

Rapport d'activité et financier

2017

Destination
Saône & Loire



SOMMAIRE

Édito.....	3
------------	---

1 • Conduire une stratégie partagée

▪ Contrat de destination Bourgogne.....	6
▪ Plan marketing partagé-Collectif Bourgogne.....	7
▪ Country Break, le concept marketing de la Saône-et-Loire	8

2 • Faciliter les itinéraires visant la qualité et l'excellence

▪ Œnotourisme	12
▪ Vélotourisme	14
▪ Aventures Mômes.....	20
▪ Tourisme & Handicap.....	22
▪ Soutien Qualité Tourisme	24
▪ Valorisation paysagère.....	26

3 • Encourager les investissements et les initiatives

▪ Appels À Projets Touristiques.....	30
--------------------------------------	----

4 • Faire connaître les atouts et les acteurs du territoire

▪ Stratégie digitale	34
▪ Éditions	35
▪ Photothèque / Vidéotheque	38
▪ Outils numériques.....	39
▪ Site destination-saone-et-loire.fr	40
▪ Site country-break-bourgogne.fr	42

▪ Site terreditinerances.com	44
▪ Site mobile.....	46
▪ Réseaux sociaux	47
▪ Newsletters grand public.....	48
▪ Relations presse.....	49
▪ Salons	51
▪ Partenariats.....	52
▪ A39 / Aire du Poulet de Bresse	53
▪ Totems «Bienvenue en Saône & Loire».....	53

5 • Produire et mettre en marché

▪ Système d'information touristique	56
▪ Web-réservation	58

6 • Accompagner les acteurs locaux

▪ Comités de Pilotage	62
▪ Bourse d'échanges	62
▪ Newsletter pro	62
▪ Observatoire	63

7 • Rapport financier

▪ Rapport financier 2017.....	68
-------------------------------	----

COPYRIGHTS : DSL - Roberjot Frederic, Véronique Givord, Nathalie Bonnetain, Sandrine Guênerie, Bourgogne Live Prod/Aurélien Ibanez, Michel Joly, Hervé Nègre, Amédée de Almeida, Jean-Luc Petit, Josiane Piffaut, Sdecoret, van der Stockt Kris, Tanouchka, Rawpixel.com.

Amélie Meunier, UDOTSI/Corinne Delelis, Creusot Montceau Tourisme/Franck Juillot, SebGeo, CD71/Thierry Convert, Domaine de Rymka/Arnaud Dauphin, Pays Charolais Brionnais/Tania Rizet Bordes, Coralie Bouchacourt

Édito



Ensemble relevons les défis de demain !

Le tourisme a connu une phase d'expansion et il est devenu une activité diverse par ses acteurs et ses structures. Essentiel pour des territoires et sociétés, il est porteur de développement et producteur de richesse : le tourisme est un véritable vecteur de l'économie.

Depuis 3 ans, le département l'a bien compris et s'attache à faire de la Saône-et-Loire une véritable destination de séjours afin de favoriser les retombées économiques. Pour se faire identifier comme telle, les actions ont été multiples ces dernières années : communication, internet, réseaux sociaux, cinéma, presse, salons... et elles vont encore s'intensifier; pour être vu il faut se montrer !

En 2017, nos efforts collectifs ont continué de porter leurs fruits puisque la Saône-et-Loire est devenue :

- le 1^{er} département de Bourgogne-Franche-Comté en termes de nuitées françaises marchandes et non marchandes,
- une destination finale de voyage avec une durée moyenne de 6,4 nuits,
- le 3^{ème} département en part de marchés au niveau de l'accueil de touristes français dans la catégorie des départements dits à la «campagne».

C'est sur cette dynamique que l'Agence Destination Saône & Loire aborde la nouvelle saison touristique. Elle continuera d'assurer la promotion du territoire de Saône-et-Loire ; mission que nous nous attachons à déployer sur nos marchés prioritaires : Ile-de-France, bassin lyonnais et Belgique. Mais c'est avant tout, l'engagement de chacun d'entre nous qui permet, année après année, d'atteindre notre objectif d'attractivité de la Saône-et-Loire et ce, dans un contexte concurrentiel régional, national et international.

Il nous faut continuer à être uni pour, ensemble, relever les défis de demain portés par le numérique, l'excellence de l'offre et le partage des contenus.

La Saône-et-Loire est dotée de multiples atouts, continuons à le faire savoir !

Arnaud DURIX,
Président de *Destination Saône & Loire*.

LA
BOURGOGNE
PLAN MARKETING
PARTAGÉ DU TOURISME



2016-2018
une stratégie
collective
offensive et
coordonnée

Une publication du
Collectif Tourisme
Bourgogne



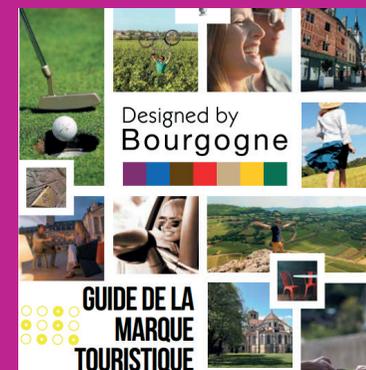
1. Conduire une stratégie partagée

En 2015, la Bourgogne a été désignée comme un des pôles internationaux de notoriété du tourisme français. En faisant partie de cette « short list » d'excellence, la Bourgogne bénéficie d'une reconnaissance particulière et entre ainsi dans les contrats de destination. Ce contrat est porté par le Conseil régional de Bourgogne.

L'Agence Touristique *Destination Saône & Loire* participe pleinement aux réflexions et aux actions engagées à l'échelle régionale, tout en menant des actions complémentaires pour rendre visible le territoire de Saône-et-Loire et ce, via son positionnement marketing Country Break, à destination d'un public ciblé de proximité.

La démarche marketing est un travail aussi minutieux, déductif, technique qu'inventif : c'est pourquoi nos analyses sont complétées d'un plan d'actions opérationnel collectif entre la région et les 4 départements. La capitalisation des bonnes pratiques entre 5 structures et la force de frappe de chacun mutualisée ne peut que nous permettre d'être plus fort ; le principe même d'un collectif.

- Contrat de destination Bourgogne 6
- Plan marketing partagé-Collectif Bourgogne..7
- Country Break, le concept marketing de la Saône-et-Loire.....8



Le contrat de destination Bourgogne, une dimension nationale et internationale

Collectif Tourisme Bourgogne



1

Le contrat de destination (2015-2017) a pour objectif de faire émerger ou de consolider des destinations fortes, valorisant la diversité et les nombreuses ressources du territoire. Ce contrat fédère les acteurs publics et privés autour d'une marque de destination à résonance internationale, afin de rendre l'offre touristique cohérente et visible au regard des attentes des marchés ou segments de marchés étrangers.

Le contrat de destination Bourgogne permet de concentrer les efforts sur des thématiques en forte résonance avec deux des cinq pôles d'excellence retenues par l'état :

- La gastronomie et l'œnotourisme, axés sur la stratégie « Vignobles », avec pour objectif la consolidation et la valorisation de ce qui fait l'attrait principal de la Bourgogne, et la première motivation de séjour et de fréquentation sur l'ensemble du territoire viticole bourguignon.
- L'écotourisme et l'itinérance, avec les stratégies « Rivages » et « Morvan », avec pour objectifs de faire émerger une destination écotouristique basée sur des activités diversifiées, et de développer un tourisme de nature.

Ce contrat de destination est le fruit d'un large partenariat constitué d'acteurs publics et privés à la fois bourguignons et nationaux.

De nombreux partenaires régionaux :

- Bourgogne Tourisme et la FROTSI Bourgogne
- les 4 Conseils départementaux et Agences de développement touristique (ADT)
- le Parc naturel régional du Morvan
- la Chambre de Commerce et d'Industrie Régionale
- le Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne
- le Comité Régional de Tourisme Fluvial
- Destination Bourgogne - Le Club
- Vive la Bourgogne

4 partenaires nationaux :

- Atout France
- Voyages-sncf.com
- APRR
- Orange Business Services

Les partenaires signataires portent l'ambition collective d'accroître la notoriété et la fréquentation de la destination, et de faire de la Bourgogne l'une des grandes destinations de la marque France. Deux conventions d'application ont été signées également : l'une avec Destination Bourgogne - Le Club et l'autre avec la Chambre de Commerce et d'Industrie Régionale.



Perspectives 2018

Outil contractuel par nature, chaque année les actions à mettre en œuvre telles les éditions (magazines et cartes), formation commune à la stratégie de contenus, développement de l'e-tourisme, travail sur les campagnes de communication (printemps et automne) etc ...ainsi que les engagements techniques et financiers sont à définir.

Plan marketing partagé Collectif Bourgogne

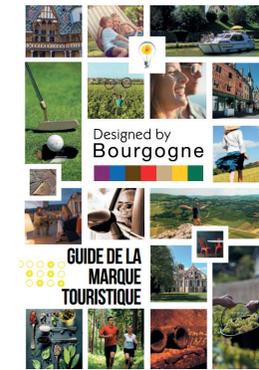
Porteuses d'une marque commune, actrices du Contrat de destination Bourgogne, le CRT et les quatre ADT mettent en œuvre le Plan marketing partagé Bourgogne.

Les ambitions identifiées collectivement :

- **Ambition n°1** : accroître la compétitivité et transformer l'image de la Bourgogne.
- **Ambition n°2** : développer et promouvoir des filières d'excellence (gastronomie, patrimoine et itinérance) et des territoires distinctifs (vignobles, rivages et Morvan).
- **Ambition n°3** : devenir une destination référente sur le digital et les réseaux sociaux.

Une organisation avec des réunions régulières, échanges en continu, répartition des tâches, co-financements favorise l'**innovation**, la performance, renforce les **liens humains** et l'**efficacité** générale. Pas de doublons d'actions, pas de perte de temps, au contraire ce travail en réseau a vocation à améliorer le service rendu aux professionnels, aux associations et aux collectivités.

Quelques exemples de réalisation : Campagne Métro, Voyages SNCF, salon Deptour, logo marque...



VIN MILLE LIEUX SUR LES TERRES

LA BOURGOGNE INVENTE LES NOUVEAUX WEEK-ENDS AU VERT VERSION ROUGE OU BLANC

Colline de Corton

80 ans ça se fête

Designed by Bourgogne

À 1H30 DE PARIS

LA BOURGOGNE EST FAITE POUR MOI! bourgogne-tourisme.com

BOURGOGNE TOURISME

PRETTY* ROMANE

LA BOURGOGNE INVENTE LES NOUVEAUX WEEK-ENDS WAHOUUU POUR EN PRENDRE PLEIN LA VUE

Prieuré de La Charité-sur-Loire

Designé by Bourgogne

À 1H30 DE PARIS

LA BOURGOGNE EST FAITE POUR MOI! bourgogne-tourisme.com

BOURGOGNE TOURISME

LE SEIGNEUR DES CANAUX

LA BOURGOGNE INVENTE LES NOUVEAUX WEEK-ENDS SUR L'EAU OÙ L'ON VOGUE COMME ON RESPIRE

Rochers du Saussois

Designed by Bourgogne

À 1H30 DE PARIS

LA BOURGOGNE EST FAITE POUR MOI! bourgogne-tourisme.com

BOURGOGNE TOURISME

IL VTT UNE FOIS DANS L'EST

LA BOURGOGNE INVENTE LES NOUVEAUX WEEK-ENDS ACTIFS POUR APPRECIER LA BEAUTE DES PAUSES

Designed by Bourgogne

À 1H30 DE PARIS

LA BOURGOGNE EST FAITE POUR MOI! bourgogne-tourisme.com

BOURGOGNE TOURISME

Country Break, le concept marketing touristique de la Saône-et-Loire

1

L'ambition de *Destination Saône & Loire* est de faire du département une **destination de séjours à part entière**.

La fragmentation des vacances (même si les mois d'été restent privilégiés pour les longues vacances) et le raccourcissement de la durée moyenne des séjours favorisent la montée en puissance des courts séjours : 3 nuits maximum et moins de 3h de trajets ; c'est le seul marché qui progresse.

Essentiels en termes d'économie touristique, les courts séjours dessinent une France touristique différente : une rupture, un espace hors du temps, nécessaire à l'équilibre de vie des urbains. Leur développement s'inscrit dans les grandes tendances de notre société de consommation.

La Saône-et-Loire peut compter sur 11 millions de clients potentiels situés à moins de 3 h de voiture depuis son centre.

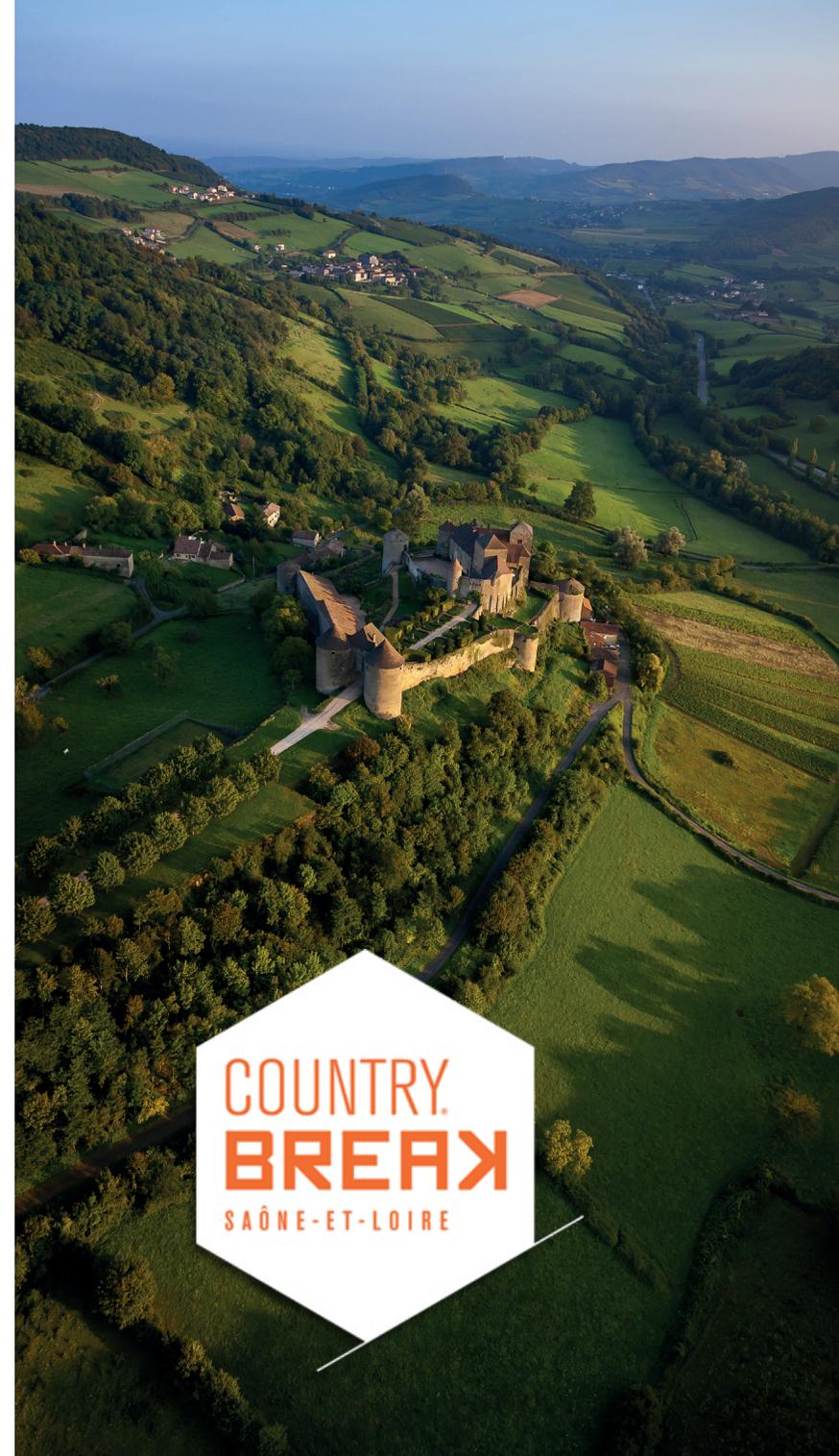
C'est en ce sens que *Destination Saône & Loire* a choisi un positionnement touristique « Country Break » en concertation avec l'ensemble des partenaires touristiques.

Ce positionnement permet aujourd'hui de communiquer, au sein et au-delà du département, sur les atouts et l'offre touristique de la Saône-et-Loire. Court séjour à la campagne, alternative au City Break, rupture avec le quotidien, offre de séjour culturel, gastronomique, œnotouristique, Country Break permet de promouvoir notre territoire via une gamme de produits de qualité, ciblés pour les urbains CSP+ de 35 à 54 ans.

Nos Objectifs :

- Augmenter la durée de séjour et la dépense touristique.
- Accélérer le développement de filières prometteuses, dont le vélotourisme et l'œnotourisme.
- Améliorer la mise en relation de l'offre touristique avec la demande actuelle et future.

Destination Saône & Loire a décidé d'élaborer **une stratégie marketing opérationnelle**, fédératrice, appropriable par les acteurs locaux et en synergie avec les choix touristiques régionaux et nationaux.



Identification de l'offre Country Break

Destination Saône & Loire rencontre les Offices de Tourisme pour identifier ensemble les offres du territoire répondant aux caractéristiques du Country Break.

Nos objectifs :

- Faire ressortir le meilleur de l'offre touristique Country Break en Saône-et-Loire.
- Nourrir la communication autour du Country Break.
- Respecter la représentativité du territoire.

Relais de la communication Country Break par les partenaires touristiques, Destination Saône & Loire propose un accompagnement personnalisé pour promouvoir le Country Break en Saône-et-Loire sur les outils de communication de chaque partenaire.

Actions de valorisation du positionnement Country Break :

- Mise en ligne de la 3^e version du site internet dédié www.country-break-bourgogne.fr
- Webmarketing/réseaux sociaux avec un dispositif visant à accroître la notoriété du territoire et à booster le trafic du site web dédié au Country Break, via Google Adwords et les réseaux sociaux Youtube et Facebook.
- Intégration des offres dans les newsletters
- Relations presse
- Salons professionnels et grand public



à partir de
140 € / pers
2 jours / 1 nuit

L'ART ROMAN DU BRIONNAIS EN VÉLO ÉLECTRIQUE
PAUSE NATURE - 2 JOURS/1 NUIT

à partir de
150 € / pers
2 jours / 1 nuit
30/09 et 1^{er}/10

RANDONNÉE AU CLAIR DE LUNE
JE RÉSERVE TÔT, C'EST PLUS SÛR ! (PLACES LIMITÉES)

à partir de
230 € / pers
3 jours / 2 nuits
du 04 au 06/08

AUTUN LA ROMAINE
JE RÉSERVE TÔT, C'EST PLUS SÛR !

à partir de
230 € / pers
3 jours / 2 nuits
du 26 au 28/01
2018

SAINT-VINCENT TOURNANTE À PRISSÉ

SÉJOURS EXTRA-SENSORIELS

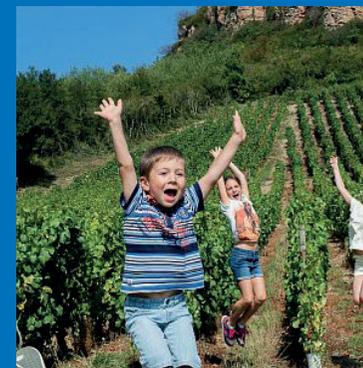


2. Faciliter les itinéraires visant la qualité et l'excellence

Dans le cadre de son plan marketing, *Destination Saône & Loire* a identifié 2 filières prioritaires à mettre en avant, le tourisme à vélo et l'œnotourisme.

Dans l'accomplissement de sa mission de développement touristique, l'agence *Destination Saône & Loire* est guidée par les valeurs du territoire, parmi lesquelles la qualité. Celle-ci illustre tout particulièrement une politique interne rigoureuse, axée sur la qualification et les labels pour garantir la satisfaction du client.

