de lignes à haute tension.



② LE CENTRE AQUATIQUE OLYMPIQUE LE QUARTIER PLATE SAUBLIER

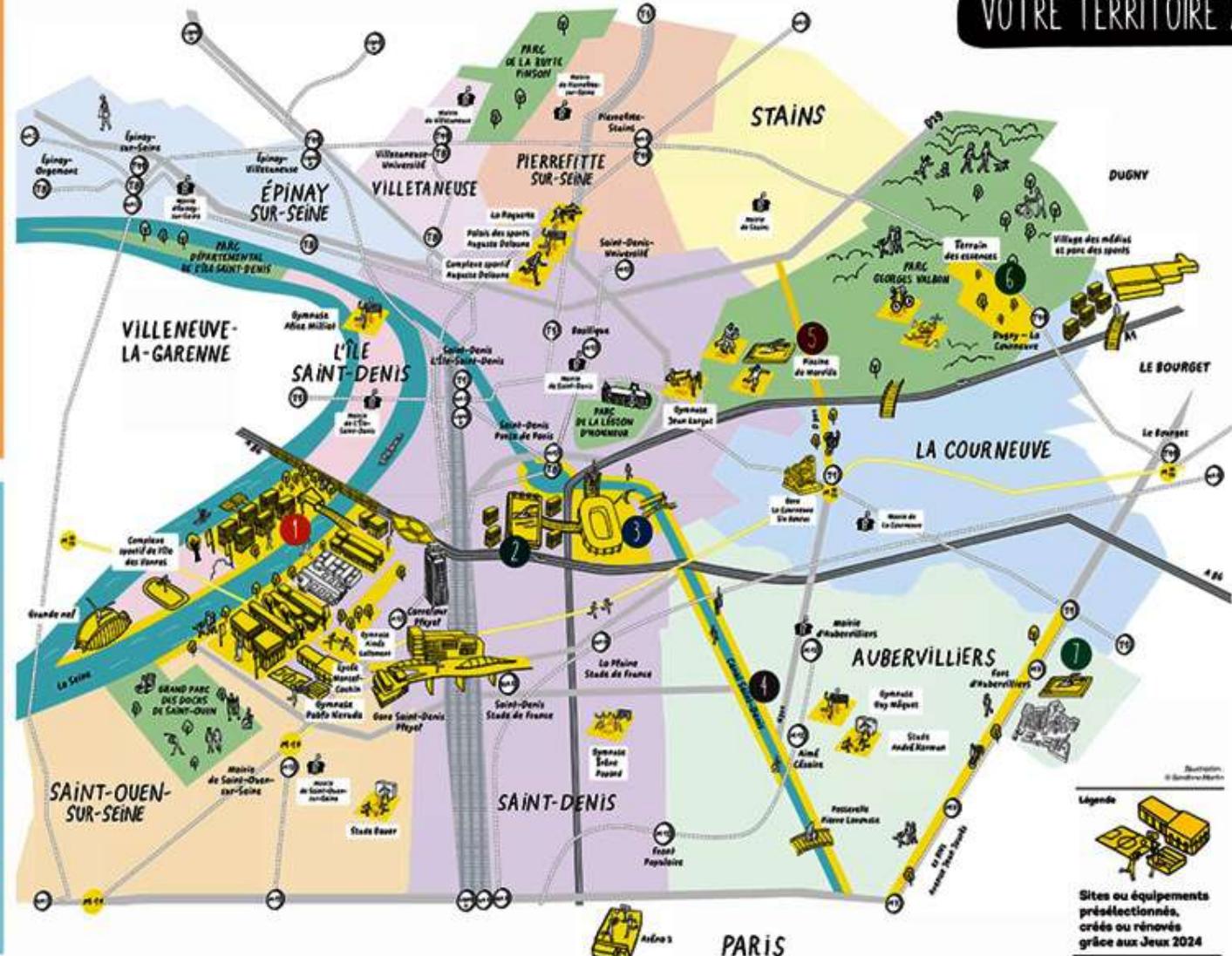
Un tout nouveau quartier - Plate Saublier - verra le jour autour du Centre aquatique olympique. Directement relié au Bassin de France par une passerelle piétonne de 28 mètres, il comprendra environ 200 logements, des bureaux et activités, des commerces et services, des équipements publics dont un groupe scolaire et une crèche ainsi qu'un parc d'un hectare et demi et plusieurs places et placettes et un mail sportif. Après les Jeux, le Centre aquatique accueillera, dans ses deux bassins de natation et de plongeon de 50 m et de 25 m, tant le grand public que les associations et les compétitions nationales et internationales.

Autour se développeront un véritable pôle sportif : espace aquatique (squash, bancs découvrants, bâties nageurs...), espace fitness, mur d'escalade, terrains de padel-tennis, football à cinq, basket-ball à trois, un skate park et un lieu de restauration.



③ LE STADE DE FRANCE

Le Stade de France sera rénové pour améliorer le confort des athlètes et des spectateurs et son accessibilité pour les personnes à mobilité réduite. Ses abords et les espaces publics seront aussi réaménagés pour faciliter les accès en transports en commun. Il sera également connecté aux autres quartiers grâce à la création d'une passerelle au-dessus de l'autoroute A2, reliant au Centre aquatique Olympique et au quartier Franc-Moisin.



④ LE CENTRE AQUATIQUE DU FORT D'AUBERVILLERS

Pendant les Jeux, ce centre aquatique servira de site d'entraînement pour les équipes nationales. Après les Jeux, il accueillera scolaires, grand public et associations.

Ce centre aquatique sera au cœur du nouveau quartier du Fort d'Aubervilliers : 1 800 logements, activités, commerces, équipements (1 groupe scolaire et 1 crèche), 7 ha de jardins familiaux, plus de 8 ha d'espaces verts et un pôle de transports (ligne 7, ligne 15 du Grand Paris Express dès 2030 et 7 lignes de bus).



Sites ou équipements préselectionnés, créés ou renouvelés grâce aux Jeux 2024

⑤ LE CANAL SAINT-DENIS

Pour les Jeux, Camarguage en cours des berges du canal Saint-Denis sera accélérée. Objectif : proposer un lieu de promenade agréable pour courir de nuit sur les deux rives du canal et faciliter le passage d'une rive à l'autre pour les piétons et les vélos. Aussi, une nouvelle passerelle sera créée au niveau du centre commercial Le Millénaire à Aubervilliers et une nouvelle passerelle reliant le quartier Franc-Moisin au Stade de France sera construite. Verront également le jour de nouveaux espaces de détente, de rencontres et de nouvelles pistes cyclables continues et qualitatives. Objectif également après les Jeux, développer les activités festives au bord du canal, les activités sur l'eau et pourquoi pas la baignade.

