

20045

Objectifs : innovation, conception et accompagnement

BILAN D'ACTIVITÉS /PERSPECTIVES







ÉDITO

2014, seconde année de mise en œuvre de la stratégie partagée d'attractivité du territoire, l'année de l'amplification. L'équipe désormais organisée en mode projet et aux bénéfices de plusieurs formations orientées sur le multimédia a réussi à remporter le challenge en dépassant les objectifs fixés.

Pour en savoir plus, ce document vous détaille les bilans de l'ensemble des activités 2014.

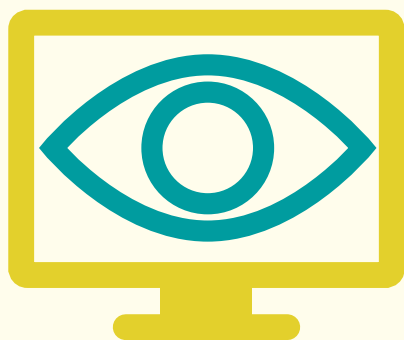
Sylvie Lahuna,
Directrice de projet d'Yvelines Tourisme





**LE
DÉVELOPPEMENT
DU
TOURISME
DIGITAL
AU SERVICE
DU TERRITOIRE**

CHIFFRES CLÉS



765 000

visites sur les 6 dispositifs web d'Yvelines Tourisme contre 262 000 en 2013 (année de mise en œuvre de la stratégie)



550

articles rédigés en 1 an

1135

événements/manifestations diffusés

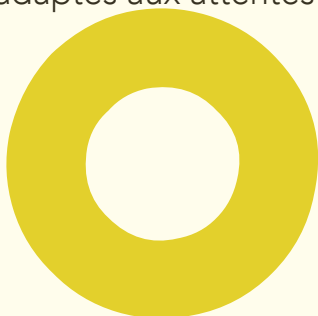


26 000

fans sur la page Facebook (+10 000 en un an) et 1,4 millions de vues

A/LES DISPOSITIFS WEB

Outil incontournable de toute stratégie d'attractivité, l'e-tourisme est au cœur de la promotion de chaque destination. En effet, un tiers des franciliens préparent leurs loisirs¹ et 1 touriste sur 3 qui vient en Yvelines² s'informe d'abord sur le web. C'est la raison pour laquelle Yvelines Tourisme a décidé de surfer sur la vague internet en misant principalement sur une communication on-line, via ses 6 dispositifs web, 3 sites internet thématiques et 3 blogs liés aux événements annuels d'Yvelines Tourisme. Pour animer ces dispositifs, augmenter leur référencement et surtout apporter des réponses et informations utiles aux internautes, toute l'équipe d'Yvelines Tourisme s'est mobilisée tout au long de l'année pour produire des contenus adaptés aux attentes de nos visiteurs.



Par exemple, 550 articles ont été rédigés, valorisant les loisirs et sites touristiques du département, hébergements, restaurants, itinéraires de randonnées.

83 nouveaux sites ont enrichi la base de données qui présente désormais plus de 1 300 prestataires du tourisme et des loisirs. Enfin, 1 135 événements/manifestations communiqués par les partenaires ont été intégrés à la rubrique « Agenda » des sites.

Cet investissement conséquent sur le e-marketing a porté ses fruits, puisque les internautes ont répondu à l'appel, et massivement ! Avec 765 000 visites au total sur l'année, un dépassement de 152% des objectifs annuels et une audience multipliée par 10 en deux ans, on peut dire que le pari de la visibilité du département et du renforcement de son attractivité a été remporté !

1/ cf. Étude « Les loisirs des franciliens 2012/2013 » du CRT Ile de France. 2/ cf. Étude « Destination Yvelines 2013 » par Yvelines Tourisme sur la base de l'enquête régionale du CRT Ile de France.

2015 PERSPECTIVES



Mais pas question pour Yvelines Tourisme de se reposer sur ses lauriers, car l'objectif 2015 est élevé...

