

RAPPORT D'ACTIVITE 2010

PRESENTATION DE L'OFFRE 2010

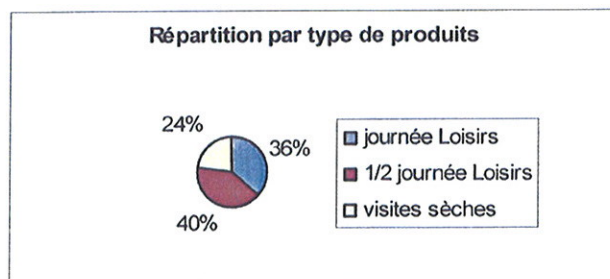
L'activité du Service réceptif est toujours centrée sur la **commercialisation de circuits pour les groupes constitués**. L'offre de produits 2010 est présentée dans la cinquième édition de la brochure « circuits groupes ». Elle est constituée de **28 circuits** conçus autour du patrimoine culturel et naturel du département : 14 journées, 14 demi-journées.

Des séjours avec hébergement, des circuits et visites « à la carte » sont également réalisés sur demande.

Deux packages individuels ont été proposés dans le cadre du partenariat fédéral sur le site Internet 52 week-end (www.52we.com).

CONTRATS REALISES

Le service a concrétisé **157 dossiers**. Le nombre de contrats signés a diminué de 4% par rapport à 2009.



La proportion de circuits journée diminue au profit des visites sèches.

Pour la première fois depuis 2006, la part des circuits 1/2 journée est supérieure à celle des circuits journée.

Les réservations de **visites sèches** (visites d'entreprises, La Défense, site + conférenciers extérieurs) ont **augmenté de 60% par rapport à 2009**. Elles représentent cette année près d'un quart du nombre de dossier traités (contre 14% en 2009).

59% des contrats correspondent à des **circuits packagés issus de la brochure**, **41%** à des produits « sur mesure ».

Nous avons enregistré 92 dossiers annulés :

- **26 dossiers n'ont pas été confirmés après la pose d'une option.** Sur l'ensemble des options posées, nous enregistrons un **taux d'annulation de 14%**. Ce taux d'annulation a **fortement diminué**. Il était de 23% en 2009.

- 66 devis n'ont pas été concrétisés.

