



## Première destination touristique en Europe !

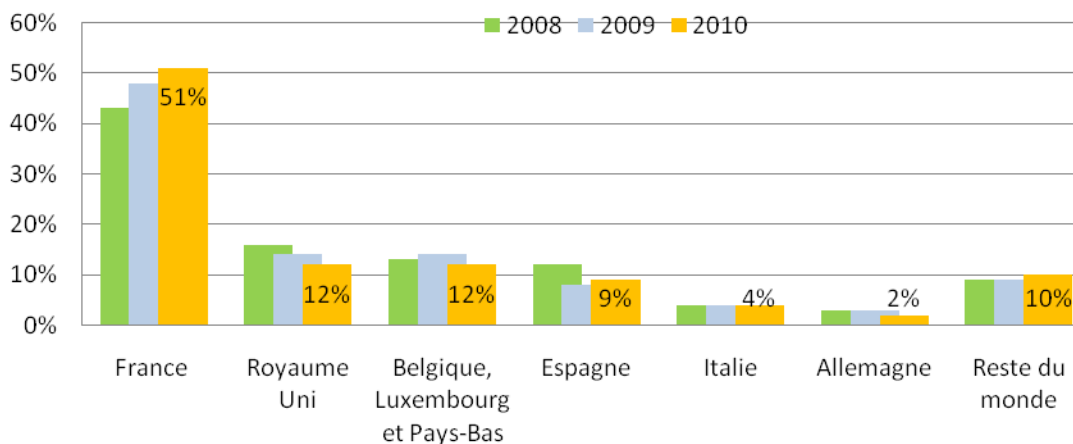
### La fréquentation des parcs à thèmes

2006	2007	2008	2009	2010
12,8 millions	14,5 millions	15,3 millions	15,4 millions	<b>15 millions de visites</b>

La fréquentation des parcs a atteint 15 millions de visites en 2010, Disneyland® Paris demeure la destination touristique la plus visitée en Europe et le premier tour opérateur en France en nombre de clients.

En 2010, 51 % des visiteurs venaient de France, 12% du Royaume-Uni, 12% du Benelux (Belgique, Pays-Bas et Luxembourg), 9% d'Espagne, 4% d'Italie, 2% d'Allemagne et 9% du reste du monde.

### Origine des visiteurs depuis 2008



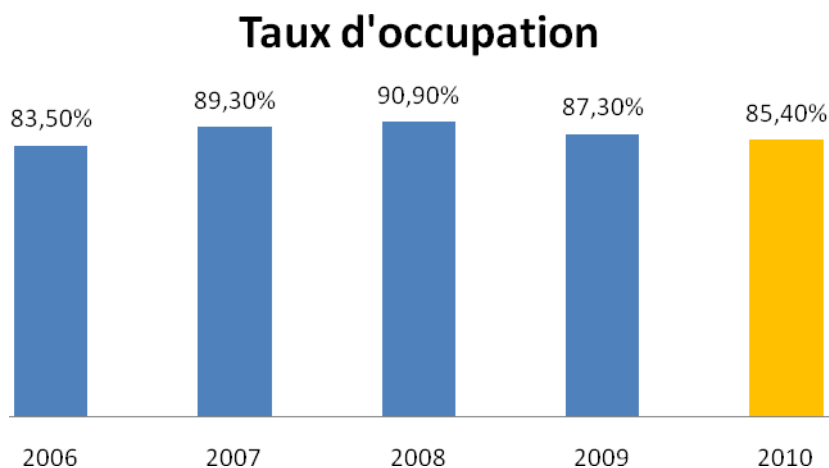


## L'activité hôtelière

L'activité hôtelière est restée soutenue tout au long de l'année 2010 avec un taux d'occupation de 85,4 %.

Le pôle hôtelier de Disneyland® Paris est au 5<sup>e</sup> rang des capacités d'accueil hôtelières en France derrière Paris, Lourdes, Nice et l'agglomération lyonnaise.

La capacité hôtelière du Site est d'environ 8 200 chambres, hôtels partenaires inclus.



