

Claude Lafarge et photographies personnelles.

Préfiguration de produits touristiques combinant la Plaine de Versailles, Versailles et son château

Etude réalisée au sein de
l'U.V.S.Q pour l'APPVPA, dans
le cadre du projet LEADER,
par :

ALLUIS Laurène, BOUTOILLE
Miléna, DO PACO Céline,
GERARDIN Aude,
GUILLAND Fabien,
MARTIN Elodie.



Sommaire

Introduction	p. 4
Partie 1 : Méthodologie	p.6
I) Le phasage du travail	p.6
A) Le calendrier des animateurs	p.6
B) Le calendrier des phases de travail	p.6
II) Appui sur les travaux précédents	p.7
III) Entretiens réalisés avec les acteurs	p.7
IV) Etudes de type benchmarking	p.8
V) Le choix des trois produits touristiques	p.9
VI) Réalisation de fiches-produits	p.11
Partie 2 : Propositions détaillées d’offres touristiques à mettre en place entre la Plaine et la ville de Versailles.	p.12
I) Rappel de l’offre existante sur le territoire	p.12
A) Hébergement	p.12
B) Restauration	p.13
C) Activités touristiques	p.13
II) Circuit cyclotouristique	p.15
A) Pourquoi la mise en place d’un projet vélo ?	p.15
1. Le vélo : un mode de transport en pleine évolution	p.15
2. Son utilisation dans la plaine de Versailles	p.17
B) La présence de deux itinéraires sur la partie du territoire étudié	p.19
C) Eléments de Benchmarking relatifs à l’utilisation des GPS pour les balades en plein air	p.24
D) Proposition de mise en forme du produit	p.30
E) La mise en application de la combinaison boucle à vélo / Audio { brochure sur la Plaine de Versailles	p.31
F) Fiche Produit	p.32

G) Mise en application et exemple de Guide touristique pour vélo	p. 35
III) Rallye pédestre	p.41
A) <i>Benchmarking</i> sur des produits de type rallye pédestre	p.41
1. Méthode utilisée	p.43
2. Tableau présentant les exemples retenus	p.43
B) La mise en place d'un rallye sur le territoire de l'APPVPA	p.46
1. Rallye permanent ou évènementiel ?	p.46
2. Exemples de rallyes pouvant être mis en place sur le territoire de la PVPA	p.48
C) Fiche produit	p.56
IV) Forfaits touristiques pour des courts séjours	p.59
A) Vers un forfait touristique à la carte : la « place de marché » d'Yvelines tourisme	p.59
1. Présentation de l'outil de commercialisation proposé par Yvelines Tourisme	p.59
2. Démarche à mener par les professionnels	p.60
3. Intérêts pour la Plaine de Versailles	p.61
B) Le week-end tout compris	p.62
1. Les coffrets cadeaux spécialisés dans les séjours	p.62
2. M'Box : exemple d'un coffret dédié au territoire	p.82
3. Commercialisation d'un package par Guidatours®	p.84
Partie 3 : Synthèse : Acteurs et partenariats	p.91
Conclusion	p.96
Bibliographie	p.97
Annexes	p. 99



© Jacques de Clivry

Introduction



© Château de Versailles

L'Association Patrimoniale pour la Plaine de Versailles et le Plateau des Alluets a été créée en 2004. Elle regroupe des associations et des habitants, des exploitants agricoles ainsi que des élus. Son territoire s'étend sur 24 communes des Yvelines, à l'ouest et au nord-ouest de Versailles. Sa création a eu lieu dans un but de protection des patrimoines naturels et ruraux. Elle travaille pour établir un projet de développement durable sur ce territoire aux attributs singuliers.

L'APPVPA est intégrée dans un projet Européen s'établissant de 2007 à 2013, appelé programme Leader (Liaison Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale). Il s'agit d'un programme de mise en œuvre de mesures de développement rural, finançables dans le cadre du deuxième pilier de la Politique Agricole Commune (PAC). Il est rendu possible grâce à la participation du FEADER (Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural) pour la période 2007-2013. Trois axes peuvent être valorisés par le biais du programme Leader :

- renforcer l'identité de la plaine et promouvoir l'économie touristique
- la plaine, une zone pilote sur l'écologie territoriale et les énergies renouvelables
- conforter les filières agricoles par une stratégie de qualité

Pour l'année 2010-2011, l'APPVPA a réalisé une commande précise auprès du Master 2 Tourisme et Environnement de l'U.V.S.Q. Celle-ci se tient sur la partie Est du territoire, zone de jonction entre la ville de Versailles, son château et une partie de la plaine. Elle est délimitée dans ses grandes lignes par les frontières de l'ancien Grand Parc de chasse des Rois de France, site classé au patrimoine mondial de l'UNESCO.

Après une première étude de trois mois portant sur quatre thématiques (le paysage et l'identité du territoire, les clientèles, l'offre touristique et les grands domaines de la plaine), plusieurs thèmes d'approfondissement ont été proposés afin de développer plus particulièrement certains sujets qu'il semblait opportun d'explorer. Ainsi, notre groupe est chargé du thème « La création d'un produit combiné Plaine-Château de Versailles ». Aucun produit de ce type n'étant actuellement proposé, tout est à construire.

Un produit touristique est une combinaison de biens et services dont la vocation est de constituer une réponse globale et cohérente à l'ensemble des attentes d'un touriste. Sa création inclut son élaboration théorique, puis pratique avec le concours des différents acteurs touristiques, mais également sa commercialisation ainsi que sa promotion.

En partant de notre thème général : « La création d'un produit combiné Plaine-Château de Versailles », nous pouvons dégager la problématique suivante : Quels produits touristiques combinant le territoire de la Plaine et le Château de Versailles pourraient être proposés aux visiteurs ?

Afin d'y répondre, nous verrons tout d'abord la démarche de travail suivie. Puis, nous présenterons un rappel de l'offre touristique existante sur le territoire avant de présenter chacun des trois produits proposés. La troisième partie sera consacrée au récapitulatif des différents acteurs ayant un rôle à jouer dans le développement de cette nouvelle offre touristique impliquant sur le territoire de l'APPVPA.



Partie 1

Méthodologie



I) Le phasage du travail

A) Le calendrier des animateurs

Afin que chaque membre du groupe s'implique entièrement dans la réalisation du projet, nous avons défini un calendrier des animateurs. Ainsi, chaque membre est chargé d'animer le travail du groupe durant une semaine.

Période	Animateur
24 au 30 janvier	Aude
31 au 6 février	Laurène
7 au 13 février	Miléna
14 au 20 février	Fabien
28 au 6 mars	Elodie
7 au 13 mars	Céline

B) Le calendrier des phases de travail

Différents périodes de travail ont été définies afin de nous donner un cadre de réalisation. Cela nous permet de respecter le temps imparti pour chaque activité.

Suite aux premiers entretiens et à la sélection de trois produits possibles à développer sur le territoire, le choix a été fait de travailler en binôme. Le groupe s'est scindé en trois binômes, chaque tandem ayant en charge un produit.

	JANVIER		FEVRIER				MARS		
	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3
Prise de connaissance des travaux déjà réalisés sur ce thème									
Prise de rendez-vous									
Réalisation des guides d'entretien									
Etudes de benchmarking									
Synthèse des entretiens									
Création des fiches produits complètes									
Rédaction du compte-rendu									

II) Appui sur les travaux précédents

Afin de mener au mieux cette étude, nous nous sommes appuyés sur des travaux réalisés précédemment pour l'APPVPA. Ces travaux regroupent ceux rédigés par la promotion précédente ainsi que les rapports effectués au premier semestre par la promotion actuelle. De précieuses informations nous ont ainsi été fournies (contacts, benchmarking...) constituant une base de travail.

III) Entretiens réalisés avec les acteurs

La méthode employée fut la même pour tous les entretiens réalisés, excepté pour ceux effectués via l'envoi d'un questionnaire par e-mail. Les rendez-vous ont été, pour la plupart, pris par téléphone. Nous avons ensuite procédé à l'élaboration de guides d'entretien, récapitulant par thème les principaux points que nous souhaitions aborder avec l'acteur rencontré. Ces entretiens ont été accomplis en face-à-face et de façon semi-directive. Ils ont été effectués à deux : une personne menant l'entretien et l'autre procédant à la prise de notes.

L'objectif de ces rencontres était de prendre contact avec des acteurs très divers, dans le but de couvrir au mieux notre sujet. Ainsi, les entretiens ont eu lieu auprès de structures

publiques, telles que le CDT et le Château de Versailles mais également de structure privées, telles que Guidatours et associatives, telles que le club de randonnée de Beynes.

Une synthèse de chaque entretien a ensuite été rédigée, afin d'en dégager les principales idées et les éléments les plus pertinents, puis une synthèse finale a été écrite afin de faire un bilan de toutes les informations apportées par ces entretiens.

ACTEUR RENCONTRE	STRUCTURE REPRESENTEE
M. DE GIVRY Jacques	Membre de l'APPVPA et de l'association Les Amis du Grand Parc
M. DUPONT Lionel	Responsable du Service des publics du Château de Versailles
Mme DEPARDIEU Solange	Responsable Produits à Yvelines Tourisme (CDT 78)
Mme TISSERONT Julie	Chargée du tourisme au PNR de la Vallée de Chevreuse
M. COURTIES Jacques	Vice-président du Club de randonnée de Beynes
Mme POTAPEL Sandra	Guidatours
M. DETRY Emmanuel	Office du Tourisme de Rambouillet
M. CHAUVEAU Alexis	Responsable de la « Place de marché » à Yvelines Tourisme (CDT 78)

IV) Etudes de type « benchmarking »

Le benchmarking est une technique issue du domaine du marketing. Initialement créé au sein des entreprises, il a pour objectif de retirer le meilleur de chaque entreprise et de s'en inspirer pour améliorer la performance de sa propre entreprise. Cela est rendu possible après avoir mené des études et des analyses comparatives des techniques de gestion et des modes d'organisation. Il s'agit d'un indicateur qui permet de définir des objectifs, afin de rivaliser sur un marché par exemple, et est également un outil d'aide à la prise de décisions.

Dans notre cas, le benchmarking consiste à trouver, à différentes échelles (locales, départementales, régionales, nationale et même mondiale), le ou les territoires qui proposent des produits touristiques qui nous semblent possibles de transposer sur notre zone d'étude, ou dont il nous semble pouvoir nous inspirer. Cependant, malgré des ressemblances entre les territoires, ils n'en demeurent pas moins spécifiques et chaque produit nécessite donc une réadaptation afin de convenir à la zone d'étude.

Le benchmarking permet également, sur des critères donnés, de se positionner par rapport à d'autres entreprises, ou territoires dans notre cas, afin de savoir notre positionnement par rapport à la concurrence.

V) Le choix des 3 produits touristiques développés

Nous avons carte blanche pour choisir les produits touristiques susceptibles d'être développés. Nous avons donc démarré notre étude en réalisant un brainstorming afin de caractériser tous les produits qui nous semblaient réalisables. Ci-dessous, la liste de ces idées.

A l'année :
Circuit en vélo électrique (balado guide/guide) : audio, vidéo, photo ... Fonctionne avec un GPS ou guidé. Idée d'itinéraires entre différentes gares.
Court séjour « tradition à la française » Une nuit en chambre d'hôte ou gîte (de charme), repas en restaurant gastronomique + des activités : visite du château et de son parc (inclus, visites des Trianon), visite du musée de Maule (quand il est ouvert) ou cueillette dans une ferme ou visite de Gally ... (à voir ce qui est possible en individuel). Inclure un billet : Billet Ferme de Gally/Château (visite / atelier cuisine / atelier présentation par ex : anciens légumes en plein air). Ferme pédagogique pour les enfants, visites guidées du site, cueillette en saison. Atelier cuisine : possibilité de repas ensuite ? Le plus : transport en calèche en saison. 1 journée. Cours de cuisine : 45€ (enfant) et 60€ (adultes).

<p>Circuits à thème</p> <ul style="list-style-type: none"> • « Equestre » dans la Plaine (1 jour) <p>Visite des Grandes Ecuries + Château (visite guidée sur ce thème) + ballade en calèche en saison.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Historique • Savoir-faire rural • Balade atypique • Balade Contée <p>En costume</p> <ul style="list-style-type: none"> • Circuit une journée : ballade dans le parc (thème : histoire), minibus pour aller dans un restaurant, visite d'exploitations agricoles, retour au château.
Saisonniers :
Ballon captif
Promenade en calèche ou transport en calèche.
Rallye à pieds /vélo (Château / Plaine)
Circuit à thème : Peinture/Photos – artistique
Evènements ponctuels :
<p>Randonnée équestre dans la Plaine</p> <p>Basé sur le principe de l'Equirando. Faire venir les cavaliers jusqu'au château de Versailles, puis organiser une soirée conviviale / barbecue, sur la plaine (avec la participation d'un centre équestre qui aurait du terrain pour accueillir les chevaux).</p>

Tableau 1 : Tableau récapitulatif des produits combinés Plaine-Château

Suite aux premiers entretiens (Château de Versailles, Association des Amis du Grand Par cet Yvelines Tourisme), nous nous sommes orientés vers les 3 offres qui nous semblaient être les plus réalisables à court ou moyen termes :

- Un rallye pédestre sur la Plaine de Versailles
- Un circuit cyclo-touristique avec un audioguide
- Un choix de forfaits touristiques pour le week-end

VI) La réalisation de « fiches-produit »

Dans le but de comparer les différents produits pouvant être mis en place sur la plaine, nous avons élaboré une fiche-produit type. Cette dernière définit plusieurs axes d'informations :

- Nature du produit : description, prix, durée
- Public concerné : profil, provenance
- Mise en œuvre : acteurs impliqués, communication, coût...
- Contacts : partenaires
- Benchmarking : territoires proposant des produits similaires dont il est possible de s'inspirer

Ces « fiches-produit » sont synthétiques et permettent une comparaison aisée entre les différents types d'offres développées. De plus, elles constituent une base d'informations conséquente, qui peut être utilisée dans le cadre de la présentation des différents produits à des structures de promotion touristique telles que les OT.

Le choix de ces 3 produits nous a ensuite conduit à leur élaboration. Pour cela, nous avons rencontré plusieurs acteurs touristiques et effectué de nombreuses recherches afin d'avoir une banque d'informations la plus complète possible.

Partie 2



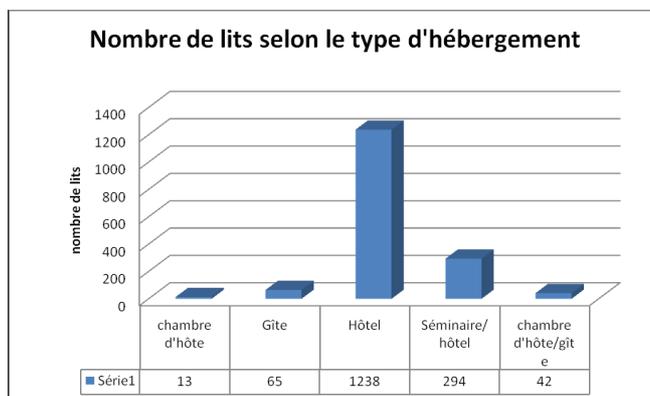
Propositions détaillées d'offres touristiques à mettre en place entre la Plaine et la ville de Versailles



I) Rappel de l'offre existante sur le territoire

A) Hébergement

Le diagnostic de notre promotion recense 52 hébergements disséminés sur le territoire.¹ Leur répartition n'est pas égale, puisque l'on constate un vide au centre du territoire. L'hébergement se concentre autour de trois pôles : Orgeval, Plaisir et Saint-Cyr. La part des hôtels est nettement plus importante que celle des gîtes et chambres d'hôte. Une grande quantité des hébergements n'est pas classée (étoiles, clés vacances ou épis). Parmi ceux qui le sont, on trouve un grand nombre d'établissement ayant 2 et 3 étoiles, offrant ainsi une offre d'assez bonne qualité.²

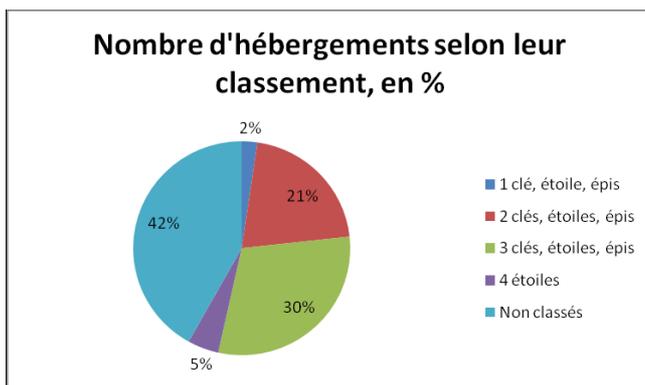


Source : recensement hébergements Plaine de Versailles – Groupe offre, promotion 2009-2010.³

¹ MASTER 2 « TOURISME ET ENVIRONNEMENT », *Quelle offre pour répondre à la demande touristique ?*, UVSQ, 2011, p.45.

² MASTER 2 « TOURISME ET ENVIRONNEMENT », *L'offre touristique sur la Plaine de Versailles*, UVSQ, 2010, p.5.

³ MASTER 2 « TOURISME ET ENVIRONNEMENT », *L'offre touristique sur la Plaine de Versailles*, UVSQ, 2010, p.6.



Source : recensement d'hébergements Plaine de Versailles – Groupe offre, promotion 2009-2010.⁴

B) Restauration

L'offre de restauration se concentre essentiellement à l'Est (Saint-Cyr, Plaisir, Clay-sous-bois) ainsi qu'au Nord (Orgeval). Chacun de ces pôles possède entre 20 et 25 bars-restaurants. Les autres communes détiennent entre 5 et 10 bars-restaurants. Les plus petites communes n'en possèdent pas.⁵ Des restaurants gastronomiques sont également implantés sur la Plaine de Versailles. Les tables d'hôte semblent cependant peu développées.

C) Activités touristiques

Les activités de loisirs sportifs sont globalement importantes et bien développées. Il en ressort un nombre élevé de centres équestres, ainsi que la présence de golfs, de chemins de randonnées, de piscines, de forêts et d'espaces naturels sensibles.⁶

L'offre équestre est particulièrement importante avec 22 structures (centre équestres, écuries de propriétaire ...). De plus, deux boucles de randonnées équestres passent sur le

⁴ MASTER 2 « TOURISME ET ENVIRONNEMENT », *L'offre touristique sur la Plaine de Versailles*, UVSQ, 2010, p.6.

⁵ MASTER 2 « TOURISME ET ENVIRONNEMENT », *Quelle offre pour répondre à la demande touristique ?*, UVSQ, 2011, p.44.

⁶ MASTER 2 « TOURISME ET ENVIRONNEMENT », *L'offre touristique sur la Plaine de Versailles*, UVSQ, 2010, p.25.

territoire.⁷ Une troisième est en cours d'élaboration. La ferme de Pontaly, à Bailly, propose également des promenades en calèche.

En ce qui concerne l'offre culturelle, le territoire ne comporte qu'un musée, celui de Maule. Cependant, le patrimoine bâti est important sur la Plaine. Le seul patrimoine accessible est celui des villes et villages que l'on découvre lors de ballade. Aucun château n'est ouvert au public.

Des visites d'exploitations sont organisées dans 5 exploitations du territoire.⁸ Celles-ci peuvent proposer d'autres prestations, comme des ateliers cuisines (à la Ferme de Gally par exemple), de la cueillette (Ferme de Gally) ou encore des fermes pédagogiques (à Grignon et à la ferme de Gally).

Notre étude a pour but d'inclure l'offre présente à Versailles. Celle-ci est essentiellement culturelle : Château de Versailles, Grandes Ecuries, Potager du roi, Parc du château, Académie du Spectacle Equestre.... Nous trouvons également des loueurs de vélos permettant de faire une ballade dans Versailles et la Plaine.

A partir de cette connaissance de l'offre, nous pouvons proposer différents produits combinant le territoire de notre étude et le pôle touristique de Versailles.

⁷ MASTER 2 « TOURISME ET ENVIRONNEMENT », *Quelle offre pour répondre à la demande touristique ?*, UVSQ, 2011, p.47.

⁸ MASTER 2 « TOURISME ET ENVIRONNEMENT », *Quelle offre pour répondre à la demande touristique ?*, UVSQ, 2011, p.46.

II) Circuit cyclotouristique

Le but de cette partie est de proposer une offre liant une pratique sportive le vélo avec la découverte d'un territoire de manière ludique de part son patrimoine historique, culturel et naturel.

La mise en place d'un produit combine Plaine Château, nous a amené dans l'idée d'un itinéraire cycliste (voir pédestre) complété avec l'utilisation d'une brochure touristique et/ou d'un audio guide.

Ce projet permet la découverte du territoire de manière simple et en parfaite autonomie. Il vise une clientèle majoritairement locale désireuse de découvrir de façon pratique des lieux qu'elle ignorait peut être.

A) Pourquoi la mise en place d'un projet vélo ?

1. Le vélo : un mode de transport en pleine évolution

Depuis quelques années le vélo est en plein essor et constitue à la fois un moyen de déplacement adapté à la ville et une activité de loisirs et d'évasion. Le vélo s'apprend à tout âge et touche donc un public très large. Il est utilisé pour faire du sport, mais c'est également un moyen de déplacement et de loisir très peu onéreux et donc accessible à grand nombre de personnes de CSP diverses.

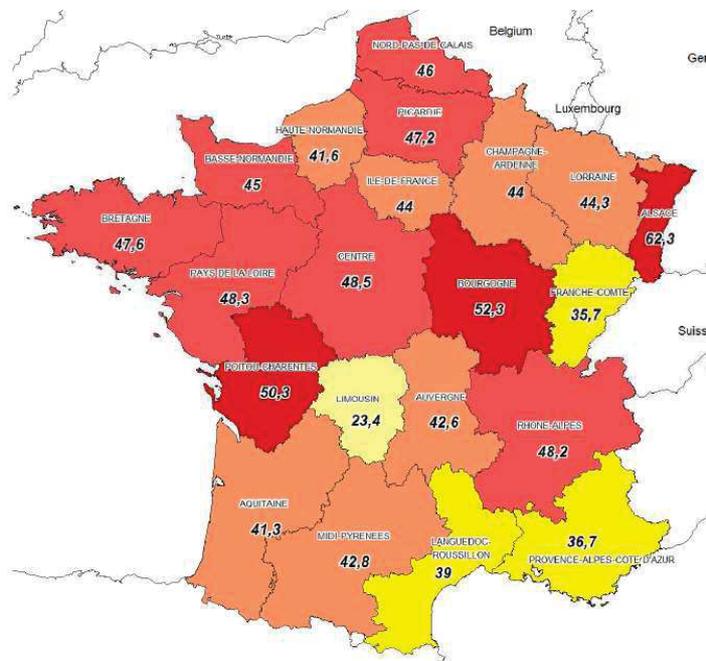
Prise de conscience du réchauffement climatique, prix du carburant, engorgement des villes par la circulation automobile, le vélo apparaît comme une réponse adaptée à ces problèmes aigus. On assiste à une renaissance, un mouvement de fond en faveur de ce mode de déplacement.

La pratique du vélo pour le motif « loisirs » - balades le dimanche ou pendant les vacances, entre amis et en famille, a fortement augmenté ces dernières années. Favoriser l'éco-mobilité c'est-à-dire l'utilisation de modes de transport non polluants, économes en consommation d'énergie, alternatifs aux véhicules à moteur, notamment pour les déplacements quotidiens de courte distance en secteurs urbains.

En résumé le vélo permet de :

- Contribuer à l'amélioration de la qualité de vie sur le territoire, indispensable au bien-être de tous et à l'attractivité des territoires.
- Encourager les nouvelles aspirations qui se font en termes de respect de l'environnement et d'hygiène de vie.
- Apporter des solutions de développement durable en matière de déplacements.
- Réduire les émissions en dioxyde de carbone, principal gaz à effet de serre. Les transports étant à l'origine de 35 % de ces rejets.

⇒ 2007 : le vélo, première activité physique des français

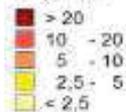


42 % de la population, soit **24 millions de pratiquants**, dont 16.8 millions de réguliers (au moins une fois par mois)

Usages principaux :

- Pratique loisirs et tourisme : 94% des cyclistes
- Pratique utilitaire en croissance: 15%régulièrement
- Pratique sportive : 8%

Légende



Etude d'Altermodal pour la CIDUV sur l'économie du vélo (*Coordination Interministérielle pour le Développement de l'Usage du Vélo)*

La création et la promotion d'itinéraires cyclistes est en pleine expansion en France. De nombreuses collectivités mettent en place la création de boucle cyclotouristique à l'échelle de leur territoire.

⇒ Pourquoi choisir le vélo ?

Il est prouvé que les territoires dotés d'aménagement cyclables connaissent une meilleure fréquentation. Les touristes à vélo accordent une grande importance à la qualité de découverte d'un territoire, à l'échange que peut susciter le vélo à une personnalisation du séjour loin du tourisme de masse, visite de ferme, découverte du terroir, patrimoine local, critères qui correspondent bien à l'identité de la Plaine de Versailles.

La promotion touristique se fait à l'aide de topos-guides qui peuvent se diffuser à la fois dans une version papier qui contient des cartes précises et des informations utiles (hébergements, services, location de vélo...) et une version plus moderne à l'aide d'application I phone ou des services d'audio et vidéo guide. La mise en place de circuits vélos ne peut se faire sans cette création de documents clairs d'informations sur l'existence de ces itinéraires.

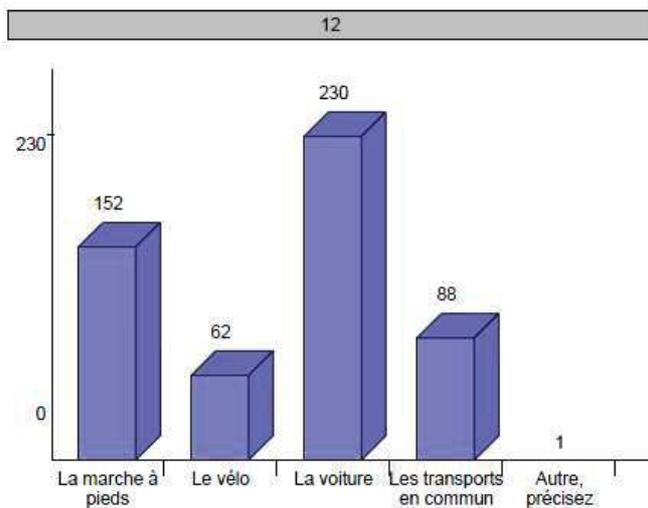
Une campagne de promotion doit être effectuée une fois l'itinéraire balisé. L'impact économique du tourisme est évalué à 2.5 milliards d'euros par an d'ici 2020, la tendance du vélo est économiquement fiable et ce à toutes les échelles.

2. Son utilisation dans la plaine de Versailles

D'après les enquêtes réalisées par la promotion précédente⁹, le vélo n'est que très peu utilisé dans les déplacements pour les activités de loisirs. Le manque d'infrastructures et le manque d'équipements nuit à son développement dans la Plaine de Versailles.

⁹ MASTER 2 « TOURISME ET ENVIRONNEMENT », *La demande de loisirs sur la Plaine de Versailles*, UVSQ, 2010, p.39

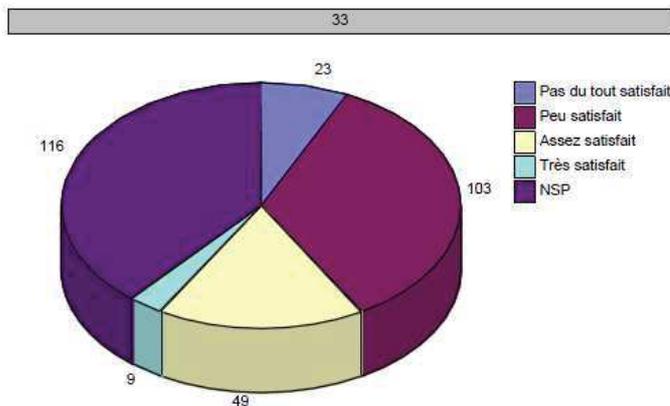
Moyens de transport pour les activités de loisirs



Source: Master Sete 2009-2010

Le graphique ci-dessus nous montre que le vélo possède un retard important dans le déplacement des habitants de la Plaine, loin derrière la voiture et la marche à pieds.

Equipements pour vélos

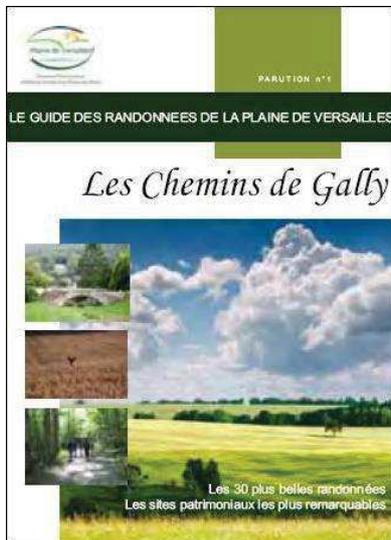


Source: Master Sete 2009-2010

Un des problèmes du manque d'utilisation du vélo provient du fait qu'il n'existe que très peu d'équipements pour vélo et que très peu d'habitants connaissent le réel potentiel des randonnées à vélo sur la plaine.