- Œnotourisme 12
- Vélotourisme 14
- Aventures Mêmes 20
- Tourisme & Handicap 22
- Soutien Qualité Tourisme 24
- Valorisation paysagère 26



Oenotourisme

Actions menées

• Saint-Vincent Tournante, le 28 et 29 janvier 2017

Depuis 1938, cette fête annuelle et prestigieuse tourne de village viticole en village viticole tous les ans, dans l'ensemble de la Bourgogne de Chablis à Mâcon. En 2017, la Saint Vincent Tournante a eu lieu au cœur de l'appellation Mercurey sur les communes de Mercurey et Saint-Martin-sous-Montaigu. Cette fête Bourguignonne est une fête respectant les coutumes et traditions du folklore bourguignon. Le samedi matin est consacré au défilé des 80 bannières et statues de Saint-Vincent, à la messe solennelle puis à l'intronisation de vieux vigneron par la Confrérie des Chevaliers du Tastevin. Pour la mise en valeur des produits bourguignons : dîner gastronomique de la Saint-Vincent ! Pour l'occasion, tous les quartiers des villages sont décorés avec soin par les habitants et le patrimoine local se pare de fleurs aux milles couleurs. Chaque quartier a un thème et une couleur principale, ancré dans l'histoire locale et la culture du vin. Quant aux vigneron, ils se font un plaisir de régaler les papilles des visiteurs au sein de caveaux de dégustation. Cette 73ème Saint-Vincent tournante a accueilli 100 000 visiteurs : un bilan exceptionnel.



• Chardonnay Day, le 25 mai 2017

Le village de Chardonnay dans le Mâconnais a fêté sur sa terre d'origine le Chardonnay Day pour la deuxième fois. Né en Californie il y a 8 ans, repris en Australie et Nouvelle-Zélande, l'événement est une célébration mondiale du cépage roi du mâconnais : le Chardonnay. C'est donc de plein droit que sa terre originelle, un petit village



de 199 habitants, propose désormais ce même jour chaque année sa grande dégustation festive sur la place du village. Histoire aussi de rappeler au monde que son épiscentre est à Chardonnay, au cœur du vignoble mâconnais ! En 2017, un voyage de presse sur 2 jours (25 et 26 mai) a accueilli 5 bloggeurs : Camille Joly ; Lucinda Rossat, Laëtitia Viola, Capucine Goalard et Julien Allain et la présence de France 3 venus interviewer les bloggeurs !



• Paulée en côte Chalonnaise, du 13 au 15 octobre 2017

Comme chaque année, les vigneron de la côte chalonnaise ont célébré la fin des vendanges avec le traditionnel défilé, la messe solennelle de la Saint-Hubert au son des corps de chasse, la dégustation du vin nouveau, les intronisations et le repas de la Paulée.



• Label Vignobles & Découvertes

Depuis 2014, Destination Saône & Loire, le Syndicat Mixte du Chalonnais et le Pays Sud Bourgogne ont uni leurs forces pour développer et structurer le label Vignobles & Découvertes. En décembre 2017, Atout France a renouvelé pour 3 ans le label.

Les axes d'interventions sont :

- Axe 1 « Qualifier, structurer et labelliser la filière »
- Axe 2 « Consolider l'offre oenotouristique »
- Axe 3 « Renforcer la promotion et la communication »
- Axe 4 « Soutenir l'évènementiel et favoriser l'itinérance »

l'itinérance »

- Axe 5 « Développer la formation et le transfert de savoir-faire »





Chiffres clés

La destination Vignoble du Mâconnais compte 118 prestations touristiques labellisées Vignobles & Découvertes :

- 36 domaines, caves et caves coopératives
- 25 hébergements
- 20 restaurants
- 17 sites patrimoniaux et de loisirs
- 13 événements
- 3 offices de tourisme et points d'information
- 3 réceptifs

La destination Côte Chalonnaise compte 103 prestations touristiques labellisées Vignobles & Découvertes :

- 25 domaines et caves
- 26 hébergements
- 16 restaurants
- 9 sites patrimoniaux et de loisirs
- 11 événements
- 9 activités loisirs
- 6 offices de tourisme

Perspectives 2018

- Accueil de presse œnotourisme.
- Participation aux réunions des Climats de Bourgogne labellisés au Patrimoine Mondial de l'Unesco.
- Poursuite des partenariats avec la Saint-Vincent tournante, le Chardonnay Day et la Paulée Côte Chalonnaise.
- Sponsor des tee-shirt du 42 km pour le Marathon des Vins de la Côte Chalonnaise.
- Partenariat avec la CCI de Saône-et-Loire sur l'opération « Oeno Moment ».
- Développement du label Vignobles & Découvertes.

Vélotourisme

L'Agence a souhaité accélérer son développement du tourisme à vélo au profit de l'économie touristique et de l'attractivité globale de la Saône-et-Loire. Elle en a fait ainsi une priorité de son plan marketing 2015/2017. Le tourisme à vélo est en effet une filière incontestable qui dispose d'atouts réels et qui a un ancrage profond dans le territoire. Elle est par ailleurs en résonance avec le positionnement «Country Break». Elle s'inscrit en complémentarité des objectifs touristiques fixés au niveau de la Bourgogne-Franche-Comté.

En parallèle, le Conseil départemental mène une politique en faveur des déplacements doux en poursuivant l'aménagement des itinéraires selon un schéma directeur d'aménagement «Véloroutes, Voies Vertes, Voie Bleue».



Actions menées

- **Rencontres et temps d'échanges réguliers avec la Direction de l'Aménagement Durable du Territoire et de l'Environnement** (Conseil départemental 71) pour la planification des futurs projets de création d'itinéraires et la mise en place d'actions de valorisation du réseau cyclable.

- **Nouvelles réalisations :**

- le long de la Loire «Iguerande - Saint-Yan», 25 km labellisés Tourisme & Handicap,
- la Voie Bressane, «Louhans - Savigny-en-Revermont» (16 km).

- **Destination Loire Itinérances :**

l'année 2017 a été consacrée à la réflexion autour de la gouvernance pour trouver un management efficace de la Destination (rencontres et temps d'échanges politiques et techniques pour le suivi). Le 05/12 : Assemblée Générale Constitutive de l'Association de Préfiguration du GIP «Destination Loire Itinérances». *Destination Saône & Loire* confirme être un membre actif du projet en intégrant le Conseil d'Administration.

- **La Véloroute V50 :**

Inscrite au Schéma National des Véloroutes et Voies Vertes, la V50 relie sur près de 800 km la frontière du Luxembourg à Lyon en suivant la Vallée de la Moselle, le Canal des Vosges et la Vallée de la Saône.

Destination Saône & Loire fait partie du Comité d'Itinéraire et s'est engagée à contribuer à une réflexion globale en termes d'infrastructure, de promotion et de mise en tourisme de cet itinéraire.

Participation au groupe de travail «marketing» : lancement d'une étude d'identité et de positionnement marketing, en coordination avec le cabinet Signes des Temps et les Départements et Régions Cyclables. Définition d'un plan d'actions communication/promotion/services et identification des clientèles cibles.

Plusieurs rencontres et temps d'échanges politiques et techniques tout au long de l'année pour le suivi de l'étude et du mode de gouvernance.





La Grande Traversée du Massif Central à VTT (GTMC) :

La GTMC a été créée en 1995 par l'association Chamina. L'itinéraire reliant alors Clermont-Ferrand à Sète sur 678 km. Suite à la dissolution de l'association, l'itinéraire est tombé en désuétude faute de gouvernance, d'entretien et de balisage.

Au vue du potentiel touristique de cet itinéraire, l'IPAMAC et le CRT Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme ont lancé de 2014 à 2016 un projet de relance de l'itinéraire. Son tracé a été revu et allongé.

En 2017, un itinéraire de 1 360 km reliant Avallon au Cap d'Agde est stabilisé. Il traverse 3 régions : Bourgogne-Franche-Comté, Auvergne-Rhône-Alpes et Occitanie.

Point de départ Avallon en Bourgogne et arrivée au Cap d'Agde dans l'Hérault, avec une traversée de la Saône-et-Loire sur 228 km soit 17% du tracé d'un total de 1 360 km. Les 228 km inclut les liaisons vers Autun et Issy-L'Évêque. L'itinéraire principal, de Cussy-en-Morvan à Bourbon-Lancy, traverse la Saône-et-Loire sur 172 km.

Destination Saône & Loire participe au groupe de travail pour la structuration et la mise en tourisme de cet itinéraire. Ouverture prévue : printemps 2018.

- **La signalétique :**
- Mise à jour des cartes des panneaux «Relais Informations Services», implantés le long des Voies Vertes.

Vue d'ensemble du réseau Véloroute & Voies Vertes et intégration d'une puce de localisation «vous êtes ici» en fonction des lieux d'implantation.

Carte bilingue FR/GB. Format : 1,20 m H x 1,40 m L.

11 lieux d'implantation : Saint-Gengoux, Cluny, Buxy, Givry, Chassey-le-Camp, Saint-Léger-sur-Dheune, Bourbon-Lancy (x2), Volesvres, Digoin et Gilly-sur-Loire.

- Conception d'un poster vélo à destination des professionnels du tourisme

Vue d'ensemble du réseau Véloroute & Voies Vertes. Format : 600 L x 490 H mm. 400 ex.

Diffusion (avec le programme des festivités 20 ANS) aux professionnels situés dans un rayon de 5 km autour des itinéraires : les prestataires labellisés Accueil Vélo ; hébergeurs & restaurateurs ; loueurs et réparateurs de Vélo ; sites touristiques ; les offices de tourisme du département



- **Démarche qualité Accueil Vélo :**
poursuite de la démarche de qualification. 8 nouveaux établissements labellisés «Accueil Vélo» selon les critères des référentiels en vigueur.



- **Partenariat avec le Codep 71 FFCT** pour la valorisation de leurs circuits cyclotouristiques et la participation aux opérations de promotion du vélo. Participation à l'Assemblée Générale du Codep 71 le 18/11/2017, à Cluny.

- **Insertion publicitaire dans le guide Sortir 2017.**



BON ANNIVERSAIRE LES VOIES VERTES !!



2

Les 20 ans des Voies Vertes

Organisation de plusieurs temps forts dédiés à la thématique vélo en 2017. Coordination avec le Département de Saône-et-Loire.

La programmation de la saison des 20 ans des Voies Vertes s'est étalée du 13/05 au 24/09/2017 :

- **Le 13/05 sur la Voie Verte, à Savigny-en-Revermont**, lancement de saison avec l'inauguration de l'ouverture de la portion «Louhans – Savigny-en-Revermont».

- **Le 4/06 à Paray-le-Monial pour la Fête du Vélo 2017** en partenariat avec l'office de tourisme de Paray-le-Monial et le Comité départemental de Cyclotourisme.

- **Le 23/09 sur la Voie Verte, à Saint-Gengoux-le-National - l'anniversaire de la Voie Verte «Cluny-Givry»**, à l'occasion de la Fête nationale des Véloroutes et des Voies Vertes et la Fête nationale de la Gastronomie.

- **Le 24/09 sur la Voie Verte, à Charnay-Lès-Mâcon, Cluny, Cormatin, Saint-Gengoux-le-National, Buxy et Givry** en partenariat avec les offices de tourisme.

Deux conférences de presse 20 ans des Voies Vertes, les 05/05 et 15/09.

Cérémonie de remerciements pour les partenaires, le 10/11.

Eductour Presse/Tour Opérateurs :

Organisation en partenariat avec les offices de tourisme de Mâcon, Cluny, Saint-Gengoux-le-National, Buxy, Chalon-sur-Saône et Tournus.

Objectif : promouvoir la Saône-et-Loire à Vélo auprès des tour-opérateurs, des agences réceptives et de la presse spécialisée. Découverte de la Grande Boucle de Bourgogne du Sud, via Voie Verte/Voie Bleue, sur le week-end des 23 et 24/09.

200 cartons d'invitation envoyés à des Tours Opérateurs basés en France, en Allemagne, en Belgique, en Suisse, en Angleterre et aux Pays-Bas. L'agence de presse Agence 24 a convié ses contacts presse spécialisés tourisme, vélo et art de vivre.

5 Tours Opérateurs et 2 journalistes ont été accueillis en provenance de l'Angleterre, la Suisse, l'Alsace et Paris.

Réalisation d'un making of «Selfie 20 ANS», un reportage photos et la réalisation d'un mini-film «Backstage».

Elaboration d'un séjour packagé spécial 20 ANS, réservable en ligne sur le site country-break, pour appuyer la communication sur la filière Vélo auprès du grand public. Conception : agence réceptive Bourgogne Découverte de Cluny.

Communication sur les 20 ANS via les newsletters et les réseaux sociaux tout au long de l'année.

Valorisation de l'évènement 20 ANS (les 23 et 24/09) sur les sites WEB des partenaires BFCTourisme, AF3V, Départements et Régions Cyclables et France Vélo Tourisme.



à partir de
125 € / pers
 2 jours / 1 nuit
 23-24/09/2017

20 ANS, EN ROUE LIBRE SUR LA VOIE VERTE
 2 JOURS/1 NUIT



Chiffres clés

Le réseau

- 300 km de Voies Vertes / Voies Bleues
- 221 km de Véloroutes
- + 2000 km de circuits vélos et VTT
- 65 établissements labellisés **Accueil Vélo** en Saône-et-Loire
Une Marque présente sur plus de 70 départements en 2017 (= 2 662 prestataires labellisés en France).
- 61,5 km de Voies Vertes labellisées «**Tourisme & Handicap**» pour les déficiences motrice, intellectuelle et auditive.

Retombées économiques

- 23 000 € de retombées économiques par an en Bourgogne.
- 64 à 68 euros de dépenses par jour pour un touriste à vélo en Bourgogne.
Un cycliste itinérant dépense en moyenne 70 € par jour et 61 € pour un touriste en séjour soit bien plus que la moyenne que des touristes en France qui vont dépenser 54 € par jour et par personne. (Sources : Baromètre du Tourisme à vélo en France - Direction Générale des Entreprises / édition 2017).

Fréquentation

- La majorité des usagers est issue de la région et plus particulièrement du département ; le public extra départemental provient de Rhône-Alpes, de la région Parisienne, viennent ensuite les pays du Nord de l'Europe.

1 059 672 passages enregistrés sur les Voies Vertes en 2017.

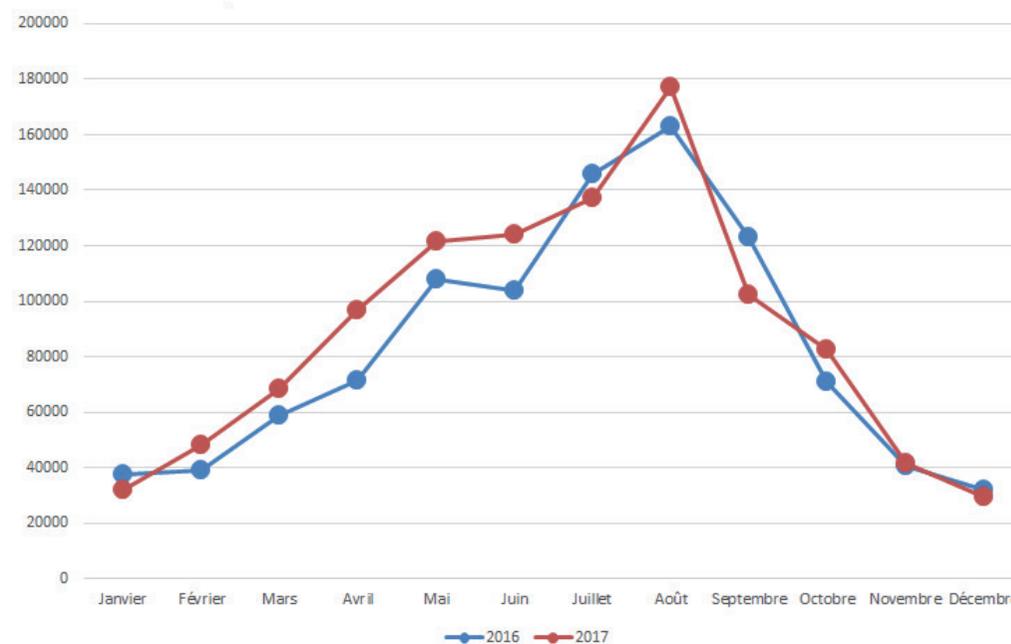
Fréquentation en hausse de 6,6 % par rapport à 2016. Données enregistrées par les 15 compteurs installés le long des Voies Vertes.



Perspectives 2018

- **Développer le réseau cyclable** : terminer l'itinéraire le long de la Loire et poursuivre les études de faisabilité le long de la Saône, entre Tournus et Chalon-sur-Saône.
- **Poursuivre la démarche de qualification** Accueil Vélo et étudier en parallèle la possibilité pour *Destination Saône & Loire* de prendre en charge une partie de la cotisation. Prévoir la création d'un objet promotionnel à remettre aux labellisés.
- **Structuration d'itinéraires** : poursuivre l'engagement financier, politique et technique pour le développement des grands itinéraires à vélo (Destination Loire Itinérances, la Véloroute V50 et la GTMC).
- **Club Vélo régional** : suite à la fusion, le nouveau CRT Bourgogne-Franche-Comté Tourisme met fin au Club Vélo. En projet la création et l'animation par le CRT d'un collectif par filière, structuré avec des membres de nature diverse, sur la base d'un co-financement d'un plan d'actions co-construit. Objectif : intégrer le collectif «itinérances» pour valoriser la filière vélotourisme.
- **Partenariat Codep 71 FFCT** : revoir techniquement les boucles de cyclotourisme rattachées aux Voies Vertes (entre Mâcon et Chalon + le long du Canal du Centre) avec pour objectif de les intégrer sur le site Vélo en France.
- **Créer des PDF Géoréférencés pour les boucles de cyclotourisme au départ des Voies Vertes** : à mettre en ligne sur le nouveau site WEB.
- **Créer une application sur Smartphone** pour faciliter la découverte du patrimoine naturel et culturel de la Voie Verte entre Mâcon et Chalon. Encadrement d'une stagiaire pendant 4 mois pour le suivi du projet.
- **Réaliser un clip sur la thématique Vélo.**
- **Améliorer la visibilité de la Saône-et-Loire comme «terre de vélotourisme»** : être présent sur des supports de communication spécialisés au niveau national.

Fréquentation des Voies Vertes et Voie Bleue en 2016 et 2017



Globalement l'ordre de grandeur de la fréquentation est le même d'année en année. Les variations notables sont directement liées aux conditions météo (beau printemps en 2017) et à noter une hausse de la fréquentation sur le mois d'octobre 2017 très certainement due aux 20 ans de la Voie Verte du mois de septembre 2017.

Aventures Mômes

Précurseur en matière de tourisme familial sur le territoire bourguignon, *Destination Saône & Loire* a lancé en 2002 le concept « Aventures Mômes » destiné aux familles qui souhaitent associer pleinement leurs enfants à la découverte de la Saône-et-Loire.

Cette opération a pu se développer au fil des années grâce à l'implication volontaire des professionnels du tourisme, sites de visites et d'activités et offices de tourisme. L'Agence *Destination Saône & Loire* accompagne et anime le réseau depuis le début : conseils aux professionnels sur le terrain, programmes de formation, temps d'échanges et de rencontres, conception d'outils de promotion et de communication...

2

Actions menées

Autour de la structuration de l'offre :

- Nouvelle démarche qualité : 5 réunions ont eu lieu sur le territoire, en février/mars 2017, pour présenter au réseau les nouveaux engagements pour Aventures Mômes et les critères du référentiel pour les visites et activités.
- Partenariat avec l'UDOTSI 71 qui accompagne *Destination Saône & Loire* sur la démarche de qualification pour étudier les candidatures et valider leurs entrées dans le réseau. Les visites d'audit sont effectuées en binôme : échanges avec le prestataire autour de la nouvelle démarche qualité, vérification des critères, conseils.

