



Rapport d'activité

2018

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.....	16
▪ 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

▪ Actions de communication 2018	34
▪ Stratégie digitale	34
▪ Site destination-saone-et-loire.fr	35
▪ Site country-break-bourgogne.fr	38
▪ Réseaux sociaux.....	40

▪ Newsletters grand public.....	42
▪ Éditions	43
▪ Photothèque	46
▪ Relations presse.....	47
▪ Salons	51
▪ Partenariats.....	52
▪ Les Aires d'Autoroute : A6 et A39	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
▪ Informations pour les professionnels du tourisme	63
▪ Observatoire	64
▪ Lancement de saison	66

7 • Rapport financier

▪ Rapport financier 2018	70
--------------------------------	----

COPYRIGHTS : DSL - AdobeStock, Michel Joly, Roberjot Frederic, Véronique Givord, Damien Lachas, Agence aiRPur, Amédée de Almeida, Yves Goux, Cécile Leboucher, Nathalie Bonnetain, Lyonel Chocat, Laëtitia Girardon, Aurélien Ibanez/Bourgogne Live Prod, Aloha Studio, Adéquat i.d., Hervé Nègre, LMWR/Grégory Voivenel, Gettyimages, Shutterstock.

Maison Tandem Cluny/Cédric Michon - Ville de Chalon - OT Chalon/Jérôme Marche

Édito



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

Au rendez-vous du numérique !

Au cours de ces dernières années, les touristes s'appuient de plus en plus sur les outils numériques pour préparer, organiser, réserver leurs séjours ou encore se déplacer.

L'Agence de Développement Touristique a parfaitement compris cet enjeu majeur. Ainsi depuis 2015, l'Agence conduit une véritable stratégie digitale, afin de rattraper le retard pris dans ce domaine et renforcer l'attractivité touristique de la Saône-et-Loire.

Après plus de dix mois de travail, l'Agence s'est dotée d'un nouveau site internet mettant en avant nos filières prioritaires et l'offre Country Break. Cet outil répond parfaitement aux attentes des touristes toujours en quête de nouvelles expériences.

Dans cette même ligne, l'Agence a mis en place l'application gratuite Voie Verte 71 afin de compléter l'offre en mettant en avant 45 points d'intérêt touristique sur la Grande Boucle de Bourgogne du Sud. Avec ses 145 km, il s'agit même aujourd'hui du seul grand tour à vélo de toute la région Bourgogne-Franche-Comté à être muni d'un équipement numérique aussi complet !

Afin de se démarquer de nos concurrents, nous avons également renforcé la visibilité de la Saône-et-Loire sur les réseaux sociaux (facebook, instagram, twitter). De même, l'Agence a réalisé des campagnes Google Adwords qui permettent de générer du trafic sur notre site internet à l'approche de la saison estivale.

Nous pourrions être satisfaits de ce travail, mais nous avons voulu aller encore plus loin en 2019 ! En effet, la Saône-et-Loire est aujourd'hui équipée de l'application web : www.route71.fr « Route 71 - Bourgogne du Sud », une application portée par le Département de Saône-et-Loire. Elle permet aux visiteurs de créer des parcours personnalisés de visites de caves, du patrimoine et d'activités dans les différentes thématiques. En quelques clics, il est possible de découvrir son programme et obtenir des informations sur les bonnes tables et les hébergements à proximité.

Vous le voyez au travers de ces projets innovants, nous sommes parfaitement au rendez-vous du numérique !

En parallèle, l'Agence poursuit les campagnes d'affichage, les accueils de presse, la conception des éditions et les salons avec l'ensemble des acteurs du tourisme.

Toutes ces actions menées n'ont qu'un seul objectif : faire connaître la Saône-et-Loire en dehors de ses limites afin de devenir une véritable destination de séjours, et ainsi, avoir des retombées économiques sur le territoire.

Aujourd'hui, une réelle dynamique s'est installée. Nous devons donc poursuivre ce travail avec tous les professionnels du tourisme afin d'animer et rendre toujours plus attractive la Saône-et-Loire.

Comptez sur mon engagement, sur celui des élus et de l'équipe de *Destination Saône & Loire*.



Paysage depuis le château de Berzé-le-Châtel



LA
BOURGOGNE
PLAN MARKETING
PARTAGÉ DU TOURISME



2016-2018
une stratégie
collective
offensive et
coordonnée

Une publication du
Collectif Tourisme
Bourgogne



Destination
Saône & Loire



Bourgogne

1. Conduire une stratégie partagée

La Bourgogne a été désignée comme un des pôles internationaux de notoriété du tourisme français en 2015. 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 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, accroître la compétitivité et développer l'image de la Bourgogne, devenir une destination référente sur le digital et les réseaux sociaux.

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

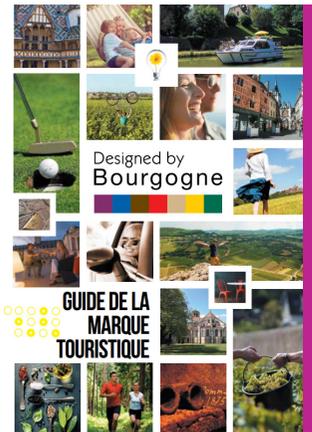
Les partenaires signataires portent l'ambition collective d'accroître la notoriété et la fréquentation de la destination, et de faire de la Bourgogne l'une des grandes destinations de la marque France. Deux conventions d'application ont été signées également : l'une avec Destination Bourgogne - Le Club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



Perspectives 2019

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 nouveauté 2019, automne) etc ...ainsi que les engagements techniques et financiers sont à définir.

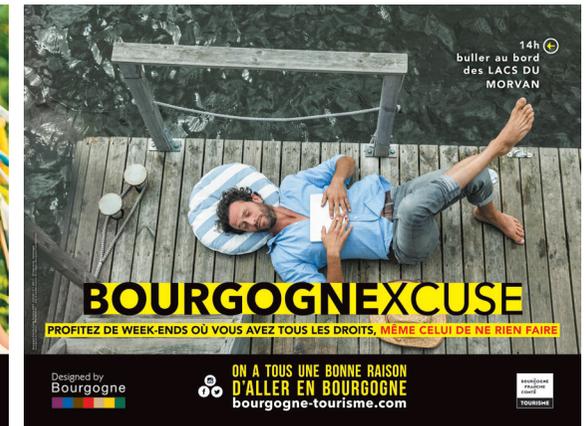
Plan marketing partagé Collectif Bourgogne



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.

Actions menées

- **Campagne Printemps**
 - Paris : 720 faces dans les couloirs des stations métro et RER du 26 mars au 1^{er} avril 2018
 - Lyon : 120 faces (60 % du réseau du tram de Lyon) du 21 au 28 mars 2018 ainsi que 74 faces sur les couloirs et quais du métro Lyonnais
- **Campagne Automne**
 - Création d'un espace dédié sur le site 20min.fr qui comportait 5 articles rédigés par un journaliste 20 min Géo localisation Paris + Rhône
 - Habillage d'un espace dédié par l'agence de Communication Signe des Temps
 - Visibilité de l'espace via une bannière en rotation sur la home page du site 20 minutes
 - Durée 10 jours



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

1

Un des objectifs de la politique touristique du département de Saône-et-Loire est d'allonger la durée des séjours clients.

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 3 heures de trajet.

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 et la Saône-et-Loire peut compter sur 11 millions de clients potentiels situés à moins de 3 heures 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.

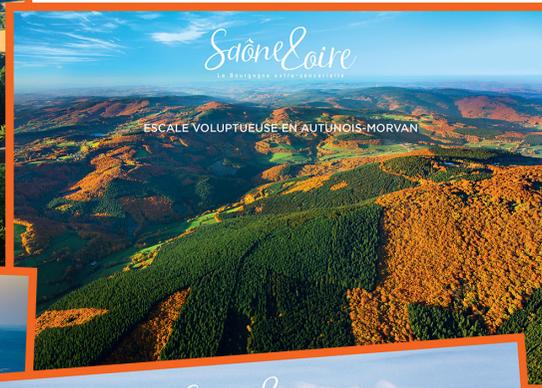
Ce positionnement permet de communiquer, au sein et au-delà du département, sur les atouts et l'offre touristique de la Saône-et-Loire. Court séjour à la campagne, alternative au City Break, rupture avec le quotidien, offre de séjour culturel, gastronomique, œnotouristique, Country Break permet de promouvoir 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 avec le positionnement Country Break a ainsi pu élaborer **une stratégie marketing opérationnelle** fédératrice et appropriable par les acteurs locaux, en synergie avec les choix touristiques régionaux et nationaux.





COUNTRY BREAK

SEJOURS EXTRA-SENSIBLES EXCLUSIVEMENT EN SAÔNE-ET-LOIRE

> Votre séjour dans une campagne unique au sud de la Bourgogne, élégante et sensuelle, gourmande et spirituelle, pour succomber à de multiples expériences qui libèrent les sens.

> ÊTES-VOUS PRÊT À ÊTRE L'INVITÉ D'UN MONDE IRRÉSISTIBLEMENT INTENSE ?

> **COUNTRY BREAK**
À 1H15 DE PARIS ET 40MN DE LYON

> **COUNTRY-BREAK-BOURGOGNE.FR**

Destination Saône&Loire

COUNTRY BREAK

SEJOURS EXTRA-SENSIBLES EXCLUSIVEMENT EN SAÔNE-ET-LOIRE

> Votre séjour dans une campagne unique au sud de la Bourgogne, élégante et sensuelle, gourmande et spirituelle, pour succomber à de multiples expériences qui libèrent les sens.

> ÊTES-VOUS PRÊT À ÊTRE L'INVITÉ D'UN MONDE IRRÉSISTIBLEMENT INTENSE ?

> **COUNTRY BREAK**
À 1H15 DE PARIS ET 40MN DE LYON

> **COUNTRY-BREAK-BOURGOGNE.FR**

Destination Saône&Loire

COUNTRY BREAK

SEJOURS EXTRA-SENSIBLES EXCLUSIVEMENT EN SAÔNE-ET-LOIRE

> Votre séjour dans une campagne unique au sud de la Bourgogne, élégante et sensuelle, gourmande et spirituelle, pour succomber à de multiples expériences qui libèrent les sens.

> ÊTES-VOUS PRÊT À ÊTRE L'INVITÉ D'UN MONDE IRRÉSISTIBLEMENT INTENSE ?

> **COUNTRY BREAK**
À 1H15 DE PARIS ET 40MN DE LYON

> **COUNTRY-BREAK-BOURGOGNE.FR**

Destination Saône&Loire

COUNTRY BREAK

STAYS TO STIMULATE THE SENSES EXCLUSIVELY IN SAÔNE-ET-LOIRE

> Your stay in Southern Burgundy's, unique country side, is perfect for being elegant and stimulating, gourmet and spiritual, allowing for a wide array of experiences, here to awaken the senses.

> ARE YOU READY TO ENTER A WORLD OF IRRESISTIBLE INTENSITY?

> **COUNTRY BREAK** JUST 75 MIN FROM PARIS AND 40 MIN FROM LYON

> **COUNTRY-BREAK-BOURGOGNE.FR**

Destination Saône&Loire

Insertions publicitaires des
Offices de Tourisme
de Saône-et-Loire
dans leurs éditions

Saône&Loire
La Bourgogne extra-sensiblerie

PRÊT POUR UNE ESCALE AU CŒUR DE LA BOURGOGNE EXTRA-SENSIBLERIE ?

Une extraordinaire mosaïque de paysages, une vraie richesse gastronomique et un patrimoine exceptionnel! La Saône-et-Loire vous invite à découvrir une campagne intense qui libère les sens et invite à de nouvelles expériences.

Découvrez les idées Séjour Country Break à partir de 120 € sur country-break-bourgogne.fr

COUNTRY BREAK
SAÔNE-ET-LOIRE

Destination Saône@Loire

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

La politique touristique départementale a identifié 2 filières prioritaires : le tourisme à vélo et l'œnotourisme.

Dans l'accomplissement de sa mission de développement touristique, l'agence *Destination Saône & Loire* valorise donc ses deux axes majeurs touristiques sans oublier les autres atouts identitaires du territoire, vecteurs de l'attractivité de la Saône-et-Loire à savoir : le patrimoine, la gastronomie, les randonnées pédestres, équestres, fluviales, le bien-être, le tourisme industriel et culturel.

- Œnotourisme 12
- Vélotourisme..... 16
- Aventures Mêmes..... 20
- Tourisme & Handicap..... 22
- Soutien Qualité Tourisme 24
- Valorisation paysagère 26





L'œnotourisme est, avec les déplacements doux, une filière prioritaire de la stratégie touristique de la Saône-et-Loire. Possédant le plus grand vignoble de Bourgogne-Franche-Comté en termes de superficie, la Saône-et-Loire offre des prestations de qualité aux touristes français et étrangers.

En 2018, *Destination Saône & Loire* a poursuivi les partenariats initiés les précédentes années, et a accompagné la Chambre de Commerce et d'Industrie de Saône-et-Loire dans le lancement l'opération « Œno Moment ». Depuis juin 2018, date d'arrivée de sa chargée de développement en œnotourisme, *Destination Saône & Loire* travaille notamment à la redynamisation du label *Vignobles & Découvertes*, avec les deux porteurs de destination sur le département que sont le Syndicat Mixte du Chalonnais pour la Côte Chalonnaise et le PETR Mâconnais Sud-Bourgogne pour le Vignoble du Mâconnais.

L'œnotourisme sera particulièrement mis en valeur en 2019 grâce à l'application web du Conseil Départemental « Route71 - Bourgogne du Sud », et aux actions de *Destination Saône & Loire* en matière de promotion de l'œnotourisme, notamment via le label *Vignobles & Découvertes*.

Actions menées

- **Lancement de l'opération Œno Moment avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de Saône-et-Loire**

Œno Moment est une action menée par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Saône-et-Loire et *Destination Saône & Loire*.

Œno Moment rassemble en 2018? 80 établissements adhérents sur toute la Saône-et-Loire dont : des restaurants, hôtels, campings, caves coopératives, caveaux, cavistes, bar à vins et épiceries fines. Tous proposent des dégustations payantes à partir de 8 € comprenant au minimum un vin blanc issu du cépage Chardonnay ou Aligoté (4 cl), un vin rouge issu du cépage Pinot Noir ou Gamay (4 cl) et un Crémant de Bourgogne (4 cl). Ces trois verres sont toujours accompagnés d'un mâchon sucré ou salé en accord avec le vin servi (charcuterie, fromage, gougère, biscuits, etc). La dégustation se fait dans des verres INAO propres à l'opération : ces derniers seront offerts pour tout achat d'une dégustation « Œno Moment », ou vendus séparément à 30 € la boîte de 6 ; le prix d'achat du verre est fixé à 1 € TTC.

L'opération a un objectif de mise en réseau des acteurs du territoire en lien avec la filière viticole, ainsi que la valorisation des différents cépages et appellations de Saône-et-Loire.

Le lancement officiel d'*Œno Moment* a eu lieu le 16 mai 2018 au Château de la Ferté à Saint-Ambreuil. Pour communiquer sur cette opération, un dépliant d'information, des sous-bocks et une plaque ont été créés.

L'ensemble des informations sont à retrouver sur le site www.oeno-moment.fr



• **Redynamisation du label Vignobles & Découvertes**

Depuis 2014, Destination Saône & Loire, le Syndicat Mixte du Chalonnais et le PETR Mâconnais Sud-Bourgogne ont uni leurs forces pour développer et structurer le label *Vignobles & Découvertes* sur les deux destinations en Saône-et-Loire : la Côte Chalonnaise et le Vignoble du Mâconnais. En décembre 2017, Atout France a renouvelé pour 3 ans le label.

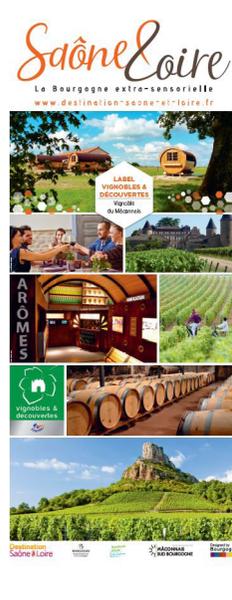
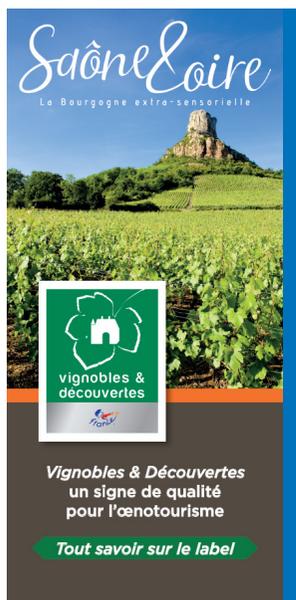
Fort de cette confiance renouvelée, Destination Saône & Loire, référent touristique départemental, a renforcé son accompagnement auprès des deux porteurs de destination et a mis en place avec eux de multiples actions en 2018 :

- La création et la diffusion d'un dépliant d'information sur le label, auprès des prestataires labellisés et candidats ;
- La création et l'impression de roll-up et oriflammes par destination labellisée, mis à disposition des prestataires pour leurs événements œnotouristiques et utilisés également par Destination Saône & Loire lors de ses propres événements ;
- La création de bouchons en verre (Vinolok) *Vignobles & Découvertes* diffusés à l'ensemble des prestataires labellisés (cadeau) et transmis également au cours des actions presse de Destination Saône & Loire ;
- La mise en place de lettres d'information courtes et régulières portant à chaque fois sur un sujet précis (envoi N°1 en octobre, puis N°2 en décembre).

À ces nouvelles actions s'ajoutent la mise à jour du **book œno Vignobles & Découvertes** remis lors du salon Destination Vignobles d'Atout France en octobre 2018 (3^e édition) et la participation aux réunions annuelles proposées aux labellisés.



Renouvellement Destination Côte Chalonnaise - 12 juillet 2018



Cérémonie d'accueil des nouveaux labellisés Vignoble du Mâconnais - Janvier 2019

- **Accompagnement du Conseil Départemental en termes de promotion et d'expertise touristique sur l'application web « Route71 - Bourgogne du Sud »**

L'application web « Route71 - Bourgogne du Sud », portée par le Département de Saône-et-Loire, permet aux visiteurs, grâce à la géolocalisation notamment, de composer leur propre route et s'aventurer sur des parcours personnalisés : visites de caves, du patrimoine, d'expériences et de bonnes adresses via différentes thématiques.

