

Webinaire

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

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



En partenariat avec

mona mission
des offices
de tourisme
Nouvelle - Aquitaine



Isabelle CHEVASSUT

Responsable formation Professionnalisation
Direction Entreprises, Innovation et Professionnalisation



Amélie PAILLARD

Chargée de mission - Dispositifs d'accueil des grands événements





RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

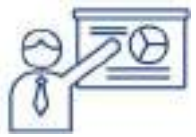
*Liberté
Égalité
Fraternité*

**A TOUT
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

- o 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
- o 9 villes et 7 régions hôtes
- o 2,5 millions de billets disponibles
- o 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



Limitier 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>

Contact : parcours-client@atout-france.fr



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.

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 événements métropolitains

Service Ingénierie Sportive & Artistique Métropolitaine



L'accueil de la Coupe du Monde de Rugby
à Bordeaux Métropole
en Nouvelle-Aquitaine, region 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 matchs 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

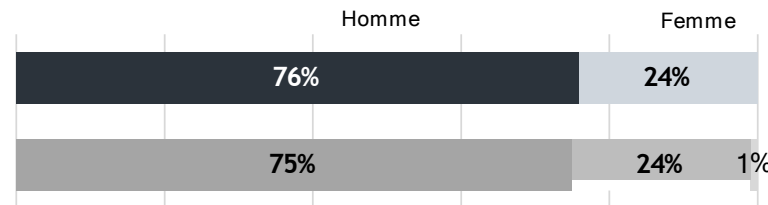


Espace aquatique municipal

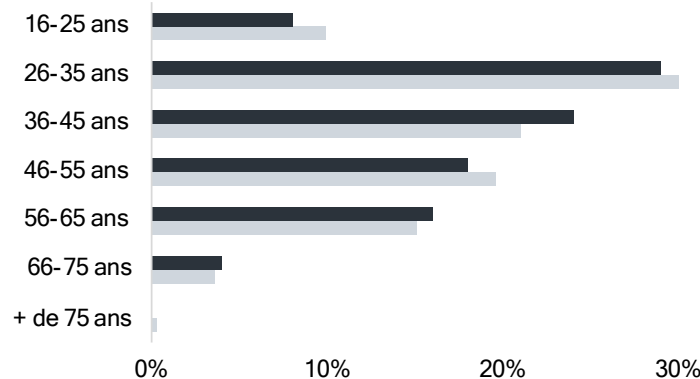
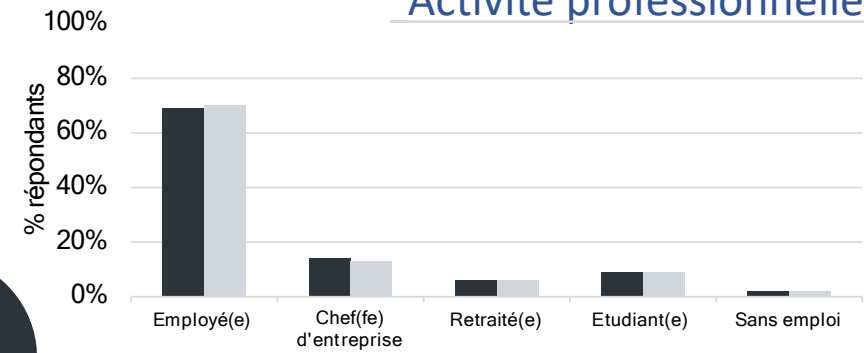
Profil du détenteur d'un billet pour le Stade de Bordeaux