En 2017 11 sites visités à partir de la nouvelle grille de critères :

- le centre équestre «le Moulin de Vaux» à Nochize,
- la ferme des Bien Vivants à Champlecy,
- le Musée du Hiéron à Paray-le-Monial,
- l'office de tourisme de Paray-le-Monial,
- le service du patrimoine d'Autun,
- les jardins d'Alôsnys à Cury,
- l'office de tourisme de Tournus,
- le château de Brancion,
- le musée des Ursulines,
- l'office de tourisme de Cluny,
- le musée du Compagnonnage.



Autour de la communication :

- **Campagne d'affichage dans le réseau aribus 71** (680 faces), du 10/04 au 08/05/2017, pour accompagner la sortie de la brochure et le lancement de saison.
- **Valorisation de l'opération Aventures Mômes dans les médias de proximité :**
Achats d'espaces et publi-rédactionnels dans les supports suivants :
 - Magazine du Département (supplément été) - 287 000 ex
 - Carnet découverte - 100 000 ex - parution : avril 2017
 - Petit Futé Bourgogne - 47 à 50 000 ex vendus/an - parution : avril 2017
 - Magazine Grain de Sel (N° été / mensuel en supplément de la Tribune de Lyon) 30 000 ex - parution : juillet 2017
 - Guide de l'été de la Voix de l'Ain (supplément été du journal) - 45 000 ex - parution le 09/06/17
 - Guide annuel l'Hybride (édition 2017/2018) - 19 000 ex - parution le 01/06/17
 - Guide du rectorat de l'académie de Dijon (à destination des enseignants) 20 000 ex - parution : août 2017
- **Clip «La Saône-et-Loire en famille»**
Réalisation d'un clip vidéo d'environ 2 mn, par la société B-Wonder. L'objectif étant de mettre en scène des visites et des activités ludiques et culturelles affiliées au réseau «Aventures Mômes» et de valoriser ainsi la richesse des activités à pratiquer en famille sur le territoire.
06/11 : lancement du clip en avant-première à la Maison du Charolais à Charolles. La réalisation de ce clip permettra d'augmenter la visibilité de l'opération sur le WEB et les réseaux sociaux.



- **Valorisation sur destination-saone-et-loire.fr :**

Présence sur la mise à jour de la rubrique web en adéquation avec les nouveaux contenus de la brochure. Les actus web à chaque vacance scolaire.

- **Support de signalétique :**

Conception et distribution de la vitrophanie annuelle. Affichage à l'accueil des établissements labellisés pour afficher son appartenance au réseau Aventures Mômes.

Chiffres clés

Le réseau :

74 prestataires pour 86 offres de loisirs diversifiées :

- 34 prestations « Balades et Découvertes »
- 32 prestations « Culture et Patrimoine »
- 7 prestations « Parcs de loisirs et animaliers »
- 12 prestations « Ateliers Créatifs »
- 1 prestations « Sports Mécaniques »

Nouveau prestataire labellisé : La Ferme des Bien Vivants à Champigny

Perspectives 2018

- **Actualisation de la brochure.**
- **Réalisation et suivi du plan de communication 2018** (médiats de proximité).
- **Démarche qualité** : poursuivre le déploiement du label en partenariat avec l'UDOTSI 71.
- **Animation de réseau** : proposer aux professionnels du réseau et offices de tourisme, un temps de formation à l'automne.

AVENTURES MÔMES

BOUGEZ EN FAMILLE

Plus de **100**
visites et activités

Destination
Saône & Loire

2017

Tourisme & Handicap

Tourisme & Handicap, est une marque d'État gérée par la DGE (Direction Générale des Entreprises). Elle a pour objectif d'apporter une information objective et homogène sur l'accessibilité des sites et équipements touristiques à une clientèle qui a des besoins spécifiques.

La marque garantit sur l'ensemble du territoire, la qualité de l'accueil et permet de recevoir les personnes en situation de handicap dans d'excellentes conditions en tenant compte des 4 formes de handicap : auditif, mental, moteur et visuel.

2

Actions menées

Démarche qualité :

- Visites et accompagnements de 17 prestataires engagés dans le renouvellement de leur marque Tourisme & Handicap.
- Audits de 2 nouveaux prestataires pour une demande d'attribution de la marque
- Les évaluations des sites et des équipements touristiques sont réalisées par des binômes d'évaluateurs issus du monde du tourisme et du handicap sur la base de critères précis et évolutifs réunis dans des cahiers des charges, tous les cinq ans.
- Présentation et validation de 10 dossiers finalisés de prestataires, pour renouvellement de la marque, aux commissions de la Direction régionale des entreprises, de la concurrence, du travail et de l'emploi de Bourgogne-Franche-Comté (DIRECCTE) en date du 6 juillet et 15 décembre 2017.



Chiffres clés au 31/12/2017

- 74 sites labellisés : 31 hébergements, 3 restaurants, 8 offices de Tourisme, 15 lieux de visite, 7 sorties, loisirs nature, 10 visites d'entreprises et établissements de loisirs.
- 10 prestataires n'ont pas souhaité renouveler la marque : arrêts des activités, retraites ou contraintes liées au cahier des charges ou à l'inscription sur l'application.

Perspectives 2018

- Continuité des renouvellements des prestataires qui souhaitent conserver la marque d'État Tourisme & Handicap.
- Suivi des nouvelles demandes de la marque Tourisme & Handicap
- Participation aux commissions territoriales Tourisme & Handicap.
- Partenariat avec Corinne DELELIS (UDOTSI 71) évaluatrice Tourisme pour les visites dans le cadre des réévaluations et Bruno COTTIER, évaluateur bénévole formé par l'Association Tourisme & Handicaps pour les nouvelles demandes.



Soutien Qualité Tourisme

Classement des Offices de Tourisme

L'UDOTSI 71 accompagne les Offices de Tourisme (OT) du département dans leurs démarches de demande de classement et dans l'élaboration de leur dossier. Elle travaille en partenariat avec la Préfecture de Saône-et-Loire. Cette dernière sollicite l'avis de l'UDOTSI 71 sur tous les dossiers de classement des OT du département.

En 2017, dans le contexte de fusions d'OT lié à la loi NOTRe, aucun office de tourisme n'a été classé. Le classement des nouvelles structures débutera en 2018.

La Saône-et-Loire dispose en 2017 de :

- 3 OT classés en catégorie I
- 7 OT classés en catégorie II
- 6 OT classés en catégorie III

Démarche Qualité

L'UDOTSI 71 forme, conseille et accompagne les OT du département dans la mise en place de la Démarche Qualité, jusqu'à l'obtention de la marque nationale Qualité Tourisme™.

Offices de Tourisme engagés et marqués

En 2017, 18 Offices de Tourisme sont engagés pour le département de Saône-et-Loire. L'UDOTSI 71 accompagne de façon personnalisée l'ensemble des OT souhaitant obtenir la marque Qualité Tourisme™ : réponses aux questions des OT, vérification de l'ensemble du système Qualité, tests-mystères, réalisation d'un audit-blanc.

Deux d'entre eux ont renouvelé leur marque Qualité Tourisme™ durant cette année :

- OT du Pays de la Bresse Bourguignonne
- OT Creusot Montceau

Cela porte à 8 le nombre d'OT marqués Qualité Tourisme™ en Saône-et-Loire.

Office de Tourisme	OT engagé en démarche Qualité	OT marqué Qualité Tourisme TM
Grand Autunois Morvan		X
Bourbon-Lancy		X
Buxy Sud Côte Chalonnaise	X	
Sud Brionnais (Chauffailles)	X	
Cluny et Clunisois	X	
Digoin Val de Loire	X	
Grand Chalon : OT Chalon et BIT Givry		X
Pays Clayettois	X	
Creusot-Montceau Tourisme		X
Pays de la Bresse bourguignonne		X
Mâcon	X	
Marcigny Semur	X	
Haut Clunisois Matour et sa région	X	
Paray-le-Monial		X
Com. Com. Entre Saône et Grosne <small>(Sennecey-le-Grand)</small>	X	
Saint-Gengoux-le-National		X
Tournus et Tournugeois		X
Saône Doubs Bresse (Verdun-sur-le-Doubs)	X	

Actions menées

- Soutien démarche qualification UDOTSI
- Cofinancement audits :
 - Prise en charge frais mission UDOTSI 71
 - Convention partenariale / 3000 € pour 2017

Aventures Mômes - Tourisme & Handicap

L'UDOTSI 71 et l'ADT 71 ont formalisé un nouveau partenariat en 2017. Une convention a été signée afin de stipuler les conditions de mise à disposition de la salariée de l'UDOTSI 71 sur les missions de l'ADT 71. L'agent de développement de l'UDOTSI 71 est désormais amené à travailler sur deux thématiques :

- le label départemental « Aventures Mômes », aux côtés de Laëtitia GIRARDON
- la marque national « Tourisme & Handicap », avec Nathalie BONNETAIN



Décembre 2017, l'équipe de l'OT Creusot Montceau Tourisme a reçu la visite de Sophie Durdilly, auditrice Qualité Tourisme™

Perspectives 2018

- Reconstitution du dispositif pour l'aide à la mise en place de la Démarche Qualité.
- Reconstitution de la collaboration ADT/UDOTSI sur les missions « Aventures Mômes » et « Tourisme & Handicap » via la signature d'une nouvelle convention.

Chiffres clés

Montant total de l'aide de l'ADT 71 pour la Démarche Qualité, « Aventures Mômes » et « Tourisme & Handicap » : 6 021 €.



Mai 2017, l'Office de Tourisme du Pays de la Bresse Bourguignonne a reçu l'audit externe afin de renouveler sa marque Qualité Tourisme™.

Valorisation paysagère

Label touristique attaché au symbole de la fleur, le **label Villes et Villages Fleuris** récompense les actions menées par les collectivités locales en faveur de la qualité de vie. Il a pour vocation de faire connaître et de valoriser les communes qui aménagent et gèrent un environnement favorable au bien-être des habitants et à l'accueil des touristes.

De plus, il met l'accent sur les bonnes pratiques aboutissant à un développement durable et ainsi fait prendre conscience des enjeux d'un environnement de qualité, d'un cadre de vie sain.

2

Actions menées

• Organisation du concours des Villes et Villages Fleuris (Communes sans label) :

Visites du 11 juillet au 1^{er} août 2017 de 74 communes réparties sur 14 itinéraires inscrites au concours avec la participation de 40 membres du jury. Le concours permet de sélectionner les communes susceptibles d'être préparées et présentées au label 1 fleur.

• Contrôles des communes labellisées :

Audits de contrôle des 22 communes labellisées 1 fleur du 5 septembre au 13 septembre 2017 avec la participation de 6 membres du jury mobilisés sur 6 itinéraires. Les communes labellisées sont visitées en alternance tous les deux ans.

• Concours des maisons fleuries :

Réception, tri par arrondissement et par catégorie des photos 250 candidats inscrits au concours des maisons fleuries 2017. Le jury départemental, constitué de 8 personnes a établi son palmarès le 3 octobre 2017, après avoir visualisé l'ensemble des réalisations des candidats inscrits.

• Concours des Petits Jardiniers de Saône-et-Loire

Ce prix, à l'initiative de la Saône-et-Loire, est ouvert aux écoles ou organismes en lien avec les enfants. Il récompense toutes actions liées à l'environnement. 13 candidats inscrits en 2017. 3 itinéraires de visites organisés les 13, 16 et 22 juin 2017 avec le concours de 3 membres du jury.

• Remise des Prix des concours des Villes et Villages Fleuris et Maisons Fleuries :

Le 24 mars 2018, la Ville de Mâcon, classée 4 fleurs, Fleur d'Or en 2016, accueillait la Remise des Prix 2017 des Villes, Villages et Maisons Fleuris de Saône-et-Loire, en présence de Martine Lesage, Directrice du Conseil National des Villes et Villages Fleuris. Cette édition a accueilli plus de 750 personnes dont 130 enfants pour la proclamation des résultats du concours.



- **10 audits et comptes-rendus de visites** des communes pour préparation, évolution ou remise à niveau dans le cadre du label.

- **Partenariats :**

Poursuite du partenariat financier avec la Société Horma'nat et ses magasins GAMM VERT, il permet d'accompagner les communes dans leur démarche pour l'obtention du label Villes et Villages Fleuris.

Poursuite des partenariats avec des acteurs privés pour dotation de lots aux récipiendaires de la Remise des Prix.



Chiffres clés

- 10 réunions techniques pour accompagner les communes souhaitant accéder aux différents labels 1, 2 3 fleurs.
- 130 Communes inscrites (74 sans label, 56 avec le label) au concours.
- 13 écoles ou organismes en lien avec les enfants ont participé au concours des Petits Jardiniers de Saône-et-Loire.
- Le palmarès 2017 : 57 communes sont labellisées, dont :
 - 3 communes labellisées 4 fleurs
 - 11 communes labellisées 3 fleurs
 - 20 communes labellisées 2 fleurs
 - 23 communes labellisées 1 fleur dont 1 nouvelle



Perspectives 2018

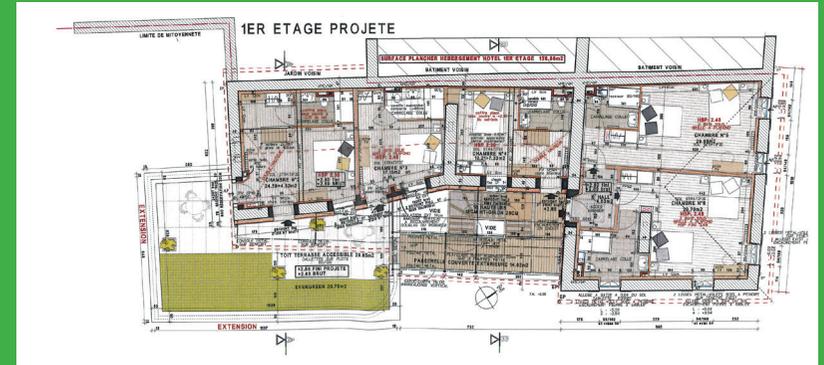
- Poursuite des labellisations et de l'accompagnement technique des communes, en partenariat avec GAMM VERT, dans le cadre du label Villes et Villages Fleuris. Poursuite des partenariats avec des acteurs privés pour dotations.
- Poursuite des actions 2017 en relation avec le concours et le label Villes et Villages Fleuris.
- Mise en place de formations aux communes de moins de 3 500 habitants.



3. Encourager les investissements et les initiatives

Les collectivités territoriales (Conseil régional et Conseil départemental) continuent de soutenir financièrement les projets touristiques pour que l'offre soit au plus haut niveau de qualité. Cette ambition partagée porte déjà ses fruits depuis quelques années et les résultats positifs constatés encouragent l'ensemble des institutions à poursuivre leurs investissements pour répondre aux nouvelles attentes des touristes et améliorer la performance et le confort des équipements. *Destination Saône & Loire* intervient pour le compte du Conseil départemental dans l'élaboration du règlement d'intervention et dans l'instruction des appels à projets financés par le département.

- Appels À Projets Touristiques..... 30



Appels À Projets Touristiques

3

L'objectif de **développement de l'activité touristique** (nuitées marchandes, entrées de sites, consommation de produits et services....) nécessite une intervention ciblée du Département en faveur des acteurs les plus dynamiques et les plus innovants. Le Conseil départemental réaffirme sa vision du **rôle moteur de l'économie touristique** dans le renforcement de l'attractivité du territoire. Il marque également sa volonté de soutenir financièrement les initiatives destinées à générer de nouveaux investissements touristiques favorisant l'émergence de projets structurants.

Il s'agit donc pour le Département de poursuivre les efforts engagés du premier programme triennal d'investissements touristiques relatif à l'itinérance (période 2012/2014), et du programme inscrit dans le cadre de la stratégie marketing 2015/2017 confortant le positionnement de *Destination Saône-et-Loire* sur le marché des courts séjours selon le concept « **Country Break®** ».

La loi NOTRe a transféré en 2016 la compétence économique à la nouvelle région Bourgogne-Franche-Comté. Le Département est intervenu auprès des collectivités locales en soutenant 5 projets touristiques (1,7 millions d'euros d'investissements réalisés pour 350 000 euros d'aides départementales).

Actions menées

Le Conseil départemental a apporté son soutien à :

- La commune de Dettey pour la rénovation d'un gîte d'étape.
- La commune de Saint-Didier-en-Bresse pour la création d'un gîte de groupe.
- La commune de La Chapelle-de-Guinchay pour la réhabilitation d'un bâtiment communal en gîte de groupes.
- La Communauté de Communes de Creusot-Montceau pour la rénovation du port de plaisance de Montceau-les-Mines.
- La commune de Le Fay pour la rénovation de la toiture du gîte de groupe avec isolation et rénovation thermique de l'étage du bâtiment.

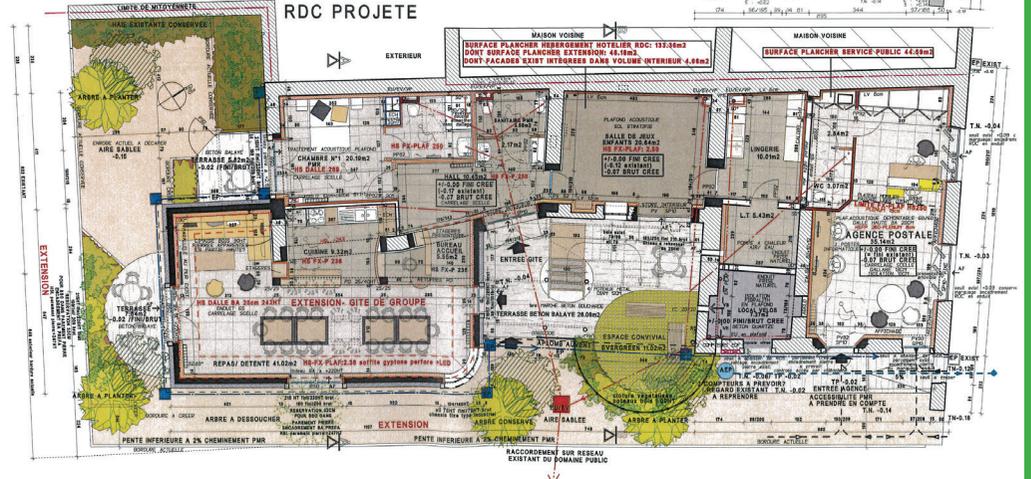
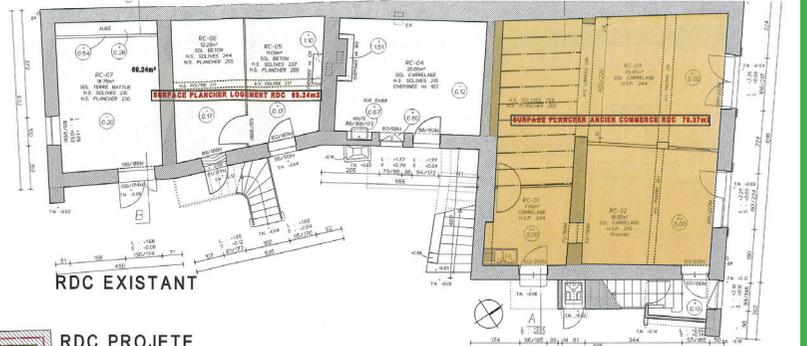


Chiffres clés

- 5 projets retenus par le Conseil départemental et soutenus financièrement à hauteur de 350 000 €.