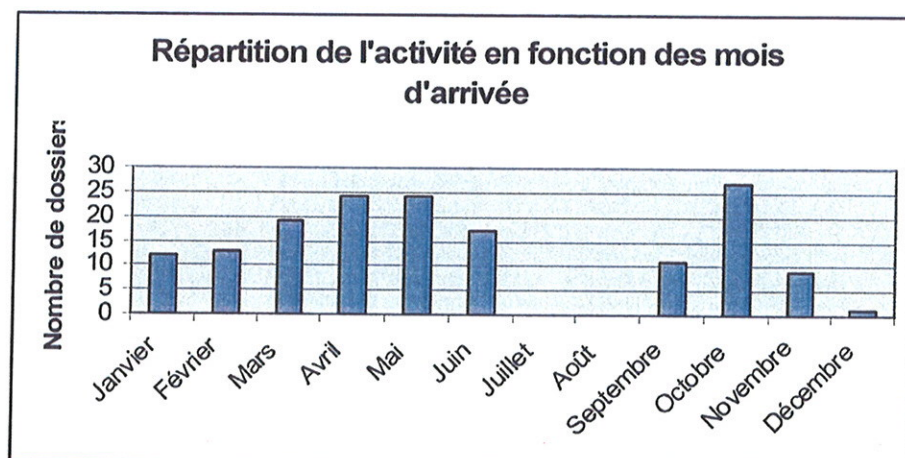
PALMARES DES PRODUITS

Palmarès des produits	Type produit	Nombre de contrats			Evolution 2009/20010
		2008	2009	2010	
Château d'Asnières	1/2 journée	3	13	14	8%
Céramique de Sèvres	Journée	7	9	9	0%
Coulisses Roland Garros	1/2 journée ou journée	-	8	7	-13%
Demeures célèbres	Journée	1	6	7	17%
Vallée-aux-Loups	Journée	5	8	4	-50%
Une journée à Sceaux	Journée	9	6	4	-33%
Renault & Rothschild	1/2 journée	4	5	4	-20%
Après-midi à la Grande Jatte	1/2 journée	0	0	4	NOUVEAUTE
Un thé chez Joséphine	1/2 journée	9	6	4	-33%
Belmondo et Bagatelle	Journée	0	0	3	NOUVEAUTE
Forêt Miniature (Bonsaï)	1/2 journée	-	3	3	0%
Rueil Impérial	Journée	3	7	3	-57%
La Défense/Toit de l'Arche	1/2 journée	10	4	3	-25%
A la découverte des années 30	Journée	2	1	3	200%
Meudon	Journée	2	2	2	0%
Les Paris sont ouverts (hippodromes)	Journée	3	1	2	100%
Intimité d'Arp et Rodin	1/2 journée	-	1	2	100%
Cité jardin Suresnes	1/2 journée	0	0	2	NOUVEAUTE
Lieux de mémoire au Mont- Valérien	1/2 journée	9	4	2	-50%
Passion de collectionneurs	1/2 journée	-	3	2	-33%
Splendeur de jardins	Journée	1	2	1	-50%
De Bonaparte à Napoléon	Journée	0	4	1	-75%
Peinture et vitrail	1/2 journée	0	3	1	-67%
Croisière des impressionnistes	Journée	-	3	1	-67%
Une journée au cirque	Journée	0	3	1	-67%
Ouest parisien	1/2 journée	3	2	1	-50%
Port de Gennevilliers	1/2 journée	0	0	2	NOUVEAUTE
Total				92	

- Les 3 circuits les plus vendus sont les mêmes qu'en 2009. : Le circuit d'Asnières avec le Château et le cimetière des chiens, la journée autour de la céramique de Sèvres et le produit autour des coulisses de Roland Garros.
- Le succès du circuit « Demeures célèbres » associant le Domaine de Sceaux et la Vallée-aux-Loups ne se dément pas.

- Les réservations des circuits en partenariat avec l'Office de Tourisme de Rueil-Malmaison (*Rueil Impérial* et un *Thé chez Joséphine*) ont diminué. Ils ont pâti d'une augmentation tarifaire importante entre 2009 et 2010.
- Deux nouveaux produits s'installent dans le palmarès des 10 meilleures ventes : Le circuit ½ journée sur l'île de la Jatte autour du parcours des impressionnistes et le circuit avec le tout nouveau musée Belmondo qui n'a ouvert ses portes que mi-septembre 2010.

REPARTITION DE L'ACTIVITE SUR L'ANNEE



L'activité la plus importante se concentre au printemps et à l'automne. Les deux mois d'été constituent la période creuse.

FREQUENTATION

Les 157 contrats réalisés ont permis d'accueillir **5 013 visiteurs**. Ce chiffre en diminution de 5% par rapport à 2009, en parfaite corrélation avec la diminution du nombre de dossiers.

L'**effectif moyen** des groupes accueillis reste stable autour de **32 personnes**.

RESULTATS FINANCIERS

Le service réceptif a réalisé en 2010 un **volume d'affaire de 143 980 €**. Ce dernier a **diminué de 22%**. Cette diminution est proportionnellement plus importante que celle du nombre de dossiers (- 4%).

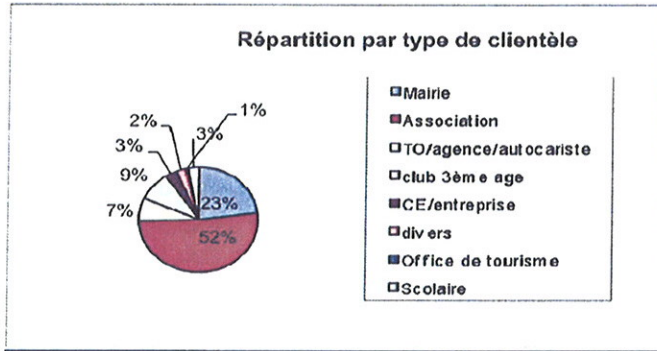
En effet, le contexte de crise a fait diminuer le montant des contrats signés. Les clients se sont davantage portés sur des produits plus simples et moins coûteux comme le démontre l'augmentation des ventes de visites sèches.