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

GENRE



Activité professionnelle

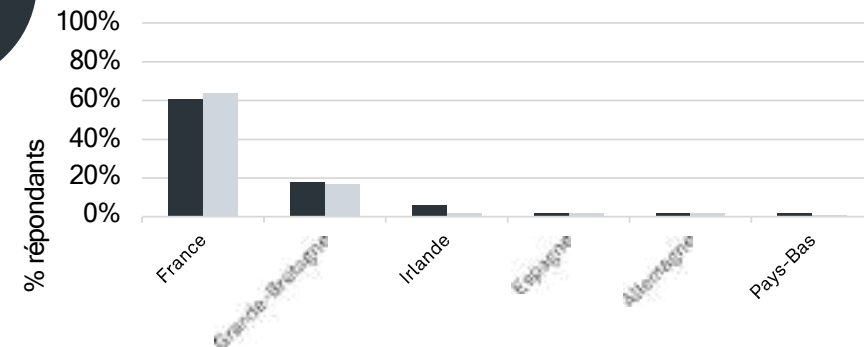


ÂGE

% répondants

Moyenne

Bordeaux



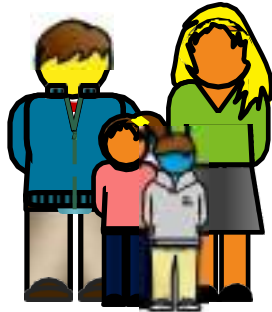
PAYS DE RÉSIDENCE

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



72%

en moyenne



50%

Des acheteurs

IRONT AUX MATCHS ENTRE AMIS

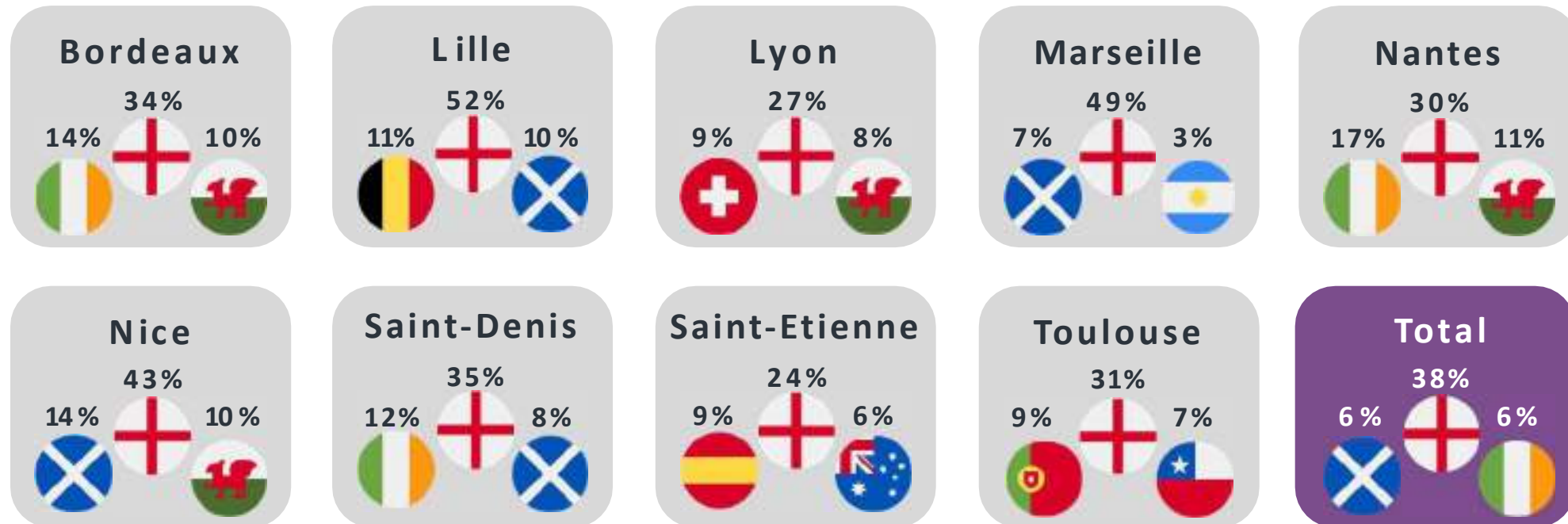


45%

en moyenne

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

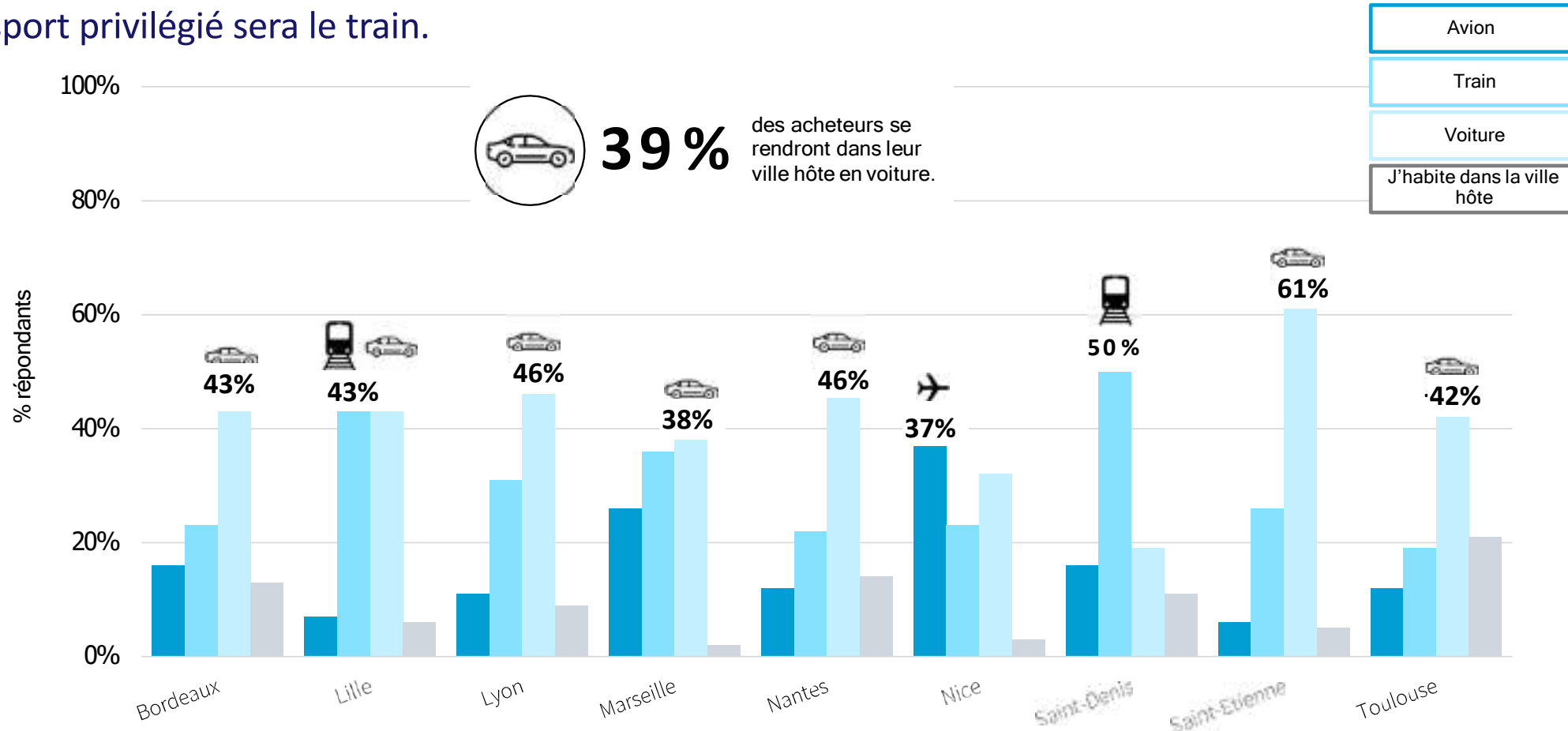
Résidents internationaux par ville



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

Déplacement vers la ville hôte

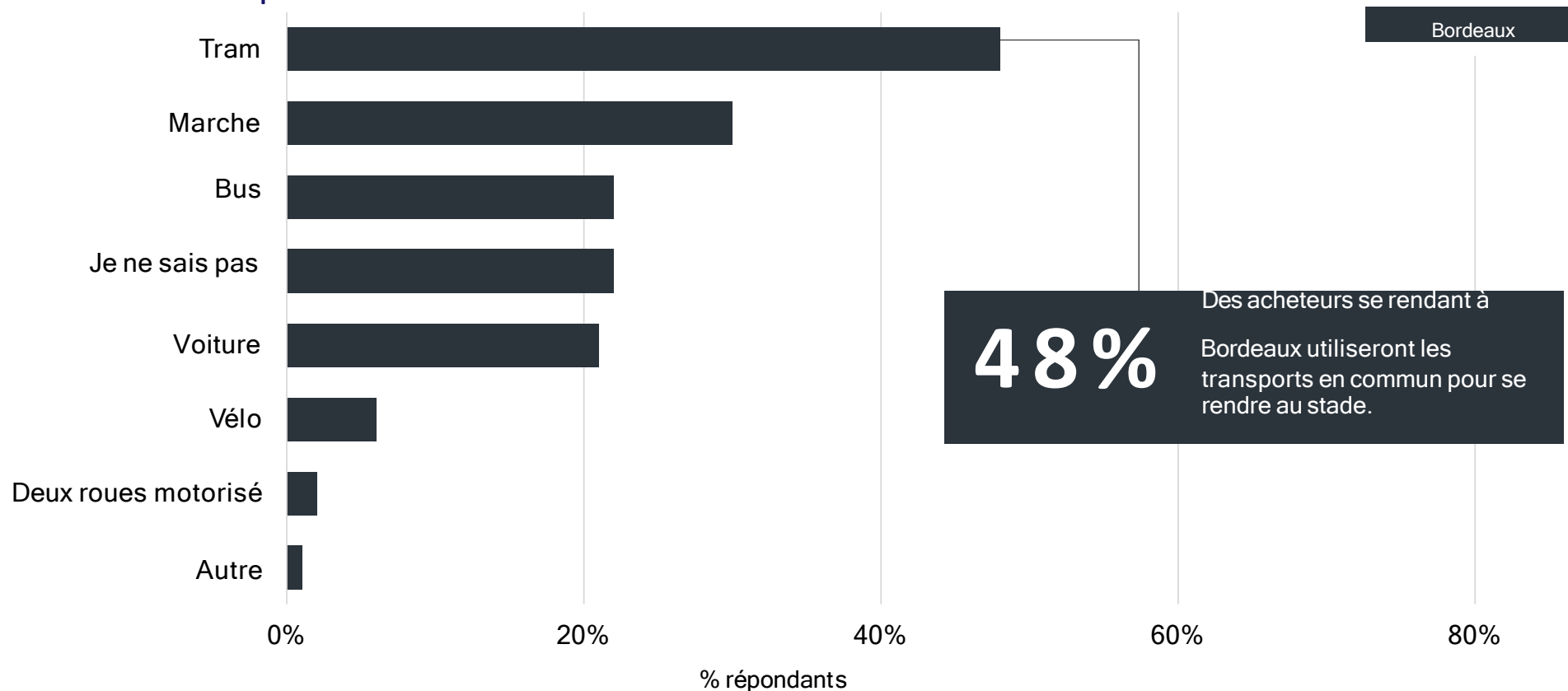
Les spectateurs se déplaceront vers leur ville hôte principalement en voiture, excepté à Paris et Lille où le mode de transport privilégié sera le train.



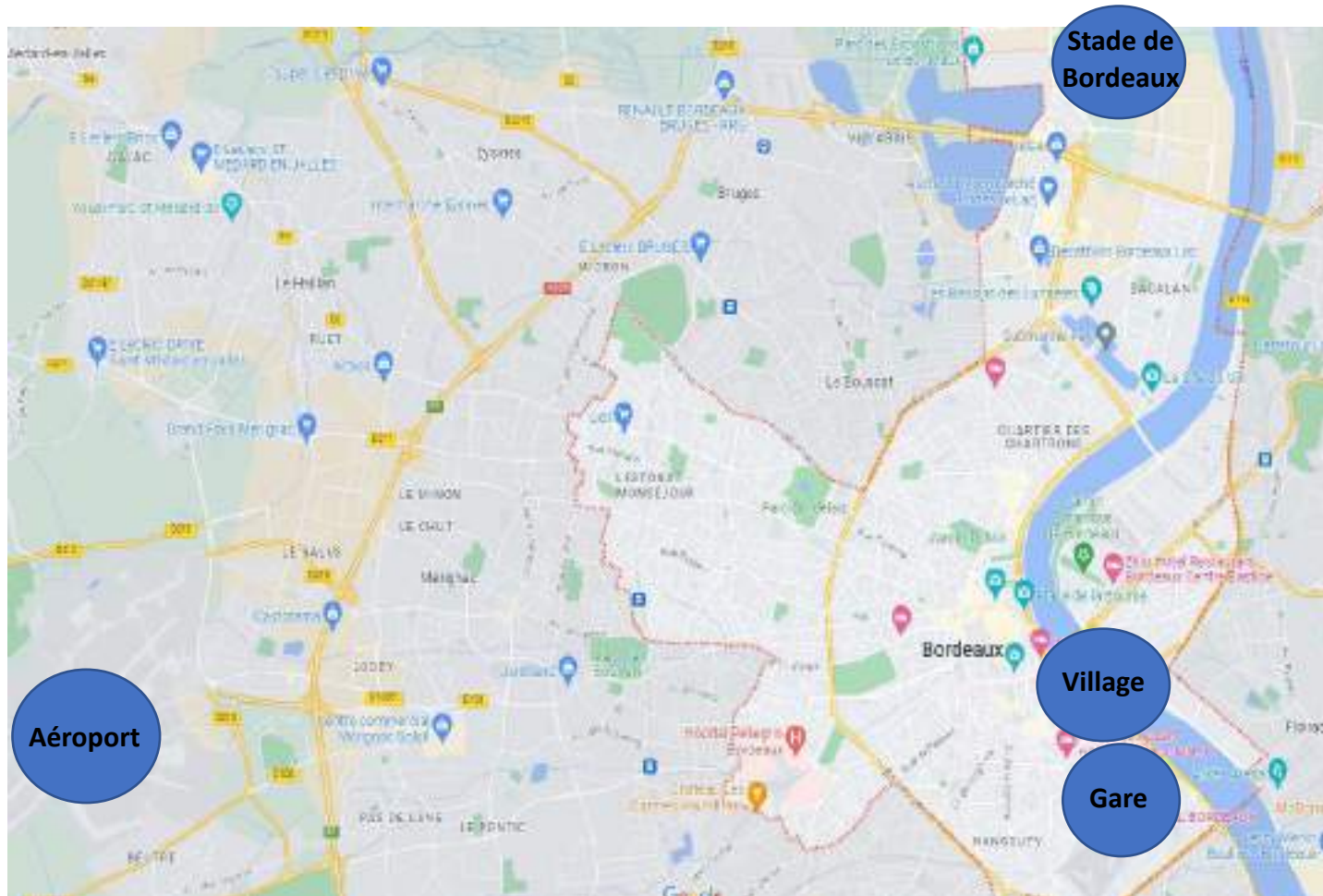
Profil du détenteur d'un billet pour le Stade de Bordeaux

