

Association régionale des cités-jardins d'Ile-de-France

Suivi : Charlotte SAINT-JEAN

Contact : memoiresdecitejardin@stains.fr

01 58 69 77 93 / 06 49 60 33 28

BILAN ET PERSPECTIVES
« Printemps des cités-jardins 2017 »

Le Conseil d'administration de l'association en date du 20 avril 2017 (Plaine Commune) a validé l'orientation selon laquelle le « *Printemps des cités-jardins d'Ile-de-France* » devait être organisé plus en amont (N – 1) afin de pouvoir prendre plus de temps pour construire sa programmation et de respecter au mieux les échéances en matière de communication.

Dans cette perspective, il a été proposé qu'un groupe de travail soit constitué et soit spécifiquement dédié à la préparation de cet événement. L'objectif de cette réunion était donc de faire un bilan global de la 6^{ème} édition, d'en déterminer les points forts et les points faibles, et d'envisager les perspectives, au regard de ce bilan, concernant la 7^{ème} édition.

Ordre du jour :

I) CARACTÉRISTIQUES DE L'ÉDITION 2017

II) BILAN DE L'ÉDITION 2017

A) INITIATIVES ET PUBLIC

1. Initiatives
2. Fréquentation des initiatives
3. Provenance des visiteurs

B) COMMUNICATION

1. Numérique
2. Papier

C) DIFFUSION

1. Hauts-de-Seine Habitat
2. Presse

III) PERSPECTIVES POUR L'ÉDITION 2018

A) CARACTÉRISTIQUES DE L'ÉDITION 2018

1. Dates
2. Thématique et programmation
3. Tarification

B) STRATÉGIE DE COMMUNICATION POUR L'ÉDITION 2018

1. Numérique
2. Papier
3. Presse

IV) RESUMÉ DES PROPOSITIONS DU GROUPE DE TRAVAIL ET CALENDRIER

I. CARACTÉRISTIQUES DE L'ÉDITION 2017

Date : du samedi 22 avril au lundi 8 mai 2017

Thématique : « *Voyage dans les cités-jardins du Grand Paris* » en axant la programmation autour de l'exposition du Musée d'Histoire Urbaine et Sociale (MUS) : « *Aux origines du Grand Paris : 130 ans d'histoire* ».

Programme : découverte de plusieurs cités-jardins, via des visites couplées, via le recours à des mobilités douces (à pieds, en vélo) ou en bus.

Tarification : gratuité sur inscriptions (sauf une visite couplée à Suresnes – Châtenay-Malabry)

Participants : ouvert à tous.

Le programme complet de la manifestation a été présenté à l'Assemblée générale de l'association le 9 février 2017 à Suresnes et a été validé par le Conseil d'administration en date du 20 avril 2017 (Plaine Commune).

2016 / 5^{ème} édition : l'édition 2016 s'est déroulée du 1^{er} mai au 5 juin 2016 sur un temps plus long. La thématique 2016 portait sur « les trésors cachés ».

II. BILAN DE L'ÉDITION 2017

A) INITIATIVES ET PUBLIC

1. Initiatives

En 2017, **trois week-ends de visite** (samedi 22 et dimanche 23 avril – samedi 29 et dimanche 30 avril – samedi 6 et dimanche 7 avril) se sont tenus. L'ensemble des visites a été programmé sur ces trois week-ends.

11 initiatives ont été prévues dans les cités-jardins adhérentes (Champigny-sur-Marne – Epinay-sur-Seine – Le Pré Saint-Gervais – Stains et Suresnes) et partenaires (Argenteuil – Châtenay-Malabry et Drancy). Seule la ville de Livry-Gargan, adhérente de l'association, n'a pu cette année proposer d'initiative sur sa cité-jardin mais souhaite y travailler pour la prochaine édition.