Un effort de promotion afin de populariser ce moyen de transport est nécessaire, d'où la suite de notre étude.

L'APPVPA a lancé de nombreux projets concernant les randonnées pédestres avec la réalisation d'un guide des randonnées de la plaine de Versailles. Elle soutient également la création d'une nouvelle boucle de randonnée équestre sur le territoire.

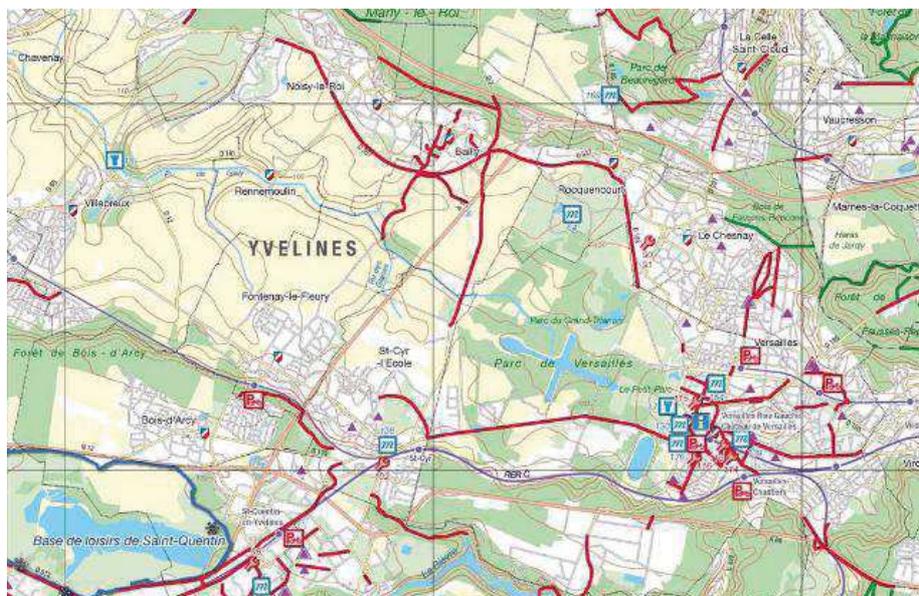


C'est par la création et la diffusion de tels guides que peu à peu la population prend connaissance des balades existantes sur le territoire.

Le choix d'avoir un circuit vélo de découverte, est d'une part qu'il n'en existe pas proprement dit sur le territoire de l'APPVPA et que d'autre part cela permettrait de faire découvrir d'une autre manière la richesse patrimoniale de la plaine de Versailles.

B) La présence de deux itinéraires sur la partie étudiée du territoire

Carte des aménagements cyclables présents dans la plaine de Versailles.



Source : IAURIF

On a donc la présence de 2 itinéraires certifiés dans la partie est de la Plaine de Versailles :

La boucle du Château de Versailles



D'une longueur de 13 km elle emprunte principalement les aménagements cyclables (pistes et bandes) le long des routes nationales et départementales (D.10 / D7 / D 307 et N186)

On retrouve très peu d'informations à son sujet malgré une signalétique voie verte officielle.

Le sentier des perspectives

Aménagé par l'agglomération de Versailles Grand Parc, il s'étend sur une longueur de 14.3 km pour une durée de 3h35 à pied et de 1h25 à vélo (cf carte). Il est présenté comme suit :

« Le promeneur évoluera tranquillement au cœur des champs de la plaine de Versailles ou dans les vergers du val de Gally. Dégustation à la ferme. Plus au sud, les parties forestières aux nombreuses clairières, offrent en sous-bois une flore variée »¹⁰

La carte distingue sur ce trajet 5 points remarquables associé à une photo mais la description reste large.

L'idée est donc à la fois de proposer une brochure concernant un éventuel parcours à vélo reliant Versailles à la plaine en proposant un circuit peu connu du grand public et à la fois de mettre en avant le patrimoine naturel et culturel de manière approfondie.

¹⁰ Extrait de la carte sur les sentiers de Versailles Grand Parc

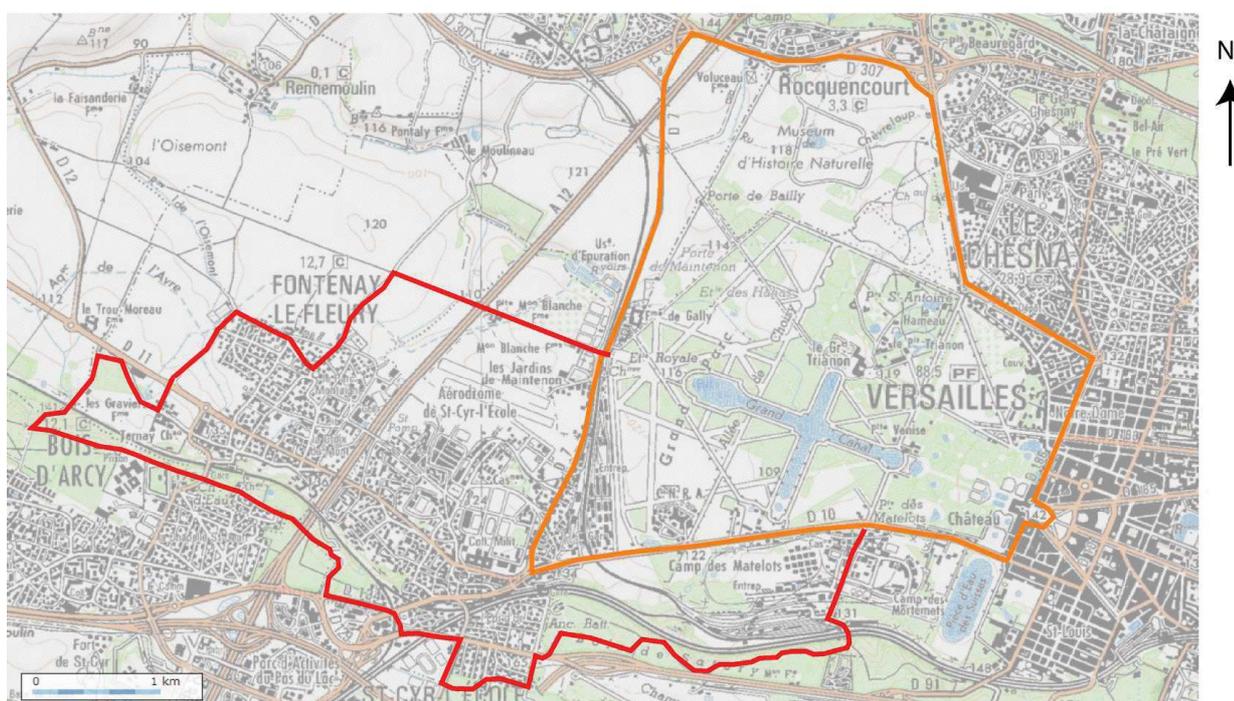
La réalisation des circuits peuvent se faire de plusieurs manières :

- un circuit dit officieux c'est-à-dire que celui-ci n'est pas balisé, on l'on retrouve sur des brochures ou sur des sites internet ou les gens décrivent les itinéraires qu'ils aiment pratiquer.
- un circuit dit officiel, balisé de manière réglementaire, aménagé et entretenu par les collectivités.

La communauté d'agglomération de Versailles Grand Parc a déjà mis en place 6 boucles à vélos qui pourront servir de point de départ et pourront être modifiées afin de créer des parcours bis et couvrir une partie plus large de la Plaine de Versailles. Comme des itinéraires mettant en valeur les villages de Rennemoulin, de Villepreux, de Bailly etc. avec un retour par le parc de Versailles (cf. projet de boucle à vélo).

La mise en place d'un tel dispositif nécessite d'identifier le meilleur itinéraire possible pour les vélos en desservant à la fois ce que l'on souhaite découvrir et à la fois des itinéraires sécurisés empruntant des aménagements sécurisés (pistes, bandes, voie verte).

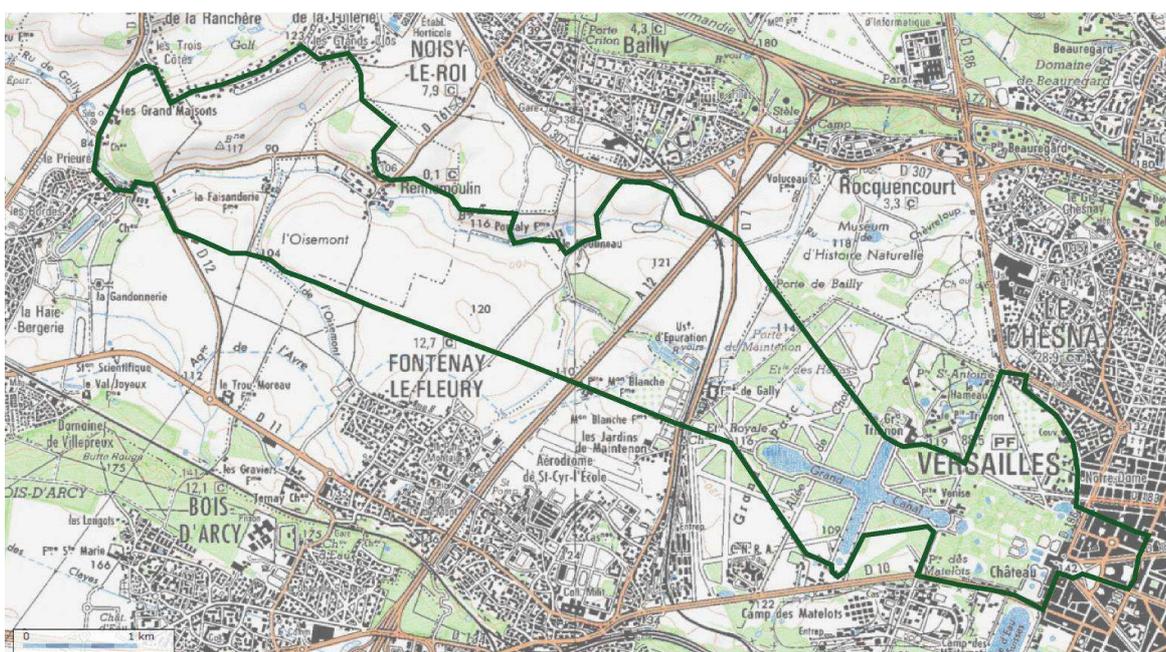
Itinéraires à vélo présent sur la partie Est de la Plaine de Versailles



— Boucle à vélo de l'agglomération de Versailles grand Parc

— Boucle du château de Versailles

Projet de boucle à vélo reliant les 3 entités Plaine/Château/Ville



— Circuit

Source : M2 T&E
Promotion 2010/2011

Le parcours ci-dessus est purement indicatif, une réflexion poussée n'a pu être donnée dans la réalisation d'un tel projet. Les boucles à vélo peuvent se recouper et se compléter entre elles, reliant les différents schémas d'aménagement que ce soit au niveau communal, intercommunal et départemental. Par exemple citons qu'une partie de l'allée de Villepreux est inscrite au schéma départemental du réseau véloroute, voie verte du département des Yvelines.

La mise en tourisme d'une boucle cycliste peut se faire en complémentarité avec un système d'audio guide.

C) Eléments de « Benchmarking » relatifs à l'utilisation des GPS pour les balades en plein air

Cette partie est consacrée à l'étude de la mise en place par quelques collectivités en France d'audio-guides dotés de GPS, utilisés comme guides touristiques de plein air. Nous avons recensé quelques méthodes utilisées par des communes à proximité ou un peu plus éloignées. Les informations collectées ont donné lieu à une réflexion sur la manière dont les procédés identifiés pourront servir à notre projet de boucle vélo avec GPS sur la Plaine de Versailles.

La méthode appliquée pour ces études de cas est la suivante : recherche de partenaires et prise de rendez-vous, observations et questionnements, analyse et synthèse des informations obtenues et enfin réflexion sur l'adaptation des méthodes constatées à notre propre projet. L'information collectée est parfois basée uniquement sur des sources provenant du WEB, sans forcément passer par l'étape du rendez-vous.

Les exemples étudiés sont : L'Audio-guide de plein air du PNR de Chevreuse, Le « Baladioguide » de l'Office de Tourisme de Saint Quentin en Yvelines avec ces livrets balade clés en main et L'Audio-guide téléchargeable du Pays du Périgord Noir.

✕ PNR de Chevreuse¹¹



Le PNR de Chevreuse a mis en place le système « d'Audio-guide de Plein Air » qui est un petit ordinateur de poche avec liaison GPS, truffé d'informations sur les sites traversés. Il permet aux visiteurs de faire des balades guidées en plein air et en toute liberté, de découvrir les paysages, la nature et le patrimoine sans carte, comme si un spécialiste du Parc les accompagnait. Il peut être loué à la Maison du Parc ou dans certains sites et offices touristiques, ainsi que chez des hébergeurs.

Source : site Internet du PNR de Chevreuse

⇒ Comment ça marche ?

Plusieurs itinéraires sont disponibles. Accroché autour du cou pour laisser le promeneur libre de ses mouvements, l'audio-guide de plein air emmène le visiteur jusqu'au point de départ de la balade et le guide pendant toute la durée de la promenade. A l'approche d'une intersection, il lui signale sur la carte le chemin à suivre. Pour ne rien rater des curiosités locales en matière de paysage, de patrimoine, d'environnement ou encore d'histoire..., dès qu'il approche d'un point d'intérêt l'audio-guide émet un signal sonore : des quizz, des textes, des images, des sons ou de la vidéo lui livrent alors tous les secrets du territoire.

⇒ Conditions de location

L'audio-guide de plein air peut être loué pour 5 euros la journée. Certains hébergeurs proposent même un prêt «gracieux », qui est en fait compris dans le forfait nuitée. Pour l'emporter il est nécessaire de déposer un chèque de caution (non encaissé) ou

¹¹ PNR de Chevreuse, Mme Julie Tisseront : E-mail : tourisme.pnr.chevreuse@wanadoo.fr

une pièce d'identité. Il y a aussi la possibilité de réserver l'appareil par téléphone ou par mail. Il peut être pris à un endroit et déposé à un autre point d'arrivée différent du lieu d'emprunt initial. Pour faciliter l'accès à cet outil, sur le site du PNR de Chevreuse sont mis à disposition :

- Un document qui regroupe tous les endroits possible de location avec : les adresses, numéros de téléphone, les jours et horaires d'ouverture de chaque site.
- Une notice visuelle qui facilite l'utilisation de l'audio-guide par les visiteurs.

Pour démarrer...

- Allumez l'appareil : Poussez le petit bouton ON/OFF situé sur la tranche inférieure du PDA. Attendez quelques instants que l'appareil s'allume.
- Choisissez votre itinéraire : Sélectionnez l'itinéraire souhaité sur l'écran.
- Attendez que le GPS se connecte : Une fois l'itinéraire sélectionné, attendez que le GPS se connecte.
- Pour revenir en arrière, cliquez sur cette flèche : Utilisez la flèche orange pour revenir en arrière.

Votre itinéraire...

- La flèche orange vous indique où se trouve le point de départ du circuit à vol d'oiseau.
- Vous pouvez à tout moment vous reporter sur la carte du circuit et voir votre position.

Ça marche tout seul !

- Le Baladeur guide vous dit où aller, soit par des indications dans le texte, soit par des alertes de guidage qui se déclenchent automatiquement. De plus, il vous prévient par un signal sonore si vous quittez l'itinéraire prévu.
- Lorsque vous arrivez sur un point d'intérêt, une page découverte s'affiche aussitôt (textes, photos, sons, quiz ou vidéo).
- Sur la barre de navigation en bas de l'écran, vous pouvez avoir accès à la Carte de l'itinéraire. Celle-ci vous indique votre position à l'aide d'une flèche qui vous montre la route à suivre.
- Pour faire défiler le texte, appuyez une fois sur l'écran au niveau du texte.

Fonctions à la carte...

- Dans profil suivez votre parcours en temps réel.
- Dans la rubrique voir, vous pouvez suivre les points du circuit dans l'ordre d'appartenance, comme ci-dessous :
- Si un point ne se déclenche pas, reportez-vous à la carte et suivez le tracé bleu du circuit. Vous pouvez cliquer sur un des icônes pour voir son contenu.

Plus d'infos...

- Dans menu :**
 - Visualisez votre position sur la carte.
 - Visualisez les caractéristiques de l'itinéraire.
 - Visualisez tous les points d'intérêt dans un rayon de 500 m autour de vous (sous circuits confondus).
 - Accédez au didacticiel d'aide.
 - Retrouvez toutes les adresses utiles (hébergements, restaurants, sites touristiques).
- Dans Découverte :**
 - Découvrez les activités présentées sur le territoire.
 - Découvrez la faune et la flore du Parc.
 - Les paysages remarquables du Parc et les actions menées pour leur protection.
 - Adaptez des éco-gestes pour l'environnement.
 - Imprimez-vous sur le patrimoine bâti et culturel du territoire.

Source : site internet du PNR de Chevreuse

Office de Tourisme de Saint Quentin en Yvelines

L'office de tourisme de SQY est un de ces points de retrait de l'audio-guide mis en place par le PNR de Chevreuse. De son côté il a également mis en place des pochettes avec des fiches pour chacun des 8 parcours imaginés sur le territoire de Saint Quentin en Yvelines.



Source : site internet de l'OT de SQY

Les fiches sont présentées sous forme de dépliant cartonné format A4 plié en deux, avec 4 pages. Sur la page de couverture figurent le nom de la promenade, des précisions sur : le nombre de kilomètres, la durée (h), la possibilité de faire la balade à pieds ou à vélo.

Sur les deux premières pages il y a des instructions pour accéder plus facilement au lieu de départ et le descriptif détaillé de la balade avec quelques informations sur les principaux points à voir. Sur la troisième page se trouve la carte qui aide à visualiser le trajet à effectuer et enfin sur la dernière page il y a des infos pratiques.



C'est un outil complémentaire à l'audio-guide de plein air, distribué par l'OT de SQY qui est très utile pour guider les visiteurs jusqu'à l'endroit du départ de la balade, à partir duquel le visiteur pourra mettre en marche son audio-guide. D'accès facile, il a également le mérite de provoquer chez le visiteur l'envie d'explorer le territoire et sous ses différentes facettes.

⌘ Le Pays Touristique du Périgord Noir



Petit à petit se développe également un autre système actuellement fonctionnel qu'avec certains types de téléphones :

Les audio-guides pour Smartphones.

⇒ Comment ça marche ?

C'est un programme imaginé par deux ingénieurs français de la Société Audioguidia¹² (Voir : <http://fr.wikipedia.org/wiki/AudioGuidia>), qui met en lien votre téléphone portable avec les infos disponibles sur Wikipédia : Audioguide + Wikipédia = Audioguidia.

Ces audio-guides sont très simples d'utilisation: un système d'étoiles permet de visualiser les monuments les plus populaires à proximité. Il suffit d'un simple clic sur l'étoile et la lecture est lancée. Ils utilisent une technologie de synthèse de la parole de haute qualité et parlent comme le ferait un véritable guide. Leur richesse est exceptionnelle, puisqu'il existe plusieurs milliers d'articles pour chaque application. Ils existent pour de nombreuses destinations en anglais et en français (et bientôt dans d'autres langues).

Leurs prix varient de 2.39 € à 3.99 € selon l'étendue géographique couverte. Parmi les applications les plus téléchargées se trouvent "Trésors de France" (application gratuite) et « France AudioGuide » (2.99€).

Ces applications bénéficient d'un succès grandissant auprès des utilisateurs, mais pour le moment leur usage est restreint aux seuls utilisateurs des plateformes mobiles d'Apple : iPhone, iPod Touch et iPad...

¹² <http://www.perigordnoir.com/fr/rubrique/Audio-guide-prehistoire/d181c487a3a05f8839b2db5383a46362/>

Malgré leur utilisation sélective, certaines collectivités ont choisi ce type d'audio-guides de plein air, qui est plus facile à mettre en place et probablement beaucoup moins cher : pas d'appareils à acheter, pas de réseau de location à mettre en place, pas d'entretien puisque ce sont les téléphones personnels des utilisateurs qui sont utilisés.

Par exemple, le Pays Touristique du Périgord Noir a mis sur son site officiel 6 itinéraires téléchargeables gratuitement sur iPhone. La carte des itinéraires est téléchargeable via un lien GoogleEarth.

 TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT LE GUIDE AUDIO INTÉGRAL			
Itinéraire proposé	Durée	En écoute	Téléchargement
Guide audio intégral	30 mn 32		Télécharger le guide audio
00. Les Eyzies de Tayac	7 mn 29		Télécharger
01. L'Abri Pataud	3 mn 46		Télécharger
02. Les Chemins de la Préhistoire	4 mn 01		Télécharger
03. La Grotte de Rouffignac	3 mn 47		Télécharger
04. Castel Merle	3 mn 33		Télécharger
05. Le Thot	3 mn 40		Télécharger
06. Lascaux II	4 mn 41		Télécharger



Google Earth > Dordogne : berceau de la Préhistoire



La mise en place de ce système sur le site de l'Office de Tourisme de Versailles ou sur le site du CDT des Yvelines peut également être une solution envisageable et intéressante pour la valorisation touristique de la Plaine de Versailles. C'est un nouvel accès à la culture qui rompt avec le traditionnel guide papier. Les informations sont accessibles simplement et sans efforts grâce à la géo-localisation et à la lecture vocale réalisée par le programme. C'est un produit en évolution et qui va probablement se démocratiser dans les années à venir.

En attendant et en absence du système des audio-guides de plein air avec GPS, il peut s'avérer une solution partielle, visant uniquement un public équipé des bons appareils téléphoniques et plus sensible aux nouvelles technologies. C'est une solution partielle aussi parce que ne sont utilisées que les informations déjà existantes sur le site internet Wikipédia, à moins de créer un audio-guide spécifique Plaine de Versailles avec différents itinéraires et des renseignements complémentaires tels que des informations sur les agriculteurs ou restaurateurs sur le trajet, par exemple.

D) Proposition de mise en forme du produit

Les audio-guides de plein air sont également en plein essor. De plus en plus de communes s'équipent et voient dans ce petit appareil un moyen de communication très riche et complet, leur permettant de faire découvrir et connaître leur territoire de manière ludique par un plus grand nombre de visiteurs individuels, qui n'ont pas forcément les moyens de se faire guider par des guides professionnels et qui profitent, de cette manière, d'une totale liberté de visite à leur rythme.

Notre projet entend donc répondre aux attentes de l'APPVPA et du Projet LEADER visant le développement touristique de la Plaine de Versailles, ainsi qu'aux attentes d'une nouvelle clientèle plus réceptive aux nouvelles technologies et très diversifiée : de tous âges, de proximité, mais aussi des touristes nationaux et étrangers.

La mise en place d'un système d'audio-guides de plein air en plusieurs langues, équipés de GPS avec une approche de mise à disposition différente de l'information selon les types de publics sera la manière idéale de découvrir d'une manière libre et ludique ce territoire si proche de Versailles, mais en même temps si méconnu, même par les Versaillais, comme l'a démontré l'enquête menée par notre promotion de Master durant l'automne 2010.

A part des informations sur le patrimoine historique, l'audio-guide pourra, au fil de la balade, fournir également des informations complémentaires sur les thèmes de l'environnement et de l'économie du territoire, et donner des informations sur les différents acteurs situés le long du trajet tels que les agriculteurs, les restaurateurs etc.

Par des phrases simples, comme par ex : « Dans la Ferme de M.X située sur votre gauche, vous pouvez acheter des œufs, de la farine, des pommes etc... », on pourra attirer l'attention du visiteur sur le fait qu'il y a un autre moyen de consommer des produits de meilleure qualité, un moyen plus écologique et plus économique - en passant par les circuits courts.

Ou encore : « Vous pouvez vous restaurer dans le restaurant de M. Y, se situant à votre droite, qui utilise pour l'élaboration de ses menus les produits frais des agriculteurs de la Plaine de Versailles. »

Ces petites infos « entre-deux » visent à rendre la balade plus vivante mais aussi à renforcer l'identité au territoire. Ils seront déclencheurs de la curiosité naturelle du visiteur et vont l'inciter implicitement à entrer en contact avec la population locale. Les liens ainsi tissés pourront éventuellement lui donner envie de revenir. Ensuite le « bouche à oreille » devrait porter ses fruits.

Les loueurs de vélos à Versailles proposent également des itinéraires pour visiter Versailles. Ils pourront aussi servir de base de départ d'une balade à vélo combinée : Versailles et Plaine de Versailles.

E) La mise en application de la combinaison boucle à vélo / Audio-guide ou brochure sur la Plaine de Versailles.

A travers ces projets complémentaires, une fiche de type produit a été réalisée permettant de retrouver l'ensemble des informations utiles à la réalisation du produit, ainsi que l'élaboration d'une brochure (sous format de document word) reprenant les éléments essentiels à la conception du projet.

Cette brochure est purement utilisée à titre indicatif reprenant certains éléments ayant été cité précédemment et s'appuyant sur différents prospectus touristique élaborés dans ce domaine. Elle n'a pour vocation que d'établir un début de modèle dans la finalisation d'un guide.

F) Fiche produit



Fiche produit N°1

Boucle vélo avec audio-guide de plein air avec GPS

⇒ Nature du produit

Description	Produit combiné : Boucle vélo (option : location vélo électrique) avec location d'un Audio-Guide GPS qui guide les visiteurs et donne des informations sur le patrimoine, la nature, les paysages, situés sur le parcours.
Type	Culture, sport, nature.
Domaines d'activités concernés	Loueurs de vélos, parkings à Versailles pour laisser les voitures toute la journée en sécurité, producteurs de la Plaine de Versailles situés sur le parcours, OT de Versailles.
Saisonnalité	D'avril à octobre
Prix approximatif pour le client	5€ /location d'un audio-guide de plein air pour une journée + éventuellement le coût de la location d'un VTT ou vélo électrique qui varie de 15€ à 35€ selon le type de deux-roues emprunté et la durée de location.
Durée de consommation du produit	Demi- journée ou journée entière

⇒ Public concerné

Profil du public visé	Pour tout âge Individuels ou petits groupes.
Provenance	Versaillais, IDF, France, Etrangers revenant en France.
Accessibilité aux handicapés et aux personnes à mobilité réduite	Accès possible aux personnes handicapées à condition qu'elles possèdent des vélos adaptés à leur handicap.

⇒ Mise en œuvre

Référent(s)	APPVPA
Acteurs et partenariats	Château de Versailles Parkings de Versailles Loueurs de Vélo, par ex : Société ASTEL situé dans le Parc du Château OT de Versailles CDT des Yvelines - Mme DEPARDIEU Solange
Aménagements et Equipements nécessaires	La mise en place des audio-guides de plein air et de leur mise à disposition dans des points stratégiques, comme par ex : OT, loueurs de Vélos, Hébergeurs, Château de Versailles...
Impacts	Retombées économiques pour les commerces de proximité.
Coût de réalisation estimé	La mise en place d'un projet d'audio-guide de plein air est estimée à environ 25000 €, ce qui inclut le logiciel, les appareils et la formation d'une personne pour la maintenance et la mise à jour.
Financements possibles	Conseil Général, CCI, Château ou Ville de Versailles, Programme Leader (?), Communes adhérentes à l'APPVPA
Mode de distribution/location	La location au public pourra se faire par : l'OT de Versailles, le Château de Versailles, Guidatours, les loueurs de vélos (ASTEL), certains hébergeurs.
Modes de communication/promotion	Newsletters - base de données du Château de Versailles (abonnés), associations Via internet sur des sites déjà existants : OT Versailles, CDT des Yvelines, OT Saint-Quentin en Yvelines, OT de Paris, sites Associations Cyclistes, ... Brochure papier (lieux stratégiques : Offices de Tourisme, Château de Versailles, hébergements et restaurants à Versailles...) Publicité auprès des agences réceptives : éductours pour les agents réceptifs. Publications dans les gazettes locales : Versailles, Saint Quentin en Yvelines

G) Mise en application et exemple de guide touristique pour la boucle à vélo



Derrière le Château, un grand espace, découvrez-le...



Plaine de Versailles et Plateau des Alluets



Plaine de Versailles
Pour plus d'information : www.plainedeversailles.fr

LEDES

UNION EUROPÉENNE
FOND EUROPÉEN DE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL

l'Europe s'engage
en Île-de-France

(Logo : boucle à vélo
+ numéro)



(Titre de la balade)

Versailles dans tous ses Etats

(Durée) (Distance) (Niveau) (Dénivelé)

2 h

20 km

2

50m

Boucle cyclotouristique

Territoire : **Yvelines**

Situation : **Versailles et la partie est de la Plaine de Versailles.**

(Description du parcours)

Cette boucle cycliste permet de découvrir les 3 entités versaillaises ville, château et plaine. Elle permet de découvrir le passage d'un paysage urbain à un paysage rural, avec en toile de fond le château de Versailles, une balade sur les traces du domaine de Louis XIV.