L'utilisateur définit ses critères, et en quelques clics, il enrichit son programme. L'application indique aussi des hébergements à proximité pour prolonger son séjour en Saône-et-Loire. Elle renseigne également sur tous les événements ayant lieu sur le Département tout au long de l'année, montrant ainsi la richesse et la diversité de l'offre touristique de Saône-et-Loire.

En 2018, *Destination Saône & Loire* a accompagné le Département :

- Avec son agence de communication LMWR, qui a travaillé sur la recherche du nom et de l'identité graphique de l'application ;
- En participant aux comités de pilotage du Département sur le développement de l'application, avec l'agence retenue VITAVINUM ;
- En élaborant le cahier des charges pour le recrutement de l'agence qui accompagnera *Destination Saône & Loire* dans la promotion de l'application en 2019.

- **Soutien sur des événements œnotouristiques départementaux**

Depuis quelques années déjà, *Destination Saône & Loire* accompagne des événements liés au vin sur notre territoire. Ainsi, en 2018, elle a soutenu :

- Le Marathon de la Côte Chalonnaise, le 31 mars 2018 : sponsoring sur les T-shirts, diffusion de documents touristiques et campagne sur les réseaux sociaux. Cet événement sportif, lancé en 2017, propose aux coureurs des parcours dans le vignoble et les villages d'appellation de la Côte Chalonnaise.
- Le Chardonnay Day - le 24 mai 2018 : événement confidentiel avec uniquement une dégustation professionnelle. L'ADT a participé aux relations presse.
- La Paulée de la Côte Chalonnaise, du 19 au 21 octobre 2018 : partenariat financier et campagne sur les réseaux sociaux. Comme chaque année, les vignerons de la Côte Chalonnaise ont célébré la fin des vendanges avec le traditionnel défilé, la messe solennelle de la Saint-Hubert au son des cors de chasse, la dégustation du vin nouveau, les intronisations et le repas de la Paulée.



- **Réalisation d'un clip vidéo sur l'œnotourisme**

Dans la continuité des vidéos déjà réalisées par *Destination Saône & Loire*, à savoir Balade en Saône-et-Loire, film générique en 2016, puis La Saône-et-Loire en famille en 2017 et en 2018 La Saône-et-Loire à vélo, *Destination Saône & Loire* a tourné entre juillet 2018 et mai 2019 un clip vidéo qui valorise l'œnotourisme en Saône-et-Loire. Réalisé par l'agence B-Wonder, il sera à disposition pour la saison 2019.

Ayant pour fil conducteur les quatre saisons, ce film met, entre autres, en avant les labellisés *Vignobles & Découvertes*.

• Participation aux réunions régionales et nationales sur l'œnotourisme

Destination Saône & Loire est membre des instances suivantes :

- **Climats du vignoble de Bourgogne – Patrimoine mondial** : participation aux réunions de la commission tourisme (juin 2018) et de la Commission Technique Permanente (novembre 2018) ;

- **Bourgogne-Franche-Comté Tourisme** : membre du collectif œnotourisme avec un financement à hauteur de 50% pour chaque destination labellisée *Vignobles & Découvertes* ;

- **Tourisme & Territoires** : membre du groupe de travail œnotourisme et participation à une réunion de travail sur Paris (décembre 2018)

- **Atout France** : participation à la première édition des Assises Nationales de l'œnotourisme à Paris (novembre 2018). En lien avec le Conseil supérieur de l'œnotourisme, et à la demande de Jean-Baptiste Lemoine, Secrétaire d'État auprès du Ministre de l'Europe et des Affaires étrangères, les premières Assises Nationales de l'œnotourisme ont été l'occasion de mettre un coup de projecteur sur cette filière en pleine croissance et de fixer ses grands axes de développement pour les années à venir.

Après des témoignages sur différentes thématiques, Hervé Novelli, président du Conseil Supérieur de l'œnotourisme, a dévoilé les 20 actions et mesures en faveur du développement de l'œnotourisme en France, articulées autour de cinq axes :

1. La qualification de l'offre ;
2. La formation ;
3. La levée des freins réglementaires ;
4. Le développement de la veille ;
5. La démocratisation de l'œnotourisme.

Perspectives 2019

- **Développement des actions de communication sur l'œnotourisme** : accueils presse, clip vidéo, Guide du Routard Bourgogne Jura
- **Poursuite de la redynamisation du label *Vignobles & Découvertes***
- **Accompagnement du Conseil départemental en termes de promotion et d'expertises touristiques sur l'application web « Route71-Bourgogne du Sud »**
- **Poursuite de l'opération œno Moment avec la CCI de Saône & Loire**
- **Poursuite du soutien sur des événements œnotouristiques locaux**
- **Participation aux réunions régionales et nationales sur l'œnotourisme** : Climats, BIVB, collectifs œnotourisme, Fédération *Vignobles & Découvertes*.

Chiffres clés

La destination Vignoble du Mâconnais compte 78 prestations touristiques labellisées *Vignobles & Découvertes* :

- 32 domaines, caves et caves coopératives
- 219 hébergements
- 10 restaurants
- 3 sites patrimoniaux et de loisirs
- 4 évènements
- 4 activités de loisirs
- 3 offices de tourisme et points d'information
- 3 réceptifs

La destination Côte Chalonnaise compte 88 prestations touristiques labellisées *Vignobles & Découvertes* :

- 29 domaines et caves
- 25 hébergements
- 14 restaurants
- 3 sites patrimoniaux et de loisirs
- 6 évènements
- 6 activités loisirs
- 2 offices de tourisme
- 2 réceptifs



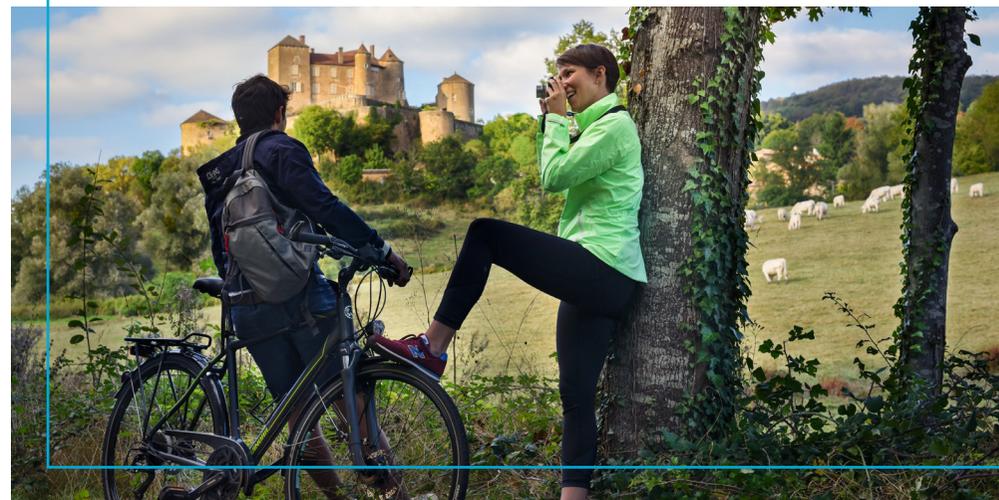
Vélotourisme

La filière VÉLO est l'un des axes forts de développement de l'agence *Destination Saône & Loire* au profit de l'économie touristique et de l'attractivité globale de la Saône-et-Loire. 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 Saône-et-Loire ».

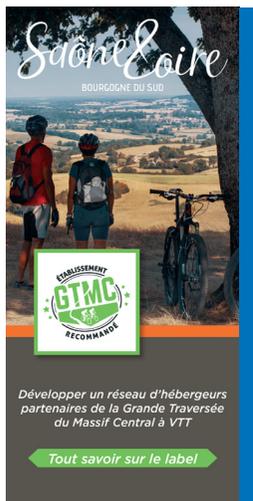
2

Actions menées

- **Rencontres et temps d'échanges réguliers avec le Conseil départemental 71** pour la planification des futurs projets de création d'itinéraires, le suivi des projets en cours et la mise en place d'actions de valorisation du réseau cyclable. Présence sur le Salon International de l'Agriculture à Paris pour la promotion de la filière Vélotourisme (stand CD71).
- **Nouvelle réalisation le long de la Loire** : «Saint-Yan – Paray-le-Monial», 9 km inaugurés le 26 mai 2018.
- **Les Rencontres du Tourisme en Pays Charolais-Brionnais**, le 27 février 2018 : animation d'un café-focus « J'accueille des vélotouristes », en binôme avec BFC Tourisme. Les chiffres clés, les itinéraires, les typologies de clientèle, zoom sur la Marque Accueil Vélo.
- **Les Rencontres nationales** (2 fois/an) pour les animateurs territoriaux et les référents qualités **de la Marque Accueil Vélo** : actualités, ateliers de travail, échanges...
- **Démarche qualité Accueil Vélo** : sensibilisation de nouveaux prestataires autour des itinéraires et visites d'audit. Nouveau : *Destination Saône & Loire* prend en charge la moitié de la cotisation qui s'élève à 200 € pour 3 ans.
- **Établissement recommandé GTMC-VTT** : nouvelle démarche de qualification à déployer le long de la Grande Traversée du Massif Central à VTT. Création d'un dépliant de présentation du dispositif, e-mailing de sensibilisation auprès des hébergeurs situés à 5 km autour de la GTMC-VTT. Visites d'audit. Labellisation gratuite pour 2 ans.



- **Adhésion au Collectif Itinérance 2018 pour la valorisation de l'itinéraire «la grande boucle de Bourgogne du Sud».** Cofinancement d'un plan d'action de communication régional sur lequel *Destination Saône & Loire* participe activement. Présence sur l'opération de relations publiques Afterwork #6, le 25 octobre 2018, à Paris, à destination de la presse, blogueurs et professionnels du tourisme.
- **La Véloroute V50 devient L'Échappée bleue, Moselle-Saône à Vélo.**
L'itinéraire relie le Luxembourg à Lyon sur 800 km.
 - Formalisation du partenariat avec le pilote d'itinéraire.
 - Accompagnement technique de l'agence *Destination Saône & Loire* pour la mise en œuvre des actions de promotion / communication. Intégration du groupe de travail Marketing animé par BFC Tourisme.
 - En juillet, accueil, en partenariat avec les offices de tourisme de Verdun-sur-le-Doubs, Chalon-sur-Saône, Tournus et Mâcon, d'une délégation de l'Association Française pour le développement des Véloroutes et des Voies Vertes (l'AF3V). Une randonnée à vélo le long de l'itinéraire pour la promotion de L'Échappée bleue.
- **Réouverture de La Grande Traversée du Massif Central à VTT.**
L'itinéraire relie Avallon (Yonne) au Cap d'Agde (Hérault) sur 1 380 km.
 - Accompagnement technique de l'agence *Destination Saône & Loire* pour la mise en œuvre des actions de promotion /communication. Intégration du groupe de travail Marketing animé par l'IPAMAC et le CRT Auvergne-Rhône-Alpes.
 - Organisation d'une réunion d'échanges autour du projet GTMC-VTT, le 13 novembre 2018, à Toulon-sur-Arroux. Co-présentation avec le CD71.



- **Valorisation des boucles de cyclotourisme, rattachées au Voies Vertes** à travers :
 - Un partenariat avec le Codep71 FFCT pour la valorisation des circuits sur www.veloenfrance.fr
 - La création de 34 PDF Géoréférencés pouvant être imprimés sur papier, ou chargés dans l'application gratuite AVENZA MAPS, exploitable en positionnement GPS (hors réseau 3G/4G). Pour chaque boucle : le tracé et les informations techniques, les offices de tourisme, les locations/réparations de vélos et les points d'intérêt touristique le long du parcours.
- **Création d'une application sur Smartphone « VOIE VERTE 71 » pour faciliter la découverte du patrimoine naturel et culturel de la Voie Verte entre Mâcon et Chalon.**
 Accompagnement d'une stagiaire en SUP' DE COM, pendant 4 mois, pour le suivi du projet. Déploiement d'un plan de communication pour accompagner le lancement de l'application, le 26 avril 2018 : signalétique au sol le long du parcours, annonces presse, flyers, spots radios, sets de table chez les restaurateurs (une cinquantaine d'établissements) le long de la grande boucle de Bourgogne du Sud, et un teaser vidéo vu plus de 54770 fois sur les réseaux sociaux.
- **Conception de deux objets publicitaires personnalisés à destination des partenaires labellisés Accueil Vélo.** Des protège-selles et des porte-clés à offrir comme cadeaux « privilèges » à la clientèle cyclotouristique.
- **Définition d'un plan media** pour améliorer la visibilité de la Saône-et-Loire comme «terre de vélotourisme». Insertions sur différents supports de communication nationaux, régionaux et de proximité.

- **Réalisation d'un clip vidéo** pour valoriser la Saône-et-Loire à Vélo : présenter un territoire bien maillé en itinéraires, la diversité des pratiques (VTT, familiale, grande itinérance), les démarches qualité Accueil Vélo et GTMC-VTT, et la découverte touristique. Prises de vue du 9 au 13 juillet.
- **Refonte de la carte VELO** : 1 volet supplémentaire, élargissement de la cartographie à l'ensemble du recto. Sélection de boucles coup de cœur le long des itinéraires. Edition en 4 langues : FR (48 000 ex), GB, D, NL (15 000 ex pour chaque langue).
- **Les éditions collaboratives - Hachette** : *Destination Saône & Loire* poursuit sa collaboration avec les éditions Hachette en travaillant sur le projet du guide du Routard «La Bourgogne du Sud à Vélo» (15 000 ex). Recherche de sponsoring, élaboration du chemin de fer, reportage pour la photo de couverture, reconnaissance terrain, valorisation des établissements Accueil Vélo, relecture des bons à tirer en partenariat avec les offices de tourisme... La sortie en librairie est prévue en mai 2019.
- Participation à l'élaboration du **guide du Routard EuroVélo6**, commandé par BFC Tourisme. Sortie en librairie : le 2 novembre 2018.
- Promotion de la Voie Verte et de la Voie Bleue : **réalisation d'un set de table** axé sur la nouvelle appli Voie Verte 71 de l'itinéraire de la Grande Boucle de Bourgogne du Sud (Mâcon-Chalon). Diffusion de 50 000 ex du 13/07 au 15/08/2018 dans 52 restaurants collaborateurs/diffuseurs de la zone (centre ville et périurbain).

Chiffres clés

Le réseau

- 540 km de Véloroutes et Voies Vertes.
- + 6 600 km de boucles vélo.
- 260 km sur La Grande Traversée du Massif Central à VTT.
- 1 600 km de circuits VTT.
- 72 établissements labellisés **Accueil Vélo** en Saône-et-Loire.
6 référentiels : office de tourisme, site touristique, loueur de vélos, réparateur de vélos, hébergement et restaurant.
Une Marque présente sur plus de 79 départements en 2018 (= 2 665 prestataires labellisés en France). 3 264 marqués Accueil Vélo en France (au 1er août 2018).
- 12 hébergements labellisés **Établissements recommandés GTMC-VTT**
- 61,5 km de Voies Vertes labellisées **Tourisme & Handicap** pour les déficiences motrice, intellectuelle et auditive.

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.

Retombées économiques

Étude 2009 sur les itinéraires en Bourgogne :

- L'estimation de l'impact direct est évalué à 14,4 M€.
- La moyenne des dépenses des touristes par jour et par personne oscillerait de 64 à 68 €.
- Les retombées économiques par kilomètre et par an sont estimées à 23 000 €.

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.

Plus de 1 million de passages cumulés sur les Voies Vertes en 2018

Données enregistrées par les 15 compteurs installés le long des Voies Vertes.
La fréquentation est stable par rapport à 2017.



Goodies vélo



Plan de communication vélo

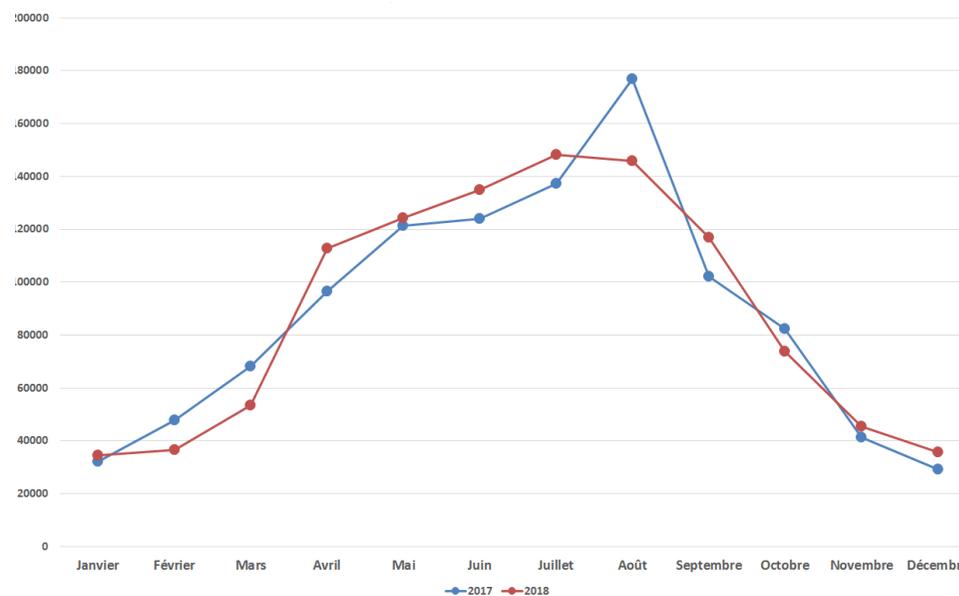


Tournage du clip vélo

Perspectives 2019

- Développement du réseau cyclable : terminer l'itinéraire L'Echappée bleue le long de la Saône, entre Tournus et Ouroux-sur-Saône.
- Structuration d'itinéraires : maintenir l'engagement financier, politique et technique pour le développement des grands itinéraires à vélo (Destination Loire Itinérances, L'Echappée bleue Moselle-Saône à Vélo et la Grande Traversée du Massif Central à VTT).
- Reconduire les actions en partenariat avec le collectif Itinérances de BFC Tourisme pour l'itinéraire La Grande Boucle de Bourgogne du Sud. Prévoir l'adhésion pour un 2^e itinéraire, la GTMC-VTT.
- Développer l'application VOIE VERTE 71 le long de la grande Boucle de Bourgogne du Sud.
- Lancement du Guide du Routard «La Bourgogne du Sud à Vélo».
- Lancement du clip Vélo.
- Renouveler un plan media pour promouvoir la Saône-et-Loire comme « terre de vélotourisme ».
- Poursuivre les démarches de qualification Accueil Vélo et établissements recommandés GTMC-VTT.
- Renouveler la diffusion d'objets promotionnels à remettre aux labellisés.

