

# SCHÉMA DIRECTEUR POUR LE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME FLUVESTRE SUR LA MARNE, DE NEUILLY- SUR-MARNE À MAREUIL-SUR-AY

## Rapport de phase 3

12 juillet 2019



*Photo : Halte de plaisance de Meaux, Mapio.net*

# SOMMAIRE

1	<u>INTRODUCTION</u>	3
2	<u>RAPPEL DES OBJECTIFS</u>	4
3	<u>RAPPEL DE LA STRATÉGIE : BIKE &amp; BOAT</u>	5
4	<u>LES ACTIONS</u>	6
5	<u>LES FICHES ACTIONS</u>	8
	<u>5.1 objectif 1: Viser un système de pilotage partenarial</u>	11
	<u>5.2 objectif 2 : Proposer un accueil touristique optimal</u>	14
	<u>5.3 objectif 3 : Assurer des retombées économiques et sociales</u>	25
	<u>5.4 objectif 4 : Créer une destination « Marne » singulière</u>	34
	<u>5.5 objectif 5 : Proposer une offre touristique attractive</u>	40
	<u>5.6 objectif 6 : Préserver la qualité de vie et l'environnement</u>	53
	<u>5.7 objectif 7 : Mieux connaître le territoire, ses acteurs</u>	58
	<u>5.8 objectif 8 : Communiquer et faire connaître</u>	61
6	<u>LES OUTILS D'ÉVALUATION</u>	67
	<u>6.1. Le tableau de bord</u>	68
	<u>6.2. Le planning</u>	69



# 1. INTRODUCTION

Dans cette phase, il s'agit sur la base du cadre stratégique et du scénario retenu au cours de la phase précédente (phase 2), d'élaborer un programme d'actions à mettre en œuvre au cours des prochaines années. L'horizon du schéma directeur est le court (3 ans) et le moyen terme (6 ans).

Dans un premier temps, une première liste d'actions potentielles, correspondant aux enjeux mis en évidence pour améliorer l'attractivité du territoire, et dont quelques unes ont été recueillies au cours des échanges réalisés en phase 1 et 2 avec les acteurs du territoire, ont été listées. Elles ont été classées en fonction de leur aptitude à répondre aux objectifs et axes stratégiques fixés lors de la phase 2. Au total, 56 actions ont été recensées.

Le scénario retenu, considéré comme présentant le plus d'opportunités en termes de retombées économiques, de dynamique locale et de potentiel de développement est le scénario dit « Bike and Boat » (cf. phase 2).

Dans un deuxième temps, en partenariat avec le maître d'ouvrage, 20 actions ont été sélectionnées. Elles ont été jugées prioritaires par rapport à la stratégie et au scénario retenu. Ces 20 actions font l'objet d'une fiche détaillée (objet de ce rapport) devant permettre aux porteurs de projets d'accéder directement à une étape de concrétisation.

Enfin, un tableau de bord (format Excel), basé sur le tableau synoptique des actions est fourni en annexe. Il permettra, lors de la mise en œuvre des actions et du schéma directeur, de suivre l'évolution du plan d'actions et de prendre en compte les indicateurs de suivi et d'effets de chaque action individuellement et collectivement. Il est accompagné d'un autre tableau (format Excel également) permettant de resituer ces actions dans le temps, dans le cadre d'un programme global de mise en œuvre.



## 2. RAPPEL DES OBJECTIFS

On rappelle ici que la stratégie élaborée en phase 2 vise à répondre à 8 grands objectifs qui sont synthétisés ici.

Ils ont servi de support et d'aide à la décision pour la sélection des actions qui font l'objet des fiches détaillées présentées plus loin.

**8 grands  
objectifs  
définis**



1. ***Viser un système de pilotage partenarial efficace***
2. ***Proposer un accueil touristique optimal***
3. ***Assurer des retombées économiques et sociales pour l'ensemble du territoire***
4. ***Créer une destination « Marne » singulière et identifiable***
5. ***Proposer une offre touristique attractive, structurée et complète***
6. ***Préserver la qualité de vie et l'environnement***
7. ***Mieux connaître le territoire, ses acteurs et ses activités***
8. ***Communiquer et faire connaître***



### 3. RAPPEL DE LA STRATÉGIE : BIKE & BOAT

La stratégie retenue à l'issue des réflexions de phase 2 présente de nombreux avantages :

- | Elle permet une réponse rapide et directe aux **tendances actuelles du marché**
- | Elle est axée autour de 2 **filières porteuses** identifiées : la **croisière** et le **cyclotourisme**
  - Ces deux filières font consensus quant à leur intérêt pour l'économie des territoires
  - Elles sont très complémentaires et se renforcent l'une l'autre
  - Elles ont un effet potentiel d'entraînement sur d'autres activités nautiques ou terrestres (loisirs, culture, etc.)

- | Elle concerne à la fois l'itinéraire navigable et l'itinéraire vélo et contribue à la **continuité territoriale**
- | Les **actions privilégiées correspondant à sa mise en œuvre concernent** :
  - les voies cyclables,
  - les connexions terrestres,
  - l'intermodalité, les aménagements de points d'accueil des bateaux de croisière et plus spécifiquement les péniches-hôtels,
  - etc.
- | Elle présente également quelques difficultés potentielles :
  - elle pourrait être complexe et longue à mettre en œuvre (en particulier à cause de la question foncière pour le développement des voies vélo),
  - et présente le risque que certaines filières/activités se sentent mises de côté



## 4. LES ACTIONS

Comme indiqué précédemment, tout au long de la mission, ce ne sont pas moins de 56 actions potentielles qui ont été identifiées. Ce sont les entretiens avec les acteurs locaux, les étapes de la concertation (au cours des réunions et ateliers ayant réuni des publics divers et nombreux) et les réflexions menées en collaboration entre la direction du projet de VNF et les membres de l'équipe d'étude qui ont permis de les mettre en évidence.

Ces 56 actions ont été classées en fonction des objectifs auxquels elles répondaient. **Une vingtaine** d'entre elles ont été jugées particulièrement adaptées pour répondre à la stratégie « Bike and boat » et font l'objet des fiches descriptives détaillées. Elles sont présentées ci-après, classées par objectif\*.

Pour autant, les 36 actions restantes n'ont pas été abandonnées et peuvent tout à fait être développées en parallèle des actions décrites ici, si un porteur de projet se trouve intéressé.

Dans ce contexte, ces actions ont également été placées dans le tableau de suivi des actions et dans l'échéancier général (programme).

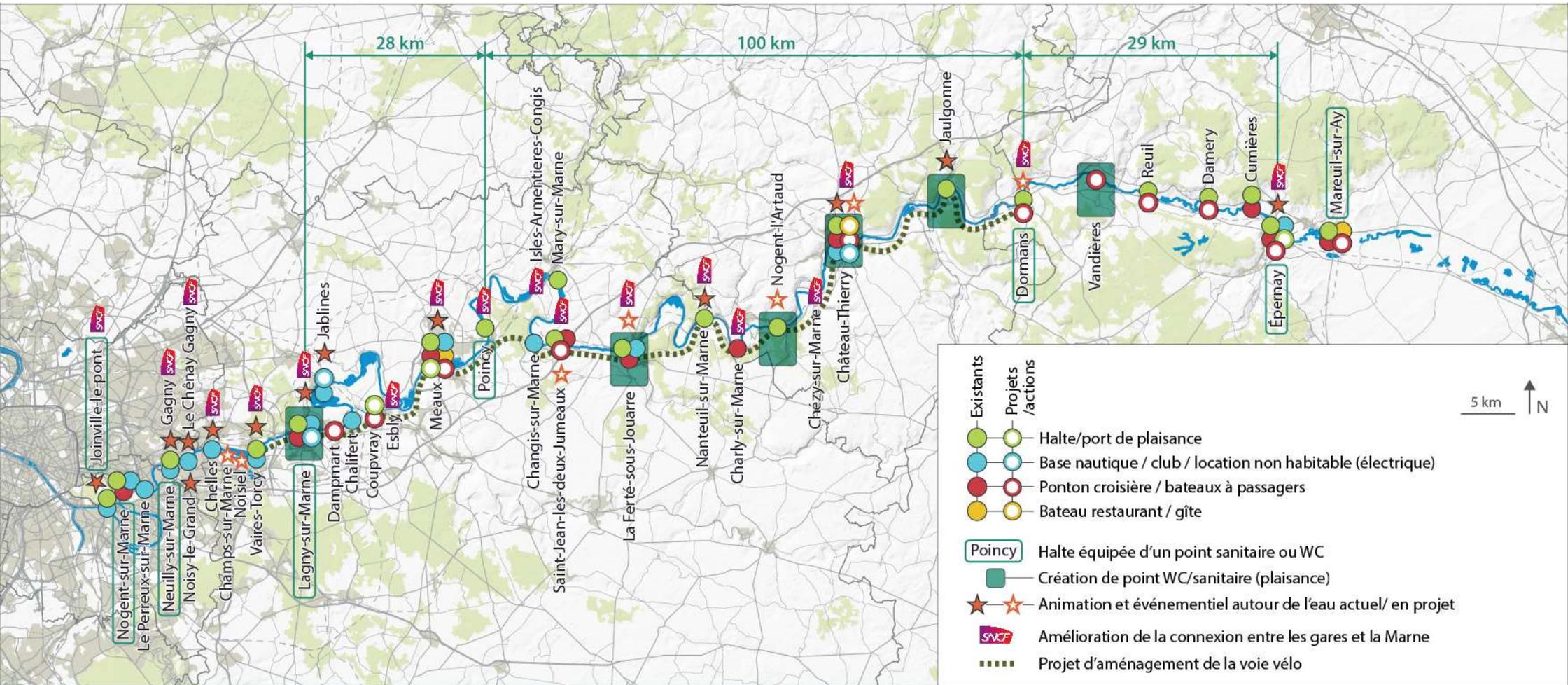
La liste complète des 56 actions est présentée en annexe. Notons que certaines actions auraient pu être scindées en plusieurs lignes. Par exemple, l'action n°20 « Équipement des quais croisières et les haltes fluviales » aurait pu être dupliquée en autant d'actions que de haltes fluviales nécessitant une amélioration de leurs équipements. Mais cette action a voulu être considérée comme une globalité destinée à répondre pleinement à la nécessité de compléter et d'homogénéiser l'offre de service dans les ports/haltes. On retrouve cette situation pour de nombreuses autres actions, telles que les 22, 23, 25, 26, 29, 37, 38, 39, 40, etc. qui auraient pu toute être rattachées à une ou plusieurs localisations. Au final le nombre total d'actions potentielles pourrait être de près d'une centaine.

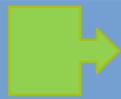
*\*Les numéros des actions correspondent à leur place dans le tableau général.*



# 4.1. CARTE GLOBALE DES PROJETS / ACTIONS

Lorsqu'elles concernaient un point précis du territoire, les actions envisagées ont été localisées sur une carte. Celle-ci reprend donc l'ensemble des actions recensées. Mais il faut retenir que la majorité des actions recensées ne peuvent pas être localisées et ne sont donc pas représentables ci-dessous.





# 5. LES FICHES ACTIONS

## ❑ Lecture des fiches actions

Les fiches actions présentées ci-après sont organisées par blocs thématiques (rubriques) permettant de se repérer facilement d'une fiche à l'autre et d'avoir les principales caractéristiques de chaque action. Elles sont illustrées par des exemples de projets similaires existants en France ou à l'étranger.

## => Présentation des rubriques des fiches actions

Un **cartouche d'entête** présentant le numéro de l'action et son titre. La couleur du cartouche et le pictogramme associé correspondent à une des catégories suivantes :

- *aménagement équipements,*
- *exploitation et qualité de services,*
- *pilotage gouvernance,*
- *attractivité touristique,*
- *environnement/entretien,*
- *formation et communication.*



**Localisation** : les actions peuvent concerner tout l'itinéraire, ou être classées dans l'une des 3 zones suivantes :

- **Zone A** : secteur ouest : entre Neuilly-sur-Marne et Meaux => à orientation « sports et loisirs »
- **Zone B** : secteur central : entre Meaux et Dormans => à orientation « patrimoine, nature et histoire »
- **Zone C** : secteur est : entre Dormans et Mareuil-sur-Ay => à orientation « vignobles et paysages »

**Objectif** : il est rappelé ici l'objectif général auquel est rattachée l'action, ainsi que les objectifs particuliers de l'action

**Mise en œuvre et pilotage** : cette rubrique liste les acteurs concernés par la mise en œuvre de l'action, si possible en distinguant le porteur de projet, les animateurs, les financeurs potentiels, les soutiens et participants annexes. Cette rubrique est indicative et ne présume pas de l'organisation réelle future du portage de l'action.



## 5. LES FICHES ACTIONS

**Description de l'action** : c'est le cœur de la fiche descriptive de l'action, dans lequel on reprend des éléments de contexte et d'enjeux, ayant mené à la définition de l'action, des préconisations d'organisation,

**Préconisations particulières** : cette rubrique est destinée à mettre l'accent sur des points spécifiques, soit à l'action, soit aux acteurs, soit à la localisation géographique, et de manière générale à identifier immédiatement les sous-actions nécessaires à la réalisation dans les meilleures conditions de l'action et à son succès futur.

**Freins et blocages potentiels** : ce bloc permet d'identifier très rapidement les points particuliers pouvant constituer des blocages lors de la mise en oeuvre ultérieure du projet. Il s'agit ainsi de permettre d'anticiper sur certaines sous-actions nécessaires au bon déroulement des procédures.

**Échéances et calendrier prévisionnels** : le calendrier ou les délais présentés dans ce bloc s'appuient sur une échéance globale **souhaitable** de mise en service du projet. Ces informations sont forcément indicatives, du fait même qu'en l'état actuel des choses, la prise en charge de l'action n'est pas programmée. Certains délais peuvent ainsi paraître très courts, mais il nous a semblé impératif de faire preuve de volontarisme à ce stade.

**Articulation avec d'autres actions** : cette rubrique permet de voir si l'action peut être lancées avec d'autres actions, en fonction de similitudes de mise en oeuvre, ou de méthodes de portage de projets. Par exemple, la fiche action sur l'aménagement d'un nouveau port à Meaux ou d'un nouveau ponton peut être duplicable, moyennant quelques adaptations bien sûr, à n'importe quel autre projet de création de nouveau port / nouveau ponton. De la même façon, la réalisation de certaines actions dépend étroitement de la mise en oeuvre d'une autre et ne peut être lancée avant.



## 5. LES FICHES ACTIONS

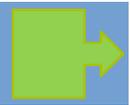
**Estimation des coûts** : selon l'action, il a été possible de donner des éléments de coûts de tout ou partie de celle-ci. Notons que certaines nécessitent essentiellement la mobilisation de ressources humaines et que leur chiffrage ne peut se faire, car dépend de temps passés par les différentes structures impliquées. Par exemple, la définition d'un mode de collaboration pour porter l'animation du présent schéma directeur implique essentiellement la tenue de réunions à intervalles réguliers. À court terme, et dans un premier temps, il n'y a pas d'investissements particuliers à prévoir.

**Indicateurs de suivi et d'évaluation** : il s'agit de présenter des indicateurs qui permettent d'évaluer le degré d'avancement de l'action et son efficacité. Les indicateurs sont aussi divers que les thématiques traitées, allant de la concrétisation d'une action par la signature d'une charte d'engagement par exemple, à des évaluations chiffrées de ses retombées (fréquentation, ...).

**Communication** : pour être parfaitement efficaces, certaines actions peuvent nécessiter des actions de communication, au cours de leur élaboration ou pour en faire connaître les résultats. Par exemple, une action de création d'un port peut faire l'objet de multiples communiqués de presse visant à faire connaître au grand public le projet en cours, ou sa date d'inauguration par exemple. La rubrique indique généralement les canaux les plus adaptés pour sa communication (internet, revues/sites spécialisés, presse, etc.).