1 initiative a dû faire l'objet d'une annulation pour cause de mauvais temps. Il s'agit de l'initiative proposée par le Conseil départemental de la Seine-Seine-Saint-Denis sur les cités-jardins autour du parc Georges-Valbon (La Courneuve – Dugny et Stains). Prévue initialement le samedi 6 mai, cette visite a été reportée au samedi 17 juin.

Il est important de noter que **la thématique – le voyage** – a été fortement appréciée et notamment les visites sous forme de randonnées permettant de relier plusieurs sites qui ont fait l'objet de retours très positifs de la part du public.

2016 / 5^{ème} édition : 10 initiatives avaient été proposées. Argenteuil et Drancy n'avaient pas participé à la cinquième édition.

2. Fréquentation des visites

L'ensemble des initiatives proposées cette année a connu un **beau succès** en termes de fréquentation : de 18 à 62 visiteurs.

Un tableau récapitulatif recensant la fréquentation par initiative se trouve en annexe de ce document.

Ainsi, un total de **271 visiteurs** a pu être comptabilisé sur l'ensemble de la manifestation (sans compter les visites libres sur Champigny-sur-Marne et sur le Pré Saint-Gervais).

Les commentaires laissés en ligne par les visiteurs sont très positifs :

Elisabeth G.

« Une visite passionnante dans une ville méconnue : des exemples architecturaux sur la possibilité de vivre ensemble de façon harmonieuse. Un grand merci à nos guides ».

Annie Q.

« Génial. Superbe visite bien instructive avec deux guides à la hauteur ».

Agnès T.

« Très belle balade. Fort instructive. Un excellent accueil et de bonnes infos. Je participerai sans nul doute à d'autres sorties ».

Christine P.

« Belle découverte de ces cités-jardins dont j'ignorais totalement l'existence, sans oublier le recueillement sur les lieux du camp de Drancy. La conférencière était passionnante et très bien documentée ».

Mireille C.

« Belle découverte de cette cité-jardin où les détails architecturaux et la verdure prouvent le soin mis par les créateurs de procurer de la beauté et du bien-être aux futurs habitants, le tout entrecoupé de chansons : du soleil et de la bonne humeur ! Merci ».

Certaines visites (Stains, Drancy) menées par la guide-conférencière de l'Office de tourisme Plaine Commune Grand Paris ont connu un très grand succès en termes de fréquentation (35 à 40 visiteurs). La guide-conférencière a estimé que le nombre de visiteurs était trop important. Cela ne lui a pas permis de mener ces visites de manière confortable. Il s'agira, pour les éditions suivantes, de réduire les quotas d'inscriptions.

2016 / 5^{ème} édition : 160 visiteurs avaient été comptabilisés en 2016 alors que le nombre d'initiatives proposées était quasi-identique et que la manifestation s'était déroulée sur un temps plus long (4 semaines au lieu de 3 semaines).

3. Provenance des visiteurs

Le public provenait majoritairement d'Ile-de-France. Une part importante d'habitants a pu être constatée sur certaines visites.

Le public semble avoir circulé dans les cités-jardins d'Ile-de-France car certains visiteurs ont assisté à plusieurs visites.

B) COMMUNICATION ET DIFFUSION

1. Numérique

> Sur internet :

L'ensemble du programme a été **mis en ligne sur le mini-site internet** de l'association hébergé par le **Comité départemental du tourisme de la Seine-Saint-Denis** à la fin du mois de février 2016. Ce site est bien référencé sur google. C'est en effet le premier lien qui apparaît lorsque l'on tape « cités-jardins ».

Cette année, la plupart des inscriptions ont pu être prises en ligne (sauf en ce qui concerne la visite couplée Suresnes – Châtenay-Malabry). Des liens ont été faits sur les sites internet des partenaires (offices de tourisme et villes notamment) à partir de la page générale sur le « Printemps ».

Points forts :

> Réussir à intégrer l'ensemble du programme sur une seule page a permis de concentrer et d'unifier la communication. Un seul lien est utile dès lors que l'on souhaite communiquer sur l'ensemble du programme.