Fréquentation des Voies Vertes et Voie Bleue en 2017 et 2018



**L'ordre de grandeur de la fréquentation est le même d'année en année.
Les variations sont globalement liées aux conditions météo.**



Reportage photo sur la GTMC à VTT (Aloha Studio)

Aventures Mômes

Cette démarche de qualification initiée en 2002 par *Destination Saône & Loire* est destinée à sélectionner une offre de visites pour séduire les enfants de 4 à 14 ans. Cette opération a pu se développer au fil des années grâce à l'implication volontaire des professionnels du tourisme. L'offre s'est structurée et professionnalisée grâce à l'accompagnement étroit de Destination Saône & Loire qui anime le réseau, accompagne et apporte conseils aux professionnels sur le terrain, propose des programmes de formation et offre des outils de promotion et de communication.



Actions menées

Autour de la structuration de l'offre :

- Sensibilisation des prestataires touristiques à la nouvelle démarche qualité.
- Visites d'audits et de renouvellement du label. En 2018, 17 sites ont été visités à partir de la nouvelle grille de critères.
- Renouvellement du partenariat avec l'UDOTSI 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.

Autour de la communication :

- **Brochure Aventures Mômes / 30 000 ex**
- **Achats d'espaces et publi-rédactionnels dans les médias de proximité**, suivants :
 - Le Petit Futé Bourgogne - 50 000 ex vendus / annuel - parution : avril 2018
 - Femmes en Bourgogne - 60 000 ex gratuits / trimestriel - 2 parutions : mars et juin 2018
 - L'Indispensable, le guide de la ville de Besançon - 48 000 ex vendus / annuel, parution : juin 2018
 - ELLE, Edition Rhône-Alpes (dossier «Escapades») - 62 076 ex vendus / hebdomadaire, parution : 28 septembre 2018
 - Lyon capitale (Hors-série Un été à Lyon) - 40 000 ex vendus / mensuel - parution : mai 2018
 - Bulles de Gones - 45 000 ex gratuits / bimestriel - parution : mai 2018
 - Bulles de Gones, le guide annuel 2018/2019 - 35 000 ex - parution : juin 2018
 - ACORA, le guide des sorties pour scolaires et groupes d'enfants - 11 000 ex gratuits / annuel - parution : février 2018
 - La Voix de l'Ain, le guide été du journal - 30 000 ex vendus / annuel - parution : juin 2018
 - L'Hybride, le guide touristique et gourmand du Roannais - 19 000 ex gratuits / annuel - parution : juin 2018
 - Carnet découverte - 100 000 ex gratuits / annuel - parution : mars 2018
 - Saône-et-Loire 71, le magazine du Département - 287 000 ex gratuits / bimestriel, parution : juin 2018 (supplément été)
 - ECKO Magazine 71 - 10 000 ex gratuits / bimestriel - parution : mars 2018
 - Le Journal de Saône-et-Loire, hors-série l'été bleu - 60 000 ex vendus / annuel parution : juin 2018
 - La Renaissance, le guide été Le Matulu - 15 000 ex gratuits / annuel - parution : juin 2018
- **Valorisation de l'opération :**
 - Les actualités, à chaque vacance scolaire, mise en avant sur le web et les réseaux sociaux.
 - 1 mini dossier de presse Marronniers - Vacances de Pâques.
 - Campagnes d'affichage à Lyon dans le métro et abris Tram, du 18 au 24 avril. Dans les gares de Lyon Part-Dieu et Lyon Perrache, du 14 au 20 juin et du 28 juin au 4 juillet.
- **Supports de signalétique :**
 - Conception et distribution de la vitrophanie annuelle. Affichage à l'accueil des établissements labellisés pour indiquer son appartenance au réseau Aventures Mômes.

- **Supports de signalétique :**

- Conception et distribution de la vitrophane annuelle. Affichage à l'accueil des établissements labellisés pour indiquer son appartenance au réseau Aventures Mômes.
- Distribution des marques-pages Aventures Mômes auprès des partenaires labellisés pour diffusion.

- **Autour de l'animation de réseau :**

- **Formation de 2 jours avec le cabinet TAM'S Consultant :**

Les 8 et 9 octobre 2018 au Château de la Verrerie, au Creusot.

La thématique : « Comment mieux doper vos visites en famille, avec le jeu comme moteur de découverte ».

- **Enquête réseau – novembre 2018 :**

Objectif : sonder les partenaires sur l'animation de réseau et la communication autour de l'opération Aventures Mômes.

Résultats de l'enquête : majoritairement, les répondants sont satisfaits. Ils sont intéressés pour avoir des temps de formation pour améliorer leur offre et leur communication, et des temps d'échanges pour découvrir l'offre des autres sites Aventures Mômes.

La majorité d'entre eux souhaitent recevoir des objets de signalétique Aventures Mômes. Une opération de communication à destination des familles de Saône-et-Loire séduit plus de 80%. Peu sont intéressés pour participer à un salon spécifique « famille / jeunesse ».

Perspectives 2019

- **Actualisation de la brochure.**

- **Réalisation et suivi du plan de communication 2019** (médiats de proximité).

- **Démarche qualité** : poursuivre le déploiement du label en partenariat avec l'UDOTSI.

- **Animation de réseau** : proposer aux professionnels du réseau et offices de tourisme, un temps de formation à l'automne et/ou un Eductour.

- **Création de nouveaux supports de signalétique** pour le réseau.



Clip vidéo « La Saône-et-Loire en Famille »



Chiffres clés

Le réseau :

- **70 prestataires** pour une centaine d'offres de loisirs.
- **3 nouveaux prestataires labellisés** : Totem Wake Park, le domaine d'Alôsnys, l'office de tourisme de Cluny et du Clunisois.

Bilan du visionnage du clip « La Saône-et-Loire en famille »

Sur la période du 06/11/2017 au 19/11/2018 :

- **3 287 vues sur YouTube.**
- **7 296 vues sur la Page Facebook Saône-et-Loire Tourisme.**

• **+ 106 000 vues via une campagne Facebook** sponsorisée du 25/06 au 25/07/2018.

• Le clip a été partagé 142 fois.

Sur Facebook, le clip a été essentiellement (à 62 %) vu par des femmes de 35-44 ans domiciliées en Bourgogne.

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 12 prestataires engagés dans la démarche ou le renouvellement de leur marque *Tourisme & Handicap*.
- Audits de 4 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 2016, tous les cinq ans.
- Présentation et validation de 11 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 24 avril, 26 juin et 6 décembre 2018.

Communication :

- Edition du Guide *Tourisme & Handicap* 2018 présentant l'offre et adapté aux personnes déficientes visuelles.



Chiffres clés au 31/12/2018

- **64 sites labellisés** : 31 hébergements, 2 restaurants, 7 offices de tourisme, 13 lieux de visite, 12 sorties, loisirs nature, visites d'entreprises et établissements de loisirs.
- **13 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 GMTH (Gestion de la marque Tourisme & Handicap).

Perspectives 2019

- **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*.
- **Continuité du partenariat avec UDOTSI 71** et Corinne DELELIS, évaluatrice *Tourisme* pour les visites dans le cadre des réévaluations et Bruno COTTIER, évaluateur bénévole formé par l'Association *Tourisme et Handicaps* pour les nouvelles demandes.
- **Mise à jour des informations** relatives aux prestataires dans **Décibelles Data**.
- **Mise à jour du Guide Tourisme & Handicap**.
- **Participation à la 20^e édition du Salon Handica à Lyon**, les 5 et 6 juin 2019 à Lyon EUREXPO sur le stand de l'Association *Tourisme et Handicaps*. Ce salon est spécialisé pour les visiteurs en situation de handicap.



Soutien Qualité Tourisme

En 2018, le Saône-et-Loire compte 17 Offices de Tourisme.

Classement des offices de tourisme

L'UDOTSI 71 accompagne les Offices de Tourisme du département dans leurs démarches de demande de classement préfectoral.

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 2018, l'OT Creusot Montceau a renouvelé son classement en catégorie II.

La Saône-et-Loire dispose de :

- 3 OT classés en catégorie I
- 6 OT classés en catégorie II
- 5 OT classés en catégorie III
- 3 OT sont non classés

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™.

En 2018, 14 des 17 Offices de Tourisme de Saône-et-Loire sont engagés dans cette démarche de progrès permanent.

7 d'entre eux détiennent à ce jour la marque Qualité Tourisme™.

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, et réalisation d'un audit-blanc.

Elle organise également des journées d'échanges départementales sur ce thème, afin de permettre aux OT de se retrouver autour de ce projet commun. Ce fut le cas le 15 novembre avec les rencontres Qualité organisées au sein de l'OT du Grand Autunois Morvan.

Office de Tourisme	OT engagé en démarche Qualité	OT marqué Qualité Tourisme™
Grand Autunois Morvan		1
Bourbon-Lancy		1
Sud Côte Chalonnaise	1	
Digoin Le Grand Charolais	1	
Grand Chalon		1
La Clayette Chauffailles-en-Brionnais	1	
Creusot Montceau		1
Pays de la Bresse Bourguignonne		1
Mâcon et Mâconnais	1	
Marcigny Semur-en-Brionnais	1	
Verts Vallons Sud Bourgogne	1	
Paray-le-Monial		1
Mâconnais Tournugeois		1
Saône Doubs Bresse	1	
TOTAL	7	7

Actions menées

- Soutien démarche qualification UDOTSI 71
- Cofinancement audits :
 - Prise en charge frais mission UDOTSI 71
 - Convention partenariale

Aventures Mômes - Tourisme & Handicap

L'UDOTSI 71 et l'ADT 71 ont formalisé un partenariat depuis 2017. Une convention annuelle est signée afin de stipuler les conditions de mise à disposition de la salariée de l'UDOTSI 71 sur les missions de *Destination Saône & Loire*. 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 nationale *Tourisme & Handicap*, avec Nathalie BONNETAIN.



*Journée départementale d'échanges Qualité
au sein de l'OT du Grand Autunois Morvan - Novembre 2018*

Perspectives 2019

- 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 ».

Chiffres clés

Montant total de l'aide de l'ADT pour la Démarche Qualité, « Aventures Mômes » et « Tourisme & Handicap » : 6 159 €.



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

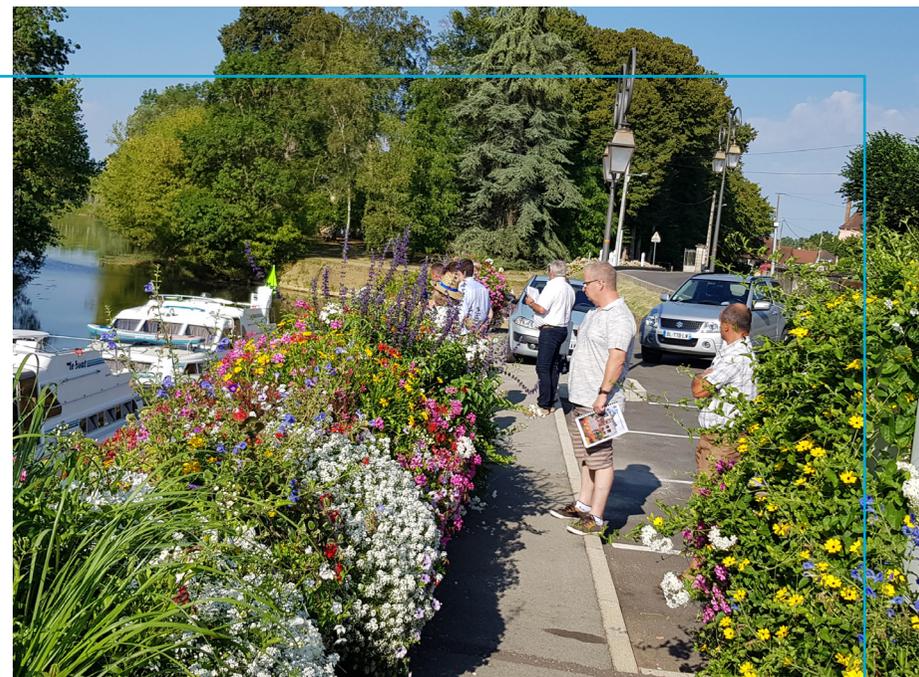
- **Organisation du concours des Villes et Villages Fleuris (Communes sans label) :**
Visites du 5 au 27 juillet 2018 de 63 communes, réparties sur 13 itinéraires, inscrites au concours. Participation de 40 membres du jury. Le concours permet de sélectionner les communes susceptibles d'être préparées et présentées au label 1 fleur.
- **Contrôles des communes labellisées :**
Audits de contrôle des 18 communes labellisées 2 fleurs et des 10 communes 3 fleurs du 4 septembre au 25 septembre 2018 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 de 200 candidats inscrits au concours des maisons fleuries 2018. Le jury départemental, constitué de 8 personnes a établi son palmarès le 18 octobre 2018, 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. 9 candidats inscrits en 2018. Deux itinéraires de visites organisés les 19 et 21 juin 2018 avec le concours de 3 membres du jury.



- **Remise des Prix des concours des Villes et Villages Fleuris et Maisons Fleuries :**
Le 2 février 2019, la Ville de Chalon-sur-Saône, qui a obtenu sa 4ème fleur en 2018, accueillait la cérémonie de Remise des Prix 2018 des Villes, Villages et Maisons Fleuris de Saône-et-Loire, Cette édition a accueilli, malgré la neige dans le département, 450 personnes dont 100 enfants pour la proclamation des résultats du concours.
- **Conseils aux communes :**
12 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 bénéficiaires de la Remise des Prix.



Remise des prix Villes et Villages Fleuris 2018 à Chalon-sur-Saône



Perspectives 2019

- **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 2018** 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.



Prix des écoles primaires



Le jury régional à Châtenay

Chiffres clés

- **12 réunions techniques** pour accompagner les communes souhaitant accéder aux différents labels 1, 2 3 fleurs.
- **130 Communes inscrites** (63 sans label, 57 avec le label) au concours.
- **9 écoles ou organismes en lien avec les enfants ont participé** au concours des Petits Jardiniers de Saône-et-Loire.
- **Le palmarès 2018 : 57 communes sont labellisées**, dont :
 - 4 communes labellisées 4 fleurs dont 1 nouvelle Chalon-sur-Saône
 - 10 communes labellisées 3 fleurs
 - 19 communes labellisées 2 fleurs
 - 24 communes labellisées 1 fleur dont 2 nouvelles Baudrières et Châtenay



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, auprès des collectivités, financés par le département.

- Appels à projets touristiques 30



Appels à projets touristiques

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.

En 2018, le Département est intervenu auprès des collectivités locales en soutenant 9 projets touristiques (1,9 millions d'euros d'investissements réalisés pour 273 885 euros d'aides départementales).



Aménagement intérieur de la capitainerie du port de plaisance de Montceau-les-Mines



Actions menées

L'Agence *Destination Saône & Loire* a analysé les appels à projets 2018 et le Conseil départemental a apporté son soutien à :

- La commune de **Culles-les-Roches** pour le réaménagement et rénovation énergétique du gîte communal.
- La commune de **Vérovres** pour l'aménagement d'une aire d'accueil pour les camping-caristes.
- La commune de **Montceau-les-Mines** pour l'aménagement intérieur de la capitainerie du port de plaisance de Montceau-les-Mines.
- La commune de **Chalon-sur-Saône** pour l'aménagement d'un chemin entre le centre-ville et le nouveau multiplexe.
- La commune de **Cluny** pour la rénovation du camping municipal Saint-Vital.
- La commune d'**Igé** pour l'installation de 3 panneaux d'affichage d'information en complément d'un panneau œnotourisme.
- La commune de **Château** pour la création d'un gîte communal rural.
- La commune de **Tournus** pour l'aménagement de la Maison du Tourisme.
- La commune de **La Tagnière** pour la rénovation de l'accès aux chambres de l'Auberge communale.





Aménagement d'un chemin entre le centre-ville et le nouveau multiplexe à Chalon-sur-Saône



Rénovation du camping municipal Saint-Vital à Cluny



Aménagement de la Maison du Tourisme à Tournus



Chiffres clés

- 9 projets soutenus par le Conseil départemental à hauteur de 273 885 €.



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. L'agence mène donc des actions spécifiques et conçoit des outils de promotion qui valorisent l'ensemble de la destination en France (Paris, Lyon, Grand Est) et en Belgique. Le tout en lien direct avec la réflexion engagée avec le Collectif Bourgogne dans le cadre du Contrat de destination.

- Actions de communication 2018 34
- Stratégie digitale..... 34
- Site www.destination-saone-et-loire.fr 35
- Site www.country-break-bourgogne.fr . 38
- Réseaux sociaux 40
- Newsletters grand public 42
- Éditions 43
- Photothèque 46
- Relations presse..... 47
- Salons 51
- Partenariats..... 52
- Les Aires d’Autoroute A6 et A39 53



Actions de communication 2018

La nouvelle identité visuelle de l'Agence *Destination Saône & Loire* s'est mise en place à la suite de l'appel d'offre communication (juillet-décembre 2018). Elle s'est déclinée sur l'ensemble des éditions 2018 en 1ère de couverture mais aussi au travers d'actions telles créations de cartes postales pour valoriser nos 6 territoires lors des Salons Tourisme Grand Public et de campagnes d'affichages sur les villes de Paris et Lyon. Des visuels détonants et donnant une image vivante du département au travers de 3 visages composant au final une famille avec :

4

- Céleste représentée par le visage d'une fillette, des animaux et des plumes plein la tête pour Aventures Mômes: le label créé par *Destination Saône & Loire* et décerné aux activités adaptées aux familles.
- Manuela, la maman pour le patrimoine et la gastronomie : les deux facteurs qui déclenchent la venue des touristes en Bourgogne couronnant un visage gourmand.
- Claude, le papa pour tout l'univers vélo dont les Voies Vertes et Bleue qui attirent les citadins à la recherche d'activités douces à la campagne.



Stratégie digitale

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 décliné en versions GB et NL, D. Mis en ligne le 12 avril 2018, ce site met en avant les filières prioritaires vélo et cœno et l'offre Country Break en permettant d'accéder au site dédié.