**Illustrations** : pour rendre les fiches actions plus « parlantes », il a parfois été nécessaire de les agrémenter d'illustrations sur des projets ou actions similaires, ayant été développées en France ou à l'étranger sur des thématiques similaires.





# 5.1 OBJECTIF 1: VISER UN SYSTÈME DE PILOTAGE PARTENARIAL EFFICACE

| Action n°1 : Création d'une instance de pilotage de l'itinéraire





## ACTION NUMÉRO 1

# CRÉATION D'UNE INSTANCE DE PILOTAGE DE L'ITINÉRAIRE

### Localisation :

Cette action concerne l'ensemble de l'itinéraire  
Cette action est **particulièrement prioritaire**.

### Description de l'action :

Lors de l'élaboration du schéma directeur, il a été difficile de faire ressortir un acteur ou groupe d'acteurs qui dispose de la compétence « tourisme » ou « développement économique », qui soit plus spécifiquement motivé et impliqué dans la mise en œuvre du schéma et des actions. La coopération entre les acteurs ne nécessite pas forcément la création d'une structure spécifique, mais celle-ci pourrait faciliter la mise en œuvre des actions. La gouvernance pourrait aussi se faire sur un mode coopératif entre les différents représentants des territoires.

Il s'agit donc de créer une structure ad hoc, ou un mode de coopération, entre plusieurs acteurs, destiné à animer le SD et ayant suffisamment d'autonomie pour la gestion de projet. Il est également nécessaire de faire en sorte que cette structure dispose d'un budget et d'un personnel dédié, par exemple, un chargé de mission. Celui-ci sera chargé de l'animation de la structure et la mise en œuvre des actions en s'appuyant sur des commissions d'élus ou de techniciens qui pourront être constituées en fonction des actions à mener, des secteurs géographiques concernés.

Pour créer cette structure :

- Au cours des 6 prochains mois : Par VNF : Envoyer des invitations aux élus des principales institutions et éventuellement à des professionnels des activités touristiques, terrestres ou fluvial. pour leur proposer de faire partie d'une commission de création de l'instance de pilotage => tenue de réunion en bilatéral, détecter les éléments moteurs
- Au sein de cette commission, analyse des modalités juridiques et financières de mise en place de cette structure/coopération
- organisation de rencontres régulières entre les membres de la commission (environ une réunion par trimestre, surtout au début), y compris avec VNF, jusqu'à la constitution d'un partenariat : signature d'un document d'engagement.

### Objectifs : Viser un système de pilotage partenarial efficace

Il s'agit de créer une structure ou une forme de coopération qui fédère les principaux acteurs institutionnels et fasse en sorte qu'ils travaillent ensemble à la mise en œuvre des actions préconisées dans le schéma directeurs, ou émergeant à la suite du processus.

### Mise en œuvre et pilotage :

Cette action concerne :

- animateurs, financements : Régions, départements, communes et/ou groupement de collectivités
- Soutien, accompagnement : VNF
- Participation, accompagnement éventuel : Les professionnels du tourisme fluvial (bases de location, croisiéristes, ...)

### Préconisations particulières :

(Rel)ancer le processus de concertation pour fédérer les acteurs et les amener à s'engager dans la mise en œuvre du SD.

Si le choix de création d'une structure spécifique de pilotage devait se faire, celle-ci ne devrait pas se limiter à une structure d'encadrement, mais devrait véritablement prendre le rôle d'animateur de l'itinéraire.

Elle devrait avoir une autonomie financière et à court terme recruter une personne pour tenir ce rôle d'animation, d'assistance aux porteurs de projets, etc.

### Freins et blocages potentiels :

Ne pas laisser s'essouffler le processus, maintenir la pression sur les élus jusqu'à signature d'une charte d'engagement. Risque d'un manque d'implication. Risque d'un manque de suivi de l'activité du schéma directeur.



Les phases de concertation

### Échéances et calendrier prévisionnels :

- Démarrage aussitôt que possible
- Réunions à prévoir à partir du dernier semestres 2019, pour signature d'un engagement formel fin 2019, début 2020
- Signature d'un engagement collectif / Création de la structure / montage partenarial début 2020

### Articulation avec d'autres actions :

- La plupart des autres actions dépendent de celle-ci puisque l'organisation créée doit ensuite prendre en main la mise en œuvre du programme
- Plus particulièrement, liens avec les actions 3/27/50/51/52/53

### Estimation des coûts :

- Au temps passé

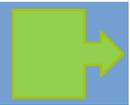
### Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- Signature d'une charte d'engagement,
- Création d'une structure / d'un partenariat
- Définition d'un budget
- Recrutement d'un chargé de mission

### Communication :

Organisation de réunions, mails d'information aux acteurs

Communiqués de presse sur l'avancement et les rencontres organisées, sur l'implication des acteurs, sur les sites des rencontres



## 5.2 OBJECTIF 2 : PROPOSER UN ACCUEIL TOURISTIQUE OPTIMAL

- | Action n°6 : Aménagement du port de plaisance Meaux
- | Action n°11 : Halte de Lagny : création d'équipements et services : poubelles de tri, ...
- | Action n°13 : À Épernay : création d'un équipement d'accueil adapté pour les croisières (tête de croisière)
- | Action n°20 : Équipement des quais croisières et les haltes fluviales (a minima : bornes E/E, collecte des déchets, wifi public et éventuellement sanitaires)
- | Action n°29 : Moyen de paiement homogène pour les plaisanciers





## ACTION NUMÉRO 6

# AMÉNAGEMENT DU PORT DE PLAISANCE MEAUX

**Localisation :** Le port actuel (photo de gauche) et l'emplacement éventuel d'un nouveau port (à



### Objectifs : Proposer un accueil touristique optimal

Augmenter les capacités d'accueil des bateaux de plaisance

- Améliorer l'accueil des plaisanciers (capitainerie, sanitaires, etc.)
- Mutualiser en créant une halte croisière
- Compléter l'offre touristique (parc du Pâthis, location de bateaux électriques, etc...)

### Mise en œuvre et pilotage :

- Collectivités locales (municipalité, communauté de commune)
- VNF

### Description de l'action :

**NB : cette action est décrite pour le port de Meaux, mais est transposable à d'autres projets de création de ports de plaisance, moyennant quelques adaptations sur d'autres sites qui sont listés dans le plan d'action complet (Épernay, Vaires-sur-Marne, ...).**

Actuellement, la halte fluviale est très demandée l'été (elle est fermée l'hiver). Elle était initialement gérée par l'office du tourisme, mais qui ne dispose pas de capacités suffisantes et elle a été temporairement reprise par la mairie. La proximité de Paris et la bonne desserte, tant routière que ferroviaire, devrait permettre de garantir un bon taux de remplissage du futur port de plaisance s'il est adapté à son activité et correctement géré. Les tâches à réaliser dans le cadre de cette action sont :

- Détermination de l'emplacement et des limites du futur port,
- Analyse des accès routiers et de l'aménagement de la berge pour une fréquentation sans conflits
- Étude du dimensionnement du port : nombre d'anneaux, type d'anneaux, taille des bateaux, types de plaisanciers (plaisance, logement), ponton croisière, emplacement pour activités (location de bateaux, bateaux à passagers, ...),
- Définition des services : capitainerie (éventuellement flottante, avec sanitaires, point d'accueil touristique, laverie, wifi, ...), distribution des fluides, y compris pour les croisières, point Accueil vélo, ... et de la tarification (en cohérence avec les tarifs de l'ensemble de l'itinéraire),
- Définition du mode de gestion futur : rédaction d'un cahier des charges pour le recrutement d'un gestionnaire, ou gestion en régie
- Intégration urbaine, paysagère, architecturale, signalétique,

### Préconisations particulières : viser les labels (Port de plaisance exemplaire, Pavillon Bleu, Accueil Vélo, accessibilité PMR, ...)

Label « Port de plaisance exemplaire » : démarche globale en matière d'accessibilité, de performances énergétiques et de récupérations des eaux et des déchets : production d'énergie renouvelable via à des panneaux photovoltaïques posés sur le toit de la capitainerie par exemple, pompe à chaleur, utilisation du bois comme matériau de construction, récupération des eaux usées, implication des plaisanciers dans le tri de leurs déchets, etc...

### Freins et blocages potentiels :

- Attention au dimensionnement du port qui doit permettre d'atteindre une capacité suffisante pour assurer une rentabilité minimum (au minimum 80 anneaux au total environ) et être ouvert aux activités type péniche restaurant ou bateau promenade.
- Avoir en mémoire l'échec du précédent appel à projet sur Meaux (nouvelle mouture doit tenir compte du retour d'expérience : analyse de l'échec).
- Attention au choix du mode de gestion.
- Anticiper sur les études préalables et les réglementations (études d'impact Loi sur l'eau, autorisation à demander – type AOT/COT – PPRI, etc...)



Équipements de plaisance

### Échéances et calendrier prévisionnels :

- écriture cahier des charges : 2<sup>ème</sup> semestre 2019
- lancement appel à projet début 2020
- Études complémentaires : 2020
- Travaux : fin 2020 et 2021
- Ouverture du port : mi 2022

### Articulation avec d'autres actions :

- 5/20/21/22/27/29/30/32/48/55

### Estimation des coûts :

- Entre 2 et 4 M€HT (selon les choix réalisés et le dimensionnement du port)

### Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- Nombre de réponses à l'appel à projet
- Nombre d'anneaux plaisance créés
- Point vélo
- Labélisations (plaisance, vélo)
- Fréquentation ponton croisière

### Communication :

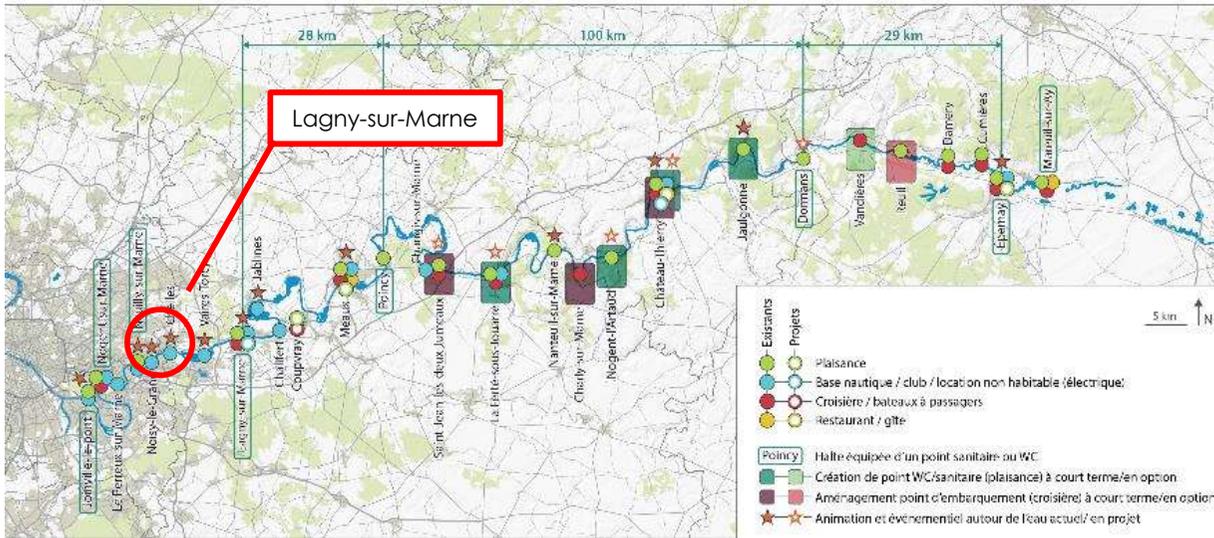
Suivi de la création du port par voie de presse, site internet mairie de Meaux, Guide du plaisancier, ...



## ACTION NUMÉRO 11

# HALTE DE LAGNY : AMÉLIORATION DE L'ACCUEIL PLAISANCE

### Localisation : Lagny-sur-Marne



### Objectifs : Proposer un accueil touristique optimal :

- Améliorer les conditions d'accueil des plaisanciers, des bateaux de croisière et des bateaux à passager

### Mise en œuvre et pilotage :

- Porteur de projet : communauté d'agglomération M&G, Commune de Lagny-sur-Marne
- Accompagnement : VNF

### Description de l'action :

**NB : cette action est en cours, mais mérite d'être mise en avant pour encourager le processus et pouvoir en tirer les enseignements pour l'aménagement d'autres haltes**

VNF est déjà en contact avec les élus de Lagny et de la communauté d'agglomération de Marne & Gondoire. Tous les acteurs sont prêts à travailler ensemble à l'amélioration du point d'accueil croisière et des emplacements des bateaux logements et bateaux activités.

En complément, les collectivités locales travaillent également à la superposition d'affectation du quai de la Gourdine et de la mise en cohérence de l'ensemble des équipements sportifs des loisirs nautiques sur tout le territoire.

Le projet consisterait donc à doter la halte plaisance de Lagny des équipements et services nécessaires aux plaisanciers : local sanitaire, point de collecte sélective des déchets, ...

### Préconisations particulières :

Les collectivités locales sont bien impliquées dans la gestion des équipements de plaisance et d'accueil des bateaux de croisière et des bateaux à passagers. Elles ont également en projet l'acquisition d'un bateau. Il faut donc les soutenir dans leur démarche et leur faciliter la tâche.

Cette action est transposable sur toutes les collectivités dotée d'une halte plaisance faiblement équipée.

Cette action peut s'accompagner d'une homogénéisation des pratiques en matière tarifaire pour l'ensemble des haltes et ports de l'itinéraire, en fonction des services disponibles sur chacun d'eux.

À la suite de ces aménagements, il serait sans doute opportun de transformer la halte fluviale en port de plaisance (changement de statut dans la convention).

### Freins et blocages potentiels :

Problème du foncier sur la commune, à proximité immédiate de la halte fluviale



Exemples d'équipements de port de plaisance

### Échéances et calendrier prévisionnels :

- Choix des équipements et appel d'offre : 2<sup>ème</sup> semestre 2019
- Travaux et mise en service des équipements : début 2021

### Articulation avec d'autres actions :

- 20/21/22/27/29/30/32/48/55

**Estimation des coûts :** Variable selon les équipements mis en place et les choix (dimension des sanitaires, mise en place d'un point de collecter des eaux grises et/ou noires, etc.)

### Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- Fréquentation de la halte (nombre de bateaux, nombre de nuitées)
- Revente des fluides

### Communication :

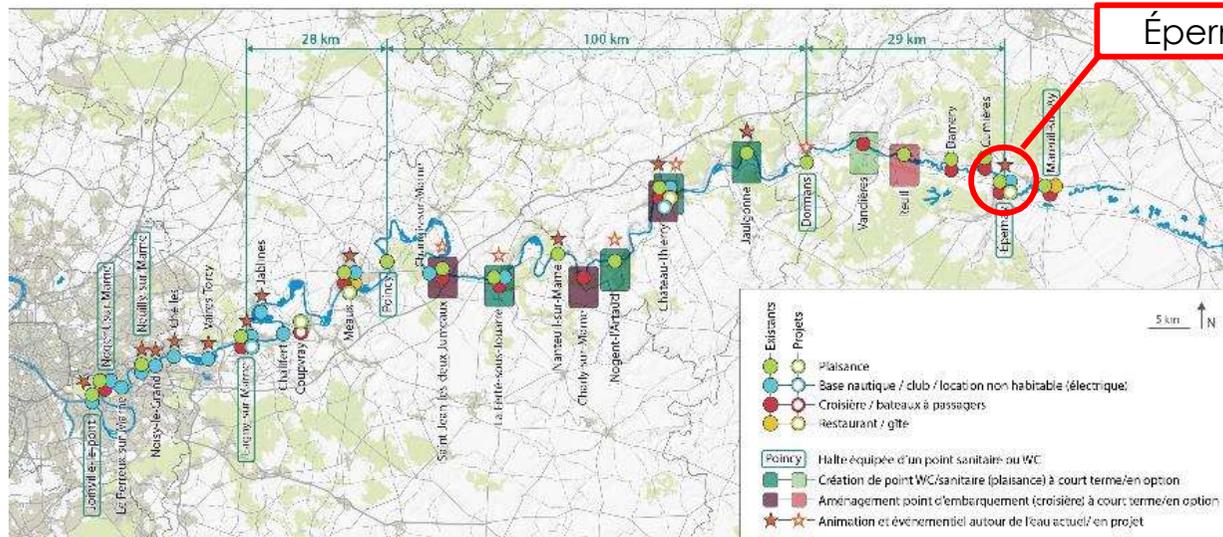
- Guide du plaisancier,
- site internet de la CA Marne-et-Gondoire



## ACTION NUMÉRO 13

# ÉPERNAY : CRÉATION D'UN ÉQUIPEMENT D'ACCUEIL CROISIÈRE

### Localisation : Epernay



### Objectifs : Proposer un accueil touristique optimal

- Création d'un équipement adapté à l'accueil de la croisière
- Équipement ouvert aux bateaux à passagers

### Mise en œuvre et pilotage :

- Porteur de projet : Collectivités locales
- Accompagnement : VNF
- Participation au financement, analyse des besoins : croisiéristes, bateaux promenade

### Description de l'action :

Cette action peut être transposées sur la plupart des actions comprenant l'installation d'un équipement d'accueil de bateaux de croisière (.

