

2016

BILAN D'ACTIVITÉS



CHIFFRES CLÉS



1,8M visiteurs
sur les 5 dispositifs web

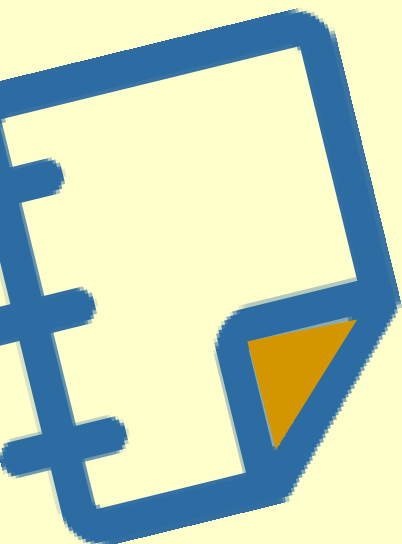
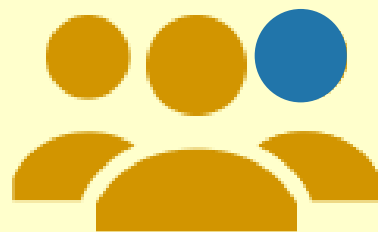
937 manifestations
dans l'agenda

56 000 abonnés
sur les réseaux sociaux

4 266 réservations en ligne

16 300 participants
cumulés aux événements

258 partenaires
différents mobilisés



1 bourse d'échange
organisée

423 téléchargements
du bilan de fréquentation

2 diagnostics de territoire
finalisés



YVELINES TOURISME
DEVIENT
MISSION TOURISME

Réorientation stratégique de l'activité touristique et dissolution de la structure

En 2016, dans un environnement en pleine mutation (loi NOTRe, reconfiguration du paysage intercommunal, évolution des besoins des usagers et des pratiques numériques, coopération interdépartementale de l'Axe Seine et coopération avec le département des Hauts-de-Seine), le Département des Yvelines a été amené à faire évoluer son rôle dans le secteur touristique en mettant l'accent sur une **politique de l'offre et sur l'accompagnement des acteurs publics et privés** dans le développement touristique, que ce soit par **l'ingénierie ou la formation**. Ces orientations seront mises en œuvre dès le 1^{er} janvier 2017.

Par conséquent, en parallèle des actions ci-dessous, le Département et Yvelines Tourisme ont travaillé à la définition d'une nouvelle stratégie touristique :

- La **structuration** et le **développement d'une offre touristique** représentative de l'identité du Département et répartie sur l'ensemble du territoire ;
- Le **développement des filières de produits** (tourisme d'affaires, tourisme fluvial) et des produits territorialisés (tourisme rural, développement de l'offre d'itinérance)
- Le **développement de l'attractivité et de la qualité de l'accueil**

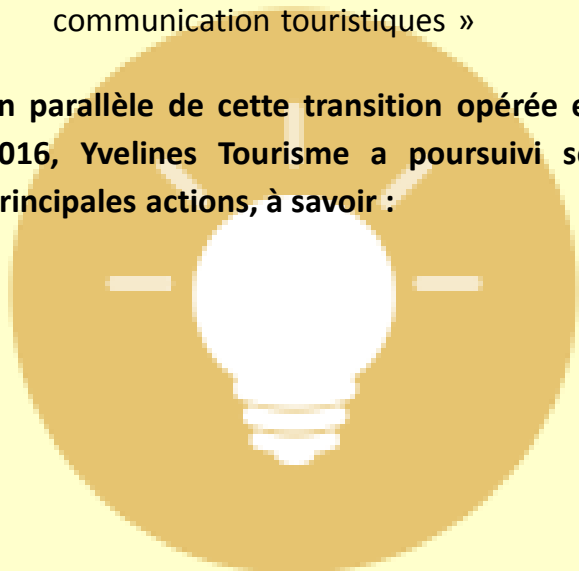
Dans le cadre d'une optimisation et d'une mutualisation des moyens de l'intervention publique dans ce secteur, les missions d'Yvelines Tourisme ont donc été internalisées par délibération du Conseil départemental le 16 décembre 2016, faisant suite à la décision de dissolution de la structure (15 décembre 2016).

