

YONNE TOURISME PRÉSENTE SON BILAN 2015 ET SES ACTIONS 2016 EN ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

Yonne Tourisme a tenu son Assemblée Générale le 4 juillet à Escolives-sainte-Camille. Le Président, Jean-Baptiste LEMOYNE, la Directrice, Bénédicte NASTORG-LARROUTURE, et toute l'équipe de Yonne Tourisme, ont présenté aux professionnels et élus du tourisme icaunais le bilan de l'année 2015 et les actions initiées en 2016.

2015, YONNE TOURISME CONFIRME SA PRÉSENCE AUX CÔTÉS DES PRESTATAIRES TOURISTIQUES :

Côté Ingénierie, 2015 a vu l'achèvement du **Pôle d'Excellence Rurale**. Sur les 16 opérations, **9 projets finalisés ont été soutenus par le PER**, 3 opérations ont été abandonnées, 2 nouveaux projets ont été intégrés et 6 projets ont été réalisés hors PER en bénéficiant d'autres sources de financement. **Ce sont plus de 420 000 € de subventions PER qui ont été attribuées pour dynamiser l'activité touristique départementale.**

Nouveauté 2015, Yonne Tourisme est devenu l'organisme de référence pour l'attribution de la marque Petites Cités de Caractère® dans l'Yonne. Yonne Tourisme a ainsi étoffé sa gamme de labels et dispose désormais d'un outil supplémentaire pour travailler la thématique « Patrimoine » qu'elle développera sur les 2 prochaines années. La commune de Tonnerre fut la première ville icaunaise homologuée.

Yonne Tourisme a également été amenée à **accompagner les collectivités à définir les axes de développement touristiques prioritaires** dans le cadre de la création des P.E.T.R. et des S.C.O.T., consécutifs à la réforme de l'organisation territoriale. Plus globalement, le service Ingénierie a poursuivi son **assistance aux porteurs de projets** et effectué **64 visites de terrain.**

Côté Communication, pour satisfaire toujours mieux la clientèle, la palette de sites web de Yonne Tourisme s'est enrichie en 2015, grâce à la mise en ligne de **deux sites, l'un dédié aux activités en famille www.famille-yonne.com, le second autour de la randonnée sous toutes ses formes www.randonnee-yonne.com.** Sur les réseaux sociaux, la saison a été marquée par plusieurs concours parrainés par nos partenaires, toujours plus nombreux à offrir des lots pour valoriser notre destination.

Yonne Tourisme a soutenu et accompagné plusieurs évènements d'envergure comme Un Train de Bois pour Paris, la grande Saint-Vincent Tournante de Bourgogne Irancy 2016, ou encore la 2^e édition de Lumières de Sens.

Côté Commercialisation, 2015 a connu une **innovation majeure pour transformer** une recherche d'information en acte d'achat : la plateforme de réservation a été **totale**ment intégrée au site Internet grand public de Yonne Tourisme.

Le service commercial de Yonne Tourisme, **Yonne Réservation**, a également poursuivi le **développement de son offre Groupes** en ciblant grâce à deux nouveaux catalogues les comités d'entreprise et la clientèle « affaires ».

Dernier volet, **l'arrivée** au sein de l'équipe, en début d'année, d'**Anne-Sophie Ferrand, animatrice du Relais des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative.** Elle les a guidés au quotidien, tant sur les aspects juridiques ou techniques que pour la formation au classement des hébergements ou encore dans le cadre des **travaux de regroupement des structures liées à la réforme territoriale.**

De façon transversale, les travaux engagés dans le cadre des partenariats régionaux se sont renforcés et visent les 4 objectifs du Contrat de Destination 2015 - 2017 :

RENFORCER LA LOGIQUE DE DESTINATION
ACCROÎTRE LA NOTORIÉTÉ DE LA MARQUE BOURGOGNE
OPTIMISER L'ATTRACTIVITÉ ET LA COMPÉTITIVITÉ DE LA BOURGOGNE
CONSOLIDER L'EMPLOI ET AUGMENTER LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

LES CHIFFRES À RETENIR

420 000 € versés dans le cadre du PER

+ 383 000 € de subventions complémentaires (Conseil Départemental, Conseil Régional, Feader, CNDS, Ministère de la Culture).