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
	Villeneuve 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 1/2 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 accueilleront 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>



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

Des outils

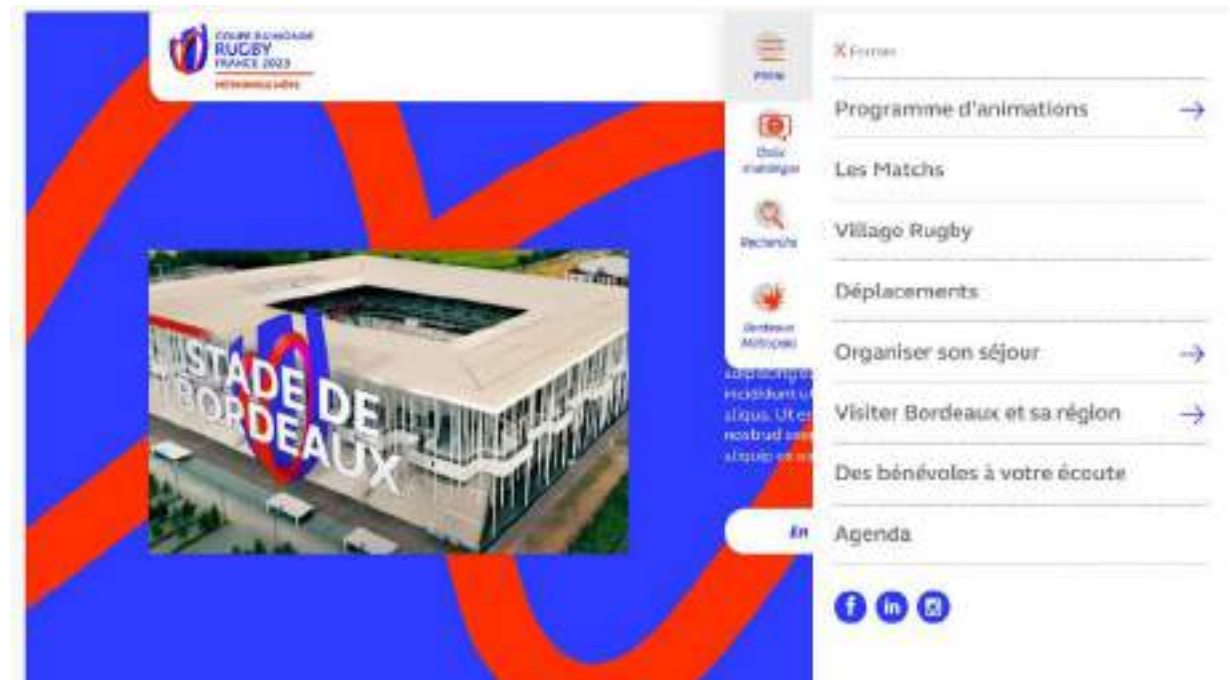
❖ Création d'un site internet dédié à l'évènement par Bordeaux Métropole.