Le départ s'effectue au niveau de l'office de tourisme de Versailles, direction ensuite le jardin du Parc et la remontée en intégralité de l'allée de Villepreux.



Domaine de Grand'maisons Villepreux

Arrivé à Villepreux prenez la direction de Rennemoulins afin de découvrir ce village rural atypique et ses charmes. Longez ensuite le ru de Gally jusqu'à la ferme de Pontaly. Remontez alors en direction de Bailly en admirant la vue sur le château de

Versailles. Enpruntez ensuite la direction de la Ferme de gally pour un retour dans le parc de Versailles par la porte de Bailly.



Ru de Gally à Rennemoulin



Porte de bailly

Légende cartographique avec les pictogrammes

présents sur la carte (cf annexe 1)



Pour une bonne balade suivez ces règles

Les **4** conseils

- ⇒ Choisissez un itinéraire adapté à vos capacités physiques
- ⇒ Ne partez pas trop tard
- ⇒ Ne partez pas sans eau
- ⇒ Respectez l'environnement

Les **4** règles d'or

- ⇒ Soyez prudents
- ⇒ Respectez le code de la route
- ⇒ Assurez-vous du bon état de votre vélo
- ⇒ Le port du casque est recommandé

Les **3** niveaux

⇒ **Niveau 1**

Circuit relativement plat, praticable en famille, tout type de vélo

⇒ **Niveau 2**

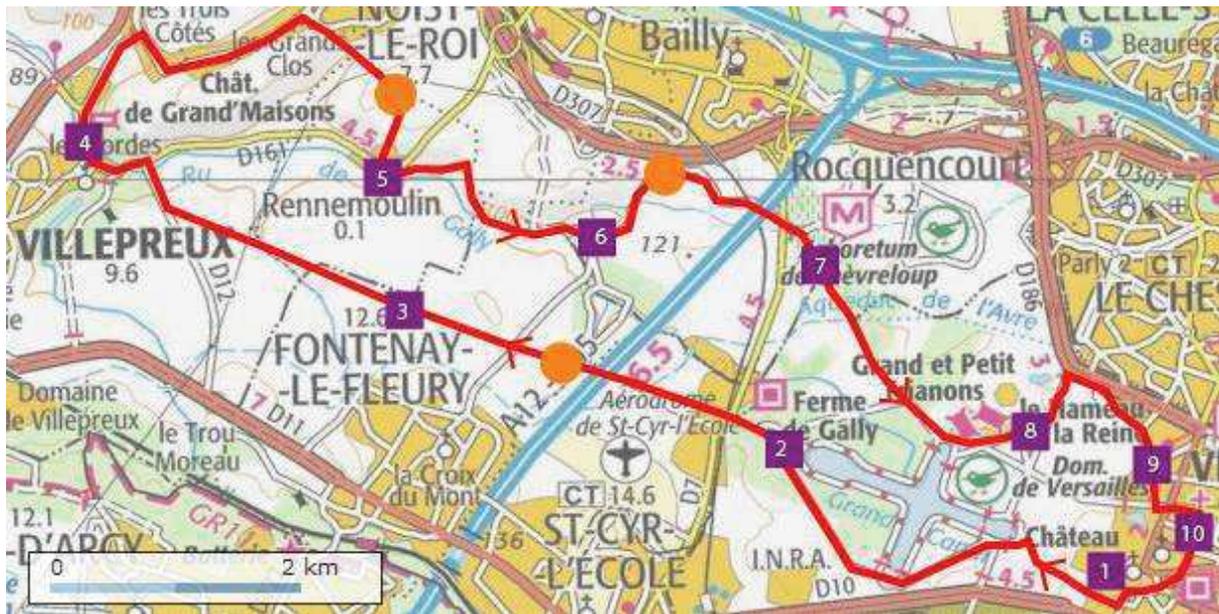
Circuit vallonné, pour cycliste pratiquant régulièrement le vélo, VTT et VTC

⇒ **Niveau 3**

Circuit vallonné avec plusieurs difficultés

Source : adapté des guides cyclo du Rhône

Carte du tracé



Source : M2 T&E Promotion 2010/2011

La carte est un élément primordial, sa présentation doit être claire et précise.

Un descriptif du tracé précis doit pouvoir être présenté à une échelle de 1/25 000 ou 1/50 000.

Ici sont représentés les points de vue sur le Château de Versailles (ronds oranges) ainsi que les différents sites patrimoniaux (carrés violets). Les numéros quant à eux peuvent être attribué au descriptif de l'itinéraire ou correspondre aux bornes situés dans l'audio-guide.

La carte peut être complétée par des pictogrammes représentant des aires de pic-nic, des points d'eau, etc.

Les services proposés

Cette page réunit les principaux services que sont l'hébergement, la restauration et les lieux à voir et à visiter que l'on peut retrouver tout au long de l'itinéraire ou dans une zone tampon de 2 à 5km.



QUE VISITER ?
L'OCCITANE EN PROVENCE
Visite de l'usine et musée / Factory tour and museum

N 43.8325° / E 5.7839°

Zone Industrielle Saint-Maurice - 04100 MANOSQUE
Tél. 04 92 70 19 00 - www.loccitane.com

L'Occitane vous ouvre les portes de son site de production. Suivez, au gré des senteurs, les étapes de fabrication de nos soins cosmétiques.

NOUVEAU : le musée L'Occitane, espace interactif et sensoriel, retrace l'histoire de notre marque. / Discover the *True Story of L'Occitane. A factory tour full of fragrances that will delight your senses...* **NEW** : Visit the L'Occitane museum, an interactive and sensorial place relating the history of our company.

Ouvert toute l'année du lundi au vendredi (vendredi : matin uniquement) / Open all year long from Monday to Friday (weekends only on Friday) - Fermeture annuelle entre Noël et Nouvel An / Closed between Christmas and New Year's Day. Entrée gratuite mais réservation obligatoire / Free entrance but reservation necessary

Individuels / Individuals: Offices de tourisme de Manosque (04 92 72 16 00) et de Gréoux-les-Bains (04 92 78 01 08)
Groupes / Groups: Sophie De Saint Jean 04 92 70 26 12 - sdosaintjean@loccitane.fr

Type de visite

Adresse et localisation

Description de l'entreprise

Ouverture, tarifs, contact



L'OCCITANE EN PROVENCE
Nos boutiques / Our shops

N 43.8325° / E 5.7839°

Manosque Centre-ville: 21 rue Grande /city center:
du mardi au samedi / from Tuesday to Saturday 10h-12h30 et 14h30-19h
(04 92 72 41 02)

Manosque Zone Industrielle Saint-Maurice : du lundi au samedi / from Monday to Saturday 10h-19h (04 92 70 19 50)

 Cadeau de bienvenue dans les boutiques de Manosque Centre-ville ou Saint-Maurice sur présentation de cette brochure. Offre valable une seule fois avant le 31/12/11 / Welcome gift in the Manosque city center or Saint-Maurice shops on presentation of this leaflet. Offer valid once before end of year 2011.



OÙ SE RESTAURER ?
RESTAURANT AU FIN GOURMET

N 43.8373° / E 5.0397°

Yvan Grassi - 35 rue Gustave Flaubert - 84300 CAVAILLON
Tél. 04 90 78 15 27 - g.yoan@wanadoo.fr - www.au-fin-gourmet.fr

Au cœur de Cavailon, nous vous accueillerons dans un cadre authentique et calme, en terrasse à l'ombre d'une vigne vierge. Cuisine traditionnelle sur une note d'originalité. / In the heart of Cavailon, we will welcome you in authentic and calm surroundings, on a terrace in the shade of a Virginia creeper. Traditional cuisine with an original note.

Menus et carte / Menu and à la carte: 14 € à 38 €

Service midi et soir / Lunchtime and evening - fermé le mardi et mercredi de juin à septembre et mercredi et dimanche en hors saison / Closed Tuesdays and Wednesdays from June to September, closed Wednesdays and Sundays low season.

Réduction ou cadeau si l'on arrive à vélo



RESTAURANT LA FONTAINE

N 43.8372° / E 5.0379°

Valérie et Xavier Lemaire
47 Place Castil Blaze - 84300 CAVAILLON
Tél. 04 90 71 78 01 - Fax : 09 55 59 13 04
lafontaine.cavaillon@free.fr - www.lafontaine-cavaillon.com

Restaurant rénové et climatisé situé dans le centre historique, sur une place typiquement provençale, terrasse ombragée par les platanes. Cuisine traditionnelle et provençale à base de produits frais et régionaux. / Renovated and air conditioned restaurant, located in the historic center, on a typical provençal place; Shady terrace. Traditional and provençal food based on fresh and local products

Midi et Soir / Lunchtime and evening: Plat du jour à / Dish of the day 8,90€, formule 2 plats / Formula 2 meals: 12,90€, formule 3 plats / Formula 3 meals: 14,90€. Carte variée + menus à / Carte and menus: 20€, 25€ et 28€

Places de parking devant le restaurant / Car park in front of the restaurant
Fermé mercredi soir, samedi midi et dimanche / Closed on Wednesdays evening, Saturdays Lunchtime and Sundays

5 % sur la totalité de l'addition / 5 % off on the total amount



OÙ DÉGUSTER ?
CAVE DE SYLLA

N 43.8273° / E 5.0447°

175 avenue Germain Chauvin - 84300 CAVAILLON
Tél. 04 90 71 01 79 - chezsyllacavaillon@sylla.fr - www.sylla.fr

Au bout de la route des courses qui mène à l'hippodrome, vous trouverez la cave sur la gauche. Représentation des vins de terroirs de 20 communes du Pays d'Apt. AOC Ventoux, Luberon, des Vins de Pays ; mais également des crus des côtes du Rhône méridionales et septentrionales. / At the end of the road leading to the horse racing track, you will find the cellar to the left handside. Local wines from 20 communes. AOC Ventoux, Luberon and Vins de Pays; along with wines from the southern and northern côtes du Rhône.

Bouteille de / Bottle from: 3 à 10 €

Ouvert toute l'année / Open all year round 9h-12h30/15h-18h30. Fermé dimanche et lundi / Closed Sunday and Monday

1 jus de fruit local offert / 1 local fruit juice free

Exemple de proposition de services détaillés (sources : Guide touristique en Lubéron)

Notes

Les circuits décrits dans cette brochure ne sont pas balisés, ils doivent donc être pratiqués dans le sens indiqué. Ce choix permet de contourner ou de faciliter l'accès à quelques passages sensibles. Le descriptif des parcours et la cartographie, permettent de se déplacer librement et en toute autonomie.

Les itinéraires sont soumis aux aléas du temps, des travaux et autres encombrements pouvant gêner le déroulement du parcours.

Dans ce cas, sollicitez, si besoin, conseil voire assistance auprès des passants.

Pour tout renseignement :

Mairie de Noisy-le-Roi

Horaires : Du lundi au vendredi : de 9h à 12h et de 14h à 17h

Adresse : 37, rue André Le Bourblanc B.P. 32

Courriel : mairie@noisyleroi.fr

Internet : <http://www.plainedeversailles.fr/>

LOGO des partenaires



Yvelines
Conseil général

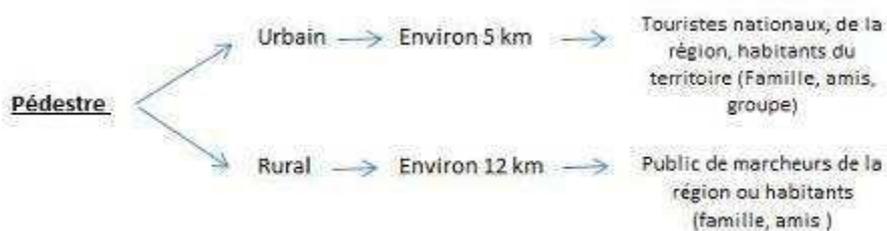
III) Les rallyes pédestres

A) Présentation des rallyes

« Le rallye est une épreuve dans laquelle les concurrents partis d'un lieu donné doivent rallier un point d'arrivée après un certain nombre d'étapes en répondant à diverses énigmes... »¹³.

Les rallyes sont de plus en plus présents en France, qu'ils soient à voiture, à pied, à vélo, à cheval, touristique, ils attirent les curieux souhaitant partir à la découverte d'endroits encore peu connus, et ce, de façon insolite. Cette nouvelle tendance, permet donc de découvrir des lieux, sites ou de les redécouvrir de manière ludique. Alliant compétition, détente et convivialité, les rallyes séduisent de nombreux français. La création de rallye nécessite un travail de terrain important qui peut être effectué par des entreprises spécialisées ou par certains acteurs du territoire. Ils se déroulent à la demi-journée ou à la journée selon la distance du rallye ainsi que les thèmes abordés. Ils peuvent être permanents et donc proposés au public à l'année ou alors ponctuels, sous forme d'événement (1 ou 2 fois par an) nécessitant alors une bonne communication dans le but de rassembler le plus de participants possible. La convivialité est alors accentuée lorsque le rallye se présente sous forme d'événement. En effet, une dégustation, une remise de lot aux gagnants peut donc être organisée à la fin de l'épreuve.

On distingue plusieurs types de rallye qui peuvent être organisés en milieu urbain ou en milieu rural. Voici les deux principaux : Ces deux schémas présentent les rallyes les plus présents aujourd'hui en France ainsi que les publics visés.



¹³ Définition du Rallye : <http://rallyedes5sens.over-blog.com> Rallye des 5 sens.



Ces mêmes rallyes peuvent traiter d'un seul thème ou de plusieurs, mêlant à la fois le patrimoine naturel, culturel et historique. Ceux-ci peuvent également être adaptés à certains types de publics : rallye pédestre pour les enfants, rallye pour les cavaliers...

La Plaine de Versailles est un territoire rural où se développent de nombreuses activités en lien avec la nature et l'histoire. Les petits villages en lien historique avec le château de Versailles disposent d'un patrimoine extrêmement riche mais attirent encore peu de touristes. Il semble qu'une activité de plein air de type rallye convienne réellement au territoire de la plaine de Versailles. En effet, celle-ci, destinée autant aux habitants du territoire, qu'aux Versaillais, Franciliens et aux touristes permettrait de faire découvrir le patrimoine naturel, culturel et historique de la Plaine et ce, de façon ludique à travers des énigmes.

Nous avons donc réfléchi à l'élaboration d'un produit combiné plaine-château et en outre la création d'un rallye pédestre. Pour élaborer ce produit nous avons recherché l'existence de rallyes pédestres déjà existant sur des territoires semblables à celui de la Plaine. C'est à partir de ce benchmarking que nous avons pu réfléchir à la mise en œuvre d'un rallye pédestre sur la Plaine.

B) Benchmarking sur des produits de type rallyes pédestres

1. Méthode utilisée

Nous avons choisi de rechercher d'autres lieux proposant également des rallyes pédestres. Afin d'avoir le maximum d'informations possibles concernant les rallyes, nous avons sélectionnés 4 exemples applicables sur le territoire de la PVPA.

Ces 4 territoires sont

- la ville d'Anor, (Nord), pour le fait qu'elle propose un rallye pédestre à thème se déroulant au cœur de paysages ruraux
- la ville de Malmédy, (Belgique), qui propose en rallye pédestre axé sur l'architecture et le patrimoine de la ville
- la ville de Miradoux (Gers), petite ville de 700 habitants assez comparable aux communes de la PVPA de par sa ruralité
- le PNR de la Haute Vallée de Chevreuse, choisi pour sa proximité et ses similitudes avec le territoire de la PVPA.

2. Tableau présentant les exemples de benchmarking (ci-après)

VILLE DU RALLYE	OBJECTIF DU RALLYE	DISTANCE	LIEU D'INFORMATION	GUIDES	PERMANENCE	PRIX ET RECOMPENSES
ANOR (frontière France Belgique) http://www.anor.fr/rando.php	Plonger au cœur de la vie des Gabelous (douaniers)	12km et 13.5km Par les anciens sentiers des fraudeurs allant en Belgique	- SI d'Anor - Administration communale de Momignies - ASBL de Promotion du tourisme au château ferme de Macon	Carnet de contrebande à remplir durant le rallye	D'avril à novembre	Information non lisible
MALMEDY (Belgique) http://www.malmedy.be/documents/tourisme/rallye-pedestre-fr.pdf	Découverte des plus belles zones de la ville et une partie de ses bâtiments historiques	Environ 4 km	Maison du Tourisme de Malmédy	Itinéraire et questionnaire à retirer à la Maison du Tourisme	Toute l'année	- gratuit - remise de prix tous les 2 mois
MIRADOUX (Gers) si.miradoux@orange.fr	Découverte faune, flore, patrimoine, architecture d'une ville du canton (varie chaque année)	10 km	SI du canton de Miradoux	Retrait d'un questionnaire (adultes ou enfants) avec jeux pour découvrir la	Annuel	- « modeste participation » - récompenses avec classement

				campagne et ses cultures.		
PNR de la Haute vallée de Chevreuse http://www.parc-naturel-chevreuse.fr/fr/accueil.html	Découverte faune, flore, architecture, patrimoine, culture, histoire...	12-13km	PNR Haute Vallée de Chevreuse	Retrait d'un questionnaire	Annuel en octobre	- 3€ / personne - prix en fonction du classement

Figure 1 : Tableau présentant les 4 exemples de benchmarking

B) La mise en place d'un rallye sur le territoire de la PVPA

1. Rallye permanent ou évènementiel ?

Un rallye peut être permanent, c'est à dire réalisable à tout moment au cours de l'année, ou sous forme d'évènementiel, c'est-à-dire ne pouvant être effectué qu'une seule fois dans l'année. Chaque type possède ses avantages et ses inconvénients. Tout dépend de l'objectif de la mise en place d'un rallye.

	PERMANENT	EVENEMENTIEL
DISPONIBILITE DU RALLYE SUR L'ANNEE		
RALLYE POUVANT ETRE EFFECTUE PLUSIEURS FOIS		
LOGISTIQUE POUR LA MISE EN PLACE		
ENTRETIEN DU CIRCUIT		
POSSIBILITE DE MODIFICATION DU TRACE ET DES QUESTIONNAIRES		
COMMUNICATION SUR L'ASSOCIATION		
MISE A L'HONNEUR DES PRODUCTEURS		

Figure 2 : Tableau comparatif entre rallyes permanents et annuels



Avantage de ce type de rallye



Inconvénient de ce type de rallye

Les 2 types de rallyes ont donc chacun leurs avantages et leurs inconvénients, qui sont parfois similaires. En effet, il est impossible d'organiser un rallye sans une certaine logistique nécessaire quelque soit le type choisi.

En France, les rallyes annuels (ou événementiels) sont plus fréquents que les permanents. Cela s'explique par le fait que l'organisation d'un rallye annuel exige moins de suivi dans la durée que pour le second type, celui-ci nécessitant du personnel disponible pour s'occuper des bulletins de participation (lecture, contrôle, notation) et parfois de l'entretien de la boucle. De plus, le point fort d'une manifestation événementielle est la communication. Lors de notre entretien avec Mme Tisseront, responsable du rallye réalisé par le PNR de la Haute Vallée de Chevreuse, elle nous a affirmé qu'une activité événementielle était nettement plus avantageuse pour réaliser un « buzz » en termes de communication. Autre point positif important qu'elle nous a aussi souligné, celui de pouvoir faire participer les producteurs locaux et tous les autres membres de l'association en leur aménageant un stand situé à l'arrivée du rallye. La vente de produits locaux est en général bien perçue par les participants qui achètent assez volontiers. Ces points positifs sont plus discrets, voir absents dans le cas des circuits permanents.

D'après toutes les informations fournies et les recherches effectuées, il semblerait donc plus opportun de mettre en place un rallye annuel de type événementiel. En effet, l'APPVPA souhaite communiquer et se faire connaître auprès des habitants et des touristes, tout en mettant en avant ses actions et ses partenaires publics et privés. De plus, plusieurs boucles de randonnée existent déjà (livre « Les chemins de Gally »), pouvant être utilisées telles quelles ou remaniées, afin de créer un trajet d'une douzaine de kilomètres le plus attractif possible. Un choix de thème peut être effectué, mais n'est pas obligatoire.

L'APPVPA organise une journée « portes ouvertes » au niveau du site de Thiverval Grignon. Il serait possible de coupler cette journée avec l'organisation du rallye. Ainsi, cela permettrait de faire « d'une pierre deux coups », le personnel de l'APPVPA étant déjà mobilisé et dispo pour cette journée là. De plus, cette manifestation, qui n'est actuellement ouverte qu'aux membres de l'association, pourrait s'ouvrir à tous les publics, membres ou non de l'APPVPA et ainsi se faire connaître auprès d'un plus grand nombre d'habitants et de touristes.

Nous avons tenté de créer un rallye qui pourrait être mis en place pour les prochaines « portes ouvertes » de l'association, à l'automne 2011. Notre thème portant sur les produits combinés entre la Plaine, la ville de Versailles et son château, nous avons choisi de faire passer le rallye par Villepreux afin de garder un lien avec Versailles. Cependant, nous présenterons deux autres tracés possibles. L'un part également du château de Grignon pour ensuite passer par plusieurs villages de la plaine, tandis que l'autre aurait son départ au bout des jardins du château de Versailles, passant par l'allée royale de Villepreux, puis son village et enfin Rennemoulin. Le premier ne garde pas le lien avec le château de Versailles mais peut être réalisé le jour des portes ouvertes, a contrario du second qui se ferait sur le thème du château de Versailles mais sans pouvoir être mis en place le jour des portes ouvertes.

2. Exemples de rallyes pouvant être mis en place sur le territoire de la PVPA

a. Boucle « Château de Grignon – Villepreux »

Boucle effectuée : Château de Grignon / Villepreux

Distance : 13 km

Durée de marche : 3h45

But : découvrir l'agriculture, le patrimoine de Villepreux, l'histoire de la plaine

Support : questionnaire comportant des questions dont les réponses seront trouvées de façon chronologique tout au long de la randonnée. A la fin de celle-ci, le questionnaire est remis à l'arrivée à un membre de l'association ou un bénévole qui le corrigera. Les résultats seront donnés au moment de la remise des prix.



Figure 3 : Carte du trajet du rallye entre Grignon et Villepreux

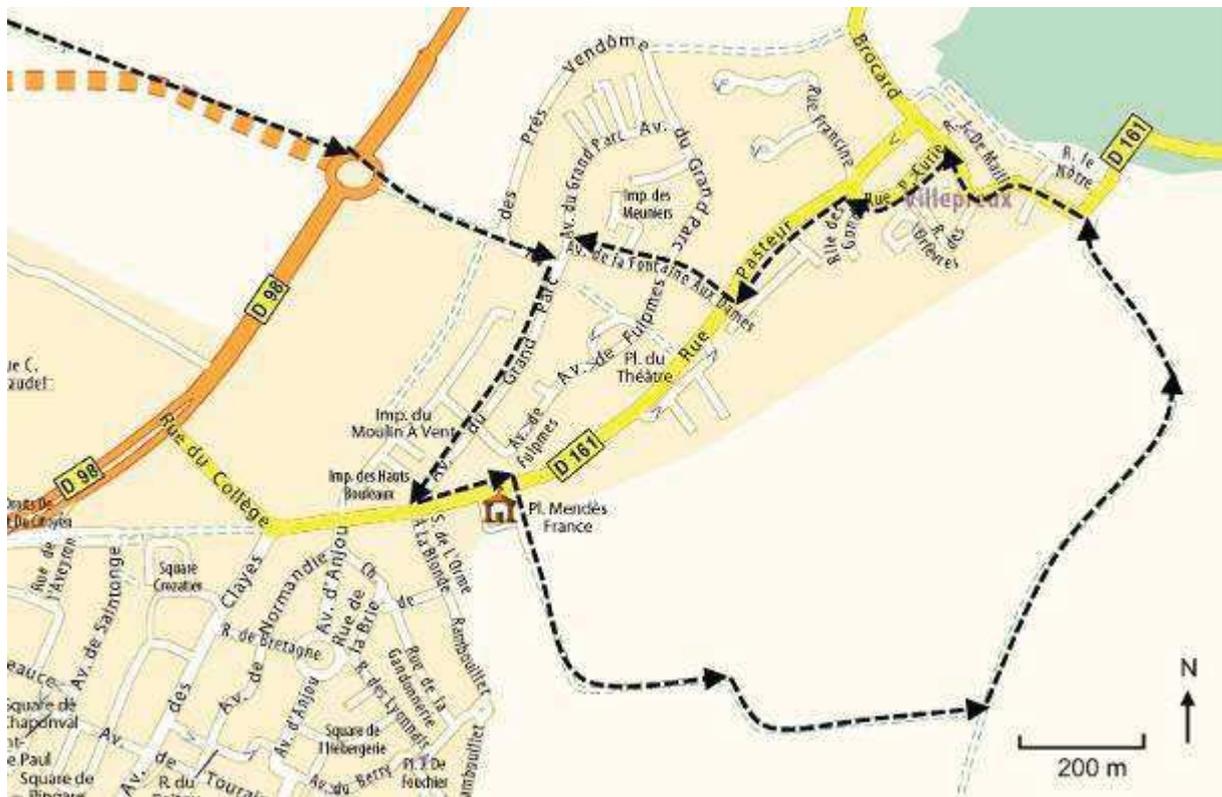


Figure 4 : Plan du trajet du rallye dans Villepreux

Patrimoine à voir à Villepreux :

- Maison de saint Vincent
- Maison du dauphin
- Maison saint Honoré
- Auberge des 3 maillets
- Passage entre les 2 murs longeant le château
- Eglise saint Vincent de Paul
- Statuettes des saints Honoré, Côme et Damien
- Château de Grand'maison, ancienne résidence du fontainier de Louis XIV
- Château des Gondi, dont une partie des terres a été vendue à Louis XIII et Louis XIV

Exemples de questions :

- La statuette de saint Honoré située au dessus de la boulangerie, représente le patron de quelle profession ?
- De quel pays est originaire la famille des Gondi ?
- Depuis quelle année le centre agronomique est-il installé à Grignon ?
- Que représente cette photo ?

fr.academic.ru

- Que voit-on au bout de l'allée royale de Villepreux ?

Ce rallye répond parfaitement à l'intitulé de notre thème « produit combiné Plaine-Versailles et son château ». Cependant, d'autres circuits peuvent également être envisagés, qui ne répondent pas à un départ situé au château de Grignon conjugué à une thématique sur le Château de Versailles, mais qui présentent d'autres points forts.



b. Boucle « Les villages de la plaine »

Distance : 14, 5 km

Durée de marche : 4H30

But : découvrir l'agriculture, les patrimoines naturel, culturel et historique des petits villages de la Plaine.