⑥ LE PARC DES SPORTS DE MARVILLE

Pour les Jeux, ce site d'une superficie de 33 hectares situé à cheval sur les communes de Saint-Denis et La Courneuve sera profondément transformé pour accueillir de nombreux équipements sportifs puis ouverts aux habitants. Un centre aquatique sera construit avec un espace intérieur et un espace extérieur. L'espace couvert accueillera un bassin sportif de 23 m, trois petits bassins annexe et un espace de bien-être (bulles et îlots). L'espace extérieur comprendra un bassin horizontale de 25 m ouvert toute l'année et des espaces d'agréments couverts lors de la saison estivale (bassin de 200 m² et plage aquatique) avec fontaines et geyser, ainsi que deux solariums. Les différents sites d'entraînement redévelopperont gymnases et salles de sport, juste après les Jeux sans aucun délai d'adaptation. L'ancienne piscine sera conservée et transformée en équipement public.



Exemple du réaménagement des berges de Seine



Construire la ville de demain qui répondra à des enjeux liés au réchauffement climatique



Construire la ville de demain qui répondra à des enjeux liés au réchauffement climatique



Rendre concrets les JOP, en amont, grâce à la Maison du projet du village des athlètes



En janvier 2022, l'OTI a remporté le marché lancé par la Solidéo afin d'organiser **des visites et des médiations dans le futur village des athlètes**.

L'OTI assure :

- Des **visites et médiations** dans la Maison des Projets avec le concours de guides et médiateurs ,
- Des animations autour d'**ateliers participatifs**
- Des **visites guidées** du futur quartier du village des athlètes

Le bilan de l'année est très positif :

- 1989 personnes se sont rendues à la MDP,
- 357 d'entre elles ont suivi une visite guidée,
- 13 ateliers ont été organisés tout au long de l'année.

Village des athlètes

Programme de la Maison du projet

Printemps 2023

SOLIDÉO
MAISON DE LA MAISON DES
OUVRAGES OLYMPIQUES

Les ateliers proposés

Initiation au Tango — TangoArt Company



**15 avril
13 mai
15h-17h**

Et si la danse performée à un niveau athlétique pouvait rester artistique ? Avant l'arrivée des athlètes, la TangoArt Company investit la maison du projet et vous donne rendez-vous afin d'explorer cette question. La chorégraphe Ariane Liautaud et les danseurs de sa compagnie vont vous faire bouger et découvrir un travail à la fois acrobatique et accessible au grand public.

« L'Odyssée » — Compagnie Gyntiana



**22 avril
20 mai
17 juin
15h30-16h30**

Chaque olympiade dépasse son statut d'événement sportif, et si on en retient les performances et la joie populaire, ils en disent beaucoup sur la société, l'actualité et les valeurs engagées. Avant d'accueillir les JOP 2024, la compagnie Gyntiana vous invite à un retour sur l'histoire des premiers jeux sportifs, décrits par Ulysse dans l'Odyssée, lors d'une performance participative et interactive.

« Histoire, sport & citoyenneté » — Exposition Casden



**Du 2 mars
au 25 mai**
Accessible
lors des
permanences
de l'Office de
Tourisme

En partenariat avec Plaine Commune, le chapiteau de la Maison du projet propose l'exposition « Histoire, sport et citoyenneté », créée par le groupe de recherche ACHAC et soutenue par la Casden Banque Populaire pour promouvoir le sport à l'école et les valeurs de l'olympisme. Un récit sur les 125 ans d'histoire autour de sportives et sportifs d'exception.



Sensibilisation au handicap — Association Action Handicap France



**17 mai
15h-17h**

Répondre aux exigences de l'accessibilité universelle est l'un des objectifs fixés par la SOLIDEO. Comment les personnes privées d'un sens vivent-elles la ville ? Comment comprendre les outils déployés pour rendre la ville accessible à toutes et tous, en fonction de son âge, son handicap ? En collaboration avec l'association Action Handicap France, nous vous proposons une atelier de sensibilisation aux différentes formes de handicaps.

Atelier Street Art « Sport et mixité » — Mathilde Gueguan



**10 juin
15h-17h**

Savez-vous que les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 seront les premiers Jeux paritaires de l'Histoire ? Et que le Street-art s'empare des questions écologiques ? Quel rapport ? Celui de concilier l'art et l'histoire. Et oui, c'est possible grâce à l'initiation artistique de Mathilde Gueguan qui vous propose de partir à la découverte de Nadia Comaneci, une gymnaste olympique roumaine qui a été espionnée par le pouvoir politique de l'époque.

Créer une passerelle pour faire rejoindre 2 quartiers qui étaient coupés en 2 par les voies de chemin de fer



Construction du Centre Aquatique Olympique pour répondre au déficit de piscines dans le 93