ON VISE LE

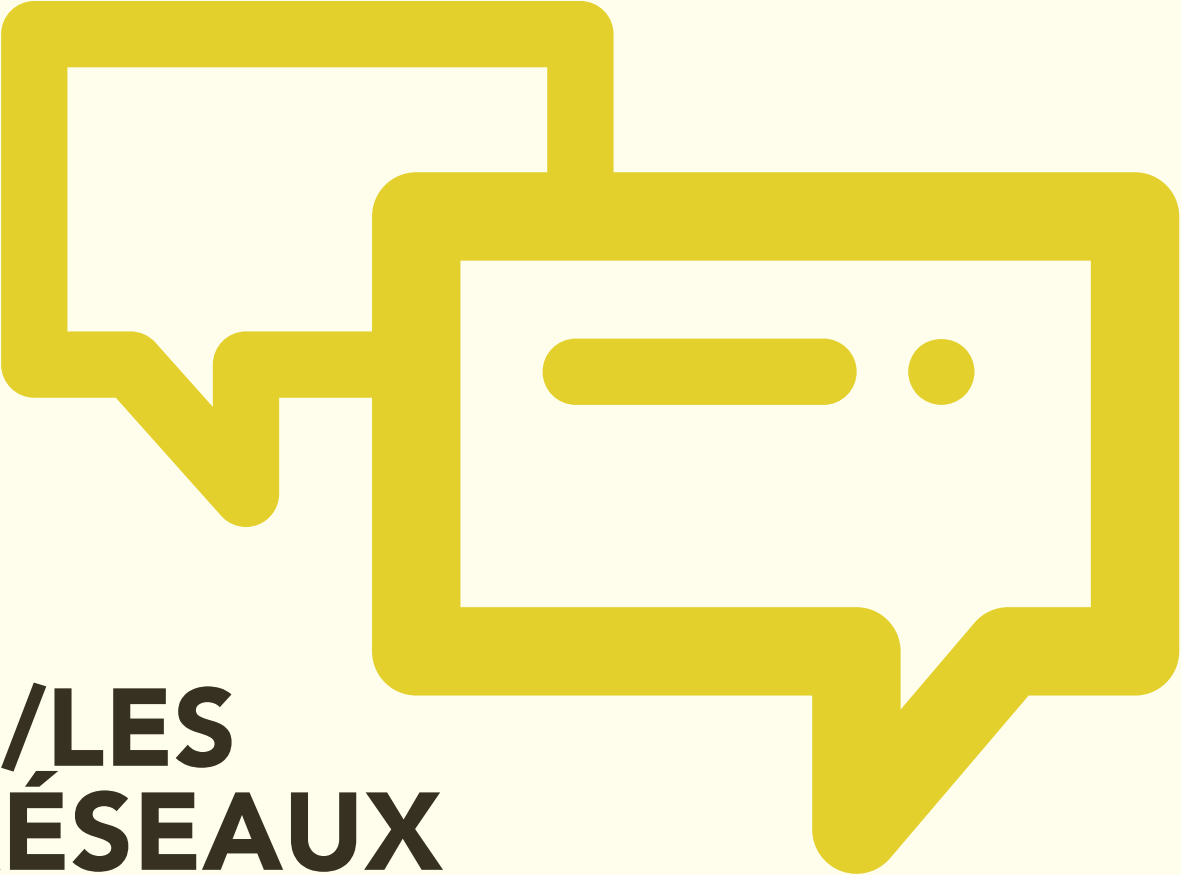


DE VISITEURS SUR NOS DISPOSITIFS !

Pour se faire, un gros travail d'**optimisation du référencement naturel** est prévu, avec en priorité, le développement des « backlinks » ou échange de liens sur les sites internet partenaires, renvoyant sur les url des dispositifs d'Yvelines Tourisme.