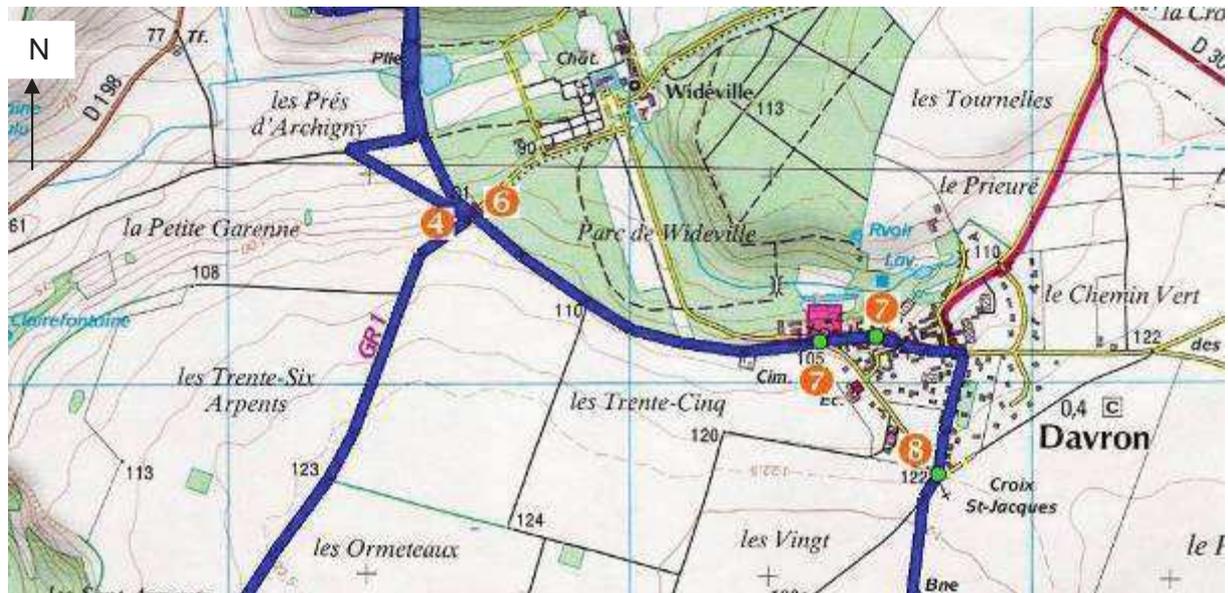


Source : Jacques COURTIES

Itinéraire les petits villages de la Plaine de Versailles



Itinéraire dans le village de Thiverval-Grignon



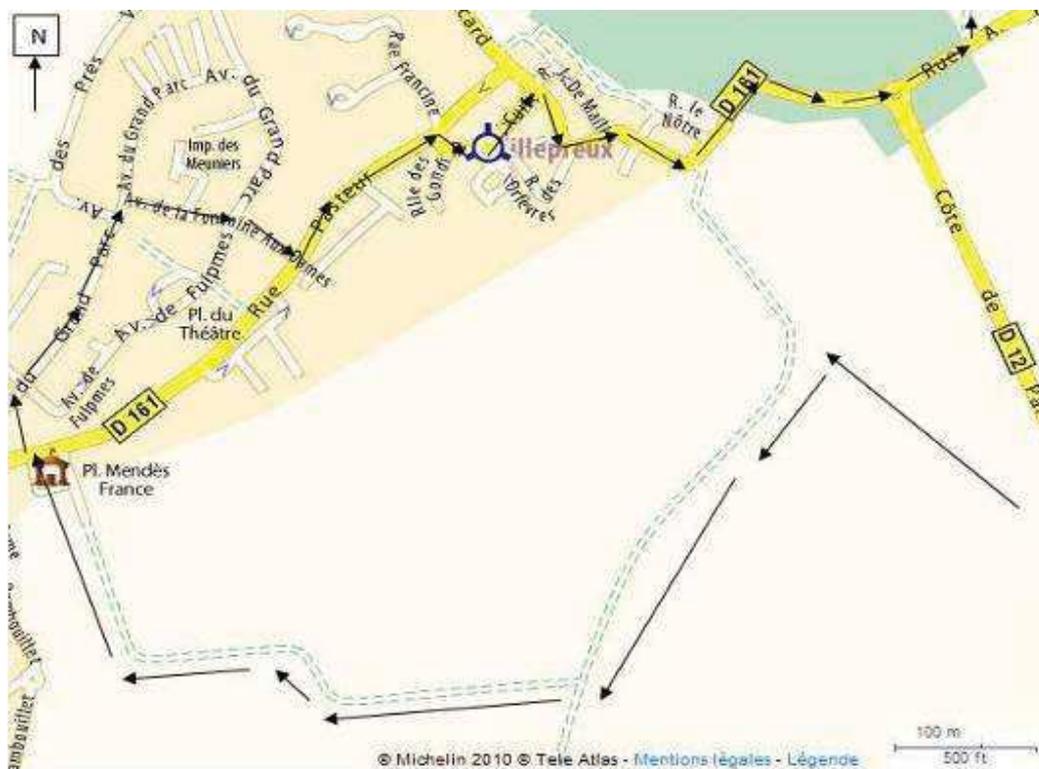
Itinéraire dans le village de Davron

c. Boucle « Versailles – Villepreux – Rennemoulin »

Distance : 16 km

Durée de marche : 4h30

But : découvrir l'agriculture, le patrimoine de Villepreux, l'histoire de la plaine, comprendre la relation entre le château et la plaine.



Carte représentant l'itinéraire dans la ville de Villepreux



Carte représentant l'itinéraire dans le village de Rennemoulin

Déroulement :

- Départ des grilles du château / début de l'allée royale de Villepreux
- Allée de Villepreux
- Villepreux (fortifications, auberge des Trois Maillets, maison de Saint Vincent de Paul, château des Gondi ...)
- Rennemoulin (Fontaine, Ru de Gally, Moulin)
- Allée de Villepreux
- Arrivée
- Gouter à la ferme de Gally et remise de lots aux gagnants, vente de produits locaux (marché artisanal)

Le rallye est un produit touristique dans l'air du temps qui permet communiquer sur l'association et de faire connaître ses acteurs tout en proposant une activité sportive et ludique. Sa mise en place ne nécessite pas un investissement économique trop important mais demande cependant une logistique de préparation et de mise en œuvre le jour de la manifestation. Il incombe à l'APPVPA de prendre en compte les différents aspects de la réalisation d'un tel type d'évènementiel. Malgré le fait que nous nous soyons orientés vers un produit annuel, suite aux informations obtenues, la prise de décision finale peut diriger le choix de l'association vers un autre type de rallye.

C) Fiche produit



⇒ Nature du produit	
Description	Activité de plein air de type rallye, à réaliser à pied, en se rendant dans différents lieux de la Plaine en lien avec le Château de Versailles. Les participants doivent rallier le point de départ au point d'arrivée à travers plusieurs étapes et ce, en répondant à diverses énigmes (Sur le territoire, la nature, l'histoire, la culture)
Déroulement	Arrivée des participants, accueil par les organisateurs, remise du roadbook, buvette. Départ le matin – pique-nique apporté par les participants – Arrivée échelonnée Buvette, dégustation, stand de collation et de vente de produits locaux agriculteurs du territoire. Remise de lots aux gagnants
Type	Culture, nature, sportif, découverte
Domaines d'activités concernés	Agriculteurs, producteurs locaux, associations (APPVPA, Clubs de randonnée)
Saisonnalité	Ponctuel, événement organisé une fois par an (entre Juin et Octobre)
Prix approximatif pour le client	5 euros par personne Roadbook à retirer au départ du rallye le jour J auprès des organisateurs
Durée de consommation du produit	Une demie journée à une journée (environ 15 km : 4h de marche)

⇒ Public concerné	
Profil du public visé	Individuels, groupes (familles, amis)
Provenance	Habitants de la Plaine et du Plateau des Alluets, Versailles, Franciliens, touristes déjà venus (« repeaters »)
Accessibilité aux handicapés et aux personnes à mobilité réduite	Accessible aux handicapés mais peu aux personnes à mobilité réduite ruraux)

⇒ Mise en œuvre	
Référent(s)	M. Jacques Courties
Acteurs et partenariats	APPVPA : Jacques Courties CDT 78 : Solange Depardieu FFR SNCF pour la communication Offices de Tourisme de Versailles et autres communes Mairies
Aménagements	Mettre en place certains indices le jour du rallye
Impacts	Aucun sur l'environnement, économiques pour les structures par lesquelles le rallye va passer
Modes de commercialisation	Offices de Tourisme du territoire, CDT, structures privées situées sur le trajet du rallye, communes
Modes de communication	Communes de la Plaine (affiches, flyers, site internet, bulletins communaux), Office de Tourisme de Versailles et autres communes avoisinantes, FFR (comité départemental des Yvelines, comité régional IDF, balade 78), site internet de l'APPVPA, Affiches dans les gares desservant la Plaine (Partenariat SNCF)
Coût de réalisation estimé	Environ 700 Euros Itinéraires réalisables par un membre de l'APPVPA (Jacques Courties) Bénévoles pour l'organisation du rallye (accueil des participants, stand buvette ...) Impression des « roadbook » (guides papier) : quotas d'impression par les différentes communes participantes Remise de lots aux gagnants (partenariats avec les producteurs locaux présents à l'arrivée du rallye, stands de buvette et d'alimentation)
Financements possibles	Conseil Général 78, Fédération Française de Randonnée (à vérifier)

⇒ Contacts	
Jacques Courties	01 30 90 72 15
Ferme de Gally LAUREAU Xavier	Co-directeur Ferme de Vauluceau BAILLY 01 39 63 20 20
CDT 78 Solange DEPARDIEU	Responsable 'produits' 3 rue de Fontenay 78000 Versailles 01 39 07 86 31
OT de Versailles Mr. BACQUET	Directeur 01 30 97 89 89
Fédération Française de Randonnée, comité départemental des Yvelines	contact@coderando78.asso.fr Tél. : 0685628724
Fédération Française de Randonnée, comité Régional Ile de France	contact@ffrandonnee-idf.fr 0148018151
Club de marche, balade et randonnée à Beynes	0134898563 balade78@orange.fr

⇒ Benchmarking	
PNR Vallée de Chevreuse	http://www.parc-naturel-chevreuse.fr/fr/accueil.html Maison du Parc Château de la Madeleine Chemin Jean Racine 78472 Chevreuse cedex tel : 01 30 52 09 09 - fax : 01 30 52 12 43 Julie Tisseront : tourisme.pnr.chevreuse@wanadoo.fr
Syndicat Royal d'initiatives Malmédy, Belgique	http://www.malmedy.be/documents/tourisme/rallye-pedestre-fr.pdf 9 Place du Chatelet 4960 Malmédy Tel : 080/ 799.662 Walter QUERINJEAN : chargé des évènements : walthere.querinjean@pub
Mairie d'ANOR	5 et 5bis place Léo Lagrange 59186 Anor Tél : 03 27 59 51 11 http://www.anor.fr/rando.php Circuits de randonnée des Gabelous
Syndicat d'initiative du Canton de Miradoux	si.miradoux@orange.fr tel : 05 62 28 63 08

IV) Forfaits touristiques pour des courts séjours

Tout d'abord définissons l'expression « forfait touristique ».

Aux termes de l'article [L. 211-2](#) du Code du tourisme, « constitue un forfait touristique, la prestation :

- 1° Résultant de la combinaison préalable d'au moins deux opérations portant respectivement sur le transport, le logement ou d'autres services touristiques non accessoires au transport ou au logement et représentant une part significative dans le forfait ;
- 2° Dépassant vingt-quatre heures ou incluant une nuitée ;
- 3° Vendue ou offerte à la vente à un prix tout compris. »

A) Vers un forfait touristique à la carte : la « place de marché » d'Yvelines tourisme

1. Présentation de l'outil de commercialisation proposé par Yvelines Tourisme

Yvelines Tourisme, comité départemental du tourisme, est l'association mandatée par le Conseil Général des Yvelines pour la mise en œuvre de sa politique en matière de tourisme. Ses missions comprennent la promotion touristique du département dans son ensemble et l'accompagnement aux porteurs de projets touristiques. En outre, cet organisme vend des prestations à destination de groupes, dont le tourisme d'affaires. Aussi, il joue le rôle d'intermédiaire dans la vente de prestations proposées par des professionnels du département, à destination d'une clientèle individuelle, et ce grâce à une « place de marché » virtuelle. Ce système est développé par de plus en plus de départements et régions françaises pour faciliter la commercialisation de produits touristiques sur leur territoire.

Lancée en décembre 2010, cette plateforme informatique est accessible par le grand public sur internet. Elle permet aux individus d'effectuer des réservations en temps réel (selon les disponibilités réelles des prestataires). Chaque internaute a la possibilité de commander un nombre illimité de prestations parmi les offres recensées en termes d'hébergement (hôtel, gîte, chambre d'hôtes), de billetterie (visite de monuments et d'ateliers artisanaux, événements...) et parmi les biens disponibles dans la boutique virtuelle. Ainsi, le client confectionne son propre « panier » d'achats et pré-réserve ou paie en ligne, en un seul paiement, l'ensemble des prestations.

La « place de marché » propose aussi des « idées séjour » (nuitée(s) et billetterie) et des « bons plans ». Ce sont des offres promotionnelles pour une durée limitée : par exemple, une structure d'hébergement propose un tarif exclusif et une visite dans les alentours est également proposée. Notons que le Comité régional du Tourisme de Picardie peut être considéré comme un modèle pour Yvelines Tourisme. Il a développé un site internet consacré à la commercialisation de forfaits touristiques thématiques pour le week-end sur son territoire. Ces offres peuvent s'apparenter en partie aux forfaits touristiques proposés par des sociétés privées détaillées dans la section suivante (B).

Il est à noter que la « place de marché » est en plein développement. De plus en plus de partenaires vont faire partie du système sous peu. L'offre de la boutique devrait nettement s'étoffer. Il en est de même pour la billetterie pour laquelle un partenariat avec le distributeur *France billet* est en cours d'élaboration. Ajouter une offre de réservation de restauration est actuellement en réflexion.

2. Démarche à mener par les professionnels

Du point de vue de l'offre, chaque professionnel du département qui souhaite intégrer cette plateforme de vente peut le faire gratuitement. Il doit contacter *Yvelines Tourisme* (plus particulièrement M. Chauveau) afin qu'un contrat soit établi entre cette structure et le professionnel qui fait la démarche. Ce contrat stipule les conditions de vente pour l'année à venir : le prix de vente des prestations et le commissionnement. En effet, le modèle économique qui a été adopté par *Yvelines Tourisme* est de demander une commission, pour chaque vente effective, de 8% pour l'hébergement et de 3% pour la billetterie et la boutique. Le montant total annuel des commissions doit être versé une fois par an par le professionnel. L'étape suivante consiste à mettre en place un partenariat technique entre les deux partis. Il s'agit généralement d'un système de passerelle entre plateformes de réservation qui permet d'assurer la visualisation des disponibilités en direct et le versement immédiat du paiement d'une prestation incluse dans un « panier de commande » à chaque prestataire concerné. Enfin, une formation est également dispensée sans frais par *Yvelines Tourisme*, si nécessaire.

3. Intérêts pour la Plaine de Versailles

Il est envisageable qu'une « idée séjour » ou un « bon plan » combinant la Plaine de Versailles et le Château de Versailles ou la Plaine de Versailles et un autre attrait touristique des Yvelines soit proposé par *Yvelines Tourisme*, à condition qu'un hébergeur au moins, voire d'autres prestataires de ce territoire, ait intégré ce système (pour la démarche voir ci-dessous).

Il est intéressant de proposer un tel outil de commercialisation aux professionnels du tourisme de la Plaine de Versailles et aux agriculteurs qui font de la vente directe (pour la boutique) car il permet d'augmenter la visibilité de l'offre et facilite la réservation des prestations. Cela constitue d'autant plus une opportunité pour les professionnels qui n'ont pas encore de site internet dédié avec un module de réservation en ligne.

De plus, il permet de créer des liens entre l'offre de ce territoire et celle de Versailles ainsi que d'autres lieux touristiques du département en proposant de combiner hébergement, activités et vente de produits des Yvelines. Les clients ont véritablement la possibilité de confectionner leur séjour « à la carte ».

Un tel outil a l'avantage de faire connaître l'offre à d'autres segments de clientèle que ceux majoritairement présents sur la Plaine de Versailles actuellement. En effet, la fréquentation des structures d'hébergement et de restauration en particulier est assurée en grande partie par une clientèle en déplacement pour des motifs professionnels. La Place de marché d'Yvelines Tourisme pourrait contribuer à attirer une clientèle familiale lors de week-ends et de vacances.

Enfin, c'est une formule peu engageante pour les professionnels qui signent un contrat annuel. Les coûts sont modérés dans la mesure où la commission d'Yvelines Tourisme n'est prélevée qu'en cas de vente effective.

B) Le forfait « week-end tout compris »

Parmi les produits combinés qui fonctionnent bien se trouvent les packages comprenant au moins une nuit avec petit déjeuner et des activités. Cette formule permet d’emmener le visiteur au château de Versailles, ainsi que dans son parc, puis de lui faire découvrir la campagne peu connue qui s’étend à l’ouest de Versailles. De par sa renommée, Versailles permet de capter ces visiteurs. La Plaine de Versailles leur offre une campagne préservée pour une nuitée et des activités au calme et au contact de la nature.

1. Les coffrets cadeaux spécialisés dans les séjours

L’idée d’un coffret d’offres touristiques a déjà été évoquée par la promotion précédente du Master « tourisme et environnement ». Celle-ci s’est orientée vers la Smartbox® afin de promouvoir l’offre d’hébergement de la Plaine de Versailles.¹⁴ Notre promotion s’intéresse aux offres combinées, incluant la Plaine de Versailles et la ville de Versailles. Si la Smartbox® est un bon moyen de diffusion de l’hébergement ou des activités de loisirs, elle correspond peu à nos attentes en matière de produits combinés. Nous avons donc étudié les différentes possibilités de diffusion d’un produit combiné à partir de ce type de coffret.

a. Quels types de produits ?

Avant d’étudier ces différentes possibilités, nous devons définir le produit combiné ainsi que le rôle de l’APPVPA et des acteurs du tourisme dans ce projet.

L’idée est d’associer une ou plusieurs activités sur la Plaine et sur Versailles, une nuitée et la restauration sur la Plaine, le temps d’un Week-end. Au niveau de la restauration, il y a au moins le petit déjeuner compris, proposé par l’hébergeur. A cela peuvent s’ajouter des prestations comme un panier de produits du terroir, un livret sur les environs (histoire, culture, agriculture ...), une mise à disposition de vélos, un

¹⁴ MASTER 2 « TOURISME ET ENVIRONNEMENT », *Les conditions d’émergence d’une offre d’hébergement de qualité sur le territoire de l’APPVPA*, UVSQ, 2010, p.64.

apéritif, une coupe de champagne... De plus, cette formule permet de faire découvrir de nouveaux lieux ou des activités incluses dans le package et méconnues.

Cette forme de produits permet de faire connaître les professionnels du tourisme sur un territoire et ainsi de développer un dynamisme touristique sur celui-ci. En effet, cette offre concerne à la fois les hébergeurs (hôteliers, propriétaires de gîtes et chambres d'hôtes), les restaurateurs et les prestataires d'activités et de loisirs (du fermier au loueur de vélos). Le choix de l'intégrer à un coffret de séjour déjà existant, apporte de nouveaux touristes nationaux sur la Plaine de Versailles, sans pour autant qu'il ne s'agisse d'un tourisme de masse.

C'est une démarche qui doit être réalisée par les professionnels du tourisme (hôteliers, restaurateurs ...). Le but est ici de créer un produit sur un week-end où différents acteurs seraient impliqués. L'APPVPA a donc ici un rôle de médiateur et de moteur pour mettre ces professionnels en réseau et proposer des partenariats. Cette étude, diffusée au sein de l'APPVPA, offre des pistes comme un choix d'activités à combiner ou encore un choix de coffrets adaptés aux enjeux du territoire. Ce type de projet permet de regrouper les professionnels et acteurs du tourisme autour d'un même projet.

b. Les différents coffrets correspondant aux offres de la Plaine

Afin de faciliter la promotion et la commercialisation de produits combinés, nous avons choisis d'intégrer cette offre à des coffrets de séjours existant déjà.

⇒ Etude de coffrets présents sur dans la grande distribution

A partir de l'offre présente sur Internet, nous avons étudié les possibilités de coffrets de séjours touristiques. La plupart d'entre eux proposent uniquement des activités ou de l'hébergement. La difficulté est de trouver des coffrets correspondant à nos attentes de produits combinés, donc pouvant inclure une nuit, la restauration (au moins le petit-déjeuner) et une ou deux activités. Nous avons effectué une étude comparative sous forme de tableau, sur 6 coffrets, allant des plus populaires (Smartbox®) aux moins connus (Weekendtour®) : Les chiffres 1 à 3 correspondent à des notes attribuées en fonctions des critères détaillés dans le tableau sous le nom de la catégorie.

Il en ressort que les coffrets les plus populaires (Smartbox® et Wonderbox®) ne sont pas forcément les plus adaptés à nos attentes et aux enjeux du territoire. Ainsi, nous pouvons retenir : Weekentour®, Dakotabox®, Happytime®.

⇒ Quels sont les coffrets les plus adaptés au territoire ?



Organisme / collection de coffret	Diversité de séjours Intéressants pour la Plaine) (1 : 1 à 2 types 2 : 3 à 4 types 3 : 5 et +) *	Quantité d'activités proposées (1 faible 3 élevée)*	Hébergement (0 : non 3 : oui)*	Restauration (0 : non ; 1 : petit déjeuner ; 2 : déjeuner + 1 repas (midi ou soir) ou si dépend du séjour ; 3 : tous les repas de la journée)*	Autres prestations (quantité – qualité)*	Contrainte de l'organisme pour les Partenaires (1 élevée 3 faible)* Pour information, ne compte pas dans le classement	Nombre de points (ne prend pas en compte les contraintes qu'impose l'organisme car beaucoup de N.C).*	Classement
Smartbox®	1	1	3	1	1	N.C	7	5
Dakotabox®	2	3	3	2	3	N.C	13	2
Wonderbox®	1	1	3	1	0	3 (sans frais)	6	6
Happytime®	2	3	3	1	2	3 (sans frais) commission que si vente	11	3
Weekentour®	3	3	3	2	3	N.C	14	1
Doze®	1	2	3	2	2	2 (pas mention de frais ou commissions)	10	4

Weekentour® propose, depuis 2006, des coffrets de prestations sèches (activités seules) mais également des coffrets de séjours tout compris, les Week'n Go ou les Week'n Box. Il existe 10 coffrets Week'n Go et 10 coffrets Week'n Box. Ils offrent des week-ends thématiques en France incluant : nuit, petit déjeuner, dîner et activités sur place.

La société possède la compétence d'agence de voyage et travaille avec 73 offices du tourisme et comités du tourisme. Elle s'appuie sur les professionnels locaux. Les coffrets possèdent plusieurs labels :



Parmi les coffrets disponibles, un produit combiné de la plaine peut s'inscrire parmi plusieurs :

Visuel	Nom du coffret	Nombre de nuitée	Nombre de repas	Activités incluses	Autres prestations	Prix (po
	Cadeau Gourmand à la ferme	1	Petit déjeuner Diner en tables d'hôte	1 (pas dans tous les coffrets) Visite d'exploitations randonnée... (Activités peu coûteuses pour le prestataire)	/	119.90€
	Escapade Romantique	1	Petit déjeuner Diner	1 ou 2 Visites de musées ou sites historiques, Visites d'exploitation avec dégustations, Séances bien-être,	Accès Jacuzzi ou piscines, bouteille de vin, corbeille de fruits (exemples, Dépendent des coffrets)	189.90 €
	Week End 100% Nature	1	Petit déjeuner Déjeuner ou diner	1 ou 2 visites ou sport	Panier ou coffret de vin Livret sur les environs Mise à disposition de vélo(s) (exemples, dépendent des coffrets)	219.90€

	Week End Saveurs de nos terroirs	1	Petit déjeuner Diner du terroir, table d'hôte ou gastronomique	1 ou 2 Dégustations, visites producteurs, visites de caves ...	Coffret de vins Livret sur les environs (exemples, dépendent des coffrets)	249.90€
	Week End Secret d'Histoire	1	Petit déjeuner Diner	1 ou 2 Visite des villes, entrées aux musées ou sites historiques. Pass de la ville pour des visites.	Panier / coffrets avec produits du terroir. Bon d'achat de -% dans la boutique de l'OT (exemples, dé- pendent des coffrets)	279.90€

La société propose des coffrets classiques, appelés Week'n Box. Ils sont constitués par un livret et un chèque cadeau pour régler la prestation. Les réservations s'effectuent directement auprès des prestataires, par téléphone. Pour contrer les failles des coffrets cadeaux, divulguées par l'UFC Que-choisir en 2008 (manque de disponibilités, qualité moindre des hébergements), Weekendtour® a créé les coffrets Week'n Go. La société a mis en place « un service de réservation dédié, sur place qui s'occupe de toute l'organisation du séjour »¹⁵. Des professionnels sont à l'écoute des clients pour organiser leur séjour. La disponibilité est garantie si la réservation s'effectue trois semaines à l'avance. Au-delà, une solution d'hébergement équivalente est proposée au client.¹⁶ Tout comme la Week'n Box, la Week'n Go possède un livret et un bon pour payer les prestations. Le client appelle donc une centrale de réservation et non le prestataire directement.

¹⁵ WEEKENDTOUR, WEEKENDTOUR, 2009, <http://www.weekendtour.fr/presse/>.

¹⁶ WEEKENDTOUR, WEEKENDTOUR, 2009, <http://www.weekendtour.fr/presse/>.

Weekendtour diffère de ses concurrents en proposant non seulement des prestations sèches mais également des séjours tout compris. Il se place dans l'optique de la découverte d'un territoire « Au delà d'une simple solution d'hébergement, nous participons à la découverte d'une région, de sa culture et de sa gastronomie. »¹⁷ En cela, il correspond tout à fait aux attentes de la Plaine.¹⁸



La Dakota Box® fonctionne avec le système le plus courant. Ce sont les clients qui doivent faire les démarches de réservation directement auprès des professionnels du tourisme. Ils ne passent pas par une centrale de réservation et la disponibilité n'est pas nécessairement assurée. Le client doit activer son coffret sur le site Internet de la société. Il paie avec le chèque cadeau contenu dans le coffret et doit montrer l'email de validation reçu lors de l'activation de celui-ci.

Visuel	Nom du coffret	Nombre de nuitée	Nombre de repas	Activités incluses	Autres prestations	Prix (pour 2 adultes)
	Séjour Délices d'GEO	1	Petit déjeuner	1 ou 2 Visites de producteurs dégustations	/	139.90€
	Séjour	1	Petit Déjeuner Certains proposent le diner	1 ou 2 Initiations sportives, ateliers nature, entrées à des centres d'interprétations, visites d'exploitations, villes, ballade à cheval	Livrets explicatifs de l'environnement, des environs ... Mise à disposition de Vélo, canoë, carte IGN, carnet de route ... Produits du terroir, mise à disposition de barbecue et autres infrastructures type tennis ... (exemples, dépendent des coffrets)	169.90€

¹⁷ WEEKENDTOUR, WEEKENDTOUR, 2009, <http://www.weekendtour.fr/presse/>.

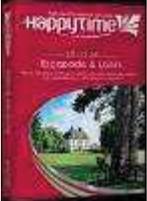
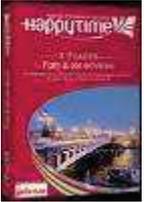
¹⁸ WEEKENDTOUR, WEEKENDTOUR, 2009, <http://www.weekendtour.fr/presse/>.

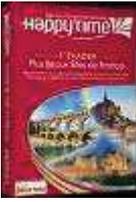
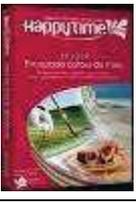
	Week-end en France 	1	Petit-déjeuner Diner Panier pique-nique chez certains	1 ou 2 Visites de musées, sites historiques, d'exploitations ... Randonnée ULM	Cocktail offert, panier du terroir... Prêt de vélo(s) (exemples, dépendent des coffrets)	259.90€
---	--	---	---	---	--	----------------

Certains coffrets sont estampillés GEO. Cependant, nous n'avons pas plus d'informations sur ce label ou cette recommandation. Dakota Box® ne met pas beaucoup à disposition les informations concernant sa société et son fonctionnement. Nous suggérons donc de prendre contact avec la société une fois le produit élaboré.



Tout comme ses deux précédents concurrents, Happytime® propose des prestations sèches et des séjours tout compris. L'originalité de cette société, créée en 2008, est de proposer différents modes de prestations : la réservation directement en ligne, comme on le ferait sur un site d'un tour opérateur et le coffret cadeau l'« happybox ». Sur le site Internet, les séjours sont classés thématiquement, par exemple : « séjour pittoresque », « séjour citadin et culturel », « séjour luxe »... Les coffrets, ou « box », regroupent, comme pour ses concurrents, les séjours par thématiques mais surtout par prix.

Visuel	Nom du coffret	Nombre de nuitée	Nombre de repas	Activités incluses	Autres prestation	Prix (pour 2 adultes)
	Escapade et Loisirs	1	Petit Déjeuner Diner	1 ou 2	Selon offre	149,90 €
	Paris & ses environs	1	Petit déjeuner Un repas selon l'offre	1 ou 2 (pas obligatoire, selon offre)	Selon offre	149,90 €

	Plus beaux sites de France	1	Petit déjeuner Un repas selon l'offre	1 ou 2 (pas obligatoire, selon offre)	Selon offre	149,90 €
	Escapade autour de Paris	1	Petit déjeuner Diner	1 ou 2	Selon offre	259.90€

La consultation des disponibilités ainsi que la réservation s'effectuent par Internet. Le client connaît donc les disponibilités en temps réel. Les dates sont libres. Le coffret « Plus beaux sites de France » comprend déjà des offres sur la Plaine de Versailles et autour. En effet, nous y trouvons le gîte des Moulineaux (Bailly), un gîte à Chavenay ainsi que des offres d'hôtels à Loges-en-Josas, Versailles et Rambouillet.

Happytime propose un référencement gratuit aux professionnels souhaitant devenir partenaires. Une commission est prélevée en cas de vente. Ils bénéficient de la centrale de réservation sur Internet ou par téléphone. Les prix et les commissions varient en fonction des saisons touristiques (basse et haute) pour garantir un maximum de disponibilités. La société garantit une forte rentabilité. Les partenaires ont à leur disposition un extranet qui leur est dédié. Sur celui-ci, ils gèrent eux-mêmes leurs disponibilités et leur agenda. La centrale de réservation facilite la gestion. Ainsi le prestataire n'est pas contacté directement.¹⁹

⇒ Les avantages de ce type de coffret

Cette forme de produit a plusieurs avantages.

Tout d'abord, ils permettent **une large promotion**, souvent au niveau national, grâce à leurs réseaux de vente dans les grands magasins et leurs sites Internet. Les coffrets

¹⁹ HAPPYTIME, *Happytime, agence d'évasion et de loisirs : Dossier de presse*, novembre 2010, <http://www.happytime.com/info-presse.html>.

cadeaux sont organisés par thèmes et par prix, ce qui facilite leur visibilité et aide le client à faire un choix.