MAITRE-D'OUVRAGE : MAIRIE DE CHANES 81 MONTEE DU VILLAGE - LE BOURG - 71670 CHANES	
REHABILITATION D'UN BÂTIMENT COMMUNAL AVEC EXTENSION EN GÎTE DE GROUPE ET AGENCE POSTALE 8 PLACE DEVOLUET 71670 CHANES	
MAITRE D'ŒUVRE SAIC AGENCE D'ARCHITECTURE JAILLET 10 avenue de la République 71000 DIJON Tél : 03 80 39 00 00 Email : saic@saic-archi.com Architecte : Valérie JAILLET	PERMIS DE CONSTRUIRE RDC EXISTANT - Echelle 1/100 ème RDC PROJETE - Echelle 1/100 ème
PC5 - NIV RDC	DATE : 28 JUN 2017



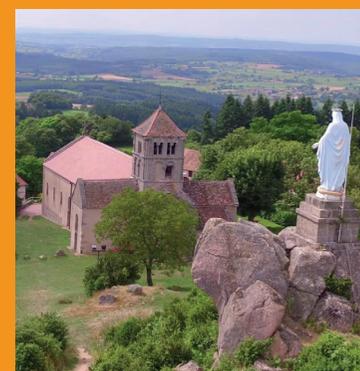
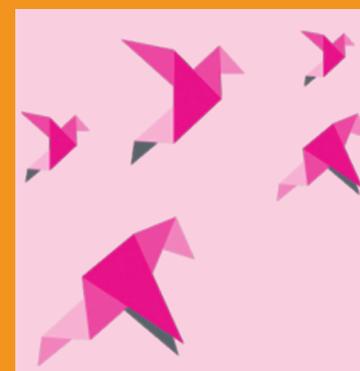


4. Faire connaître les atouts et les acteurs du territoire

La Saône-et-Loire a tous les atouts d'une belle destination. Il appartient à *Destination Saône & Loire* de les rendre visibles et attractifs !

Toutes les actions menées par l'Agence n'ont qu'un seul objectif : promouvoir l'offre et les acteurs touristiques de Saône-et-Loire pour des retombées directes sur l'économie à l'échelle du département. Parallèlement à la communication Country Break initiée en 2015, l'agence mène des actions spécifiques et conçoit des outils de promotion qui valorisent l'ensemble de la destination en France et en Belgique. Le tout en lien direct avec la réflexion engagée avec le Collectif Bourgogne dans le cadre du Contrat de destination.

- Stratégie digitale 34
- Éditions 35
- Photothèque / Vidéotheque 38
- Outils numériques 39
- Site www.destination-saone-et-loire.fr 40
- Site www.country-break-bourgogne.fr . 42
- Site www.terreditinerances.com 44
- Site mobile 46
- Réseaux sociaux 47
- Newsletters grand public 48
- Relations presse 49
- Salons 51
- Partenariats 52
- A39 / Aire du Poulet de Bresse 53
- Totems «Bienvenue en Saône & Loire». 53



Stratégie digitale

Élaborer la stratégie digitale de *Destination Saône & Loire* et redéfinir l'écosystème digital du territoire touristique Saône-et-Loirien.

Actions menées

Suite à l'audit réalisé par l'agence Logitourisme, l'Agence *Destination Saône & Loire* se positionne sur l'avant séjour (rassurer et séduire le client) et l'après-séjour (recueil d'avis, fidélisation, entretien de la relation client). D'où la création d'un nouveau site expérientiel thématisé, basé sur le visuel et l'éditorial, mettant en avant les filières prioritaires vélo et oeno, décliné en versions GB et NL, DE. Ce site met en avant l'offre Country Break et permet d'accéder au site dédié www.country-break-bourgogne.fr. Il valorise également la thématique «Balades et Randos», d'où l'arrêt du site Terre d'itinérances.

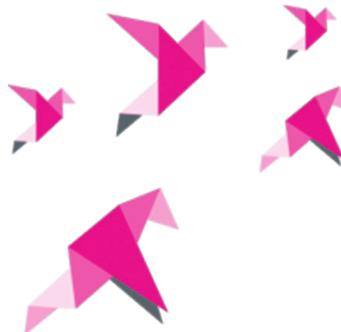
Un cahier des charges a donc été rédigé avec l'aide des agences Tevolys et Logitourisme selon ces nouvelles attentes et l'appel d'offres a été lancé le 23/03/2017.

- Remise des offres : 24/04/2017
- Audition des candidats : 16/05/2017
- Sélection des lots retenus :
 - création d'un nouveau site,
 - la reprise du site Country Break,
 - l'accompagnement à l'élaboration et à l'animation de la stratégie éditoriale,
 - l'accompagnement à l'élaboration et à l'animation de la stratégie web social sur une durée déterminée, l'intégration des connecteurs métiers existants,
 - la Data Visualisation.
- 1^e réunion de travail avec l'agence retenue «Smart Impact» : 27/06/2017.

- Réalisation de l'arborescence du site, travail sur la page d'accueil du site, les wireframes, les maquettes.
- Mise en place des 18 syndications (= flux) émanant de Tourinsoft.
- Travail sur l'intégration de la base de données des circuits de randonnées de la DADTE dans Tourinsoft (données informatives et traces kml des balades vertes...). Réflexion avec l'agence Smart Impact sur la présentation des randonnées sur le site.
- Travail sur les contenus des différentes pages éditoriales avec le rédacteur.
- Sélection d'une vingtaine d'offres à mettre en avant par rubrique.
- Intégration du moteur de réservation Ingenie.

Perspectives 2018

- Mise en ligne de la version française.
- Travail sur les mini-sites en versions GB, D et NL.



Éditions

En février 2017, une consultation relative «aux prestations de conseil stratégique en communication, de réalisation de supports et d'actions médias et hors médias dans le cadre du développement de la notoriété de la destination Saône-et-Loire» a été lancée.

Quatre agences se sont portées candidates. Après analyse des offres en mai, l'audition de chacune d'elles en juin, le marché de 18 mois a été confié à l'agence LMWR basée à Nantes le 11/07/2017.

De nouvelles pistes graphiques pour la communication 2018

L'agence LMWR a présenté deux pistes graphiques pour les éditions ainsi que deux propositions d'harmonisation graphique du logo Saône & Loire accompagné d'une signature «La Bourgogne extra-sensorielle».

Le choix s'est porté sur une déclinaison graphique avec des personnages à la mimique épanouie, auréolés de diadèmes thématiques (un clin d'œil à la récente campagne de communication Country Break de 2016 lors du lancement du concept). L'intégration de personnes au sein de la communication permet notamment d'humaniser la communication et de créer de la proximité avec nos cibles.

Réalisation du shooting photos début décembre avec les figurants afin de disposer des premières de couvertures des éditions 2018 en cours de réalisation dès la mi-décembre.



Actions menées

LES ÉDITIONS DE L'AGENCE DESTINATION SAÔNE & LOIRE

Appels d'offres «impression» sur les éditions 2018

Consultations de 15 imprimeurs en novembre pour trois éditions : Voie Verte, Aventures Mômes, Magazine. La carte touristique fait par ailleurs l'objet d'un appel d'offres mutualisé avec les 4 ADT de Bourgogne.

Magazine n° 1 Saône-et-Loire 2017

Un nouveau support issu de la déclinaison du Magazine «Designed by Bourgogne» dont Bourgogne Franche-Comté Tourisme a réalisé en 2016 le 1er numéro. Un magazine par ailleurs récompensé par le 1er prix des trophées de la communication en décembre 2016. Ce magazine d'un tout nouveau genre, inspiré de la presse féminine, est présenté dans un format tendance «pocket». Les 48 pages présentent des bons plans et bonnes adresses, des témoignages, des talents de Saône-et-Loire mais aussi des sujets sur des thèmes phares de visites ; le tout réalisé dans une mise en page élégante, actuelle et dans un ton rédactionnel léger.

Conception/rédaction/réalisation : agence Signe des Temps. Impression : Rose Tramé. Parution : 23 mars 2017.

Carte touristique française et étrangère

La version 2017 a fait l'objet d'une actualisation classique de la carte et des contenus textes tout comme pour le recto Bourgogne, une mise à jour a été réalisée dans le cadre du Collectif Tourisme Bourgogne.

Conception/réalisation : agence Moutarde Konnection et la société ACTUAL pour la cartographie. Impression : imprimerie Vincent.

Carte vélo / 4 versions FR, GB, D, NL

Mise à jour des itinéraires et des informations touristiques liées à la thématique. Nouveautés 2017 : «Iguerande - Saint-Yan», 25 km labellisés Tourisme & Handicap. Ouverture au public de la portion «Louhans - Savigny-en-Revermont» (16 km). Conception/réalisation : agence Moutarde Konnection et la société ACTUAL pour la cartographie. Impression : imprimerie Faurite. Parution le 15/02/17.

Aventures Mômes (FR)

Mise à jour de la brochure (73 sites partenaires). Nouveauté 2017 : La Ferme des Bien Vivants à Champlecy.

Conception/réalisation : agence Moutarde Konnection (60 pages intérieures + 4 pages de couverture). Rédaction : DSL et SBCommunication. Impression : ESTIMPRIM. Parution le 31/03/17.

• Calendrier des randonnées 2017

Destination Saône & Loire a apporté son soutien aux Offices de Tourisme participant au Salon du Randonneur du 24 au 26/03/2018 à Lyon. L'Agence a ainsi mis à disposition exceptionnellement en 2018 des exemplaires «papier» du calendrier 2018 pour une diffusion lors de ce salon et au comptoir des Offices.

• Local de stockage des palettes de brochures

Recherche sur Mâcon et environ au dernier trimestre 2016 d'un lieu de stockage adapté aux livraisons et conditionnement des commandes. Le local situé rue de l'Héritan à Mâcon et mis à disposition par le Conseil départemental présentait des difficultés d'accessibilité aux transporteurs et d'espaces restreints. Il est maintenu pour le stock tampon au cours de l'année dès lors que les approvisionnements aux OTSI ont été réalisés.

La plateforme des Déménagements Prudent situés à Mâcon Est sur la commune de Replonges a abrité pendant les 4 premiers mois de l'année 2017 les éditions 2017.

LES ÉDITIONS COLLABORATIVES

• Magazine Bourgogne 2018

Un comité éditorial avec les 4 ADT de Bourgogne a planché sur les sujets du futur magazine. Un sourcing Saône-et-Loire a ensuite réalisé pour transmettre adresses, contacts pour le travail rédactionnel.

• Guide Hachette version FR

Un temps fort le 19 avril 2017 avec la remise en avant-première du guide «Un grand week-end en Bourgogne du Sud» au siège social des Editions Hachette Livre à Vannes aux 5 partenaires/annonceurs qui ont accompagné financièrement la sortie du guide de cette nouvelle collection en présence de Cécile Petiau, Directrice Editoriale chez Hachette Tourisme, Jérôme Denoix, Directeur des Partenariats, Coralie Borderie, éditrice du guide et Rachida Mazef, attachée de presse.

Le lancement officiel du guide a eu lieu lors du lancement de saison à Bourbon-Lancy le 26 avril à Bourbon-Lancy.

15 000 guides édités et lancés sur le marché français en avril. A fin septembre : 6 952 guides « Un grand week-end en Bourgogne du Sud » a été vendu via le réseau de diffusion Hachette. Du côté des offices de tourisme : un total de 40 ventes a été réalisé dont 25 vendus par l'OT de Cluny. Le constat est que le guide fait office de documentation d'appel utile à la préparation du séjour et non d'accueil (quand on est sur place).

• Guide Hachette version GB

Etude sur la faisabilité de décliner la version anglaise du guide «Un grand week-end en Bourgogne du Sud». Recherche et sollicitations de futurs sponsors. 27 prestataires ont été identifiés et informés par un e-mailing, suivis de relances téléphoniques avant qu'une décision négative soit prise en Conseil d'Administration le 30 novembre 2017. Impression : 2 300 ex. Page publicitaire : 6 000 € TTC (une page).

• Guide le Routard à Vélo - Edition Hachette

Destination Saône & Loire souhaite poursuivre sa collaboration avec les éditions Hachette et investir la thématique vélo grâce à un partenariat Routard et France Vélo Tourisme afin de toucher la clientèle cyclotouriste. Un guide de 160 pages sur les plus belles balades à vélo est à l'étude où seraient valorisés les itinéraires majeurs traversant le département.

Recherche et sollicitations de futurs sponsors. 96 prestataires ont été identifiés et informés par un e-mailing à la fin du mois de décembre 2017.

Impression : 15 000 ex. Page publicitaire : 5 000 € TTC (une page) - 2 500 € TTC (une demi-page). Parution : juin 2019.

• Brochure EV6

Ré-édition pour une période de 2 ans de la brochure EV6 sur l'ensemble du tracé Bourgogne-Franche-Comté. Un support financé par Bourgogne-Franche-Comté Tourisme avec l'appui technique des ADT. Pour la première fois, intégration de la partie Saône-et-Loire qui représente une partie non négligeable du tracé car pas moins de 106 communes sont traversées par ce grand itinéraire. La réalisation s'est appuyée sur la brochure déjà existante réalisée par les ADT du Doubs et du Jura. Un travail d'extraction des données depuis Tourinsoft a été effectué ainsi qu'un suivi sur l'élaboration de la brochure.

Impression : imprimerie Simon (Ornans), en 30 000 exemplaires, dont 4 000 ex pour la Saône-et-Loire. Livraison le 3/08/2017.



• Carte CDTE (Comité Départemental de Tourisme Equestre)

Réalisation du texte de présentation de la Saône-et-Loire.

• Via Cluny

Depuis plusieurs années, la Fédération Européenne des Sites Clunisiens (FESC) identifie en Suisse et en France, avec l'aide des associations locales et régionales concernées et avec celle des Comités Départementaux de Randonnée, des itinéraires de randonnées pédestres reliant des sites clunisiens. A ce jour, plus de 800 km sont identifiés en France (www.sitesclunisiens.org) dont : de Romainmôtier (Vaud, Suisse) à Cluny (Saône-et-Loire, France), un chemin dont le tracé relie la Suisse à la Bourgogne-Franche-Comté (Doubs, Jura, Saône-et-Loire); il est suivi par l'association Chemins de Cluny en Bourgogne-Franche-Comté. Au cours de la réunion du 29 août, une présentation globale de l'itinéraire a été faite (se basant sur des chemins existants), la démarche consiste donc à les promouvoir d'où l'étude de différents supports de communication avec, entre autre, l'étude sur les avantages/inconvénients de la réalisation d'un document d'appel ou d'un topoguide.

LA COMMUNICATION PARTENARIALE

PRINT

• Avec l'Exploitant Agricole

Réunion partenariat et présentation du nouveau site web «je mange terroir» en juillet.

• Revue «Guide des golfs de la Saône-et-Loire»

Mise à disposition des contenus rédactionnels et des photos pour illustrer les 12 pages tourisme. Partenariat gratuit.

• Guide du Routard Bourgogne 2018

- Sourcing, suggestions de nouveaux prestataires dans le guide 2018.
- Accueil de Thomas Rivallain pour la mise à jour et repérage en Saône-et-Loire du 2 au 10 juillet 2017.

DIGITALE

• Partenariat Happy Bourgogne

Réunion de présentation de la plateforme d'achat en ligne «nouvelle génération» et collaborative sur des expériences touristiques authentiques et uniques en Bourgogne.

Partenariat à venir sur 2018 : *Destination Saône & Loire* propose une sélection d'acteurs du tourisme en privilégiant en priorité les adhérents de l'Agence. Déclinaison d'un planning et d'un plan d'actions commun dès mars 2018.

Chiffres clés

Carte touristique

- 50 000 exemplaires en français
- 20 000 exemplaires en anglais
- 12 000 exemplaires en allemand
- 12 000 exemplaires en néerlandais

Cartes Voies Vertes et Cyclotourisme

- 50 000 exemplaires en français
- 15 000 exemplaires de chaque dans les 3 versions étrangères (anglaise / allemande / néerlandaise).
- 6 000 exemplaires ont par ailleurs été diffusés par le Réseau Distribrochures sur 285 adresses ciblées à Lyon (grandes entreprises, lieux grand public et institutionnels) et en Saône-et-Loire

Brochure Aventures Mômes

- 30 000 exemplaires
- 915 téléchargements depuis le site web

Magazine N°1 Saône & Loire

- 40 000 exemplaires
- 20 440 exemplaires ont par ailleurs été diffusés par le Réseau Distribrochures sur 325 adresses ciblées à Lyon (grandes entreprises, lieux grand public, aéroport...) et en Saône-et-Loire (hôtels 3 et 4 étoiles, campings 3, 4 et 5 étoiles, caves coopératives)

Guide Tourisme & Handicap

- 14 téléchargements depuis le site web

Calendrier des randonnées

- 7 346 téléchargements depuis le site web

Photothèque / Vidéothèque

La photothèque de *Destination Saône & Loire* est consultable en ligne depuis le 2^e semestre 2017. Tout partenaire, dès l'instant qu'il en fait la demande, est en mesure de consulter et commander des photos pour la promotion touristique du territoire.

Ce nouveau service a fait l'objet d'une information relayée dans la newsletter pro de septembre 2017.

4



Boeufs Charolais
30 documents liés



Gastronomie / Produits
du terroir
47 documents liés



Hébergement /
Restauration
46 documents liés



Loisirs
635 documents liés



Manifestation / Foire et
marché
161 documents liés



Patrimoine



Paysage
548 documents liés



Poulets de Bresse
19 documents liés



Chiffres clés

En avril 2018 et depuis leur mise en ligne le 12/12/2016 :

- Le teaser de la vidéo a été vu 42 804 fois :
 - 22 235 vues sur le compte Facebook du Département
 - 21 418 vues sur notre compte Facebook
 - 2 821 vues sur Youtube
- Le film «Balade en Saône-et-Loire» a été vu 281 502 fois :
 - plus de 253 000 vues sur le compte Facebook de France 3 Bourgogne
 - 27 948 vues sur notre compte Facebook
 - 24 268 vues sur Youtube

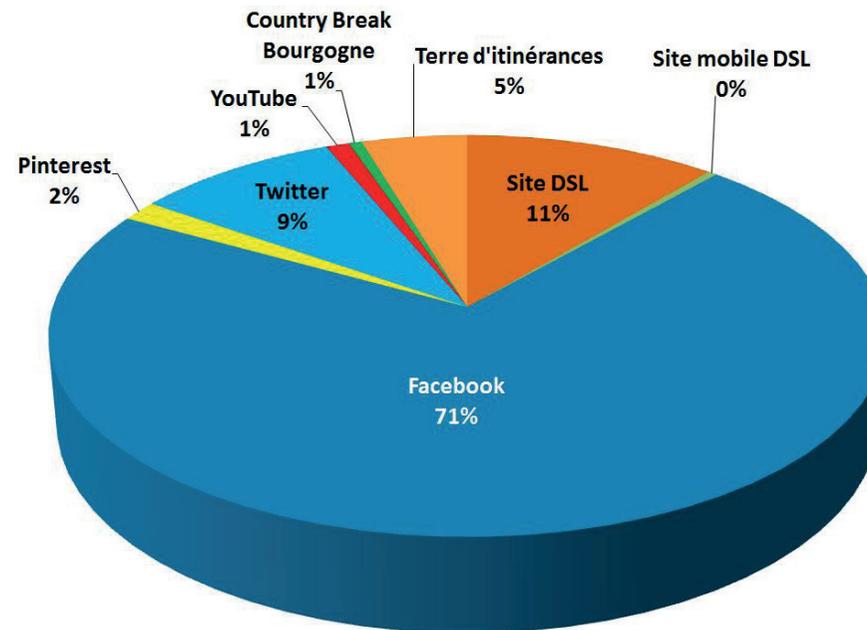
Perspectives 2018

- Production d'un film vidéo sur le thème du vélotourisme.