Il valorise également les thématiques : balades et randos, patrimoine et gastronomie et met bien sûr en avant les 9 sites touristiques incontournables de la Saône-et-Loire : Touro parc, Solutré, Paray-le-Monial, Cluny, château de Cormatin, Tournus, Chalon dans la Rue, le parc des Combes et Bibracte.

Le site www.terreditinerances.com et le site www.mobile.bourgognedusud.com ont été fermés dès l'ouverture du nouveau site.

Afin de promouvoir ce nouveau site et de pallier à une baisse de fréquentation due à la modification de son référencement, plusieurs actions ont été menées. De mai à septembre 2018, *Destination Saône & Loire* accompagnée par l'agence LMWR a lancé des campagnes Google Adwords. Certaines se sont déployées via le réseau Display. Le site www.country-break-bourgogne.fr a également fait l'objet de campagnes

Google Adwords via le réseau Display.

Un objectif de clics a été défini au préalable et le taux de clics obtenus a été excellent car de 11,1% sachant que la moyenne sur le marché est de 4%. Le coût par clic est quant à lui très satisfaisant et le résultat de la visibilité des annonces dans la recherche Google est une position premium. Les thématiques des campagnes ont été multiples : hébergements, balades & randonnées, vélo.

Nos campagnes Display ont porté sur les thèmes suivants : hébergements, séjours et week-end, balades & randonnées, vélo, patrimoine, autour du vin.

Parallèlement, un budget a été octroyé annuellement au Web Social qui ne bénéficiait que de dépenses à l'occasion de soutiens événementiels auparavant. Des campagnes ont été menées par la community manager afin d'acquérir des fans sur notre page Facebook. La priorité a été donnée aux actions permettant d'apporter du trafic sur nos sites. Des campagnes ont également fait la promotion d'événements majeurs en Saône-et-Loire. Certaines ont aussi été diffusées sur le réseau Instagram.

Destination Saône & Loire participe régulièrement au Comité Editorial partagé Bourgogne qui élabore diverses actions de communication diffusées sur les sites et réseaux sociaux des 4 ADT et de Bourgogne Franche-Comté Tourisme.

Site destination-saone-et-loire.fr

Actions menées

Site en version française

- Travail sur le cahier des charges fonctionnel.
- Rédaction des pages éditoriales par un rédacteur.
- Travail sur le nouveau moteur de réservation en ligne.
- Intégration des pdf géoréférencés des boucles cyclotouristiques réalisés par Actual.
- Mise en place du formulaire d'inscription à la newsletter connecté à Décibelles Data.
- Recettage du site.
- Travail sur le référencement du site.
- Mise en ligne du site le 12 avril 2018.

Minis-sites en versions GB/D/NL

Il a été décidé de créer des sites «d'appel» en 3 langues (GB, D et NL) avec uniquement du contenu éditorial.

Les microrégions, les sites incontournables et les différentes filières prioritaires sont mises en avant.

- Travail sur les wireframes.
- Rédaction des pages éditoriales en français pour traduction par traducteur.

Perspectives 2019

- Mise en ligne des mini-sites en versions GB, D et NL.
- Migration de la cartographie «google maps» vers la solution «Mapbox».
- Mise en place de nouvelles fonctionnalités sur le site : partage du carnet de séjour...

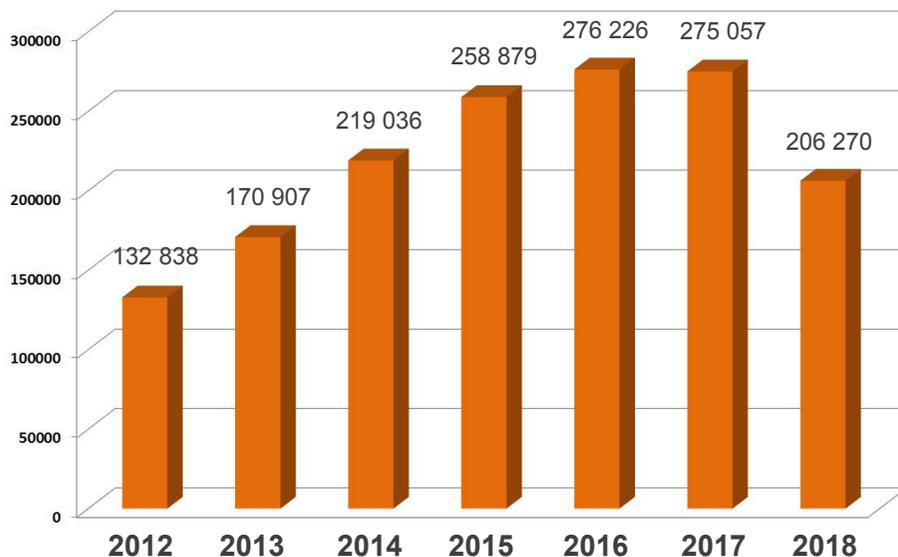


Chiffres clés

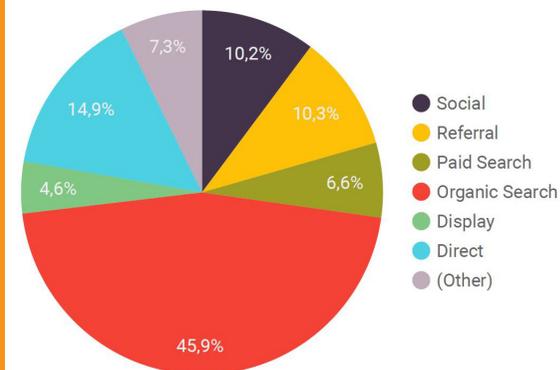
4



Évolution des connexions cumulées



Canaux d'acquisition en 2018



Social : trafic provenant de l'un des quelques 400 réseaux sociaux.

Referral : trafic provenant de sites Web qui ne sont pas des réseaux sociaux.

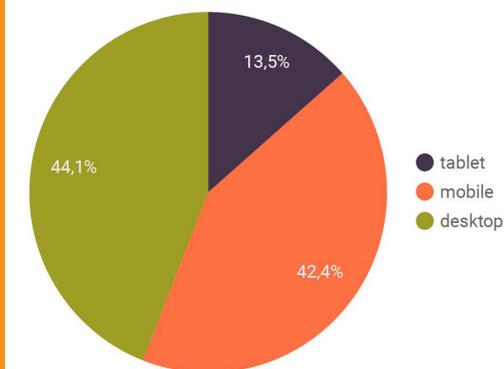
Paid Search : trafic depuis le Réseau de Recherche AdWords ou d'autres moteurs de recherche, avec un support «cpc» ou «ppc» (les liens commerciaux).

Organic Search : trafic provenant de résultats naturels sur n'importe quel moteur de recherche.

Display : interactions avec un support «display» ou «cpm». Inclut également les interactions Google Ads avec un réseau de diffusion des annonces défini sur «content».

Direct : sessions pour lesquelles l'internaute a saisi l'URL de votre site Web dans son navigateur ou a cliqué sur un favori.

Part du trafic Mobile / Desktop / Tablette



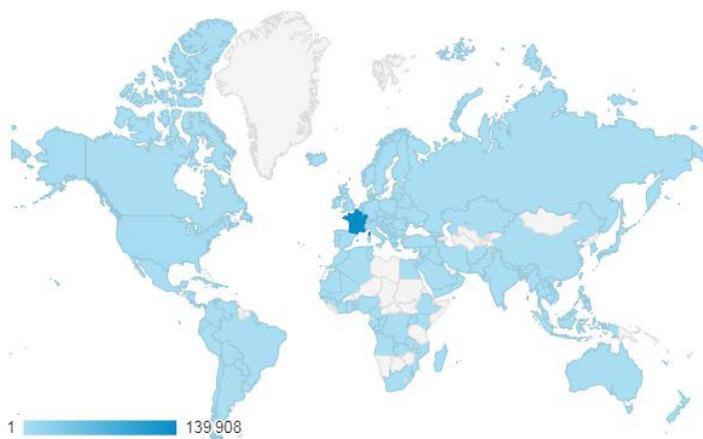
Connexions en 2018

Sessions



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

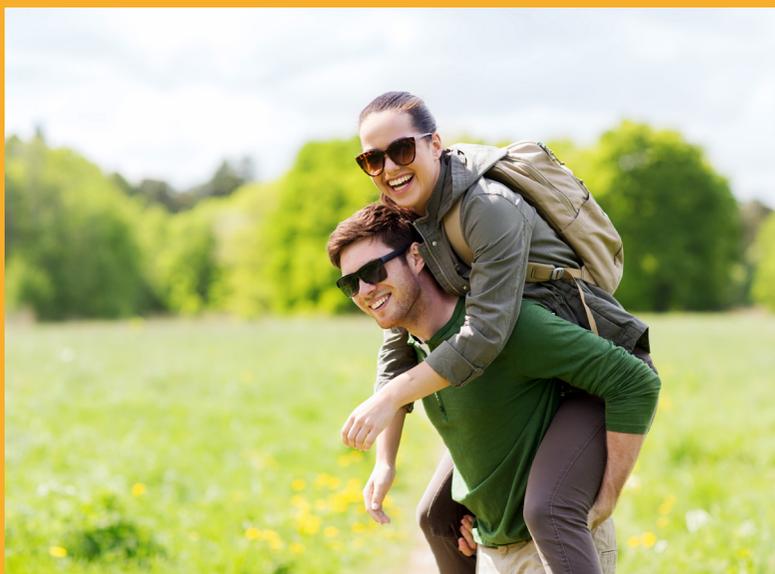
Origine des connexions par pays



France	139 908 (90,27 %)
United States	3 391 (2,19 %)
Switzerland	1 888 (1,22 %)
Belgium	1 873 (1,21 %)
Spain	1 367 (0,88 %)
Netherlands	1 009 (0,65 %)
Germany	996 (0,64 %)
United Kingdom	711 (0,46 %)
(not set)	401 (0,26 %)
Italy	353 (0,23 %)

Origine des connexions françaises par région

1. Bourgogne-Franche-Comte	39,09 %
2. Ile-de-France	29,31 %
3. Auvergne-Rhone-Alpes	18,19 %
4. Grand Est	2,88 %
5. Occitanie	2,09 %
6. Provence-Alpes-Cote d'Azur	1,84 %
7. Nouvelle-Aquitaine	1,53 %
8. Hauts-de-France	1,33 %
9. Pays de la Loire	1,30 %
10. Centre-Val de Loire	0,82 %



La randonnée reste
la thématique la
plus consultée sur
notre site internet.



Site country-break-bourgogne.fr

En 2018, le site atteint l'objectif fixé en 2016 de présenter toutes les offres identifiées Country Break et de mettre en avant des idées séjours et packages Country Break. Partenariat en cours de 3 ans avec l'agence réceptive Bourgogne Découverte pour élaborer des offres packagées.

Le but de ce site est de :

- 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 ;
- créer des packages Country Break en plateforme de réservation.

Actions menées

- Réunion d'échanges courant mars 2018 entre l'agence réceptive Bourgogne Découverte, DSL et les offices de tourisme de Chalon-sur-Saône, Mâcon, Tournus et Louhans. Objectif : le déploiement de nouveaux packages Country Break en regard avec l'offre identitaire de leur territoire.

- Aux 13 séjours clé en main déjà mis en marché dès 2017, **6 nouveaux packages** ont ainsi été créés.

Thème vin :

- Balade viticole en Côte Chalonnaise
- 50 nuances du Mâconnais

Thème nature/rando :

- Golf et Terroir
- Randonnée à Solutré

Thème patrimoine :

- Sur les pas de Lamartine

Thème famille :

- Aventure Mâconnaise

- L'ensemble des packages est relayé sur le site web de l'agence réceptive Bourgogne Découverte, des offices de tourisme dont dépendent les offres et de *Destination Saône & Loire*.



- 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.

Perspectives 2019

- Incitation des prestataires composant les packages à relayer sur leur propre site web ces programmes clé en main.

- Sollicitation des prestataires en vue d'une négociation tarifaire.

- Appel à candidature et renouvellement de la convention à 3 ans avec une agence réceptive dotée de la réservation en ligne.

Chiffres clés

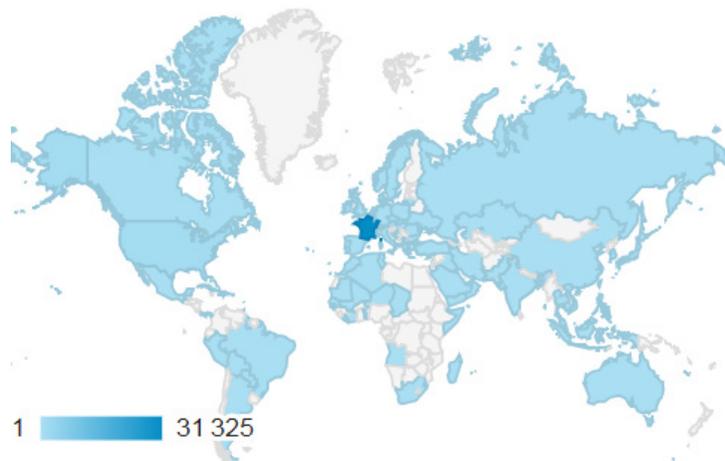


Connexions en 2018

Sessions



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

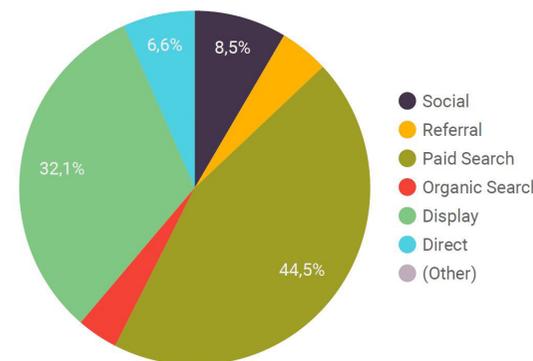


1.  France	31 325 (90,81 %)
2.  United States	1 166 (3,38 %)
3.  Switzerland	467 (1,35 %)
4.  United Kingdom	187 (0,54 %)
5.  Belgium	170 (0,49 %)
6.  Brazil	145 (0,42 %)
7.  Canada	138 (0,40 %)
8. (not set)	69 (0,20 %)
9.  Germany	62 (0,18 %)
10.  India	56 (0,16 %)

Origine des connexions françaises par région

1. Île de France (42,53 %)	6. Provence Alpes Côte d'Azur (3,10 %)
2. Auvergne-Rhône-Alpes (20,99 %)	7. Nouvelle-Aquitaine (3,08 %)
3. Bourgogne Franche-Comté (12,21 %)	8. Hauts-de-France (2,61 %)
4. Grand Est (5,50 %)	9. Pays de la Loire (1,62 %)
5. Occitanie (3,73 %)	10. Centre-Val de Loire (1,54 %)

Canaux d'acquisition en 2018



Social : trafic provenant de l'un des quelques 400 réseaux sociaux.

Referral : trafic provenant de sites Web qui ne sont pas des réseaux sociaux.

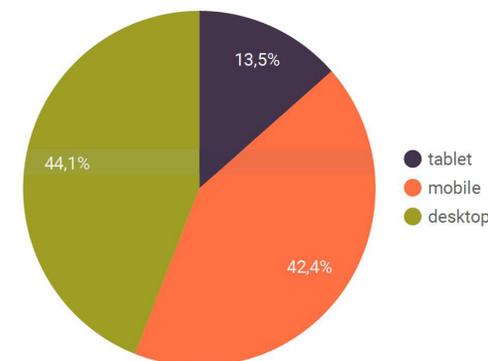
Paid Search : trafic depuis le Réseau de Recherche AdWords ou d'autres moteurs de recherche, avec un support «cpc» ou «ppc» (les liens commerciaux).

Organic Search : trafic provenant de résultats naturels sur n'importe quel moteur de recherche.

Display : interactions avec un support «display» ou «cpm». Inclut également les interactions Google Ads avec un réseau de diffusion des annonces défini sur «content».

Direct : sessions pour lesquelles l'internaute a saisi l'URL de votre site Web dans son navigateur ou a cliqué sur un favori.

Part du trafic Mobile / Desktop / Tablette



Réseaux sociaux

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

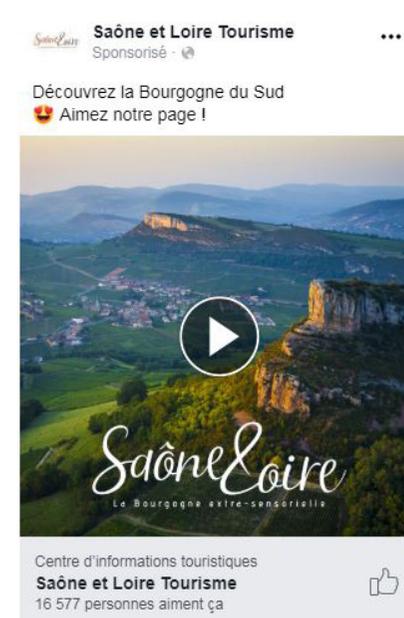
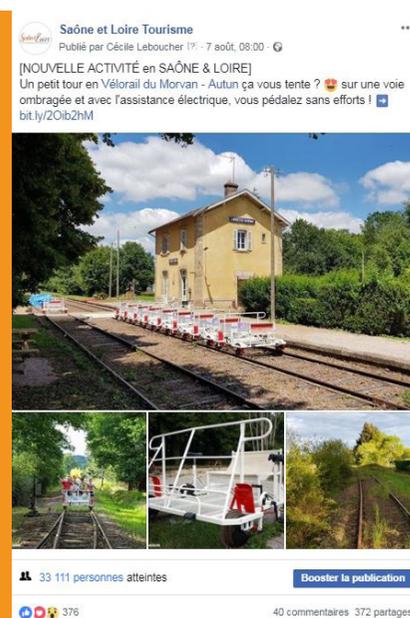
Actions menées

f Facebook

L'octroi d'un budget pour les réseaux sociaux a permis de lancer 18 campagnes entre juin et décembre 2018 afin de :

- **développer notre communauté Facebook :**
 - 3 campagnes ciblant la France, la Belgique et la Suisse.
- **accroître le trafic sur nos sites, promouvoir nos filières et actions :**
 - 9 campagnes :
 - Visites de notre site via 4 publicités concernant les séjours en Saône et Loire, le Morvan, le vélotourisme, la découverte de la Saône.
 - Appli Voie Verte 71,
 - Aventures Mômes,
 - Les séjours Country break : Autun la Romaine, le Chemin des Moines au Clair de Lune Rando nocturne, Golf et terroir et Nature vélo/repos en famille
 - Inscription Newsletter,
 - Marchés de Noël en Saône & Loire.
- **soutenir des évènements sur notre territoire :**
 - Festival RDV de Juillet - Autun,
 - Paulée de la Côte Chalonnaise 2018
- **booster les actions collectives dans le cadre du Plan Marketing Partagé avec Bourgogne Franche-Comté Tourisme :**
 - Organiser une cousinade en Saône & Loire,
 - Activités nautiques en Saône & Loire,
 - Sous les étoiles en Saône & Loire,
 - Le Fantastic Picnic.

