



## SEINE-ET-MARNE ATTRACTIVITÉ A LANCÉ LA SAISON TOURISTIQUE 2024 LE 21 MARS 2024 AU MANOIR DE VILLEFERMOY

**Les Ecrennes, le 21 mars 2024 – Seine-et-Marne Attractivité a réuni les partenaires touristiques au Manoir de Villefermoy pour lancer la saison touristique 2024.**

C'est dans cette ancienne seigneurie datant du XVII<sup>e</sup> siècle que Seine-et-Marne Attractivité a présenté **le panorama de l'activité touristique 2023** ([Lien vers la présentation détaillée](#)).

La fréquentation touristique de la Seine-et-Marne en 2023, mesurée par Orange Flux Vision Tourisme, a dépassé celles des années 2022 (+7%) et 2019 (+13%). La **clientèle française** a enregistré une **baisse de fréquentation** (-2%) sur le territoire seine-et-marnais, à l'instar de certaines clientèles européennes comme l'Espagne (-5%) ou la Belgique (-4%).

Même si la **clientèle francilienne** reste toujours la première clientèle en Seine-et-Marne, elle affiche toutefois une baisse de -5 % par rapport à l'année 2022.

Concernant la fréquentation étrangère, une **augmentation de la clientèle nord-américaine** a été constatée (+27% vs 2022), constituant ainsi l'une des **principales clientèles étrangères dans les musées et les châteaux**.

Également, la **clientèle asiatique** est de retour grâce, notamment, à la levée des barrières sanitaires (+31% vs 2022).

Les sites culturels de la Seine-et-Marne ont accueilli près de 2,5 millions de visiteurs en 2023, soit, en moyenne, plus de 20% pour les châteaux et 10% pour les musées par rapport à 2022. La clientèle de proximité a participé à cette hausse de fréquentation. Les activités de loisirs (parcs, îles et bases de loisirs) ont connu, pour la majorité, une année 2023 stable malgré les mauvaises conditions météorologiques durant la saison estivale.



**En 2023, on compte plus de 43 millions de nuitées** en Seine-et-Marne (+7% vs 2022), ce qui correspond à une durée moyenne de séjour de 2 nuits par touriste. Ces nuitées sont effectuées à hauteur de 65 % par les étrangers et de 35 % par les Français. La Seine-et-Marne reste donc une destination de court séjour.

De même, **les excursions** ont progressé au même rythme que les nuitées touristiques avec un total de 140 millions d'excursions. **Le nord du département reste la première destination de séjour** des touristes avec l'attrait de Disneyland Paris notamment.

Cette journée fut également l'occasion d'évoquer le **schéma départemental** de développement et d'aménagement touristique 2023-2028, qui structure désormais la stratégie touristique de la Seine-et-Marne autour de 5 grands axes :

1-Aménager / 2-Structurer l'offre et les filières / 3-Transformer durablement / 4-Affirmer Informer et Rayonner / 5-Stimuler le collectif), et déclinés en plusieurs dizaines d'actions et d'un concept fédérateur, celui du « **Nouveau Voyage** ».

**En 2024** sont notamment programmés le lancement d'un Groupe de Travail sur le dernier Km, l'amélioration de l'accueil dans les portes d'entrée du territoire (gares, sites patrimoniaux...), la mise en place d'une étude sur la clientèle des grimpeurs ou encore des programmes de formation sur les transitions environnementales et sociales.

Seine-et-Marne Attractivité continuera à mettre en œuvre le **développement et la valorisation de l'offre fluvestre du territoire** en proposant l'accompagnement des collectivités et investisseurs fluviaux, la valorisation de l'offre, de l'événementiel...



SEINE & MARNE  
ATTRACTIVITÉ



**Les nombreux labels et marques**, garants de la qualité de l'offre, ont été présentés : Accueil Vélo, Vélo & Fromages, Tourisme & Handicap, Gîtes de France ®, Meublé de Tourisme, ainsi que le récent label, Artisan du Tourisme et la qualification Chambre d'Hôtes Référence ®.