> Prendre des inscriptions en ligne est facilitateur. Cela a permis à l'animatrice de ne pas être débordée d'appels téléphoniques et de mails pour les inscriptions. Cela a également permis de générer des listes d'inscrits pour chaque visite avec les contacts et la provenance des visiteurs.

Point faible :

> Le programme a cette année été mis en ligne un peu trop tôt. Etant donné que la quasi-totalité des visites étaient gratuites, cela a généré des inscriptions très rapidement et le quota de visite a été très vite atteint (20 que l'on a dû augmenter à 40) alors que certains inscrits ne se sont jamais présentés. C'est à la fois lié à la problématique de la gratuité et à celle du bon « timing ».

L'Office de tourisme Plaine Commune Grand Paris a également créé **une page dédiée** au « Printemps » sur son site internet communiquant sur l'intégralité du programme.

Hauts-de-Seine Habitat a aussi intégré l'événement sous la forme d'une **actualité sur la page d'accueil de son site internet**. En effet, un référent communication pour l'association a été déterminé par le bailleur ce qui a permis de travailler en étroite collaboration.

> Dans les lettres d'informations numériques :

L'événement a fait l'objet d'une communication spécifique dans les **newsletters du mois d'avril et de mai** envoyées par l'association à plus de 600 inscrits.

Il est également apparu dans les **newsletters des partenaires** : comités départementaux du tourisme de la Seine-Saint-Denis et du Val-de-Marne, Comité régional du tourisme (IdFutées), Office de tourisme Plaine Commune Grand Paris...

> Sur les pages des réseaux sociaux de l'association :

Enfin, les différentes initiatives proposées ont également fait l'objet de publication sur les réseaux sociaux de l'association : facebook (204 abonnés), twitter (139 abonnés). Et les partenaires ont également communiqué via ces médias.

2. Papier

Une brochure – programme ainsi qu'une affiche ont été réalisées par le service maquette – impression – reproduction de la **ville de Stains** en étroite collaboration avec l'animatrice de l'association.

La question des logos s'est une nouvelle fois posée concernant ce document de communication. En effet, seuls les logos de Plaine Commune et des villes adhérentes apparaissaient sur ce document. Il faut réfléchir à comment intégrer les logos de tous les partenaires, notamment des bailleurs et des départements, qui participent fortement à l'événement.

Point fort :

> La présentation des initiatives et le graphisme adopté par la ville ont été fortement appréciés par les administrateurs qui souhaitent que ces éléments soient réutilisés pour la brochure de la prochaine édition.

Point faible :

> La création de la brochure par la ville et le circuit de validation a pris plus de temps que prévu. L'animatrice de l'association a reçu cette brochure après que l'événement ait déjà débuté. Ce qui a nécessité un envoi en urgence par la ville de Stains aux différents partenaires. Il s'agira de mieux déterminer à l'avenir des échéances précises pour la création de cette brochure et sa diffusion.

C) DIFFUSION

1. Hauts-de-Seine Habitat

Un référent communication a été désigné chez Hauts-de-Seine Habitat. Ce dernier a mis en place une véritable stratégie de communication à destination de ses locataires. Il a en effet diffusé l'événement du « Printemps », via l'affiche réalisée par la ville de Stains dans les halls et les loges de la cité-jardin de Suresnes et a proposé d'accueillir et de renseigner le public intéressé dans ses agences et à son siège.

2. Presse

Un gros travail à destination de la diffusion presse a été réalisé par l'attachée de presse du Comité départemental du tourisme de la Seine-Saint-Denis. Malgré l'annulation de la visite presse de lancement à Suresnes, faute de peu de retours positifs des journalistes, l'événement a connu de meilleures retombées concernant la presse généraliste par rapport à l'année précédente : France inter, le Parisien, France bleu Ile-de-France, Radio Notre-Dame, Paris Mômes.