Également, afin de **fidéliser davantage** les internautes (en 2014, tous dispositifs confondus, nous étions à 1,04 visite/visiteur), différentes actions seront mises en place, visant à faire des dispositifs web d'Yvelines Tourisme LEUR référence, leur « bible » en terme d'idées de sortie/weekends :

- ✓ **mise en œuvre de la Gestion de la Relation Client**
- ✓ animations merchandising et réservation en ligne en réponse à la demande des visiteurs
- ✓ qualification des contacts et envois de campagnes ciblées
- ✓ envoi de lettres d'actualité mensuelles et/ou thématiques selon la saisonnalité et la période des évènements à 7 500 contacts...



B/LES RÉSEAUX SOCIAUX

Au même titre que les dispositifs web, Facebook fait aujourd'hui partie intégrante de la stratégie digitale d'Yvelines Tourisme. Son animation affinitaire et régulière¹ a permis d'augmenter de plus de 10 000 le nombre de fans de notre département **pour atteindre 26 000 fans** et de développer les interactions avec ses aficionados des Yvelines² ! Dans ce cadre, 3 jeux-concours ont été mis en place, à la fois pour faire participer les fans, obtenir de nouveaux contacts (près de 1 000) et d'une manière générale, renforcer leur attachement à nos destinations.

*1/ cf. 208 posts en 2014, soit en moyenne 2 posts par jour.
2/ cf. Taux d'engagement 2014 : 1,5%.*

2015 PERSPECTIVES



Yvelines Tourisme va enrichir la dimension 2.0 de sa stratégie digitale, pour être toujours plus près des habitants, franciliens et touristes utilisant les réseaux sociaux et pour soutenir l'audience de ses dispositifs.



Facebook sera soutenu par des campagnes de recrutement de nouveaux abonnés (jeux Facebook, offres promotionnelles « spécial fans »...).



2015 sera l'année d'amplification de l'audience de notre compte Twitter, média d'information en temps réel tout particulièrement activé par le grand public lors d'une période précise (vacances, événement, festival...), avec notamment **la création d'un htag dédié : #goodyvelines**.



Réseau social incontournable pour les marques avec plus de 4,6 millions d'utilisateurs mensuels actifs en France, Instagram est devenu tout particulièrement stratégique pour les destinations touristiques, le partage de photos ayant explosé grâce aux smartphones. Le bouche à oreille est renforcé et les fans apprécient cette corrélation Facebook + Instagram : 77% des utilisateurs de Facebook aiment regarder les photos de vacances de leurs amis et de leur famille... **C'est pourquoi un compte Instagram Yvelines Tourisme verra le jour cette année, avec comme identifiant : ytourisme**.

À vos smartphones pour épingler les plus belles photos des Yvelines et, surtout, pour y poster les vôtres !



**YVELINES
TOURISME,
CRÉATEUR
D'ÉVÉNEMENTS
À L'ATTENTION
DES HABITANTS**

CHIFFRES CLÉS



186 500

documents d'appel (flyers, affiches, programmes) créés et distribués pour l'occasion

647

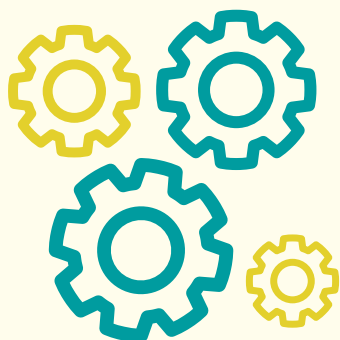
retombées presse (+37%) pour une contre-valeur de 811 000 € et 570 millions de personnes touchées



30 850

participants (+21%) aux 258 manifestations (+7%) :

- *Paroles de Jardiniers* : 18 600 visiteurs, -15% mais + 170% hors *Fleurs en Seine* !
- *Goûts d'Yvelines* : 9 500 visiteurs, +350%
- *Vert les Yvelines* : 2 750 visiteurs, +69%



182

partenaires différents mobilisés (+84%)

A/DES VISITEURS SATISFAITS

En 2014, la reconduction des 3 grands événements annuels d'Yvelines Tourisme, *Paroles de Jardiniers* en mai, *Vert les Yvelines* en septembre et *Goûts d'Yvelines* en novembre, a permis de les installer dans l'esprit des yvelinois et a renforcé l'image d'un département festif au cadre de vie agréable et aux possibilités de loisirs multiples.