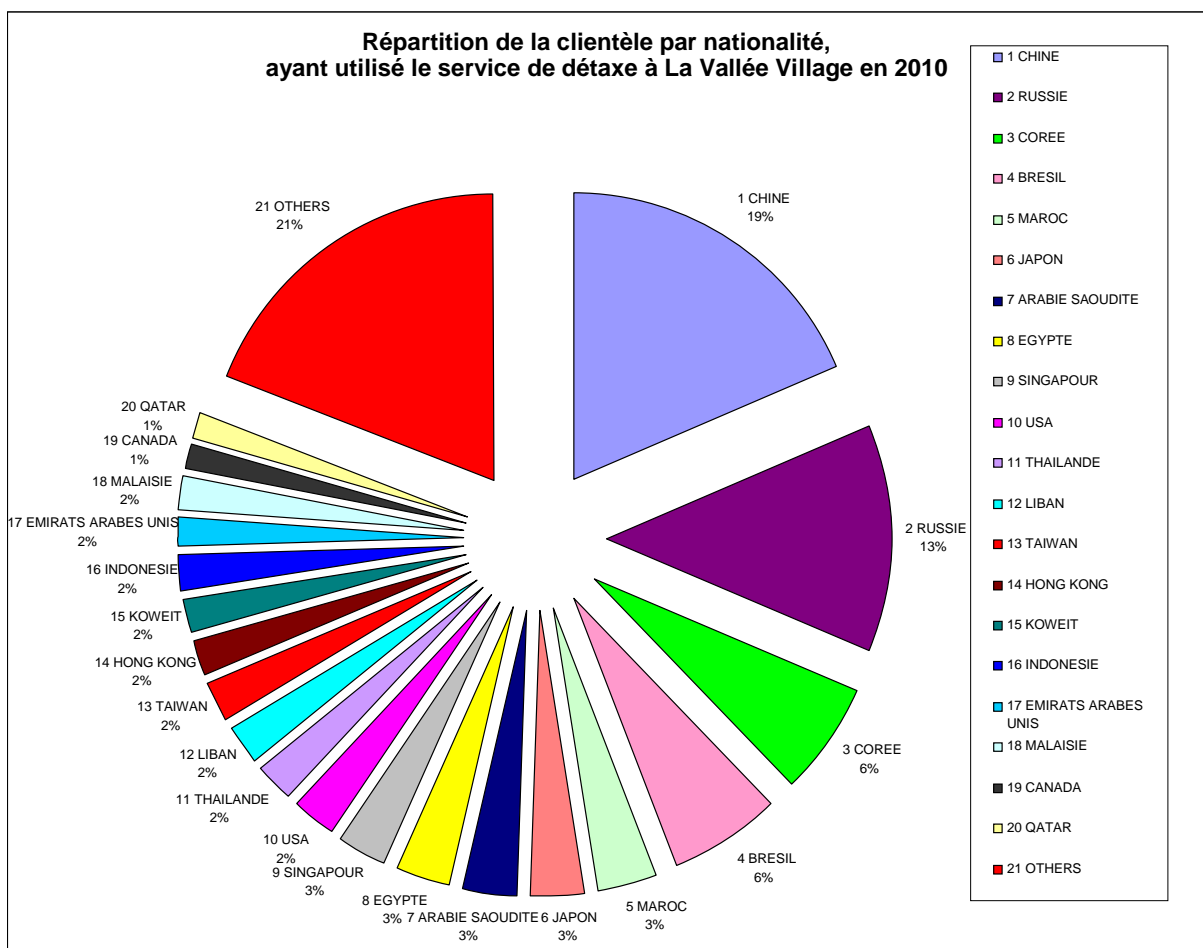
Le chiffre d'affaires généré par les activités touristiques est en légère augmentation par rapport à l'année dernière grâce à une augmentation de la dépense par visiteur qui compense la baisse de la fréquentation des parcs et la légère baisse du taux d'occupation des hôtels (-1,9 point).

Cette diminution s'explique principalement par une baisse du nombre de visiteurs britanniques et des activités de tourisme de groupe, partiellement compensée par une hausse du nombre de visiteurs français et espagnols.