205 porteurs de projets accompagnés en 2015

6 908 fans de la page Facebook de Yonne Tourisme (+ 44 % par rapport à 2014)

10 806 abonnées à la newsletter « Icône du week-end » (+ 46 % par rapport à 2014)

4 203 000 € de contre-valeur publicitaire grâce aux relations presse

31 partenaires rencontrés par le service commercial dont près de 50 % de nouveaux contacts

228 000 € reversés aux acteurs touristiques par le service commercial

134 contrats de séjour vendus

84 prestataires ont participé à la Bourse Départementale d'échange de documentation touristique en 2015

CONTACT PRESSE

Stéphanie Wahl
Yonne Tourisme
Tél. 03 86 72 92 03
M. 06 08 47 96 98
presse@tourisme-yonne.com

YONNE TOURISME PRÉSENTE SON BILAN 2015 ET SES ACTIONS 2016 EN ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

© David Bordes

2016 - 2017, DÉVELOPPER LA THÉMATIQUE PATRIMOINE ET ANCRER LA STRATÉGIE DE COOPÉRATION GRÂCE À DE NOUVEAUX OUTILS POUR TOUS

Pour 2016-2017, Yonne Tourisme a choisi de mettre en avant la thématique « **Patrimoine insoupçonné** ». Un sujet transversal, puisque en termes de développement, 4 communes ont choisi de se positionner pour tenter d'obtenir la marque **Petites Cités de Caractères**®, dont Yonne Tourisme est l'organisme référent icaunais. Côté promotion à l'attention du grand public, la structure touristique départementale a choisi de **développer un quatrième site affinitaire dédié** www.tresorsdelyonne.com. Il est en ligne depuis début juin.

● Côté Ingénierie, les **ateliers pour la constitution du nouveau Schéma de développement touristique se sont achevés le 27 juin dernier**. Plus d'une centaine de professionnels ont participé aux réflexions. Le diagnostic territorial va pouvoir débuter et déboucher sur l'élaboration d'un programme d'actions. (Cf rubrique agenda).

Pour l'oenotourisme, le **Label Vignobles & Découvertes pour l'Auxerrois est en cours de renouvellement**.

● Côté Communication, la ligne d'édition de Yonne Tourisme a été profondément reliftée pour donner naissance à **un nouveau guide « Carnets de route »** qui compile les brochures patrimoine, loisirs, et famille.

Yonne Tourisme poursuit **son soutien aux événements d'envergure comme la grande Saint-Vincent Tournante de Bourgogne Irancy 2016**, mais aussi aux prestataires et acteurs locaux comme le **château de Maulnes, la Canal du Nivernais ou le Musée de l'Aventure du Son**.

● Côté Commercialisation, le service commercial de Yonne Tourisme a imaginé **8 nouveaux séjours pour les groupes**, qui ont intégré la dernière édition du catalogue édité à 11 500 exemplaires.

● Côté Relais des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative, 2016 a débuté avec l'**obtention de l'agrément pour le classement en étoiles des meublés de tourisme**. Les propriétaires peuvent désormais commander leur visite-inspection sur <http://yonne.tourisme-bourgogne.pro>.

● Côté B to B, le **Mode d'emploi**, guide des métiers et missions de Yonne Tourisme, sera officiellement présenté en septembre. Il comprend 30 fiches thématiques (Communiquer sur les réseaux sociaux avec YT, bénéficier d'un accompagnement pour le montage d'un projet, commercialiser ma prestation avec Yonne Réservation...) **destinées à tous les acteurs touristiques icaunais** pour leur permettre de mieux bénéficier des outils et des compétences de l'agence.

PLAN MARKETING PARTAGÉ

De façon transversale, dans le cadre du collectif Destination Bourgogne, les 4 ADT et Bourgogne Tourisme ont validé et publié un plan marketing partagé.

Cette stratégie collective des 5 structures touristiques a abouti à :

Une marque unique :

Designed by Bourgogne

Une nouvelle stratégie, 4 valeurs, UNE MÊME PROMESSE :

La Convivialité : une destination généreuse, gourmande, épicurienne, festive et humaniste

L'inspiration : une destination poétique, artiste, inspirée...

L'excellence : des productions de renommée mondiale, des labels prestigieux, des sites uniques, une élégance naturelle

L'innovation : une destination ouverte, en mouvement, contemporaine et éco-concernée, qui protège ses sites et son environnement et qui innove pour l'avenir..

L'AGENDA À RETENIR

Jun 2016

Schéma - Rencontres territorialisées

Juillet - Août - Sept 2016

Schéma - Élaboration du diagnostic territorial

9 Septembre 2016

Présentation du Mode d'emploi

Fin Septembre 2016

Schéma - Réunion du Comité de Pilotage - Validation du diagnostic

Octobre - Novembre 2016

Schéma- Élaboration des propositions d'axes de travail et programme d'actions

18 Novembre 2016

Remise des prix du concours de fleurissement

12 décembre 2016

« Assises du Tourisme »
Présentation du Schéma

Designed by
Bourgogne



PLAN MARKETING PARTAGÉ : 3 AMBITIONS

● **Développer et promouvoir des filières** (gastronomie, patrimoine et itinérance) et des territoires d'excellence (vignobles, rivages, Morvan).

● **Devenir une destination référente sur le digital et les réseaux sociaux**

● **Accroître la compétitivité de la Bourgogne.**