Basés sur les pratiques de loisirs les plus appréciées des français, ces 3 événements thématiques ont eu plusieurs impacts.

En mai, la troisième édition de *Paroles de Jardiniers* en ouverture de la saison touristique, a favorisé l'échange d'expériences entre les jardiniers et le grand public et valorisé les nombreux parcs et jardins des Yvelines.

18 600 visiteurs ont ainsi profité des 105 animations organisées pour l'occasion par 48 partenaires pleinement investis dans le partage de leur passion.

Cette année, *Vert les Yvelines* était l'événement de la rentrée de septembre, et l'occasion de mettre en lumière les attraits naturels exceptionnels de la destination grâce à la pratique de la randonnée sous toutes ses formes : pédestre, cyclo touristique et équestre.

En cette 2^e année, ce sont **2 750 randonneurs qui ont découvert ou redécouvert le plaisir de la randonnée en parcourant l'un des 66 circuits proposés par 38 partenaires passionnés.**

Enfin, *Goûts d'Yvelines*, en novembre, a clôturé la saison touristique, assurant par la même occasion la promotion de partenaires très différents des autres événements : artisans de bouche, restaurateurs, traiteurs, chocolatiers... Des partenaires très largement représentés pour cette deuxième édition puisqu'au total 118 professionnels se sont mobilisés ! Le public n'a pas boudé son plaisir avec **9 500 visiteurs qui ont répondu à l'appel de la gastronomie, contre 2 100 en 2013 !**

LES 3 ÉVÈNEMENTS

Ces trois événements, **Paroles de Jardiniers**, **Vert les Yvelines** et **Goûts d'Yvelines**, de par leur thématique et leur saisonnalité ont permis de toucher sur-mesure 3 publics différents et de fédérer les acteurs départementaux le plus largement possible.

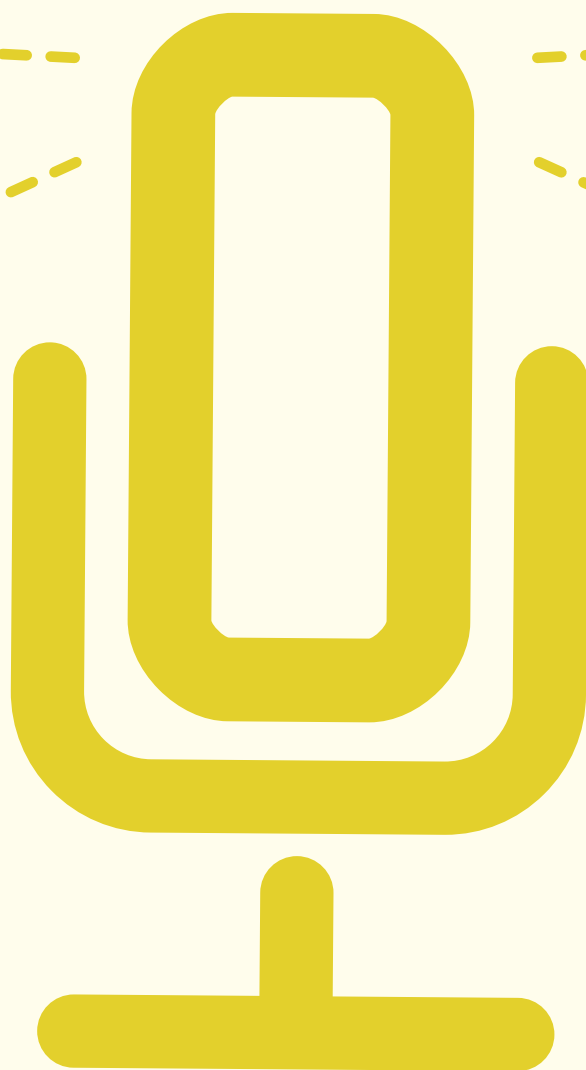


B/UN GROS CHANTIER DE COMMUNICATION !