En termes de marketing territorial, Seine-et-Marne Attractivité continuera à organiser des rencontres, visites et webinaires avec les seine-et-marnais afin de fédérer et fidéliser les réseaux des ambassadeurs de la marque Seine et Marne, Vivre en Grand. L'objectif pour SMA cette année sera de les mobiliser en faveur de la promotion du territoire, notamment, en les intégrant dans la création de contenus éditoriaux, et en les faisant témoigner. En nouveauté 2024: l'animation d'un **groupe facebook privé dédié entièrement à ce réseau**.

Cette-demi-journée fut clôturée par la présentation des actions de communication, marketing et commerciales ([lien vers présentation détaillée](#)) qui seront menées par l'agence en 2024.

Ce plan d'actions s'adressera aussi bien aux Seine-et-Marnais, aux Franciliens, aux clientèles des départements limitrophes ainsi qu'aux marchés étrangers.

- La ligne éditoriale se déploiera autour des **2 événements phares**, les jeux olympiques et les 150 ans de l'impressionnisme, **et 3 thématiques du nouveau voyage** : le fluvial, les expériences ludiques et immersives et l'authenticité. Le plan de communication prévoit pour chaque thématique : un site web aux couleurs de l'événement, des newsletters, des posts sur les réseaux sociaux, des accueils influenceurs / presse et partenariats médias.
- **Editions** : actualisation de la carte touristique, brochure commerciale, flyer pour les applications Balad'pass, Balad'nature, refonte du dossier de presse 2024. Une brochure vélo a été éditée pour le salon Destination Nature.
- [SeineetMarneVivreengrand.fr](#) : refonte du site web de l'agence pour une meilleure expérience utilisateur, une version française verra le jour en septembre 2024 suivie d'une version en anglais.  
Tout au long de l'année et selon les thématiques : production de contenus chauds et des campagnes digitales SEO et SEA.  
Développement de la place de marché pour permettre de réserver en quelques clics son séjour en Seine-et-Marne.
- **Réseaux sociaux** : Un total de 45,9 K fans (+2,5 % en un an) sur les réseaux sociaux facebook, Instagram, Youtube, LinkedIn. Le compte Tik tok est prévu pour juin 2024.
- **Des envois de newsletters** aux abonnés grand public, professionnels et ambassadeurs
- **Communication événementielle** : participation à sept grands événements du territoire. Seine-et-Marne Attractivité accompagne le Département ainsi que ses partenaires dans la promotion de grands événements comme La Rando des Châteaux et *Festival Emmenez-moi*.
- **Divers partenariats médias** seront menés notamment avec les médias digitaux spécialisés sur la micro-aventure et le voyager près de chez soi tels que [Enlarge Your Paris](#), et [Chilowé](#), ou encore [La République de Seine-et-Marne](#), acteur majeur de la presse locale.
- **Accueil d'influenceurs** reconnus dans le monde du voyage : [Tortuga](#), aventurier et réalisateur de films d'aventure pour un tour de la Seine-et-Marne en défis sportifs. [Hellotravelers](#) pour les escapades nature, les pieds dans l'eau, proche de Paris. Des partenariats avec des micro-influenceurs autour des thématiques sorties famille, artisanat, authenticité sont également prévus.
- **Les opérations B to B et B to C à l'international** auprès des marchés de proximité : Pays-bas, Belgique, Angleterre, Espagne et Allemagne.
- **Création d'un « club des grands sites »** : 9 partenaires dont SMA ont intégré ce club dans une démarche de valorisation commune, le but étant de mutualiser les actions et opérations de communication en vue des JOP 2024.
- **Au niveau commercial** : SMA a prévu notamment de prospecter les autocaristes et CCAS sur le marché français pour développer les groupes, et poursuit le développement de la place de marché départementale.



Crédits photos : © Découvrir ensemble et Melun Val de Seine

CONTACT PRESSE

Seine-et-Marne Attractivité

Soeraja VAN RIEL

[Soeraja.vanriel@attractivite77.fr](mailto:Soeraja.vanriel@attractivite77.fr)

01 60 39 60 25