Les gammes de coffrets cadeaux existant **facilitent la commercialisation** grâce à leur réseau d'affiliés déjà existant. La commercialisation sur Internet peut se faire sous deux formes (comme pour Happytime®) par l'achat d'un coffret cadeau à offrir ou d'un séjour à réserver pour soi-même.

Le faible nombre d'hébergements de type gîte et chambre d'hôte n'est pas un problème pour ce type de produit qui n'est **pas destiné à un tourisme de masse**. Les réservations se font en fonction des disponibilités. Ainsi, l'afflux de touristes est contrôlable car ils viennent petit à petit. La quantité de touristes dépend du nombre d'offres. Si les demandes augmentent dans le futur et que ce nombre convient au territoire, il suffira d'ajouter une autre prestation. Cependant, si le flux de touristes convient, il n'y aura pas d'ajout de nouveaux produits à faire.

Cette forme de package permet aux visiteurs de ne pas avoir de soucis lors de l'organisation de leur voyage. C'est encore plus frappant avec Weekendtour® et Happytime® qui proposent des centrales de réservation. Les clients ne sont plus obligés d'appeler un par un les prestataires. De plus la forme « coffret » permet de faire des cadeaux où les clients ont le choix des dates et de la destination.

C'est cette **flexibilité** et maintenant la **simplicité** de réservation qui font le succès de ce type de produits touristiques.

⇒ **Quelques inconvénients relevés**

Cependant, les coffrets offrent quelques inconvénients, tout d'abord pour les prestataires. Ils regroupent des offres sur des thèmes et des prix identiques. Ils mettent donc en **concurrence** des produits de valeurs identiques. Il faut donc mettre en avant des prestations différentes, voire même typiques du territoire. L'originalité permet de se démarquer et de se faire connaître.

Pour le client, les coffrets n'incluent pas **le transport**. Cette prestation serait trop compliquée à mettre en œuvre car il faudrait tenir compte des différents lieux de résidence des clients et des différents moyens de locomotion. De plus, beaucoup de personnes partent en vacances avec leurs voitures.

Les inconvénients sont moins nombreux que les avantages. Les coffrets cadeaux méritent que l'on s'y intéresse.

⇒ **L'offre du territoire et les coffrets : comment les concilier ?**

Plaçons les coffrets retenus dans le cadre précis d'une offre combinant la Plaine de Versailles avec la Ville et le château de Versailles. Nous proposons ainsi les possibilités d'hébergement, de restauration, d'activités et autres prestations sur le territoire étudié, adaptées aux coffrets. Les possibilités sont ici détaillées. Une liste d'activités est proposée pour chaque coffret. Nous avons sélectionné les activités correspondant au mieux au coffret. Il appartient ensuite à l'APPVPA et aux acteurs de choisir les activités parmi cette liste en fonction des souhaits des acteurs, du coût de leurs prestations et du prix de vente du coffret. Il doit cependant y avoir toujours une activité sur la Plaine et une dans Versailles.

Composition des coffrets, exemples de produits pouvant être mis en place en fonction des coffrets :

(Sur la base de 2 personnes avec un hébergement toujours sur la Plaine)

Collection	Coffret	Prix (en €)	Hébergement	Restauration	Nombre d'activités	Autres prestations
Weekendtour	Cadeau gourmand à la ferme	119.90	1 nuit Gîte ou chambre d'hôte, de préférence à la ferme	Petit Déjeuner Diner en table d'hôte	1	non
	Escapade romantique	189.90	1 nuit Chambre d'hôte de charme ou hôtel	Petit déjeuner Diner	1 ou 2	Apéritif, bouteille de vin ou corbeille de fruits (locaux)
	Week-end 100% Nature	219.90	1 nuit Chambre d'hôte, gîte ou camping	Petit Déjeuner Déjeuner ou diner	1 ou 2	Livret sur les environs Mise à disposition de vélo(s)
	Week-end saveurs de nos terroirs	249.90	1 nuit Chambre d'hôte ou hôtel	Petit déjeuner Diner gastronomique	1 ou 2	Panier du terroir Livret sur les environs
	Week-end secret d'histoire	279.90	1 nuit Chambre d'hôte ou hôtel	Petit déjeuner Diner gastronomique	1 ou 2	Livret sur les environs Panier du terroir

Dakota box	Séjour Délices du terroir	139.90	1 nuit Chambre d'hôte ou gîte	Petit déjeuner	1 ou 2	Panier du terroir
	Séjour Eco-Nature	169.90	1 nuit Chambre d'hôte, gîte ou hôtel	Petit déjeuner	1 ou 2	Livret sur les environs
	Week End découverte en France	259.90	1 nuit Chambre d'hôte, gîte ou hôtel	Petit déjeuner Diner	1 ou 2	Livret sur les environs Panier du terroir
Happytime	Paris & ses environs	149.90	1 nuit Chambre d'hôte, gîte ou hôtel	Petit Déjeuner Diner (en fonction des activités)	1 ou 2	Livret sur les environs
	Escapade et Loisir	149.90	1 nuit Chambre d'hôte ou gîte	Petit Déjeuner Diner (en fonction des activités)	1 ou 2	Livret sur les environs
	Plus beau sites de France	149.90	1 nuit Chambre d'hôte ou gîte (Gîte de Moulineaux et un gîte à Chavenay font partis de l'offre)	Petit Déjeuner Diner (en fonction des activités)	1 ou 2	Livret sur les environs
	Escapade autour de Paris	259.90	1 nuit Chambre d'hôte de charme ou hôtel	Petit Déjeuner Diner gastronomique	1 ou 2	Coupe de champagne Panier du terroir

Détail des activités possibles sur le territoire en fonction des coffrets choisis :

(A choisir en fonction du nombre d'activités déterminé, du prix du coffret et du coût de la prestation)

Collections	Coffrets	Culture				Nature				Sport		Gastronomie	
		Visite du château (libre)	Visite du parc (Trianon et bergerie)	Potager du roi	Les Grandes Eaux (en saison) / ou spectacle Académie Equestre	Cueillette à la ferme	Location de vélo (en saison)	Visite d'une ferme pédagogique (grignon – Gally)	Ballade en calèche	Golf	Balade à cheval	Atelier cuisine	Visite d'une exploitation + dégustation
Weekendtour	Cadeau gourmand à la ferme 119.90			x		x		x					x
	Escapade romantique 189.90	x	x		x		x		x		x	x	
	Week-end 100% Nature 219.90		x	x		x	inclus	x	x	x	x		x
	Week-end saveurs de nos terroirs			x		x	x	x				x	x

	249.90												
	Week-end secret d'histoire 279.90	x	x	x	x			x	x				x
Dakota box	Séjour Délices du terroir 139.90			x		x	x	x					x
	Séjour Eco-Nature 169.90		x	x		x	x	x	x		X		x
	Week End découverte en France 259.90	x	x	x			x	x	x	x	x	x	x
Happytime	Paris & ses environs 149.90	x	x	x	x		x	x	x				x
	Escapade et Loisir 149.90		x	x			x	x	x	x	x		x
	Plus beau sites de	x	x	x	x		x		x		x		x

Les coffrets sont intéressants car ils proposent de commercialiser des forfaits de séjours touristiques, tout en réalisant leur promotion. Certains offrent des outils de gestion à leurs prestataires, facilitant ainsi les réservations pour les clients et pour les professionnels. Les coffrets connaissent un succès important. Il est donc intéressant de profiter de leur notoriété. Cependant, malgré nos demandes, nous n'en savons pas plus sur les contraintes exactes qu'engendre le partenariat pour les professionnels du tourisme. Les coffrets sont dans l'ensemble, assez flous sur ce point.

⇒ Fiche produit (voir page suivante)

 		Fiche produit N° 3 Coffret Week-End
⇒ Nature du produit		
Description	Ce produit est un package comprenant une nuit, la restauration et une ou plusieurs activités. Nous proposons d'inclure ce package dans une offre déjà existante afin de faciliter sa promotion et sa commercialisation. Nous avons choisi le concept de coffret d'offres touristiques, plus particulièrement trois : Weekendtour®, Dakotabox® et Happytime®.	
Type	Culture, nature, agricole, gastronomie, sport et loisirs	
Domaines d'activités concernés	Château de Versailles, Agriculteurs, Gîtes et chambres d'hôte, restaurateurs, musées, loueurs de vélo, cochers, golfs, structures de loisirs, centres équestres	
Saisonnalité	Annuel	
Prix approximatif client	En fonction des coffrets déjà existants, le prix varie entre 119.90€ et 279.90€	
Durée de consommation du produit	Un weekend	

⇒ Public concerné	
Profil du public visé	Couples, amis ou famille. Généralement ces produits ne s'adressent qu'à ces personnes. Toutes les tranches d'âges sont concernées.
Provenance	IDF – France – Etrangers revenant en France Les transports ne sont pas compris dans l'offre.
Accessibilité aux handicapés et aux personnes à mobilité réduite	Certaines activités peuvent être accessibles aux personnes à mobilité réduite et aux personnes possédant d'autres handicaps. Certains logements peuvent être équipés pour recevoir ces personnes.

⇒ Mise en œuvre	
Référent(s)	Nommer un membre de l'APPVPA capable d'orienter les professionnels du sujet et de les mettre en réseau.
Acteurs et partenariats	Château de Versailles Académie du Spectacle Equestre Loueur de Vélo (Phébus) Potager du roi Ferme de Gally Ferme de Pontaly (attelage) Ecurie Grandpierre Centre Equestre des Molineaux Centre équestre des Alluets-le-Roi Maison Gaillard Golf de Noisy-le-Roi Golf de Saint-Nom-le-Bretèche Golf de Feucherolles
Aménagements	Aucun, les infrastructures sont déjà existantes
Impacts	Ces coffrets augmentent l'intérêt touristique pour un lieu mais n'entraînent pas un tourisme de masse. Ils permettent le développement du tourisme tout en préservant le cadre de vie. Ils engendrent quelques retombées économiques sur la Plaine de Versailles.
Modes de	Parmi un panel de coffrets, nous en avons retenu trois :

commercialisation	<ul style="list-style-type: none"> - Weekentour® - Dakota Box® - Happytime® <p>Ils semblent correspondre le mieux aux critères d'élaboration d'un produit combinant nuit, restauration et activités.</p> <p>Ces coffrets sont vendus sur Internet mais également dans les grandes enseignes comme La FNAC®.</p>
Modes de communication	Le coffret intègre son propre mode de promotion. Ils sont très populaires. Les coffrets sont ainsi visibles en magasins (grandes enseignes) ainsi que sur Internet.
Coût de réalisation	Quelques uns de ces coffrets proposent un partenariat sans frais de départ. Ils ne prélèvent une commission que si une vente a eut lieu.
Financements possibles	Aucun

⇒ Contacts	
CHATEAU DE VERSAILLES - DUPONT Lionel	Service du développement des publics Direction du développement cultu RP 834 - 78008 VERSAILLES CEDEX 01 30 83 77 68 lionel.dupont@chateauversailles.fr + Contact que possède l'entreprise
POTAGER DU ROI - JACOBSONH Antoine	Ecole Nationale Sup du Paysage 10, rue du Maréchal Joffre 78000 Versailles 01.39.24.62.62 ou 06.60.49.55.13 a.jacobsohn@versailles.ecole-paysage.fr
ACADEMIE DU SPECTACLE EQUESTRE - Contact de l'entreprise	Manège de la Grande Ecurie du Château de Versailles Avenue Rockfeller 78 000 Versailles Versailles +Contact que possède l'entreprise
PHEBUS VELO	Place Raymond Poincaré Versailles

	01 39 20 16 60 phebusvelo@keolis.com
FERME DE PONTALY - GOURBAIL Yoann	Route de Fontenay 78870 BAILLY 06 12 73 89 19 gourbail.attelage@orange.fr
FERME DE GALLY - LAUREAU Xavier	Co-directeur Ferme de Vauluceau BAILLY 01 39 63 20 20
ECURIE GRANDPIERRE - GRANDPIERRE Jack	Chemin du Moulin Vert 78630 Orgeval 06 03 07 52 82
CENTRE EQUESTRE DES MOULINEAUX	Bailly 06 03 22 58 72
CENTRE EQUESTRE DES ALLUETS-LE- ROI	Mme Gevresse et William Gevresse Route de Crespières 78 580 Les Alluets le Roi 01 39 75 95 52
GOLF DE NOISY-LE-ROI	1 Chemin de la Pièce à Samson - RD 307 78590 NOISY-LE-ROI 01 34 62 05 50 golf-de-noisy@free.fr
GOLF DE SAINT-NOM-LE- BRETECHE	La Tuilerie 78860 SAINT-NOM-LA-BRETECHE 01 30 80 04 40
GOLF DE FEUCHEROLLES	Sainte-Gemme 78810 FEUCHEROLLES 01 30 54 94 94 accueil.gdf@orange.fr
FERME	110 route Royale

GAILLARD	78580 les Alluets-le-Roi 01 39 75 95 65 maisongaillard@wanadoo.fr
CDT - DEPARDIEU Solange	Responsable produits 3 rue de Fontenay 78000 Versailles 01 39 07 86 31

⇒ Benchmarking	
Forfaits touristiques « Box »	SmartBox - Doze - Wonderbox - Dakota box - Weekendtour - Happytime
CDT de la Meuse	Réalisation d'un coffret adapté à leur territoire, le M'box. http://www.tourisme-meuse.com/fr

2. M'box : exemple d'un coffret dédié à un territoire

Les M'Box sont un autre exemple de coffrets cadeaux, cependant ils ont la particularité d'avoir été conçus par le Comité Départemental du Tourisme de la Meuse.

Chaque séjour proposé dans les coffrets comprend au minimum une nuit pour 2 personnes avec petit-déjeuner en hôtel, gîte ou chambre d'hôtes. Ces coffrets reprennent la formule de base des coffrets cadeaux : un livret proposant des séjours et un bon à donner au prestataire en guise de paiement (l'argent est reversé au prestataire par le revendeur du coffret). Cependant, il n'y a pas de centrale de réservation. Les clients prennent directement contact auprès des prestataires pour réserver. Afin de connaître les attentes de leurs clients, un questionnaire de satisfaction est inclus dans chaque coffret.

Visuel	Nom du coffret	Nombre de nuitée	Nombre de repas	Activités incluses	Autres prestations	Prix (pour 2 adultes)
	Séjours Sympas	1	Dépend de l'offre	1 ou 2 Visite d'exploitations, cours d'œnologie, visites guidées,	Produits du terroir Prêt vélo Paniers garnis (exemples, dépendent des coffrets)	89€
	Séjour découverte	1	Dépend de l'offre	1 ou 2 Randonnée avec des ânes, balade à cheval, promenade en calèche, visite d'exploitation, tennis, mini-golf ... Visites de musées, villes, sites ...	Prêt de vélo Produits du terroir Réductions pour d'autres activités Cadeaux de bienvenue (exemples, dépendent des coffrets)	129€
	Séjour Art de vivre	1	Petit déjeuner Diner	1 ou 2 Visites culturelles, pêche, bien-être	Champagne / Apéritifs, Produits du terroir, paniers garnis Prêt vélo Accès soins Bien-être Cadeau de bienvenue (Dépend de l'offre)	249€

La M'Box s'engage dans le développement durable en proposant des séjours labélisés « Tendance Nature ». Ce label s'applique aux séjours en établissement écologique et/ou aux activités éco-touristiques. De plus, elle soutient la lutte contre la déforestation en Afrique auprès de l'association humanitaire « Nigermazaada ». A chaque coffret acheté, un arbre est replanté.

Elle est distribuée dans les grandes surfaces des départements voisins, type Leclerc ou Intermarché, les agences de voyages, les magasins spécialisés (par exemple un magasin de pêche), les bureaux de tabac et bien évidemment, sur le site internet du CDT de la Meuse.

La M'Box est une idée originale dont pourrait s'inspirer les acteurs du tourisme : prestataires et Yvelines Tourisme. L'APPVPA, comme précédemment, est alors un moteur et un médiateur entre les acteurs, permettant la réflexion et la création autour de ces produits. Les acteurs pourraient également utiliser des labels déjà existant et connus auprès du grand public afin d'apporter un gage de qualité : Gîte Panda, Gîte de France, Clévacances, etc. Le concept peut être repris sous cette forme ou en combinant les différents atouts des autres coffrets vus précédemment. Ceci est une piste d'évolution pour la « place de marché » d'Yvelines Tourisme, si ce dernier souhaite formaliser son offre « week-end » pour une clientèle individuelle.

Cette approche par les coffrets est une suggestion que nous ne pouvons développer d'avantage. Il appartient aux acteurs de se regrouper, au sein de l'APPVPA, afin d'élaborer les offres touristiques les plus adaptées au territoire et à leurs attentes.

3. Commercialisation d'un forfait touristique par Guidatours®

Nous proposons de commercialiser un forfait touristique par l'intermédiaire de professionnels, comme un tour opérateur. Guidatours®, agence réceptive touristique de Versailles, s'est montrée intéressée par notre projet.



Guidatours® est une agence située à Versailles. Celle-ci propose plusieurs prestations :

- Des visites du château de Versailles et du parc avec ou sans guide
- Des Week-end à Versailles incluant la nuit, le petit déjeuner et la visite du château, du parc et de la ville de Versailles
- Des hôtels à Versailles
- Des visites de Paris et Giverny

Au cours d'un entretien, Guidatours® a montré de l'intérêt pour la création d'un billet combiné : Château de Versailles et une activité de Plaine, comme par exemple la Ferme de Gally. Ils se montrent également très intéressés par la création d'un package d'un week-end incluant à la fois Versailles et la Plaine.

a. Création du forfait

Nous pouvons offrir un package construit sur le modèle des coffrets cadeaux vus précédemment. L'entreprise propose des week-ends à 150€ incluant des visites guidées, des visites libres, la nuit dans un hôtel et le petit déjeuner.

Happytime® commercialise des coffrets à 149€. Par exemple, le coffret « Paris et ses environs » comprend une nuit, le petit déjeuner, un dîner, une ou deux activités et une prestation supplémentaire.

Le forfait qui pourrait être réalisé avec Guidatours® peut suivre cet exemple. Cependant, la société ne souhaite pas inclure un repas pour laisser plus de liberté à ses clients. Le dîner est alors remplacé par une activité ou une prestation supplémentaire. Le package se combine alors ainsi :

1 nuit en chambre d'hôte + Petit Déjeuner + activités + un panier gourmand
sur la Plaine de Versailles

En ce qui concerne les activités, une d'entre elles comprend obligatoirement une visite du château (guidée ou non) ou du parc avec le domaine de Marie Antoinette (guidée ou non). A celle-ci, nous en rajoutons une ou deux autres à choisir parmi la liste ci-dessous. Cette liste doit être soumise à l'APPVPA pour qu'elle donne son accord sur les prestations choisies et qu'elle contacte les responsables afin d'obtenir leurs accords.

Type d'activité	Lieux
Académie de spectacle Equestre	Versailles
Château de Versailles	Versailles
Potager du roi	Versailles
Location de vélo	Versailles
Cueillette à la ferme	Ferme de Gally
Visite d'une ferme pédagogique	Ferme de Gally Ferme de Grignon
Ballade en calèche	Ferme de Pontaly
Golf	Noisy-le-Roi Feucherolles Saint-Nom-la-Bretèche
Ballade à cheval	Orgeval Bailly Les Alluets-le-roi
Atelier cuisine	Ferme de Gally
Visite d'exploitation et dégustation	Les Alluets-le-roi

Nous ne précisons pas les activités en lien avec le Château de Versailles et l'Académie du spectacle équestre car la société travaille déjà avec ces prestataires.

Il est à noter que ce type de produit ne concerne que les personnes véhiculées. Les activités et hébergements sur la Plaine sont parfois difficiles d'accès en transport en communs.

b. Mise en place du partenariat

Guidatours® se trouve très intéressée par notre projet de package. L'entreprise nous propose de reprendre contact avec elle à la rentrée universitaire prochaine (2011/2012). Nous suggérons donc à Monsieur Ramousse, directeur du Master 2 « Tourisme et Environnement », de prendre contact avec Guidatours® à ce moment. Un groupe d'étudiant du Master pourrait travailler sur ce sujet. La société a émis l'hypothèse de mettre un étudiant en stage de BTS sur la création de ce produit dès le mois d'Octobre.

Le travail que nous venons d'effectuer peut être repris dans le cadre d'un stage comme un point de départ et une aide à la création. Dans ce cadre, l'APPVPA doit être consultée afin d'apporter son avis sur les activités et de servir d'intermédiaire entre l'entreprise et les professionnels du tourisme présents sur la Plaine de Versailles.

c. Fiche produit

		<p>Fiche produit N°4</p> <p>Forfait Court séjour par Guidatours®</p>
---	---	--

⇒ Nature du produit	
<p>Description</p>	<p>Il s'agit d'un produit de type « package » créé et commercialisé par des professionnels de la vente de produits touristiques. Nous avons choisi une agence située à Versailles et qui montre un intérêt pour ce projet : Guidatours®.</p> <p>Le package comprend une nuit en chambre d'hôte sur la Plaine de Versailles, un petit déjeuner, deux activités (une au château de Versailles et son parc et une sur la Plaine de Versailles) et une prestation en plus de type panier gourmand (remis par l'hébergement).</p>

Type	Culture, nature, agricole, sport et loisirs
Domaines d'activités concernés	Château de Versailles, Agriculteurs, Gites et chambres d'hôte, musées, loueur de vélo, cocher, golf, structures de loisirs, centres équestres ...
Saisonnalité	Annuel
Prix approximatif pour le client	150 €
Durée de consommation du produit	Un week-end

⇒ Public concerné	
Profil du public visé	Familles, couples, amis Possédant un véhicule. Le cas échéant, la location d'un véhicule peut être proposée en option.
Provenance	IDF – France – Etrangers revenant en France
Accessibilité aux handicapés et aux personnes à mobilité réduite	Certaines activités peuvent être accessibles aux personnes à mobilité réduite et aux personnes possédant d'autres handicaps.

⇒ Mise en œuvre	
Référent(s)	Guidatours ® 10 avenue du Général de Gaule 78000 Versailles 01 39 02 05 18 guidatours@guidatours.com
Acteurs et partenariats	Château de Versailles Académie du Spectacle Equestre Loueur de Vélo (Phébus) Potager du roi Ferme de Gally Ferme de Pontaly (attelage) Ecurie Grandpierre Centre Equestre des Moulineaux Centre équestre des Alluets-le-Roi Musée Victor Aubert

	Maison Gaillard Golf de Noisy-le-Roi Golf de Feucherolles Golf de Saint-Nom-la-Bretèche
Aménagements	Aucun
Impacts	Retombées économiques sur la Plaine Versailles Pas de changement dans le cadre de vie des habitants de la Plaine car ce n'est pas du tourisme de masse.
Modes de commercialisation	La société Guidatours® crée et commercialise ce produit en partenariat avec l'APPVPA. L'entreprise propose éventuellement de mettre un stagiaire sur la création de ce produit dès le mois d'Octobre 2011. Un groupe d'étudiant de Master 2 « Tourisme et Environnement » peut également travailler sur ce sujet en partenariat avec la société et l'APPVPA.
Modes de communication	La société possède son propre réseau et réalise sa propre promotion.
Coût de réalisation estimé	<ul style="list-style-type: none"> - Stagiaire pour la création du produit : payé par Guidatours - Groupe d'étudiants de Master 2 « Tourisme et environnement » : dans le cadre du partenariat avec l'APPVPA.
Financements possibles	Le programme européen LEADER apporte des financements à l'APPVPA pour le développement du tourisme sur la Plaine de Versailles. Dans ce cadre, des financements sont attribués au Master 2 « Tourisme et Environnement » pour la réalisation du diagnostic et la réalisation de propositions pour valoriser ce territoire.

⇒ Contacts	
GUIDATOURS® - POTAPEL Sandra	10 avenue du Général de Gaule 78000 Versailles 01 39 02 05 18 guidatours@guidatours.com
CHATEAU DE VERSAILLES - DUPONT Lionel	Service du développement des publics Direction du développement culturel RP 834 - 78008 VERSAILLES CEDEX 01 30 83 77 68 lionel.dupont@chateauversailles.fr

POTAGER DU ROI - JACOBSONH Antoine	Ecole Nationale Sup du Paysage 10, rue du Maréchal Joffre 78000 Versailles 01.39.24.62.62 ou 06.60.49.55.13 a.jacobsohn@versailles.ecole-paysage.fr
ACADEMIE DU SPECTACLE EQUESTRE - Contact de l'entreprise	Manège de la Grande Ecurie du Château de Versailles Avenue Rockefeller 78 000 Versailles Versailles
PHEBUS VELO	Place Raymond Poincaré Versailles 01 39 20 16 60 phebusvelo@keolis.com
FERME DE PONTALY - GOURBAIL Yoann	Route de Fontenay 78870 BAILLY 06 12 73 89 19 gourbail.attelage@orange.fr
FERME DE GALLY - LAUREAU Xavier	Co-directeur Ferme de Vauluceau BAILLY 01 39 63 20 20
ECURIE GRANDPIERRE - GRANDPIERRE Jack	Chemin du Moulin Vert 78630 Orgeval 06 03 07 52 82
CENTRE EQUESTRE DES MOULINEAUX	Bailly 06 03 22 58 72
CENTRE EQUESTRE DES ALLUETS-LE-ROI Mme Gevresse et William Gevresse	Route de Crespières 78 580 Les Alluets le Roi 01 39 75 95 52
GOLF DE NOISY- LE-ROI	1 Chemin de la Pièce à Samson - RD 307 78590 NOISY-LE-ROI 01 34 62 05 50 golf-de-noisy@free.fr
GOLF DE SAINT-	La Tuilerie

NOM-LE-BRETECHE	78860 SAINT-NOM-LA-BRETECHE 01 30 80 04 40
GOLF DE FEUCHEROLLES	Sainte-Gemme 78810 FEUCHEROLLES 01 30 54 94 94 accueil.gdf@orange.fr
MAISON GAILLARD	110 route Royale 78580 les Alluets-le-Roi Tél : 01 39 75 95 65 E-mail : maisongaillard@wanadoo.fr

⇒ Benchmarking	
Guidatours®	Agence touristique réceptive à Versailles (voir ci-dessus)

Les trois produits touristiques que nous venons de développer ont été sélectionnés pour leur faisabilité aisée et leur coût le plus faible possible. Le rallye pédestre, le circuit cyclotouristique ainsi que les forfaits sont aussi des formules très demandées par les touristes comme en attestent les recherches que nous avons effectuées sur les tendances de l'offre en France et l'étude de clientèle de notre promotion de Master durant l'automne 2010.

La concrétisation de ces projets nécessite l'intervention de plusieurs acteurs, chacun étant spécialisé dans une ou plusieurs des phases de la réalisation. Intéressons nous désormais au(x) rôle(s) des principaux partenaires, outre les professionnels du territoire, dans la mise en œuvre de chacun de ces produits.



Partie 3

Synthèse :

Acteurs et Partenariats



Les trois produits touristiques que nous avons développés au cours de ce projet d'étude préalable impliquent tous un certain nombre d'acteurs variés et leur coordination. Nous avons donc réalisé une synthèse récapitulant les rôles potentiels de chaque partenaire pour le développement de chacun de ces produits. Elle est complétée par des schémas récapitulatifs des acteurs et du phasage de la mise en œuvre de chaque produit dans la partie Annexes.

1) L'Association Patrimoniale de la Plaine de Versailles et du Plateau des Alluets (APPVPA)

L'APPVPA est le coordinateur officiel du projet mis en place sur le territoire de la Plaine de Versailles et du Plateau des Alluets dans le cadre du programme Européen LEADER. Cette étude répond à sa demande de préfiguration de produits touristiques combinant ce territoire et le pôle touristique de Versailles.

Cet organisme a une forte responsabilité dans la transmission de l'information, notamment concernant les propositions de produits touristiques qui sont faites pour le territoire. Les différents acteurs, et notamment les professionnels du tourisme et les agriculteurs qui diversifient leur activité devraient prendre connaissance de ces éléments. Dans un second temps, il paraîtrait utile qu'il anime une concertation pour le choix des produits touristiques retenus, leur hiérarchisation éventuelle et le phasage de leur concrétisation.

L'APPVPA sera impliquée, de façon plus ou moins poussée selon les produits, dans la coordination des différents acteurs - qu'ils soient associatifs, institutionnels ou privés - pour la mise en œuvre de ces projets.

Notons que l'APPVPA a un rôle central en ce qui concerne l'organisation et la logistique d'un événementiel de rallye pédestre pouvant potentiellement être couplé à la tenue d'un marché paysan et ainsi mettre à l'honneur les producteurs agricoles et artisans du territoire.

Enfin, le financement ou la recherche de subvention est également une tâche qui revient en partie à l'association. Ce dossier de préfiguration de produits s'est attaché à donner quelques pistes dans ce domaine. De plus, le choix des produits décrits a été fait en prenant en compte un critère d'investissement modéré pour une meilleure faisabilité et une mise en œuvre plus rapide.