Saint-Denis
Stade de France et centre aquatique

Secteur 2 / Quai Mitterrand

- Aujourd'hui

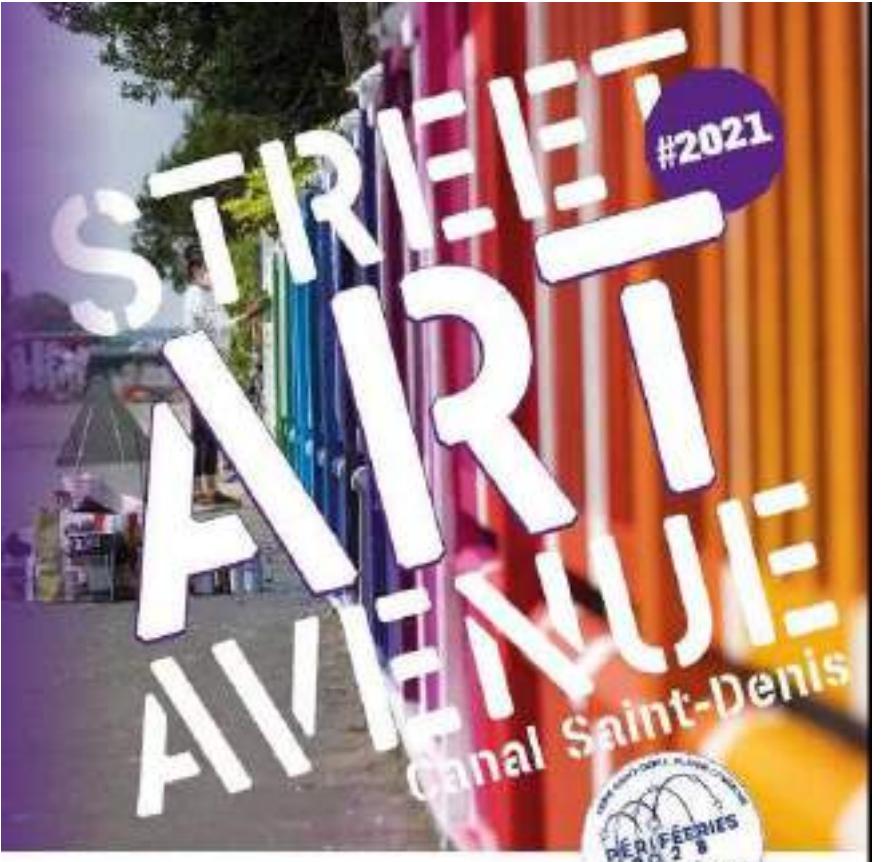


Secteur 2 / Quai Mitterrand

- Demain

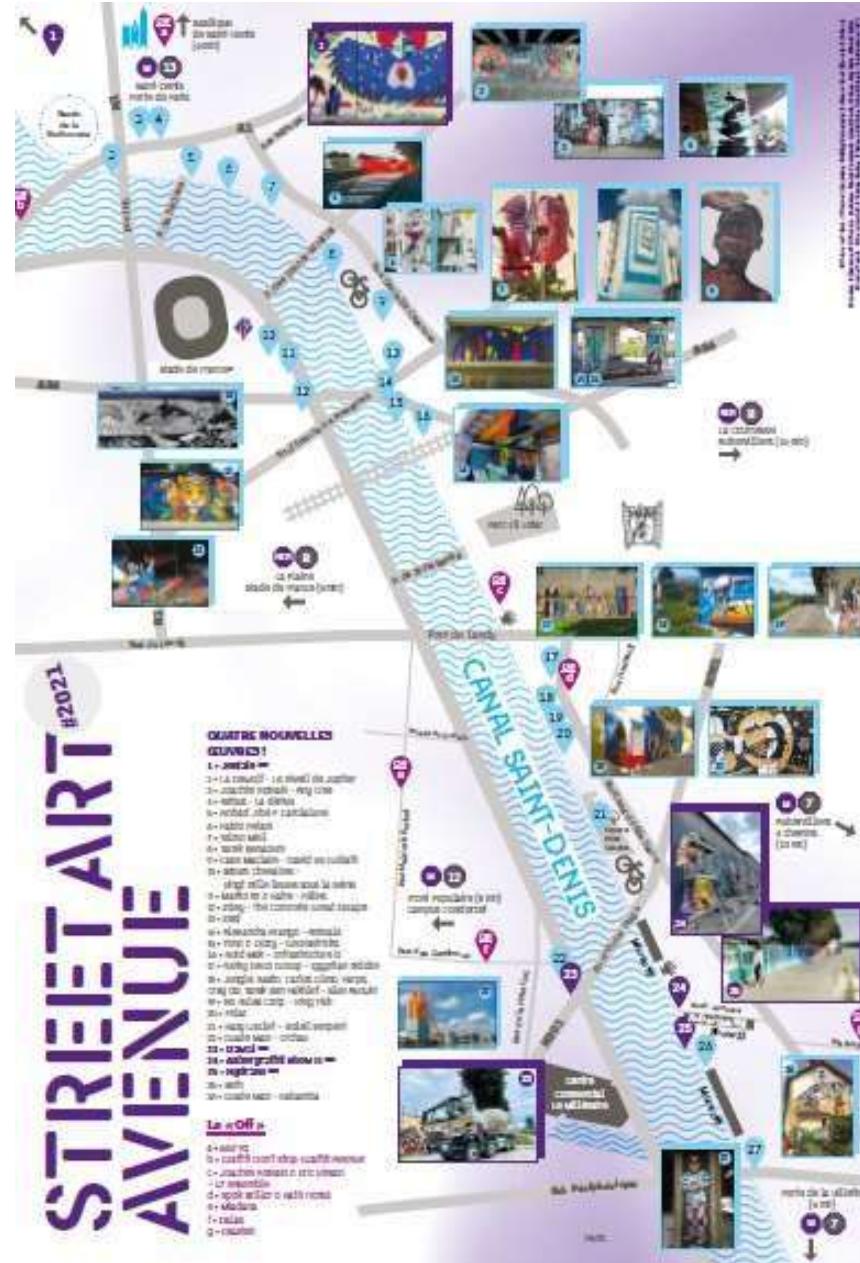


CRÉER UNE PASSERELLE DURABLE ENTRE PARIS ET SAINT-DENIS ET RENFORCER L'USAGE LOISIRS DU CANAL



LINE UP - 4 NOUVELLES CEIJURES !

Alexandra Arango, **Auber Graffiti Show**, Basto, Carlos Olmo, Carolalune, Case Maclain, Crey 132, **Dawal**, Dixiz, Fimo & Dizzy, Fabio Petani, Funky Deco Group, Guate mao, **Hydrane**, Jeniale, Jibe P, Joachim Romain, Jungle, Hatre, Hazy Usclaf, La Dewolf, Marko 93, Nobad, No Rules Corp., OnOff Collectif, Polar, Rébus, Roid MSH, Seth, Sœurs Chevalme, Tarek Benacoum, Tarek Ben Vakhlef, Telmo Miel, Unavida Familia, Yarps, Zest, Zday



CRÉER UNE OFFRE QUI LIE SPORT/CULTURE/TOURISME



Exposition : Les 125 ans du Red Star



Running Visite

DEVELOPPER LE TOURISME D'AFFAIRES ET DE CONGRES
GRACE A LA NOUVELLE GARE PLEYEL DU GRAND PARIS EXPRESS
ET CREATION D'UN HOTEL DE 700 CHAMBRES ET D'UN CENTRE DES CONGRES (300 EMPLOIS)



AMELIORER L'ACCESSIBILITE DE PLAINE COMMUNE



GERER AU MIEUX LES FLUX DE VISITEURS ET BIEN ACCUEILLIR LES VISITEURS : SAVOIR ACCUEILLIR EN EXTERIEUR PENDANT LES GRANDS EVENEMENTS ET PROMOTION DES LIEUX DE VISITES



Actions de sensibilisation à l'accueil pendant les grands événements sportifs et connaissance des lieux de visite du territoire pour les futurs volontaires du COJO habitants du 93.



ENJEUX DE COHERENCE DANS LES POINTS D'INFORMATIONS TOURISME DES DIFFERENTS ACTEURS INSTITUTIONNELS ET COORDINATION DES ACTEURS INSTITUTIONNELS DU TOURISME/P'TIT CAFE JOP