De plus en plus de groupes choisissent également d'effectuer leur sortie en transport en commun pour éviter l'affrètement d'un autocar. Dans ce cas, l'éloignement des sites de visite ou du lieu de restauration proposés dans les circuits conduit souvent le groupe à renoncer à une prestation, réduisant par là le chiffre d'affaire réalisé.

Le bénéfice dégagé se monte à **24 086 €**. Il est également en baisse mais de seulement **13%**. En effet, pour contrebalancer la multiplication des « petits dossiers » dont le traitement demande souvent un travail équivalent, le service a tenté de maintenir, voire d'augmenter légèrement ses marges.

PROFIL DE CLIENTELE

➤ Type de structures ou d'organismes

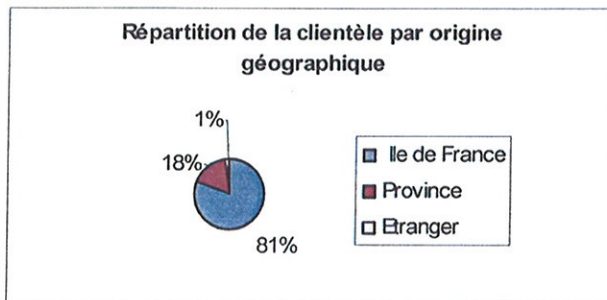


Comme la plupart des services réceptifs qui ciblent les groupes, les **seniors** constituent la clientèle très majoritaire.

Elle découvre notre département majoritairement grâce au **secteur associatif et de plus en plus par l'intermédiaire de l'activité des CCAS des collectivités** (+ 7 points par rapport à 2009).

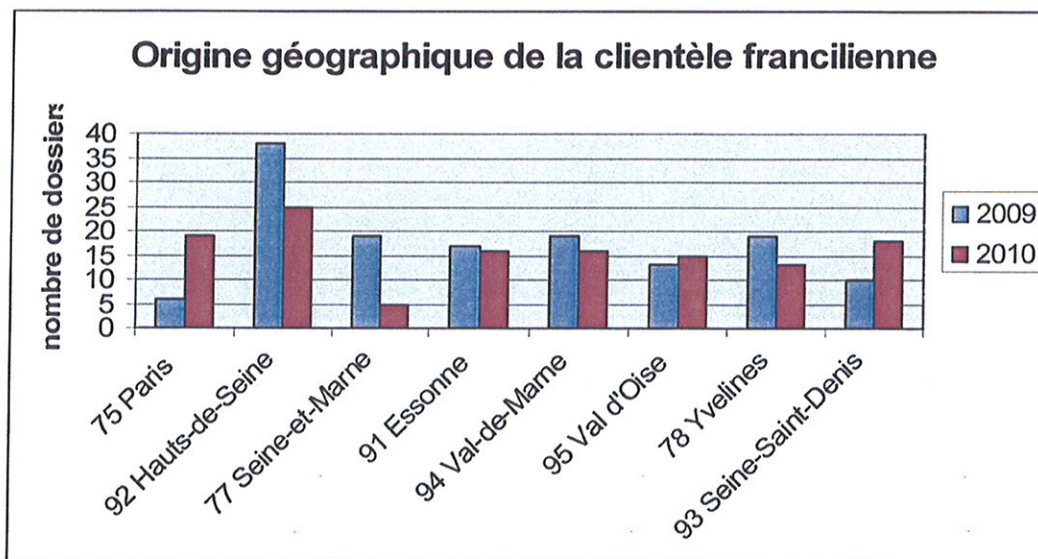
L'activité générée par les autocaristes/agences et les CE reste marginale mais en légère progression par rapport à 2009 (+ 5 points).

➤ Origine géographique de la clientèle



Une écrasante majorité des groupes (81%) sont d'origine francilienne.

Les groupes provinciaux sont majoritairement originaires des régions limitrophes à l'Ile-de-France (Normandie, Centre, Picardie).



Au sein de la clientèle francilienne, la part de la clientèle altoséquanaise reste importante (16% de l'ensemble des contrats) bien qu'en baisse de 34% en 2010.