Mais ces événements n'auraient pas eu un tel impact si un travail conséquent de communication n'avait pas été entrepris ! En effet, pas moins de 186 500 documents d'appels cumulés ont été créés et relayés par les mairies, offices de tourisme, associations etc...

La presse a également été largement activée : suite à l'envoi de communiqués de presse personnalisés, 647 articles ont été rédigés, notamment sur le web, confirmant ainsi la pertinence des thématiques choisies, en vogue dans l'opinion.

Pour résumer, ces trois événements sont une occasion exceptionnelle de parler et faire parler des Yvelines, développant ainsi sa notoriété !



2015 PERSPECTIVES



Pour 2015, toute l'équipe d'Yvelines Tourisme se mobilise sur plusieurs objectifs :

- ➔ **Augmentation de la fréquentation :** en multipliant les animations et sollicitant plus de partenaires. La cible famille, déjà travaillée en 2014, est toujours en ligne de mire. La communication vers les franciliens, et notamment les parisiens, sera plus soutenue.
- ➔ **Professionalisation de la production :** priorité aux manifestations de plus forte audience et augmentation des programmations de chaque manifestation, mobilisation de nouveaux partenaires et notamment des communes, reconduction des grands rendez-vous de clôture, évaluation des événements renforcée.
- ➔ **Transformation de *Vert les Yvelines* en un événement permanent :** afin de proposer davantage de randonnées sur une période plus large pour toucher plus de participants (grand public et clubs de randonneurs), Yvelines Tourisme a décidé d'étendre l'événement *Vert les Yvelines* du mois de mars au mois d'octobre. Encadrés et proposant une animation, ces itinéraires à date fixe seront labellisés « *Vert les Yvelines* ». Ils bénéficieront d'une promotion renforcée et seront mis à l'honneur, notamment sur le site « balades et randos en Yvelines » et sur le Salon Destination Nature.



**CONSEILLER,
ACCOMPAGNER,
ANIMER PAR
UNE VÉRITABLE
STRATÉGIE
D'ATTRACTIVITÉ
PARTAGÉE**



A/OFFICES DE TOURISME

Parmi les axes prioritaires définis dans la nouvelle stratégie d'attractivité des Yvelines figurait celui de fédérer les forces vives du département.

Les Offices de Tourisme, partenaires « historiques » ont été, dès 2013, les partenaires pilotes de l'expérimentation de la mutualisation des moyens.

En 2014, 7 nouveaux Offices de Tourisme ont pu bénéficier de formations sur le web, leur permettant de contribuer plus efficacement à la stratégie d'Yvelines Tourisme, tout en enrichissant leurs propres compétences digitales.

Au total 12 Offices de Tourisme ont rédigé 68 articles.

En parallèle, Yvelines Tourisme a su mobiliser 13 Offices de Tourisme sur 25 afin qu'ils prennent part aux événements d'Yvelines Tourisme en proposant une ou plusieurs animations, valorisant ainsi leur offre locale et la diversité de leur compétence, tout en étoffant la programmation départementale.

Un bel exemple de « gagnant-gagnant » !

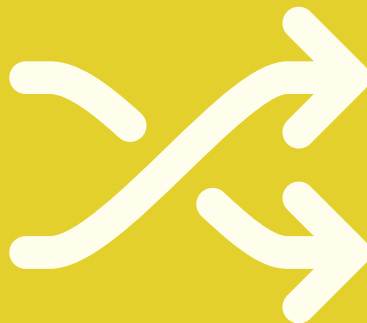
Enfin, cette collaboration a permis un échange permanent d'informations à la fois performant et fructueux, puisque d'un côté, 14 Offices différents ont relayé les événements sur leurs propres dispositifs, et d'un autre, 75 manifestations communiquées par les Offices ont été diffusées par Yvelines Tourisme.