Actuellement, Épernay est une escale importante pour plusieurs compagnies de croisière. C'est une tête de croisière au même titre que Paris. Les croisiéristes embarquent et débarquent et partent en excursion à partir d'Épernay. Or, le seul aménagement pour les accueillir est le petit quai du club nautique d'Épernay.

Les actions à entreprendre sont :

- Détermination de l'emplacement du ponton en fonction des accès terrestres
- Étude du dimensionnement du ponton : longueur et largeur, matériaux (alu, bois, plastique, ...) passerelle d'accès adaptée aux PMR, branchement eau/électricité sur borne à paiement automatique, collecte et tri des déchets, connexion wifi, ...
- Définition du mode de gestion,
- Aménagement des accès et parking routiers

### Préconisations particulières :

Attention au dimensionnement du ponton qui doit permettre l'accueil de plusieurs types de bateaux

Anticiper le choix du mode de gestion.

Anticiper sur la fréquentation du ponton, mise en place du logiciel GESCAL

Prévoir les accès terrestres pour la livraison éventuelle de l'avitaillement, l'évacuation des déchets, l'approche des véhicules de transport de tourisme pour la visite des sites alentours.

Veiller aux choix architecturaux et paysagers et aux matériaux utilisés

### Échéances et calendrier prévisionnels :

- Étude bathymétrique : 1<sup>er</sup> semestre 2020
- appel à projet (MSI, AAP) : 1<sup>er</sup> semestre 2020
- Dimensionnement ponton : 1<sup>er</sup> semestre 2020
- Dragages éventuels : 2020 ?
- Travaux : 2020-2021
- Mise en service du ponton : mi 2021 (si pas de dragage)

### Freins et blocages potentiels :

Anticiper sur les études préalables et les réglementations (études d'impact Loi sur l'eau, autorisation à demander – type AOT/COT – PPRI, etc...),

### Articulation avec d'autres actions :

- 2/20/28/32

### Estimation des coûts :

- Entre 50 k€ et 150 k€HT (selon les choix de dimensionnement du ponton)

### Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- Fréquentation ponton croisière, office de tourisme
- Enquête satisfaction

### Communication :

Lien sur le site internet de la commune d'Epernay, de la communauté d'agglomération, dans le guide du plaisancier.



Ponton croisière sur la Moselle allemande



## ACTION NUMÉRO 20

# ÉQUIPEMENTS DES QUAIS CROISIÈRES ET HALTES FLUVIALES

**Localisation :** Cette action concerne l'ensemble de l'itinéraire

### Description de l'action :

Il s'agit de doter ou compléter les équipements des quais croisières et les haltes fluviales pour que les plaisanciers et prestataires de services fluviaux puissent y trouver un minimum de services comme :

- des bornes de distribution des fluides (eau et électricité),
- des points de tri et de collecte des déchets,
- Des bornes de collecte des eaux usées
- un wifi public (déploiement d'un wifi territorial),
- des équipements sanitaires (toilettes a minima, douches éventuellement, ...),
- point Accueil vélo (station gonflage, etc.).
- Éventuellement des bancs et des tables pique-nique
- Éventuellement des barres d'attache pour les chevaux des randonneurs équestres

L'équipement de plusieurs haltes simultanément permettrait de mutualiser les achats de matériaux et d'avoir un type d'équipement assez standard, contribuant à l'impression de « réseau de ports » pour les visiteurs (similaire aux équipements autoroutiers par exemple).

L'aménagement des haltes doit s'accompagner de l'étude d'une tarification adaptée et cohérente entre toutes les haltes de l'itinéraire.

Il faut prévoir les équipements de façon à proposer un maillage de service au moins tous les 20 km environ et 10 km pour la collecte des déchets et les toilettes

### Objectifs : Proposer un accueil touristique optimal

- Mettre en cohérence et mise à niveau des services offerts dans les ports, haltes et pontons croisière pour garantir un accueil adapté et optimal à tous les types d'utilisateurs

### Mise en œuvre et pilotage :

- Porteur de projet : Collectivités locales gestionnaires des haltes et quais
- Accompagnement : VNF
- Participation au financement, analyse des besoins : prestataires privés, plaisanciers

## Préconisations particulières :

**Zoom sur le wifi :** Les plaisanciers, et les touristes en général, sont de plus en plus connectés et organisent souvent leurs visites depuis leur bateau/vélo. Une connexion wifi sur les principales haltes et pontons d'accueil, à l'instar de ce qui se fait dans l'hôtellerie, voire dans les principaux sites touristiques, est désormais incontournable.

L'achat de plusieurs bornes, les commandes groupées de box dédiées installées chez les prestataires touristiques et les OT, peuvent se négocier auprès d'un opérateur unique.

Les hotspots WiFi sur tout votre territoire permet d'unifier l'authentification des visiteurs et d'avoir un fonctionnement identique sur l'ensemble des sites. Cette solution peut profiter à l'ensemble des adhérents (Hôtels, ports et haltes de plaisance, gîtes, bars, restaurants, ...). Le portail de connexion est commun à tout le monde et adapté au tourisme et du contenu adapté peut être « poussé » sur les terminaux des visiteurs (événementiel, proximité d'un site ...).

**Ce système en réseau peut être étendu à la gestion des haltes (même compte utilisateur pour utiliser les bornes par exemple).**

## Freins et blocages potentiels :

Pour les bâtiments sanitaires : disponibilité et coût du foncier.

Coût de l'entretien, moyen de paiement, cohérence de la tarification sur l'itinéraire

## Échéances et calendrier prévisionnels :

- Études préalables : 2<sup>ème</sup> semestre 2019
- appel d'offre : fin 2019
- Travaux : 2020
- Mise en service : fin 2020

## Articulation avec d'autres actions :

- 5/6/7/8/9/10/11/12/13/14/15/16/17/18 /19/29

## Estimation des coûts :

- Bâtiment sanitaire : Entre 30 k€ et 50k€HT
- Wifi : environ 50 € la box et 120 € l'abonnement annuel par point de connexion.
- Bornes eaux/élect : selon modèle, de 3 à 5 k€ (y compris coûts de raccordement moyens)

## Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- Nb d'équipements réalisés
- Fréquentation des haltes, consommation et revente des fluides
- Enquête satisfaction

## Communication :

Sur les sites internet, guide du plaisancier, site VNF



Les services à trouver sur les points d'accueil nautiques



## ACTION NUMÉRO 29

# MOYEN DE PAIEMENT HOMOGENÈME POUR LES PLAISANCIERS

**Localisation :** Cette action concerne l'ensemble de l'itinéraire

### Description de l'action :

Actuellement, des bornes de distribution automatique des fluides, avec paiement par carte bancaire, sont opérationnelles à Château-Thierry et à Meaux.

Il s'agit d'étendre le système à d'autres haltes de façon à améliorer l'offre de service aux plaisanciers ou aux croisiéristes. En effet, sur certaines haltes, un agent (de la structure de gestion de l'infrastructure, agent de mairie, de communauté de commune, de l'office de tourisme, etc.) doit se déplacer sur place pour constater l'arrivée ou le départ des plaisanciers et leurs donner les accès aux services.

L'automatisation et le paiement par carte (lecteur de carte bancaire ou de carte spécifique au réseau) permet aux plaisanciers de procéder librement au remplissage de leur cuve ou au chargement de leur batterie.

Cela permet également une tarification beaucoup plus proche du prix d'achat des fluides par la collectivité.

Les bornes devront être adaptées aux besoins des différents types d'utilisateurs (puissance électrique disponible, débit d'eau, etc.).

Le système de paiement devra être compatible et facilement utilisable, mêmes par des plaisanciers étrangers.

Ces bornes, selon leur emplacement, peuvent également être compatibles avec les camping-cars,

### Objectifs : Proposer un accueil touristique optimal

- Faciliter la gestion des haltes ou ports fluviaux aux gestionnaires et aux utilisateurs (plaisanciers, croisiéristes, ...)
- Équilibrer les comptes en rendant cohérent les coûts d'achat des fluides et leur revente.

### Mise en œuvre et pilotage :

- Porteur de projet : gestionnaires de ports / haltes de plaisance
- Accompagnement : VNF

### Préconisations particulières :

Il serait intéressant que le système s'accompagne d'une mise en cohérence des tarifs sur les différents ports et haltes (existants et en projet) en fonction des services proposés, de façon à ne pas créer de distorsions entre 2 points d'amarrages situés à proximité l'un de l'autre.

### Freins et blocages potentiels :

Le système doit être compatible sur l'ensemble du linéaire.

### Échéances et calendrier prévisionnels :

- Études préalables : 2<sup>ème</sup> semestre 2019
- appel d'offre : 2020
- Travaux : 2020
- Mise en service : début 2021

### Articulation avec d'autres actions :

- 20

### Estimation des coûts :

- Dépend du type de borne choisi et des réseaux disponibles
- Prix moyen d'une borne : entre 3 000 et 5000 €

### Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- Nombre de bornes posées
- Statistiques des consommations de fluides

### Communication :

Guide du plaisancier, sites internet des collectivités ou des ports / haltes



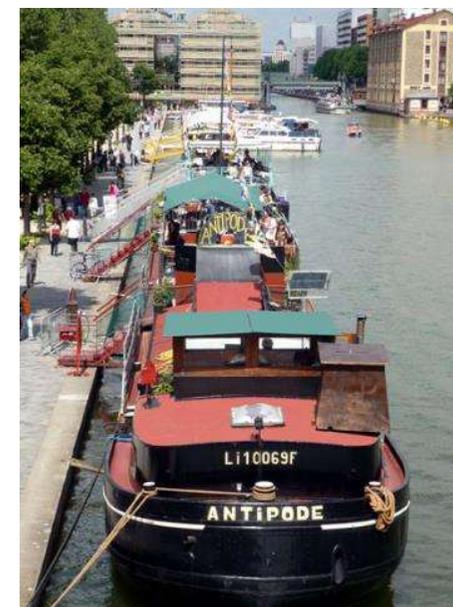
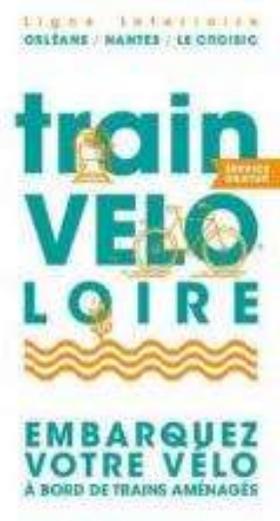
Borne de distribution automatique (électrique et eau) à Château-Thierry

Borne similaire pour camping-car



## 5.3 OBJECTIF 3 : ASSURER DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES ET SOCIALES POUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE

- Action n°4 : Réflexion avec la SNCF pour l'accueil des vélos et la connexion des gares avec la Marne
- Action n°12 : Création d'une halte/ponton public à Dampmart devant le restaurant étoilé le Quinquangrogne
- Action n°38 : Développement de bateaux activités (hébergement, restaurant, spectacles, ...)

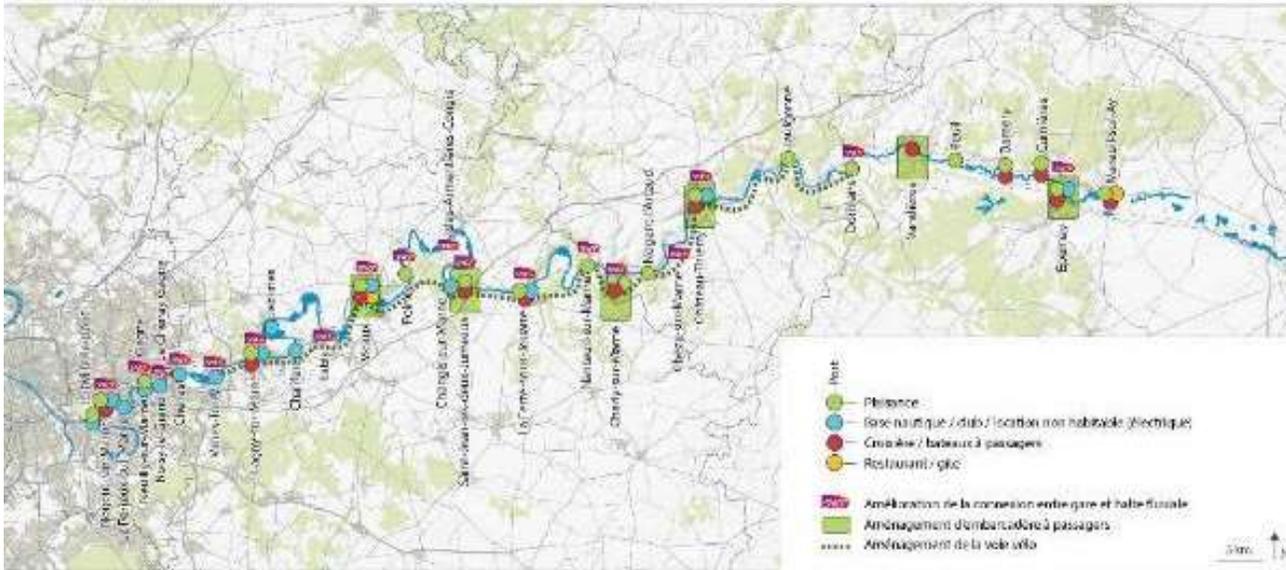




## ACTION NUMÉRO 4

# RÉFLEXION AVEC LA SNCF POUR L'ACCUEIL DES VÉLOS ET LA CONNEXION DES GARES AVEC LA MARNE

**Localisation :** Cette action concerne l'ensemble de l'itinéraire et en particulier une dizaine de gares situées à proximité immédiate de la Marne



**Objectifs : Assurer des retombées économiques et sociales pour l'ensemble du territoire**

- Passer un partenariat avec la SNCF pour améliorer l'intermodalité
- Permettre aux touristes à vélo d'élargir leur périmètre de randonnée par une approche par voie ferrée

**Mise en œuvre et pilotage :**

- SNCF : Île-de-France (Transilien) et Grand Est (Grandes lignes)
- Régions / Départements / Collectivités locales

### Description de l'action :

La Marne est suivie sur une bonne partie par plusieurs voies ferrées (ligne TER Paris Strasbourg, RER A et E). Il existe une clientèle importante de promeneurs à vélo qui apprécient de prendre le train pour découvrir des itinéraires cyclables hors de Paris, souvent en famille. Mais les trains sont rarement adaptés pour recevoir des vélos. Il s'agit d'entamer une réflexion avec la SNCF (Transilien, grandes lignes, TER) pour améliorer la connexion entre voie ferrée et fluviale

- Adaptation des trains (compartiment aménagé et réservé au transport des vélos)
- Accessibilité dans les gares (passage des portes avec des vélos)
- Signalétique en bord de Marne vers la gare et en gare, vers la Marne
- Installation de points vélo dans les gares (station de gonflage, point d'eau)

### Préconisations particulières :

- S'inspirer de ce qui se fait ailleurs (Allemagne, ...).
- Anticiper sur le nombre d'acteurs à contacter (différents entités de la SNCF) et sur les difficultés particulières
- Être souple dans les demandes pour s'adapter aux autres utilisateurs des trains
- S'inspirer de ce qui se fait ailleurs (Allemagne, Loire, ...).