Outils numériques

Répartition de notre trafic Web en 2017
(sessions, impressions, nombres de vues confondus)

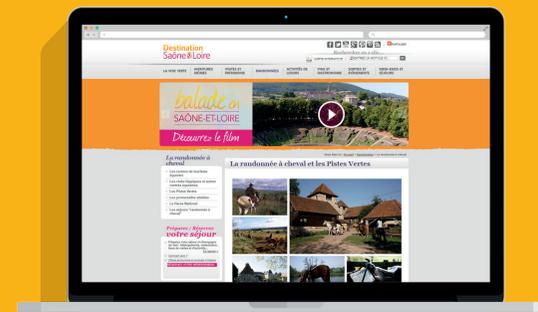


Destination Saône & Loire (DSL)	275 057
Site mobile DSL	9 914
Country Break Bourgogne	14 144
Terre d'itinérances	115 334
Facebook	1 753 457
Pinterest	39 923
Twitter	223 260
Youtube	25 525
TOTAUX	2 456 614

Site destination-saone-et-loire.fr

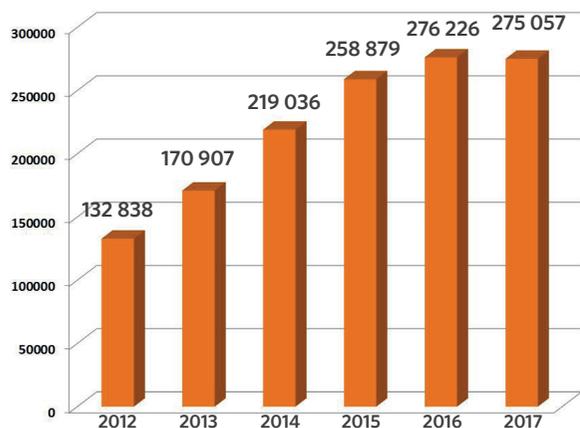
Pour conserver une visibilité certaine, il est nécessaire d'être présent et actif sur de nombreux supports.

Source des données : Google Analytics



4

Connexions cumulées



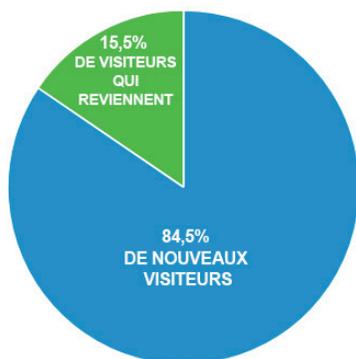
Nombres de connexions cumulées : **-0,42 %** en 2017

Connexions en 2017

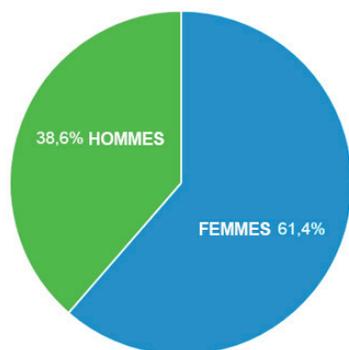
Sessions



Répartition des visiteurs



Répartition des connexions par sexe



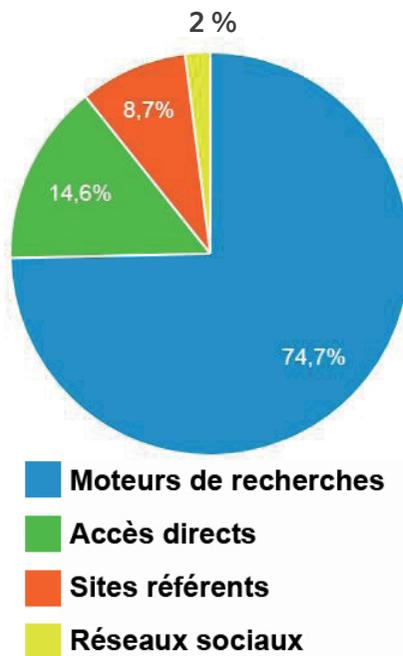
Répartition des connexions par tranche d'âge

Tranche	Âge	Pourcentage
1.	25-34	23,34 %
2.	35-44	21,05 %
3.	55-64	16,95 %
4.	45-54	15,35 %
5.	18-24	12,56 %
6.	65+	10,74 %

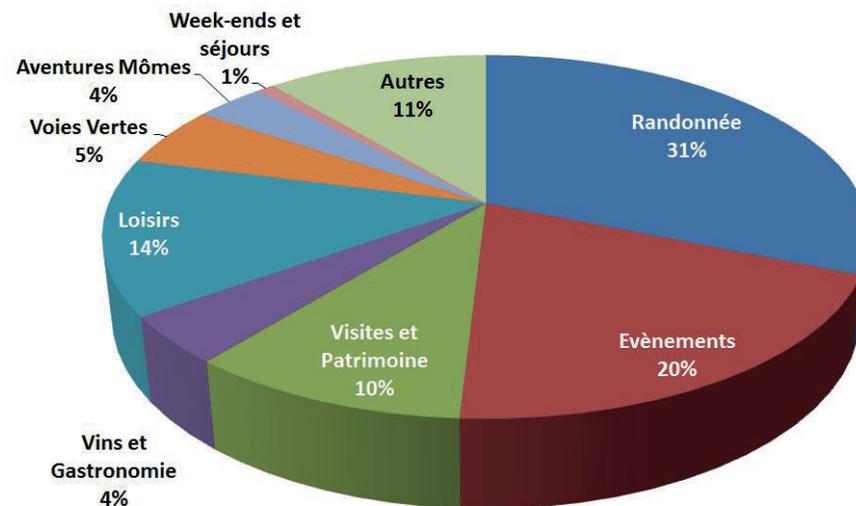
Origine des connexions françaises par région

1. Bourgogne-Franche-Comte	(50,29 %)
2. Ile-de-France	(20,56 %)
3. Auvergne-Rhone-Alpes	(17,63 %)
4. Grand Est	(2,35 %)
5. Occitanie	(1,85 %)
6. Provence-Alpes-Cote d'Azur	(1,59 %)
7. Nouvelle-Aquitaine	(1,30 %)
8. Hauts-de-France	(1,27 %)
9. Pays de la Loire	(0,91 %)
10. Centre-Val de Loire	(0,85 %)

Canaux d'acquisition



Répartition des pages vues par thématique en 2017

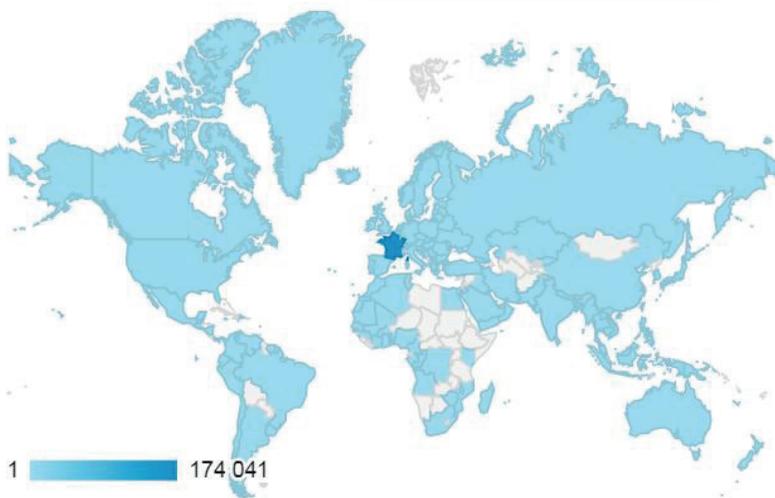


Augmentation de 4 % pour les pages traitant de la randonnée , + 2 % pour Aventures Mômes par rapport à 2016.

Origine géographique des internautes sur destination-saone-et-loire.fr

Origine des connexions par pays

1. France	174 041 (90,51 %)
2. Spain	3 025 (1,57 %)
3. United States	2 737 (1,42 %)
4. Belgium	2 427 (1,26 %)
5. Switzerland	2 386 (1,24 %)
6. Netherlands	1 302 (0,68 %)
7. (not set)	1 214 (0,63 %)
8. Germany	1 184 (0,62 %)
9. United Kingdom	653 (0,34 %)
10. Canada	471 (0,24 %)



Chiffres clés

- 0,42 % de visiteurs par rapport à 2016
- 11 % du trafic web total
- 275 057 connections
- 197 966 visiteurs uniques
- 1 252 604 pages vues soit 4,5 pages par visiteurs
- Durée moyenne d'une visite : 2,51 minutes
- Taux de rebond : 43,9%

Site country-break-bourgogne.fr

L'objectif est de faire du site vitrine, un site avec toutes les offres identifiées Country Break et de mettre en avant des idées séjours et packages Country Break.

Actions menées

4

- Réalisation des accroches rédactionnelles des restaurants, hôtels et en partie des chambres d'hôtes. Gîtes de France de son côté s'attache à réaliser les accroches de ses adhérents.
- Partenariat avec l'agence réceptive Bourgogne Découvertes : une convention pour la mise en place et la commercialisation de produits touristiques a été signée le 19 décembre 2016 pour une durée de 3 ans. L'agence réceptive est mandatée pour élaborer des séjours clé en main en relation avec les thématiques liées à la promotion du Country Break. Ces packages sont mis en ligne sur le site Country Break et réservable en ligne tout comme sur le site web de Bourgogne Découvertes. Il est par ailleurs demandé aux Offices de Tourisme de relayer ces séjours sur leur propre site web. 13 offres packagées ont ainsi été mises en marché.
 - Thématique EVENEMENTIEL :
 - St-Vincent tournante Prissé (27-28/01/2018)
 - St-Valentin (14 février)
 - Marathon des vins Chalon (31-03)
 - Chardonnay Day (mai)
 - Montgolfiages (WE Pentecôte 20-21/05/2018)
 - Autun la Romaine (Journée romaine + Augustodunum) Août
 - 20 ans de la Voie Verte (septembre)
 - Randonnée des moines au clair de lune (30-09-1er/10/2017)
 - Thématique VELO :
 - Les églises romanes en vélo électrique (partie Brionnais)
 - WE en roue libre entre Voie Verte et Voie Bleue
 - Thématique PATRIMOINE
 - La Saône-et-Loire, berceau de l'art roman (valable jusqu'au 12/11)
 - Thématique NATURE
 - Nature, vélo, repos en famille (Bresse) (valable du 15-04 au 15-09)
 - DIVERS
 - Le sud de la Bourgogne, une histoire de terre (GDF) (toute l'année)
- Mise en ligne de la version 3 du site Country Break en mars 2017.

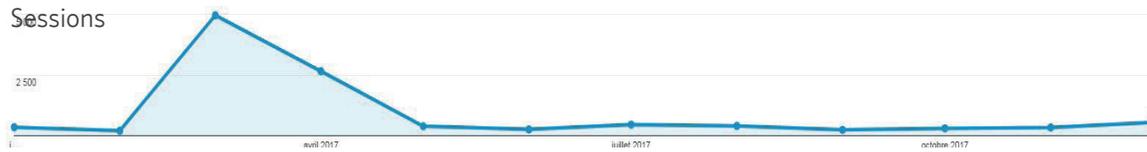


- Intégration de la web-réservation.
- Diffusion en catch-up du film «Country Break» sur Pluzz TV (chaîne de rattrapage de France Télévisions) du 6 mars au 16 avril 2017 sur la région Rhône-Alpes.
- Communication intégrant une page de pub dans le magazine l'Incontournable, le guide Hachette «un Grand Week-end en Bourgogne du Sud, le guide du Routard «Pays Charolais Brionnais», l'Exploitant Agricole, le courrier du Parlement, brochure fluvial (Cd 71).
- Relais de la communication Country Break par les Offices de Tourisme dans leur édition 2017 par un encart pub : Creusot Montceau, Louhans, Autun, Bourbon-Lancy, Chalon-sur-Saône, Cluny, Digoin, Paray-le-Monial, Tournus ainsi que Gîtes de France.
- Communication partenariale entre l'Exploitant Agricole, Gîtes de France et Destination Saône & Loire a été établi dès mars 2017. Le principe porte sur la promotion du Country Break dans les pages du journal toutes les 6 semaines et/ou en fonction d'espaces disponibles. La page «Oxygène» est ainsi dédiée à la valorisation d'un hébergement Gîtes de France en lien avec le concept du Country Break.
Les coups de cœur Country Break : gîte La Grange de Marraïne à Varennes-l'Arconce, gîte le Poivre à Saint-Romain-sous-Gourdon et le gîte de Marius à Saint-Amour Bellevue.

Perspectives 2018

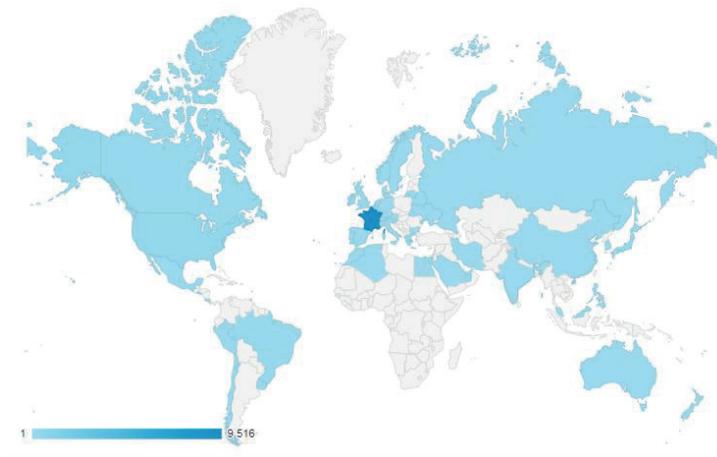
- Développement des idées séjours et packages Country Break.
- Travail en collaboration avec les Offices de Tourisme.

Connexions en 2017



Origine géographique des internautes sur country-break-bourgogne.fr

Origine des connexions par pays

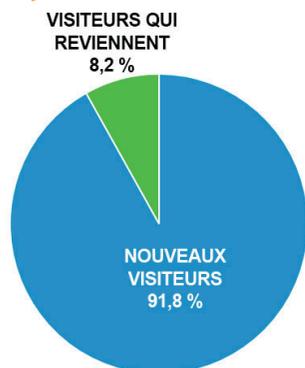


1.	France	(89,24 %)
2.	United States	(3,20 %)
3.	Canada	(1,59 %)
4.	Lithuania	(1,14 %)
5.	Brazil	(1,11 %)
6.	Switzerland	(0,52 %)
7.	(not set)	(0,52 %)
8.	Belgium	(0,38 %)
9.	United Kingdom	(0,36 %)
10.	Germany	(0,27 %)

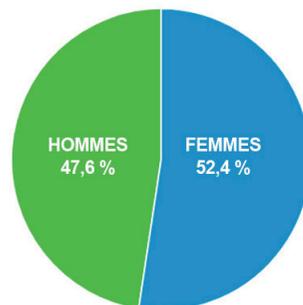
Origine des connexions françaises par région

1.	Auvergne-Rhone-Alpes	(58,60 %)
2.	Ile-de-France	(16,39 %)
3.	Bourgogne-Franche-Comte	(12,34 %)
4.	Pays de la Loire	(2,25 %)
5.	Hauts-de-France	(2,15 %)
6.	Occitanie	(1,85 %)
7.	Grand Est	(1,49 %)
8.	Provence-Alpes-Cote d'Azur	(1,45 %)
9.	Nouvelle-Aquitaine	(1,45 %)
10.	Centre-Val de Loire	(0,72 %)

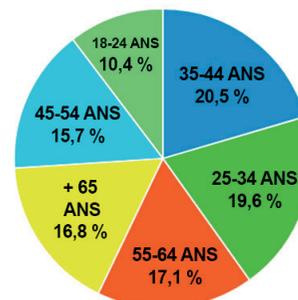
Répartition des visiteurs



Répartition des connexions par sexe



Répartition des connexions par tranche d'âge



Chiffres clés

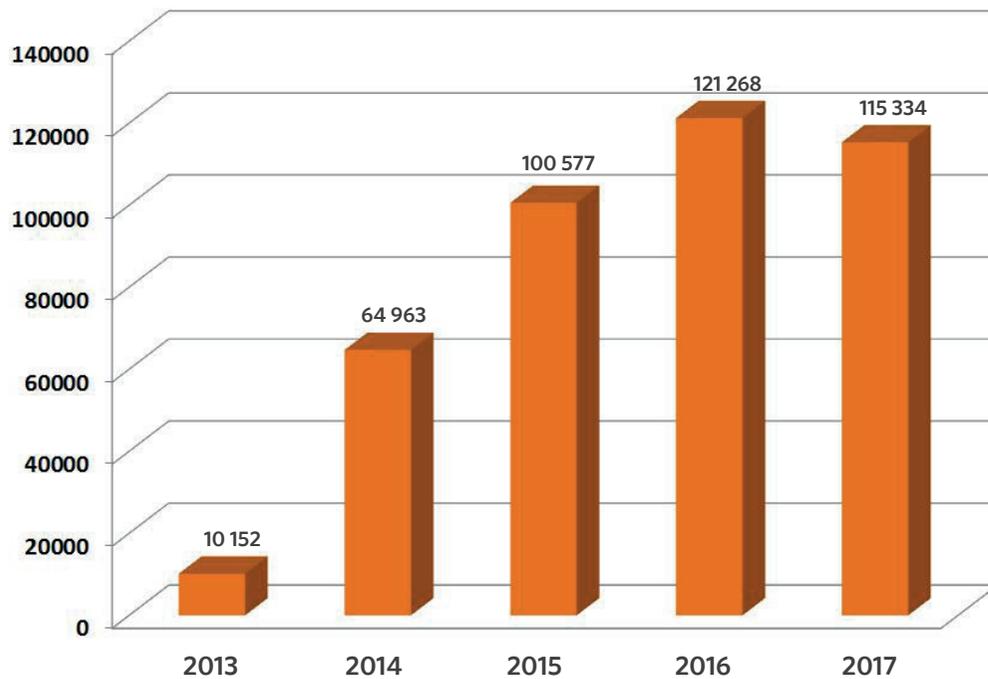
- 1 % du trafic web total
- 14 144 connexions
- 10 646 visiteurs uniques
- 39 042 pages vues soit 2,76 pages par visiteurs
- Durée moyenne d'une visite : 3,04 minutes
- Taux de rebond : 70,92 %

Site terreditinerances.com

Le site terreditinerances.com répond à un double objectif :

- La séduction
- La possibilité pour l'internaute de créer son séjour à l'aide de la cartographie

Connexions cumulées



Connexions en 2017



Perspectives 2018

- Intégration du volet cartographique dans le nouveau site de *Destination Saône & Loire*.
- Arrêt du site.