Evolution des mentions J'aime en 2018



Perspectives 2019

- Poursuite des campagnes Facebook et Google Adwords.
- Réalisation de nouveaux montages vidéos grâce aux rushes des films.
- Participation au Comité Editorial partagé Bourgogne.

Twitter

Twitter est un parfait mélange entre réseau social et site d'actualités. C'est un outil de communication présentant l'actualité mondiale en temps réel à travers des hashtags, des vidéos live...

Novembre 2018

Meilleur Tweet a obtenu 4 736 impressions

Le #Charolais est généreux, c'est l'un des plus gros #fromages de #chèvre. Bombé comme un tonnelet, moelleux, à la saveur douce, c'est une véritable #gourmandise appréciée lors des repas de fête... L'avez-vous goûté ? → bit.ly/2OJ9RYg pic.twitter.com/LVbFZnfsMj



1 12 15

Voir toute l'activité sur Twitter

Voir l'activité sur Twitter

Meilleure mention a obtenu 575 engagements

フランス観光開発機構【公式】 France.fr @francefr 21 nov.

今日は#フライドチキンの日です。AOC（原産地統制呼称）に認定されたブランド鶏 #BRESSE はご存知ですか？ 2017年には60周年を迎えました。ぜひ一度味わってみたいものです。#フランス #ガストロノミー

RT: @Destination71 pic.twitter.com/XAGIL148j



2 25 49

Youtube

- Notre chaîne Youtube présente l'ensemble des vidéos que nous faisons réaliser pour promouvoir nos filières et destinations.
- Les rushes du film Balade en Saône-et Loire ont permis de réaliser 3 nouveaux montages vidéos réalisés en interne :
 - Chalon-sur-Saône,
 - La Villa Perrusson à Écuisses,
 - Semur-en-Brionnais.



Instagram

- Plus de 4000 photos utilisant le hashtag #Destination71 ont été publiées par des Instagramers et plus de 2000 avec le hashtag #destinationsaoneetloire.



Pinterest

Toutes les publications ont été reprises et mises à jour en été 2018. Afin de générer du trafic vers notre nouveau site tous les liens mis en ligne ont été revus ou supprimés et de nouvelles publications ont été faites. Les tableaux ont également été réorganisés. Le compte présente 18 tableaux et plus de 700 épingles :

- Autour du vin en Saône & Loire
- Expériences en Saône & Loire
- Balades et randonnées en Saône & Loire
- Châteaux de Saône & Loire
- Vacances en Saône & Loire
- Art et Patrimoine en Saône & Loire
- Vélo en Saône & Loire
- Gastronomie en Saône & Loire
- Tourisme fluvial en Saône & Loire
- Faites un Country Break en Saône & Loire
- Hébergements insolites en Saône & Loire
- Gîtes en Saône & Loire
- Chambres d'hôtes en Saône & Loire
- Saône & Loire d'autrefois
- Chardonnay Day
- Vidéos

Chiffres clés

Facebook

- 22 600 mentions J'aime fin 2018, + 167,8 %.
- 3 313 835 personnes atteintes par nos publications.
- Taux d'engagement annuel : 6,42 % .
Taux moyen d'engagement des français en 2018 4,95 % (source Digimind).
- les publications sur les réseaux sociaux génèrent en 2018 :
 - 10,2 % des visites du site www.destination-saone-et-loire.fr
 - 8,5 % des visites du site www.country-break-bourgogne.fr

Twitter

- 1 296 abonnés fin 2018 soit + 34,7 %.
- + de 231 000 personnes atteintes par nos publications.

Instagram

- 920 abonnés fin 2018 soit + 44.65%.
- 231 300 personnes atteintes par nos publications.

Youtube

- + de 316 500 vues de notre chaîne et 151 abonnés de plus qu'en 2017 soit 413 au total.
- 82 % de ses vues sont dûes aux campagnes utilisant le réseau Display.

Pinterest

- 2046 lecteurs en moyenne chaque mois.
- 68 lecteurs engagés en moyenne chaque mois.

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 **5 newsletters** (avril, juillet, septembre, octobre, décembre) sur différents thèmes : vin, nouveaux hébergements, randonnée, Noël. À noter qu'à la suite de la création du Comité Editorial partagé Bourgogne sur les réseaux sociaux, chaque département s'est engagé à valoriser dans une de ses newsletters, un article partagé Bourgogne.
- 4 articles réalisés en commun ont été relayés :
 - Cousinades en Bourgogne
 - Quel oenotouriste êtes-vous en Bourgogne ?
 - Bourgogne, encore et encore
 - Nos 5 bonnes raisons de passer l'hiver en Bourgogne
- En septembre 2018, Décibelles Data devient l'outil permettant de gérer la création et l'envoi des newsletters. Un nouveau modèle d'e-letters est créé en adéquation avec les visuels de la campagne de communication 2018. La base de données des prospectus de Destination Saône & Loire est importée dans le bordereau Prospectus de Décibelles.

Chiffres clés

- + de 19950 contacts
- 9,5 % taux d'ouverture moyen
- 3,2 % taux de clics



Tous à la châtaigne



Amoureux de la nature et du Morvan, amateurs de châtaignes grillées... Cette rando est faite pour vous !

EN SAVOIR PLUS

La Tournuscimes



Magie de Noël



Dégotez LE cadeau qui sort de l'ordinaire sur nos marchés de Noël. 100 % made in France, ils feront un tabac sous le sapin !

EN SAVOIR PLUS

Animations de Noël



Éditions

La nouvelle identité graphique déclinée par l'agence de communication LMWR a été déployée sur l'ensemble des éditions 2018.

Les premières de couvertures des éditions se sont humanisées avec des personnages à la mimique épanouie, auréolées de diadèmes thématiques (une déclinaison en harmonie avec la campagne de communication d'affichage du Country Break).

Actions menées

LES ÉDITIONS DE L'AGENCE DESTINATION SAÔNE & LOIRE

• Magazine n° 2 Saône-et-Loire

Les 48 pages présentent des bons plans, des 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 actuelle avec un ton rédactionnel léger et parfois décalé.

Conception/rédaction/réalisation : agence Signe des Temps. Impression : Rose Tramé. Parution : 24/01/2018.

• Carte touristique - Version française

Légère refonte de la maquette sur la partie Saône-et-Loire et actualisation du verso Bourgogne.

Conception/réalisation : LMWR et la société ACTUAL pour la cartographie. Impression : imprimerie Voluprint. Parution : 23/01/18.

• Carte touristique Bourgogne - Version trilingue

Dans le cadre du Collectif Tourisme Bourgogne, une version trilingue (GB, D, NL) a été réalisée. L'ADT 21 s'est chargé de rationaliser les textes des différentes versions et de maquetter en interne la carte pour le compte du Collectif.

Conception/réalisation : ADT 21 et la société ACTUAL pour la cartographie. Impression : imprimerie Voluprint.

• Carte vélo / 4 versions FR, GB, D, NL

Refonte du document recto/verso : 1 volet supplémentaire, élargissement de la cartographie à l'ensemble du recto. Sélection de boucles coup de cœur le long des itinéraires.



Conception/réalisation : LMWR et la société ACTUAL pour la cartographie. Impression : imprimerie Faurite. Parution le 24/01/18 et 2/03/18 pour les versions étrangères.

• Aventures Mômes (FR)

Refonte complète de la brochure : désormais l'offre sera répertoriée par territoire et non plus par type d'activité. 6 nouvelles rubriques par entrée de territoires.

Conception/réalisation : LMWR. Impression : Rose Tramé. Parution le 22/02/18.

• Tourisme & Handicap (FR)

Refonte complète de la brochure précédente éditée en 2016. Le guide est adapté pour les personnes déficientes visuelles. Il met en avant les 76 sites labellisés par cette marque d'Etat.

Conception/réalisation : Destination Saône & Loire.

Impression : S2e impressions. Parution le 30/03/18.

• Calendrier des randonnées (FR)

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 en 2018 des exemplaires «papier» du calendrier 2018 pour une diffusion lors de ce salon et au comptoir des Offices. A noter que depuis 2005, le calendrier ne faisait plus l'objet d'un support print mais était en revanche téléchargeable sur le site web et mis à jour régulièrement.

Conception/réalisation : Destination Saône & Loire. Impression : Seic.

Parution le 20/02/18.

• E-brochures

Les e-brochures sont des brochures consultables en ligne en pdf qui s'actualisent automatiquement chaque nuit en fonction des mises à jour effectuées au sein de Décibelles Data.

- **Création d'e-brochures «Balades Vertes».** Chaque Balade Verte dispose d'une fiche avec toutes les données informatives sur la balade et le tracé. Elle est téléchargeable directement sur les sites Internet alimentés par Décibelles Data.
- **Création d'une e-brochure trimestrielle pour le calendrier des randonnées 2019.** Chaque version est téléchargeable sur le site Internet de DSL à la rubrique «Nos Brochures».

LES ÉDITIONS COLLABORATIVES

• Carte Le Patrimoine Roman en Bourgogne du Sud

Suite à la sollicitation de l'association Résonance Romane, *Destination Saône & Loire* a apporté une aide technique et financière (gestion de l'actualisation, actualisation des contenus textes et de la cartographie, interface avec l'imprimeur) pour l'actualisation 2018 de cette édition afin que celle-ci puisse être diffusée lors de la bourse d'échange en documentations.

• Magazine Bourgogne 2019

Le comité éditorial composé des 4 ADT de Bourgogne s'est réuni en juillet 2018 pour l'élaboration du chemin de fer du magazine 2019. Un travail de sourcing d'adresses, de contacts divers a été fournis par chaque structure.

• Dossier de presse 2019 Bourgogne-France-Comté

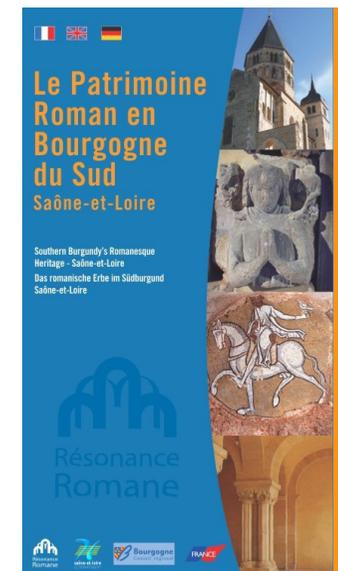
En juin, réalisation d'un sourcing par chaque ADT sur les nouveautés touristiques 2019 de leur département respectif (nouveaux prestataires, événements majeurs pour l'année 2019...). Ces informations sont une des bases d'élaboration du dossier de presse régional qui est édité dès janvier par Bourgogne Franche-Comté Tourisme.

• Guide le Routard à Vélo – Edition Hachette

Destination Saône & Loire a poursuivi sa collaboration avec les éditions Hachette et investi la thématique vélo grâce à un partenariat Routard et France Vélo Tourisme afin de toucher la clientèle cyclotouriste. Un guide de 176 pages valorisera 6 itinéraires : l'Eurovelo6, l'Echappée Bleue Moselle-Saône, la Grande Boucle de Bourgogne du Sud, la Voie Bressane, l'itinérance Verte en Autunois Morvan et la Voie Verte du Brionnais.

6 prestataires touristiques/sponsors accompagnent financièrement l'agence dans ce guide : Celt'Ô, les Vignerons de Buxy, Solutré, Les Logis, Gîtes de France, CCI/Table de pays.

Planning : 1 an de travail d'élaboration du guide. Démarrage en janvier 2018. Parution en librairie : 9/05/2019. Tirage : 15 000 ex. Prix de vente : 15 €.



• La Grande Traversée du Massif Central à VTT

Constitution d'un groupe de travail réunissant les 3 régions et leurs ADT : Bourgogne-Franche-Comté, Auvergne-Rhône-Alpes et Occitanie avec comme maître d'ouvrage l'IPAMAC (l'association des parcs naturels du Massif Central). La Saône-et-Loire est concernée par 246 km dont 188 sur l'axe principal.

Forte mobilisation des ADT sur les supports de communication :

1 - Les 2 topoguides (édition Vtopo) avec une sortie pour le salon Roc d'Azur en octobre :

- production des contenus des double-pages thématiques
- recensement des points d'intérêt touristiques
- sélection et transmission de photos
- identification des hébergements sur l'itinéraire

2 - le site internet

- production de contenus
- sélection et transmission de photos

3 - le reportage photographique

- identification des lieux des prises de vue



LA COMMUNICATION PARTENARIALE PRINT

- Avec **le magazine l'Incontournable**, une revue bimestrielle gratuite du voyage, culture et découverte, diffusée dans des lieux de flux tels que gares, navette Lyon Part-Dieu/Saint-Exupéry, sites culturels... sur les cibles de Lyon, Paris, Bruxelles. Ce partenariat a été engagé en 2016 lors du lancement de la campagne de communication Country Break et poursuivi en 2017. En 2018, en complément de deux insertions pub en janvier-février (communication Country Break généraliste) et mai-juin (communication vélo), la réalisation de deux dossiers rédactionnels de 3 pages chacun ont mis à l'honneur en mars-avril les territoires du Charolais-Brionnais, Autunois-Morvan et Creusot-Montceau ; et en septembre-octobre les territoires de la Chalonnais, Mâconnais-Clunisois et de la Bresse Bourguignonne.
- Avec **le magazine l'Essentiel-L'indispensable/Édition Bourgogne-Franche-Comté**. Un magazine gratuit, qualitatif sur l'art de vivre, la découverte de nouveaux territoires diffusé en Bourgogne-Franche-Comté. Le magazine de l'été 2018 a mis en avant le Mâconnais. *Destination Saône & Loire* a été sollicité sur un sourcing de photos, de bonnes adresses et de sites incontournables sur Mâcon et alentour et de photos.
- Avec **l'Élan Chalon**. Au sein du guide Média Élan Chalon 2018-2019, mise à disposition d'une présentation touristique de la Saône-et-Loire.

Chiffres clés

Carte touristique

56 000 exemplaires en français.

42 000 exemplaires en version trilingue.

Cartes Voies Vertes et Cyclotourisme

48 000 exemplaires en français.

15 000 exemplaires de chaque dans les 3 versions étrangères (anglaise / allemande / néerlandaise).

Brochure Aventures Mômes

30 000 exemplaires

Magazine N°2 Saône & Loire

35 000 exemplaires.

18 700 exemplaires ont par ailleurs été diffusés par le Réseau Distribrochures sur 368 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

700 exemplaires

Calendrier des randonnées

6 000 exemplaires.

Sur le site www.destination-saone-et-loire.fr, la page «Nos Brochures a été consultée 7987 fois en 2018.

Photothèque

Photos

La photothèque de *Destination Saône & Loire* est consultable en ligne. Tout partenaire, dès l'instant qu'il en fait la demande, est en mesure de consulter et commander des photos pour illustrer des supports de communication valorisant la promotion touristique du territoire.

La photothèque s'est enrichie de nouvelles photos sur le tourisme fluvial (Damien Lachas), de la thématique vélo (notamment un reportage spécifique pour l'illustration du guide du Routard à vélo (Sebgeo), de photos variées lors de l'accueil d'une journaliste pour le magazine *Décoration* et du reportage photo sur la GTMC à VTT (Aloha Studio).



Relations presse

- Accompagnement par l'agence AiRPur sur les actions presse nationales depuis novembre 2017 et tout au long de l'année 2018.
- 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

ACTIONS PRESSE NATIONALE MENÉES AVEC AIRPUR

- Participation au forum Deptour à Paris en janvier 2018.
- Envoi de divers supports aux journalistes par l'agence de presse et mise en ligne sur le site pro de Destination Saône & Loire :
 - Un dossier de presse général : « Country Break en Saône-et-Loire - Top 10 des vacances trendy »,
 - Deux dossiers de presse thématiques : Vélotourisme en Saône-et-Loire et Terroir et bons produits en Saône-et-Loire, Quatre communiqués de presse saisonniers et thématiques : Vacances de Pâques, Été, Automne et Noël en Saône-et-Loire.
 - Quatre brèves : Mâcon Wine Note, Marathon des Vins de la Côte Chalonnaise, Été des portraits et les Glorieuses de Bresse.
- Assistance technique de l'agence de presse : accueil de journalistes, réponses aux sollicitations de journalistes.