Les journaux locaux ont également relayé la programmation notamment le 7 jours à Stains, Epinay-en-scène et le magazine de Suresnes.

III. **PERSPECTIVES POUR L'ÉDITION 2018**

A) CARACTÉRISTIQUES DE L'ÉDITION 2018

1. Dates

Le calendrier de la 7^{ème} édition du « Printemps » doit être déterminé en concertation avec les partenaires. A noter qu'en 2018, les vacances scolaires du printemps pour la zone C auront lieu du 14 avril au 30 avril. Les jours fériés du mois de mai seront les mardis 1^{er} (fête du travail) et 8 mai (fin de la seconde guerre mondiale), le jeudi 10 mai (Ascension) et le dimanche 20 et le lundi 21 mai 2018 (Pentecôte).

S'il était décidé d'inscrire l'événement du « Printemps » dans un événement plus global bénéficiant d'une importante communication, il est précisé qu'en 2018, les « Rendez-vous aux jardins » auront lieu les 2 et 3 juin.

→ Le groupe de travail propose que le « Printemps 2018 » se déroule du **samedi 19 mai au dimanche 3 juin**. Cela permettra d'éviter de faire coïncider la programmation avec un certain nombre de jours fériés ainsi que d'intégrer le dernier week-end d'événements à la manifestation nationale des « Rendez-vous aux jardins ».

2. Thématique et programmation

a) Thématique

La thématique de cette 7^{ème} édition et les initiatives en découlant doivent également être déterminées en concertation avec les partenaires. Plusieurs idées émises lors de réunions précédentes ont déjà émergées :

- > Nature en ville, éveil à la nature ;
- > Développement durable, villes durables du XXI^{ème} siècle ;
- > Jeunesse, correspondances épistolaires entre écoles...

→ Le groupe de travail propose que la thématique du « Printemps 2018 » porte sur « **la nature en ville** ».

b) Programmation

Le Conseil d'administration de l'association en date du 20 avril 2017 a indiqué qu'il souhaitait, pour l'édition 2018, qu'en plus des visites guidées « grand public », des conférences sur les cités-jardins puissent être organisées. L'objectif de ces conférences est de renforcer le rôle des bailleurs au sein de l'association.

Les idées du groupe de travail sont les suivantes :

- > programmer un « off du Printemps » et y intégrer des initiatives à destination de ce type de public ;
- > programmer un « café patrimoine ».

→ Le groupe de travail propose de **solliciter les différents contacts de l'association au sein des offices afin de d'échanger autour du type d'initiative** qui pourrait les intéresser.

→ Le groupe de travail propose également qu'une **initiative de clôture du « Printemps »** soit programmée et qu'un temps soit consacré à un moment de conversation, de rencontre et de présentation avec les professionnels. Cet événement de clôture est à inventer mais il permettrait de réunir les adhérents de l'association, les professionnels travaillant sur ce sujet, les visiteurs ayant suivi une visite lors d'un moment convivial et festif. **Ce premier événement pourrait se dérouler sur la terrasse du Musée d'Histoire Urbaine et Sociale (MUS) à Suresnes.**

D'autres initiatives ont été imaginées : balade-carnettiste (Epinay, Stains), visite avec les associations qui sont en charge des jardins (Suresnes), visite couplée entre Suresnes et Gennevilliers, visite avec des étudiants de l'école de paysage (Suresnes), visite cité-jardin d'Orgemont et butte avec repas partagé (Argenteuil)...

3. **Tarification**

La gratuité des initiatives a été adoptée pour les deux dernières éditions de l'événement. Or, la gratuité peut parfois poser problème. Les participants s'inscrivent aux initiatives mais ne se déplacent finalement pas, ce qui pénalise ceux souhaitant s'inscrire alors que les quotas d'inscription sont pleins.