### Freins et blocages potentiels :

L'adaptation du matériel ferroviaire n'est pas chose facile, la réflexion doit donc tourner autour du compromis le meilleur possible pour tous les utilisateurs (espace réservé les week-end ou en haute saison touristique, ...).

La ligne SNCF est utilisée par différents types de trains. Il faudra contacter les différents responsables SNCF pour chaque échelle.

Anticiper les délais

### Échéances et calendrier prévisionnels :

- Début des contacts : 2020
- Étude des solutions potentielles : 2021
- Adaptation des trains, mise en place d'une éventuelle tarification spéciale : 2022
- Lancement du projet : 2023

### Articulation avec d'autres actions :

- Action 21 : Développement du maillage des véloroutes
- Action 22 : Labélisation des ports/haltes à la marque "Accueil Vélo"

### Estimation des coûts :

- Préparation du projet, études (50 k€) et temps passés
- Aménagement des voitures : à estimer avec la SNCF

### Indicateurs de suivi et d'évaluation :

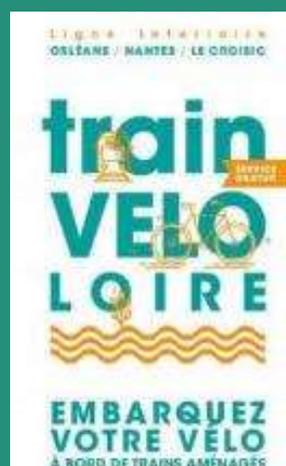
- Nombre de trains adaptés
- Nombre de billets train + vélo vendus

### Communication :

Promotion et diffusion de l'information sur les sites de la SNCF, sur celui de l'instance de pilotage de l'itinéraire « Marne »

#### So ist die Fahrradmitnahme geregelt.

	Montag - Freitag		Samstag, Sonn- & Feiertag
	vor 9 Uhr	nach 9 Uhr	ganztagig
Bus	Fahrradmitnahme nicht möglich		
Bahn	Fahrradmitnahme mit einem ermäßigten Einzelfahrschein Preisstufe 4 (3,00 €) pro Fahrrad möglich	Fahrradmitnahme kostenlos	



### Vélo et train en Vallée de la Loire et en Allemagne



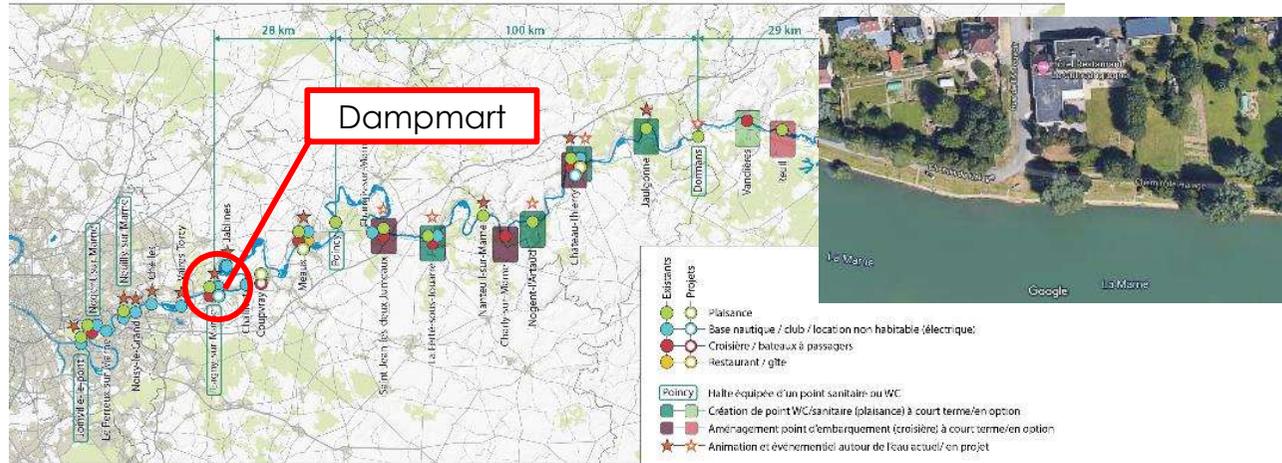
## ACTION NUMÉRO 12

# CRÉATION D'UNE HALTE/PONTON PLAISANCE À DAMPMART

**Objectifs : Assurer des retombées économiques et sociales pour l'ensemble du territoire**

- Augmenter et améliorer les capacités d'accueil des bateaux de croisière et bateaux à passager
- Garantir l'ouverture de cette halte aux autres usagers (plaisance) pour des arrêts de moins de 24 heures

### Localisation : Dampmart, quai devant restaurant Quincangrogne



### Mise en œuvre et pilotage :

- Porteur de projet : Collectivités locales (municipalité de Dampmart, communauté d'agglomération M&G)
- Accompagnement : VNF
- Participation au financement, analyse des besoins : restaurateur, croisiéristes, bateaux promenade

### Description de l'action : Cette action peut également être transposées sur la plupart des actions comprenant l'installation d'un ponton.

La municipalité et la CA Marne et Gondoire sont favorables à l'aménagement d'un quai. Le restaurateur (Quincangrogne, 1\* au Michelin), associé à East river (bateau à passagers basé à Lagny) aurait souhaité l'installation d'un ponton depuis 2012, début de son projet de réouverture du restaurant. Mais depuis cette date, et malgré ses démarches et les nombreuses demandes, rien n'a avancé. La berge a été réaménagée, l'ancien ponton détruit, mais il n'y a pas eu de nouveau ponton posé.

La configuration de la berge ne permet pas aux bateaux à passagers de s'amarrer. Il faudrait donc poser une nouvelle passerelle et un ponton pour garantir la sécurité des visiteurs.

Ce projet pourrait être porté par la communauté d'agglomération de Marne et Gondoire (déjà propriétaire de la berge), afin d'en faire un projet ouvert et adapté au plus grand nombre d'utilisateurs potentiels et ne pas faire porter l'investissement par un seul porteur de projet privé.

Les actions à entreprendre sont :

- Détermination de l'emplacement en fonction des accès terrestres, de la bathymétrie et des aménagements de la berge,
- Étude du dimensionnement du ponton : longueur, fixé sur pieux ou sur écoires, passerelle adaptée aux PMR, branchement eau/électricité sur borne à paiement automatique, ...
- Définition du mode de gestion : COT avec la CAM&G (dans le cadre de la gestion du réseau de haltes)
- Aménagement des accès et parking routiers, éventuellement point Accueil vélo au niveau du restaurant ?

### Préconisations particulières :

Les demandes sont fortes de la part d'un restaurateur, d'un prestataire de bateau à passagers, mais aussi de plaisanciers (français et étrangers) et de croisiéristes. L'installation d'un ponton doit donc être pensée pour ces différentes catégories d'utilisateurs et, au vu de la demande exprimée localement, si possible voir le jour rapidement.

Le ponton n'a pas besoin d'être très élaboré, mais doit apporter les garanties de sécurité suffisantes.

Il faut anticiper son mode de gestion (par la collectivité, ouvert à tous, etc.)

### Freins et blocages potentiels :

Des utilisateurs nous ont rapporté des témoignages d'un éventuel manque de tirant d'eau près de la berge (risque d'échouage) devant le Quicangrogne. Les travaux doivent donc être précédés d'un relevé bathymétrique et éventuellement d'un dragage. Les résultats du relevé bathymétrique peut fortement impacter le calendrier des travaux (études environnementales),



Exemple de petit ponton pour la croisière, sur la Moselle allemande (Photo E. Russac)

### Échéances et calendrier prévisionnels :

- Études techniques : fin 2019
- Dimensionnement ponton : fin 2019
- Appel à projet (MSI) : fin 2019
- Dragages éventuels : début 2020 ?
- Mise en service du ponton : mi 2020 (si pas besoin de dragage)

### Articulation avec d'autres actions :

- 20/21/22/27/29/30/32/48/55

### Estimation des coûts :

- Entre 50 k€ et 100 k€HT (selon les choix de dimensionnement du ponton)

### Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- Fréquentation ponton croisière
- Mise en place de croisière / navettes

### Communication :

Lien sur le site internet du Quicangrogne, sur celui d'East River, de la commune de Dampmart, de la CA M&G, dans le guide du plaisancier.



ACTION NUMÉRO 38

## DÉVELOPPEMENT DE BATEAUX-ACTIVITÉS

**Localisation : tout l'itinéraire**

### Description de l'action :

La demande est forte pour profiter d'activités « flottantes » accueillies sur des bateaux de toute nature, que ce soit pour de la restauration, des animations culturelles et festives (spectacles, concerts, expositions...), de l'hébergement (vogue des hébergements insolites), voire pour des activités professionnelles type bureaux sur l'eau, salles de réunion, ... En secteur urbain, ce type d'équipement se développe fortement dans un mouvement de réappropriation des berges comme espaces de promenade et de loisirs (cf le succès de la péniche Rosa Bonheur à Paris, qui a désormais 3 implantations, ou encore Petit Bain et le Batofar près de la bibliothèque François Mitterand). C'est vrai aussi dans les ports. En milieu rural, de telles implantations peuvent ponctuellement animer les villages, notamment lors d'événementiels.

Ces bateaux peuvent être amarrés de manière ponctuelle (une ou deux dates), saisonnière (printemps-été) ou permanente.

De son côté, VNF affirme depuis quelques années une volonté de développer les activités économiques le long des voies d'eau (cf Projet Stratégique 2015-2020 » VNF accompagne les territoires afin qu'ils tirent pleinement bénéfice de l'attractivité de la voie d'eau, en initiant des projets de développement des usages touristiques et de loisirs sur les itinéraires les plus prometteurs du réseau ou en accompagnant les projets portés par les acteurs locaux en faveur de ce tourisme éco-patrimonial »)

La mise en œuvre de ces projets implique de respecter les règles d'occupation du domaine public fluvial pour des activités économiques fixées par VNF (Convention d'occupation temporaire COT). Elle pourrait s'appuyer sur la procédure d'AAP (Appel à Projet) de VNF, en tenant compte d'une nouvelle forme de procédure, la Manifestation Spontanée d'intérêt (MSI) qui implique un accord préalable de la commune, l'existence d'une zone ouverte au stationnement de plus de trente jours, et une situation peu concurrentielle.

### Objectifs : Assurer des retombées économiques et sociales pour l'ensemble du territoire

- développer les activités en bord d'eau
- animer la voie d'eau et les villes ou villages, de manière temporaire, saisonnière, voire permanente (en milieu urbain)
- permettre des retombées économiques
- répondre à une demande légitime de « vivre des expériences sur l'eau »

### Mise en œuvre et pilotage :

Les projets d'implantation de bateaux-activité peuvent émerger du secteur privé (entreprises, associations...) ou être portés par des collectivités (qui peuvent ensuite en confier l'exploitation à des professionnels).

VNF peut participer au financement des études préalables. L'enjeu est de faciliter et simplifier la mise en œuvre de tels projets. D'autres financeurs (Région, Départements) sont à solliciter en fonction de leurs règlements d'intervention

### Préconisation :

Sélectionner les projets portés par des professionnels ayant fait leurs preuves ailleurs, ou ayant des compétences avérées dans le domaine recherché

Envisager une mise en réseau de ces lieux pour organiser une itinérance de certains bateaux le long de la marne sur plusieurs saisons consécutives, et favoriser une rotation de bateaux avec des activités différentes pour diversifier l'offre

S'appuyer sur les CDT/ADT et les OT pour identifier les projets porteurs

### Freins et blocages potentiels :

Difficulté pour des opérateurs de rentabiliser ces activités, ce qui nécessite un soutien par les collectivités pour l'amorçage

Anticiper les conflits d'usage, les risques de bruit pour le voisinage

### péniche Rosa Bonheur située à Paris aux abords du pont Alexandre III et du Grand Palais



### Échéances et calendrier prévisionnels :

- recensement des communes sur lesquelles des projets de bateau-activité sont en réflexion : 2<sup>e</sup> semestre 2019
- présentation par VNF de la procédure MSI : 2<sup>e</sup> semestre 2019
- lancement 1ers AAP : 2020

### Articulation avec d'autres actions :

- informer sur le qui fait quoi
- événementiels
- appel à projet XXI<sup>e</sup>

### Estimation des coûts :

- Entre 15 et 20 000 €HT

### Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- nb de nouveaux bateaux-activités implantés
- fréquentation
- satisfaction
- retombées médias

### Communication :

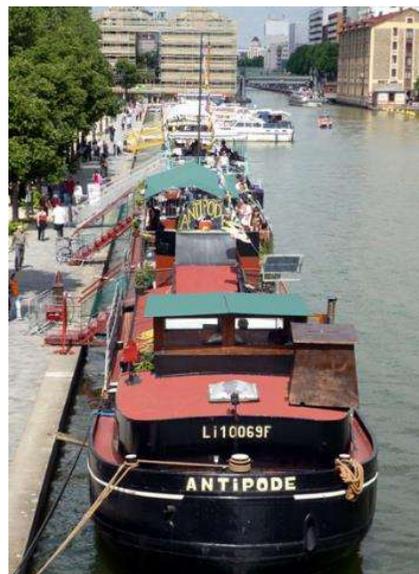
presse locale, Journaux municipaux, supports de communication des Offices de tourisme, ADT, CRT (brochures, site web, réseaux sociaux)



hébergements insolites dans deux toues cabanées sur le canal d'Ille-et-Rance (écluse de la Petite Madeleine)



OFF Paris Seine : premier hôtel flottant à Paris, quai d'Austerlitz



L'Antipode, bateau restaurant  
Et activités culturelles  
(la Villette)



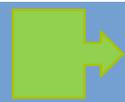
## exemples de bateaux-activités

**Petit Bain**, barge amarrée au pied de la Bibliothèque Nationale de France dans le 13<sup>e</sup> arrondissement à Paris : un espace atypique qui regroupe une salle de concert, une cantine ouverte à l'année, une terrasse et un jardin suspendu (ensemble privatisable)



un espace de restauration à bord : la Cantine





## 5.4 OBJECTIF 4 : CRÉER UNE DESTINATION « MARNE » SINGULIÈRE ET IDENTIFIABLE

- | Action n°39 : Appel à projet guinguettes XXIème siècle
- | Action n°50 : Création d'une marque de destination : nom, visuel, à décliner sur la signalétique, les outils de communication





**ACTION NUMÉRO 39**

## **APPEL À PROJET GUINGUETTES DU 21<sup>ème</sup> siècle**

**Localisation : tout l'itinéraire**

### **Description de l'action :**

Les guinguettes font partie de l'image d'Epinal des bords de Marne. Certaines sont plus que centenaires. elles incarnent les plaisirs simples au bord de l'eau (manger, danser, s'amuser), la convivialité, et l'esprit festif. Aujourd'hui, les guinguettes traditionnelles sont peu nombreuses, et dans la plupart des cas, les opérateurs qui poursuivent l'esprit des origines et s'adressent en conséquence à des clientèles plutôt âgées n'ont ni l'envie ni l'énergie de les renouveler. Pour autant, il est urgent de rajeunir le concept de guinguette sur la Marne.

En effet, on note le succès de lieux festifs en bord d'eau (cf fiche action bateaux-activité), autant que le développement de pratiques spontanées sur les quais par exemple sur la Seine à Paris où les gens viennent danser ou pique niquer (les aménagements Paris Plage puis Berges de Seine ont amplifié ces pratiques depuis quelques années). Le public est donc là, et on peut anticiper que ce mouvement n'est pas prêt de s'arrêter, avec des temporalités diverses (le week end, en soirée, la nuit) et des motivations variées (after work, événements familiaux, déjeuner ou soirée entre amis, en amoureux, en famille, ...)