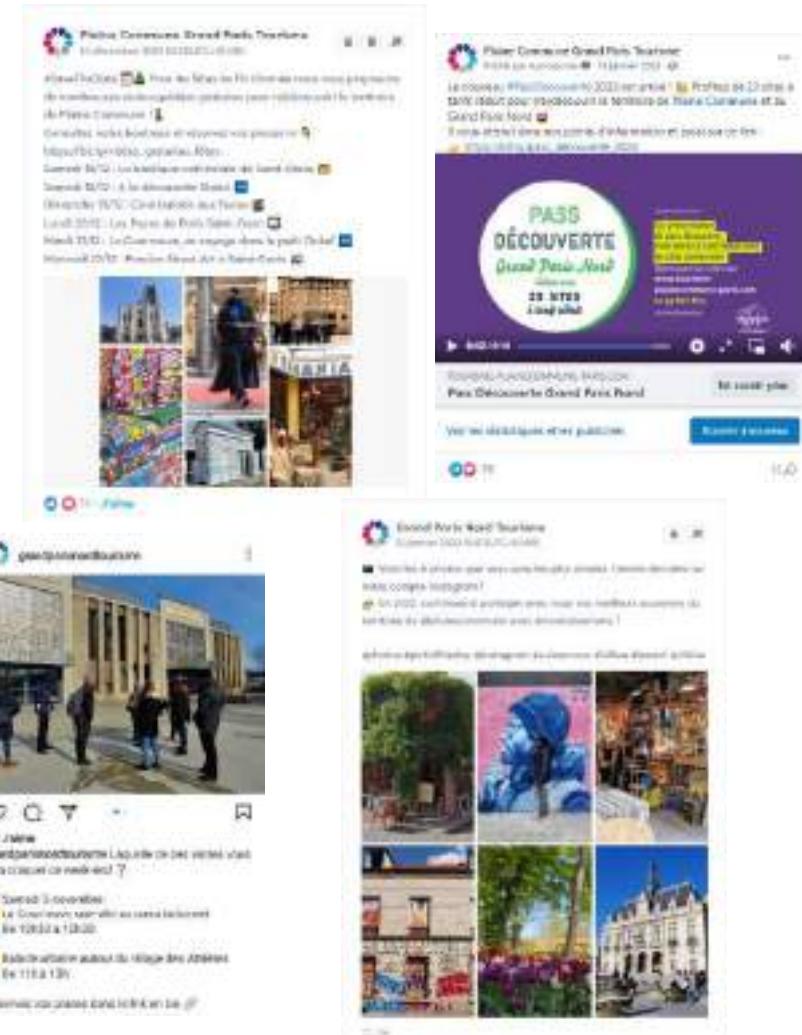
ENJEUX DE COMMUNICATION SUR LES RESEAUX SOCIAUX ET AVEC LA PRESSE POUR PARTICIPER AU CHANGEMENT D'IMAGE DU 93

Meilleures publications sur Facebook :

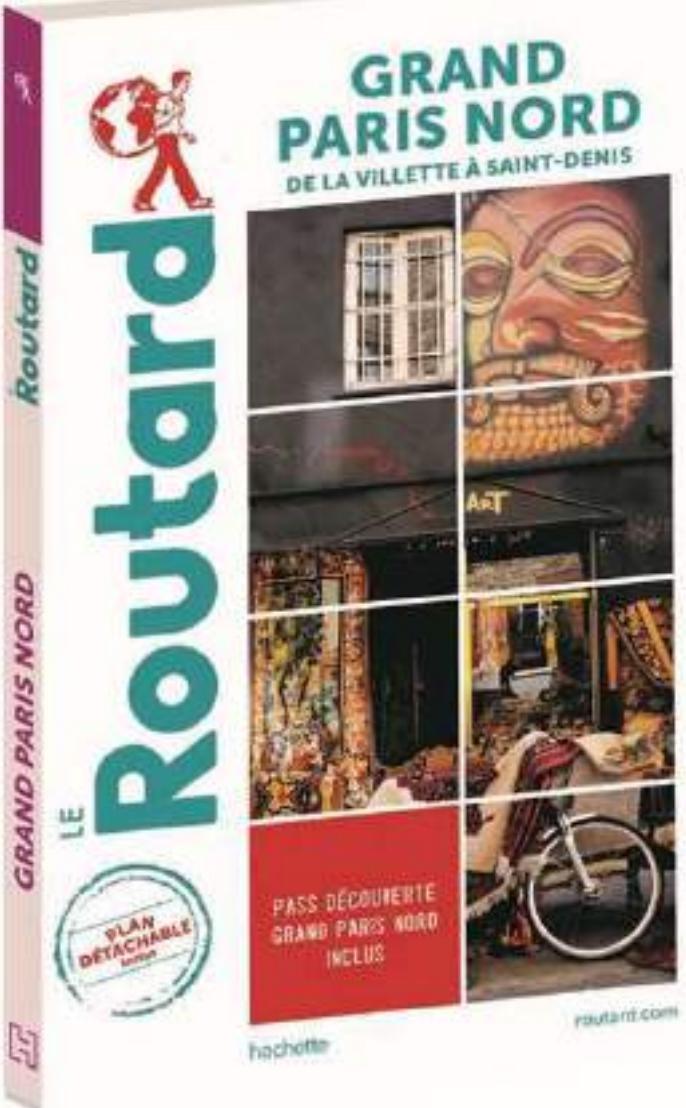
- Vidéo promotion MELH (28 529 personnes touchées, 2 046 interactions)
- Vidéo promotion Basilique (14 055 personnes touchées, 873 interactions)
- Vidéo Social Bar Saint-Ouen (9 779 personnes touchées, 623 interactions)
- Nouveau Pass Découverte 2022 (7 296 personnes touchées, 413 interactions)
- Festival Hors-Limites 2022 (2 859 personnes touchées, 59 interactions)

Meilleurs posts sur Instagram :