Nouvelles missions 2017

La Mission tourisme, intégrée aux services du Département et qui relève depuis le 1^{er} janvier 2017 de la Direction générale adjointe Jeunesse et Qualité de Vie aura pour mission d'accompagner le développement touristique au service de l'attractivité et de l'accroissement des retombées économiques sur les territoires. Son activité s'organisera autour de **3 pôles** :

- « Filières touristiques »
- « Attractivité touristique des territoires »
- « Promotion, Marketing et communication touristiques »

En parallèle de cette transition opérée en 2016, Yvelines Tourisme a poursuivi ses principales actions, à savoir :





DÉVELOPPEMENT DU E-TOURISME

Les dispositifs web

Le Département des Yvelines a conservé en 2016, à travers ses **3 sites internet et 2 blogs thématiques**, son rang de leader numérique, se plaçant dans les **10 destinations touristiques françaises** en termes d'audience, avec :

1,8 millions de visiteurs

Et ce grâce notamment à :

- des **contenus** toujours plus **ciblés** en accord avec la demande
- des **campagnes thématiques** ;
- la **collaboration avec le Conseil départemental** afin de proposer une information exhaustive sur les manifestations du département et augmenter la visibilité des sites web
- **l'envoi mensuel de newsletters thématiques** contenant les actualités touristiques des Yvelines à une base de données qualifiée et continuellement étoffée (à travers des jeux-concours, partenariats etc...) de près de 18 000 contacts, atteignant un taux d'ouverture moyen de 30%.

Deuxième grand projet qui a vu le jour : la **refonte graphique et fonctionnelle des dispositifs web** avec notamment la création d'un **formulaire en ligne permettant aux partenaires d'intégrer directement** et en temps réel **leurs manifestations** tout au long de l'année.

Près de 1 000 manifestations dans l'agenda ont été rédigées, valorisant les loisirs et sites touristiques du département et **142 nouveaux sites ont enrichi la base de données** qui présente désormais **plus de 1 450 prestataires** du tourisme et des loisirs du département.

Les réseaux sociaux

Au même titre que les dispositifs web, Facebook, Twitter et Instagram font aujourd'hui partie intégrante de la stratégie digitale d'Yvelines Tourisme.

Leur animation affinitaire et régulière (**672 publications au total et 8 209 interactions**) a permis d'augmenter de près de 19 500 le nombre de fans du département pour atteindre plus de **56 000 abonnés cumulés** en 2016 (contre 36 550 en 2015).

La plateforme e-commerce : le développement de la billetterie en ligne

En 2016, la volonté d'Yvelines Tourisme a été de poursuivre la sensibilisation aux nouvelles tendances touristiques, à l'importance de la diffusion en ligne ainsi qu'aux **nouveaux comportements d'achat des touristonautes**, notamment auprès des salles de spectacles et des propriétaires de locations saisonnières, afin de contribuer au développement économique du département.

Les chiffres 2016 permettent la concrétisation **de 4 266 réservations** effectuées en ligne pour un chiffre d'affaires de **84 950 € (+3%)**, notamment liés au maintien de l'activité de billetterie et la montée constante des produits de chambres d'hôtes.



3

**ANCRAGE DES
ÉVÉNEMENTS**

Yvelines Tourisme a pu assoir son expertise et a décidé de reconduire les 3 événements en 2016 :

Paroles de Jardiniers

- Plus de **90 partenaires** participants (+12,5% par rapport 2015),
- **60 sites et jardins** inscrits à la programmation,
- **151 animations** proposées (contre 92 en 2015), répétées plus de 430 fois durant toute l'opération,
- **8 100 participants** au total

Goûts d'Yvelines

- **127 professionnels** proposant une animation sur les 2 WE,
- **221 animations** en tout proposées sur les 4 dates,
- **3 600 visiteurs au total**

Vert les Yvelines

- **41 partenaires**,
- **171 randonnées** proposées (114 en 2015)
- et **4 600 visiteurs**

Les blogs thématiques

En outre, le blog www.paroles-de-jardiniers.fr a atteint **83 728 connexions** en 2016 et le blog www.goutsdyvelines.fr **48 176 connexions**.