La part de la clientèle Seine-et-Marnaise a diminué de façon importante au profit des clients plus proches provenant de Paris et de Seine-Saint-Denis.

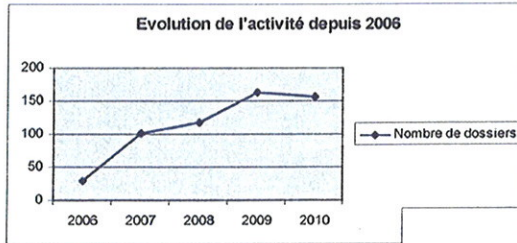
OUTILS ET ACTIONS DE PROMOTION DE L'OFFRE 2010

- Brochure « produits groupes 2010 », éditée à 5000 ex. en français
- Site Internet www.tourisme92.com
- Organisation de 2 mini workshops :
 - 28 septembre 2009 au Musée Français de la Carte à Jouer en partenariat avec le département de l'Orne
 - 13 octobre au Toit de la Grande Arche en partenariat avec les 6 départements franciliens du réseau Destination Groupes
- 2 annonces sur www.52we.com pour les produits individuels

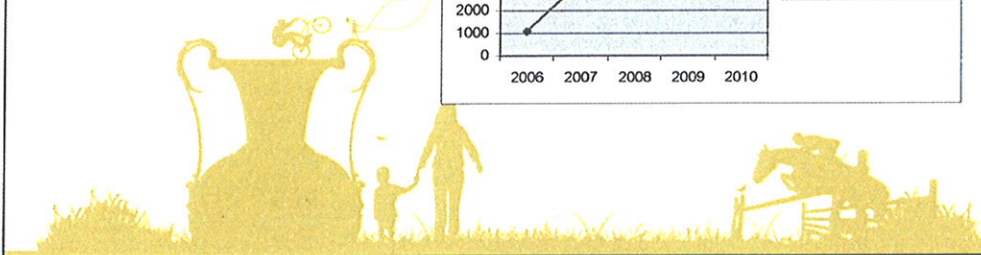
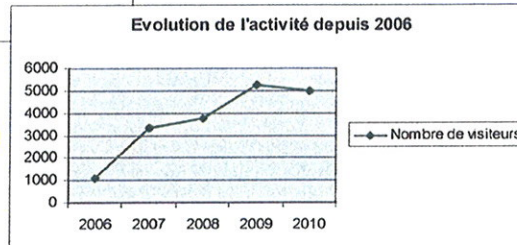
RAPPEL DES CHIFFRES CLES 2010 ET EVOLUTION DEPUIS 2006

	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009/2010
Nombre de dossiers	30	101	118	164	157	-4%
Nombre de visiteurs	1 131	3 330	3 780	5 251	5 013	-5%
Résultats financiers						
Volumes d'affaires	40 131 €	103 725 €	147 264 €	184 253 €	143 980 €	-22%
Bénéfice	3 168 €	18 354 €	23 670 €	27 660 €	24 086 €	-13%
Marge	8%	18%	16%	15%	17%	

De 2006 à 2010 : une activité qui se développe



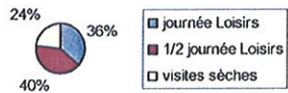
Malgré une légère baisse en 2010, le nombre de groupes et de visiteurs est en forte progression depuis 2006.



Quelques données sur l'exercice 2010



Répartition de l'activité par type de produits

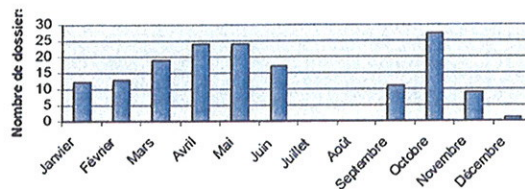


La proportion de circuits journée diminue au profit des visites sèches.

Pour la première fois depuis 2006, la part des circuits 1/2 journée est supérieure à celle des circuits journée.

59% des contrats correspondent à des circuits packagés issus de la brochure, 41% à des produits « sur mesure ».

Répartition de l'activité en fonction des mois d'arrivée



L'activité la plus importante se concentre au printemps et à l'automne. Les deux mois d'été constituent la période creuse.