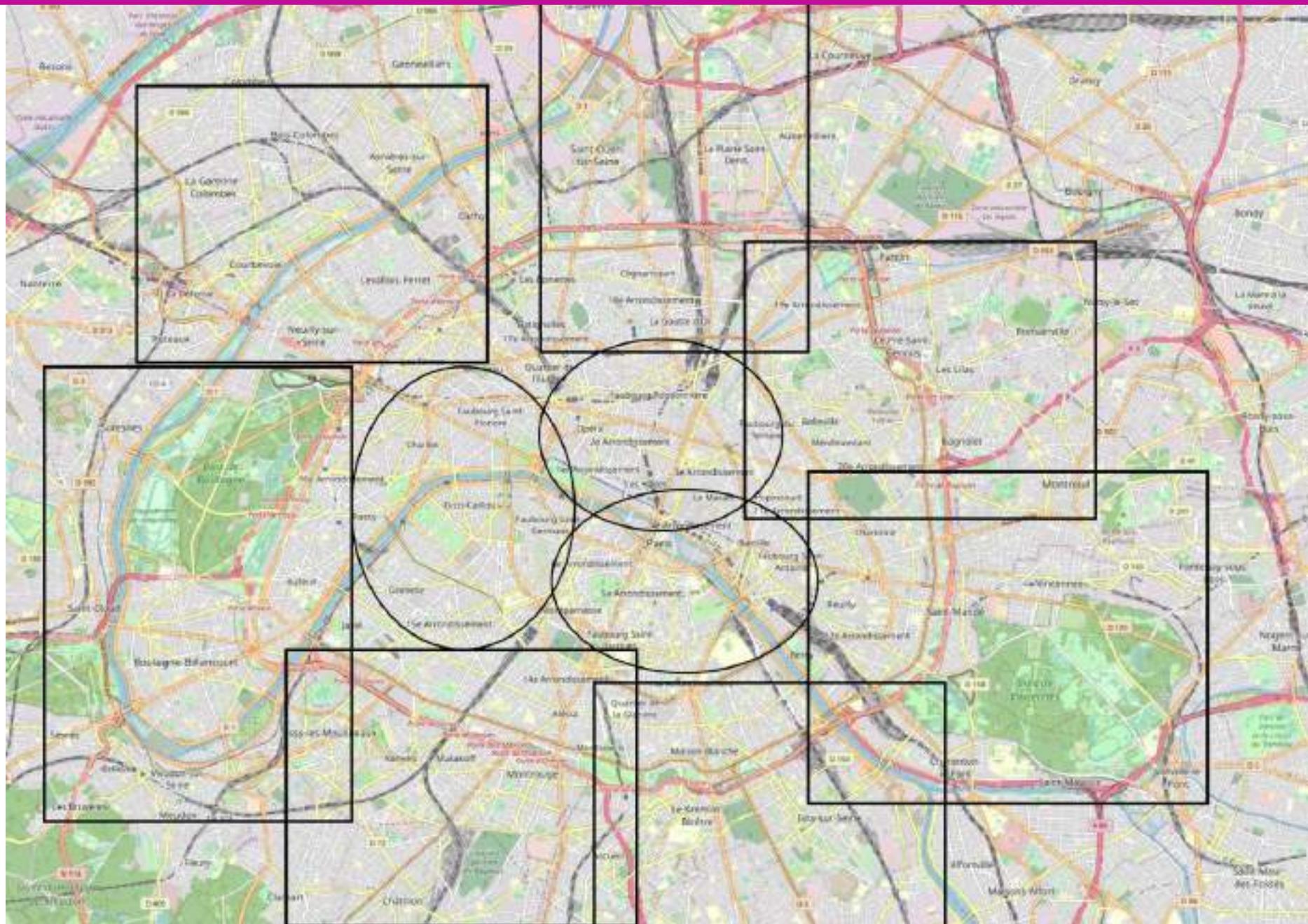
- Reel Coupe de la Champions League (9 698 vues)
- Reel Basilique de Saint-Denis (4 802 vues)
- Reel MELH (3 480 vues)
- Post Le caviste du marché (495 vues, 13 likes)
- Post Village des Athlètes (460 vues, 12 likes)



FACILITER LE SEJOUR DES VISITEURS



ELARGIR LES FRONTIERES ADMINISTRATIVES DE PARIS



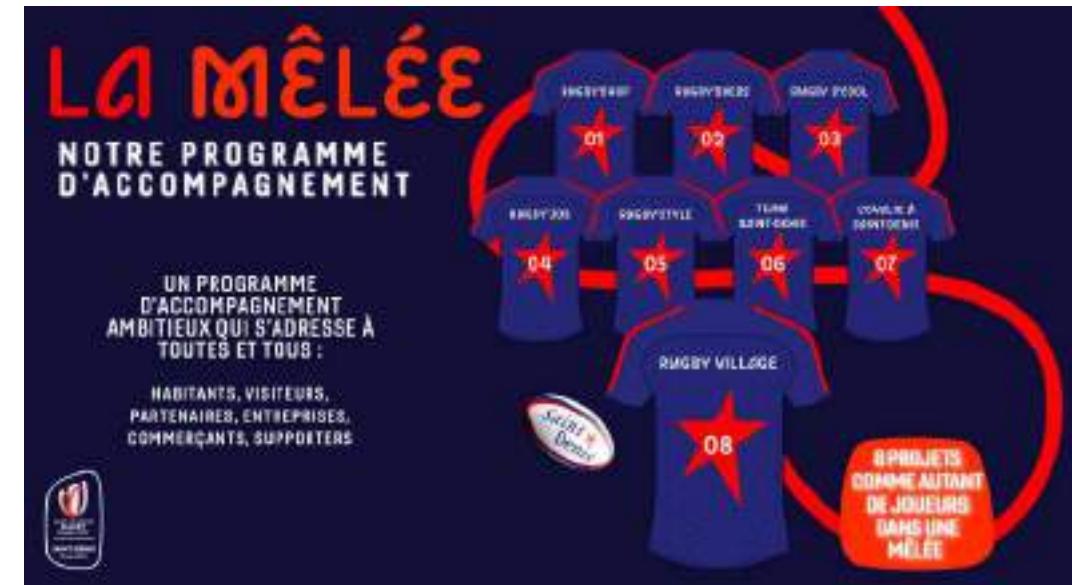


ACTIONS DE L OTI POUR LES JOP

- Animation des « P'tit café JOP » en lien avec le CDT, OTCP, CRT, villes et Plaine commune depuis 2 ans.
- Elaboration d'une **stratégie d'accueil** en lien avec les partenaires du tourisme (CDT, CRT, OTCP) : **Espace Culturel et Touristique dans le village des athlètes.**
- Vente des **produits dérivés Paris 2024.**
- Participation à la **création de la boucle olympique de Plaine Commune.**
- Assurer les **sensibilisations à l'accueil des volontaires JOP du 93.**
- En lien avec la ville de Saint-Denis, prévention sur la prostitution et les grands événements (hôtels/meublés).
- Répondre aux **demandes presse/préparer des « histoires » à raconter.**
- Réseaux sociaux/capsules vidéo > commerces et ambiance.
- Réactualisation de notre plan A3 gratuit
- Meublés de tourisme : kit de communication + sommaire livret accueil /lien airbnb
- Canal saint denis : **animations street art avenue/visites guidées et croisières.**

ACTIONS DE L OTI POUR LA COUPE DU MONDE DE RUGBY 2023

- **Création de parcours gourmet dans le centre-ville de Saint-Denis les jours de match.**
- **Vente de produits dérivés de la coupe du monde de Rugby dans nos Points d'infos.**
- **Décoration de nos points d'Infos aux couleurs de la coupe du monde de Rugby.**
- **Participation, avec la ville, aux sensibilisations dans les quartiers sur la coupe du monde de Rugby.**
- **Travail de lien avec les meublés de tourisme : constitution d'un kit de promotion gratuit + accompagnement pour la création d'un livret d'accueil/lien avec Airbnb.**
- **Participation à un challenge interentreprises.**
- **Participation aux rendez-vous en France organisés par Atout France.**
- **Participation à l'accueil des spectateurs + formation des bénévoles (fonctionnaires) de la ville et de Plaine Commune.**
- **Accueil d'un apprenti Campus 2023 : visites d'entreprises/Management des volontaires du tourisme/Observatoire touristique/P'tit café JOP**



SENSIBILISER LES HABITANTS AU BALLON OVALE ET INFORMER SUR LES LIEUX CULTURELS DU TERRITOIRE

RUGBY STYLE

UN RUGBY TOUR DANS LES QUARTIERS DE SAINT-DENIS POUR INITIER ET FAIRE DÉCOUVRIR LE RUGBY EN LIEN AVEC NOTRE CLUB DE RUGBY LOCAL.