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





PARIS 2024

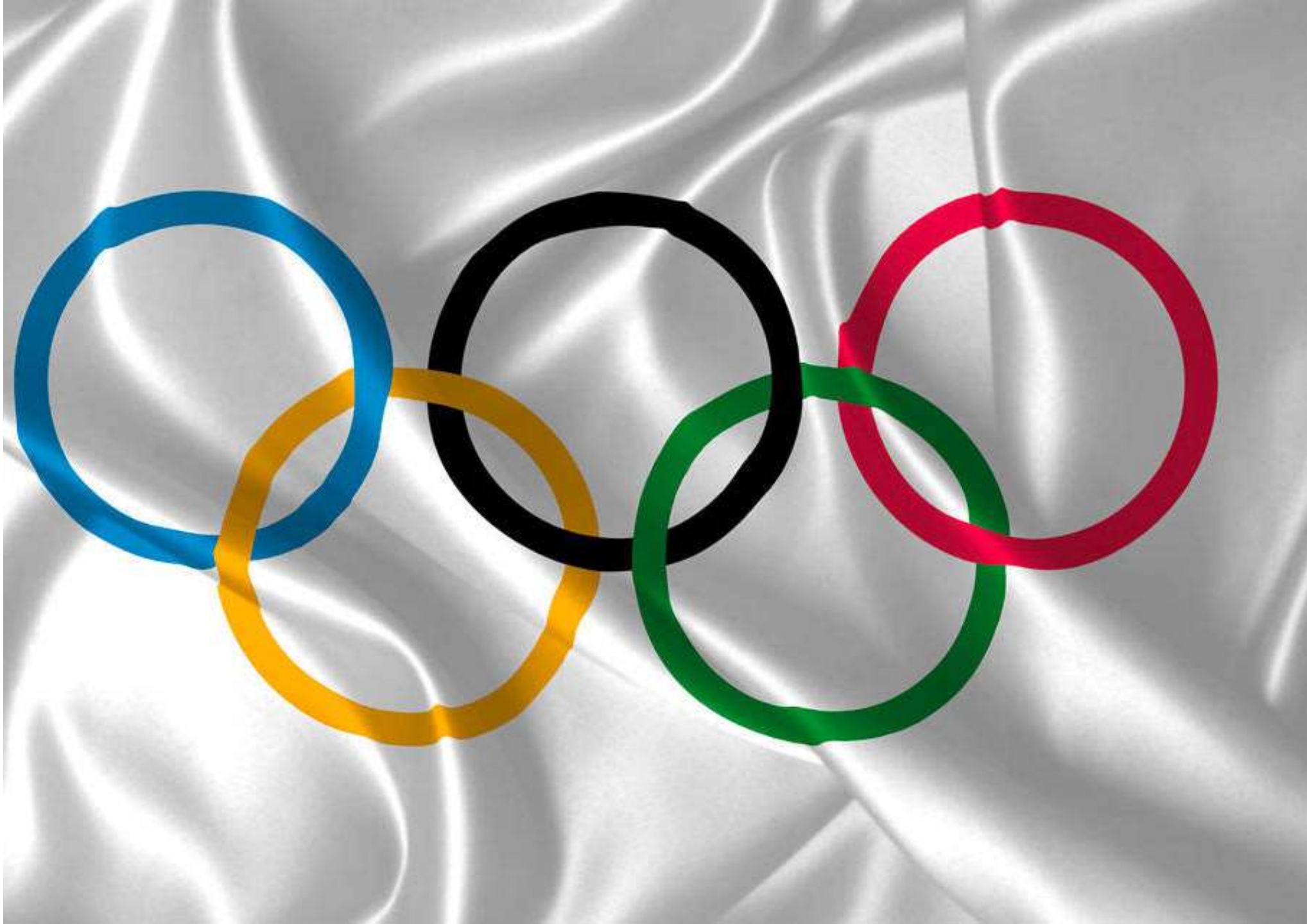




France

> Tournoi de Football Féminin et Masculin

- > 7 matchs
- > 14 équipes
- > 294 000 spectateurs



MERCI





Régis COCAULT
Directeur Général



PLAINE COMMUNE, UN TERRITOIRE À DÉCOUVRIR



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

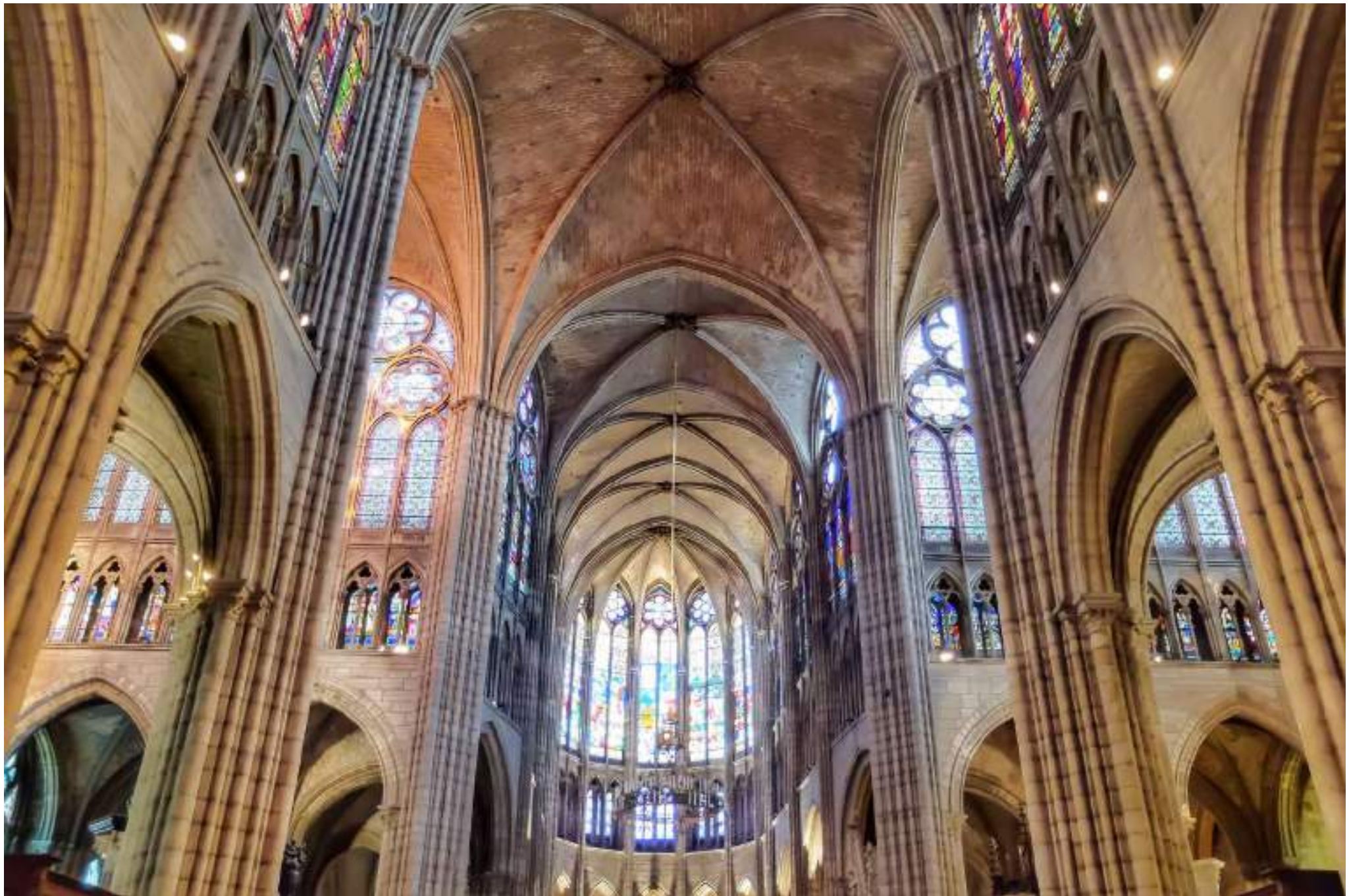
Un territoire, 9 villes dans la banlieue 93



- 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



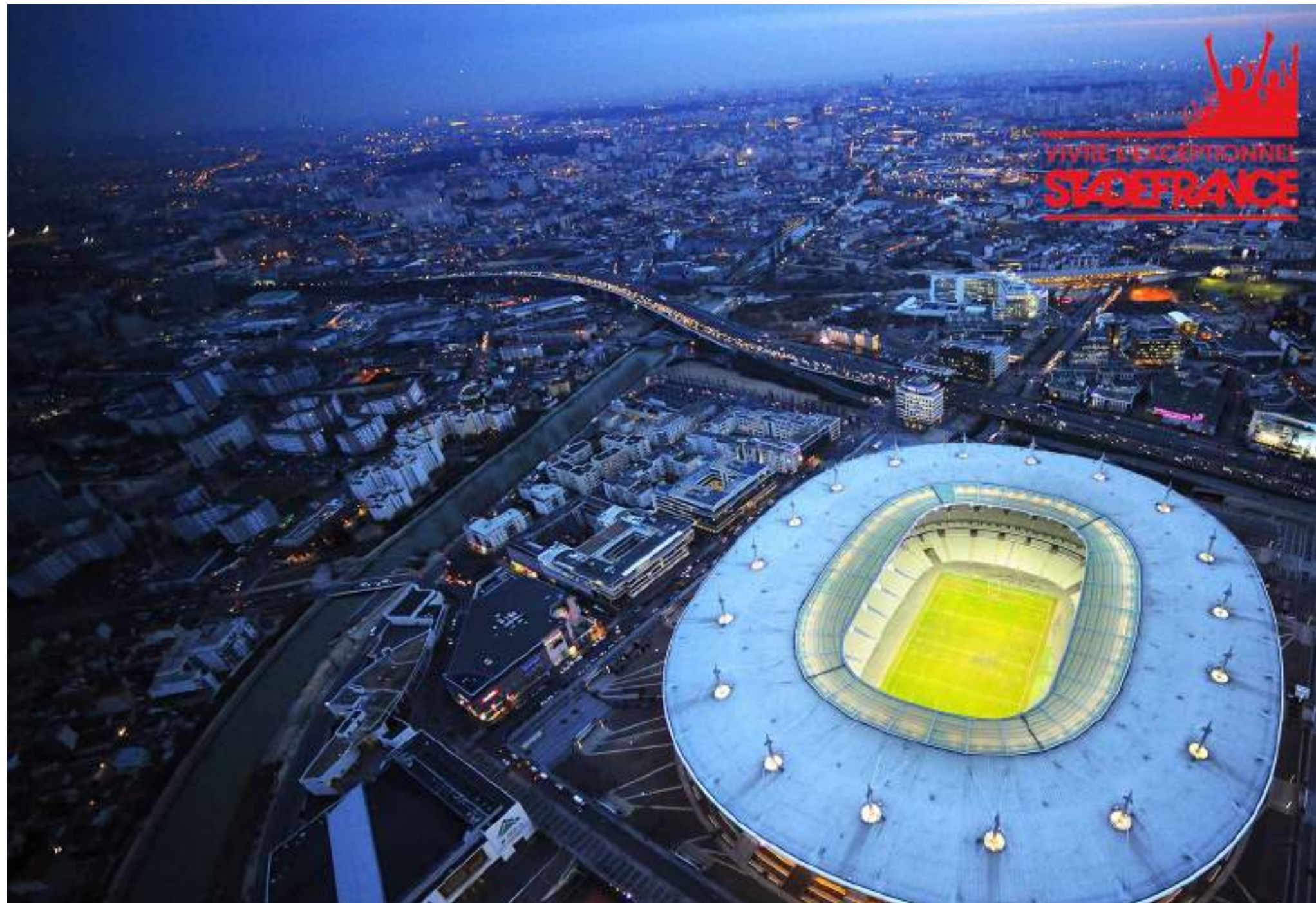












Convaincre les habitants de l'intérêt d'avoir obtenu l'organisation des JOP Paris 2024



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 La Courneuve. 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 locaux d'activités, bureaux et commerces. Pour répondre aux besoins des habitants, de nouveaux équipements seront le jour : deux crèches, deux groupes scolaires, un lycée rénové, une centrale de mobilité, deux cabinets médicaux... et pour se détendre, 5,5 hectares d'espaces verts sortant de terre, ainsi qu'une base nautique, une cour 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 mur anti-bruit le long de la partie sud de l'AD6 et l'enfouissement de lignes à haute tension.