ACTIONS PRESSE LOCALE MENÉES

- Envoi de communiqués et infos de presse à l'échelle départementale et régionale sur l'actualité de Destination Saône & Loire :
 - Janvier : communiqué de presse Salon des Vacances 2018 à Bruxelles
 - Février : communiqué de presse Salon Mahana 2018 à Lyon
 - Mars : deux communiqués de presse Remise des Prix Concours des Villes et Villages Fleuris et Bourse aux documents



Conférence de presse bilan touristique
11 octobre 2018 au Château de Chasselas

- Avril : trois communiqués de presse Bilan bourse aux documents, Nouvelle campagne de communication à Lyon et Lancement de saison / une info presse sur l'Application Voie Verte 71
- Mai : deux communiqués de presse Sortie du topoguide Cluny au Puy-en-Velay et l'Assemblée Générale de Destination Saône & Loire
- Juin : un communiqué de presse sur la GTMC en Saône-et-Loire et une info presse Petits Jardiniers Villes et Villages Fleuris
- Juillet : un communiqué de presse Tournée été Villes et Villages Fleuris
- Août : une info presse sur la tournée de septembre des Villes et Villages Fleuris
- Octobre : un communiqué de presse pour le Bilan de saison touristique

Chiffres clés

- 3 dossiers de presse
- 15 communiqués de presse
- 4 brèves et 3 infos presse
- 3 tournages TV : Des Racines et des Ailes (France 3), Village préféré des Français (France 2) et Ensemble c'est mieux ! (France 3 Bourgogne Franche-Comté)
- 2 conférences de presse
- 12 accueils et voyages de presse : journalistes et blogueurs
- 5 Éductours Bourgogne-Franche-Comté Tourisme et AiRPur

RETOMBÉES MAJEURES À LA SUITE DES ACCUEILS ET DEMANDES PRESSE RÉALISÉS EN 2018

PRESSE ÉCRITE 2018 - Génériques

- **Le Monde - La Matinale** - PQN en ligne - Le palmarès 2018 des 10 destinations France
- **Le Figaro Magazine** - Presse Actu News - Notre guide des plus belles chambres d'hôtes
- **Avantages** - Presse féminine généraliste - Balade de charme vos 20 adresses coup de cœur
- **L'Express** - Magazine Hors-Série - Un été à l'usine
- **Détours en France** - Magazine Hors-Série - L'abbaye de Cluny - Une capitale spirituelle
- **Télé Loisirs** - Presse des Programmes TV - Tourisme bucolique - Au sud de la Bourgogne
- **Supplément Elle été** - Magazine Hors-Série - Bourgogne-Franche-Comté spécial tourisme
- **Top-Parents.fr** - Presse actualités famille - Pour Pâques évadez-vous en Saône-et-Loire
- **Respire** - Presse Forme Santé - Fuguer en Bourgogne
- **[Incontournable Magazine]**
 - Saône et Loire nature & patrimoine
 - Saône et Loire - Country Break gastronomique
- **Mon jardin & ma maison** - Presse Jardins
 - L'agenda d'avril
 - L'agenda de juillet
 - L'agenda d'août
- **L'ami des jardins & de la maison** - Presse Jardins - Agenda d'août
- **Yanous !** - Presse sur le handicap - Escales en Saône-et-Loire
- **Côté Santé** - Presse Forme Santé - Fugue 100% plaisir en Saône-et-Loire
- **Santé magazine** - Presse féminine
 - La belle nature des écolodges
 - 10 destinations pour découvrir des savoir-faire
- **Femme actuelle** - Presse Loisirs
 - Balade dans les pas de Lamartine
 - Bourgogne du Sud, une terre de trésors
 - Bourgogne du Sud : les visites à faire en week-end
- **Profession Photographe** - Presse spécialisée - L'été des portraits, 8e rencontres européennes du portrait photographique
- **Fisheye** - Presse Photographie en ligne - L'été des portraits
- **Chasseur d'images** - Presse photo - L'été des portraits
- **Photo** - Presse photo - L'été des portraits
- **Réponses photo** - Presse photo son vidéo - L'été des portraits
- **Compétence photo** - Presse Photo en ligne - 8^e rencontres européennes du portrait photographique à Bourbon-Lancy
- **Réponses photo** - Presse photo son vidéo - Mille visages
- **Cosy mountain** - Presse maison - Notre agenda de l'été
- **La Croix** - PQN en ligne
 - En Saône-et-Loire, des joyaux de l'art roman
 - En Saône-et-Loire, la « maison catalogue » des Perrusson
- **La Croix samedi et dimanche** - PQN
 - Balade, Le patrimoine roman de Saône-et-Loire
 - Au Pays du Charolais
- **Dynamic Seniors** - Presse Séniors en ligne - Découvrir la Villa Perrusson en Saône-et-Loire
- **Leguidedesfestivals.com** - Presse Sorties en ligne - Festival l'été des portraits
- **La Montagne** - PQR - Balade avec les maîtres de la lumière à Bourbon-Lancy
- **À table** - Presse Gastronomie - La foire aux dindes
- **20 minutes** - Quotidien en ligne
 - Bourgogne : cinq trésors du Patrimoine pour remonter le temps
 - Cinq façons de découvrir la Bourgogne autrement
 - Les vignobles à visiter quand on n'y connaît rien
- **Brief** - Presse mensuelle - « Route 71 Bourgogne du sud, nouvelle marque en Saône-et-Loire »

PRESSE ÉCRITE 2018 - Outdoor et Cyclotourisme

- **À Table - Le Progrès** - Presse Gastronomie - Marathon des Vins
- **Running attitude** - Presse sportive - Rendez-vous, on déguste la Côte Chalonnaise
- **Figaroscope** - Presse Sorties - 30 Echappées Belles - Mâcon
- **Citycle** - Presse sportive en ligne - La Saône-et-Loire, du vélotourisme pour tous les profils
- **Santé Magazine** - Presse Santé - Géocaching, les chercheurs de trésors sont de retour ! Dans la petite Suisse de la Bourgogne du Sud
- **Le Parisien** - PQN - La Balade, le Morvan à vélo
- **Télé-Loisirs.fr** - Presse des Programmes TV en ligne - Week-end en France : trois idées d'itinéraires à vélo aussi différentes que réjouissantes

PRESSE ÉCRITE 2018 - Terroir et Œnotourisme

- **Infosvin** - Presse Gastronomie & Vin en ligne - Les Mâcon Wine Note en Saône-et-Loire les 25 et 26 mai 2018
- **Maxi** - Presse Féminine - Autour du vignoble, escapade savoureuse à Mâcon
- **Sommerliers International** - Presse Vin - Mâcon Wine Note
- **Maxi Cuisine** - Presse Gastronomie - Bourgogne du Sud, un terroir de fins gourmets
- **La Revue des Vins de France** - Presse Vin - 5 dates à noter dans votre agenda
- **Le Guide des Gourmands** - Presse Gastronomie en ligne - Les Mâcon Wine Note ? (71)

PRESSE ÉCRITE 2018 - Presse Quotidienne Régionale

- **Creusot-infos.com** - Presse en ligne
 - Saône-et-Loire : la Saône-et-Loire est présente au Salon des Vacances de Bruxelles
 - Saône-et-Loire : bourse de documentation touristique de Saône-et-Loire
 - Tourisme « La Saône-et-Loire est le 3^e département français de destination campagne », souligne Elisabeth Roblot
 - Saône-et-Loire : le département s'affiche à Lyon
 - Mais oui, mais oui... Les touristes sont bienvenus en Saône-et-Loire
 - Le jury départemental des Villes et Villages Fleuris en visite d'observation ce jeudi

• Le Journal de Saône-et-Loire

- La Saône-et-Loire fait sa promotion à Bruxelles
- Saône-et-Loire, opération séduction dans les rues de Lyon
- Du nouveau pour doper le tourisme en Saône-et-Loire
- Terroir et vignoble avec Œno Moment
- Mettre le paquet pour attirer les touristes dans notre département
- Paray-le-Monial, 84 nationalités sont passées par l'office de tourisme
- Chagny, un nouveau totem pour saluer les touristes
- Visite guidée et connectée avec « Voie Verte 71 »
- Les trésors du tourisme local envahissent la toile
- À la santé de l'œnotourisme

• Le Journal de Saône-et-Loire - Presse en ligne

- Tourisme « *Destination Saône & Loire* » au salon Mahana de Lyon
- Économie, les acteurs du tourisme de Saône-et-Loire réunis à Blanzay
- Tourisme, lancement des « Œno Moment » au château de la Ferté à Saint-Ambreuil
- Le Creusot, 60 critères sont évalués pour le label Villes fleuries

• Mâcon-infos.com - Presse en ligne

- Une délégation départementale est présente à Bruxelles
- Saône-et-Loire : le département s'affiche à Lyon
- Œnotourisme : la route des vins de Saône-et-Loire prochainement en appli
- Voie Verte - Entre Mâcon et Chalon, découvrez un itinéraire mythique : la grande boucle de Bourgogne du Sud !
- Saône-et-Loire : une saison touristique marquée par la coupe du monde et la canicule
- Elisabeth Roblot « La route des vins sera purement digitale ! »

• Montceau-News.com - Presse en ligne - La Saône-et-Loire à Bruxelles

• Travel.usnews.com - Presse en ligne - Best Things to do in Burgundy

• Actu Eco

- Lancement du label Œno Moment
- Un tourisme pour valoriser nos terroirs

• Info-Chalon.com - Presse en ligne

- Bienvenue à la bourse de documentation touristique de Saône-et-Loire !

• CIP de Saône-et-Loire - Lancement du label « Œno Moment »

• Agri71.fr - Presse en ligne - Itinéraires à la carte pour découvrir la Saône-et-Loire

• L'exploitant agricole de Saône-et-Loire - Itinéraires à la carte

• L'indépendant

- Saint-Usuge : concours Les Petit Jardiniers 2018
- Le musée du Vélo vient d'être labellisé au niveau départemental

- **Ecodocs** – Arnaud Durix, président de *Destination Saône & Loire*
- **Nouvelles Brèves de Chagny** – Bienvenue en Saône & Loire
- **La Renaissance** – Des blogueurs invités pour promouvoir la Saône-et-Loire sur les réseaux sociaux
- **Le coin des voyageurs** – Presse en ligne – Deux quartiers, deux mondes – Le Creusot en Saône-et-Loire
- **Stemp** – Chalon - Balade sur Saône
- **L'exploitant agricole de Saône-et-Loire** – Tourisme en Saône-et-Loire : fréquentation importante
- **Voyages à deux** – Blog
 - Bonne adresse : le Domaine de Rymska en Bourgogne
 - 1 week-end / 3 étapes au sud de la Bourgogne (partie 1)

TV 2018

- **TV5 Monde** – Découverte de la Bourgogne et plus particulièrement de la Saône-et-Loire
- **France 3 Bourgogne Franche Comté** – 9h50 Le Matin en Bourgogne-Franche-Comté - Villes & Villages Fleuris à Berzé-la-Ville

RADIO 2018

- **Fréquence Morvan** – L'info Mag – Spectacle Augustodunum d'été
- **Autoroute info** – Radio Nationale – Découvrez la Saône-et-Loire à vélo
- **Europe 1** – Le Club de l'été – Œnotourisme en Saône-et-Loire

Perspectives 2019

- Forum Deptour
- 2 voyages 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 mini dossiers de presse en lien avec l'actualité 2019 du département.



Salons

SALONS TOURISTIQUES, GRAND PUBLIC

- Salon des Vacances à Bruxelles, février
- Salon International de l'Agriculture à Paris, mars
- Salon du Mahana à Lyon, mars

SALONS EN PARTENARIAT AVEC LE DÉPARTEMENT

- Salon Démarchage Tour-Opérateurs à Zagreb, septembre

Opération de promotion de la Destination France organisée par Atout France, en collaboration avec le principal tour-opérateur croate Atlas et réalisée dans le cadre d'une coopération décentralisée envisagée avec la Région de Varaždin en Croatie et le Conseil départemental de Saône-et-Loire. Patrimoine, art de vivre, œnotourisme, gastronomie, randonnées sous toutes ses formes... : une belle valorisation de l'offre touristique saône-et-loirienne auprès du marché croate durant 2 jours.

- Salon Euroforest, juin

Appui opérationnel de l'Agence sur ce salon professionnel de la filière bois. Une opération soutenue par le Conseil départemental de Saône-et-Loire avec la présence d'un stand du Département.

- participation aux réunions préparatoires du salon
- enrichissement des newsletters d'Euroforest vis-à-vis des exposants et du grand public avec du contenu et des idées touristiques
- production du contenu des «pépites autour du salon» destiné à une page pub du catalogue d'Euroforest
- mise à disposition de documentations touristiques sur le salon



Salon des Vacances - Bruxelles - Février



Salon Euroforest - Juin



Démarchage Tour-Opérateurs Zagreb - Septembre



Salon International de l'Agriculture Paris - Mars



Salon des Vacances - Bruxelles - Février

Perspectives 2019

- Salon des Vacances à Bruxelles
- Salon Mahana à Lyon
- Salon du Randonneur à Lyon
- Salon SITV à Colmar
- Salon Handica à Lyon

Partenariats

Actions menées

Autoroute infos 2018 :

La 74^e édition de la Saint Vincent tournante, fête traditionnelle viticole s'est déroulée les 27 et 28 janvier aux confins du Mâconnais et du Beaujolais sur le cru Saint-Véran à Prissé très exactement. Elle a accueilli près de 85 000 visiteurs.

6 portraits de 2 minutes chacun de cette appellation avec au micro d'Autoroute Info :

- Kevin TESSIEUX, Président de l'appellation Saint-Véran (x 2 interviews)
- Pierre BEAUBERNARD, Viticulteur et l'un des organisateurs de la Saint Vincent tournante
- Michel DAVENTURE, Maire de Prissé
- Brigitte DARMEDREN, Mairesse de Chânes
- Sébastien CHAMBRU, Chef à l'Ô des Vignes à Fuissé
- Robin PEYTOUREAU, Office de Tourisme du Mâconnais Val de Saône pour Les circuits œnotourisme



Destination Saône & Loire a soutenu plusieurs événements dont :

- La Saint Vincent tournante en janvier à Prissé
- L'Élan Chalon Basket
- Le Marathon des Vins de la Côte Chalonnaise en mars à Givry
- Le Salon International de l'Agriculture en mars à Paris
- Le Givry Starlette Club de Givry en avril devenu vice-champion du monde de twirling en Norvège
- Le Tribal Show en mai
- Le Festival des RDV de Juillet en juillet à Autun et Bibracte
- Aérauto Classic en juillet à Tournus
- Le Congrès International COBATY en septembre à Mâcon
- La finale de Championnat de France de Rallye en octobre à Chalon-sur-Saône
- La Paulée en octobre à Chalon-sur-Saône



Les Aires d'Autoroute A6 et A39

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. Mise à jour des vidéos diffusées et traitement des demandes de documentation via la borne sur place.

Sur l'A6 : partenariat noué à l'occasion de l'inauguration de l'Aire de Saint-Albain le 5 juillet 2018

- Diffusion à l'Arche de la cafétaria de 43000 ex de sets de table ludiques du 26 juin au 2 septembre 2018. Les sets reprennent les codes de la carte touristique avec des accroches sur l'offre majeure du territoire et sont identifiés avec un QR Code lié au site www.destination-saone-et-loire.fr.
- Diffusion de cartes touristiques et partenariat avec l'Office de Tourisme de Mâcon pour habillage de 6 vitrines.



Perspectives 2019

- Promotion du département **par le biais des outils numériques** tout au long de l'année.

Chiffres clés

- 1 million de voyageurs autoroutiers sur l'A6.
- 4 millions de voyageurs autoroutiers sur l'A39.
- 279 demandes de documentation ont été comptabilisées sur l'année 2018 dont 13 sur la borne de l'A39.

Totems «Bienvenue en Saône & Loire»

En complément des 7 totems installés en 2017, 6 autres totems *Bienvenue en Saône & Loire* ont été implantés pour saluer les touristes aux principales portes d'entrée du département.

- Chagny, inauguré le 4 juillet
- Cordesse
- Roussillon-en Morvan
- Digoin
- Le Tartre
- Romanèche-Thorins





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 ADT de Bourgogne Franche-Comté permet la diffusion d'informations identiques sur des supports variés. La mutualisation permet ainsi la rationalisation des coûts et donne accès à des outils et services cohérents.

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



5 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, de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme et des ADT de Bourgogne et de Franche-Comté).

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
- des Offices de Tourisme :
 - du Grand Chalonnais
 - 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
 - de Bourbon-Lancy (en cours)
 - de Mâcon (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



En janvier 2018, il a été décidé de donner un nom commun à l'échelle régionale au SIT afin de communiquer sur cet outil. «Décibelles Data» a été retenu.

Objectifs

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

Actions menées

Avec Bourgogne Franche-Comté Tourisme

- Le comité de pilotage et le comité technique «Décibelles Data» auxquels *Destination Saône & Loire* participe activement a travaillé sur :
 - un mode de gouvernance régional qui définit les rôles de chaque intervenant : prestataires, contributeurs (= offices de tourisme), coordinateur (= ADT), responsable technique (= ADT).
 - la mise en conformité du SIT avec le format national d'échanges des données DataTourisme.
 - la migration des données de Tourinsoft vers Décibelles Data.
 - les contenus des formations contributeurs et les supports nécessaires aux formations.
 - la mise en place des modèles de flux régionaux.
- Bourgogne-Franche-Comté Tourisme avec l'ADT a organisé une réunion d'information sur Décibelles Data et son nouveau mode de gouvernance, auprès des OT de Saône-et-Loire le 13 mars 2019.
- *Destination Saône & Loire* a participé à la réunion organisée par Bourgogne - Franche-Comté Tourisme le 12 septembre 2018 pour les agences web afin de leur présenter comment exploiter les flux Décibelles Data.

- Séverine Bonin est désormais la coordinatrice et responsable technique «Décibelles Data» pour la Saône-et-Loire et a suivi deux jours de formation en septembre 2018 à Beaune pour obtenir la certification.
- Intervention le 18 janvier 2018, lors la journée régionale SIT avec les Offices de Tourisme, les ADT et Bourgogne-Franche-Comté Tourisme à Besançon sur l'atelier de présentation du mode de gouvernance.
- Participation à l'e-club annuel 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.

Extranet Pros

- Sensibilisation des prestataires à l'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.
- Sensibilisation des OT à l'importance de faire signer les Conditions Générales d'Utilisation des Données pour que les informations puissent être diffusées ensuite notamment sur la plate-forme «Datatourisme» et donc à ce que les prestataires mettent à jour leurs infos via l'extranet.

Flux

- Mise en place des syndicats pour alimenter les sites Internet des partenaires : OT Creusot-Montceau, OT Marcigny-Semur.
- Mise à jour de tous les flux selon la nouvelle structure définie dans «Décibelles Data» et lien avec les différentes agences web.

Formulaires web

- Mise en place d'un formulaire web pour collecter les actus Aventures Mêmes spéciales vacances scolaires afin d'alimenter automatiquement le bordereau «Manifestations» de Décibelles Data et donc les sites Internet.
- Création du formulaire d'inscription en ligne à la newsletter de DSL pour intégration sur le site Internet. Alimentation automatique du bordereau des Prospects.

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 Décibelles Data pour pouvoir être intégré dans le flux DATAtourisme.

E-mailing

- 22 e-mailings envoyés à partir de Décibelles Data à l'ensemble des prestataires touristiques pour les informer régulièrement des événements organisés par *Destination Saône & Loire*, des nouveautés...

Perspectives 2019

- Participation aux comités techniques et comités de pilotage «Décibelles Data».
- Poursuite du développement des partenariats avec les OT, Pays et autres partenaires dans l'alimentation de leurs sites Internet à partir de Décibelles Data.
- Mise en place des formations «contributeurs» à destination des personnels des OT utilisateurs du module de saisie d'informations touristiques de Décibelles Data.
- Accompagnement des «contributeurs» dans l'utilisation de Décibelles Data, son exploitation... (export...)
- Accompagnement des «contributeurs» dans la mise en place d'ateliers numériques sur la prise en main de l'extranet par les prestataires.
- Poursuite de l'animation auprès des OT sur la saisie au sein de Décibelles Data 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.
- Mise en place des flux pour alimenter l'application web Route 71, l'application Voie Verte 71...