CARREFOUR DE NOS POLITIQUES PUBLIQUES, CE PROJET VISE À ASSOCIER LA PRATIQUE DU RUGBY AUX QUESTIONS LIÉES AU SPORT, LA CULTURE, L'EMPLOI, L'INSERTION, LA PRÉVENTION.

LES OPPORTUNITÉS DE RUGBY STYLE

Participation à l'initiative et activation possible durant la tournée dans les quartiers.

Présence avec visibilité

LES PUBLICS VISÉS PAR LE CONCEPT

Tous les habitants des quartiers de Saint-Denis avec une extension aux villes de Plaine Commune

DE MAI À JUILLET



UN PARRAIN DIONYSIEN :
BAMBA DEMBA



RUGBY VILLAGE
PLACE VICTOR HUGO
AU PIED DE LA BASILIQUE DE SAINT-DENIS



6 500
JAUGE

6 300
MÈTRES CARRÉS

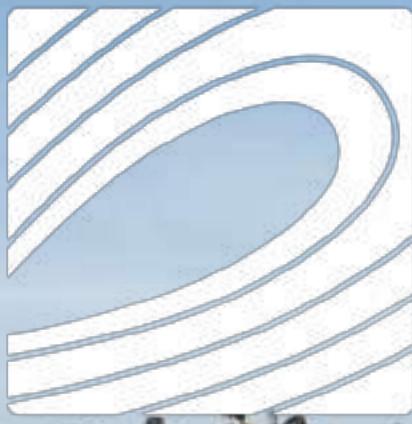
TOUS AU RUGBY VILLAGE DE SAINT-DENIS LE VENDREDI 8 SEPTEMBRE PROCHAIN !



Lucie SEGALAS

Cheffe de projets Sports & Environnement
Coordinatrice du projet Green Sport Hub Europe





SURFRIDER
FOUNDATION

SURFRIDER FOUNDATION

Un mouvement pour protéger
l'océan, les vagues, les côtes
européennes et les **personnes** qui
en profitent.



Surfrider Foundation a
originellement été fondé en
Californie à Malibu, en **1984** par un
groupe de surfeurs locaux.

Notre travail s'inscrit dans un
mouvement mondial actif aux
Etats-Unis, Europe, Australie,
Brésil, Japon, Argentine, Canada,
Sénégal et Maroc.

UNE DÉCLINAISON EUROPÉENNE

Née en **1990** à **Biarritz** d'une initiative d'un groupe de surfeur, Surfrider Foundation Europe est devenue une référence en matière de **lutte pour la protection de l'Océan et de ses usagers**, avec la **passion** et l'engagement de sa communauté sur le **terrain**.

Tom Curren, premier fondateur, 3x Champion du monde de Surf et militant pour l'environnement.



NOTRE MODÈLE D'ORGANISATION EN EUROPE



SIÈGE EUROPÉEN

52 employés à plein temps superviser l'ensemble des opérations, programmes, collecte de fonds et communication institutionnelle. Basé à Biarritz, en France, il dispose également de bureaux à Marseille, Bordeaux et Paris.

ENTITÉES NATIONALES

Des employés qui travaillent sur des missions sociales et apportent leur soutien aux sections dans leurs pays : Allemagne, Belgique, Pays-Bas, Espagne et Portugal.

ANTENNES BÉNÉVOLES

Les bénévoles sont le cœur et l'âme de Surfrider. Les sections gérées par des bénévoles sont nos yeux, nos oreilles et nos pieds sur le terrain pour faire évoluer leurs communautés au niveau local.

NOTRE COMMUNAUTÉ EN NOUVELLE-AQUITAINE

Notre communauté est composée de citoyens, étudiants et chercheurs, experts, militants, athlètes et artistes. **Ensemble, nous formons un réseau d'amoureux de l'océan qui s'efforce de protéger ce que nous aimons.**



46

En 2023, Surfrider Europe est présent dans **11 pays avec 46 antennes bénévoles actives.**

6

La **région Nouvelle-Aquitaine** compte **6 antennes bénévoles** :

- Biarritz
- Bordeaux
- Hossegor
- La Rochelle
- Pau
- Royan

2

La **région Nouvelle-Aquitaine** compte **2 bureaux salariés** :

- Biarritz (S)
- Bordeaux

DOMAINES D'EXPERTISE

Surfrider Foundation Europe concentre ses efforts **sur 3 domaines clés.**



DÉCHETS MARITIMES



QUALITÉ DE L'EAU
ET
SANTÉ DES USAGERS



PRÉSERVATION DU LITTORAL
ET
CHANGEMENT CLIMATIQUE

NOS LEVIERS

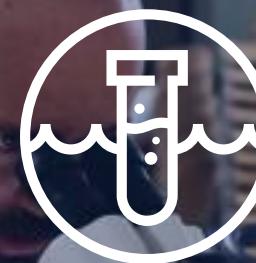
Nous appliquons une **stratégie à quatre leviers** pour conduire le changement dans nos domaines d'expertise.



L'AUTONOMISATION
DES CITOYENS :
Fournir aux citoyens des outils,
des dispositifs et des
programmes leur permettant
de faire entendre leur voix.



L'ÉDUCATION DE LA
COMMUNAUTÉ :
Produire et partager des outils
et des ressources
pédagogiques sur les causes et
les impacts du changement
climatique sur les océans et le
littoral.



EXPERTISE
SCIENTIFIQUE ET
JURIDIQUE :
Mettre son expertise au service
de la préservation de
l'environnement marin au
quotidien.



PLAIDOYER :
Accompagner les décideurs
politiques et les entreprises
dans la transition écologique en
les aidant à adopter de bonnes
résolutions pour l'océan.

LE SPORT AU CŒUR DE L'HISTOIRE DE SURFRIDER



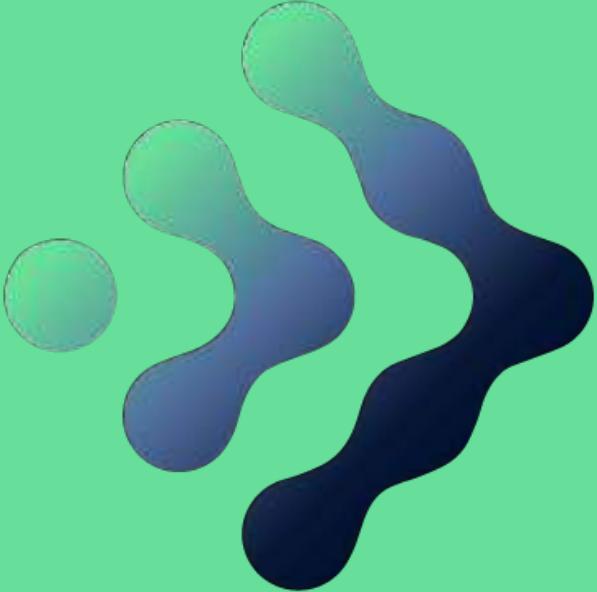
Née d'une initiative d'un groupe de surfeurs en **1990**, Surfrider Foundation Europe a toujours souhaité conserver son **ADN sportif**.