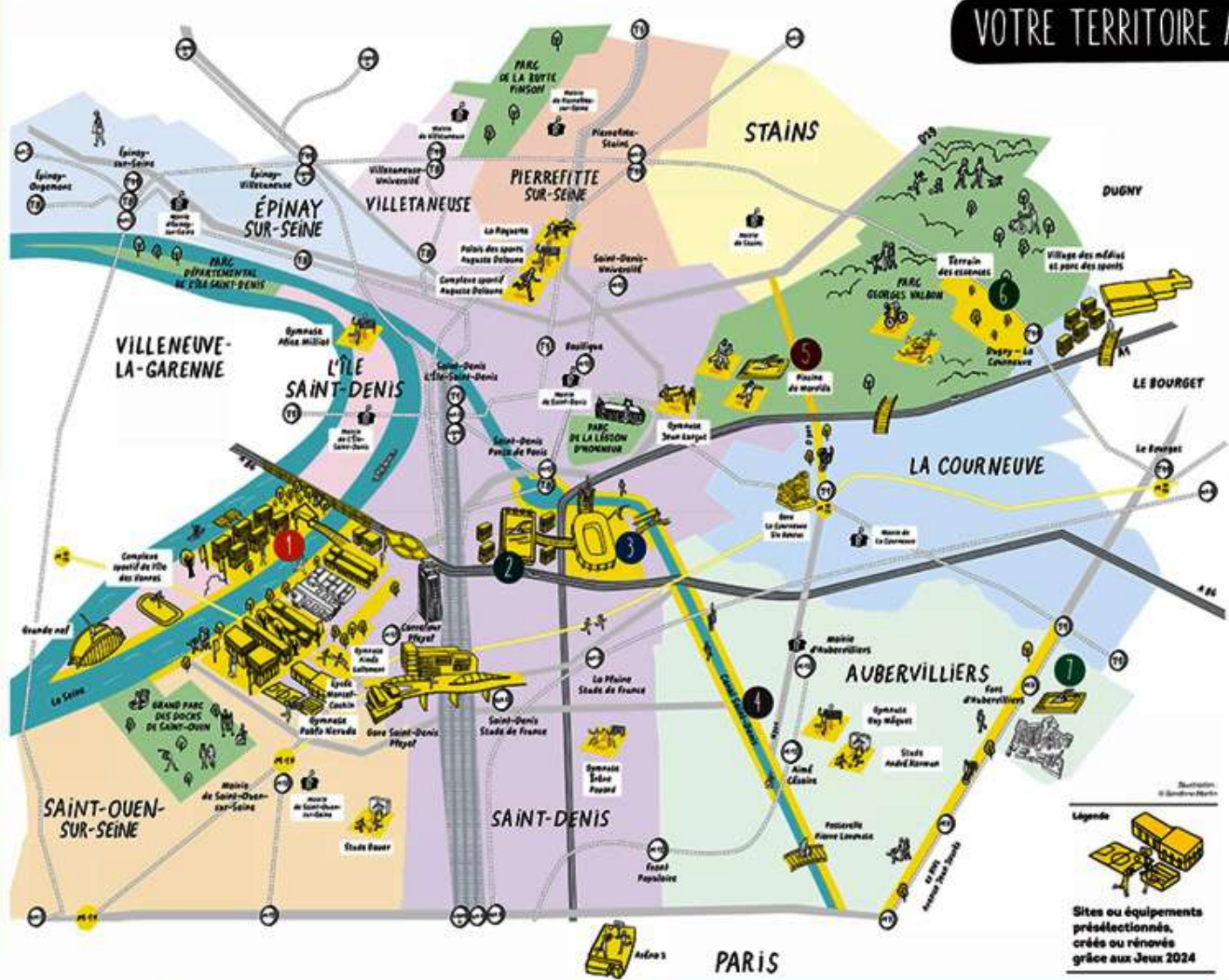
2 LE CENTRE AQUATIQUE OLYMPIQUE LE QUARTIER PAYSAGE

Un tout nouveau quartier, Plaine Saurier, verra le jour autour du Centre aquatique olympique. Directement relié au Stade 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 et les scolaires que les compétitions nationales et internationales. Autour se développera un véritable pôle sportif : espace aquatique (aquatique, parcours découverte, belvédère, espace fitness, mur d'escalade, terrain de padel-tennis, football à cinq, basketball 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 sera accessible pour les personnes à mobilité réduite. Dans les tribunes et les espaces publics seront aussi aménagés pour faciliter les accès en transports en commun. Il sera davantage connecté aux autres quartiers grâce à la création d'une passerelle au-dessus de l'autoroute A2 le reliant au Centre aquatique olympique et à la construction d'une nouvelle passerelle menant au quartier Franc-Moisin.

1 LE CENTRE AQUATIQUE DU FORT D'AUBERVILLIERS

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 (3 groupes scolaires 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 des 2030 et 7 lignes de bus).



1 LE CANAL SAINT-DENIS

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



5 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 nouveaux équipements sportifs plus ouverts aux habitants. Un centre aquatique sera construit avec un espace intérieur et un espace extérieur. L'espace couvert accueillera un bassin sportif de 33 m, trois petits bassins annexes et un espace de bien-être (bainne et fitness). L'espace extérieur comprendra un bassin nordique de 25 m ouvert toute l'année et des espaces d'agrément ouverts 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 redeviendront gymnases et salle 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

SOLIDEO
UN VILLAGE DE TRAVAIL
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 Guegan



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 Guegan 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

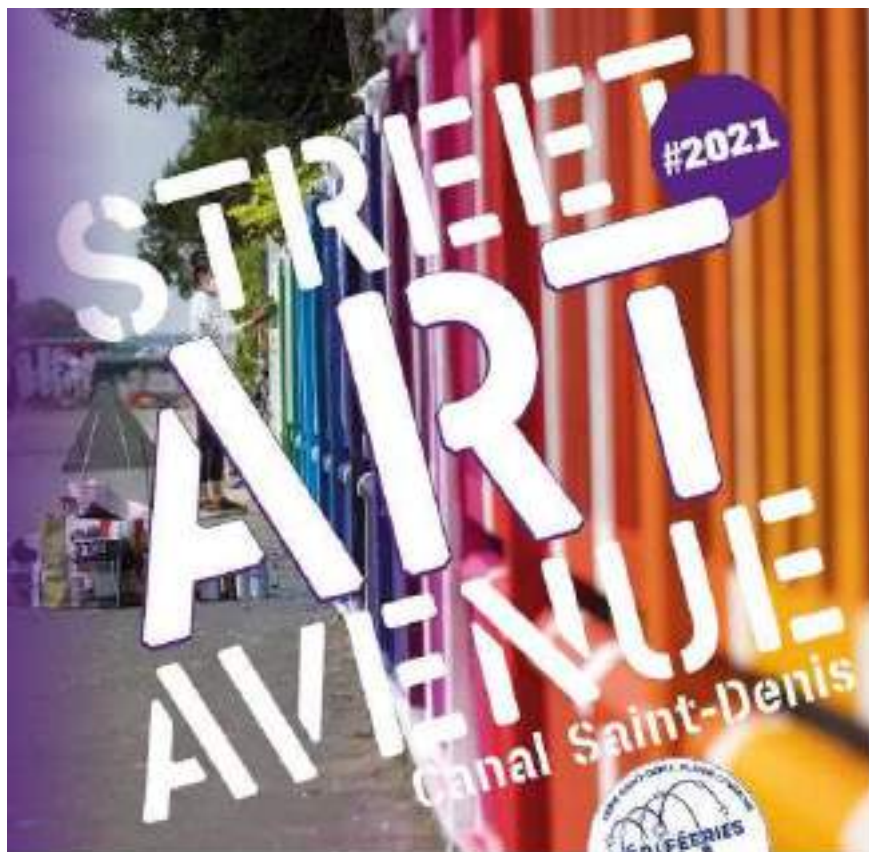


Secteur 2 / Quai Mitterrand

- Demain



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



LINE UP - 4 NOUVELLES ŒUVRES !