Quelques données sur la clientèle 2010

Répartition de la clientèle
par origine géographique

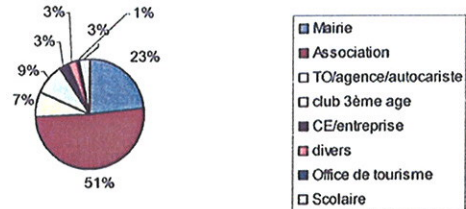


Une écrasante majorité des groupes (81%) sont d'origine francilienne.

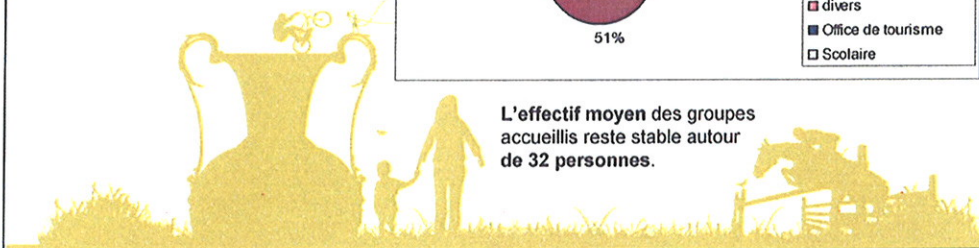
Les groupes provinciaux sont majoritairement originaires des régions limitrophes à l'Ile-de-France (Normandie, Centre, Picardie).

Comme la plupart des services réceptifs qui ciblent les groupes, les seniors constituent la clientèle très majoritaire.

Répartition par type de clientèle

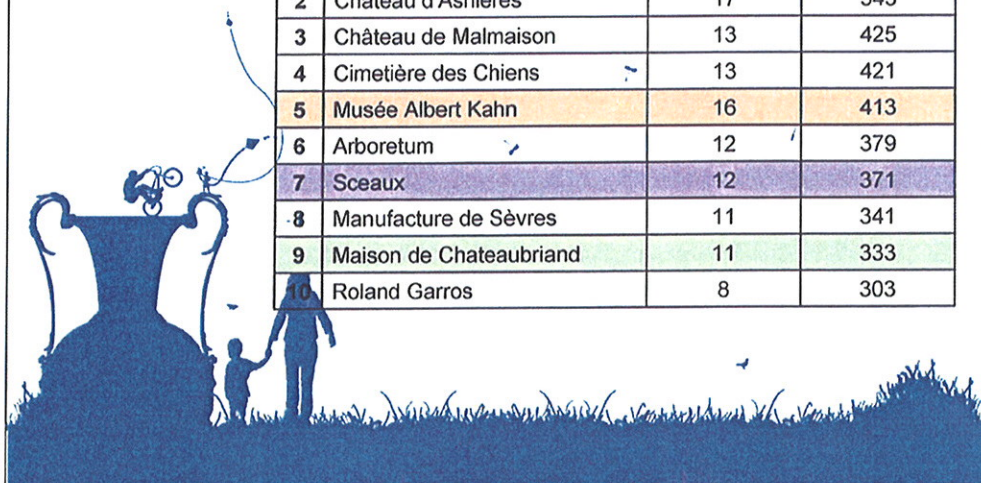


L'effectif moyen des groupes accueillis reste stable autour de 32 personnes.



« Palmarès » des sites 2010

	Sites de visite	nombre de groupes	nombre de visiteurs
1	Musée de la céramique Sèvres	16	552
2	Château d'Asnières	17	543
3	Château de Malmaison	13	425
4	Cimetière des Chiens	13	421
5	Musée Albert Kahn	16	413
6	Arboretum	12	379
7	Sceaux	12	371
8	Manufacture de Sèvres	11	341
9	Maison de Chateaubriand	11	333
10	Roland Garros	8	303



2010/2011 : Vers une diversification des activités

- **Packages individuels**

Mise en place de packages week-end commercialisés en partenariat avec des distributeurs privés : www.52we.com ; Coffrets cadeau Happy Box...

- **Tourisme d'affaires**

Dans le cadre de la structuration d'un réseau de partenaires « affaires », développement de l'activité d'organisation d'événements d'entreprises.