2) De nombreux partenariats potentiels ou déjà en place

C) L'Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines

Le partenariat entre l'APPVPA et le Master 2 spécialisé en « Tourisme et Environnement » de l'Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines se poursuivra l'an prochain (2011-2012) dans le cadre du programme européen LEADER.

La future promotion de ce Master a un rôle potentiel dans la mise en œuvre des trois produits touristiques proposés. En effet, il est possible que la mise en réseau des partenaires ait besoin d'être soutenue dans la durée, tout comme les démarches organisationnelles (par exemple pour le rallye pédestre). De plus, les étudiants pourraient éventuellement appuyer l'APPVPA dans son rôle d'information et de fédération des professionnels autour du principe de commercialiser des forfaits touristiques.

Aussi, nous encourageons vivement l'université, et notamment l'équipe pédagogique du Master, à suivre l'évolution de la mise en place de ces projets pour lesquels des membres de l'APPVPA, dont son Président, et de nombreux autres acteurs ont manifesté un fort intérêt.

D) Le comité départemental du tourisme : *Yvelines Tourisme*

Yvelines Tourisme est un acteur essentiel de la promotion touristique des Yvelines. Il a donc un rôle éminent dans la promotion de nouveaux produits touristiques concernant, du moins en partie, la Plaine de Versailles.

L'événement annuel de rallye pédestre ainsi que le lancement de la boucle cyclotouristique décrits dans cette étude pourront être inscrits dans la rubrique « Sortir » du site internet d'Yvelines Tourisme ainsi que dans l'agenda mensuel téléchargeable des événements se déroulant dans les Yvelines.

Si certains professionnels du tourisme, agriculteurs ou artisans de la Plaine de Versailles souhaitent intégrer la « place de marché » d'Yvelines Tourisme, ce dernier aura ainsi une place non négligeable dans la diffusion de leur offre et dans la vente potentielle de leurs prestations à une clientèle individuelle.

Enfin, si certains professionnels souhaitent lier un partenariat avec Yvelines Tourisme dans le cadre de prestations destinées aux groupes (touristes ou professionnels), ils sont encouragés à contacter Yvelines Tourisme.

E) Les Offices de Tourisme des Yvelines

Les Offices de Tourisme sont des organismes de choix pour la promotion et la diffusion d'offres touristiques locales. Dans le cadre des projets « rallye pédestre événementiel » et « itinéraire cyclotouristique », tous les offices de tourisme à proximité plus ou moins immédiate de la Plaine de Versailles tiennent potentiellement un rôle majeur dans l'information du public et dans le succès de cette nouvelle offre touristique. Nous pouvons citer en particulier les Offices de tourisme des villes de Versailles, Saint-Quentin-en-Yvelines, Houdan et Saint-Germain-en-Laye.

F) Le Château de Versailles

En tant que place forte touristique, c'est un acteur clé du territoire, qui plus est favorable à la diversification de l'offre touristique dont fait il fait partie ou se déroulant dans ses alentours. Les thématiques de l'environnement et du développement durable sont notamment appréciées.

Le Château de Versailles est un établissement public dont le statut ne permet pas de commercialiser d'autres prestations que ses propres visites, dans les limites de sa propriété. Néanmoins, il constitue un important partenaire en matière de promotion. En effet, il sera possible de disposer des plaquettes promotionnelles (ou flyers) des produits touristiques décrits dans ce dossier dans l'espace prévu à cet effet au sein du Château de Versailles.

Nous invitons en particulier les développeurs des produits « rallye pédestre » et « itinéraire cyclotouristique » à prendre contact avec la Direction du service des publics pour de plus amples informations.

Le Château de Versailles devra également être contacté pour des demandes d'autorisations en cas d'événementiel se passant, au moins en partie, dans son enceinte.

G) Les associations du territoire de la Plaine de Versailles

Les diverses associations du territoire (naturalistes, artistiques, sportives, culturelles,...) sont des partenaires à ne pas négliger dans la mise en place de produits touristiques sur ou en coopération avec la Plaine de Versailles. Elles disposent de ressources humaines, de savoir et savoir-faire qui peuvent constituer une valeur ajoutée aux produits et une plus grande faisabilité dans leur mise en œuvre.

En particulier, notons l'enthousiasme et la disposition de l'association du club de randonnée de Beynes à contribuer à la mise en place d'un nouveau rallye pédestre. L'itinéraire cyclotouristique pourrait également surement bénéficier de la participation d'une association de cyclotourisme.

H) Guidatours

L'agence touristique réceptive Guidatours est, comme indiqué précédemment, vivement intéressée par le développement d'un forfait touristique pour le week-end combinant les territoires de Versailles et de la Plaine de Versailles. L'UVSQ pourra leur présenter à la rentrée prochaine la proposition de forfait développée dans ce dossier à condition que l'APPVPA ait informé les différents prestataires touristiques potentiels à ce sujet. Guidatours serait prêt à accueillir un étudiant en stage (BTS Tourisme voire Master) pour la mise en place de ce produit touristique.

Cette agence pourrait également être intéressée par la commercialisation d'un billet combiné Ferme de Gally et Château de Versailles. Ce produit étofferait leur offre existante et permettrait d'associer un moment de détente dans un cadre rural à une visite culturelle. Nous invitons Guidatours à se rapprocher de la Ferme de Gally en ce qui concerne la prestation qui pourrait être proposée (cours de cuisine, cueillette,...) et les conditions de vente. Notons que le Château de Versailles encourage la diversification des forfaits de visite l'incluant.

I) D'autres opérateurs touristiques privés

Selon les choix de développement qui auront été pris, d'autres sociétés privées pourront également entrer dans le cercle des acteurs impliqués. Ainsi, nous pouvons mentionner dans le cadre du projet d'itinéraire cyclotouristique les loueurs de vélo ainsi que les sociétés commercialisant des appareils « audio-guides ».

En ce qui concerne la vente de forfaits touristiques, les sociétés Weekendtour®, Dakotabox®, et Happytime® pourraient être considérées dans la mesure où elles proposent des forfaits touristiques auxquels peuvent répondre les professionnels de la Plaine de Versailles (hébergement, restauration, produits du terroir, activités, etc.). Il faudrait à présent contacter ces entreprises pour connaître plus précisément leurs conditions de partenariat ainsi que les démarches à suivre pour intégrer ou constituer un nouveau forfait week-end impliquant la Plaine de Versailles.



Conclusion



Les 3 produits qui ont été retenus et développés ont chacun des points forts spécifiques. Le circuit cyclotouristique permet d'inciter les résidents et les visiteurs de la ville de Versailles à découvrir la Plaine de Versailles grâce à un moyen de déplacement permettant le parcours de longues distances. De plus, c'est un mode de transport en pleine évolution qui connaît actuellement un fort développement (création de voies vertes). Le rallye pédestre est, pour sa part, un bon moyen de faire connaître le territoire de façon ludique tout en communiquant sur l'APPVPA et ses missions. Enfin, les forfaits touristiques permettent potentiellement d'attirer plus fortement une clientèle de proximité le temps d'un week-end alors qui pratique jusqu'à présent plutôt l'excursion (sans nuitée) sur le territoire étudié.

Ces produits présentent tous des avantages communs non négligeables tels qu'un budget de mise en place dans une fourchette de prix réduite ainsi qu'une mise en œuvre relativement rapide. En outre, il existe de nombreuses perspectives de partenariats pour mener à bien ces projets. Cette étude a fait le constat d'un grand nombre d'organismes et de particuliers enclin à soutenir ces derniers. Rappelons que les professionnels du tourisme membres de l'APPVPA ont également la possibilité d'agir via une action individuelle.

Enfin, ce rapport s'est attaché à proposer des pistes de valorisation touristique de la Plaine de Versailles et du Plateau des Alluets, en liaison avec le pôle touristique de Versailles, qui respectent les trois piliers du programme Leader auxquels sont liées les valeurs défendues par l'APPVA : le respect de l'environnement, la mise en valeur du territoire ainsi que la découverte des espaces ruraux. Cette étude de préfiguration pourra être un élément de réflexion sur la diversité des formes d'activité touristique ancrées territorialement qui s'offre à la Plaine de Versailles. Elle pourra en outre servir de point de repère dans le développement du tourisme dans cet espace rural préservé.



Bibliographie



Caractérisation de l'offre :

- MASTER 2 « TOURISME ET ENVIRONNEMENT », *Les conditions d'émergence d'une offre d'hébergement de qualité sur le territoire de l'APPVPA*, UVSQ, 2010.
- MASTER 2 « TOURISME ET ENVIRONNEMENT », *Quelle offre pour répondre à la demande touristique ?*, UVSQ, 2011.

« Benchmarking » et conception des produits :

⇒ **Tourisme sur le territoire**

- APPVPA : <http://www.plainedeversailles.fr/>
- APPVPA, *Les chemins de Gally*, 2010.
- Yvelines tourisme : <http://www.tourisme.yvelines.fr/>

⇒ **Rallyes**

- PNR Haute vallée de Chevreuse : <http://www.parc-naturel-chevreuse.fr/>
- OT de Malmédy (Belgique) : <http://www.malmedy.be/fr/>
- Ville d'Anor (Belgique) : <http://www.anor.fr/>
- Syndicat d'initiative de Miradoux (Gers) : <http://www.mediadour.info/tourisme-miradoux.net/>

⇒ **Vélo**

- Site internet du PNR de Chevreuse : <http://www.parc-naturel-chevreuse.fr/>
- Site internet de l'Office de tourisme de Saint-Quentin –en-Yvelines : <http://www.officedetourisme.agglo-sqy.fr/>
- Site internet du Périgord Noir : <http://www.perigordnoir.com/fr/rubrique/Audio-guide-prehistoire/d181c487a3a05f8839b2db5383a46362/>

⇒ **Produits combinés**

- GUIDATOURS, *Guidatours*, <http://www.guidatours.com>
- CHATEAU DE VERSAILLES, *Château de Versailles*, 2011, <http://www.chateauversailles.fr>

⇒ **Coffrets séjours**

- COMITE DEPARTEMENTAL DE LA MEUSE, *M'box*, 2008 : <http://www.tourisme-meuse.com/fr/84/pages/d/m-box-coffrets-cadeaux>
- DAKOTABOX, *Dakotabox*, 2010, <http://www.dakotabox.fr/>
- HAPPYTIME, *Happytime*, 2010, <http://www.happytime.com/>
- HAPPYTIME, *Happytime, agence d'évasion et de loisirs : Dossier de presse*, novembre 2010, <http://www.happytime.com/info-presse.html>
- LE GUIDE DES SENSATIONS, *Doze*, 2010, <http://www.guide-sensations.com/coffrets-cadeaux/>
- SMARTBOX, *Smartbox*, 2010, <http://www.smartbox.com/fr/>
- WEEKENDTOUR, *Weekendtour*, 2010, , <http://www.weekendtour.fr>
- WEEKENDTOUR, *Weekendtour- Presse*, 2009, <http://www.weekendtour.fr/presse/>
- WONDERBOX, *Wonderbox*, 2010, <http://www.wonderbox.fr/>



Annexes



Annexe I Types de pictogrammes réglementaires pouvant être utilisés sur une carte touristique

Annexe II Exemple de rallye pédestre

Annexe III Les entretiens

- Le Château de Versailles
- L'Association des Amis du Grand Parc
- L'Office de Tourisme de Rambouillet
- Yvelines Tourisme (Service Produits)
- Guidatours
- PNR de la Haute Vallée de Chevreuse
- Association Club de randonnée de Beynes
- Yvelines Tourisme (Commercialisation : « Place de marché »)

Annexe IV Tableaux de synthèse : acteurs et mise en œuvre, par produit

- Rallye pédestre
- Boucle cyclotouristique
- Forfait touristique « week-end »

Annexe V Devis d'audio-guide de type « GPS Ranger » pour un itinéraire sur la Plaine de Versailles, effectué par la société Colosséo

**Annexe I : Types de pictogrammes réglementaires
pouvant être utilisés sur une carte touristique**

Catégorie	Nom	Panneaux	Description	Remarque
Information touristique	ID6		Point d'information	Ces pictogrammes indiquent aux usagers la présence de services d'informations, par le biais d'offices du tourisme ou de points d'information.
	ID27		Maison de pays	
Hébergement - Etape	ID25		Hôtel	Ces pictogrammes différencient les types d'hébergement. Sont concernés ceux situés dans un rayon inférieur à 5km. Il est conseillé de n'indiquer que les hébergements situés au sein des communes les plus proches de part et d'autre de l'itinéraire.
	ID8		Camping	
	ID18		Chambre d'hôtes-gîtes	
	ID10		Auberge de jeunesse	

Restauration ravitaillement	ID26		Restauration	A l'inverse de l'hébergement, la restauration reste signalée par un seul pictogramme, ne donnant pas d'indication sur le type de restauration proposée (restaurant, snack, brasserie...). Quelques pictogrammes ne sont pas réglementaires (N.R), il faut donc proposer un certain nombre de pictogrammes complémentaires et surtout homogènes à l'ensemble de l'itinéraire.
	ID29		Point d'eau	
	N.R		Boulangerie	
	N.R		Commerces	
Transports et points de	ID11		Aire d'arrêt	Ces pictogrammes indiquent aux usagers les entrées et sorties de la véloroute (aires et parkings) ainsi que la
	ID1		Parking	
	N.R		Gare	

départ	ID23		Départ des randonnées	destination du parcours dans le cadre d'une sortie journalière par le biais du train.
Services vélos	N.R		Location	L'indication d'un loueur doit être mentionnée sur les aires d'arrêt principales et aux entrées - sorties de l'aménagement pour informer les éventuels futurs usagers.
	N.R		Réparation	
Autres	CE1		Sanitaires	Divers services peuvent être signalés, notamment les soins médicaux et les personnes à mobilité réduite.
	ID4		Hôpital	
	ID3		Urgence	
	ID7		Accessibilités handicapés	
	ID5b		Téléphone	

services	ID5a		Téléphone d'urgence	
	ID19		Point de vue	

Sites touristiques réglementés	ID16a	 Intégré avec les panneaux	Monument historique
	ID15c		Réserve naturelle
	ID16b		Site classé
	ID15 A22		Parc naturel régional

Annexe II : Exemple de rallye



Rallye pédestre dans la ville de Malmedy

1. Règlement du rallye pédestre

En collaboration avec la Maison du Tourisme, le Royal Syndicat d'Initiative organise un rallye pédestre permanent qui vous permettra de découvrir les plus beaux endroits de la ville de Malmedy et une partie de ses bâtiments historiques.

Il ne s'agit nullement d'une épreuve sportive où l'on doit, à tout prix, effectuer le parcours le plus rapidement possible ... mais d'une découverte des merveilles de la cité historique.

Que devez-vous faire pour y participer ?

Vous devez tout simplement vous rendre à la Maison du Tourisme pour prendre le départ du rallye qui vous « promènera » dans les coins les plus intéressants et pittoresques de la ville.

La Maison du Tourisme est ouverte de 10h à 18h en semaine et de 10h à 17h les dimanches et jours fériés. Vous y enlèverez votre itinéraire et votre questionnaire que vous devrez rapporter entièrement complété.

Une remise de prix aura lieu tous les deux mois (les 1^{er} septembre – novembre – janvier – mars – mai – juillet).

L'inscription est entièrement gratuite.

Pour tout renseignement complémentaire, s'adresser à la Maison du Tourisme, Place Albert 1^{er}, 29A à Malmedy. (080/330250)

Fiche d'inscription :

Nom :

Prénom :

Adresse

N° :

Code Postal :

Localité : tél :

.....

Email

.....

.....



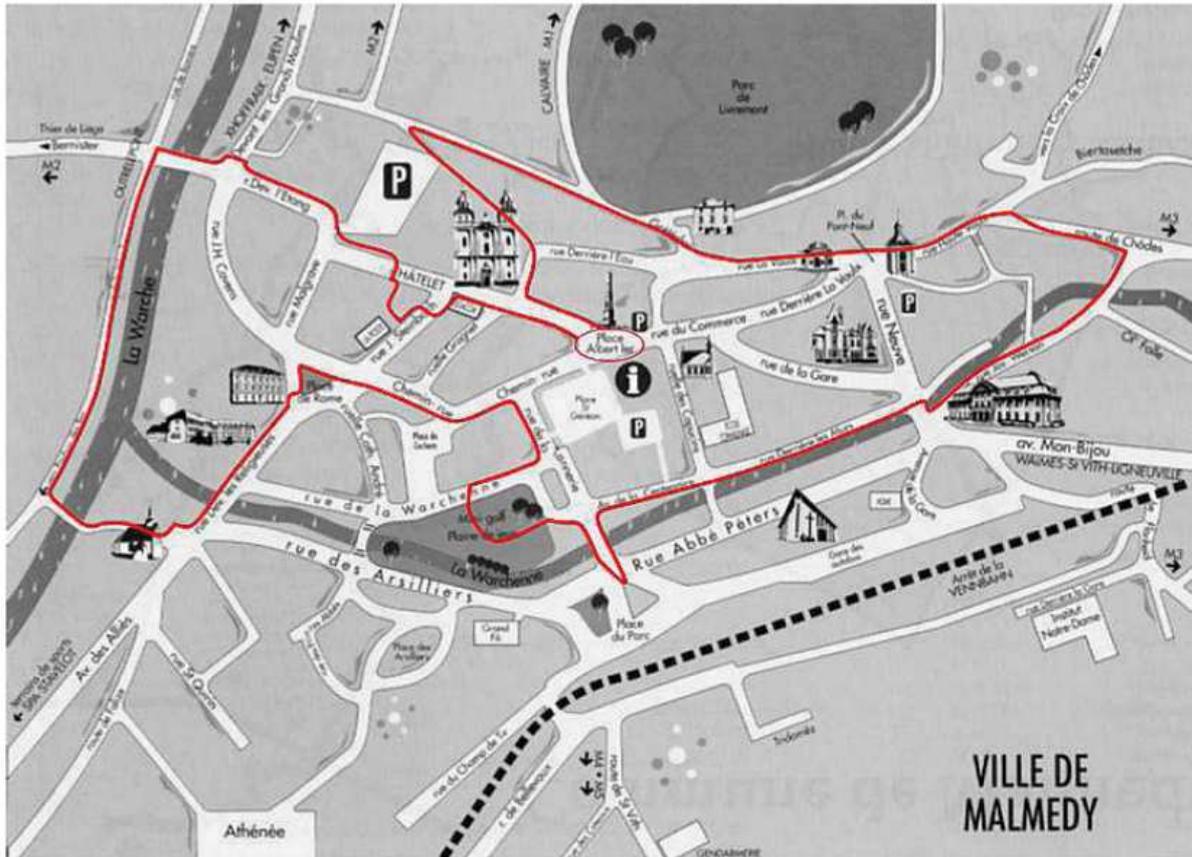
1



Info : 080/799.662 - rsi@malmédy.be
www.malmédy.be

Itinéraire à suivre :

Départ **place Albert 1^{er}** → place du Châtelet (Cathédrale) **Q 1** → rue Steinbach → Lu Vûde Place (à côté du parking de la poste) **Q 2 et 3** → passer entre les Villas Lang et Steisel en empruntant le sentier de pavés rouges pour rejoindre la place du Châtelet (Ancien Abbaye) **Q 4 et 5** → rue devant l'Etang **Q 6** → tout droit vers le pont d'Outrelepont **Q 7 et 8** → rue de la Warche **Q 9 et 10** → rue de la Chapelle (à gauche vers le Colruyt) **Q 11** → rue devant les Religieuses → faire le tour de la place de Rome **Q 12** → Chemin Rue **Q 13** → rue de la Tannerie → rue de la Warchenne → entrer dans le parc **Q 14** → rue de la Tannerie → place du Parc **Q 15** → retour vers l'avenue de la Centenaire → rue Derrière-les-Murs → traverser et dirigez-vous vers la rue Joseph Werson face à vous **Q 16** → à la fin de la rue J. Werson prendre vers la gauche route de Chôdes **Q 17** → descendre la rue Haute-Vaulx (O l'hôte vâ) → place du Pont-Neuf **Q 18** → rue La-Vaulx → Gretedar, monter vers le Calvaire → lorsque vous rencontrez le premier bas relief du Calvaire, longer le mur sur votre gauche **Q 19** → revenir par l'arrière du monastère et de la Cathédrale sentier sur votre gauche → **Retour place Albert 1^{er} Q 20.**



Questions :

1. Q : Entrez à l'intérieur de la Cathédrale et avancez vers le Choeur de cet admirable édifice. Quand l'autel est face à vous, la nef de gauche possède un merveilleux vitrail.

Qu'est-il représenté sur ce vitrail et que pouvez-vous y lire ? Soyez précis.

R:.....

2. Q : Quel personnage carnavalesque est représenté dans la pelouse entre le parking de la poste et la Villa Lang (Lu Vûde Place) ?

R:.....

3. Q : Qui fit construire les 3 villas qui vous entourent (Hôtel de ville, Lang et Steisel) ?

R:.....

4. Q : Combien de soldats malmédiens âgés de 30 ans sont décédés pendant la guerre 1940-1945 ?

R:.....

5. Quel était le métier de Jean-Nicolas Ponsart ? R :

.....

6. Quel objet particulier trouvez-vous à la fin de la rue devant l'Étang sur votre droite ?

R:.....

.....

7. Q : Qui a sculpté la statue érigée sur le Pont Outrelepont?

R:.....

.....

8. Q : Pour quel poète connu dans nos régions a-t-on érigé un monument au sommet de la colline qui se trouve face à vous lorsque vous empruntez le pont d'Outrelepont ?

R:.....

.....

9. Q : Quel numéro porte la plus ancienne maison de Malmedy ?

R :

10. Q : Comment s'appellent les deux cours d'eau dont vous pouvez observer le confluent dans la rue de la Warche derrière l'hôpital ?

R:.....

.....

11. Q : Quelle date est indiquée au-dessus de la porte de la Chapelle ?

R :

12. Q : Quelle était la fonction première de la maison Cavens ?

R :

13. Q : Combien de fenêtres compte la façade de la maison Villers ?

R :

14. Q : Quel âge avait Marie-Anne Libert lorsqu'elle est décédée ?

R :

15. Q : Qui a offert le monument Abbé Peters et l'aménagement de place ?

R:.....

.....

16. Q : Quel service actuel abrite l'Ancien Palais du Gouvernement Baltia ?

R:.....

.....

17. Q : Qu'aperçoit-on par la fenêtre qui se trouve à droite de la porte d'entrée de la maison Vinette ?

R :

.....

18. Q : Combien de faces sont visibles à la Chapelle de la Résurrection ?

R :

19. Q : Lorsque vous êtes à la première station du Calvaire, combien de personnages pouvez vous observer sur ce bas-relief ?

R:.....
.....

20. Q : Combien de personnes entreront dans la Maison du tourisme, Place Albert I, pendant la période du jeu (2 mois) ?

R :

BONUS à 5 points

Sous forme de carte postale dessinez la place Albert 1^{er} contenant : en avant plan l'Obélisque, derrière la Place et à l'arrière plan, les clochers de la Cathédrale.

Annexe III : Les entretiens

 	<p>Groupe : Plaine / Versailles (Château et Ville)</p> <p>APPVPA / UVSQ</p> <p>Compte-rendu d'entretien</p>
---	--

Date :	03/02/2011	<p>Entretien avec : Lionel DUPONT, Directeur du service du développement des publics (Direction du développement culturel du Château de Versailles)</p>
Présents :	<p>Laurène Alluis Céline Do Paço Gérald Canal Enrique <i>Silva-</i> <i>Pliego</i></p>	

➤ **Intérêts et aides du Château**

Le château de Versailles est lié au Ministère de la Culture notamment par un contrat de performances qui fixe les lignes directrices que le château doit suivre. Parmi ces lignes directrices, se trouve le développement de produits touristique en lien avec le développement durable. Monsieur Dupont porte donc un fort intérêt à notre projet.

Il veut bien nous aider à l'élaboration des contours de produits touristiques, plus particulièrement pour la partie qui concerne le château.

Le château possède une contrainte statutaire qui l'empêche de commercialiser les produits d'un tiers. Il ne peut pas vendre de voyages. Il ne peut commercialiser que leurs produits. Il ne peut donc pas nous aider sur ce point.

Il existe déjà des activités éducatives au château. Ce sont des visites pour les enfants et les adultes (famille). Ces activités sont proposées lors des « Rendez-vous aux jardins » (un week-end en juin) et lors des visites thématiques, plus destinées aux adultes (quelques jours par ans).

Le château a ses propres guides (pour l'intérieur) et fait appel aux guides de l'OT pour l'extérieur (jardins...). Il y a également des sociétés privées de guidage comme : Guidatours (Versailles).

Il est prévu des tarifs spéciaux pour les professionnels du tourisme. Ces données vont nous être communiquées par mail.

➤ **Idées de produits**

Le côté environnement de notre démarche lui paraît très intéressant. Selon lui, le parc n'est pas assez valorisé, sur le côté « nature ». La Bergerie de la Reine, présente dans le parc, serait un des aspects à mettre en valeur. Une idée serait donc de créer un produit combinant l'aspect « nature » du château et la Plaine.

Le Potager du roi serait également une bonne idée à intégrer dans un circuit.

Regarder à Rambouillet comment sont commercialiser ce type de produit. Quels professionnels sont concernés ? Qui commercialise ?

Sondage : pas d'intérêt car peu de temps et résultats qui ne vont pas servir à grand-chose (manque de pertinence des chiffres obtenu). Le château ne peut pas diffuser ce genre de sondage et il pense que cela sera pareil pour les autres professionnels (OT...). Plutôt qu'une étude de public, il faut s'axer sur une étude de la concurrence (Rambouillet très bon exemple) et voir quel type de public est intéressé par leurs produits. Ensuite, une fois que les produits sont créés, demander aux clients leurs avis (abonnés du château par exemple).

Axés les produits sur le côté « tourisme vert » et « France authentique ».

➤ **Avis sur les produits touristiques que nous proposons**

Fiches produits : rajouter la commercialisation (par qui passer pour commercialiser le produit) et le mode de communication comme thématique et la fiche sera complète.

La clientèle potentielle identifiée : franciliens et touristes revenant au château et voulant voir autre chose. Les abonnés et les associations de sénior sont une niche de clientèle importante.

Globalement, tous les produits proposés sont d'assez bonnes idées. Remarques sur quelques produits :

- **Circuit en vélo électrique** : marche bien. Concerne des personnes de proximité ou des touristes hébergés sur place. Pour occuper les journées.
- **Court Séjour à la Française** : Le plus simple à mettre en place et peu de risques. Voir avec Rambouillet.
- **Ballade contée** : existe déjà au château, à destination des abonnés uniquement.
- **Circuit d'une journée** : ajouter la bergerie à la visite du parc.
- **Ballon captif** : fonctionne que s'il y a déjà une population touristique importante.
- **Rallyes** : peu marché, bonne idée. Ils avaient déjà eu cette idée lors des journées du patrimoine pour relier Marly et Versailles (les 2 châteaux).
- **Randonnée à cheval** : voir si on peut accéder au Parc. L'Académie du spectacle équestre s'y rend tous les matins à cheval.

Globalement les idées retenues sont :

- **Le court séjour** (Monsieur Dupont suggère de combiner la **ferme de Gally** (ou autre ferme) au château lors de ce séjour. Il y aurait donc fusion de 2 idées).
- **Les circuits en vélo électrique et les rallyes** (à pied ou vélo)

➤ **Personnes et institutions à rencontrer**

- **CDT** : service Marketing (un contact va nous être transmis par mail). Ils ont une fonction d'agence de voyage (propose des produits).
- **OT de Versailles** : Le directeur Général (Guillaume Baquet ?) ou la responsable de la promotion (un contact va nous être transmis par mail mais choisir de préférence le Directeur).
Il faut se présenter à l'OT avec des fiches de produits abouties.
- **Potager duRoi** : voir si le potager fait parti de circuits proposés par la ville.
- **Guidatours** : <http://www.guidatours.com/>

Suggestion :

- Monsieur Dupont nous a mentionné la tenue d'une conférence animée par le CRT d'Ile-de-France sur la mise en valeur et en tourisme de site d'Ile-de-France.

	<p>Groupe : Produit Plaine / Versailles (Château et Ville) APPVPA / UVSQ Compte-rendu d'entretien</p>
---	--

Date :	04/02/2011	Entretien avec: Jacques de Givry, membre de l'APPVPA et vice-président de l'association des Amis du Grand Parc du château de Versailles
Présents :	Miléna BOUTOILLE Aude GÉRARDIN	

➤ Les associations de la Plaine et de Versailles

Fontenay le Fleury : « Fontenay d'hier et d'aujourd'hui », présidente Mme Couillet, ils ont édité un livre sur l'aviation.

Noisy et Bailly : « Renaissance du patrimoine Rennemoulin, Bailly, Noisy », président (?) Pierre Barrault. Ils ont fait une expo sur les Gondi.

Chavenay : Association culturelle et historique de Chavenay, présidente (?) Mme Dominique Bouchez

Villepreux : « ADV » - Association de défense de la Ville de Villepreux.