Alexandra Arango, **Auber Graffiti Show**, Basto, Carlos Olmo, Carolalune, Case Maclain, Croy 132, **Dawal**, Dixiz, Fimo & Dizzy, Fabio Petani, Funky Deco Group, Guate mao, **Hydrane**, **Jeniale**, Jibé P, Joachim Romain, Jungle, Matre, Mazy Usclef, La Dewolf, Marko 93, Nobad, No Rules Corp., OnOff Collectif Polar, Rebus, Roid MSH, Seth, Sœurs Chevalme, Tarek Benaoum, Tarek Ben Yakhlef, Telmo Miel, Unsvida Familia, Varps, Zest, Zdey



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 :

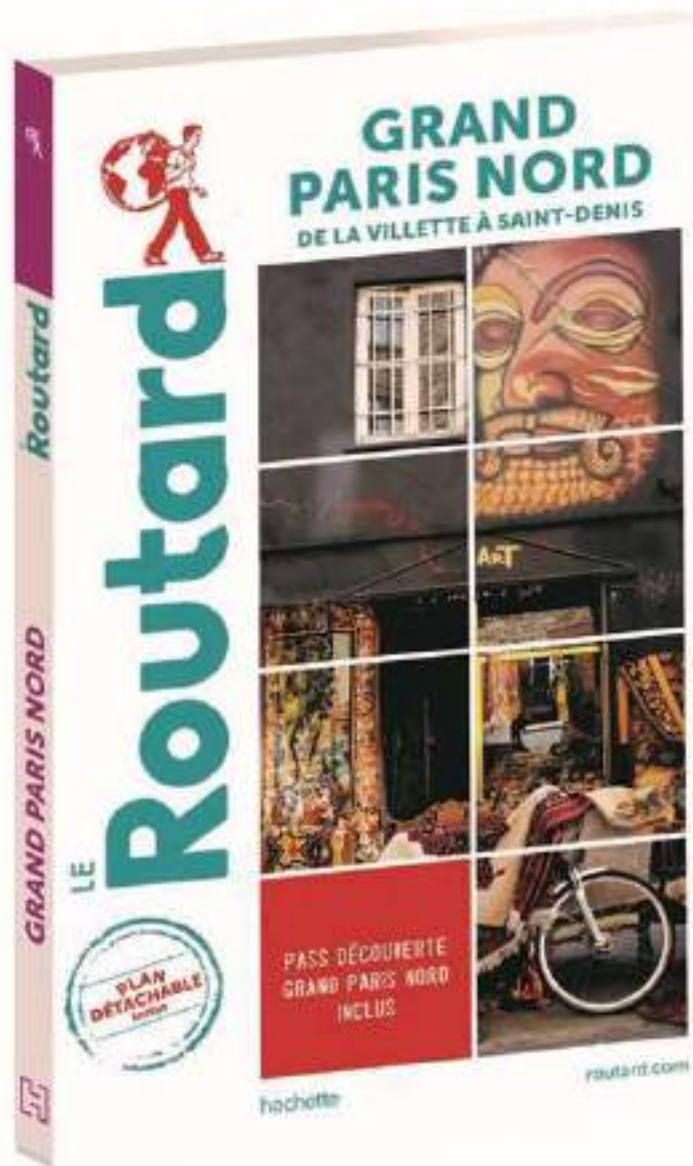
- Vidéo promotion MELH (28 529 personnes touchées, 2 046 interactions)
- Vidéo promotion Basilique (14 055 personnes touchées, 873 interactions)
- Vidéo Social Bar Saint-Ouen (9 779 personnes touchées, 623 interactions)
- Nouveau Pass Découverte 2022 (7 296 personnes touchées, 413 interactions)
- Festival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

Meilleurs posts sur Instagram :

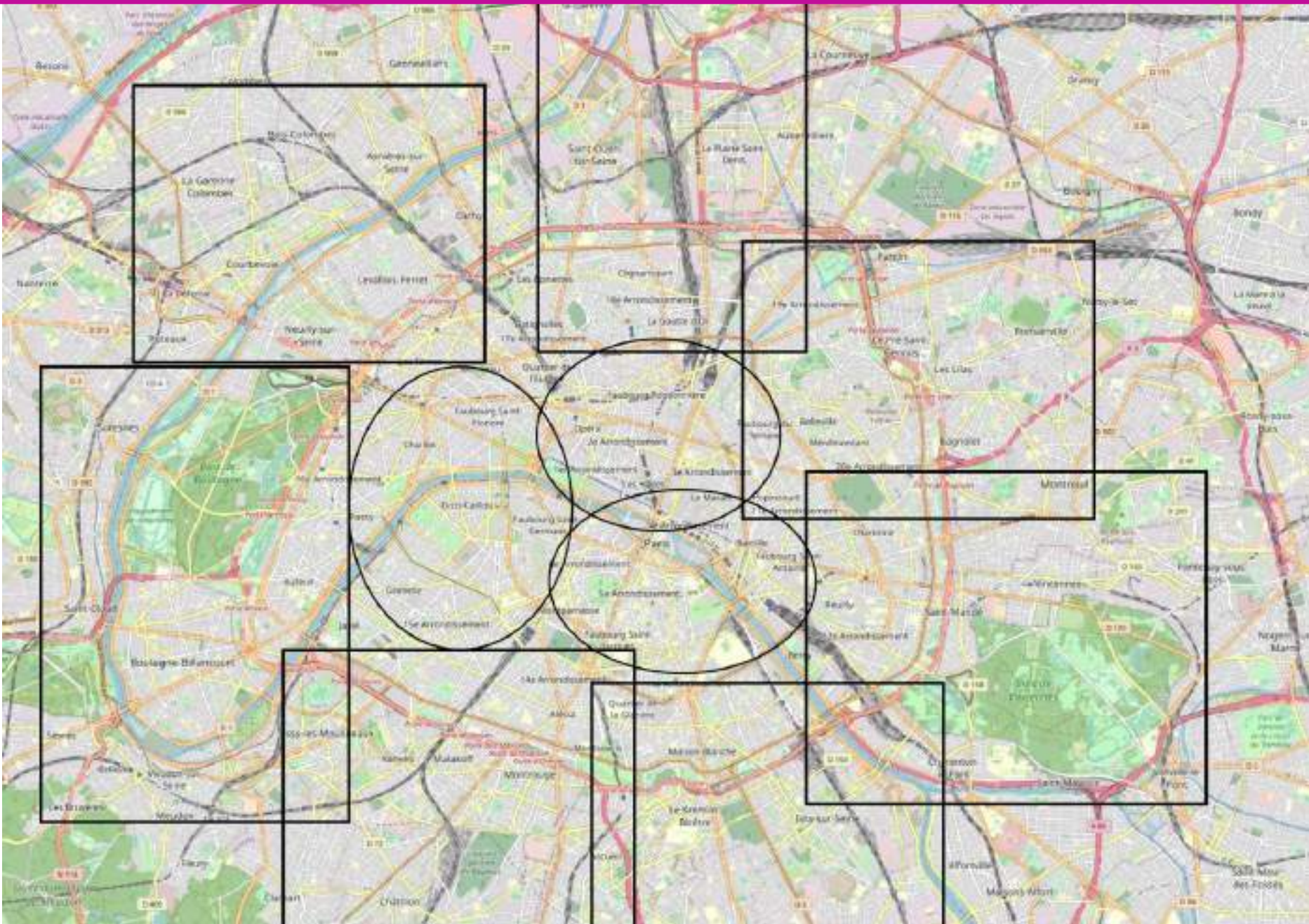
- Reel Coupe de la Champions League (9 698 vues)
- Reel Basilique de Saint-Denis (4 802 vues)
- Reel MELH (3 480 vues)
- Post Le caviste du marché (495 vues, 13 likes)
- Post Village des Athlètes (460 vues, 12 likes)



FACILITER LE SEJOUR DES VISITEURS



ELARGIR LES FRONTIÈRES ADMINISTRATIVES DE PARIS





For further information, please contact:
Prof. Dr. Ingrid Isenhardt, Chair of Software Engineering
University of Duisburg-Essen, Essen, Germany
E-mail: ingrid.isenhardt@uni-due.de



15. Sergio de Tormes
16. Juan Ruiz (Arcabute)
17. Lope de Vega
18. Francisco de Quevedo
19. Juan de Matos
20. Juan de Matos
21. Juan de Matos
22. Juan de Matos
23. Juan de Matos
24. Juan de Matos
25. Juan de Matos
26. Juan de Matos
27. Juan de Matos
28. Juan de Matos
29. Juan de Matos
30. Juan de Matos
31. Juan de Matos
32. Juan de Matos
33. Juan de Matos
34. Juan de Matos
35. Juan de Matos
36. Juan de Matos
37. Juan de Matos
38. Juan de Matos
39. Juan de Matos
40. Juan de Matos
41. Juan de Matos
42. Juan de Matos
43. Juan de Matos
44. Juan de Matos
45. Juan de Matos
46. Juan de Matos
47. Juan de Matos
48. Juan de Matos
49. Juan de Matos
50. Juan de Matos
51. Juan de Matos
52. Juan de Matos
53. Juan de Matos
54. Juan de Matos
55. Juan de Matos
56. Juan de Matos
57. Juan de Matos
58. Juan de Matos
59. Juan de Matos
60. Juan de Matos
61. Juan de Matos
62. Juan de Matos
63. Juan de Matos
64. Juan de Matos
65. Juan de Matos
66. Juan de Matos
67. Juan de Matos
68. Juan de Matos
69. Juan de Matos
70. Juan de Matos
71. Juan de Matos
72. Juan de Matos
73. Juan de Matos
74. Juan de Matos
75. Juan de Matos
76. Juan de Matos
77. Juan de Matos
78. Juan de Matos
79. Juan de Matos
80. Juan de Matos
81. Juan de Matos
82. Juan de Matos
83. Juan de Matos
84. Juan de Matos
85. Juan de Matos
86. Juan de Matos
87. Juan de Matos
88. Juan de Matos
89. Juan de Matos
90. Juan de Matos
91. Juan de Matos
92. Juan de Matos
93. Juan de Matos
94. Juan de Matos
95. Juan de Matos
96. Juan de Matos
97. Juan de Matos
98. Juan de Matos
99. Juan de Matos
100. Juan de Matos