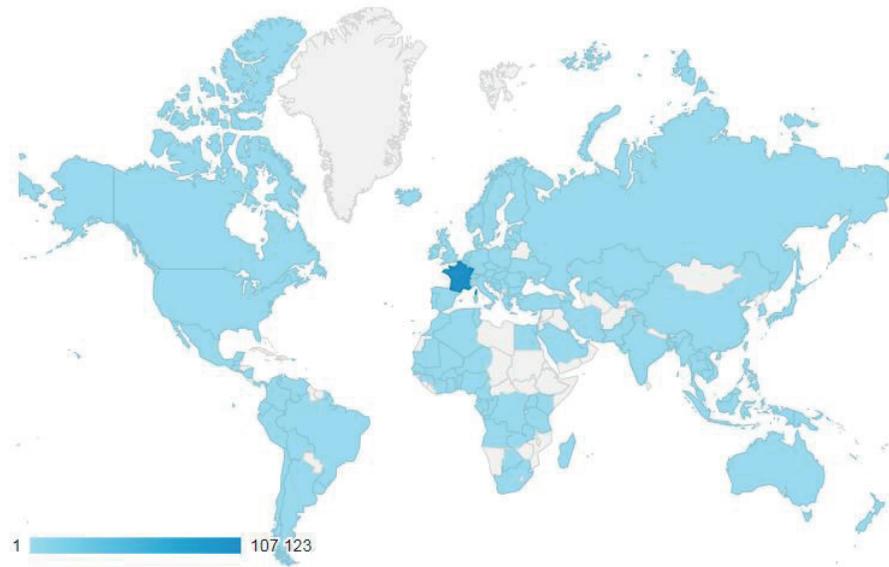
Chiffres clés

- 115 334 connexions, soit - 4,89 % par rapport à 2016
- 97 060 visiteurs uniques, soit - 3,53 % par rapport à 2016
- 244 754 pages vues, soit environ 2,12 pages par visiteur
- Durée moyenne d'une visite : 1,36 minute
- Taux de rebond : 51,66 %

Origine des connexions françaises par région

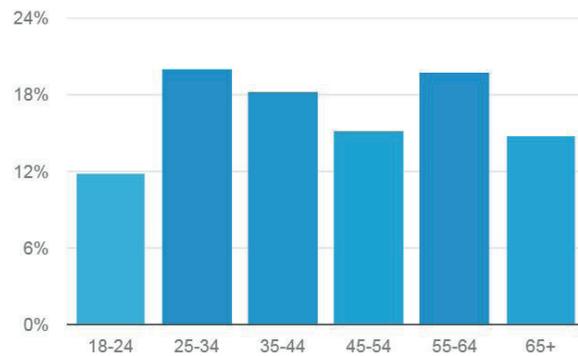
1.	Bourgogne-Franche-Comte	(45,69 %)
2.	Ile-de-France	(21,22 %)
3.	Auvergne-Rhone-Alpes	(18,78 %)
4.	Grand Est	(2,88 %)
5.	Occitanie	(2,18 %)
6.	Provence-Alpes-Cote d'Azur	(1,83 %)
7.	Nouvelle-Aquitaine	(1,69 %)
8.	Hauts-de-France	(1,53 %)
9.	Pays de la Loire	(1,18 %)
10.	Centre-Val de Loire	(1,13 %)

Origine géographique des internautes sur terreditinerances.com Origine des connexions par pays

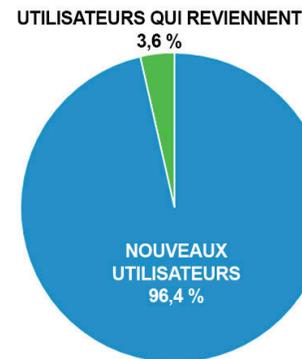


1.	France	(92,88 %)
2.	Belgium	(1,31 %)
3.	Switzerland	(1,20 %)
4.	United States	(0,77 %)
5.	Germany	(0,68 %)
6.	Netherlands	(0,56 %)
7.	United Kingdom	(0,41 %)
8.	Canada	(0,25 %)
9.	(not set)	(0,23 %)
10.	Italy	(0,22 %)

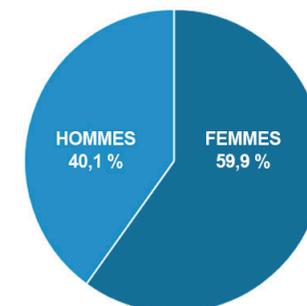
Répartition des connexions par tranche d'âge



Répartition des visiteurs



Répartition des connexions par sexe





Chiffres clés

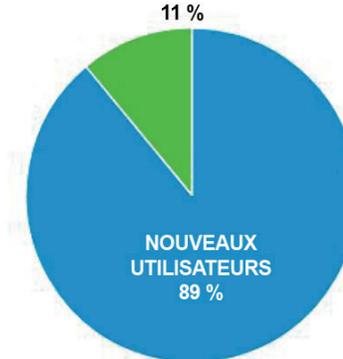
4

Connexions en 2017

Sessions



UTILISATEURS QUI REVIENNENT



Réseaux sociaux

Chiffres en fin d'année 2017



Facebook

+ 2 053 mentions j'aime

8 439 mentions j'aime au total



INSTAGRAM

636 abonnés au total



Twitter

+ 356 followers

962 followers au total



PINTEREST

3 327 = Nb moyen de lecteurs/mois

88 = Nb moyen d'utilisateurs

engagés/mois



YOU TUBE

25 525 vues sur notre chaîne

262 abonnés au total

Facebook représente 71 % de notre trafic web, soit + 2 % par rapport à 2016.

+ 32,15 % d'abonnés en 2017.

Une page relatant les événements de l'Agence *Destination Saône & Loire* a été créée en novembre 2017.

Le compte a été ouvert par l'agence presse Agence 24 en janvier 2017. Depuis mai 2017, il est géré par *Destination Saône & Loire*.

Les 2 hashtags #destination71 et #destinationsaoneetloire regroupent plus de 2000 photos fin 2017.

+ 58,75 % de followers en 2017.

Twitter représente 9 % de notre trafic web, chiffre stable par rapport à 2016.

Pinterest représente 2 % de notre trafic web, soit + 1 % par rapport à 2016.

You Tube représente 1 % de notre trafic web.



Newsletters grand public

Cette information permet de :

- **Fidéliser** et créer du lien avec la clientèle,
- **Mettre en lumière** hébergements et sites touristiques,
- **Favoriser la commercialisation** de produits packagés,
- Donner de la **lisibilité** à la destination,
- **Générer du trafic** sur le site web.

4

Actions menées

- Diffusion de **4 newsletters thématiques** : les offres Country Break, les 20 ans des Voies Vertes en Saône-et-Loire, offres de week-ends en Saône-et-Loire et passez Noël en Saône-et-Loire.

Chiffres clés

- + de **19 600 contacts**
- **7,08 %** taux d'ouverture moyen
- **0,4 %** taux de clics

Perspectives numériques 2018

- Refonte du site internet principal de *Destination Saône & Loire*.
- Arrêt du site internet Terre d'itinérances.
- Participation au comité digital afin de produire un plan d'actions numériques réaliste et cohérent avec la stratégie marketing partagée avec le Collectif Bourgogne.
- Élaborer et mettre en place notre stratégie sur les réseaux sociaux : formation de Community Manager en décembre 2017 pour Cécile Leboucher et accompagnement prévu par LMWR en 2018.
- Mise en place de campagnes Google Adwords et Facebook Ads.



Destination
Saône & Loire

Newsletter n°28 - Décembre 2017



HÉBERGEMENTS  POUR UN BREAK À NOËL



Relations presse

Accompagnement par l'agence de presse Agence 24 jusqu'en octobre 2017 dont les actions visaient la presse nationale et locale.

A partir de novembre 2017, accompagnement par l'agence Air Pur sur les actions presse nationales.

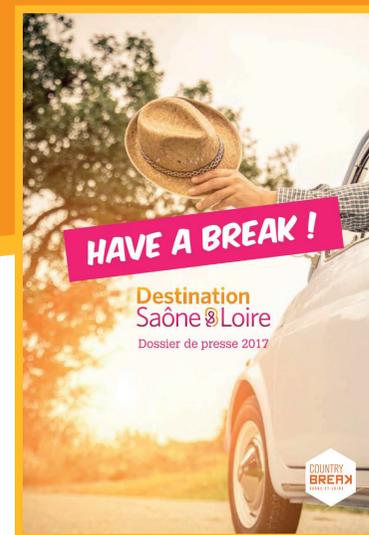
Relations presse internationale menées par Bourgogne-Franche-Comté Tourisme : partenariat financier et technique sur certains accueils presse en France et à l'étranger.

Actions menées

- Participation au **forum Deptour** à Paris en janvier 2017.
- **Réalisation d'un dossier de presse général et de carnets de tendance thématiques** (oenotourisme, cyclotourisme). Envoi de ces supports aux journalistes par l'agence de presse. Mise en ligne sur le site pro de *Destination Saône & Loire*.
- Finalisation du dossier de presse sur le Concours des Villes et Villages Fleuris 2017 pour la remise des prix en février 2017.
- **Assistance technique de l'agence de presse** : accueil de journalistes, réponse aux sollicitations de journalistes.
- **Envoi de communiqués de presse** à la presse écrite/radio/tv départementale et régionale sur l'actualité de *Destination Saône & Loire* dont valorisation des nouveautés Aventures Mômes et des activités spéciales «vacances de printemps». Date de sortie : mi-avril 2017.
- **Carnet de tendance vélo**
Angle de communication : valorisation de la grande boucle de Bourgogne du Sud + zoom sur les 20 ans des Voies Vertes (programme du 23/09/2017).
Date de sortie : 6 juillet 2017. Diffusion à la presse tout au long de l'été.



Conférence de presse bilan touristique.
9 octobre 2017 au Château de Germolles



Chiffres clés

- 13 communiqués de presse envoyés à la presse locale et nationale
- 3 tournages TV
- 5 conférences de presse
- 5 accueils de presse et 2 voyages de presse
- 1 Eductour pour des Tours Operator dans le cadre des 20 ans des Voies Vertes

Retombées majeures à la suite des accueils et demandes presse réalisés en 2017 :

PRESSE ECRITE 2017

- Aujourd'hui en France - « 24h en régions » - Zoom sur la Saint-Vincent Tournante
- Intermedia - La Saône-et-Loire n'est plus seulement une terre de passage
- Belles régions de France : Bourgogne, l'autre pays de Cocagne
- Dijon-Beaune Mag - La Saône-et-Loire séduit les belges, une fois !
- Creusot-Infos : Quand la Saône-et-Loire séduit les belges
- Le JSL - La Saône-et-Loire séduit les belges
- La Dernière Heure - La Saône-et-Loire, destination Break
- Télé Loisirs - Le Mâconnais par Monts et par vins
- Likibu / Hellocoton - Que faire en Saône-et-Loire ?
- Le JSL - Hachette sort un guide sur la Bourgogne du sud
- Le JSL - Digoïn bien valorisé par un guide touristique
- Réussir l'Union paysanne : le Gisement bouillonnant des stations du massif central à zoom sur Bourbon-Lancy
- Meteo Consult - les villes riveraines de la Saône misent sur les croisières fluviales
- Terre de Vins Hors série - Autour des deux roches
- Terre de Vins Hors série - De crus en caves
- L'Yonne Républicaine - Château d'Igé
- Fluvial - Les cyclos sont fous des canaux
- La dépêche du midi - La carte des régions viticoles - destination vacances
- Infos-Dijon.com : Bourgogne, Le Chardonnay Day est de retour
- Cosy Mountain - Pays du Mâconnais unique, 3 escapades sur un territoire unique
- Vitisphère - Bourgogne, à Chardonnay aussi, on fête le Chardonnay Day
- Le JSL - Le Chardonnay Day sous le signe du goût et de la gastronomie
- Macon-Infos - Le Chardonnay Day est de retour
- Teranima - La Bourgogne te le monde entier fêtent le Chardonnay Day
- Terre de Vins - Retour aux sources pour le Chardonnay Day
- Marie Claire - 10 destinations pour découvrir la France
- Avantages - Sur les chemins de la Bourgogne du Sud
- Figaro Magazine - Balade viticole en Bourgogne
- Saveurs et terroirs de France - La Bourgogne, Une terre qui a du goût
- Les nouvelles du bassin de la Loire - Publication du guide Hachette
- Rustica : En Saône-et-Loire
- Le Figaro - Balade viticole en Bourgogne : La Saône-et-Loire
- Femme Actuelle - Circuit à vélo, découverte de la région Bourgogne-Franche-Comté
- Le Figaro Magazine - Balade viticole en Bourgogne
- L'exploitant Agricole - Country Break en Saône-et-Loire, séduire les touristes autrement
- Pleine Vie - Devinez où je dors ce soir
- Pleine Vie - 8 autres hébergements insolites pour passer la nuit

- Fluvial - Etape fluviale Lamartinienne sur la Saône
- Gourmets & Co - Une cuisine de bistrot franche et généreuse
- La Renaissance - Les Voies Vertes ont 20 ans
- Mâcon-Infos - Le concours des villes et villages fleuris débute ce jour
- La Revue des Vins de France - Oenotourisme en Bourgogne : Balade dans l'héritage des moines clunisiens
- Le JSL - Des invités sur la boucle Chalon - Mâcon - Fleurville
- La Renaissance - Les touristes sont bienvenus en Saône-et-Loire
- Le JSL - Huit totems sur les routes du département pour dire bienvenue aux touristes
- Le JSL - Une bonne année pour le tourisme
- France 3 Régions - Un clip de promotion touristique pour séduire les familles
- Femme Actuelle - La Bourgogne au fil de l'eau
- Le Pays Charliu - Découvrir la Saône-et-Loire en famille
- Bing Bang Magazine - In Vino Veritas
- Camping-Car Magazine - En Bourgogne du Sud
- Fluvial - Voies navigables et cyclables de la Petite Saône, entre Scey et Seurre.
- France 3 régions : Salon gastronomique de Lyon, la Saône-et-Loire est le département invité d'honneur

TV 2017

- TLM - Zoom sur la Saint-Valentin à Saint-Amour-Bellevue, JT du soir du 14 février
- TF1 - JT Télévisé de 13h - « La Bourgogne spirituelle » (focus sur l'abbaye de Cluny)
- France 2 - Visites Privées avec Vincent Dedienne à Zoom sur la Roche de Solutré et la ville de Mâcon
- France 3 Bourgogne - Le Chardonnay Day est aussi sur la toile
- France 3 Bourgogne - A Digoïn, au Sud de la Saône-et-Loire
- France 5 TV - Les escapades de Petitrenaud

MEDIA RADIO

- Nostalgie / Chérie FM - interview A. Durix
- France Bleu - Gastronomie en Charolais

Perspectives 2018

- Forum Deptour
- 1 voyage de presse, 1 blog trip, accueils de presse individuels par l'agence de presse
- 1 voyage de presse par *Destination Saône & Loire* et un accueil de blogueur en partenariat avec les 3 ADT de Bourgogne
- 1 dossier de presse généraliste, 2 thématiques et 5 brèves
- Communiqués de presse BtoB et 4 marronniers

Salons

- Salon des Vacances à Bruxelles, février 2017
- Salon International de l'Agriculture à Paris, mars 2017
- Salon du Mahana à Lyon, avril 2017
- Salon Evoluvie à Chalon-sur-Saône, octobre 2017
- Salon Gastronomique à Lyon, décembre 2017



Salon des Vacances - Bruxelles - Février 2017



Salon International de l'Agriculture - Paris - Mars 2017



Salon Mahana Lyon - Avril 2017



Salon Evoluvies - Chalon-sur-Saône Octobre 2017



1er Salon Gastronomique de Lyon Décembre 2017

Perspectives 2018

- Salon des Vacances à Bruxelles
- Salon International de l'Agriculture à Paris
- Salon Mahana à Lyon

Partenariats

Actions menées

Autoroute infos 2017 :

La 73^e édition de la Saint Vincent tournante, fête traditionnelle viticole s'est déroulée les 28 et 29 janvier à Mercurey et a accueilli 100 000 visiteurs : un bilan exceptionnel !

7 reportages de 2 minutes chacun de cette appellation avec au micro d'Autoroute Info :

- Thierry JEANIN-NALTET, Président de la St Vincent 2017
- Amaury DEVILLARD, Président du syndicat des vignerons de Mercurey
- Dominique JUILLLOT, Maire de Mercurey
- Nelly, Dominique, Anne et Annie, bénévoles
- Jean-Claude THEULO, Vigneron à Mercurey
- Paul DE LAUNAY, ancien vigneron de Mercurey
- Michel JUILLLOT, ancien vigneron de Mercurey

Partenariat Destination Saône & Loire avec :

- Autoroute Info pour une présence du 15 octobre 2016 au 29 janvier 2017 avec 121 diffusions des sujets de 2 minutes.
- Le Comité d'organisation de la Saint Vincent tournante.



Destination Saône & Loire a soutenu plusieurs événements :

- La Saint Vincent tournante en janvier à Mercurey
- L'Élan Chalon Basket : devenu Champion de France en 2017 !
- Le Marathon des Vins de la Côte Chalonnaise en mars à Givry
- Le Salon International de l'Agriculture en mars à Paris
- Le Paris-Nice en mars à Chalon-sur-Saône
- Le Chardonnay Day en mai à Chardonnay
- Le Festival des RDV de Juillet en juillet à Autun et Bibracte
- Aérauto en juillet à Tounus
- La Foire de Charolles , du Grand chalon et du Creusot du 9 septembre au 16 octobre
- La Confrérie de la Gaufrette Mâconnaise en septembre à Mâcon
- La Paulée en octobre à Chalon-sur-Saône
- Le Salon Evoluives en octobre à Chalon-sur-Saône
- Le Salon de la Gastronomie de Lyon en décembre à Lyon



Paris-Nice - Chalon-sur-Saône - Mars 2017



Plaquette réalisée pour les journalistes suivant l'équipe de l'Élan Chalon

A39 / Aire du Poulet de Bresse

Espace de promotion touristique du Conseil départemental confié en gestion à *Destination Saône & Loire* sur l'aire de repos du Poulet de Bresse de l'A39. Présence d'une personne durant 7 jours en juillet et 5 jours sur le mois d'août pour assurer la promotion de la Saône-et-Loire auprès des voyageurs.



Perspectives 2018

- Promotion du département **par le biais des outils numériques** tout au long de l'année. Proposition d'occupation de l'espace A39 par les Offices de Tourisme et partenaires privés.

Chiffres clés

388 demandes de documentation ont été comptabilisées sur l'année 2017 dont 50 sur la borne de l'A 39

Totems «Bienvenue en Saône & Loire»



Des totems « Bienvenue en Saône-et-Loire » ont été installés pour saluer les touristes aux principales portes d'entrée du département.

- Inauguration du totem de Saint-Racho le 6 octobre 2017.
- 7 totems sont implantés fin 2017 et 6 autres sont à venir en 2018.

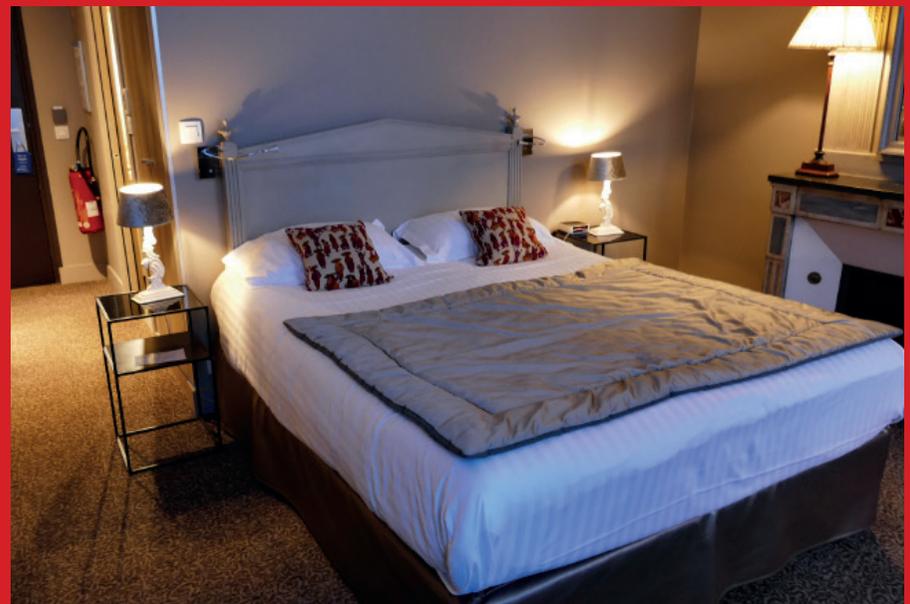


5.Produire et mettre en marché

Les supports et les messages sont mis en place pour **informer et intéresser les futurs clients**. Ils sont définis en tenant compte :

- **des clients ciblés** : ils doivent être rédigés spécifiquement pour le client, en se mettant à sa place ;
- **de l'image à véhiculer** : celle-ci doit être cohérente avec la stratégie choisie. La base de données commune à la région et aux 3 ADT de Bourgogne, permet la diffusion d'informations identiques sur des supports variés avec des positionnements différents. Dans un contexte d'incertitude des politiques territoriales, la mutualisation permet la rationalisation des coûts et donne collectivement accès à des outils et service inenvisageables jusqu'ici.

- Système d'information touristique56
- Web-réservation.....58



Système d'Information Touristique

Le **Système d'Information Touristique (SIT)** de Destination Saône & Loire est géré avec l'outil Tourinsoft (outil des Offices de Tourisme de Saône-et-Loire, du CRT Bourgogne et des ADT de Bourgogne).