Maule : M.Trebois – Président du musée de Maule et animateur de toutes les communes du coin

Beynes : Adjointe à la culture (ne se rappelle pas le nom)

Association des Amis du Grand Parc - vice-président Jacques De Givry, président le propriétaire du château de la Bretèche.

Mairie de Versailles : voir sur le site de la mairie ou récupérer le guide des associations a la mairie, car il y en a beaucoup. Contact - le responsable de la communication M. Remy Le Gall.

Office de Tourisme de Versailles : prendre rdv plutôt avec le président M. Berthet qui a une vision plus globale et souhaite élargir le champ d'action de l'OT vers la plaine.

Communauté d'Agglomération de Versailles Grand Parc :

- Mme Sylvie Beauchet – Responsable communication
- M. Manuel Pluvinage – Directeur opérations de développement, ancien responsable du Potager du Roy
- Suzana Yearling – Responsable des grands programmes de la Communauté d'agglomération de Versailles Grand Parc (l'Allée de Villepreux en fait partie)

Versailles – associations :

- Association Esser
- Association Yvelines Environnement, Mme Jeanneret (pas d'affinités avec l'APPVPA)
- Société des Amis de Versailles – s'occupe de la restauration des bosquets du parc de Versailles, 7000 adhérents avec cartes de sociétaires, association assez élitiste, intéressée par l'histoire. Elle s'occupe de l'ameublement de Versailles. Basée dans l'aile du ministre dans le Château de Versailles.

Ils éditent un bulletin tous les 3 mois avec le programme des activités (conférences, visites etc.). Si elle est intéressée par un de nos produit pourra diffuser l'info, mais il faut s'y prendre 3 mois à l'avance.

Idée de Jacques de Givry : leur proposer une visite de la Plaine de Versailles (pas à vélo, adhérents assez âgés qu'il faut prendre par la main, organiser des cars par ex).

- L'organisation d'un évènementiel

Villepreux : Grand' Maison – le Duc De Saint Seine toujours partant pour l'organisation d'évènements. Grand parking.

Grignon : Ferme Expérimentale, boutique, grand parking.

Ferme de Mézu : Gîte étape pour les cavaliers, les travaux vont probablement finir dans 1 an, propriétaire le Duc de Saint Seine. Possibilité de parking dans les champs.

Ferme d'Ancoigny : jardinerie, par contre parking limité. Inauguration il y a 3 mois d'un distributeur automatique de produits de la ferme.

- Le produit combiné Château/Plaine

Sur 1 seule journée, pas sur 2.

Il faut définir une cible : adultes ou enfants ?

Qui on veut faire venir : Versaillais, amateurs du château ou urbains périphériques ?

De ce choix dépendra la communication : bulletins municipaux, le château, Amis de Versailles etc.

Idées :

- Rallye
- Marathon. Il existe déjà un semi-marathon organisé par les villes de Fontenay le Fleury et Villepreux fois par an en automne et qui passe par plusieurs communes – se greffer dessus ? Lors de cet évènement il y a beaucoup de stands (loueurs de vélos électriques etc.) qui sont installés dans le grand gymnase de Fontenay le Fleury. Pourquoi ne pas imaginer de faire passer ce semi-marathon par 2 ou 3 fermes du territoire.

Idée de Mme Bouchez de Chavenay : organiser 1 petit évènement dans chacune des fermes intéressées : maréchal ferrant, marche nordique, etc - et distribuer des informations aux Versaillais.

- Regard porté sur nos différentes idées de produits combinés

Très intéressé par le vélo électrique, dans le futur ça va se développer, voir loueur de vélo (?), trouver sponsor, idée : organiser le salon du vélo électrique sur la plaine.

Il y a déjà eu des calèches dans le parc de Versailles, mais plus depuis 2 ans, car il y a un problème avec le concessionnaire, puis les routes dans le parc sont en très mauvais état : les roues cassent.

Il y a deux restos dans le parc du château : La Flotille et La Petite Venise.

Ballon captif – d'après lui ça a déjà existé, mais n'existe plus. Pour lui c'est quelque chose à faire, car la naissance de l'aéronautique s'est faite dans le coin : premiers vols au monde, premiers sauts en parachutes, premiers atterrissages sur lac etc. Il n'y a pas de commémoration et on ne le dit pas aux touristes – piste sérieuse à explorer !!!

Circuits à thèmes : ça peut marcher avec des parisiens ou des associations de peintres ou des photo-clubs - printemps/été/automne – découvrir des paysages inattendus à quelques km de Paris.

Il y a beaucoup d'animaux dans la plaine :

- Société Cynégétique de la Plaine (chasseurs) : installent des panneaux sur la plaine.
- Photographe animalier qui fait des photos dans le Parc de Versailles : M.Laurent Demarquez

	<p>Groupe : Produit Plaine / Versailles APPVPA / UVSQ Compte-rendu d'entretien</p>
---	---

Date :	14/02/2011	Entretien avec : Emmanuel DETRY, service réceptif de l'Office du tourisme de Rambouillet
Présents :	Aude Gérardin, (envoi par e-mail)	

- Offre week-end à thème et groupes pour la journée
 - Comment avez-vous choisi ces thèmes ?

Ces thèmes ont été choisis à partir de l'offre existante à Rambouillet, laquelle est organisée et déclinée de manière à s'adapter au plus près aux tendances du marché

- Quels sont vos partenaires ? Comment les avez-vous choisis ?

Les principaux sites touristiques de Rambouillet et des alentours sont partenaires de l'Office de tourisme. La mission de ce dernier dans le cadre de son activité réceptive est d'optimiser les retombées économiques de la fréquentation touristique sur son territoire de compétence. Les sites partenaires de l'Office de tourisme de Rambouillet (ceux qui sont intégrés à ses forfaits groupes et/ou individuels) bénéficient ainsi d'une force de vente complémentaire.

Les partenaires en termes d'hébergement et de restauration sont choisis en fonction de leur qualité et après une négociation commerciale.

- Quels thèmes fonctionnent le mieux ? Données chiffrées ?

L'Office de tourisme a accueilli en 2010 environ 85 groupes. Le produit phare est « Rambouillet une ville à la campagne » (voir notre brochure « groupes » jointe)

En terme de séjours individuels, l'Office de tourisme à accueilli un peu plus de 110 personnes en 2011. Le séjour phare est le « brame du cerf. Ci-dessous le détail de notre offre : <http://www.rambouillet-tourisme.fr/decouvrir/idees-week-end/liste.asp>

- Quelles clientèles sont séduites par ces offres ?

La clientèle senior représente environ 80% de la clientèle groupe. La clientèle individuelle est principalement familiale.

➤ Offres touristiques à la journée

- Vous proposez des activités journée telles que le « baladio guide » ou le « géocaching ». Quelles activités sont les plus pratiquées ?

Le géocaching n'est opérationnel que depuis août 2010 et prendra probablement sa vitesse de croisière au printemps.

Une centaine de baladio-guides ont en revanche été loués en 2010.

- Quelles sont les clientèles touchées par ces offres ?

Principalement une clientèle familiale, ponctuellement une clientèle scolaire ou de groupes en séminaire.

- Proposition sur votre site de 2 professionnels de la randonnée pédestre. Quelles sont leurs prestations ?

Il s'agit de prestations de randonnées pédestres accompagnées en forêt de Rambouillet. L'un des prestataires est l'Office national des forêts (randonnées axées sur la gestion forestière, les grands animaux, l'environnement...), l'autre est un club de randonnée (randonnées sportives)

➤ Promotion de l'offre touristique

- Avez-vous obtenu des aides financières pour promouvoir ces offres ? Si oui, de quelles structures ?

Aucune. L'office de tourisme supporte intégralement le coût de la promotion.

- Quels types de promotion avez-vous réalisés ? (numérique, papier, postal, avec l'aide des partenaires)

La brochure « groupes 2011 » a été imprimée et envoyée à hauteur de 8000 exemplaires sur la base de fichiers qualifiés (clubs de seniors, autocaristes, écoles...)

Le site internet est une vitrine importante pour notre offre (plus de 300 000 visiteurs en 2010)

En partenariat avec Yvelines tourisme, l'Office de tourisme participe à des workshops, éductours et opérations de promotion

➤ Produits combinés plaine-château

- Avez-vous des idées de produits (pouvant aller d'une demi-journée à un weekend) combinant différentes activités ayant lieu sur la plaine et le château ?
- Que pensez-vous ces différents types de produits pouvant être mis en place sur notre territoire :

- Une demi-journée (activité au château et repas dans un restaurant sur la plaine) ?

Il s'agit d'un produit classique qui a toutes les chances de fonctionner

- Une journée (activité au château, repas dans un restaurant sur la plaine, activité sur la plaine telle qu'équitation ou visite d'une ferme) ?

Sur un produit de groupe cette formule fonctionnera mieux avec une visite de ferme en seconde partie de journée. La formule équitation est difficile à organiser pour un groupe, d'autant plus que la clientèle senior est dominante sur ce marché

- Un week-end (même principe qu'à la journée avec hébergement dans chambre hôte sur la plaine, possibilité de thème tel que « Savoir-vivre à la française » ou « Equestre ») ?

Une offre axée sur l'équestre est en revanche pertinente sur une clientèle individuelle. Les Yvelines ont une offre équestre particulièrement riche et il s'agit d'ailleurs d'une filière prioritaire à développer pour Yvelines Tourisme.

		<p>Groupe : Plaine / Versailles (château et vile)</p> <p>APPVPA / UVSQ</p> <p>Compte-rendu d'entretien</p>
Date :	14/02/2011	<p>Entretien avec : Solange DEPARDIEU, Responsable Produits à Yvelines Tourisme (CDT 78)</p>
Présents :	<p>Laurène Alluis</p> <p>Aude Gérardin</p>	

Les produits combinés Plaine de Versailles-Versailles

Après lui avoir présenté nos différents produits, Mme Depardieu nous a fait part de ses impressions :

- **Circuit vélo :**

Se renseigner au niveau de PNR de la vallée de Chevreuse qui dispose de guides papier et de fiches contenant les infos pour les visiteurs souhaitant réaliser un circuit. La location de vélos est tout à fait possible mais les retombées ne seront pas forcément très importantes. C'est toujours le « problème » avec les randonneurs, une fois le circuit créé, il y a peu de retombées économiques.

- **Billet combiné Château / Ferme de Gally :**

L'accessibilité est bonne, point positif non négligeable. Pour les adultes, possibilité de proposer des cours de cuisine et une visite du château et pour les enfants, une visite de la ferme pédagogique et une visite ludique du château. Ce produit est peut être plus à destination de groupes.

- **Le rallye :**

Il faut faire attention aux autorisations nécessaires pour circuler dans le parc du Château. Produit intéressant pour les locaux. Avec une brochure en main, les visiteurs peuvent faire ce qu'ils veulent, au rythme où ils le souhaitent. Si le rallye se fait sous forme d'évènementiel, cela demande la présence de personnel pour l'organisation.

Nous pouvons nous renseigner auprès de la société « Rando-jeux » qui propose des jeux de piste géants ainsi qu'auprès de l'OT de Houdan et du PNR de Chevreuse qui organisent des rallyes sur une journée. Pour ce qui est des parcours à emprunter, il serait bon de se renseigner auprès d'associations locales de randonnée qui connaissent parfaitement les chemins. Ce projet lui semble tout à fait possible à Versailles et lui apparaît comme un bon moyen de se faire connaître.

- **Equi-randonnée :**

Une association « Equitey », située aux Alluets-le-roi, organise une randonnée TransYvelines une fois par an à la mi-juin, durant 3 jours. Les cavaliers logent dans des campings, chez des partenaires (Bergerie nationale et Thoiry pour la dernière édition).

Un tel événement demande une organisation très lourde car elle demande beaucoup d'autorisations et les règlements par rapport au château sont assez conséquents (ne pas être trop près des jardins, ni des touristes...).

- **Les forfaits touristiques à destination des groupes :**

« La commercialisation est très importante », il faut une personne détenant une licence pour réaliser la vente. Le CDT propose des journées « puzzles », qui sont des assemblages de demi-journées auxquels sont ensuite rajoutés le repas et le car si besoin est. Le fait de ne pas mettre d'office le transport dans l'offre permet de ne pas proposer des prix trop élevés.

La brochure d'appel du CDT ne comporte pas de forfait « Plaine de Versailles » donc il est tout à fait possible d'en proposer un. Pour en réaliser la promotion, les Offices de Tourisme (OT) peuvent être de bons relais.

De plus, pour la commercialisation, il faudrait se tourner aussi vers les Offices de Tourisme qui détiennent une licence de vente : ils ont la possibilité de vendre des produits concernant leur ville, mais peuvent aussi créer des accords avec les autres OTs et commercialiser des produits de ces derniers. Pour cela, il faudra démarcher les OT avec des fiches-produits abouties contenant des contacts à joindre en cas d'intérêt.

Montage et gestion de forfaits touristiques pour les groupes de touristes : l'expérience du CDT

La création d'un produit est un travail qui demande du temps.

La première phase concerne la création théorique : les tarifs, ce qui est inclus, ce qui ne l'est pas, les conditions de réservation, les annulations possibles... Il faut ensuite créer des conventions de partenariat : engagements avec les structures partenaires (hébergement

ou autres) définissant les conditions de partenariat et le tarif des différentes prestations proposées. Par la suite, une personne doit être disponible pour joindre ces différentes structures en cas de demande de réservation afin de savoir si elles peuvent accueillir des visiteurs. Il ne faut pas oublier de prévoir une marge de manœuvre en cas d'indisponibilité pour proposer au client une autre structure assez similaire.

Enfin, une fois le devis réalisé et accepté, le client dispose de son contrat de réservation et de ses bons d'échange qu'il donnera à la/aux structure(s) offrant les prestations retenues. L'organisateur commercialisant le forfait qui encaisse le client devra ensuite régler les factures envoyées par les structures partenaires après le passage du client.

- **Le « forfait week-end » pour les individuels :**

C'est une très bonne idée. En matière de visite, le Trianon pourrait être incorporé en tant que lieu de tradition à la française, idéal pour les Franciliens qui ne connaissent souvent que le Château.

Pour ce qui est du nombre d'activités dans le forfait, trois semble trop élevé. Il nous est suggéré d'en proposer deux, afin que le touriste dispose d'un peu de liberté durant son séjour de 48h. Idem pour les repas, en ne proposant que le repas du soir et le petit déjeuner. De plus, les gîtes ne réalisant que très rarement des réservations pour une nuit, il est important de se renseigner au préalable par rapport aux services proposés par les différentes structures, d'hébergement en particulier. Concernant la possibilité de proposer des goûters ou des dégustations, ces dernières doivent être incluses dans la visite dès le départ. Se renseigner auprès de la ferme de Thiverval, qui propose peut être des dégustations.

Il existe un outil de commercialisation d'un ensemble de prestations qui pourrait constituer une première étape pour la commercialisation d'offres de la Plaine de Versailles. En effet, Yvelines Tourisme a mis en place un système de réservation en ligne dans lequel Yvelines Tourisme joue un rôle d'intermédiaire entre les professionnels du tourisme du département et les touristes (individuels). Chaque internaute a la possibilité de constituer son « panier de commande ». Le visiteur choisit son hébergement, ses visites, et ses achats (boutique en ligne). Ce système est accessible via le site Internet d'Yvelines Tourisme ou directement par l'adresse : <http://www.reservations-yvelines-versailles.com/>

Les réservations sont directement envoyées aux structures concernées. Ce système est à double sens puisque le partenaire possède également un onglet sur son propre site internet. Il est tout à fait possible que les professionnels de la Plaine de Versailles qui le souhaitent intègrent ce système. Pour cela, il faut contacter M. Alexis CHAUVEAU.

	<p align="center">Groupe : Produit Plaine / Versailles (château et ville)</p> <p align="center">APPVPA / UVSQ</p> <p align="center">Compte-rendu d'entretien</p>
---	---

Date :	15/02/2011	
Présents :	Elodie Martin Guilland Fabien	

Les activités de Guidatours :

L'entreprise accueille pour beaucoup une clientèle internationale et organise des visites guidées.

La plupart de la clientèle arrive en train de Paris. Guidatours essaye au mieux de mettre en place des groupes d'individuels.

L'entreprise propose également la vente de billets pour la visite du Château de Versailles.

Type d'offre :

- *Versailles week-end*
- *Versailles prestige* (pour les festivités et spectacles organisé par le château). Nouveau produit mit en place cette année, se fait essentiellement durant la période estivale.
- L'entreprise organise quelques sorties ponctuelles sur Paris.

A partir des spectacles (découverte de Versailles pour faire rester les gens) → Quelques dates hors saisons. Guidatours a essayé de faire visiter Versailles en partenariat avec l'office de tourisme mais ce fut un échec, problème de temps de la part des touristes (ne sont la que pour la visite du château). Elle propose également les Mardi à Versailles (musées) : réservation tous les jours saison de mai a juin surtout des groupes scolaires

Pour mettre en place leurs réservations, l'entreprise travaille avec des hôtels qui réservent 3 à 4 chambres.

Prix : Week-end classique 150 euros la visite, billet entrée spectacle

Week-end prestige tarif de 240 a 350 euros (nuit hôtel boisson)

Tous les ans nouveau projet (anciens produits)

- Versailles guidées
- Versailles magique avec les jardins gratuits
- Château conférence visite à thème (ex des appartements privés)

NB : Les Français se déplacent pour le week-end tandis que les internationaux à la journée.

Etre patient durant la mise en place du produit, ne marche pas forcément tout de suite, les 1^{er} « Versailles week-end » ne connaissaient que 5 réservations/semaines.

Pour la réussite des projets nécessaire de s'interroger en tant que client : qu'est-ce que je veux ? Qu'est-ce que je souhaite avoir ?

L'aspect Communication

Comment l'agence communique t elle ?

- S'appuie sur la communication du château
- Communication Internet
- Partenariat avec Paris vision, Open tour, plusieurs agences, et essaie de se rendre aux salons.

L'agence s'est crée un réseau de partenaires, la proximité est importante.

C'est le nerf de la guerre, il s'agit au mieux de promouvoir le produit en place.

Miser sur la clientèle de proximité. Contacter des partenaires comme Yvelines tourisme.

Guidatours a mis en place un système d'affiches dans les petits commerces (boulangerie, salon de coiffure..), testé dans les quartiers populaires.

Mise en place ensuite d'enquêtes permettant de comprendre d'où les clients tiennent leurs informations.

Possibilité d'une coopération

Produit plaine/ château serait possible à mettre en place toutefois bémol sur le déplacement la plaine n'étant pas à proximité. S'associer avec une entreprise de transport à vélo, minibus ou tarif SNCF.

Ne pas intégrer les dîners à l'offre, les gens aiment être libres et ne veulent pas tous manger la même chose et à la même heure.

Après nos propositions d'offres de produits week-end, l'entreprise serait éventuellement intéressée par la création du projet. Pour cela il sera nécessaire de les contacter lors de la rentrée prochaine afin qu'ils puissent faire travailler soit un étudiant en BTS sur la mise en place du projet, soit éventuellement un groupe de Master 2 de la promotion prochaine.

	<p>Groupe : Produit Plaine / Versailles</p> <p>APPVPA / UVSQ</p> <p>Compte-rendu d'entretien</p>
---	---

Date :	28/02/2011	Entretien avec : Julie TISSERONT, responsable tourisme du PNR de la Haute Vallée de Chevreuse
Présents :	Elodie Martin Aude Gérardin	

Le Parc s'étend sur 21 communes, 51 l'année prochaine.

➤ Rallye pédestre

Le PNR à mis en place le rallye pédestre depuis 2002.2003. Ce rallye d'une douzaine de kilomètres organisé par les 2 guides du Parc, à lieu une fois par an dans des lieux différents afin de permettre de découvrir aux habitués du rallye les différentes communes qui composent le Parc, le patrimoine naturel et culturel du territoire.

Chaque année, le rallye rassemble environ 400 à 500 participants (2009), principalement des habitants du territoire et quelques franciliens.

Le rallye est une façon de rassembler les gens habitants un même territoire, de leur faire découvrir celui. Pour animer le territoire, le PNR à mis en place à la fin du rallye une remise de lot pour les gagnants ainsi qu'une dégustation de produits locaux effectuées par les exploitants du territoire.

Le PNR a choisi de mettre en place un rallye ponctuel, événementiel (une fois par an), dans le but de rassembler le plus de gens possible (pas de thème particulier). C'est ainsi un bon plan pour faire connaître le territoire. Il semble que la mise en place de rallye permanent soit envisageable seulement après la mise en place d'un rallye événement. La communication autour de ce type d'événement, produit est donc extrêmement importante, c'est pourquoi le PNR entretient un partenariat avec la RATP et diffuse des affiches publicitaires sur les événements important organisés par le PNR. Mais également la diffusion de flyers, des partenariats avec les différents commerces, newsletters ainsi que la presse locale et régionale. Ces affiches sont présentes dans 20 gares sur la ligne du RER B (dessers Saint Rémy les Chevreuse).

Le PNR est également en train de développer un rallye pédestre destiné aux enfants : plus ludique sous forme de jeu de piste et d'une courte distance.

Le rallye vélo n'est pas existant sur le territoire en revanche de nombreuses balades à vélo sont proposées, notamment en vélo électrique. Le PNR a pour projet lors de la fête de la nature, de développer un circuit vélo reliant les différentes fermes aux alentours, puis la création d'une maison de l'éco mobilité à Saint Rémy les Chevreuse, avec location de vélos électriques et office de tourisme permettant alors de relier Saint Rémy les Chevreuse au PNR à vélo depuis la gare. Le PNR est également en partenariat avec certains hébergements dans la mise à disposition de vélos électriques aux hébergements (4 hébergements qui disposent chacun de 4 vélos). Pour rendre cela réalisable, une subvention de 400 euros est effectuée par vélo dont le prix est fixé à 1500 euros environ. Ce système rencontre un grand succès auprès des visiteurs qui n'hésitent pas à emprunter ou louer les vélos pour découvrir et parcourir le territoire.

➤ Audio guide de Plein air

Mise à disposition à la maison du parc. Pas de caution demandée car possibilité de rendre l'audio guide dans tous les commerces partenaires, ce qui offre une certaine liberté aux randonneurs. Mise en place coûte cher : logiciel + formation + conception = 25 000 euros). Le premier itinéraire est créé par l'intermédiaire d'une entreprise puis une fois le fonctionnement compris possibilité de créer soit même plusieurs itinéraires. Nécessite une personne à plein temps. L'audio guide au sein du PNR ne rencontre pas de grand succès (170 location par an) si on compare à la ville de Rambouillet ou la location de cet outil est relativement importante.

	<p>Groupe : Produits Plaine / Versailles (Château et ville) APPVPA / UVSQ</p> <p>Compte-rendu d'entretien</p>
---	---

Date :	09/03/2011	Entretien avec : Jacques
Présents :	Elodie Martin Aude Gérardin	COURTIES, Vice- président de l'association du Club de randonnée de Beynes, membre de l'APPVPA

➤ Les manifestations de type rallye déjà existantes :

- Depuis 10 ans, une commune de la plaine accueille l'arrivée d'une randonnée pédestre dont le but est de faire le trajet de sa commune d'habitation à la commune d'accueil, puis de visiter la commune dans l'après midi, après avoir pique niqué. 15 communes sont impliquées dans cette manifestation.

La première manifestation a été à l'initiative de Mme Le Möelle, ex député et dont le mari est responsable des circuits équestres au sein de l'APPVPA.

Cette année, c'est la commune de Bazemont qui reçoit. L'année passée, elle a eu lieu à Herbeville, où 110 participants ont répondu présent. La manifestation a lieu le 1^{er} dimanche de juin.

En terme d'organisation, 7 personnes de la commune avait été présentes de façon permanente. Elles avaient en charge la réception des boissons offertes par chaque commune (partage des frais), la préparation de la salle (tables, chaises,...), le service le jour de la randonnée et la préparation de la visite de village qui a lieu l'après midi. Il faut également prévoir un discours du maire donc, la mise en place d'un petit mémo afin de connaître l'attribution des différentes tâches.

De plus, chaque commune apporte sa contribution : un correspondant est en charge de préparer le trajet, de rédiger les communiqués, de transmettre le nombre de participants et de les encadrer le jour J.

Pour Herbeville, le budget, uniquement de l'autofinancement, était de 700€.

Au niveau de la communication, tout se fait uniquement au niveau local : bulletins municipaux et infos locales.

- Sur le département des Yvelines, le Comité Départemental de Randonnée Pédestre organise un « rando-challenge ». Plutôt à destination des clubs de randonnée et n'a pas toujours lieu sur la plaine.

Le principe repose un peu plus sur une sorte de course d'orientation. Une carte est donnée au départ, sur laquelle la distance du trajet doit être mesurée à l'aide d'un fil. Il faut ensuite réaliser, en trinôme, le parcours et se rendre au 12 à 15 balises présentes le long du parcours. A chaque balise, un QCM est suspendu dans un arbre avec une poinçonneuse. Il faut répondre à la question puis faire un trou dans la carte à l'endroit où on pense se trouver. Il n'y a pas de thème précis.

L'année passée, il a eut lieu à Beynes. Environ 120 participants sont venus sur a journée. Le pique-nique est tiré du sac, le café et les boissons sont offerts.

➤ Zones de rallyes possibles sur le territoire :

Se situer entre la forêt de Marly, le plateau et Orgeval. Ne pas aller au Sud, en dessous de Plaisir, pas très beau. Se rendre dans le cœur de la plaine : Rennemoulin / Chavenay / Davron / Thiverval / Crespières / Mareil / Maule.

L'idéal est de faire un trajet de gare à gare mais le problème c'est que c'est souvent long et on ne peut pas faire une boucle.

Autre idée : suivre le ru de Gally, les personnes qui participent à ce genre de manifestations veulent se sentir à la campagne.

Gros problème de ce genre d'évènementiel, c'est que la plaine est déjà très « ratissée » par les randonneurs...

➤ Réalisation d'un rallye le jour de la journée « portes ouvertes »

Journée réservée aux adhérents et qui a lieu en novembre. Tout au long de la journée, exposés et tables rondes avec repas assuré par un traiteur.

Il faudrait faire un mix des 2 et ouvrir cette manifestation à tout le monde. Nous sommes « force de proposition » donc c'est le moment ou jamais de faire changer et évoluer les choses.

Cela permettrait de faire connaître l'APPVPA à d'autres personnes qui seraient attirées par le rallye en premier lieu.

Jacques Courties se propose, si besoin est, de réaliser le trajet du rallye.

		<p>Groupe : Produit Plaine / Versailles (château et ville)</p> <p>APPVPA / UVSQ</p> <p>Compte-rendu d'entretien</p>
---	---	--

Date :	09/03/2011	Entretien téléphonique avec : Alexis CHAUVEAU, Responsable de la 'place de marché', Yvelines Tourisme (CDT 78)
Présents :	Laurène Alluis	

I. La place de marché d' Yvelines Tourisme : plateforme informatique de réservation

La Place de marché des Yvelines est une plateforme de réservation en ligne de diverses prestations offertes dans le département des Yvelines à destination de clients individuels.

Les prestations proposées sont les suivantes:

- hébergement (hôtel, gîte, chambre d'h[^]tes),
- billetterie (visite, événementiel)
- boutique en ligne

Le principe est d'offrir aux clients une réservation en temps réel, c'est-à-dire que la plateforme récupère les disponibilités des partenaires touristiques directement dans la base de données de ces derniers grâce à un système de passerelles.

L'internaute se voit proposer deux options de réservation : le paiement en ligne ou la pré-réservation (sans versement d'un acompte).

Un 'widget' (moteur de recherche) permet à l'internaute de rechercher la ou les prestation(s) de son choix de façon autonome.

Il y aussi un éditorial proposant des idées de séjours thématiques (bien-être, culture...). Dans ce cas, la recherche est guidée vers des hébergements et activités correspondants au thème choisi.

Ponctuellement, des bons plans sont proposés : ce sont des offres promotionnelles avec des suggestions d'activités, un tarif exclusif dans une structure d'hébergement en particulier pour une durée limitée et sur un thème spécifique (par ex. pour la Saint-Valentin).

De nombreux départements proposent, à travers leur comité départemental du tourisme (CDT), une plateforme de réservation proposant aux clients (individuels) différents types de prestations à régler en une seule fois par internet.

Dans les Yvelines, le projet s'est mis en place suite à la volonté du CDT de proposer aux internautes la possibilité d'élaborer leur panier touristique composé de diverses prestations. Le projet a également été motivé par la volonté des hôteliers du département d'avoir une distribution par Internet et d'être inclus dans des idées séjours voire des bons plans afin de remédier, en partie du moins, à une faible fréquentation le week-end alors que les taux de remplissage sont élevés en semaine (clientèle d'affaires).

NB: En 2009, le département de Seine-et-Marne (77) s'est équipé d'une telle plateforme de réservation en ligne et a travaillé avec Alliance Réseau. Ce département fait face à une situation assez similaire aux Yvelines avec un site très fortement touristique (Disneyland Paris) et un ensemble d'attrait touristiques beaucoup moins fréquentés. Les Yvelines dont le Château de Versailles est très fréquenté cherchent elles aussi à retenir les visiteurs et à diffuser géographiquement cette fréquentation.