Chiffres clés

- **Bientôt 11 sites Internet d'OT alimentés à partir de Décibelles Data**
- **+ de 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 Web-réservation : 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** :

Passerelle ITEA (Gîtes de France)

- Travail sur le déploiement d'une passerelle avec ITEA (Relais des Gîtes de France de Saône-et-Loire) 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.

- Un zonage a été réalisé afin de répartir les communes non couvertes par la web-réservation entre les 8 OT partenaires. À ce jour, 2 zones restent non couvertes à savoir la zone de l'office de tourisme de Marcigny-Semur et la zone de l'office de tourisme de La Clayette/Chauffailles en Brionnais.

- Présentation de l'outil de commercialisation et de son déploiement à l'OT de La Clayette/Chauffailles en Brionnais et l'OT de Marcigny-Semur le 05 juillet 2018 afin qu'ils puissent revoir leur position quant à l'adhésion ou non à la solution Ingenie.

- *Destination Saône & Loire* a rédigé en partenariat avec le Relais des Gîtes de France de Saône-et-Loire, une convention OT/Gîtes de France/ADT ainsi qu'un courrier d'information sur la mise en place de la passerelle à destination des hébergeurs labellisés Gîtes de France et concernés par la passerelle.

- Plusieurs COPIL ont été organisés avec les OT pour la mise en place de la passerelle.

- Il reste encore à définir le process de réservation entre Gîtes de France et les OT partenaires pour la mise en ligne.

- Présentation lors d'une réunion UDOTSI du travail réalisé pour mettre en place la passerelle ITEA/Ingenie.

Passerelle avec Xotelia et Eviivo

- Étude pour la mise en place de la passerelle avec Xotelia et Eviivo. Vu l'avenir incertain d'un éventuel partenariat entre Eviivo et Ingenie, vu que la passerelle Xotelia/Ingenie sera maintenue au maximum jusqu'en septembre 2019, vu qu'il n'est pas possible d'obtenir les coordonnées des clients, vu que *Destination Saône & Loire* n'a à ce jour reçu qu'une seule demande d'un hébergeur, il paraît difficile de justifier la mise en place de cette passerelle.

- Ingenie s'est engagé à tenir informé *Destination Saône & Loire* dès lors où une position serait prise par Eviivo. L'Agence réétudiera donc la mise en place de la passerelle suite à ce retour.

Passerelle avec Ctoutvert

- Signature du partenariat avec Ctoutvert pour la mise en place de la passerelle en juillet 2018. Un courrier d'information a été envoyé par *Destination Saône & Loire* aux différents campings pouvant bénéficier de cette passerelle sachant que l'agence finance le coût de mise en place annuel pour 3 ans (2018, 2019 et 2020). Au 31/12/2018, 2 campings ont demandé l'ouverture du canal.

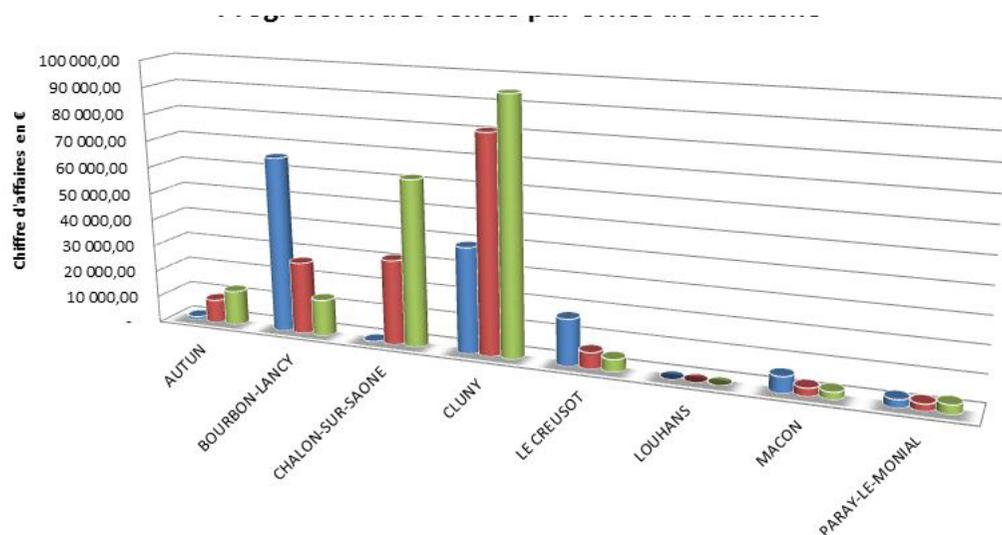
Widgets prestataires

Ingenie a développé une nouvelle technologie de widgets. Cette solution permet aux Offices de Tourisme de fournir directement les widgets aux prestataires sans passer par INGENIE. Les agences web peuvent ainsi habiller le widget selon l'environnement graphique du site du prestataire, ce qui sera beaucoup plus vendeur puisqu'il s'intégrera parfaitement dans le site du prestataire. Il sera aussi possible pour le prestataire d'intégrer le kit de paiement Payplug. Le prestataire pourra ainsi encaisser directement la vente depuis son site Internet sans intervention de l'Office de Tourisme.

Cette nouvelle solution étant payante, DSL a choisi d'accompagner les OT en prenant en charge la moitié de l'investissement par OT et les a informé par courrier.

Au 31/12/2018, aucun OT n'a donné suite à cette proposition.

Progression des ventes par Office de Tourisme



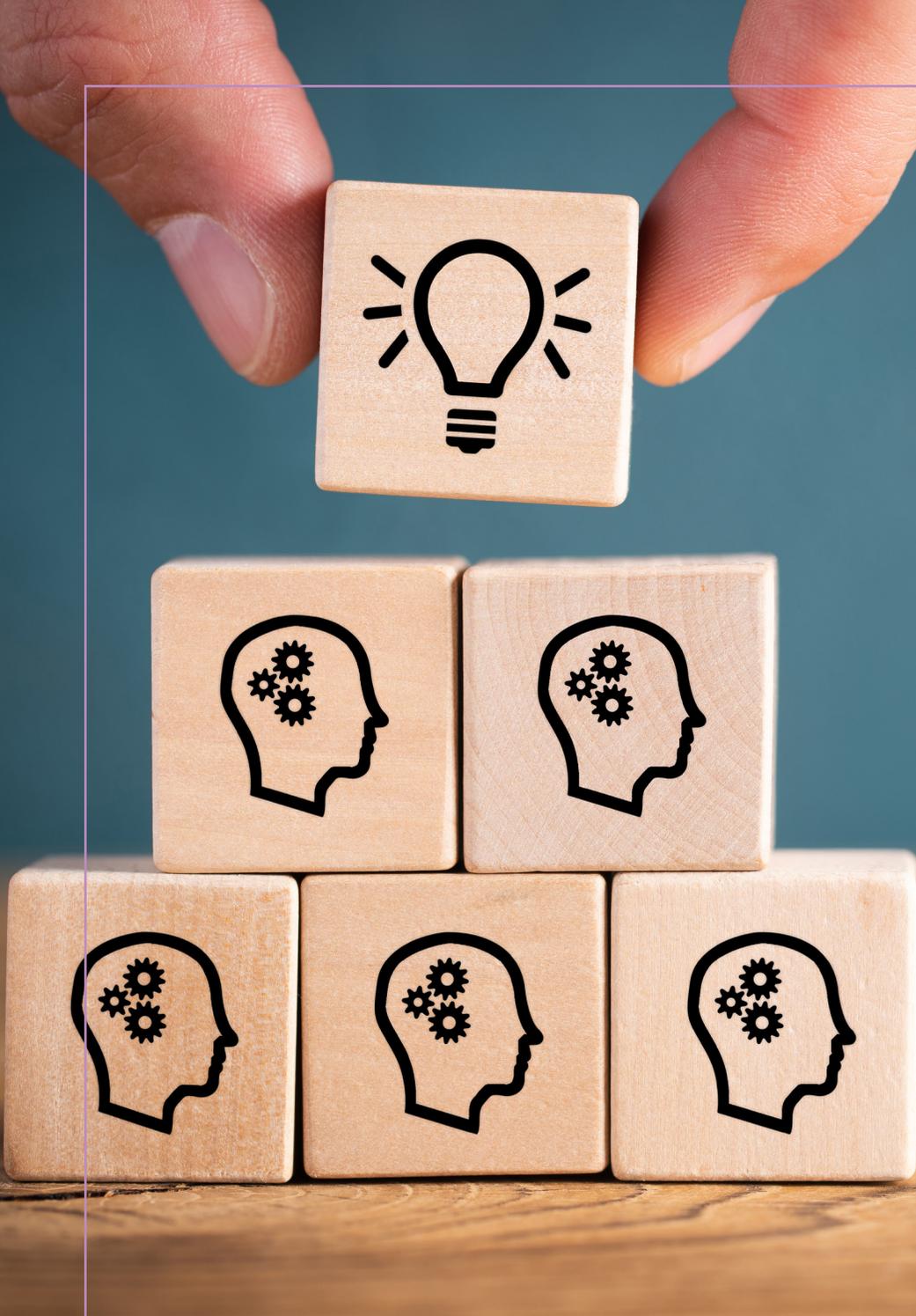
	AUTUN	BOURBON-LANCY	CHALON-SUR-SAONE	CLUNY	LE CREUSOT	LOUHANS	MACON	PARAY-LE-MONIAL
■ Année 2016	1 221,60	65 851,90	194,00	39 335,50	17 292,00	-	5 920,80	2 910,40
■ Année 2017	8 700,60	26 959,00	31 659,50	80 973,90	6 087,60	-	2 958,60	2 514,70
■ Année 2018	12 965,10	13 602,00	62 120,00	94 807,28	4 566,40	0	2 680,40	3 356,75

Perspectives 2019

- Suivre le déploiement de l'outil sur les sites internet d'OT.
- Mettre en ligne la passerelle ITEA.
- Développer la passerelle avec Ctoutvert.
- Mettre en place le nouveau module de calcul de la taxe de séjour pour les hébergements non classés.
- Travailler sur un moteur de réservation «nouvelle génération» destiné à être intégré sur le site des OT partenaires.
- Faire adhérer le maximum de prestataires touristiques à l'outil de vente en ligne et ce, via les offices de tourisme.
- Commercialiser des packages Country Break en partenariat avec l'agence réceptive Bourgogne Découvertes.
- Développer la mise en place les widgets prestataires directement sur les sites Internet des prestataires.
- Travailler sur 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.
- **194 097,93 €** de chiffre d'affaires réalisé en 2018. Progression de + de 20 % par rapport à 2017.
- **2 992 réservations**
- **Panier Moyen : 64,87 €**



6. Accompagner les acteurs locaux

L'attention prêté aux prestataires touristiques, 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
- Informations pour les professionnels du tourisme..... 63
- Observatoire 64
- Lancement de saison touristique..... 66



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 sont traités : salons, évènementiels, Décibelles Data ; échanges d'informations sur les sujets d'actualité, web-réservation, partenariats, appel à projets, perspectives de développement...

6

Bourse d'échanges

Blanzly a accueilli le 5 avril 2018 l'annuelle bourse d'échanges en documentations touristiques.

Les professionnels du tourisme se sont retrouvés à l'Espace André Malraux pour une matinée riche en échange de documentations avant de débiter la saison touristique.

Chiffres clés

- 2 000 professionnels invités.
- 73 exposants.



Copil du 22 novembre 2018 - Agence Destination Saône & Loire à Mâcon



Informations pour les professionnels du tourisme

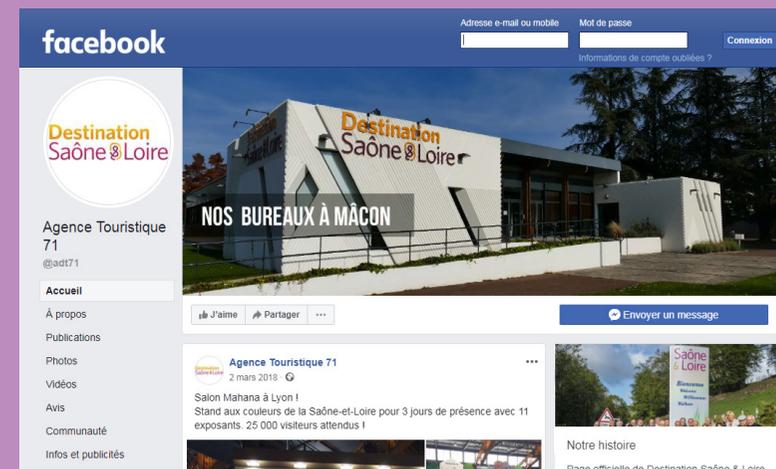
Communiquer en direction des professionnels, c'est avant tout rendre compte des actions de *Destination Saône & Loire* et informer sur les initiatives des acteurs du tourisme. C'est aussi apporter une information fréquente aux prestataires et partenaires.

Actions menées

- **Ouverture d'une page Facebook Agence Touristique 71 le 3 novembre 2017.** L'Agence *Destination Saône & Loire* a remplacé l'envoi de newsletters pro par la diffusion d'informations plus régulières via une page Facebook. Cette page relate les activités et les actualités de l'Agence s'adresse aux professionnels du tourisme en Saône-et-Loire mais reste ouverte à tous. Elle permet à *Destination Saône & Loire* plus de réactivité et d'interactivité que les anciennes newsletters Pro. Les informations essentielles sont doublées d'un envoi par mail à l'ensemble de nos contacts professionnels.

Chiffres clés

- 584 abonnés à la page Facebook fin 2018
- environ 3 000 contacts professionnels dans notre base de données

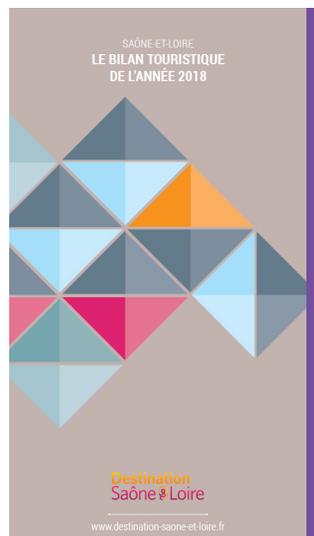
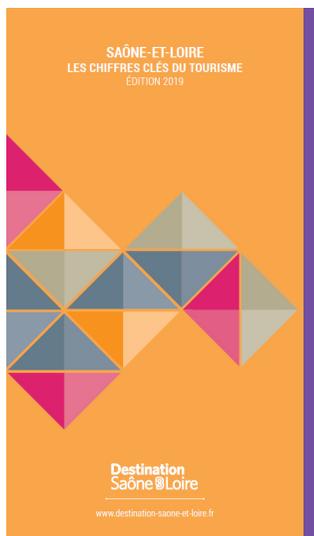


Observatoire

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 (Tourisme & Territoires), sur 3 périodes.
- **Assistance aux porteurs de projets**, prestataires, associations, étudiants, cabinets d'études liée aux demandes concernant l'observation statistique : traitement d'environ trente demandes hors l'étude des Appels à Projets.

Perspectives 2019

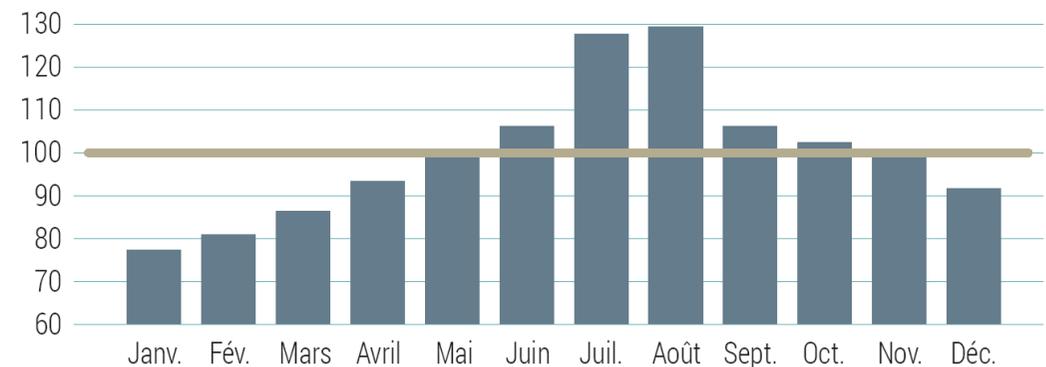
- Collaboration avec l'observatoire touristique de Bourgogne Franche-Comté Tourisme :
 - Edition des chiffres clés de la Saône-et-Loire
 - 1 bilan annuel de fréquentation touristique
 - Notes de conjoncture

Chiffres clés (comparaison par rapport à 2017)

- 10 607 000 nuitées au total dont **2 124 400 nuitées** dans les hébergements marchands (hôtels, campings, meublés)
- Plus de **142 000 lits touristiques** dont 29 000 en hébergement marchand
- 22 601 résidences secondaires soit 113 005 lits
- 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 :
 - 27,5 % IDF
 - 14,3 % Auvergne-Rhône-Alpes
 - 9,2 % Bourgogne-Franche-Comté
 - 11,1 % Alsace-Lorraine
- **Durée moyenne du séjour :**
 - 1,34 jour en hôtellerie
 - 2,42 jours en camping
 - 7,34 jours pour les gîtes ruraux
- Les clientèles étrangères: 759 300 nuitées étrangères avec
 - en hôtellerie : 26,9%
 - camping : 63,5%
 - meublés: 23,2%
- Le Top 3 des nationalités : Pays-Bas, Allemagne, Belgique.