NOTRE OBJECTIF

Impulser un mouvement et des actions plus responsables et respectueuses de l'océan dans le monde du sport

NOTRE VOLONTÉ

Engager l'ensemble des parties prenantes du sport au niveau européen



Green Sports Hub

Europe

GREEN SPORT HUB EUROPE



PROJET RÉALISÉ PAR

- 10 partenaires
- 2 prestataires externes
- 14 partenaires associés



Expert organisations





PROJECT'S OBJECTIVE

“

Fournir une feuille de route pour répondre aux besoins des organisations sportives en matière d'outils pratiques et de conseils environnementaux

SOUS-OBJECTIFS

- *Faire un état des lieux au niveau européen des obstacles et des besoins du secteur du sport en matière de transition environnementale*
- *Créer un outil d'auto-évaluation pour les organisations et les événements sportifs en s'appuyant sur le renforcement des capacités*
- *Développer et mettre en œuvre une campagne de communication ciblant le secteur du sport en Europe afin d'accroître son engagement en faveur des ODD et du Green Deal européen.*

PREMIERS LIVRABLES

IO2 – LA DURABILITÉ AU SEIN DES
ORGANISATIONS SPORTIVES, DE LOISIRS ET
DE FITNESS EUROPÉENNES, RAPPORT
EXÉCUTIF



IO1 – CARTOGRAPHIE DES INITIATIVES EXISTANTES

OBSERVATION POSITIVE

Des solutions responsables et durables
existent déjà

OBSERVATION NÉGATIVE

Ces initiatives ont été mises en place de
manière individuelle et sans réelle portée
communicationnelle

LIVRABLES ESSENTIELS DU GSHE



Nous appliquons une **stratégie à quatre leviers** pour conduire le changement dans nos domaines d'expertise.

OUTILS PRATIQUES POUR LES GESTIONNAIRES



OUTIL D'AUTO-ÉVALUATION

Aider le secteur du sport à identifier ses besoins et ses actions potentielles pour un avenir plus vert et plus durable

[Green Sports Hub | Self assessment tool](#)



BIBLIOTHÈQUE EN LIGNE

Permettre au secteur du sport de trouver de nombreuses initiatives responsables menées dans le monde entier

[Bibliothèque | Green Sports Hub](#)

POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE AU NIVEAU DE L'EXÉCUTIF ET DU CONSEIL D'ADMINISTRATION



RECOMMANDATIONS À DESTINATION DES DÉCIDEURS EUROPÉENS

Contribuer et soutenir la mise en œuvre du "Green Deal" de l'UE



CHARTE DU SPORT VERT EUROPÉEN

Engager le secteur et créer une véritable position collective autour de la notion de sport vert

WIP

OUTIL D'AUTO-ÉVALUATION

The screenshot shows the 'Self assessment tool' interface. At the top, there's a navigation bar with icons for back, forward, and search. Below it, a title 'Self assessment tool' and a subtitle 'Choose your module'. A sub-instruction reads: 'Throughout this tool, indicate your environmental footprint in tonnes CO2 eq.' There are six circular icons representing different modules: Event management (calendar), Natural environment (tree), Governance (gears), Resources management (hand holding a gear), Facilities (house with gear), and Host/Venue Selection (stadium).

Objectif

Aider les acteurs du secteur du sport à identifier leurs **besoins** et les **actions possibles** à mettre en place afin **d'améliorer leur performance environnementale et climatique**

[Green Sports Hub | Self assessment tool](#)

The screenshot shows the 'Self assessment tool' interface. At the top, there's a navigation bar with icons for back, forward, and search. Below it, a title 'Self assessment tool' and a subtitle 'Resource Management'. The main content area starts with a summary: 'Good and sustainable resource management does not only contribute to sound environmental management but can lead to certain financial savings too. Sports require the use of considerable amounts of resources both for staging and event and for everyday operations. Whether they are - private, semi-public, public or voluntary associations they all have their own and unique history which describes the way they were started, their country, origin or product. This is where sport entities can act and prevent damage to the environment by choosing an approach involving strategic planning, their purchases and use of resources and reduced waste in many fields including sports, therefore selecting and imposing the sustainable resource management into different contracts can double the results of all the efforts put in. Resource management is also a way to demonstrate how much energy is used in the production of products through the processes from raw materials to end product and inventories in order to make sure the second one is as long as possible.'

Below this is a section titled 'Your submissions' with a table showing progress: 'Last checked: 10/11/2022 14:00:00 - Average: 3,33/6 - Feedback: Progressing'.

Finally, there's a 'Related initiatives' section with two entries:

- SPORT EVENT ZERO WASTE – FRANCE**: 'This tool is designed to help you determine and reduce the generation of waste produced during events such as football matches, tournaments, and other events. It is based on the principle of "zero waste". Because the zero waste concept is a major part of the environmental debate, it is possible to reduce the amount of waste produced by 90% without losing quality. These principles have been integrated into the tool. These factors are not all incompatible with all events and can be applied to many other types of events, such as cultural, social, and political events.'
- SPORT ZÉRO PLASTIQUE – FRANCE**: 'Sport Zéro Plastique is a project aiming to eliminate single-use plastic in amateur sports clubs. This project has demonstrated its feasibility through various pilot projects and is now being rolled out across France. The method has been tested and confirmed to encourage clubs to reduce their carbon footprint and ecological footprint.'