La Marne a toute légitimité à renouveler le concept de guinguettes en créant plusieurs vraies « guinguettes du 21<sup>e</sup> siècle », qui feront le lien entre les traditions d'hier et les pratiques actuelles, et permettront ainsi de rajeunir les clientèles de ce type d'équipements.

En 2019, les Journées Européennes du Patrimoine ont pour thème « Art et divertissement », ce qui représente pour VNF une belle occasion de lancer un appel à projet « guinguettes du 21<sup>ème</sup> siècle » s'adressant à de nouveaux opérateurs (acteurs culturels, organisateurs de soirées, groupes de musique, décorateurs, acteurs de la restauration....)

Dans un premier temps, un groupe de travail peut être mis en place pour affiner le concept et rédiger un cahier des charges relativement souple. Cet appel à projet, lancé par la structure de pilotage auprès des communes ou propriétaires privés vise à identifier des lieux disponibles pour développer ce nouveau concept. Ensuite, les lieux seraient confiés à des exploitants privés dont c'est la profession.

### **Objectifs : Créer une destination « Marne » singulière et identifiable**

- valoriser l'identité du territoire des bords de Marne (se réapproprié son histoire) mais aussi son identité d'aujourd'hui
- animer les quais et développer de l'activité économique au quotidien ou de manière ponctuelle associée à des événements
- créer du lien entre la voie d'eau et le territoire (les collectivités, institutions, entreprises, associations...)

### **Mise en œuvre et pilotage :**

Structure de pilotage pour lancer l'AAP en partenariat avec les collectivités concernées

### **Préconisation :**

Se rapprocher d'acteurs déjà actifs sur des bords d'eau susceptibles de vouloir développer d'autres lieux et qui peuvent faire bénéficier de leur retour d'expérience (comme Rosa Bonheur, la Bâronne d'Paname, Petit Bain, Culture Guinguette sur l'aspect mémoire...)

### Freins et blocages potentiels :

Les questions d'urbanisme, d'occupation du domaine fluvial, d'accessibilité et la faisabilité technique de ce type de lieux à aménager sont à anticiper.

Les problématiques peuvent être relativement différentes en fonction des contextes (urbain, péri-urbain, rural), mais il serait plus pertinent de ne concevoir qu'un AAP unique pour tout le linéaire.

### Échéances et calendrier prévisionnels :

- Montage groupe de travail automne 2019
- établissement d'un cahier des charges de l'AAP été 2020
- lancement premier AAP en septembre 2020

### Guinguettes traditionnelles à Neuilly-sur-Marne



Chez Fifi



Guinguette de l'Ecluse



### Articulation avec d'autres actions :

- création de l'instance de pilotage pour lancer de manière opérationnelle l'AAP

### Estimation des coûts :

- temps passé
- réflexion sur une dotation de l'AAP (quelle hauteur ? pour quel volet ?)

### Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- lancement effectif de l'AAP
- nombre de réponses,
- qualité et originalité des réponses
- nombre de guinguettes effectivement créées

### Communication :

via les outils de communication de VNF, et relais sur ceux des collectivités du linéaire, des partenaires touristiques institutionnels (OT, CDT/ADT, CRT) et des sites comme fluvialnet

exemples de guinguettes rénovées ou récentes

Canaille-Club à Toulouse (depuis 5 ans)



La Centrale à Toulouse (île du Ramier) depuis 4 ans



Guinguette En Rouge et Loire aux Ponts-de Cé



Chez Alriq à Bordeaux



Guinguette du patio de Camargue à Arles





## ACTION NUMÉRO 50

# CREATION D'UNE MARQUE DE DESTINATION MARNE

### Localisation : tout l'itinéraire

#### Description de l'action :

La Marne jouit d'une image plutôt positive dans l'esprit des clientèles de tourisme et loisirs (plus que dans le regard des habitants) ; elle est soit associée aux loisirs populaires des bords de Marne (guinguettes, baignades...) au siècle dernier, soit associée à l'image très qualitative du vignoble de Champagne (recentement classé UNESCO).

Il faut s'appuyer sur cette notoriété spontanée et cet imaginaire « déjà là » pour **créer une marque qui valorise ce linéaire fluvestre comme une nouvelle destination de tourisme et loisirs**. Un positionnement marketing sera défini, qui mettra en cohérence les valeurs festive, sportive, nature et gastronomiques de la Marne. Un travail avec des spécialistes de la communication et du marketing territorial sera mené, en appui sur les études d'image existantes, et en comparaison avec d'autres destinations fluvestres en France et en Europe.

Pour incarner ce positionnement à travers une **plateforme de marque**, un **nom** de destination sera choisi, accompagné d'une **identité visuelle** (logo et charte graphique) et d'un guide de marque, pour une déclinaison in situ (signalétique) et dans les outils de communication (cf action 51).

#### Mise en œuvre et pilotage :

Cette action est à lancer par la structure de pilotage, qui sélectionne une agence de communication/marketing territorial.

Un travail collectif autour de l'image peut être effectué avec les principaux OT, certaines villes, quelques opérateurs qui programment déjà la destination afin d'identifier les valeurs de la Marne, son imaginaire, ses atouts singuliers.... A ce propos, il sera opportun de se rapprocher du CDT 94 qui travaille avec d'autres rivières de loisirs dans le cadre d'un projet Européen (projet STAR).

Des tests clients sont préconisés pour s'assurer que la marque et la signature de destination sont efficaces. Une fois la plateforme de marque définie, ainsi que sa déclinaison visuelle, il s'agit de produire des contenus (photos, vidéos, son...) et un storytelling permettant de véhiculer le positionnement et les valeurs de la destination.

L'enjeu est de mobiliser largement les acteurs du linéaire autour de cette marque pour qu'ils se l'approprient et l'utilisent, décuplant ainsi l'effet de visibilité.

#### Objectifs : Créer une destination « Marne » singulière et identifiable

- Affirmer la vocation touristique et de loisirs de la rivière Marne
- Définir un positionnement différenciant pour la destination, qui la rende lisible et attractive parmi les destinations fluviales en France et en Europe
- Pouvoir communiquer une promesse touristique forte et cohérente, autour de l'identité de la Marne
- Rassembler autour de la marque de destination tous les acteurs du linéaire (appropriation)
- Créer de la fierté pour les habitants

## Préconisation :

Sélectionner une agence professionnelle et créative capable d'animer une réflexion collective

Prendre le temps de communiquer sur la marque en interne (habitants, élus locaux, socio-professionnels) pour s'assurer d'une bonne appropriation et d'une utilisation de la marque par un maximum de parties prenantes

## Freins et blocages potentiels :

La difficulté réside dans la diversité du linéaire et de son contexte (urbain, périurbain puis rural). Il faudra trouver un nom porteur suffisamment fort pour que les différents territoires et acteurs se sentent partie prenante d'une même destination.

## Échéances et calendrier prévisionnels :

- écriture cahier des charges : décembre 2020
- lancement étude février 2021
- Conception de la marque : 4 mois
- Partage et appropriation : septembre 2021

## Estimation des coûts :

- Entre 20 et 30 000 €HT

## Articulation avec d'autres actions :

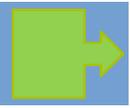
- création de la structure de pilotage en préalable
- cette action est un préalable nécessaire à l'action 51

## Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- Résultats test nom
- Adoption de la marque de destination
- Relais par les socio-pro
- Augmentation de la notoriété

### exemple de marques de destinations fluviales en France et en Europe





## 5.5 OBJECTIF 5 : PROPOSER UNE OFFRE TOURISTIQUE ATTRACTIVE, STRUCTURÉE ET COMPLÈTE

- | Action n°22 : Labellisation des ports/haltes « Accueil Vélo »
- | Action n°33 : Mise en valeur de l'écluse de Chalifert (patrimoine, fonctionnement, ...)
- | Action n°41 : Soutien au développement et mise en cohérence de l'événementiel
- | Action n°42 : Réflexion sur des offres packagées (partenariat avec hébergeurs, restaurateurs, sites et activités ...)





## ACTION NUMÉRO 22

# LABÉLISATION DES PORTS/HALTES : "ACCUEIL VÉLO"

**Localisation :** Cette action concerne l'ensemble de l'itinéraire

### Description de l'action :

La marque « Accueil Vélo » est une marque nationale qui garantit un accueil et des services de qualité auprès des cyclistes le long des itinéraires cyclables. Les différents services peuvent être labellisés : restaurants, hébergements, loueurs de vélos, équipements culturels et lieux de visite, offices de tourisme, port fluvial etc.

Un établissement Accueil Vélo garantit au touriste à vélo de :

- se trouver à moins de 5 km d'un itinéraire cyclable ;
- disposer d'équipements suffisants et adaptés : parc de stationnement de 5 places minimum, abris à vélos sécurisés (hébergements), kit de réparation, recharge VAE, point d'eau et sanitaire, douche (ports et haltes)
- bénéficier d'un accueil attentionné : informations et conseils utiles (circuits, météo, ...) ;
- disposer de services adaptés aux cyclistes : transfert de bagages, lavage et séchage du linge, location de vélos et accessoires, lavage des vélos, ...

Pour devenir « Accueil Vélo », il faut remplir un formulaire en ligne sur le site de [www.francevelotourisme.com](http://www.francevelotourisme.com). Ensuite, un animateur du réseau organise une visite de contrôle pour vérifier que l'établissement respecte les critères du référentiel de qualité. Il délivre une autorisation d'utiliser la marque pour 3 ans si les critères du référentiel Accueil Vélo sont respectés et après signature de l'engagement du référentiel Accueil Vélo et paiement d'une contribution financière à la mise en œuvre de la marque Accueil Vélo, d'un montant de 200 euros pour 3 ans (contribution financière destinée à couvrir les frais inhérents à la visite de contrôle et à la mise à disposition des outils de communication : plaque de bienvenue, adhésifs).

La fédération des différents acteurs du tourisme autour de cette marque permet d'en renforcer l'attrait sur le territoire.

L'ensemble des informations est disponible ici :

<https://www.francevelotourisme.com/contenus/preparation-et-conseils/accueil-velo>

### Objectifs : Proposer une offre touristique attractive, structurée et complète

- Améliorer la multimodalité entre les types d'itinérance et l'interface fluvial/terrestre
- Mutualiser les aménagements et les investissements (point d'eau)

### Mise en œuvre et pilotage :

- Porteur de projet : Collectivités locales, gestionnaires de ports/haltes
- Accompagnement : départements dans le cadre de la création des voies vélo

### Préconisations particulières :

Il est important de prévoir une mise en réseau, c'est-à-dire d'équiper plusieurs ports/haltes de l'itinéraire en simultanément, pour offrir un service complet.

Il faut également s'assurer du bon référencement sur les moteurs de recherche et les appli spécialisées

### Freins et blocages potentiels :

Tenir compte de l'avancement des travaux de la vélo route.



Exemples « points accueil vélo »

### Échéances et calendrier prévisionnels :

- Études préalables : 2<sup>ème</sup> semestre 2019
- appel d'offre : fin 2019
- Travaux : 2020
- Mise en service : fin 2020

### Articulation avec d'autres actions :

- 5/6/7/8/9/10/11/20/21

### Estimation des coûts (hors coûts de pose) :

- Arceau vélo de stationnement : 82 €HT (pour 3 à 9 unités)
- Poste de gonflage (pompe manuelle inox, fixée au sol, manomètre) : 750 €HT
- Ou poste de gonflage électrique fixé sur pied : 1 585€HT
- Station de réparation (entre 950 et 1 380 €HT, selon modèle)
- Coûts de pose estimés à environ 5 à 10% du prix global.

### Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- Nombre de points aménagés et labélisés,
- Fréquentation (comptages voies vélo)
- Enquête satisfaction

### Communication :

Sur les sites internet, guide du plaisancier, site VNF, France Vélo tourisme (moteur de recherche pour trouver un point Accueil vélo), Vélo & Territoires ...



## ACTION NUMÉRO 33

# MISE EN VALEUR DE L'ÉCLUSE DE CHALIFERT

### Localisation : secteur A



### Description de l'action :

L'écluse de Chalifert est un site important du patrimoine fluvial de la Marne. Elle est située en entrée du canal de Chalifert, une dérivation de 12 km reliant Meaux à Chalifert construit entre 1837 et 1846, emprunté aujourd'hui par la totalité de la navigation fluviale, jalonné par de nombreux ouvrages d'art datant pour la plupart de la seconde moitié du XIXe siècle comme la voûte de Chalifert (tunnel de 290 m), l'écluse de Lesches et le pont canal d'Esblly-sur-Marne. L'écluse de Chalifert sera automatisée prochainement, libérant la maison de l'éclusier d'ici 2021. Le site est très fréquenté par les promeneurs à pieds ou à vélo, les joggers, qui empruntent le GR14A, la circulation étant facilitée par la nouvelle passerelle reliant le jardin des sculptures de la Dhuis côté Chessy, au chemin des Tartreux côté Dampmart. On note la présence d'activités nautiques avec le CNPE (club nautique du plan d'eau) implanté sur ce site et la proximité du départ de la zone de vitesse. Le restaurant l'Ermitage (récemment repris) se trouve également à proximité.

Une réflexion sur l'aménagement global de ce site permettrait d'articuler les différentes activités et d'organiser la venue du public dans des conditions plus confortables (qualité des cheminements, signalétique, bancs, pique nique, etc...). Un programme de mise en valeur du patrimoine fluvial et de l'histoire de la navigation fluviale aurait toute sa place, soit via des installations in situ en plein air type table d'orientation ou panneaux, soit dans la maison de l'éclusier (visuels de grande dimension, cartes, bande son ou film).

### Objectifs : Proposer une offre touristique attractive, structurée et complète

- Répondre à la curiosité des promeneurs
- transmettre la mémoire de la navigation fluviale sur la Marne
- expliquer le fonctionnement de l'écluse (et l'évolution)
- mettre en rapport cet ouvrage avec les autres éléments de patrimoine fluvial proches
- créer un support pour des visites

### Mise en œuvre et pilotage :

Commune de Chalifert et/ou  
Communauté de communes Marne et Gondoire pour étudier un projet d'aménagement et de valorisation

Fédération de randonnée pour le balisage.

acteurs privés du site et OT pour monter de circuits et produits associant la visite de l'écluse à d'autres activités nautiques ou de promenade

### Préconisation :

Saisir l'opportunité de l'automatisation de l'écluse pour identifier des espaces disponibles pour un projet de valorisation, couplé à un autre usage (gîte ?)

Mobiliser les collectivités pour valoriser ce site, qui pourrait prendre place dans le cadre d'un projet plus global de valorisation des berges sur le territoire Marne et Gondoire.

### Freins et blocages potentiels :

Manque de volonté de la part des collectivités

Dans l'optique d'une valorisation ambitieuse de l'écluse avec la création d'un site de visite et de découverte, anticiper les coûts de fonctionnement et d'entretien

### Échéances et calendrier prévisionnels :

- étude et dimensionnement du projet : printemps 2022
- mise en œuvre du projet pour la saison 2023

### Articulation avec d'autres actions :

- Réflexion sur la faisabilité d'une liaison fluviale entre Jablines, Chalifert, Dampmart et Lagny
- intégration du site dans les circuits et produits d'itinérance

### Estimation des coûts :

- Entre 5 000€ pour une simple table d'orientation et 80 000€ pour une scénographie
- coûts d'entretien, balisage du chemin à prévoir

### Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- fréquentation (pose d'écompteurs ?)
- satisfaction des promeneurs, visiteurs...