- SAISONNALITÉ DE L'EMPLOI TOURISTIQUE EN SAÔNE-ET-LOIRE -

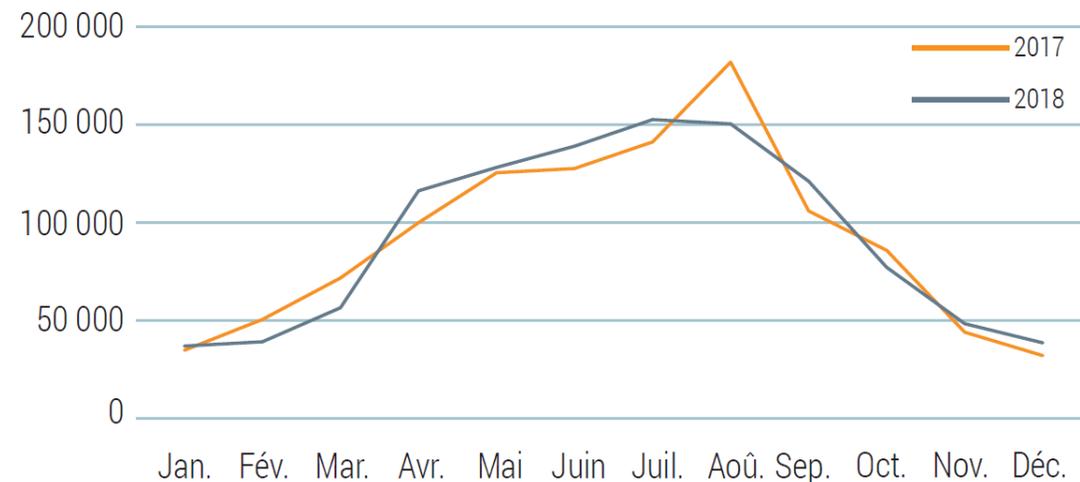
Indice 100 = moyenne annuelle



Source : INSEE - DGE - CRT.

- LE VÉLO -

- Saisonnalité des passages aux écompteurs -



Lancement de saison

Lieu : Chériset, plus petite commune de Saône-et-Loire
Plus de 250 professionnels du tourisme réunis au Domaine des Trois Lacs, le temps d'une soirée pour le programme suivant :

- Nouveau site internet de *Destination Saône & Loire*
- Application Voie Verte 71 : de Mâcon à Chalon-sur-Saône !
- 4 témoignages d'acteurs touristiques

Et clôture avec le défilé de Laurent Crépeau pour une collection été 2018 tout en plume : un joli clin d'œil à la nouvelle identité visuelle de *Destination Saône & Loire* !





7. Rapport financier 2018

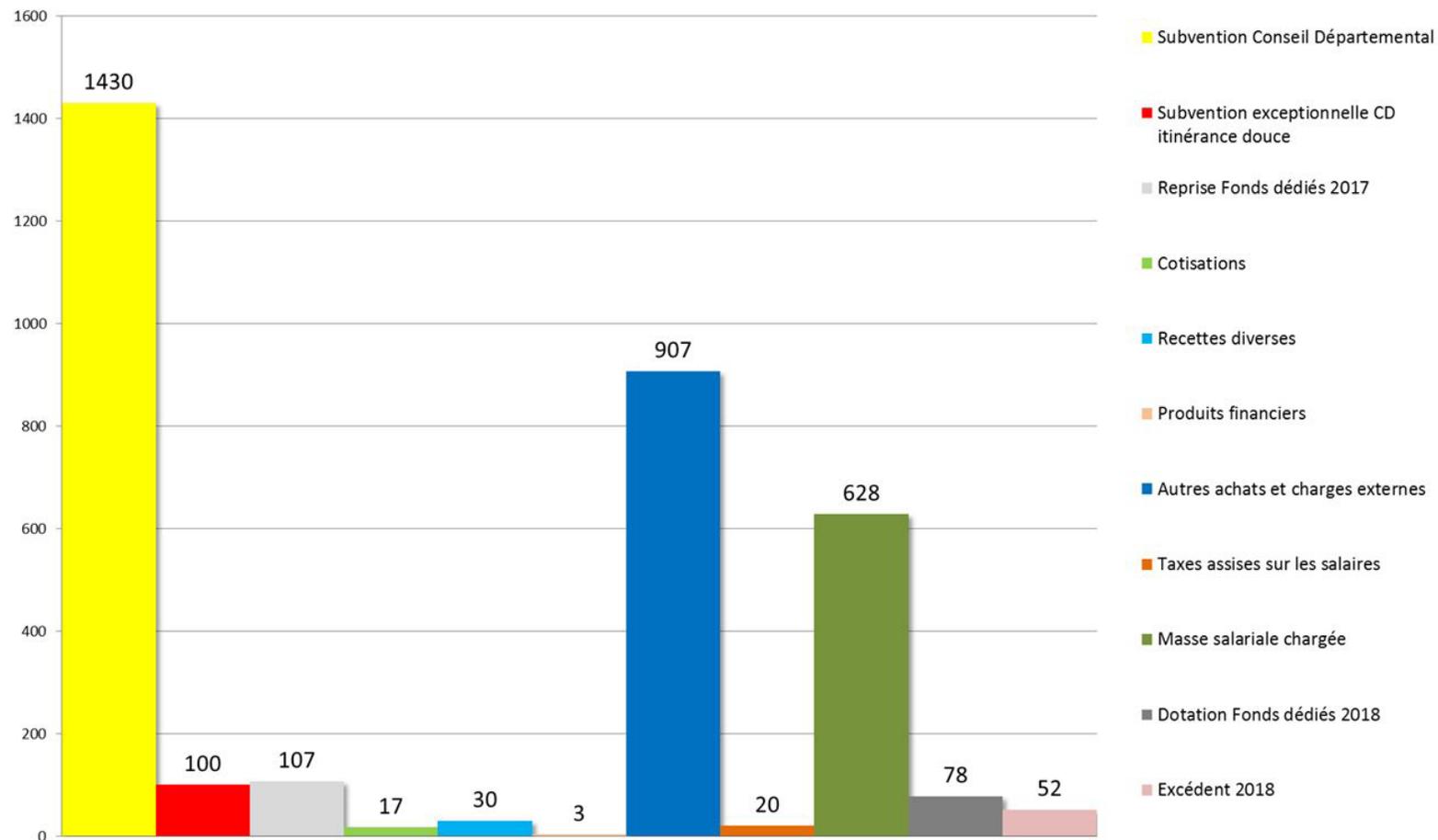
- Rapport financier 201870



Rapport financier 2018

Compte de résultat 2018

Chiffres en K€



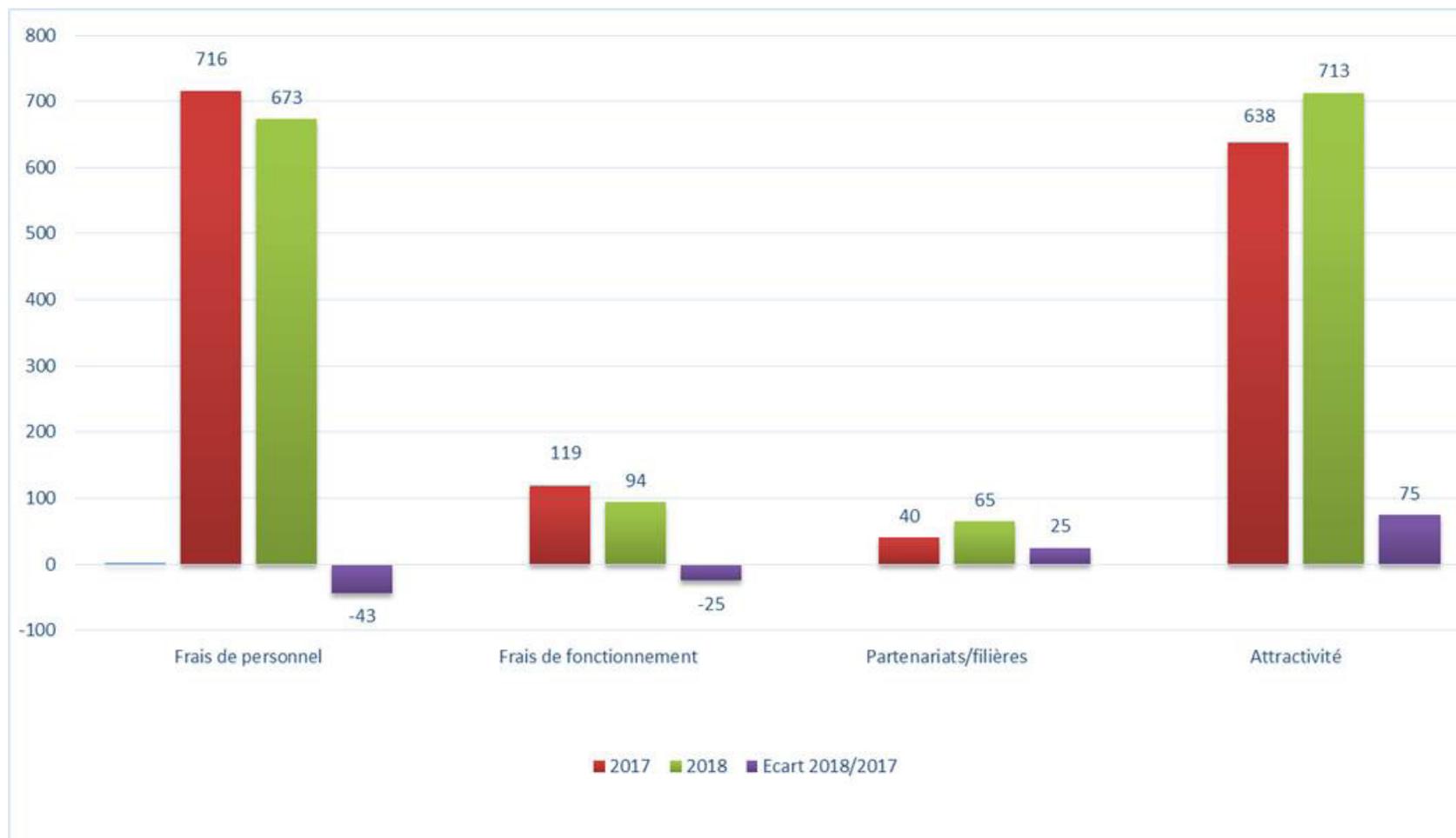
Produits en 2018

Chiffres en K€

Libellés	Montants perçus en 2018 par l'ADTPT 71	Comptabilisation des produits perçus en 2018
Subvention de fonctionnement reçue du Conseil Départemental de Saône-et-Loire	1 530	Sur la subvention globale du Conseil Départemental de 1 450 K€, 1 430 K€ sont passés en subvention de fonctionnement et 20 K€ en subvention d'investissement. Octroi d'une subvention complémentaire de 100 K€ par le CD pour le développement de l'itinérance douce, le projet de la Route 71 et de valorisation du Patrimoine.
Cotisations	17	17 K€ comptabilisés en cotisations des adhérents.
Recettes démarches de qualifications et recettes diverses	30	1,5 K€ pour l'accueil vélo, 5 K€ pour la démarche qualification fleurissement et 8 K€ pour la WEB RESA et sponsoring publicitaire pour le Guide Le Routard à vélo pour 15 K€ .
TOTAL EXERCICE 2018	1 577	

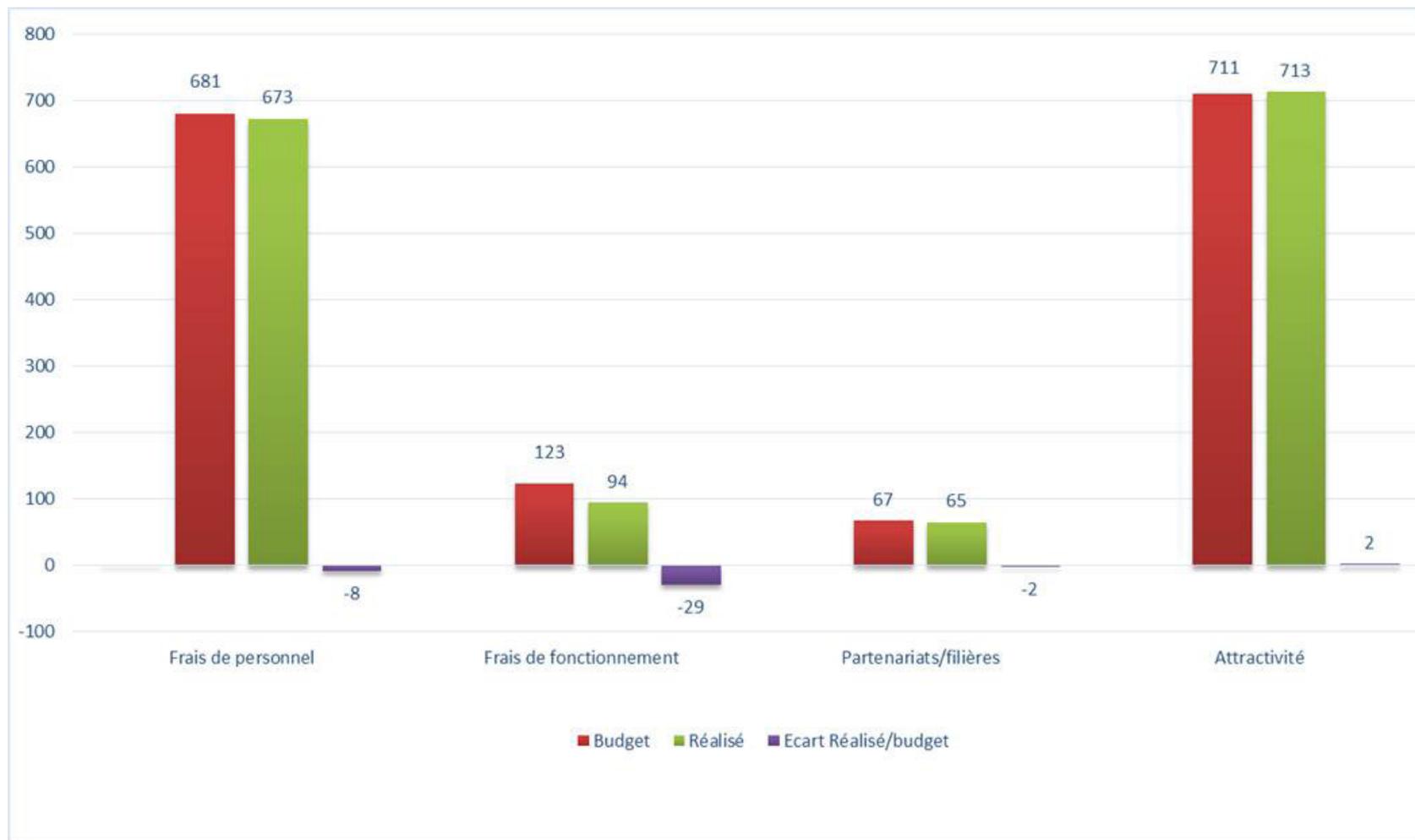
Comparatif charges 2017/2018

Chiffres en K€



Comparatif budget/réalisé 2018

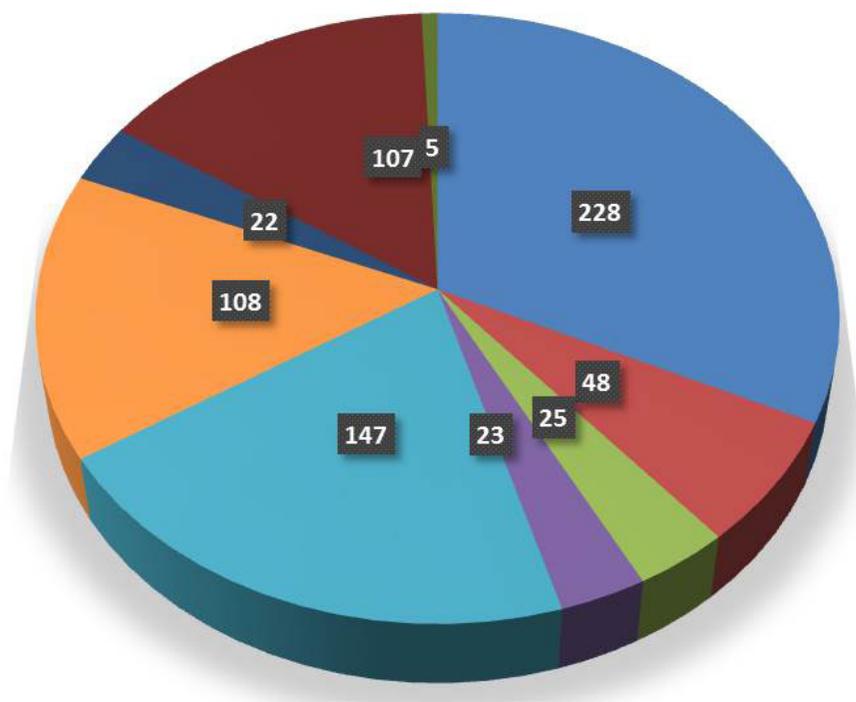
Chiffres en K€



Principales dépenses de l'attractivité 2018

Chiffres en K€

7



- Attractivité territoriale (Elan Chalon, totem, Routard, Sets de table)
- Participations aux salons
- Plan Marketing Partagé (BFC Tourisme)
- Agence de Presse
- Editions (Vélotourisme voies vertes / Aventures Mômes / Magazine touristique...)
- Route 71, valorisation du patrimoine, Itinérance douce
- Vidéo Oenovélo
- Informatique NTIC
- Autres actions attractivité

Bilan actif 12/2018

Chiffres en K€

	2018	2017	Commentaires
Actif net immobilisé	124	154	Investissements de 20 K€ (traduction site DSL 6 K€)
Autres créances	167	234	Notamment solde subvention CD
Trésorerie	575	571	
<i>Dont placements</i>	329	545	
<i>Dont disponibilités</i>	246	26	
Charges payées d'avance 2018	7	5	
TOTAL ACTIF	873	964	

Bilan passif 12/2018

Chiffres en K€

	2018	2017	Commentaires
Fonds associatifs	371	349	L'excédent correspond aux économies réalisées sur les frais de fonctionnement et les recettes perçues sur le sponsoring du Guide Routard à vélo (non budgété sur 2018)
<i>Dont résultat</i>	+ 52	- 32	
<i>Dont subv. investissement</i>	124	153	
Provision	89	80	IFC : indemnités fin de carrière
<i>Dont prov. IFC</i>	89	80	
Fournisseurs	229	325	Dont Frais de fonctionnement 3 ^{ème} et 4 ^{ème} trimestre / Guide Le Routard / Campagne Adwords et installation webcam
Dettes fiscales et sociales	102	99	Fiscal : 4 K€ Social : 98 K€
Fonds dédiés	82	111	Reste sur fonds dédiés 2017 : 3,6 K€ Reste sur fonds dédiés 2018 : 78 K€
TOTAL PASSIF	873	964	

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

Tél : + 33 (0) 3 85 21 02 20

destination-saone-et-loire.fr

info@adt71.com |     