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

SAT Test

2023-05-31 10:21 UTC

Recorded by

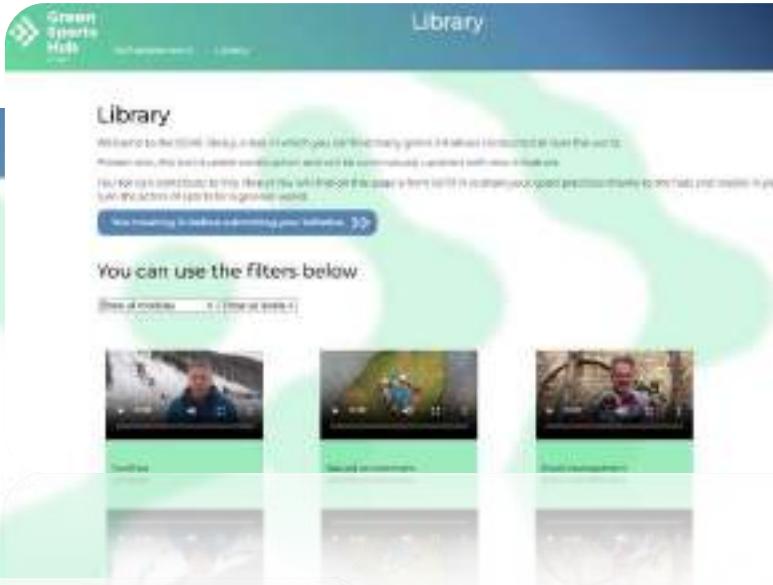
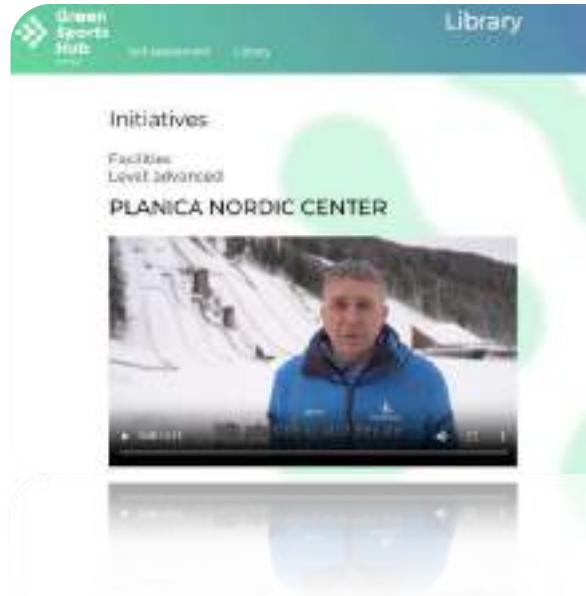
Surfrider Lucie Segalas

Organized by

Surfrider Lucie Segalas

BIBLIOTHÈQUE D'INITIATIVES EN LIGNE

[Bibliothèque | Green Sports Hub](#)



Objectif

Permet aux utilisateurs de retrouver des **initiatives à impact positif** mises en place un peu partout dans le **monde**.

RECOMMANDATIONS

Objectif

Contribuer et soutenir l'implémentation des priorités du Green Deal Européen

Deux cibles

- Acteurs politiques européens, nationaux, régionaux et locaux
- Responsables politiques et décideurs pour la mise en œuvre des mesures dans le secteur du sport

Date de livraison 8 juin 2023

RECOMMENDATIONS FOR POLICY AND DECISION MAKERS

This document shall contribute to the European Union and its Member States' potential actions and strategies to support the sustainable transformation and the forthcoming strategic development of the sport sector.

Recommendations for policy and decision makers aim at contributing and supporting the implementation of the EU Green Deal Priority. As one of the largest economic hubs in the EU (in 2012 sport related gross domestic product (GDP) within EU was 2.12% and 2.72% employees could be attributed to sport), millions of daily practitioners, and major international events within sight, the sport sector must monitor its impact to remain aware of global challenges and thus, aligned with environmental policies and strategies.

Sport and physical activities play an underestimated yet major role in an increasingly dynamic and demanding society. Being healthy and in good shape, generates many benefits for individuals, groups, and the community as a whole. According to WHO resolutions, physical exercise is one of the most important activities for people to remain healthy, prevent an increased number of diseases, and maintain an active lifestyle including ability to work. Therefore, it is a great satisfaction to observe a large number of programs, initiatives and measures being deployed to promote sport and physical activity both internationally and within the EU especially.

Whilst being aware of all the positive cultural, social, and economic effects of sport and regular physical activity on the daily life of European citizens, it is also paramount to aim at reducing its long-occulted impact on nature and the environment. Therefore, an action plan on how to practice sport in a more sustainable way towards nature and environment needs to be accepted.

At this point, it is crucial to highlight the fact that some stakeholders of the sport sector are not yet aware of existing and potential environmental, social and governance risks and the urging necessity to come altogether with a plan for some concrete steps forward.

The recommendations enumerated hereunder are threads of initiatives to unfold in order to embrace the necessary engagement of the sport sector towards the environment and to support successful implementation of EU Green Deal recommendations within the sport sector.

CHARTE

Objectif

Engager les acteurs et créer un véritable **position collective** autour de la notion du sport éco-responsable.

CREATION D'UN RÉSEAU D'ACTEURS ENGAGÉS MISES EN PLACE D'ACTIONS ÉCO-RESPONSIBLE SE CHALLENGER COLLECTIVEMENT

Date de livraison Automne 2023



Agreement number 622952-EPP-1-2020-1-FR-SPO-SCP



EUROPEAN GREEN SPORTS CHARTER

Sport leading the way for a Greener Europe!

From boardroom to playing field, European sports organisations have the power to bring a decisive contribution to a sustainable world.

"The European Green Sport Charter" provides a concrete and actionable framework adapted to the needs and specificities of all sports organisations!

ABOUT THE PROJECT

This Charter is part of a wider project led by various European organisations involved in sports and/or environment: sport governing bodies, public authorities, sustainability experts and NGOs. Since 2020, we have been collecting best practices from a wide network of organisations and developing tools aiming to:

- Help sports organisations to understand their environmental impact and to implement sustainable strategies.
- Use sport as a lever to promote environmental awareness.

This project is co-funded by the program Erasmus+ of the European Union.

PAGE 10
VERSION
DRAFT
2

ABOUT THE CHARTER

The "European Green Sports Charter" is adapted to all organisations: from the local club to the major leaders of the sector, you will find in this document guidelines on how to reduce your environmental impact.

After selecting the most relevant pillars, you will be provided with expertise, guidance, and tools on how to deliver the most impactful actions.

Where to start? How to avoid greenwashing?.. Use our [tailor-made self-assessment tool](#) to understand where and how your organisation could reduce its own impact.

ET DEMAIN, EN NOUVELLE-AQUITAINE?

SENSIBILISATION DES TOURISTES

Déployer des actions de sensibilisation au voyageur responsable à destination des touristes en insistant sur leur empreinte sur l'océan, le littoral et la qualité de l'eau.

ACCOMPAGNEMENT DE LA FILIÈRE SPORT

Accompagner les acteurs de l'accueil des flux touristiques dans le cadre des grands évènements sportifs internationaux afin de minimiser leurs impacts.

SOUTIEN AUX SECTEUR DU TOURISME ET COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

Participer à la réflexion collective d'un slow tourisme adaptée aux spécificités et au besoin de la région Nouvelle Aquitaine afin de faire de cette dernière une **Ocean Friendly Region**.

MERCI POUR VOTRE ATTENTION !





Eva Lemaire – Comité Régional du Tourisme

Chargée de filières Sport & Tourisme d'affaires

05 55 11 05 88 – eva.lemaire@na-tourisme.com



Merci de votre participation !



Amélie HAY – MONA Nouvelle-Aquitaine

Chargée des stratégies d'accueil et parcours client

06 85 74 60 48 - amelie.hay@monatourisme.fr