### Communication :

Journaux municipaux, supports de communication des Offices de tourisme, ADT, CRT (brochures, site web, réseaux sociaux)

### vue du site et de l'écluse

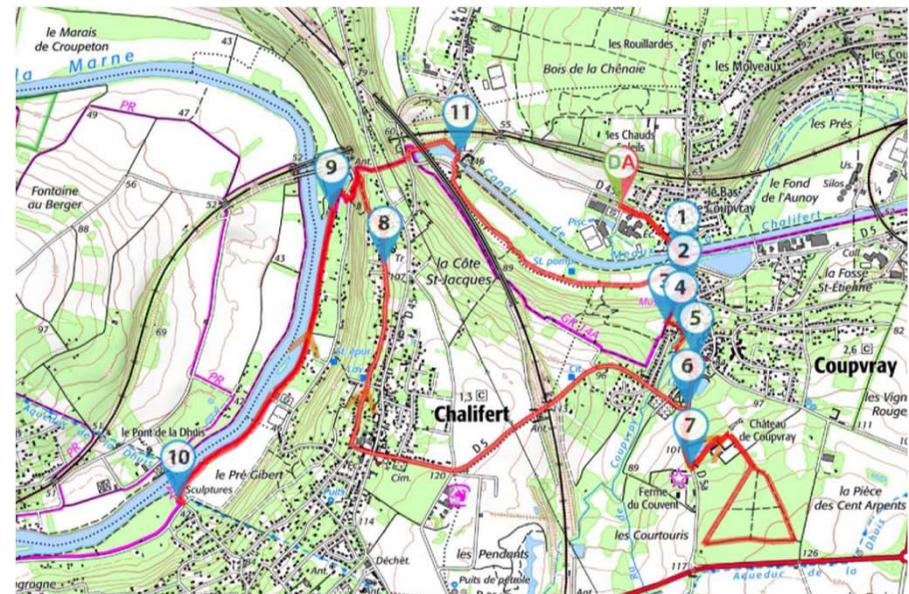


## Illustrations action



Exemple de randonnée autour du canal de Chalifert avec départ à Coupvray (13 km, proposée sur Visorando)

- 1 **Pont du canal**  
N 48.896081° / E 2.792181° - alt. 49m - km 0.4
- 2 **Maison natale de Louis Braille**  
N 48.894628° / E 2.792267° - alt. 53m - km 0,62
- 3 **Sente en pente avec marches**  
N 48.893316° / E 2.791076° - alt. 69m - km 0,81
- 4 **Pont de pierre**  
N 48.89302° / E 2.792041° - alt. 66m - km 0,9
- 5 **Monument aux Morts**  
N 48.891693° / E 2.793039° - alt. 81m - km 1,13
- 6 **Kiosque à musique**  
N 48.88962° / E 2.792503° - alt. 94m - km 1,38
- 7 **Entrée du Parc du Château**  
N 48.887031° / E 2.792685° - alt. 109m - km 1,67
- 8 **Tour Taratte**  
N 48.895813° / E 2.7731° - alt. 96m - km 6,87
- 9 **Ecluse de Chalifert - Marne (rivière)**  
N 48.898239° / E 2.769709° - alt. 42m - km 7,66
- 10 **Sculptures**  
N 48.885655° / E 2.75986° - alt. 41m - km 9,31
- 11 **Ecluse de Lesches**  
N 48.900623° / E 2.777928° - alt. 45m - km 11,94



## exemples de valorisation d'écluses ou de points de vue

Les 9 Ecluses de Fonsérane : une maison de site pour expliquer le canal du Midi, lieu d'information touristique, départ de balades, boutique, à l'étage une séquence de cinéma immersif, des visites audioguidées, un jeu de piste, des aménagements autour avec un restaurant...



Gîte d'étape dans l'ancienne maison éclusière de bougard sur le canal de Nantes à Brest



Table d'orientation sur le point de vue de Carnetin installée par Marne et Gondoire)





## ACTION NUMÉRO 41

# DÉVELOPPEMENT ET MISE EN COHÉRENCE DE L'ÉVÉNEMENTIEL

### Localisation : tout l'itinéraire

#### Description de l'action :

La Marne, comme de nombreuses rivières ou fleuves, a accueilli depuis toujours et de manière récurrente tout type de festivités autour de l'eau : des compétitions sportives, de grandes fêtes populaires, les feux d'artifice du 14 juillet et leur bal...

Pendant près de 15 ans, le Festival de l'Oh !, événement monté par le Conseil Départemental du Val de Marne (un service dédié rattaché à la direction de l'eau et de l'assainissement) en partenariat avec les villes « escales », bénéficiait d'un budget d'investissement annuel d'environ 1 million d'euros et attirait environ 70 000 personnes sur un week end de juin.

Depuis qu'il n'a plus lieu, on a essentiellement des événements municipaux. Par exemple dans le Val de Marne, une dizaine d'événements sont organisés, tous positionnés sur la deuxième quinzaine de juin et juillet, sans coordination particulière entre les villes ni sur les dates (qui peuvent se télescoper) ni sur les contenus (qui peuvent être plus ou moins redondants).

Cette action vise à remettre de la cohérence dans la programmation événementielle sur les bords de Marne pour créer une véritable dynamique, les événements étant des moments importants pour les habitants et leur redécouverte de la rivière, mais également un déclencheur pour la venue de visiteurs plus lointains.

Dans cette réflexion, certaines lignes directrices pourraient être creusées : par exemple favoriser les choses qui se passent sur l'eau (croisières, activités nautiques), et pas uniquement sur les berges, greffer des propositions pour une véritable découverte du territoire (pas simplement des stands « commerciaux »). Au-delà de la définition de principes communs aux événements, deux solutions semblent possibles :

- mutualiser certains événements qui ont lieu en même temps, coopérer entre les villes proches pour en faire un événement plus important, atteindre une certaine masse critique qui permet de communiquer plus largement
- créer un nouvel événement unique prenant la suite du festival de l'Oh !, en gardant le même système partenarial entre un service Départemental (à étendre aux autres départements) et les représentants des villes (ou des intercommunalités) avec des réunions régulières pour définir la programmation, tout en prévoyant l'événement sur une durée plus longue (pour atténuer le risque météo).

#### Objectifs : Proposer une offre touristique attractive, structurée et complète

- Développer la notoriété des bords de Marne en tant que destination loisirs
- Renforcer la dynamique événementielle autour de la Marne
- Créer une cohérence sur le linéaire et une exigence commune
- Créer des occasions de redécouvrir la Marne avec un aspect festif, populaire
- Valoriser les activités nautiques et mobiliser les clubs sportifs

#### Mise en œuvre et pilotage :

Instance de pilotage (ou autre structure ad hoc à créer), en partenariat avec les Départements, les intercos et leurs OT, avec les CDT/ADT en accompagnement, en associant les villes sur la base d'un volontariat, et tous les acteurs de la voie d'eau (associations,...)

Soutien VNF et collectivités

Accord des autorités compétentes

### Préconisation :

Démarrer par la création d'un groupe de travail qui lancera une enquête auprès des mairies qui organisent actuellement des événements pour mieux cerner les synergies possibles  
Les intercommunalités sont probablement des acteurs nouveaux à solliciter sur ce volet événementiel (moyens, besoin d'identité)

### Freins et blocages potentiels :

L'événementiel est souvent une « prérogative » que souhaitent conserver les mairies, traditionnellement organisatrices des festivités autour de la Marne. Celles-ci peuvent craindre de voir leur événement noyé dans un grand événement.  
Le linéaire est peut être trop important pour réussir une mise en cohérence d'ensemble ...  
Obtention des autorisations administratives.

### Échéances et calendrier prévisionnels :

- création groupe de travail automne 2019
- enquête auprès des communes début 2020
- travail sur l'opportunité d'un événement commun et une mise en cohérence des événements existants par la structure de pilotage courant 2020

### Articulation avec d'autres actions :

- la création de la structure de pilotage (action 1) accélérera le travail sur l'événementiel
- les aménagements prévus par les actions 5 à 20 faciliteront la tenue des événements et l'accueil du public

### Estimation des coûts :

- entre 500 000 et 1 M€HT pour un événement commun
- temps passé pour la mise en cohérence

### Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- optimisation de l'agenda événementiel
- nombre d'événements nouveaux créés
- fréquentation des événements
- retombées médias

### Communication :

outils de communication des villes, intercos, Départements, relais par les OT et CDT/ADT

### Festival de l'Oh ! Val de Marne



## exemple de festivals sur des rivières ou canaux



Festival de l'eau à Meaux



La 13ème édition d'A dimanche sur le canal aura lieu sur le Canal de Nantes a Brest le 4 août 2019. Le concept : un moment convivial, de partage, dans un cadre champêtre et bucolique... un pique-nique, le même jour et à la même heure, sur près de trente sites riverains des canaux  
Les communes offrent l'apéritif et les habitants, les touristes de passage, les touristes en séjour apportent pique-nique et bonne humeur pour partager un moment de convivialité et de découverte des canaux.



Nouvel événement en 2019 : une toue cabanée transportera une cargaison artistique et fera une dizaine d'escales sur le Canal de Nantes à Brest



L'été du canal (sur le Bassin de la Villette, le canal de l'Ourcq et le canal Saint-Denis), lancé par Seine Saint Denis Tourisme en 2007, rencontre un franc succès. Les retombées de l'édition 2016 :  
34 000 passagers sur les navettes fluviales à 1€  
7 000 participants aux croisières électro, festives, food...  
26 000 personnes sur le Port de loisirs éphémère de Bobigny et des dizaines de milliers de participants aux activités de loisirs nautiques, sportives et culturelles ... tout au long du canal de l'Ourcq depuis le Bassin de la Villette jusqu'au Parc forestier de la Poudrerie  
70 000 participants aux plages des villes de Seine-Saint-Denis  
250 000 participants aux festivités sur le canal de l'Ourcq



ACTION NUMÉRO 42

## DEVELOPPEMENT D'OFFRES TOURISTIQUES PACKAGEES

**Localisation :** tout l'itinéraire

### Description de l'action :

Pour développer les flux de tourisme et loisirs et augmenter les retombées sur le linéaire de la Marne, un travail de structuration de l'offre à travers des produits diversifiés est à entreprendre. Des propositions éparses existent mais l'offre reste diffuse et globalement peu lisible. Il s'agit de la transformer en des produits attractifs, visibles et facilement achetables par les cibles de clientèles.

L'enjeu est de combiner les modes de déplacement sur l'eau, le long de la voie d'eau et pour rejoindre les points d'intérêt (en bateau, à vélo, à pieds, en navette routière...), les activités proposées (visite patrimoniale, découverte d'un site naturel, initiation à la pêche, marché...) et de prévoir les prestations de services (location vélo, portage, repas, nuitées...). Des produits de quelques heures, des excursions à la journée, des courts séjours (1 à 2 nuits) et des séjours de + 3 nuits seront constitués, pouvant être programmés notamment en fonction des événements organisés autour de la voie d'eau. Ces offres s'adressent tant à des clientèles individuelles (familles, couples) qu'à la cible groupes (sportifs, tribus, petits groupes affinitaires comme les randonneurs, les amateurs de vin et gastronomie...)

**Objectifs :** Proposer une offre touristique attractive, structurée et complète

Développer les fréquentations et les consommations sur l'ensemble du linéaire

- Donner une visibilité au linéaire via les activités mises en avant dans les produits
- Structurer l'offre fluvestre de la Marne
- Favoriser l'intermodalité
- Professionnaliser les prestations proposées

### Mise en œuvre et pilotage :

Ce travail de mise en cohérence de l'offre à travers des produits packagés est impulsé par la structure de pilotage. Un premier travail de connaissance des clientèles et de leurs attentes pour calibrer les bonnes offres est un préalable qui peut être mené à l'échelle de l'itinéraire avec les CRT/ADT-CDT, les fédérations sportives concernées, le cluster d'Atout France « tourisme de pleine nature » .

Ensuite, pour assurer un maillage fin de l'identification des offres, le travail doit être poursuivi sur le terrain grâce à un partenariat étroit entre les principaux offices de tourisme du linéaire et les nombreux prestataires qui fournissent les « ingrédients » des offres (les sites de visite, les prestataires de services comme les loueurs de vélo, les clubs sportifs, les guides ou accompagnateurs, les restaurateurs, les hébergeurs...). A noter que le CDT 94 a une certaine avance en la matière car il joue déjà ce rôle de conseil et de mise en relation des acteurs locaux (clubs sportifs..) pour qu'ils développent des produits à destination des touristes.

Ensemble, ils configurent une gamme diversifiée de produits qui s'adressent aux différentes cibles de clientèles. Ces produits « remontent » sur le site internet vitrine de la destination, et sont achetables en ligne. Ils sont commercialisés plutôt par les TO spécialisés dans la croisière fluviale, la rando ou les séjours à vélo (la Bicyclette verte, le vélo voyageur) qu'il faudra démarcher, les réceptifs privés spécialisés (ex en baie de Somme de Mary&family), les gestionnaires de destination (OT, ADT/CDT), les plateformes (ex Exploreparis qui comprend déjà une catégorie « sur l'eau » et dont les produits Marne marchent bien), voire en direct par la structure de pilotage.

### Préconisations :

- Démarrer par une partie du linéaire avec un OT moteur qui souhaite mobiliser autour de cette filière fluvestre.
- Ne pas viser un trop grand nombre de produits, mais quelques produits phare représentatifs des différentes pratiques

### Freins et blocages potentiels :

- Risque d'un déséquilibre sur le linéaire avec un manque de prestations commercialisables sur la partie centrale
- Difficulté de mobiliser les privés par les institutionnels / des privés qui s'organisent déjà entre eux

### Exemple de produits vendus sur le site [bluewaysireland.org](http://bluewaysireland.org)

**Waterways Ireland**  
Uiscebhéal Éireann / Waterways Ailiana

**Family Paddling Paradise**  
Half day paddle on the Shannon Blueway for a family of four  
€70.00  
Phone: +353 87 667 5275

**Lough Key Experience**  
Two nights B&B to Lough Key House & 2 tickets to the Forest Park  
€198.00  
Phone: +353 (0) 71 9662161

**Blueway Heartland Tour**  
3 day Heritage tour, accommodation, evening meals & admission to sites including Clonmacnoise.  
€370.00 per person  
Contact us

**Couples Adventure Blueway Break**  
2 x nights Glamping in Podumna Village, Breakfast, Bike Hire, Kayaking & a SUP safari.  
€249.00 per person  
Contact us

### Échéances et calendrier prévisionnels :

- Première réunion à l'automne 2019 avec référents ADT, fédérations, et principaux OT pour présenter cette action et identifier des acteurs moteurs
- Réunions par sous-territoire en novembre 2019 pour élaborer des premiers produits pour la saison 2020

### Articulation avec d'autres actions :

- l'action 1 (création structure de pilotage) et l'action 4 (réflexion SNCF) sont des préalables
- l'action 41 (événementiel) est utile pour monter des produits autour des événements phares

### Estimation des coûts :

- Essentiellement du temps passé (coordination, réunions)
- Valorisation sur le site internet (pm)
- (Module de commercialisation en ligne)

### Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- Nb de produits packagés présentés sur le site et progression
- Nb de prestataires associés et progression
- Nb de produits vendus et progression

## Autres exemples d'offres packagées



Accueil / Sur l'eau / Découvrez la Marne en Stand Up Paddle

### Découvrez la Marne en Stand Up Paddle

★★★★★ 12 Commentaire(s) | Donnez votre avis

Il existe un coin de paradis où vous pouvez glisser debout sur la Marne, découvrir la rivière et ses îles, et tester une nouvelle pratique nautique : le stand up paddle !

Conditions spécifiques: Savoir nager - Lieu: Joinville-le-Pont - Age minimum: 10 ans et 1m50 minimum - Durée: 1h30-2h - Accès en transport en commun: Gare de Joinville-le-Pont (RER A) - Langue: Français et Anglais

#### Description

Le Stand Up Paddle est le sport qui monte, depuis Hawaï jusqu'à la course mythique sur la Seine en passant par l'Australie. C'est surtout un sport complet qui vous fait travailler gainage et équilibre.