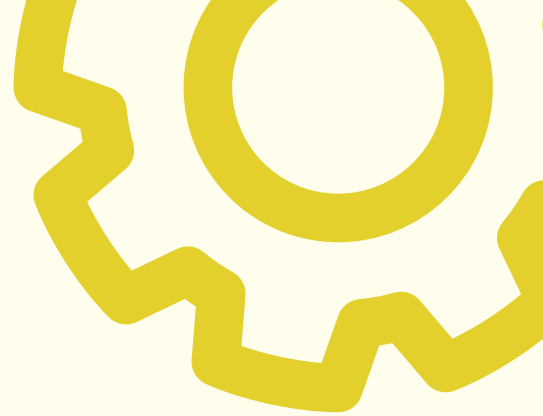
2015 PERSPECTIVES



Renforcer cette collaboration grâce à davantage d'échanges de contenus, **étendre les formations** aux Offices de Tourisme qui n'ont pas pu en bénéficier en 2014, les faire **accéder à la billetterie en ligne**, **intensifier la communication avec l'envoi d'une newsletter dédiée.**



B/ACTEURS DU TOURISME



La diversité des prestataires, de leurs compétences et de leurs attentes constitue un véritable challenge pour la mise en place d'une approche collaborative efficace ! C'est pourquoi

Yvelines Tourisme a déployé des plans d'action partagés adaptés à ses différentes catégories de partenaires : un interlocuteur spécialisé est dédié à l'animation des réseaux de la Route Nature et du Club Hôtelier. Dans ce cadre, **27 partenaires ont été formés à l'outil web** et ont rédigé eux-mêmes 22 articles qui les valorisent auprès des 765 000 visiteurs des dispositifs.

Sur le volet des événements, **31 acteurs du tourisme différents qui sont devenus producteurs de manifestations**, dont 13 sites culturels, 5 restaurants, 6 hôtels restaurants, 7 sites de loisirs. Cette année, Yvelines Tourisme s'est attelé à valoriser les tourisms vert et rural : 50 producteurs régionaux ont participé à 3 marchés gourmands organisés par Yvelines Tourisme, 5 nouveaux sites touristiques ont été labellisés « Accueil Vélo » et 7 partenaires ont participé au Salon Destination nature. 8 nouveaux partenaires se sont équipés gratuitement d'un système de réservation et/ou d'une billetterie en ligne via notre plateforme e-commerce, soit **124**

partenaires en tout se sont équipés du système de réservation de la plateforme e-commerce.

Outre leur promotion sur les dispositifs web, Yvelines Tourisme a également mis en lumière les acteurs du tourisme via :

- 71 posts Facebook dédiés
- 63 articles valorisant les partenaires et/ou leurs manifestations dans le mensuel régional Bougez (insertion dans Le Parisien, 480 000 lecteurs chaque mois)
- 90 sites et/ou manifestations locales valorisées sur Tvfil 78 via 20 passages dans *Les chroniques de Sylvie Lahuna*, pour une audience de 150 000 téléspectateurs par émission.

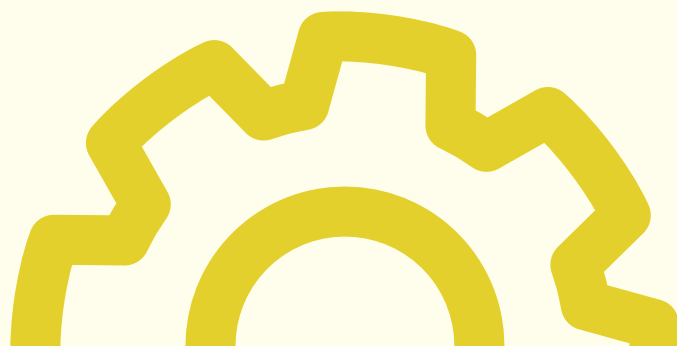
Enfin, Yvelines Tourisme, depuis 2014, a décidé de renforcer sa mission d'observation et de veille, afin de faire bénéficier à ses partenaires d'une meilleure visibilité sur les tendances du tourisme, et d'accompagner les professionnels dans la définition de leurs offres en corrélation avec la demande.