Toutes les données sont centralisées dans cette base de données pour pouvoir ensuite être diffusées sur les sites Internet :

- de Destination Saône & Loire
- de Bourgogne - Franche-Comté Tourisme
- sur les sites internet des Offices de Tourisme :
 - du Grand Chalon
 - de La Clayette - Chauffailles en Brionnais
 - de Cluny et du Clunisois
 - de Creusot-Montceau
 - des Verts Vallons de Sud Bourgogne
 - du Pays de la Bresse Bourguignonne
 - de Paray-le-Monial
 - du Mâconnais Tournugeois
 - de Marcigny-Semur (en cours)
- et de ceux du Parc Naturel Régional du Morvan, du Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne
- sur les terminaux GPS de TomTom
- sur le site de France Vélo Tourisme
- sur les applications mobiles : Vins et tourisme - Bourgogne Rando vignes - Second Guide
- sur le géoportail GéoBourgogne
- sur l'annuaire des services à proximité proposé par E-Bourgogne
- sur le site internet www.tousvoisins.com

Objectifs

- Mutualiser les données en évitant les multiples saisies entre les différents échelons (régional, départemental, local).
- Renforcer l'utilisation de l'extranet VIT (Votre Information Touristique) par les prestataires touristiques et les sensibiliser via leurs offices de tourisme.
- Répartir la collecte des informations entre les offices de tourisme et Destination Saône & Loire.
- Développer les partenariats avec les Offices de Tourisme et les Pays.
- Suivre la mise en place du projet «Data Tourisme».

Actions menées

- **Extranet « VIT » (= Votre Information Touristique) :**
 - Extranet dédié à la mise à jour des données (<http://vit-bourgogne.tourinsoft.com>) auquel tous les prestataires touristiques de Saône-et-Loire ont accès à partir du moment où ils ont déclaré une adresse mail pour mettre à jour leurs informations. Accessible 24h/24 et 7 jours/7.
 - Mise en place d'ateliers numériques sur le VIT à destination des prestataires touristiques en partenariat avec les Offices de Tourisme demandeurs.
 - En 2017, 3 ateliers ont été dispensés en partenariat avec l'Office de Tourisme d'Autun et La Clayette auprès des prestataires touristiques de leur zone de compétences.
- **Formations réalisées par Destination Saône & Loire sur le SIT :**
 - 2 sessions de formation pour la saisie dans le SIT à destination des Offices de Tourisme de Mâcon et Buxy.
- **Syndications mises en place pour alimenter les sites Internet des partenaires :**
 - Développement de partenariats avec les Offices de Tourisme pour l'alimentation de leur site Internet via des syndications émanant de Tourinsoft. En 2017, 10 sites d'OT sont alimentés à partir des flux Tourinsoft. Les syndications sont soit mises en place par la Mascott, soit par *Destination Saône & Loire*. *Destination Saône & Loire* a mis en place les syndications pour les Offices de Tourisme de Chauffailles, La Clayette et Marcigny.
 - D'autres Offices de Tourisme ont en projet en 2018 d'alimenter leur site Internet via les flux Tourinsoft.



▪ **Partenariat avec Bourgogne - Franche-Comté Tourisme :**

- Participation tout au long de l'année aux différents COPIL régionaux dédiés au SRIT.
- Participation à l'e-club Tourinsoft rassemblant tous les utilisateurs (ADT/CRT) de Tourinsoft : présentation par Faire Savoir des évolutions apportées à l'outil, participation à des ateliers pour faire évoluer l'outil.

▪ **Futur Système d'Informations Touristiques (SIT) Bourgogne - Franche-Comté :**

Suite à la fusion des CRT des 2 régions, une réflexion a été menée pour travailler sur un seul et même outil de SIT ; la Bourgogne travaillant avec Tourinsoft et la Franche-Comté avec LEI. Un audit a donc été commandité par le CRT auprès de la société Logitourisme en juin 2016 afin d'analyser les fonctionnalités des deux outils.

Il a été décidé suite à cet audit, de lancer un appel d'offres.

Le 13 janvier 2017 a été organisé le 1^{er} atelier sur le futur SIT Bourgogne - Franche-Comté. Tous les OT et ADT de Bourgogne - Franche-Comté étaient invités et ont élu à cette occasion, les membres siégeant au sein du comité de pilotage pour travailler sur le périmètre fonctionnel du nouvel outil, le mode de gouvernance et l'animation.

Destination Saône & Loire a été élue pour faire partie de ce comité de pilotage et a donc participé aux différents groupes de travail tout au long de l'année.

Suite à l'appel d'offres, l'outil Tourinsoft a été retenu. Un nouveau mode de gouvernance va voir le jour ainsi qu'une nouvelle structure de SIT se basant sur DataTourisme.

▪ **Création de formulaires en ligne pour :**

- Aventures Mômes pour collecte des données nécessaires pour la réalisation de la brochure.
- Evénements DSL (bourse d'échanges, lancement de saison, assemblée générale...)
- Calendrier des randonnées organisées

▪ **DATAtourisme :**

- Suivi du projet et des offres intégrées aux flux mis en place par Bourgogne - Franche-Comté Tourisme. Sensibilisation des Offices de Tourisme sur les Conditions Générales d'Utilisation des Données qui doivent être obligatoirement signées par chaque prestataire touristique répertorié dans le SIT pour pouvoir être intégré dans le flux DATAtourisme.

▪ **E-mailing auprès des prestataires :**

- 16 e-mailings ont été adressés à partir de Tourinsoft à l'ensemble des prestataires touristiques pour les informer régulièrement des événements organisés par DSL, des nouveautés... (guide Hachette, lancement de saison, nouvelle page Facebook pro...).

Perspectives 2018

- Participation aux comités techniques du futur SIT, à la mise en place du nouveau mode de gouvernance à l'échelle départementale.
- Poursuite du développement des partenariats avec les OT/Pays dans l'alimentation de leurs sites Internet à partir de Tourinsoft.
- Mise en place de formations à destination des personnels des OT à Tourinsoft avec sensibilisation à l'extranet VIT.
- Poursuite de l'animation auprès des OT sur la saisie au sein du SIT dont les objectifs sont de laisser plus d'autonomie aux OT sur la mise à jour des données et sur la qualification des données au sein du SIT.
- Suivi du projet «DATAtourisme» en collaboration avec Bourgogne - Franche-Comté Tourisme et les autres ADT de Bourgogne - Franche-Comté.

Chiffres clés

- **10 sites** Internet d'OTSI alimentés à partir de Tourinsoft
- **1 site** Internet de Pays alimenté à partir de Tourinsoft
- **8 000 offres** en Saône-et-Loire répertoriées dans le SIT
- **Moins de 20 %** des prestataires utilisent l'extranet VIT pour mettre à jour leurs informations
- **80 %** des Offices de Tourisme alimentent régulièrement le SIT

Web-réservation

Destination Saône & Loire s'est dotée de l'outil de vente «Ingenie». Cette plateforme regroupe :

- une place de marché : un système informatique permettant de mettre en lien les prestataires touristiques du département et les clients internautes.
- une centrale de réservation : un système informatique permettant aux Offices de Tourisme de Saône-et-Loire de vendre en leur nom des produits touristiques et prestations dans le cadre de leur autorisation de commercialisation.

8 offices de tourisme sont partenaires au projet pour la mise en place de la webréservation : Autun, Bourbon-Lancy, Chalon-sur-Saône, Cluny, Le Creusot, Louhans, Mâcon, Paray-le-Monial.

Objectifs :

- Proposer aux clients d'acheter une prestation sur le site Internet d'un office de tourisme ou de Destination Saône & Loire.
- Permettre à tous les prestataires touristiques du département d'accéder à un outil de vente en ligne et d'en disposer sur leur propre site Internet.

Actions menées

- **Copils** : Mise en place de copils réguliers avec les 8 OT partenaires.

- **Évolutions** :

Passerelles :

- Partenariat avec le Relais des Gîtes de France de Saône-et-Loire : une passerelle avec ITEA (Relais des Gîtes de France de Saône-et-Loire) a été commandée afin d'élargir l'offre en hébergements locatifs et collectifs, réservable via le moteur de réservation Ingenie. Les avantages principaux pour l'hébergeur Gîtes de France sont de n'avoir à gérer qu'un seul planning et d'être réservable sur les sites de Destination Saône & Loire et des OT sans coût supplémentaire. Ouverture lors du lancement du prochain site de Destination Saône & Loire (avril 2018).
- CToutVert : étude pour la mise en place de la passerelle entre Ingenie et CToutVert. En 2017, aucun prestataire n'a fait la demande pour la mise en place.

Moteur de recherche :

Le moteur de recherche créé à l'origine du projet n'était pas satisfaisant au vue des offres qui étaient indexées au sein du moteur de réservation. 3 rubriques existaient (activités, billetterie et hébergements). L'internaute avait du mal à retrouver une offre qui pouvait être à la fois répertoriée dans activités et dans billetterie. Il a donc été décidé de fusionner ces 2 rubriques pour ne faire plus qu'une seule rubrique «Billetterie» et de créer des sous-rubriques. Mise en place du nouveau moteur sur les sites de Destination Saône & Loire et des OT le 09/11/2017.

Protocole HTTPS :

Il a été décidé de mettre en place le protocole sécurisé «https» pour les sites Internet de l'Agence et des OT pour des raisons de sécurité et d'optimisation du référencement naturel.

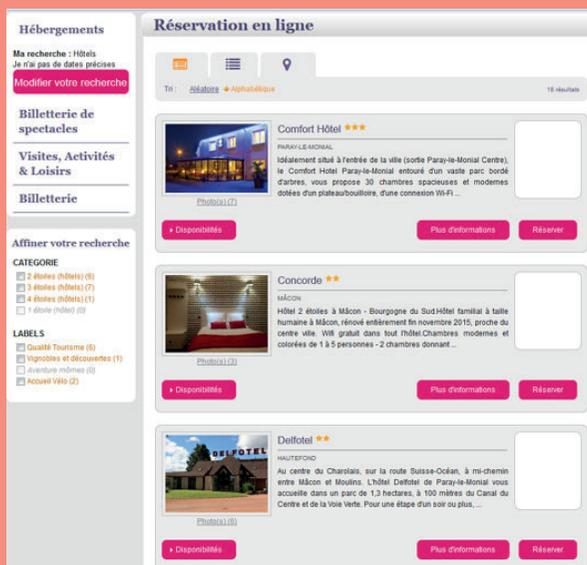
Mise en ligne le 21/11/2017.

Séjours packagés :

Une réflexion a été menée pour intégrer la vente de séjours packagés dans l'outil. Une formation de 2 jours a été proposée aux OT. Aucun OT n'étant intéressé par cette formation, celle-ci n'a pas eu lieu. Elle sera de nouveau proposée sur 2018.

- **Suivi du déploiement** :

- Suivi du déploiement de l'outil sur les sites internet d'OT.
- Suivi de la mise en place de widgets permettant aux prestataires d'intégrer le module de réservation sur leur propre site internet.



Perspectives 2018

- Mise en place de la passerelle ITEA.
- Etude à mener pour la mise en place d'autres passerelles type Xotelia, CToutVert... si des demandes sont formulées par des prestataires.
- Faire adhérer le maximum de prestataires touristiques à l'outil de vente en ligne notamment tous les prestataires identifiés Country Break et ce, via les offices de tourisme.
- Commercialiser des packages Country Break en partenariat avec l'agence réceptive Bourgogne Découvertes.
- Mettre en place les widgets prestataires directement sur les sites Internet des prestataires.
- Réfléchir à la mise en place du cross selling sur les sites Internet d'offices de tourisme et au décloisonnement des ventes entre OT.

Chiffres clés

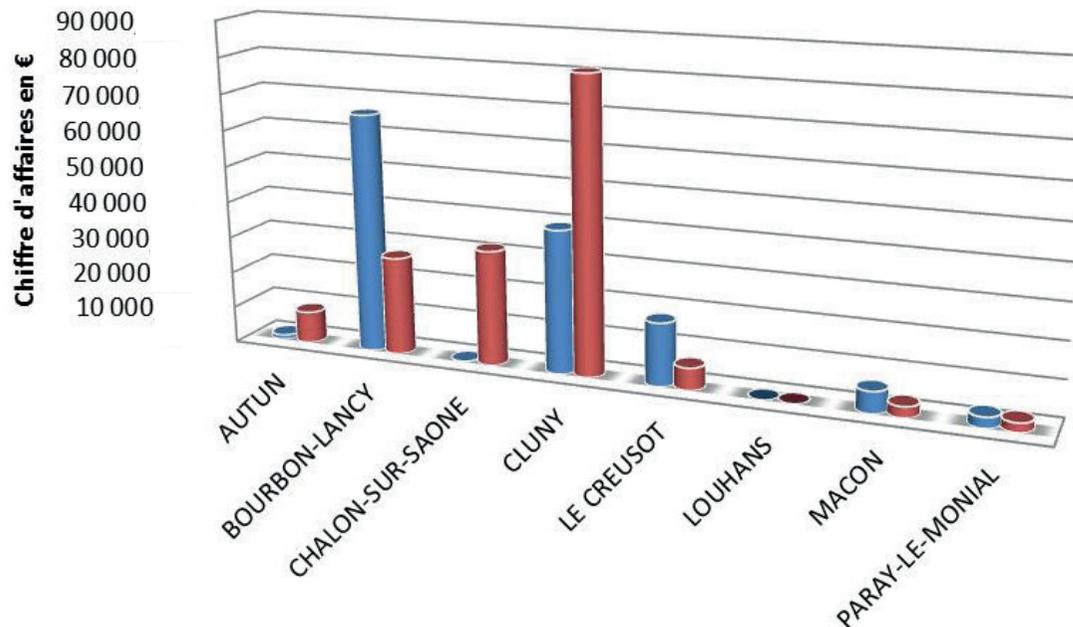
- **8 Offices** de Tourisme partenaires
- **159 853,90 euros** de chiffres d'affaires réalisés sur 2017. Progression de + de 8 % par rapport à 2016

Hébergements

Billetterie

- Evénements (spectacles, festivals, concerts...)
- Visites guidées
- Sites, monuments et musées
- Vins et gastronomie
- Activités de loisirs
- Boutique
- Stages

Progression des ventes par Office de Tourisme



	AUTUN	BOURBON-LANCY	CHALON-SUR-SAONE	CLUNY	LE CREUSOT	LOUHANS	MACON	PARAY-LE-MONIAL
■ Année 2016	1 221,60	65 851,90	194,00	39 335,50	17 292,00	-	5 920,80	2 910,40
■ Année 2017	8 700,60	26 959,00	31 659,50	80 973,90	6 087,60	-	2 958,60	2 514,70



6. Accompagner les acteurs locaux

Accompagner les producteurs et les prestataires de l'offre touristique des territoires est l'une des missions fondatrices de Destination Saône & Loire. L'attention prêté en permanence aux nouvelles tendances de consommation touristique et aux potentialités des territoires permet de faire émerger régulièrement des produits qui participent concrètement au renouvellement de l'attractivité de la destination Saône-et-Loire.

- Comités de Pilotage 62
- Bourse d'échanges 62
- Newsletter pro..... 62
- Observatoire 63



Comités de Pilotage

L'Agence a poursuivi son travail de mutualisation avec les offices de tourisme et les pays, pour les outils informatiques et les salons. Il en ressort une volonté partagée d'échanger pour faciliter la circulation des informations et instaurer un relationnel fructueux entre les acteurs institutionnels.

Une quinzaine de partenaires participent en moyenne à chaque rencontre. Tous les sujets y sont traités : salons, évènementiels, SIT ; échanges d'informations sur les sujets d'actualité, mise en place d'une web-réservation, partenariats, appel à projets, perspectives de développement...

6

Bourse d'échanges

Le Mâconnais a accueilli le 6 avril 2017 l'annuelle bourse d'échanges en documentations touristiques. Les professionnels du tourisme se sont retrouvés à la salle des fêtes de Sennecé-les-Mâcon pour une matinée riche en échange de documentations avant de débiter la saison touristique.

Chiffres clés

- 2 000 professionnels invités
- 73 exposants
- 48 092 dépliants *Destination Saône & Loire* diffusés

Newsletter pro

Communiquer en direction des professionnels, c'est avant tout rendre compte des actions de Destination Saône & Loire et informer sur les initiatives des acteurs du tourisme. C'est aussi apporter une information fréquente aux prestataires et partenaires.

Actions menées

Diffusion de 3 newsletters d'information sur l'activité et les actions de *Destination Saône & Loire*.

Chiffres clés

- 2 190 contacts
- 21,12 % taux d'ouverture moyen
- 4,96 % taux de clics

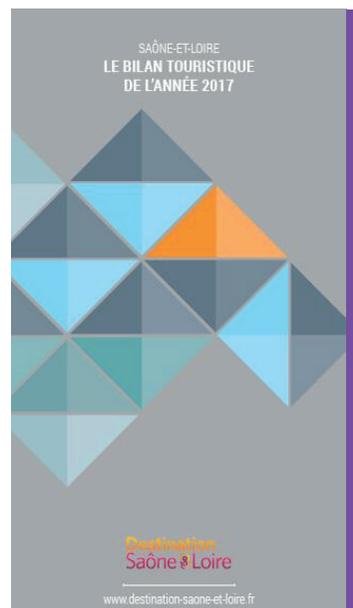
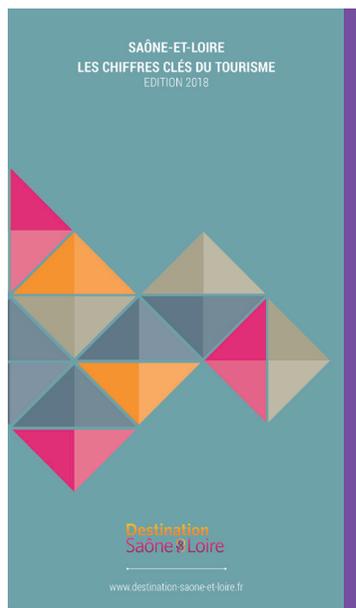


Observatoire

Le tourisme représente un enjeu majeur du développement économique en Saône-et-Loire. Il est devenu un secteur très concurrentiel. Pour rester compétitif, il est indispensable de suivre l'évolution des marchés, d'affiner la connaissance de l'offre et de la demande, de mieux cerner les attentes et la satisfaction des clientèles. C'est tout l'enjeu de l'observatoire de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme dans son accompagnement de l'Agence *Destination Saône & Loire*.

Concrètement, il s'agit de :

- **Collecter une information pertinente**, soit par le biais de sources de données quantitatives ou qualitatives déjà existantes, soit en proposant et en déployant des solutions de récolte des données manquantes.
- **Analyser l'information** afin de disposer d'une meilleure vision sur l'adéquation entre l'offre et la demande (fréquentation et attentes des clientèles). Positionner le département par rapport au contexte national ou local en dégagant les spécificités départementales.
- **Restituer l'information** en fonction des besoins de chaque professionnel du tourisme, privé ou institutionnel, pour que chacun puisse disposer des éléments d'aide à la décision.



Actions menées

- **2 notes de conjonctures** réalisées au niveau départemental dans l'objectif de donner des tendances sur le niveau de fréquentation et son évolution par rapport à l'année précédente.
- Sollicitation à l'**enquête annuelle de conjoncture** menée par le Réseau National des Destinations Touristiques (RN2D), sur 3 périodes.
- **Assistance aux porteurs de projets**, prestataires, associations, étudiants, cabinets d'études liée aux demandes concernant l'observation statistique : traitement d'une trentaine de demandes sans compter les Appels à Projets.

Perspectives 2018

- Mutualisation et réalisation de l'observatoire touristique par le CRT :
 - Edition des chiffres clés de la Saône-et-Loire
 - 3 notes de conjoncture
 - 1 bilan annuel de fréquentation touristique

Chiffres clés (comparaison par rapport à 2016)

- **2 150 000 nuitées** dans les hébergements marchands (hôtels, campings, meublés) soit une hausse de 4,5 %.
- Plus de **145 000 lits touristiques** dont 31 500 en hébergements marchands
- **78 % de lits non marchands** (résidences secondaires)
- **5 570 emplois liés aux activités touristiques** en moyenne sur l'année soit **2,8% de l'emploi total en Saône-et-Loire**
- Origines des touristes français en Saône-et-Loire : 33,8 % IDF, 20,1 % Auvergne-Rhône-Alpes, 8 % Alsace-Lorraine
- **Durée moyenne du séjour :**
 - 1,35 jour en hôtellerie
 - 2,42 jours en camping
 - 7,65 jours pour les gîtes ruraux
- Répartition des clientèles : **73,2 %** de clientèle française soit une progression de 3,3 % et **26,8 %** de clientèle étrangère.