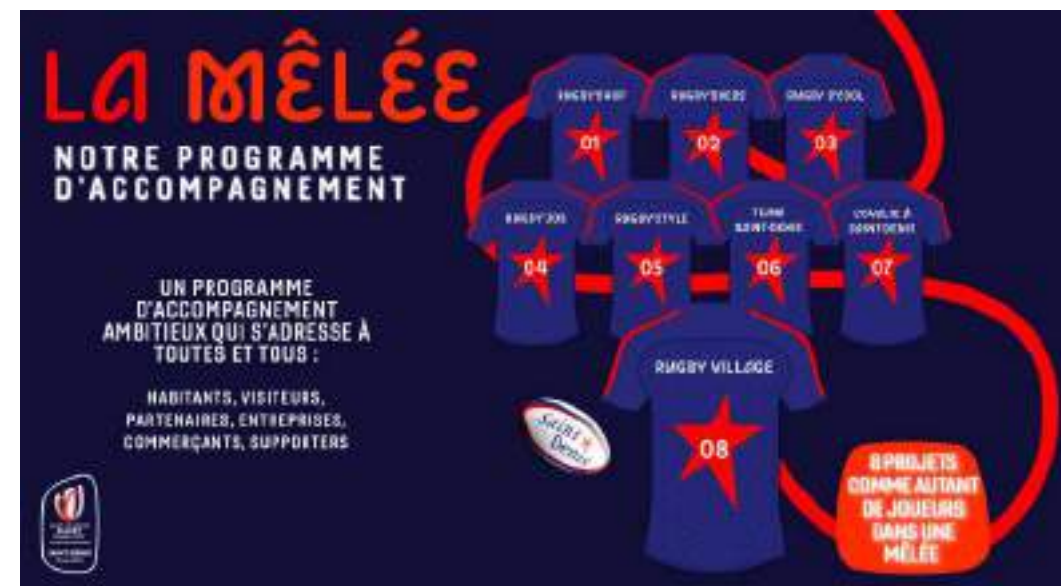
ACTIONS DE L OTI POUR LES JOP



- 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
JANIS

6 300
MÈTRES CARRÉS

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

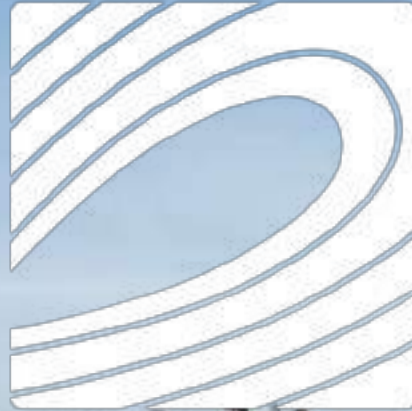


Lucie SEGALAS

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



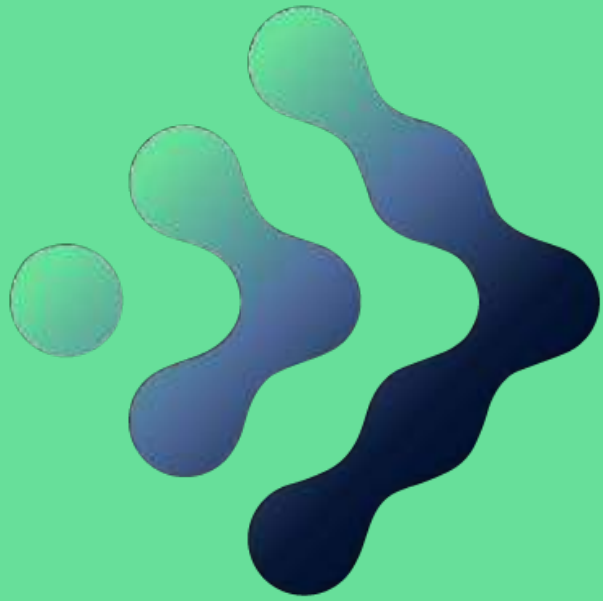
Née d'une initiative d'un groupe de surfeurs en **1990**, Surfrider Foundation Europe a toujours souhaité conserver son **ADN sportif**.

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



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

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

WIP



CHARTRE DU SPORT VERT EUROPÉEN

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

WIP

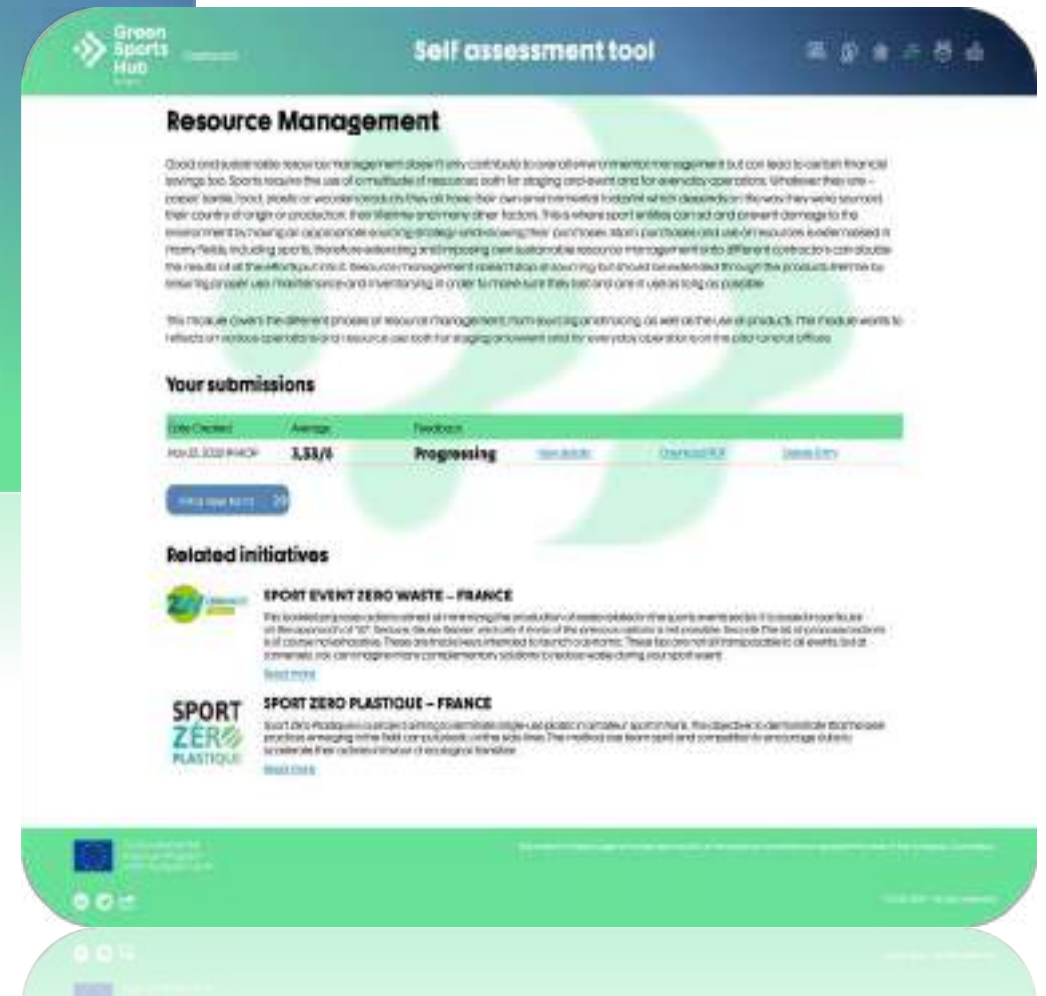
OUTIL D'AUTO-ÉVALUATION



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](#)