## 5,27 millions de visites à la Vallée Village en 2010

- La Vallée Village réunit une centaine de marques prestigieuses proposant le meilleur de leurs collections précédentes à prix réduits. En 2010, plusieurs grands noms de la mode ont rejoint le Village dont Dsquared<sup>2</sup>, Joseph, Maison Martin Margiela Marni, Ralph Lauren Home et Valentino.
- La clientèle touristique originaire de 170 pays différents a représenté plus de la moitié des ventes du Village.
- Le service de détaxe Global Blue, avec lequel travaillent 63% des enseignes de La Vallée Village, a communiqué la répartition des détaxes effectuées sur les achats à La Vallée Village selon la provenance des touristes.



La clientèle européenne ayant utilisé le service de navette opéré par Value Retail et reliant La Vallée Village aux Hôtels Disney et Partenaires en 2010, était essentiellement originaire du Royaume-Uni (15%), de la France (7%), de l'Italie (4%), de l'Irlande (3%) et de l'Espagne (3%).



- L'Espace La Vallée, galerie d'art contemporain située en plein cœur du Village, propose des expositions d'artistes de renommée internationale. En 2010, la galerie a accueilli le sculpteur Stéphane Guiran et de nombreux artistes tels que Pierre Alechinsky, Louise Bourgeois, James Brown, Andy Goldsworthy, Jean-Paul Riopelle, Henri Moore, Jacques Monory, Sylvia Plimack-Mangold, Antoni Tàpies, Gérard Titus-Carmel avec l'exposition « l'arbre dans tous ses états ». 2010 a également été l'occasion pour la galerie d'accueillir des expositions plus grand public avec « L'œil de la Mode sur 10 ans de Mode » préfacée par l'historien de la mode Olivier Saillard, et plus ludique telle que « Histoire(s) de Chocolat » en partenariat avec le salon du chocolat.
- La Vallée Village confirme son attractivité comme une destination de loisirs et de tourisme organisée autour de nombreux services touristiques mis en œuvre par l'équipe de La Vallée Village auprès de ses visiteurs. Elle participe notamment à la promotion des sites touristiques majeurs de la destination Seine-et-Marne. La Vallée Village travaille en partenariat avec les organismes institutionnels du tourisme aux plans régional et international et plus précisément avec Seine-et-Marne Tourisme, ainsi qu'avec l'ensemble des professionnels spécialisés dans l'activité touristique. Depuis 2009, La Vallée Village a étendu la fréquence de service de sa navette Cityrama reliant le centre de Paris aux portes du Village, passant de 3 navettes par semaine à une navette quotidienne. Ce service quotidien assuré 362 jours par an passera d'ailleurs à deux rotations par jour au printemps 2011.
- Afin de répondre au mieux aux attentes de sa clientèle touristique, La Vallée Village a renforcé l'équipe de son Espace d'Accueil avec du personnel parlant russe, chinois, coréen, portugais et anglais.
- En outre des thématiques ont été développées pour animer le Village telles que la semaine du Nouvel an Chinois qui a eu pour objectif de favoriser les liens qui unissent la Vallée Village à la clientèle chinoise, première clientèle internationale, et prochainement la semaine de la Golden Week visant à toucher la clientèle japonaise.
- En 2010, les campagnes de communication menées par Value Retail dans le cadre de la promotion des 9 Villages « Chic Outlet Shopping<sup>®</sup> » en Europe, se sont adressées à 720 millions de contacts internationaux. « Chic Outlet Shopping<sup>®</sup> » cible aussi les professionnels du tourisme du monde entier et propose à leur clientèle une expérience de shopping unique.

A travers toutes les actions et programmes de marketing touristique, c'est non seulement La Vallée Village, mais aussi les sites touristiques du département de Seine-et-Marne qui bénéficient, tout au long de l'année, d'une promotion de dimension internationale. Cette dimension internationale a atteint un niveau record en 2010 avec la venue à La Vallée Village de visiteurs originaires de 170 pays différents sur 193 dans le monde.