La Saône-et-Loire est le **3^{ème}** département en part de marchés au niveau de l'accueil de touristes français dans la catégorie des départements dits «campagne».

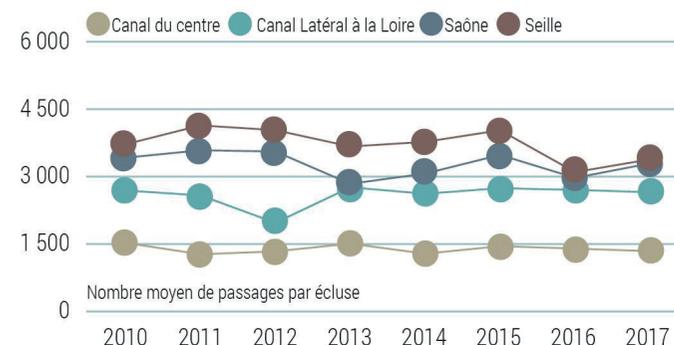
Source SOFRES 2017

La Saône-et-Loire, **1^{er}** département de Bourgogne-Franche-Comté en terme de nuitées françaises marchandes et non-marchandes.

Source : INSEE 2017

- LE TOURISME FLUVIAL -

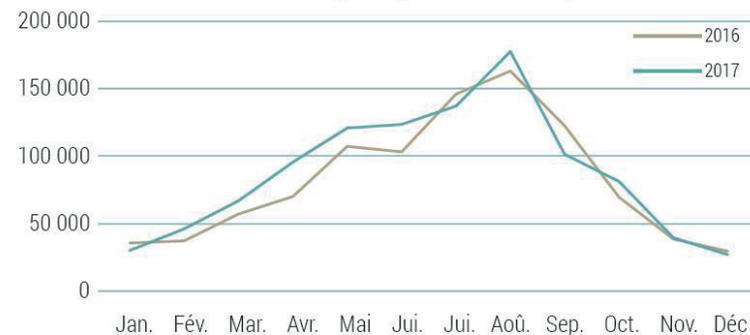
- EVOLUTION DU TRAFIC DE PLAISANCE -



- LES ACTIVITÉS DE LOISIRS -

- LE VÉLO -

- Saisonnalité des passages aux écompteurs -



46^e département pour les nuitées françaises (contre 47^e département en 2016 !).

Source : INSEE 2017



Digoin

7. Rapport financier 2017



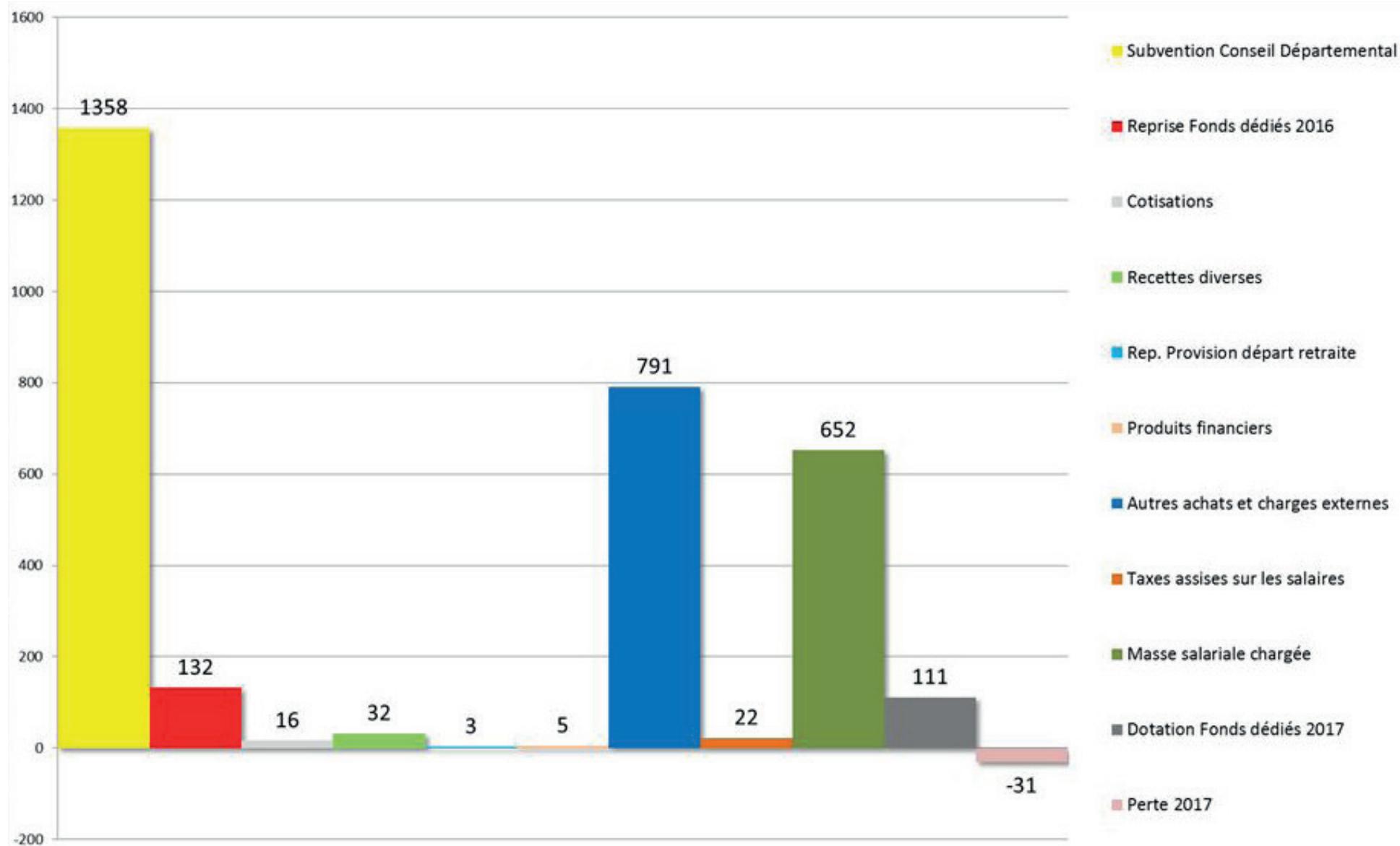
- Rapport financier 2017.....68



Rapport financier 2017

Compte de résultat 2017 Chiffres en K

7

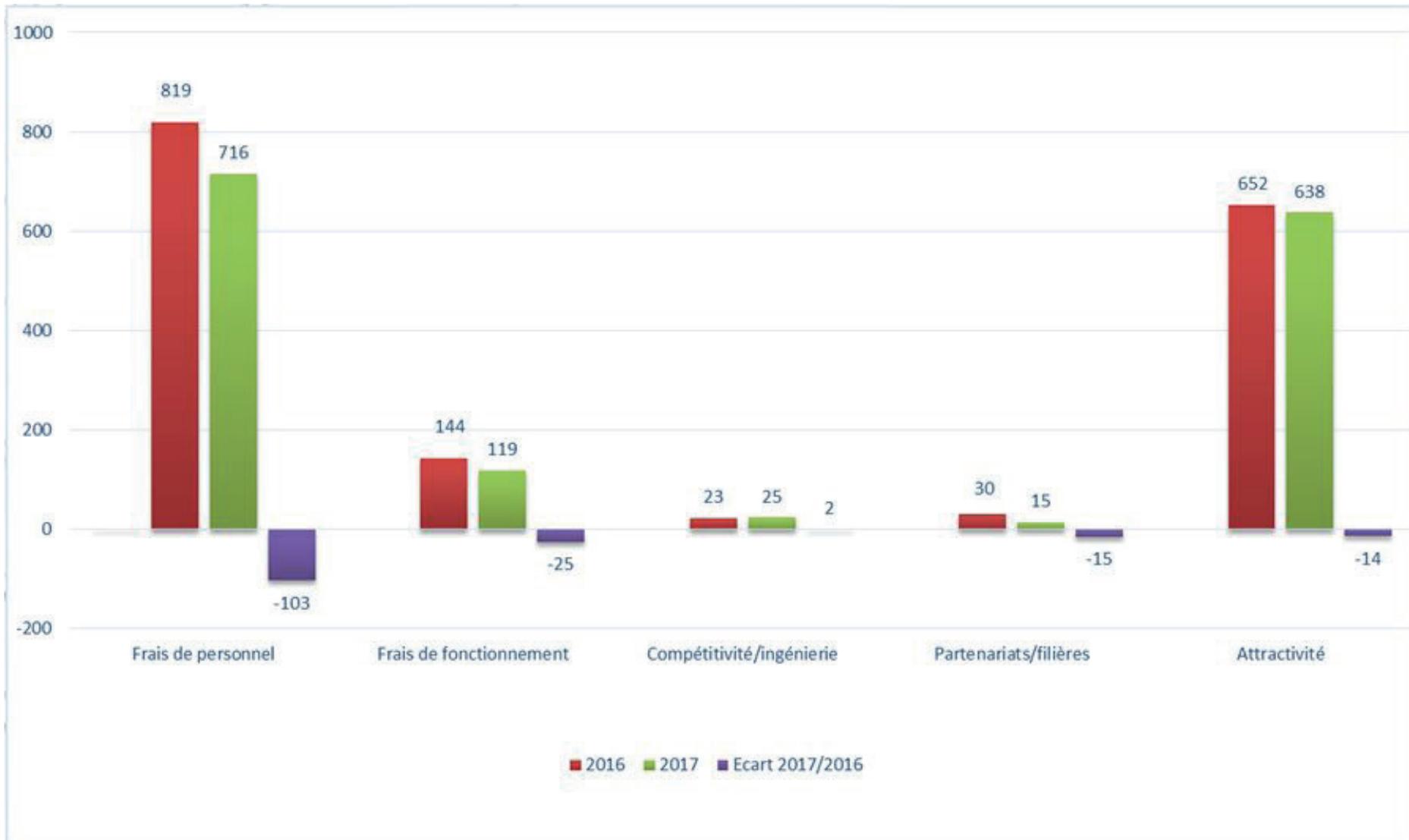


Produits 2017 Chiffres en K

Libellés	Montants perçus en 2017 par l'ADPT 71	Comptabilisation des produits perçus en 2017
Subvention de fonctionnement reçue du Conseil Départemental de Saône-et-Loire	1 358	Sur la subvention globale du Conseil Départemental de 1450 K€, 1 358 K€ sont passés en subvention de fonctionnement et 92 K€ en subvention d'investissement.
Cotisations	16	16 K€ comptabilisés en cotisations des adhérents.
Recettes démarche de qualifications et recettes diverses	25	2 K€ pour l'accueil vélo, 5 K€ pour la démarche qualification fleurissement et 9 K€ pour la WEB RESA.
TOTAL EXERCICE 2017	1 399	

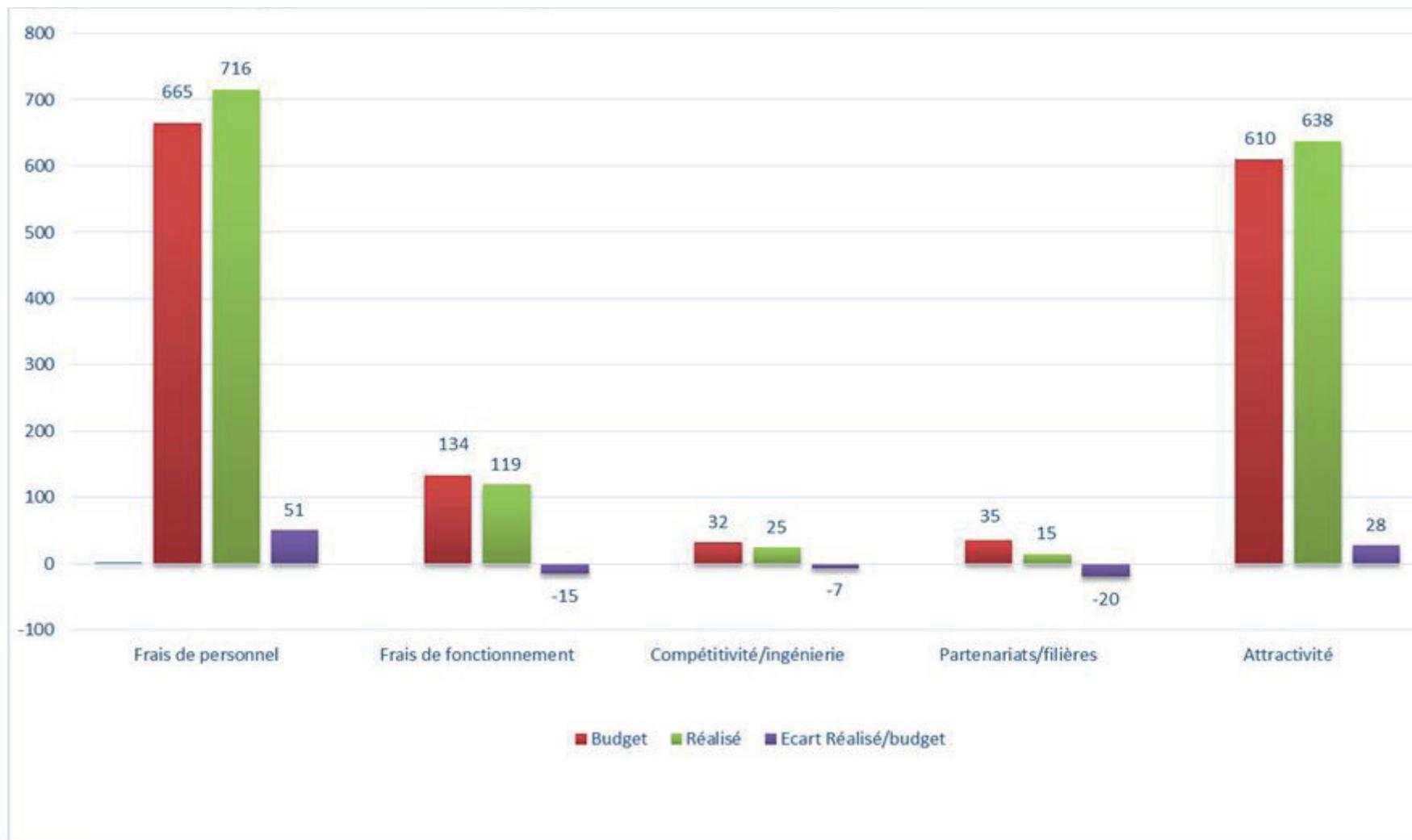
Comparatif charges 2017/2016

Chiffres en K



Comparatif budget 2017/2016

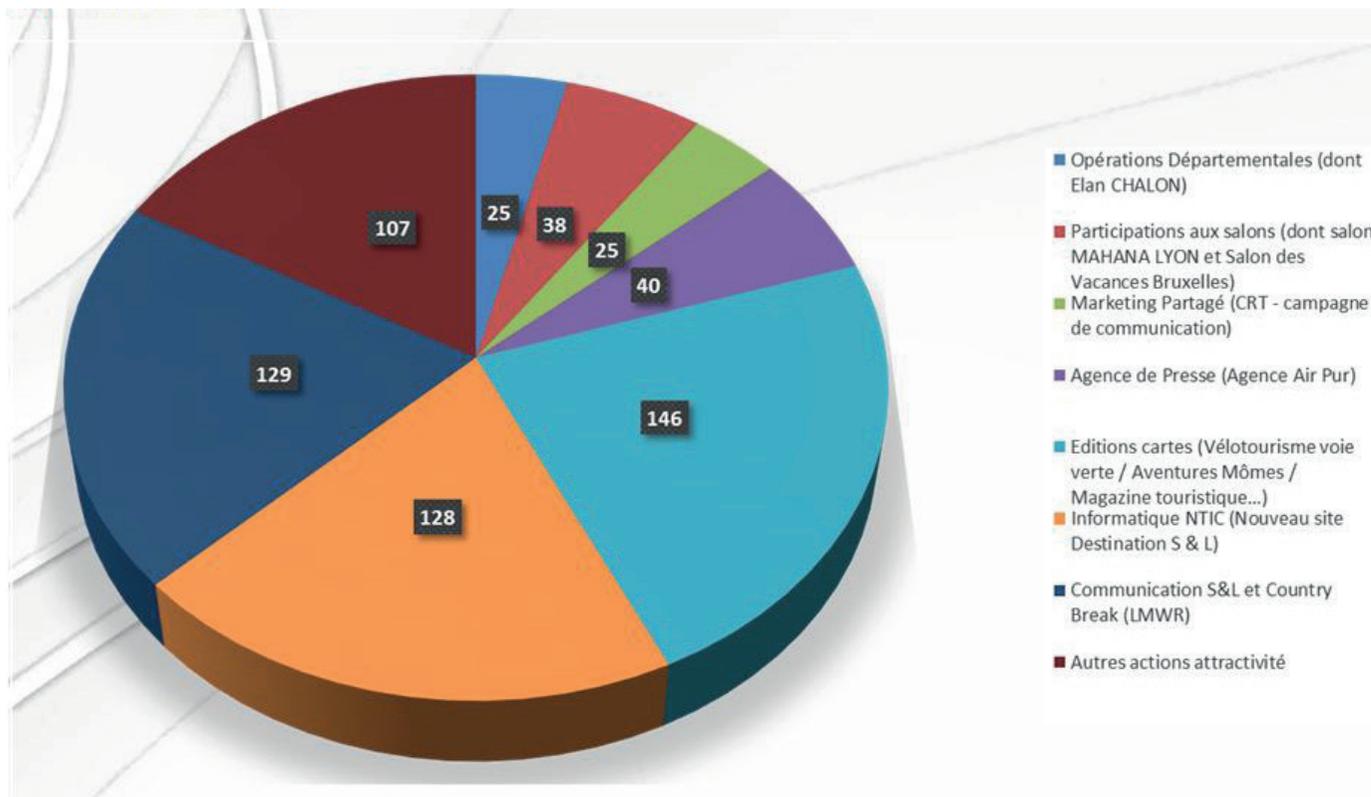
Chiffres en K



Principales dépenses de l'Attractivité

Chiffres en K

7



Bilan actif 12/2017

Chiffres en K

	2017	2016	Commentaires
Actif net immobilisé	154	92	Investissements de 92 K€ (site Destination S&L)
Autres créances	234	31	Notamment solde subvention CD
Trésorerie	571	877	Baisse de la trésorerie du fait de l'attente du versement du solde de la subvention
<i>Dont placements</i>	545	838	
<i>Dont disponibilités</i>	26	39	
Charges payées d'avance 2017	5	6	
TOTAL ACTIF	964	1 006	

Bilan passif 12/2017

Chiffres en K

	2017	2016	Commentaires
Fonds associatifs	349	319	
<i>Dont résultat</i>	- 32	- 147	
<i>Dont <u>subv.</u> investissement</i>	153	91	
Provision	80	83	IFC : indemnités fin de carrière
<i>Dont prov. IFC</i>	80	83	
Fournisseurs	325	389	
Dettes fiscales et sociales	99	83	Fiscal : 5 K€ Social : 94 K€
Fonds dédiés	111	132	Notamment traduction du site Destination S&L et campagne AdWords
TOTAL PASSIF	964	1 006	

Destination Saône & Loire

L'agence de développement
touristique et de promotion
du territoire de Saône-et-Loire

389 av. de Lattre de Tassigny
71000 Mâcon - France

T I : +33 (0) 3 85 21 02 20
destination-saone-et-loire.fr
info@adt71.com |    