SAT Test

2023-05-31 10:21 UTC

Recorded by

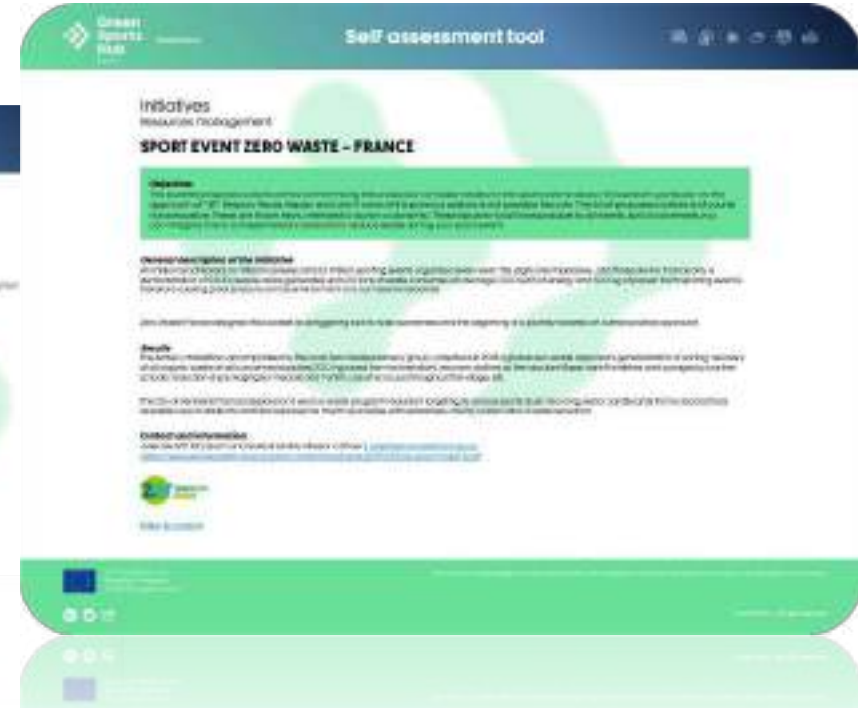
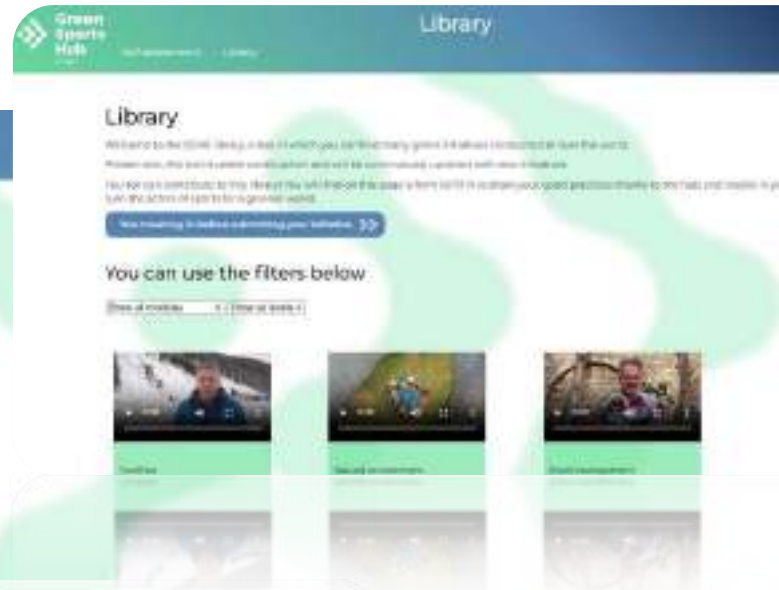
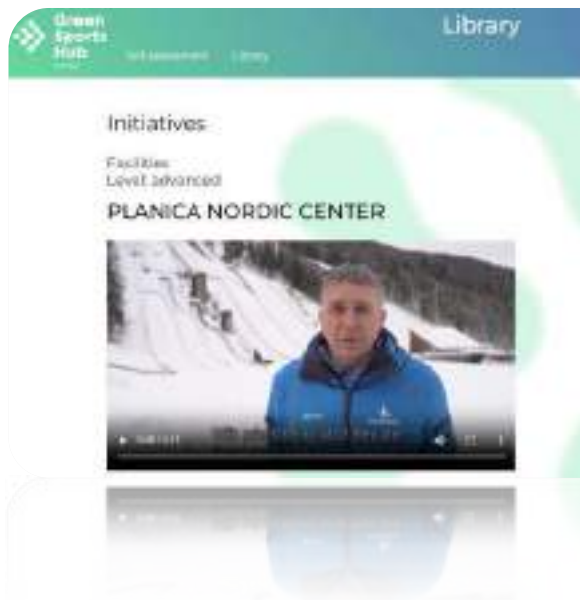
Surfrider Lucie Segalas

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**.

RECOMMENDATIONS

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-occurred 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.

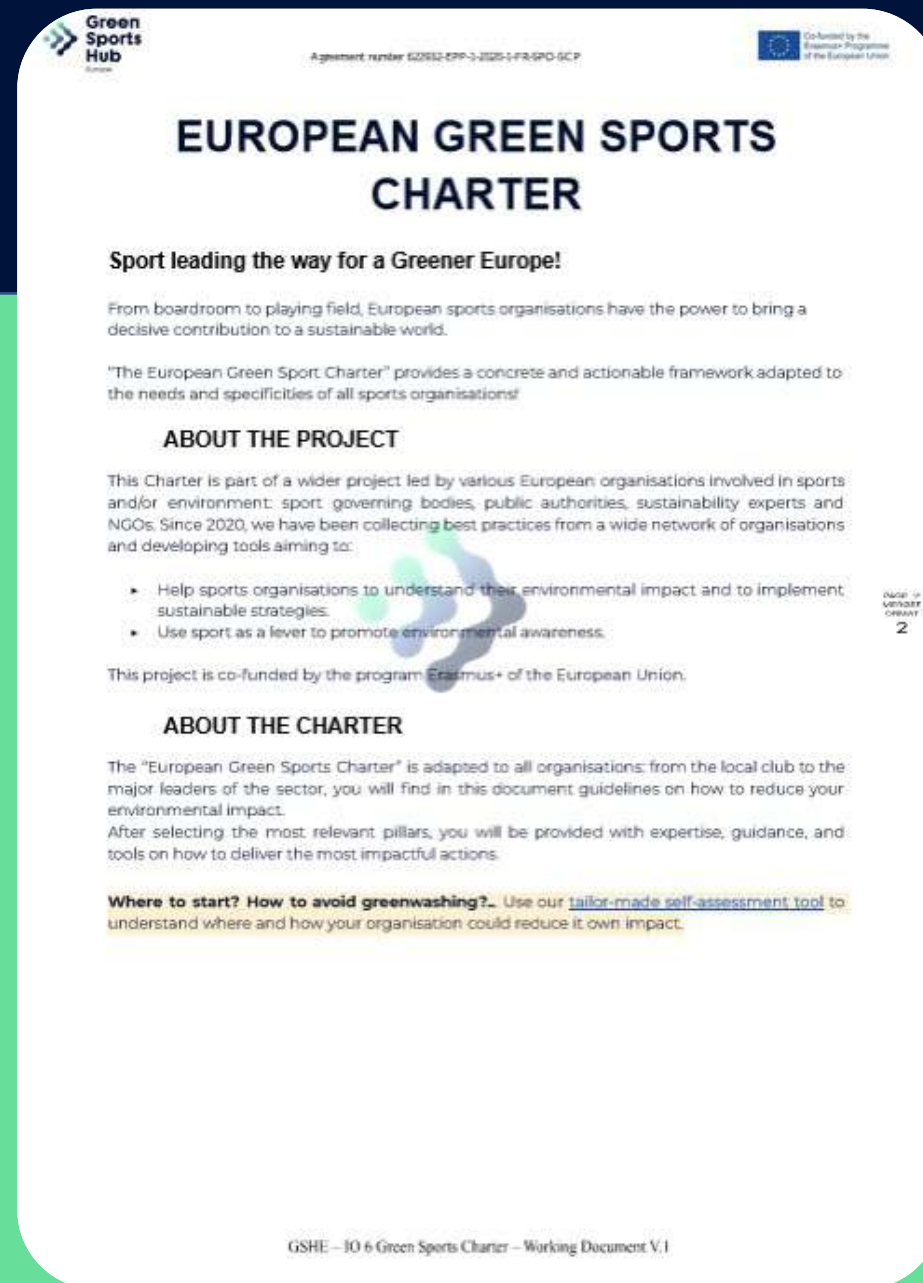
CHARTER

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-RESPONSABLE
SE CHALLENGER COLLECTIVEMENT

Date de livraison Automne 2023



ET DEMAIN, EN NOUVELLE-AQUITAINE?

SENSIBILISATION DES TOURISTES

Déployer des actions de sensibilisation au voyager 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 événements 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 !



SURFRIDER
FOUNDATION EUROPE



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