Pour vous permettre d'essayer et de pratiquer ce sport sans aller à la mer ou à Hawaï, Le Grand Huit a déniché un petit coin de paradis à 16 minutes du cœur de Paris ! Un spot facile, accessible et branché, près de chez vous !

Joinville-Le-Pont est un véritable Eden où vous pourrez glisser debout sur le plan d'eau, voir la nature évoluer au gré des saisons dans le canal de Polangis, faire le tour de l'île Fanac, longer les guinguettes des bords de Marne...



Date(s) Dimanche 26 Mai 2019 - 16:00

Tarif \* Tarif Normal : 29 €

Quantité 1 [AJOUTER AU PANIER](#)



exemple, la promenade des < 3 Châteaux >  
9h30 départ Tournon - 11h50 arrivée Valence - 20€ / 15€



2) Le groupe d'adultes, pour une excursion à la journée qui combine :

le bateau + le vélo VAE Canotiers  
+ le pique-nique chic + une dégustation  
+ une visite remarquable ...



Events Accommodation/Hotels Regions/Towns Service Getting there Order brochures

Danube Cycle Path Donausteig Holiday Offers Activities at the Danube

English

### Holiday on the Donausteig trail

The hiking boots are laced, the backpack is packed and the sun is laughing from the sky. So let it begin. All offers promise carefree hiking pleasure on the Donausteig with luggage transport, return journey and service telephone, as well as accommodations with breakfast.



### Packages along the Donausteig hiking trail



### Endless choices – which package is for you?

The Göta Canal's popular activity packages make it easy. All you have to do is enjoy your holiday. We've collected almost all packages here: cycling holidays, boat cruises, walking packages, hotel and youth hostels and much more.

[ALL PACKAGES](#)



## 5.6 OBJECTIF 6 : PRÉSERVER LA QUALITÉ DE VIE ET L'ENVIRONNEMENT

- Action n°23 : Aménagement et multiplication des points de baignade
- Action n°43 : Entretien des berges et préservation de cônes de vision



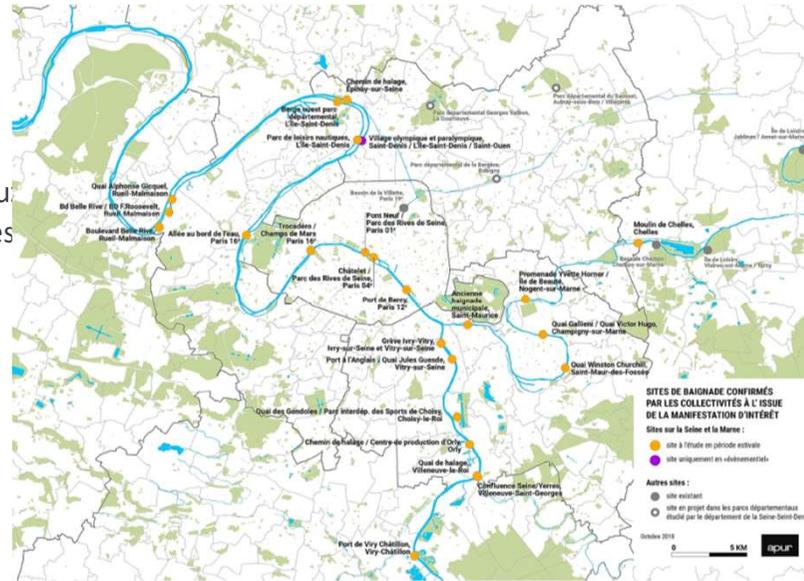


## ACTION NUMÉRO 23

# AMÉNAGEMENT DE POINTS DE BAINNAGE

### Localisation : Cette action concerne l'ensemble de l'itinéraire

En Île-de-France, une étude (APUR 2018) a été menée pour recenser les quelques sites ouverts à la baignade et des sites potentiels de développement de nouveaux points de baignade. Une vingtaine de sites ont été recensés.



### Objectifs : Préserver la qualité de vie et l'environnement

- Diversifier l'offre de baignade sur la Marne
- Offrir de nouvelles activités vers un public large, local ou de passage
- Créer des points d'animation

### Mise en œuvre et pilotage :

- Porteur de projet : collectivités riveraines disposant de foncier
- Accompagnement : VNF (autorisation, analyse des dossiers)

### Description de l'action :

Depuis plusieurs années, on assiste à un renouveau de certaines activités qui avaient disparu. C'est en particulier le cas des sites de baignade sur la Marne. L'objectif est donc de réhabiliter et d'aménager des plages ouvertes aux publics.

Pour le secteur de la Marne, un seul projet a émergé lors de l'appel à projet (étude APUR octobre 2018) : à Chelles. Mais d'autres sites pourraient se prêter à ce type d'activité et il serait nécessaire de relancer un appel à projet, plus ciblé sur l'itinéraire.

Par ailleurs, certaines communes se souviennent d'une époque pas si lointaine où des plages étaient utilisées et qu'il pourrait être possible de réouvrir. Des analyses régulières et un suivi sur plusieurs mois de la qualité de l'eau sont ensuite nécessaires avant de pouvoir ouvrir une plage.

Il est également nécessaire de vérifier la compatibilité du site avec les conditions de navigation (localisation du chenal) et des infrastructures (ports, quai, écluses, etc.)

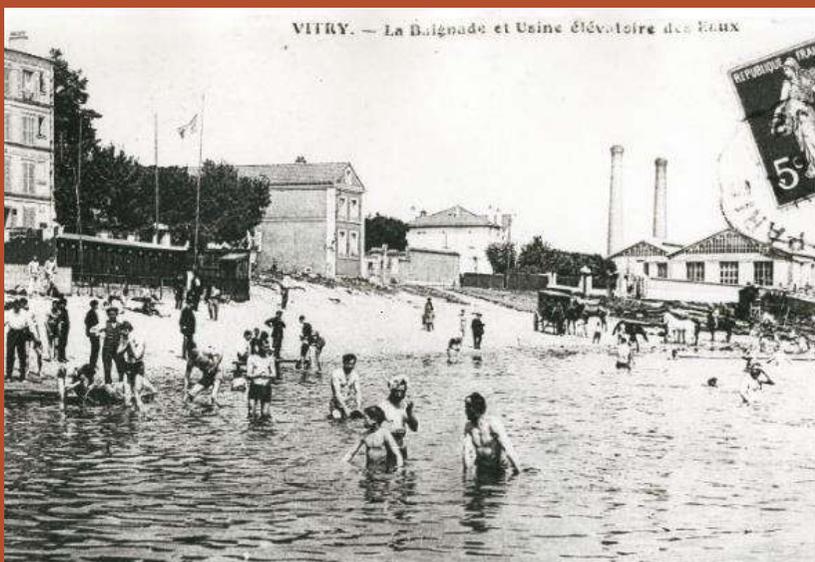


### Préconisations particulières :

- Anticiper les autorisations à obtenir

### Freins et blocages potentiels :

- Qualité des eaux de baignade
- Sécurité
- Cohabitation avec d'autres activités



(Source : Yes we camp)

### Échéances et calendrier prévisionnels :

- appel à projet : 1<sup>er</sup> semestre 2020
- Analyses et études : 2<sup>ème</sup> semestre 2020
- Travaux : Début 2021
- Mise en service : été 2021

### Articulation avec d'autres actions :

- 2

### Estimation des coûts :

- En fonction du dimensionnement de l'aménagement : à prendre en charge par le porteur de projet

### Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- Nb de plages ouvertes,
- Fréquentation,
- Enquêtes satisfaction

### Communication :

Site internet des collectivités



## ACTION NUMÉRO 43

### ENTRETIEN DES BERGES

**Localisation :** cette action concerne l'ensemble de l'itinéraire

#### Description de l'action :

Les entretiens réalisés au cours de la mission ont régulièrement fait remonter l'enjeu que représente l'entretien à la fois des berges côté rivière ou canal, que côté terre. Il s'agit de garantir la sécurité de la navigation, la stabilité des berges, tout en préservant des fenêtres dans le paysage et la qualité écologique du cours d'eau.

L'action concerne :

- La taille de la végétation : taille d'entretien, de nettoyage des arbres qui masquent le paysage, pour préserver des cônes de vision
- La suppression des plastiques dans les branches
- La suppression des embâcles sur les plans d'eau
- La suppression des déchets dans la rivière (sur le fond, sur les bords)

Des communes mettent déjà en place des actions citoyennes, visant à la fois à sensibiliser les populations à la sauvegarde de l'environnement et à nettoyer les berges de la rivières. L'action fonctionne par l'affichage sur le site internet puis pas le bouche à oreille. Ça se veut un moment à la fois ludique, de pleine nature, familial et utile à la collectivité. L'organisation est basique : il suffit de signaler en mairie sa participation et d'apporter une paire de gants. Le reste du matériel est généralement fourni (sacs poubelles, éventuellement gilets de sauvetage pour ceux qui voudraient venir en barque).

Effectuer un recensement des besoins par secteurs, avec une priorisation des sites à traiter.

Monter des partenariats avec les collectivités, les associations (à travers les outils existants, tels que les autorisation de superposition d'activités, les conventions d'usage temporaire) pour organiser l'entretien du linéaire.

#### Objectifs : Préserver la qualité de vie et l'environnement

- Sécurité de la navigation et des amarrages,
- Préservation des paysages
- Aspects esthétiques de l'itinéraire
- Accès aux berges

#### Mise en œuvre et pilotage :

- Pour les berges côté terre : les collectivités compétentes / AAPPMMA / les propriétaires privés sur les berges, et VNF pour les canaux
- Pour les berges côté rivière / canaux : VNF
- Outils à privilégier : convention de superposition d'activités (CSA,), les conventions d'usage temporaire (CUT)

### Préconisations particulières :

Réaliser l'entretien nécessaire, dans le respect de l'environnement, des paysages.

VNF travaille déjà avec des associations qui organisent des campagnes de nettoyage des berges (actions citoyennes ...). Des conventions sont passées avec celles-ci. Ce système mérite d'être étendu tout au long de l'itinéraire.

### Freins et blocages potentiels :

L'accès aux berges (foncier privé), les réticences des riverains

Il est souvent difficile de responsabiliser les propriétaires.

Le nettoyage plus « lourd » comme la coupe d'arbre doit être réalisé par des professionnels,

Les déchets doivent être évacués immédiatement (ou très rapidement) et non laissés sur les berges où ils risquent de tomber à l'eau et de former des embâcles.

### Échéances et calendrier prévisionnels :

- Recensement des besoins : 3<sup>ème</sup> trim 2019
- Appels d'offres si nécessaire : 1<sup>er</sup> semestre 2020
- Travaux : 2<sup>ème</sup> semestre 2020

### Articulation avec d'autres actions :

- 44/45

### Estimation des coûts :

- Du temps passé
- Quelques centaines d'euros pour les sacs poubelles et divers petits équipements
- Un petit camion benne pour évacuer les déchets à la déchetterie,

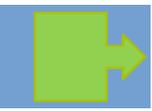
### Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- Volume des déchets évacués
- ml nettoyés,
- enquête satisfaction auprès des habitants ou des touristes

### Communication :

Site internet des collectivités, des associations





## 5.7 OBJECTIF 7 : MIEUX CONNAITRE LE TERRITOIRE, SES ACTEURS ET SES ACTIVITÉS

Action n°3 : Mieux expliquer qui fait quoi ?





## ACTION NUMÉRO 3

# MIEUX EXPLIQUER « QUI FAIT QUOI ? »

### Localisation :

Cette action concerne l'ensemble de l'itinéraire

### Description de l'action :

Lors de l'élaboration du schéma directeur, les rencontres organisées avec les nombreux types d'acteurs sur le territoire ont montré que beaucoup d'entre eux ne maîtrisaient pas ou peu l'organisation de la gestion et de l'exploitation des voies d'eau et des berges et ne connaissaient pas forcément les rôles et compétences respectives des acteurs vis-à-vis de celles-ci.

L'action passe donc par l'édition et la diffusion d'une publication présentant les différents acteurs, leurs rôles et les limites de leurs domaines d'action :

- Création des textes présentant les rôles et compétences de chacun :
  - ✓ Présentation des secteurs d'intervention (transport, gestion hydraulique ...) et compétences, limites territoriales, ...
  - ✓ Définitions de quelques termes spécifiques, et en particulier sur la question du foncier, des berges, en distinguant les canaux et rivières, le domaine public fluvial, le rôle des chemins de halage, de contre-halage, ... et les responsabilités qui incombent à chacun, quant à l'entretien et l'exploitation.
  - ✓ Élaboration d'une carte du réseau avec des couleurs pour chaque entité, leurs limites d'action territoriale et sur l'itinéraire,
- Détermination des types de supports et de diffusion (papier, flyer, internet, OT, ...)
- Une extension de cette action peut-être possible via la réalisation de « modes d'emploi » ciblés sur « comment et à qui s'adresser pour créer un port / installer un ponton », « comment monter une activité de bateau promenade », ...

### Objectifs : Mieux connaître le territoire, ses acteurs et ses activités

Il s'agit de faire connaître aux acteurs du tourisme, ainsi qu'aux différents types de publics, quels sont les rôles et les périmètres d'actions territoriales des gestionnaires des voies d'eau, mais également des gestionnaires des infrastructures portuaires (ports / haltes de plaisance)

### Mise en œuvre et pilotage :

Cette action concerne :

- Porteur du projet : VNF (Siège, DT et UTI), HAROPA, Ville de Paris
- Accompagnement / participation : Collectivités locales ou groupement de collectivités : gestionnaires de ports de plaisance / haltes

### Préconisations particulières :

Le texte doit être rédigé de façon très pédagogique, illustré avec les logos des partenaires, des cartes, des photos, des exemples mais ne doit pas être trop long. Un dépliant 3 volets doit pouvoir suffire par exemple.

Éventuellement sur internet , il pourrait s'accompagner un petit jeu de questions/réponses.

### Freins et blocages potentiels :

Cette action est assez simple et ne devrait pas rencontrer de difficultés particulières de mise en œuvre.



### Échéances et calendrier prévisionnels :

- Démarrage immédiat possible
- Diffusion dès que possible

### Articulation avec d'autres actions :

- Action indépendante

### Estimation des coûts :

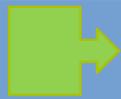
- Pour l'élaboration des textes : interne à chaque structure : au temps passé
- Composition et impression des flyers à distribuer dans les OT, dans les ports/haltes de plaisance par exemple : environ 5 000 € HT
- Diffusion en téléchargement libre sur les sites internet / réseaux sociaux au format pdf : au temps passé

### Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- Nombre de flyer imprimés / distribués / téléchargés sur les sites internet

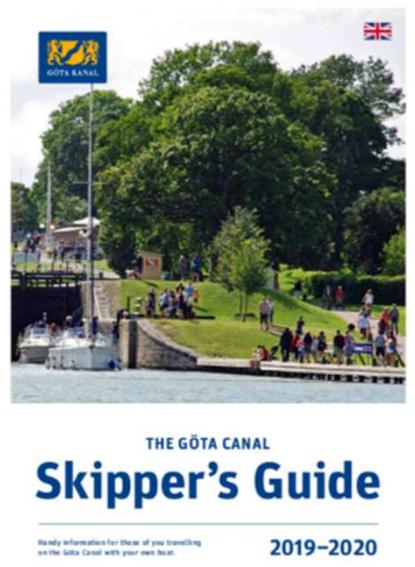
### Communication :

- Diffusion sur les sites internet / réseaux sociaux au format pdf (gratuit)
- Distribution dans les OT, dans les ports/haltes de plaisance, point accueil vélo



# 5.8 OBJECTIF 8 : COMMUNIQUER ET FAIRE CONNAITRE

- | Action n°27 : Développement d'une signalétique cohérente et homogène sur tout l'itinéraire, sur la voie d'eau et sur les berges
- | Action n°51 : Création de supports de communication (Site internet, applications, print...)