Le projet a ainsi démarré en avril 2010. La société Alliance Réseau est le prestataire de service qui a été retenu. Les premiers prestataires touristiques à être présents sur la plateforme ont été convoqués au printemps 2010 puis des 'travaux' ont été engagés durant l'été afin de mettre en place le système. La plateforme de réservation a été lancée très récemment : en décembre 2010.

Le projet est toujours en cours de développement. De nouveaux prestataires, vont très prochainement y être intégrés. Parmi eux, on compte des hébergeurs mais également le Chocolatier Daubos (visite et boutique), le Château de Breteuil et le Potager du Roy. D'autre part, un partenariat avec France Billet (réseau de distribution en billetterie) est en train de se mettre en place. En attendant, la vente de billetterie est assurée par l'intermédiaire de la Fnac (renvoi vers le site Internet de la Fnac).

En ce qui concerne la boutique en ligne, le CDT a demandé au Potager du Roy si ce dernier pouvait et souhaitait proposer la vente de produits du terroir (boutique sur place, renommée). L'idée a été appréciée mais le potager du Roy doit juger s'il a les ressources humaines adéquates pour gérer les ventes en ligne et les expéditions éventuelles. Enfin, une réflexion est en cours au sujet de la vente/et réservation en ligne de prestations de restauration. Certains CDT voire CRT, comme le CRT de Picardie, le proposent déjà.

II. Conditions et démarche pour intégrer la « place de marché »

Intégrer la place de marché des Yvelines : implications pour un professionnel

Entrer dans la Place de marché n'entraîne pas de coûts d'adhésion. En effet, les solutions et l'assistance techniques, ainsi que la formation aux logiciels sont gratuites. Il peut néanmoins y avoir des coûts indirects tels qu'un kit de paiement sécurisé en ligne (facturé par la banque du professionnel).

Chaque professionnel signe initialement un contrat avec Yvelines Tourisme mentionnant le prix de vente des prestations sur la place de marché (contrat revu chaque année) et le commissionnement du CDT pour chaque vente effective (paiement reçu par le professionnel). Cette commission s'élève à 8% du prix pour l'hébergement, et à 3% pour la billetterie et la boutique en ligne.

Les ventes effectuées en ligne sont créditées directement sur le compte du professionnel. Une fois par an, le CDT envoie une facture globale des commissions dues au CDT.

Les modalités de retrait des prestations dépendent des prestataires.

- pour la billetterie, en général le client se présente au guichet avec son numéro de réservation en ligne (impression mail de confirmation).
- Pour la boutique : soit les produits sont retirés en boutique (du professionnel en question), soit ils sont envoyés par voie postale.

NB : Les professionnels sont autonomes pour la partie distribution des prestations (par d'intervention du CDT).

Etapas à suivre pour l'intégration d'un professionnel à la place de marché des Yvelines

Tout d'abord, le professionnel doit prendre rendez-vous avec M. Alexis Chauveau à Yvelines Tourisme. Chaque prestataire voit son dossier étudié au cas par cas.

Pour les hôteliers en particulier, deux cas de figure vont déterminer les actions à mettre en œuvre : selon le système de réservation utilisé par le professionnel, une activation directe va pouvoir être effectuée ou bien le CDT va lui fournir, par l'intermédiaire d'Alliance Réseau, une solution logicielle de vente en ligne qui lui servira d'outil de gestion interne et de mode de distribution (principe de la marque blanche).

Une fois le choix effectué, un contrat de commissionnement et les conditions générales d'utilisation sont signés par le CDT et par le professionnel. S'ensuit le développement de la mise en ligne avec le paramétrage technique effectué par le CDT (phase la plus longue). Le professionnel est alors formé à ses nouveaux outils. La durée de la mise en œuvre dépend de la structure et du temps qu'elle y accorde. Pour le secteur privé, cette durée est réduite par rapport aux structures publiques.

Nb : Souvent les professionnels sont intéressés par le projet de vente en ligne d'Yvelines Tourisme (notamment la partie boutique) mais ne disposent pas d'assez de temps pour le mettre en place dans leur structure.

Annexe IV Tableaux de synthèse : acteurs et mise en œuvre, par produit

Mise en œuvre et perspectives de partenariats : le rallye pédestre

Rôles Acteurs	Création, Porteur de l'idée	Rassemble- ment des acteurs	Financement	Promotion	Commercialisation	Prestation auprès des clients
Etudiants (Master 2 Tourisme et Environnement & BTS Tourisme)						
APPVPA						
Fédération Française de Randonnée						
Mairies						
CDT Yvelines						
Conseil Général						
Offices de tourisme						

Acteurs et mise en œuvre : l'itinéraire cyclotouristique

Rôles	Création, Porteur de l'idée	Rassemble- ment des acteurs	Financement	Promotion	Commercialisation	Prestation auprès des clients
Acteurs						
Etudiants (Master 2 Tourisme et Environnement & BTS Tourisme)						
Administration publique (mairie, CG)						
APPVPA						
Château de Versailles						
CDT Yvelines						
Offices de tourismes						
Colloséo (audioguide)						

Acteurs et mise en œuvre : les forfaits touristiques

Rôles	Création, Porteur de l'idée	Rassemble- ment des acteurs	Financement	Promotion	Commercialisation	Prestation auprès des clients
Acteurs						
Etudiants (Master 2 Tourisme et Environnement & BTS Tourisme)						
APPVPA						
Prestataires/ professionnels du tourisme						
Guidatours						
Château de Versailles						
CDT Yvelines						
Entreprises de Coffrets cadeaux <i>séjours touristiques</i>						

Annexe V Devis d'audio-guide de type « GPS Ranger » pour un itinéraire sur la Plaine de Versailles, effectué par la société Colosséo



Lct

Madame Milena BOUTOILLE

Vanosc, le 15 mars 2011

Proposition GPS Ranger

Cher Madame,

Vous trouverez ci-dessous une proposition pour l'élaboration d'une visite pilotée basée sur le système GPS Ranger, qui prévoit :

- la fourniture des appareils GPS Ranger
- l'accès aux logiciels qui vous permettront de gérer et d'organiser les visites
- la création de contenus multimédia délivrés par le GPS Ranger (*option*).

Caractéristiques principales

Le GPS Ranger est un système de guide multimédia breveté conçu comme un outil d'interprétation et de navigation qui peut être rendu disponible pour la location à la journée aux visiteurs dans les parcs, sites historiques et autres sites à l'extérieur.

Le GPS Ranger fournit des contenus sur la base de la position du visiteur. Le produit est conçu pour rendre les visites plus enrichissantes, interactives, divertissantes et instructives. Le GPS Ranger est un outil «ludo-éducatif» qui est également conçu pour devenir une ressource économique.

Le GPS Ranger est un système entièrement intégré de hardware et logiciel qui peut être utilisé comme guide pour votre site et qui est toujours disponible, prêt à l'usage.

Voici les principales caractéristiques du GPS Ranger:

- Le GPS Ranger déclenche les contenus multimédia à n'importe quelle coordonnée de latitude / longitude et pourtant c'est une solution non invasive qui ne nécessite pas d'antennes supplémentaires, de bornes ou de panneaux pour fonctionner.
- Le contenu multimédia que le GPS Ranger peut gérer inclut vidéo, audio, texte, images fixes et photographies, animation, descriptions vocales et musiques ou une combinaison de tous ces médias, qui permettent de créer des visites divertissantes et instructives.

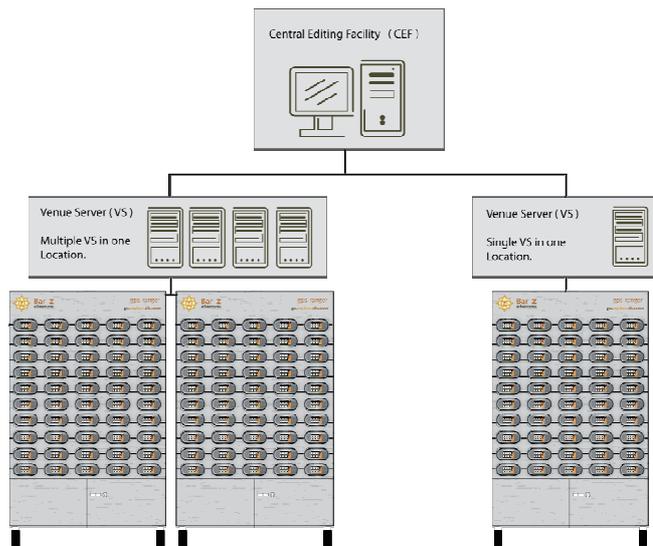
- Le GPS Ranger permet la création de visites en plusieurs langues ainsi que dans la langue des signes et/ou avec sous-titrage pour satisfaire les exigences des visiteurs qui ont des déficiences visuelles ou auditives.
- Avec le même terminal GPS Ranger, on peut gérer des visites qui sont conçues spécifiquement pour différentes catégories d'utilisateurs: enfants, professionnels, enseignants, ou excursions généralistes pour tous les publics.
- Le logiciel de gestion du GPS Ranger permet la programmation de visites pour tous les types de circuits touristiques, sur la base de la durée ou du sujet.
- Le GPS Ranger permet de mettre à jour ou modifier facilement le contenu des visites, avec la fréquence que vous souhaitez. Votre site peut évoluer dans le temps, le système permet d'adapter facilement les visites à ces changements. À la différence des documents imprimés ou des coûteux panneaux, la maintenance de notre système est rapide et facile. Les contenus des visites sont gérés à travers un système basé sur le Web et tous les changements peuvent être effectués à partir de n'importe quel PC connecté à Internet dans le monde. Cela signifie que chaque excursion peut être changée à partir de votre PC, dans votre bureau, et tous les changements seront transférés automatiquement à tous les terminaux GPS Ranger.
- L'aide à la navigation que le GPS Ranger offre est dynamique, avec la cartographie intégrée, sur laquelle l'icône «Vous êtes ici» est toujours visible.
- Le GPS Ranger peut aider les utilisateurs à trouver des services comme les toilettes, les cafés, les boutiques de cadeaux et autres commodités (poste de secours, etc...) s'ils ont été prévus pendant la conception de la visite.
- On peut utiliser le GPS Ranger comme terminal de service pour donner d'autres types d'annonces, tels que les avis de sécurité, notifications d'événements, services spéciaux, fermetures et nouvelles fonctionnalités. Les annonces peuvent être associées à un lieu physique ou liées à la vidéo de bienvenue.
- Le GPS Ranger est conçu pour des circuits à pied, en voiture, en bateau ou à vélo et divers accessoires sont disponibles pour améliorer l'expérience de visite. L'appareil est livré avec une dragonne pour faciliter le transport. Le système comprend deux haut-parleurs stéréo et peut être équipé d'une prise pour oreillettes. L'appareil peut être alimenté directement par la voiture, pour permettre des voyages de plus longue durée, et un kit de montage est disponible pour les tours à vélo.
- Le système GPS Ranger déclenche un contenu différent par rapport au même point d'intérêt en fonction de la direction dans laquelle le visiteur s'approche de ce point. Cela signifie qu'on peut avoir un seul point d'intérêt qui est soit le départ de la visite, soit la fin. Au départ, le GPS Ranger affiche un message de bienvenue, et au même emplacement, à l'issue de la visite, c'est un message de fin de visite qui s'affiche parce que la direction d'approche est différente.
- Le GPS Ranger offre une flexibilité complète pour la création des visites, qui peuvent être composées d'un nombre quelconque de coordonnées GPS, liées à un ou plusieurs médias. Par-exemple, un point d'intérêt, comme un grand bâtiment, pourra être approché de différents côtés par les visiteurs qui verront des médias différents pour décrire ce bâtiment en fonction de la direction d'approche et du côté par lequel est abordé celui-ci, mais qui auront tous la possibilité de voir le même média pour la description générale du bâtiment.
- Le GPS Ranger peut servir également comme une plateforme complète de publicité et de partenariat qui vous permettra de le transformer en une source de revenus supplémentaires, pour la promotion de produits, de services ou d'autres offres.

L'architecture du système GPS Ranger

Le GPS Ranger a trois composantes:

- les terminaux et leur logiciel;
- un PC sur le site qui héberge le logiciel Venue Server (VS) et gère les terminaux connectés à l'ordinateur
- le logiciel Central Editing Facility (CEF) basé sur un serveur Web;

Ces trois ensembles sont tous interconnectés. Ils communiquent entre eux via Internet (CEF et VS) ou au travers des hubs USB qui sont connectés au VS.



Les terminaux portables

Les unités de poche ont été spécialement conçues pour résister aux sévères conditions de la location journalière.

Le terminal mesure 18 cm de long, sur 9 cm de large et environ 3 cm d'épaisseur. L'appareil est léger, il pèse 340 grammes avec la batterie, pour une autonomie de 3 heures.

L'appareil offre les fonctionnalités suivantes:

- Ecran tactile 4" bien visible même en plein soleil.
- Processeur 400 Mhz et détecteur GPS haute sensibilité.
- Jusqu'à 4 Go de mémoire.
- Degré de protection IP 54 : il peut résister à une chute de 1.8 mètres et être exposé à la poussière sans dommages.
- L'appareil peut être utilisé sous la pluie et peut rester plongé dans l'eau 5 minutes sans dommages.
- Système audio composé de deux haut-parleurs stéréo ; il supporte l'utilisation d'un casque ou d'oreillettes avec un adaptateur.
- Températures de fonctionnement de -30 °C jusqu'à + 60 °C.
- L'appareil fonctionne avec une batterie rechargeable, qui a une autonomie d'environ 3 heures. Des batteries additionnelles sont disponibles pour prolonger la vie de la batterie à 8 heures d'utilisation.

- L'appareil peut être utilisé en voiture avec un adaptateur 12V et il existe un kit de montage pour les circuits à vélo.

Le logiciel des terminaux est la principale interface entre l'appareil et l'utilisateur. L'appareil a été conçu de telle manière que l'utilisateur se verra offrir un tutoriel rapide au début de chaque visite tandis que l'unité est en train d'obtenir la position GPS.

Après le tutoriel, l'appareil affiche la carte interactive du site. Les différents points d'intérêt (POI) sont représentés par des icônes qui peuvent être différents pour chaque catégorie de POI et conçus spécialement pour votre site, si le souhaitez.

Un icône "Vous êtes ici" indique où l'utilisateur se trouve sur la carte ; la position de cet icône est mise à jour dynamiquement pendant que l'utilisateur se déplace sur le site. Quand on touche un icône symbolisant un POI, le GPS Ranger affiche le nom de ce POI et des informations indiquant à quelle distance et dans quelle direction ce POI se situe par rapport à l'emplacement actuel de l'utilisateur. L'utilisateur peut, à tout moment, taper sur la bulle de texte qui a été affichée pour déclencher manuellement le contenu des médias ; cependant l'appareil déclenchera automatiquement le contenu des médias lorsque le visiteur pénétrera dans un rayon prédéfini autour du POI.

L'unité émet un signal sonore quand l'utilisateur s'approche d'un point d'intérêt. Lorsque le média se joue, le visiteur peut le contrôler en utilisant les commandes affichées sur l'écran tactile.

L'écran est bien lisible en plein soleil, et le système supporte une variété de différents médias avec un maximum de flexibilité. Le GPS Ranger peut jouer des fichiers AVI, SWF et JPG, mais tous les types de vidéos, audios, images, animations ou de contenus Web peuvent être transformés dans un des formats supporté par le GPS Ranger. Tous ces différents types de médias peuvent être combinés pour créer une amusante et éducative expérience de visite.



Le GPS Ranger est capable de jouer les vidéos en plein écran



Le cadre blanc peut accueillir des autocollants et de la publicité, et l'interface utilisateur peut être complètement personnalisée

Le Venue Server et le point de location

Le Venue Server (VS) comprend le logiciel que le personnel utilise pour la distribution et la restitution des terminaux. Le VS et le logiciel associé font partie du râtelier qui recharge et communique avec les terminaux. Le Venue Server nécessite un accès internet et deux prises électriques pour l'alimentation des dispositifs connectés.

L'interaction avec le VS est faite par l'écran tactile LCD 15". Pour fins de dépôt, le VS permet de saisir le numéro de la carte bancaire ou l'image d'une pièce d'identité en utilisant un lecteur de bande magnétique ou une webcam, selon le cas, qui sont gérés en automatique par le logiciel du VS. On peut également choisir de conserver comme garantie le document ou les clés de la voiture; le logiciel du VS offre dans ce cas la possibilité de tracer ces dépôts.

Quand il distribue les appareils, l'opérateur peut sélectionner une unité, plusieurs unités, les types de visites différentes et/ou de circuits, les langues et les prix différents au moyen du VS qui a été conçu pour être très facile à utiliser. La formation des opérateurs sur le système peut être faite en une demi-journée. La distribution ne vous prendra que 15 secondes et la restitution est presque instantanée. Au cours de la distribution des appareils, l'opérateur peut prendre le numéro de la carte bancaire avec le lecteur de bande magnétique, l'image de la pièce d'identité avec la webcam ou peut retenir un document en dépôt, selon la configuration de votre site.



Un râtelier Venue Server avec 50 unités.

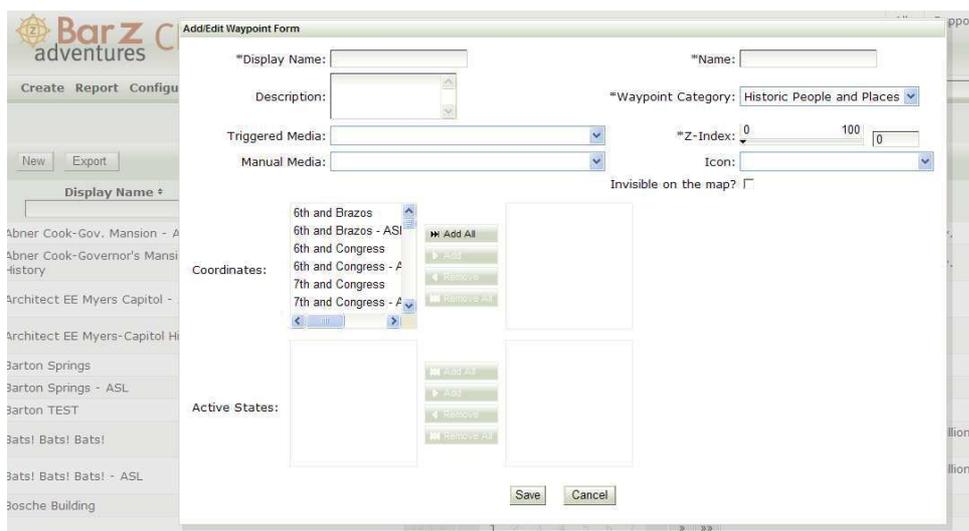
La barre supérieure peut être personnalisée et l'écran tactile peut être monté sur le même support

Le Central Editing Facility (CEF)

Le Central Editing Facility (CEF) est un logiciel qui fonctionne sur un serveur Web et qui permet de créer et gérer tous les aspects des visites. Le CEF est hébergé sur des serveurs à haut sécurité et la section qui vous est dédiée ne peut être consultée que par des personnes ayant des droits d'administrateur.

Le CEF est le principal dépositaire de tout le contenu, des locations et des données sur les terminaux. Les contenus des visites, les médias, les locations et tout ce qui concerne la gestion des visites peuvent être modifiés avec le CEF selon les besoins. Le CEF produit aussi tous les rapports, comme ceux de la comptabilité et les rapports sur l'activité des visiteurs. Le CEF peut être utilisé pour gérer aussi d'autres contenus, comme les questions interactives, les différents emplacements de location, s'il y en a plusieurs, et les annonces temporaires.

Le CEF gère la totalité des stocks des terminaux, qui peuvent être réaffectés à d'autres lieux en fonction de la demande ou en fonction de la saison.



Un exemple de l'interface du CEF.

Ce formulaire est conçu pour configurer un nouveau point d'intérêt qui déclenche un fichier multimédia lorsque l'utilisateur est dans le rayon d'action configuré pour ce point

Le système peut générer des rapports détaillés sur l'activité de location et va immédiatement vous montrer l'augmentation ou la diminution de votre activité de location avec une nouvelle visite ou avec des prix différents. Vous pouvez choisir de générer un rapport avec une périodicité quotidienne, hebdomadaire, mensuelle ou de produire des rapports personnalisés pour votre site. Les données peuvent être exportées dans une variété de formats, dont Excel, Word, HTML et PDF.

Le rapport de la comptabilité généré par le CEF fournit une vue de l'activité des locations et des revenus générés pour les périodes spécifiées.

Le système va également vous fournir un rapport de l'activité des visiteurs qui montre où les gens vont dans votre site et combien de temps ils vont rester à chaque endroit, permettant une meilleure gestion des sites et la personnalisation des services.

I.D. NO.	WAYPOINT NAME	NUMBER OF VISITS	AVERAGE TIME	TOTAL TIME
23	WHEAT STREET BAPTIST CHURCH	48	2:16	1:48:48
24	HISTORIC EBENEZER BAPTIST CHURCH	11	5:08	0:56:28
25	DR. KING'S TOMB	55	14:26	13:13:50
26	THE KING CENTER	15	8:42	2:10:30
27	OUR LADY OF LOURDES CATHOLIC CHURCH	24	9:02	3:36:48
28	KING BIRTH HOME	40	4:27	2:58:00
29	HISTORIC FIRE STATION NO. 6	27	11:58	5:23:06
30	ETERNAL FLAME	38	3:29	2:12:22
31	SWEET AUBURN CURB MARKET	41	15:14	10:24:34

Un exemple de rapport sur l'activité des visiteurs pour le Martin Luther King National Historic Site

Visites

Nous proposons de mettre en œuvre un projet pilote qui sera élaboré conjointement par votre personnel et par le personnel Colosseo.

A partir de la documentation que vous avez déjà, on peut penser à un ou plusieurs différents parcours.

Pour chaque parcours, on peut prévoir un certain nombre de points d'intérêt et pour chaque point il peut y avoir :

- une courte description audio (durée moyenne estimée de 2 à 3 minutes)
- photos historiques / dessins / films / vues aériennes ou autres images qui aident le visiteur à mieux comprendre le site ;
- une section "pour en savoir plus" qui fournira des informations supplémentaires, sur demande

Le parcours pourrait comprendre également d'autres points d'intérêts «mineurs» qui ont une description audio très courte (environ 30 secondes) et qui permettent de fournir quelques informations de base lorsque le visiteur passe à proximité. Dans certains cas, une photo ou un dessin du point d'intérêt peut être fourni pour aider le visiteur à mieux l'identifier. Le nombre de points d'intérêt mineurs peut lui aussi être variable. Certains de ces points d'intérêt peuvent être des boutiques, ateliers ou autres qui utilisent le GPS Ranger comme borne publicitaire.

La visite peut fournir aussi des infos de services, comme l'emplacement des toilettes, des magasins et des restaurants.

La langue de la visite serait le français ; la traduction en anglais, allemand... ou toute autre langue est bien sûr disponible.

Toutes les options que vous désirez sont bien évidemment envisageables et si vous souhaitez avoir d'autres choix, d'autres préférences ou d'autres langues, on pourra faire une proposition spécifique dès qu'on aura défini les contenus.

Proposition économique

Point	Description	Prix unitaire	Qté	Qté	Prix total	Prix total
A	Terminaux GPS Ranger	€ 890,00	20	10	€	€ 8.900,00
	Câbles pour l'alimentation et connexion au VS Adaptateur pour casque ou oreillettes (<i>option</i>)	€ 30,00	20	10	17.800,00	€ 300,00
		€ 15,00	20	10	€ 600,00	€ 150,00
					€ 300,00	
B	Venue Server avec PC et logiciels	€ 2.480,00	1	1	€	€ 2.480,00
					2.480,00	
C	Râtelier à mur	€ 2.550,00	1	1	€	€ 2.550,00
					2.550,00	
D	Abonnement annuel pour 1 an aux logiciels CEF et VS	€ 210,00	20	10	€	€ 2.100,00
					4.200,00	
E	Livraison et installation	€ 500,00	1	1	€ 500,00	€ 500,00
F	Formation (1/2 journée)	€ 300,00	1	1	€ 300,00	€ 300,00
G	Contenu de la visite (<i>non compris car inconnu</i>)	€ 0,00	1	1	€ 0,00	€ 0,00
	TOTAL				€	€17.280,00
					28.730,00	

Notes

- Les points A, B, C, E, F et G sont un investissement qu'il faut faire une fois seulement; si le nombre de terminaux ne change pas, il n'y a pas de coûts supplémentaires.
- Le point D est un abonnement qui doit être renouvelé sur base annuelle et qui permet l'utilisation de logiciel CEF et VS pour changer le contenu des visites, l'insertion des événements et des informations de service, l'alignement des dispositifs et la gestion des rapports.
- Si vous souhaitez ajouter de nouveaux terminaux, vous devez bien entendu ajouter le prix unitaire des GPS Ranger (avec câbles et éventuellement adaptateurs pour casque) multiplié par le nombre d'unités, mais aussi il faut prévoir une mise à jour mineure du Venue Server (point B), des râteliers supplémentaires (point C) et des licences de logiciels supplémentaires (point D). Il n'y a pas de coûts supplémentaires pour l'installation des visites sur plusieurs terminaux si le contenu de la visite ne change pas.

Le tableau suivant montre une analyse financière très simplifiée car ni les coûts financiers, ni les avantages fiscaux ne sont pris en compte.

Composants		Première année	Deuxième année	Troisième année	Total sur 3 ans
		€			
Terminaux GPS Ranger	20	17.800,00	€ 0,00	€ 0,00	
Câbles alimentation/connexion VS	20	€ 600,00	€ 0,00	€ 0,00	
Adaptateurs casques	20	€ 300,00	€ 0,00	€ 0,00	
Râtelier à mur	1	€ 2.550,00	€ 0,00	€ 0,00	
Venue Server avec PC et logiciel	1	€ 2.480,00	€ 0,00	€ 0,00	
Abonnement annuel pour 1 an aux logiciels CEF et VS	20	€ 4.200,00	€ 4.200,00	€ 4.200,00	
Garantie 1 an	1	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	
Formation	1	€ 300,00	€ 0,00	€ 0,00	
Expédition et installation	1	€ 500,00	€ 0,00	€ 0,00	
		€			
Production d'une visite	1	10.000,00*	€ 0,00	€ 0,00	
		*(Exemple)			
		€			
Total		38.730,00	€ 4.200,00	€ 4.200,00	€ 47.130,00
Revenus de location					
Nombre de terminaux	20				
Jours d'activité (8 mois)	240				
Taux d'utilisation	45%				
Total locations par an	2160				
		€			
Tarif de location	10,00				
Publicité par terminal par location	€ 1,00				
		€			
Revenu total		23.760,00	€ 23.760,00	€ 23.760,00	€ 71.280,00
		-€			
Revenu net		14.970,00	€ 19.560,00	€ 19.560,00	€ 24.150,00
Retour sur investissement sur 3 ans					51%

Permettez-moi de souligner qu'une utilisation attentive des ressources publicitaires pourrait rendre le produit encore plus rentable.

De plus, vous avez à disposition un produit unique et innovant qui permet de vendre d'autres services, pendant différentes périodes de l'année. Par exemple, les mêmes terminaux peuvent devenir des guides pour des événements extérieurs ou d'autres activités (vtt, randonnée pédestre, visite d'un lieu ou d'un village, quizz pour les enfants...) et pourraient avoir dans ce cas une utilisation complètement différente avec pour seul investissement supplémentaire les contenus spécifiques que vous pouvez réaliser vous-mêmes.

N'hésitez pas à me contacter pour toute information complémentaire.

Avec mes meilleures salutations.

Olivier Sauzéat



COLOSSEO
www.colosseo.fr
colosseo@neuf.fr
Tél. : 06 85 72 22 86
Route de la
Charousse

Liste des références

Parcs Nationaux:

- Martin Luther King, Jr. National Historic Site
- Cedar Breaks National Monument
- Death Valley National Park
- Shenandoah National Park
- Vicksburg National Military Park
- Zion National Park
- Bryce Canyon National Park
- Independence National Historical Park

Zoo:

- Zoo de San Francisco
- Zoo de Dallas
- Zoo de Oklahoma City
- Zoo de Santa Barbara
- Zoo de Singapour

Visites historiques, de découverte du paysage et touristiques dans les villes:

- Austin, Texas
- Avalon, Catalina Island, California
- Victoria, British Columbia
- St. Augustine, Florida
- Key West, Florida
- Hamilton & St. George, Bermuda
- Sedona Driving Tour, Arizona
- Great Bend, Kansas
- Powell, Wyoming
- Las Palmas de Gran Canaria, Iles Canaries, Espagne

Parcs thématiques:

- Stockyards Station, Fort Worth, Texas
- Texas Trail of Fame, Fort Worth, Texas
- International Spy Museum, Washington, D.C.
- Poplar Forest, Virginia

Campus:

- Cal Poly San Luis Obispo, California

Chemins de fer:

- Cuyahoga Valley Scenic Railroad, Peninsula, Ohio