2015 PERSPECTIVES



D'abord bien sûr, élargir toujours plus l'approche collaborative ciblée par « familles de partenaires », les impliquer davantage sur les évènements et les informer des bénéfices de leur présence sur la plateforme e-commerce (surtout pour les sites de moins grande envergure).

À venir également, **une newsletter dédiée rendant compte des actualités du département, veille, bilans etc...**



C/COLLECTIVITÉS ET ASSOCIATIONS, LES PRÉMICES D'UN PARTENARIAT PROMETTEUR !

Yvelines Tourisme avait depuis longtemps à cœur d'élargir l'approche collaborative à des partenaires moins « touristiques » qui sont pourtant des acteurs majeurs du cadre de vie et de séjour des habitants, excursionnistes et touristes des Yvelines : les collectivités et les nombreuses associations qui maillent l'ensemble du département en proposant de multiples activités à leurs nombreux adhérents. Souhait qui a pu se concrétiser en fin d'année par l'embauche d'une personne dédiée. Ses missions : **accompagner les collectivités et leurs regroupements (élus et associations) dans le développement et la promotion du tourisme et de loisirs, les conseiller, et assurer un relais de communication régulier.**

Ainsi, une première approche, consistant en un recensement des offres d'animations communales de fin d'année, a permis à la fois d'alimenter nos supports web ET de développer le nombre des participants aux événements organisés par les communes ayant répondu.



2015 PERSPECTIVES



Ce travail de collaboration va fortement s'intensifier en 2015, progressivement et efficacement, à travers notamment la mobilisation des associations et des collectivités autour des événements, ceux d'Yvelines Tourisme et ceux qu'elles organisent, contribuant entre autres à l'enrichissement et à l'actualisation rapide des dispositifs en ligne et à la remontée d'informations naturelles et efficaces.

Et ensemble, développons la visibilité du cadre de vie, de loisirs et de séjours exceptionnel qu'offre à chacun notre beau département !





**POUR TOUT CONSEIL ET INFORMATION,
L'ÉQUIPE PROJET D'YVELINES TOURISME
SE TIENT À VOTRE DISPOSITION :**

SYLVIE LAHUNA

Directrice de projet

NATHALIE BALLU

Assistante de direction

01 39 07 71 82

nballu@yvelines.fr

CATHERINE GUÉRIN-MIT

*Chef de projet image et notoriété,
Relations presse*

01 39 07 79 70

cguerin@yvelines.fr

JULIE RAIBAUD

*Chargée d'évaluation, Soutien
à l'organisation des évènements*

01 39 07 79 78

jraibaud@yvelines.fr

SOPHIE VANDEVOORDE

*Chef de projet audience,
Plateforme technologique*

01 39 07 78 09

svandevoorde@yvelines.fr

ALEXANDRA FAUCOMPRESZ

*Responsable du référencement
naturel des sites et de
l'enrichissement des offres*

01 39 07 76 49

afaucompresz@yvelines.fr

SANDRINE TONDUT-VANIN

Chef de projet évènementiels

01 39 07 89 65

stondut@yvelines.fr

SOLANGE DEPARDIEU

Rédac chef du site www.balades-yvelines.fr, Animatrice réseau vert

01 39 07 86 31

sdepardieu@yvelines.fr

ALÉXIS CHAUVEAU

*Rédac chef du site www.weekend-yvelines.fr, Animateur grands
comptes, responsable de
la plateforme e-commerce*

01 39 07 73 41

achauveau@yvelines.fr

ELODIE BASSET

Rédac chef du site www.sortir-yvelines.fr, Community manager

01 39 07 89 61

ebasset@yvelines.fr

HÉLÈNE DUMONT

*Responsable de l'animation des
Collectivités locales et entreprises*

01 39 07 86 31

hdumont@yvelines.fr

EN COURS DE RECRUTEMENT

*Animateur du réseau des Offices
de Tourisme et associations*

01 39 07 87 96