## ACTION NUMÉRO 27

# SIGNALÉTIQUE COHÉRENTE ET HOMOGENÈNE SUR L'ITINÉRAIRE

**Localisation :** Cette action concerne l'ensemble de l'itinéraire

### Description de l'action :

Il s'agit de développer une signalétique cohérente, utile et homogène sur tout l'itinéraire, autant sur la voie d'eau que sur les berges.

Les études préalables doivent définir avec précision quel type de signalétique on veut mettre en place : le fléchage des services de villes et villages traversés, les points remarquables, l'accès aux gares, etc.

Cette signalétique doit être étudiée de façon à intégrer les logos des différents partenaires, dont VNF. Il peut aussi se faire en concertation avec des organismes ayant déjà élaboré une signalétique spécifique, complète et pédagogique, comme par exemple le PNR Montagne de Reims dans le cadre de son projet de sentier découverte « Le parc au fil de l'eau ». Dans ce projet, il était ainsi prévu la pose d'une trentaine de pupitres (type plastique recyclé en 50\*80 cm, en conformité avec le mobilier déjà installé par le Conseil départemental) entre Tours-sur-Marne à Reuil.

Il doit également se faire en cohérence avec les projets de signalétique d'autres collectivités ou d'autres organismes, en particulier lorsque cette signalétique est à destination d'utilisateurs spécifiques (cyclotouriste, randonneurs, ...).

Les panneaux à poser le long de l'itinéraire pourraient s'inspirer de ces panneaux. Il pourrait également être équipés de QR code donnant accès à plus d'information sur les services présents à proximité (boulangerie, Poste, banque, etc.) et sur des informations culturelles, économiques, environnementales, etc.

Pour garantir sa cohérence, cette action doit spécifiquement être menée dans le cadre de ce schéma directeur, par l'instance ou la structure de pilotage,

### Objectifs : Communiquer et faire connaître

- Améliorer la lisibilité et le repérage des différents éléments touristiques
- Mettre en place un matériel homogène
- Proposer une information complète et régulièrement mise à jour

### Mise en œuvre et pilotage :

- Porteur de projet : structure / pilotage de l'itinéraire (à créer)

## Préconisations particulières :

- S'appuyer sur des systèmes déjà en place, intégrer les logos des partenaires locaux
- Choisir un matériel solide, à l'épreuve du temps et du vandalisme
- Opter pour une présentation simple à l'aide de picto
- Prendre en compte les coûts d'entretien

## Freins et blocages potentiels :

Dépend de la création de la structure ou de l'organisation du pilotage du schéma

## Échéances et calendrier prévisionnels :

- Études préalables et concertation : 2020
- appel d'offre : 2020
- Travaux : 2021
- Mise en service : fin 2021

## Articulation avec d'autres actions :

- 1/50/51

## Estimation des coûts :

- Selon le type d'installation et le volume à poser (mats, panneaux, ...)

## Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- Nombre de panneaux posés
- Statistiques lecture des QR codes
- Fréquentation des sites touristiques ou commerciaux.

## Communication :

Sur les sites internet, guide du plaisancier, site VNF, France Vélo tourisme, Vélo & Territoires, PNR Montagne de Reims

**LES ZONES HUMIDES  
ÎLOTS DE BIODIVERSITÉ**

À cet emplacement, vous vous situez au point le plus bas d'une ancienne exploitation de terre noire appelée «craie brisée». L'arrêt de l'activité a permis l'apparition de nombreuses mares et bassins composant une importante zone humide.

Lieu de qualité et importante source de nourriture, ces petites étendues d'eau stagnante et peu profondes abritent de nombreux espèces animales (libellules, amphibiens...) et végétales (iris d'eau...). Les milieux humides forment de vie.

Pendant longtemps, l'homme a asséché et comblé les zones humides, considérées comme inutiles et inadaptées. Ce type de milieu fait désormais l'objet d'une attention particulière en vertu de son rôle de régulation et d'épuration des eaux, c'est une véritable éponge naturelle au fonctionnement fragile.

Les zones humides constituent un lieu de biodiversité à préserver.

**ATTENTION !**  
Certains espaces sont fragiles et délicats ou on les déränge, surtout ne les touchez pas !

Il s'agit aussi de reconnaître les espèces que l'on découvre sur ce territoire en regardant les points avec l'œil nu. Vous pouvez retrouver ces espèces dans les zones humides.

**LE SAVIEZ-VOUS ?**  
L'eau des zones humides provient de l'eau de pluie, mais également de nombreuses sources présentes en Montagne de Reims. L'objectif permet de maintenir l'eau dans les mares.

**Sonneurs à ventre jaune**  
LIBELLULE  
SALAMANDRE  
TRITON CRÊTE  
GRENOUILLE VERTE

**Reims**  
**Épernay**  
**Châlons-en-Champagne**

**VNF**  
Voies navigables de France

**Parc naturel régional de la Montagne de Reims**

Les panneaux pédagogiques et le territoire du PNR Montagne de Reims



## ACTION NUMÉRO 51

# CREATION ET DIFFUSION DE CONTENUS ET OUTILS DE COMMUNICATION

### Localisation : tout l'itinéraire

#### Description de l'action :

Une fois la marque de destination définie, elle doit être diffusée le plus largement possible. Il s'agit donc de la **décliner sur différents outils de communication**, en ciblant ceux qui répondent à une stratégie de communication efficace : c'est-à-dire largement en ligne, et qui s'adresse à la fois au grand public et à des cibles affinitaires.

Cette action consiste d'abord à **créer des contenus et un storytelling** en phase avec le positionnement de la marque de destination « rivière Marne ». Les types de contenus peuvent être des photos, des vidéos, des sons (bruits de la rivière, interviews...) parmi lesquels on doit retrouver une ligne unique traduisant le positionnement et les valeurs de la destination.

Ces contenus feront l'objet d'une diffusion pertinente, d'abord sur le web avec la **création d'un site de destination unique** au moins en Français et anglais (dépôt nom de domaine à anticiper), qui vise la séduction et l'information des visiteurs. La présence en ligne passe aussi évidemment par **l'animation des réseaux sociaux** (facebook, instagram a minima) par un community manager.

Ils sont relayés par les OT, ADT, CRT sur leurs propres sites web, et sur les sites des socio-pros ...

Plusieurs **éditions** viennent compléter ce dispositif en ligne : a minima **un guide du tourisme fluvial multilingue** (cf exemple brochure globale Bourgogne – Franche Comté), **une carte** (cf carte Göta Kanal), un agenda des manifestations. On peut aussi imaginer à terme une brochure sur l'histoire des bords de Marne (les loisirs nautiques, les guinguettes, le transport fluvial, etc...)

#### Objectifs : Communiquer et faire connaître

- disposer des outils indispensables de communication d'une nouvelle destination touristique
- être présent en ligne via un site web de destination qui présente toute l'offre et les acteurs
- animer régulièrement les réseaux sociaux pour animer les communautés affinitaires autour de la marne
- doter la destination d'outils pratiques à destination des visiteurs qu'ils soient plaisanciers, touristes à vélo, sportifs, promeneurs...

#### Mise en œuvre et pilotage :

Cette action est à lancer par la structure de pilotage, qui sélectionne une ou plusieurs agences de communication/marketing territorial pour produire les contenus, concevoir et éditer les outils.

### Préconisation :

Sélectionner une agence spécialiste de la communication et du marketing touristique, avec déjà des références pour des destinations importantes, engageant plusieurs territoires

### Freins et blocages potentiels :

La difficulté de bien répertorier toutes les offres disponibles.

L'enjeu de mettre à jour ces informations régulièrement (passer par les Systèmes d'Information Touristique des 3 régions concernées)

### Échéances et calendrier prévisionnels :

- écriture cahier des charges : décembre 2020
- lancement étude février 2021
- Conception de la marque : 4 mois
- Partage et appropriation : septembre 2021

### Estimation des coûts :

- Entre 20 et 30 000 €HT (coûts de conception)
- prévoir des mises à jour et rééditions régulières

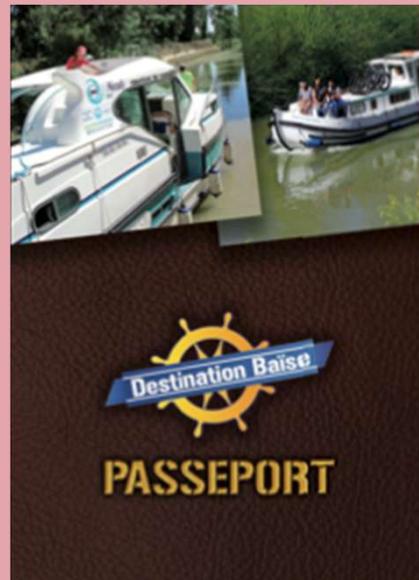
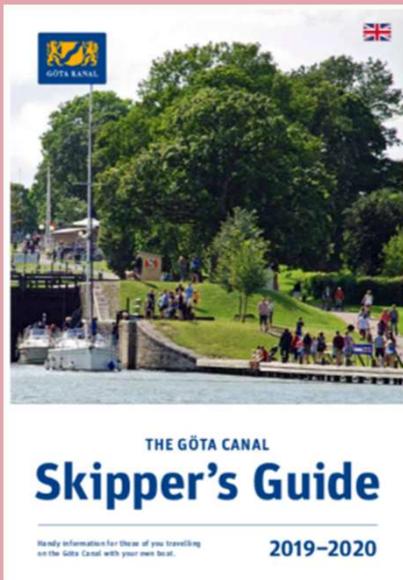
### Articulation avec d'autres actions :

- l'action 1 (création structure de pilotage) et l'action 50 (création de la marque) sont un préalable nécessaire.

### Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- fréquentation du site web
- nb de brochures et cartes distribuées
- engagement des communautés sur les réseaux sociaux
- augmentation de la notoriété de la destination

### Exemple d'outils de communication



## Autres exemples d'offres packagées





## 6. LES OUTILS D'ÉVALUATION

Deux outils ont été élaborés pour assurer un suivi facile du schéma directeur et des actions à mettre en œuvre :

- Le tableau de bord : basé sur le tableau synoptique des actions, il permet d'avoir une vision d'ensemble des 56 actions, de faire des tris en fonction de celles qui font l'objet d'une fiche détaillée, du porteur de projet, des délais de mise en œuvre, des échéances, etc.
- Le planning des actions : il permet d'avoir une lecture dans le temps des différentes actions programmées ou à programmer et d'établir des hiérarchisations pour le lancement de certaines actions

Bien évidemment, ces outils ne sont pas figés. Toutes les rubriques sont ajustables au jour le jour en fonction de la connaissance et de l'évolution du contexte de chaque projet, de leur prise en charge par un porteur de projet, etc.

De la même façon, les coûts estimés pour chaque action doivent être affinés au fur et à mesure de la réalisation d'études complémentaires.

Ces deux outils sont présentés dans un tableur Excel, chacun sur un onglet propre.



# 6.1. LE TABLEAU DE BORD

C'est un des 2 outils de suivi du plan d'actions

Il prend en compte les 56 actions déterminées

Il reprend entre autre pour chaque action :

- Le numéro de l'action et si elle a fait l'objet d'une fiche détaillée
- La description et la localisation (par grand secteur)
- L'objectif pour les actions faisant l'objet d'une fiche détaillée
- Les acteurs concernés et le responsable du pilotage
- Le niveau de priorité, l'échéance globale et le délai estimé de réalisation (début et fin prévisionnelles) et l'état d'avancement
- Les liens avec d'autres actions
- Les critères d'évaluation
- Un budget estimatif (quand c'est possible/pertinent)

Dans l'onglet « tableau de bord », les actions sont classées dans l'ordre où elles sont apparues tout au long de la mission, et à la suite des réflexions menées sur les enjeux.

Les lignes en vert matérialisent les actions qui font l'objet d'une fiche détaillée

Seules les cellules des actions faisant l'objet d'une fiche détaillée sont intégralement renseignées.

Un extrait de ce tableau est présenté ci-dessous.

Número action	Description de l'actions	Objectif	Thème concerné	Niveau priorité	Localisation	Échéance	Acteurs concernés	Responsable pilotage	Lien avec d'autres actions	Fiche	évaluation	Budget estimatif	Etat	Début prévisionnel	Fin prévisionnelle	Avancement
1	Création d'une instance de pilotage de l'itinéraire	Viser un système de pilotage partenarial efficace	Pilotage, gouvernance et cadre juridique	1	ABC	2020	Régions / départements/Collectivités compétentes / VNF / prestataires privés	Collectivités	3/27/50/51/52/53	1	Signature d'une charte, recrutement	temps passé	à lancer	01/09/2019	30/06/2020	
2	Simplification / adaptation des procédures (appels d'offres, niveau de responsabilité à engager, niveaux de sécurité, ...) en fonction des projets ?		Pilotage, gouvernance et cadre juridique	2	ABC	2021	VNF	VNF	5/6/7/8/9/10/11/12/13/14/15/24/16/17/18/19/20/23/25/26		Nombre de projets mis en œuvre	temps passé		01/01/2020	31/12/2020	
3	Mieux expliquer qui fait quoi ?	Mieux connaître le territoire, ses acteurs et ses activités	Pilotage, gouvernance et cadre juridique	1	ABC	2019	HAROPA / Ville de Paris / VNF / collectivités locales	VNF	action indépendante	1	Edition de fiches explicatives, mise en ligne, nombre de clics	5 k€	à lancer	01/09/2019	31/12/2019	
4	Réflexion avec la SNCF pour l'accueil des vélos dans les trains et en gare, et la connexion des gares avec la Marne	Assurer des retombées économiques et sociales pour l'ensemble du territoire	Pilotage, gouvernance et cadre juridique	1	ABC	2024	SNCF / régions / Départements / collectivités locales	Département	21/22/27	1	Nb de gares connectées	temps passé	à lancer	01/01/2020	31/12/2023	



## 6.2. LE PLANNING

- Basé sur l'onglet du tableau de bord (mêmes codes couleurs), il reprend également l'ensemble des 56 actions déterminées, en faisant ressortir en vert, les actions faisant l'objet d'une fiche détaillée.
- Les actions sont classées ici en fonction de leur date de début prévisionnel, puis sur leur date de fin prévisionnelle. Les dates de début et de fin indiquées tiennent compte des impératifs de réalisation d'autres actions. Ainsi, les actions dépendantes de la détermination d'un système de pilotage ne peuvent démarrer qu'après la création de celui-ci.
- la cellule « avancement » est paramétrée de façon à faire apparaître une barre d'avancement de l'action en fonction du pourcentage indiqué dans la cellule.

Un extrait de ce tableau est présenté ci-dessous.

Número action	Description de l'actions	Échéance	2ème sem. 2019	1er sem. 2020	2ème sem. 2020	1er sem. 2021	2ème sem. 2021	1er sem. 2022	2ème sem. 2022	1er sem. 2023	2ème sem. 2023	1er sem. 2024	2ème sem. 2024	1er sem. 2025	2ème sem. 2025	Début prévisionnel	Fin prévisionnelle	Avancement
10	Aménagement et animation du pôle fluvial de Château-Thierry	2021														01/02/2019	01/03/2021	
3	Mieux expliquer qui fait quoi ?	2020														01/09/2019	31/12/2019	
12	Création d'une halte/ponton public à Dampmart devant le restaurant étoilé le Quinquangrogne	2020														01/09/2019	01/06/2020	
1	Création d'une instance de pilotage de l'itinéraire	2020														01/09/2019	30/06/2020	
28	Réflexion sur l'adaptation de l'amplitude de navigation (saisonnalité)	2020														01/09/2019	01/09/2020	
30	Incitation des plaisanciers à sortir leur bateau pendant la haute saison	2020														01/09/2019	01/09/2020	
31	Communication sur les lâchers des barrages du lac du Der (mieux anticiper les variations du niveau de l'eau, la présence d'embâcles, le courant, ...)	2020														01/09/2019	01/09/2020	



# CONTACTS

---

**Edmée Russac**

| *Économiste transport*

| + 33 7 78 69 21 87