A noter que cette année, le coût de conception et de réalisation de deux visites ont été pris en charge par les adhérents (Office de tourisme Plaine Commune Grand Paris et Comité départemental du tourisme de la Seine-Saint-Denis) et que la ville d'Argenteuil a rémunéré l'association pour la conception et le guidage d'une visite sur ces cités-jardins. Les autres initiatives ont été portées en direct sur le temps de travail des techniciens ou par des adhérents individuels.

Il faut conserver à l'idée qu'il y aura toujours un quota de pertes concernant ce type de visite mais peut-être qu'un prix symbolique pourrait réduire ce quota.

→ Le groupe de travail a indiqué qu'il pourrait être proposé **un prix symbolique (à reverser au porteur de la visite) ainsi qu'un « pass » à prix réduit (5€)** permettant de participer à toutes les initiatives. Les revenus du « pass » pourraient être reversés à l'association.

B) STRATÉGIE DE COMMUNICATION POUR L'ÉDITION 2018

1. **Numérique**

L'ensemble du programme intégré sur une page unique – celle du mini-site de l'association – avec des liens sur les pages des partenaires semble avoir permis au public de bien identifier l'événement et a été facilitateur en termes de prise en charge des inscriptions.

Il est proposé que cela soit réitéré pour la 7^{ème} édition avec l'objectif que l'ensemble des inscriptions puissent, pour la prochaine édition, être réalisé en ligne.

Il est également proposé de poursuivre les efforts de communication sur les sites internet des partenaires, dans les lettres d'informations numériques et sur les réseaux sociaux.

Il peut aussi être proposé de mieux travailler avec les bailleurs pour la diffusion de la communication à leurs locataires.

En ce qui concerne le bon timing, il faut garder en tête que les participants présents sur les initiatives s'inscrivent généralement une semaine à deux semaines avant la tenue de l'événement. Trois semaines avant ? Un mois avant ?

→ Le groupe de travail propose que le programme puisse être **mis en ligne mi-février** mais que les **inscriptions ne soient ouvertes qu'à la mi-avril**.

2. Papier

Le Conseil d'administration de l'association en date du 20 avril 2017 s'est prononcé en faveur de la création d'une nouvelle brochure – programme pour la 7^{ème} édition.

Il a également proposé que, pour l'édition 2018, cette brochure – programme soit pris en charge par les graphistes de la ville de Suresnes.

La question des logos devant être intégrés à ce document a pu, cette année encore, poser problème. Cette question doit être soumise à l'ordre du jour du prochain Conseil d'administration de l'association.

→ Le groupe de travail propose que l'association puisse quand même **se renseigner à propos du coût de réalisation de ce document par un prestataire extérieur** afin de présenter des devis aux membres du Conseil d'administration lors de sa prochaine réunion.

→ Il propose également que ce document puisse être **disponible à la mi-avril** parallèlement à l'ouverture des inscriptions.

3. Presse

Pour rappel, le lancement – presse prévu à Suresnes a dû être annulé pour faute de participation.

→ Le groupe de travail propose que l'association se concentre en 2018 sur l'élaboration d'un dossier de presse avec de belles photos à diffuser largement en amont de l'événement plutôt que de réitérer l'organisation d'un lancement – presse.

IV. RÉSUMÉ DES PROPOSITIONS DU GROUPE DE TRAVAIL ET CALENDRIER

Date : du samedi 19 mai au 3 juin 2018

Thématique : « nature en ville »

Programmation : visites et animations en rapport avec la thématique des jardins et de la nature + un événement commun et festif de clôture.

Tarification : prix symbolique (1 à 2 €) à reverser au porteur de la visite / un « pass » pour participer à toutes les initiatives (5 €) à reverser à l'association.

Communication presse : via un dossier de presse

Calendrier :

> **Validation des orientations par le Conseil d'administration : fin septembre 2017**

> **Programme finalisée : fin décembre 2017 – mi-janvier 2018**

> **Programme mis en ligne : mi-février 2018**

> **Inscriptions ouvertes : mi-avril 2018 / Sortie de la brochure – programme : début avril 2018**