De son côté, Vert les Yvelines a bénéficié d'une visibilité sur le site web www.balade-yvelines.fr.

Yvelines Tourisme a également accompagné l'événement **Fleurs en Seine** (Les Mureaux) en termes de communication et d'aide au développement afin que l'événement local rayonne désormais au niveau départemental.





CONSEIL,
ANIMATION,
DÉVELOPPEMENT

Animation de réseaux

Une des missions d'Yvelines Tourisme consiste à **animer des réseaux multiples** répartis sur une offre touristique diversifiée, autour d'enjeux communs en termes de **mise en offre**, de **promotion**, de **développement**, d'**observation** et d'**aménagement**. Ce travail partenarial a pour objectif de fédérer l'ensemble des acteurs autour de synergies communes et ainsi de démultiplier les résultats en promouvant le « faire ensemble ».

De nombreuses **formations** ont été organisées et/ou animées par Yvelines Tourisme, à disposition des acteurs du tourisme, portant sur les **nouvelles compétences d'Internet** ou les réformes territoriales, ainsi que des **bourses d'échange**, rendez-vous annuels incontournables pour la communauté touristique du département.

Développement de l'offre d'itinérance

Suite à la **montée en puissance de la demande touristique en termes d'itinérance**, Yvelines Tourisme a suivi la dynamique en s'intégrant dans différentes actions, départementales ou nationales.

Concernant la Véloscénie Paris-Le Mont Saint-Michel :

Yvelines Tourisme et la Véloscénie ont capitalisé sur le **départ du Tour de France** au Mont-Saint-Michel pour réaliser un **éductour à destination de 11 Tours Opérateurs (TO)** français et étrangers facilitant à l'avenir la commercialisation des deux itinéraires nationaux.

Yvelines Tourisme a également organisé **2 accueils de presse et 8 accueils blogueurs** afin de promouvoir l'itinérance, et a contribué à l'augmentation significative du nombre d'hébergements labellisés « Accueil Vélo » sur l'itinéraire. L'itinéraire de la Véloscénie sur sa partie Yvelines, a été inauguré par Mme Joséphine Kollmannsberger et M. Jean-François Raynal le 13 septembre 2016.

Concernant l'Avenue verte London Paris :

2016 a notamment été consacrée à la création d'une **carte touristique** papier, support de communication indispensable pour cet itinéraire, éditée à **80 000 exemplaires**.

Concernant la randonnée pédestre :

La création et la communication de circuits accessibles au grand public ont été poursuivies afin de démocratiser la pratique.

Observation et développement

La priorité pour le pôle Observation a été de travailler à **renforcer les mutualisations avec les autres acteurs** intervenant dans le champ de l'observation, et de multiplier les outils et analyses d'indicateurs du tourisme sur le département :

- **Lancement d'une consultation commune** avec 6 Offices de Tourisme pilotes en vue d'une mutualisation des chiffres de suivi et d'observation des fréquentations
- **Développement de la gestion de la relation clients**
- Renforcement du **partenariat avec le CRT Ile-de-France**
- Poursuite de **l'évaluation des audiences et performances** internes d'Yvelines Tourisme en vue d'une amélioration continue

En outre, Yvelines Tourisme a débuté une activité **d'analyse de l'activité touristique** sur les territoires par la **réalisation de diagnostics touristiques territoriaux** à destination des intercommunalités, accompagnés de **préconisations de développement**. Il s'agit d'aboutir à terme à la constitution d'une **banque d'analyse à l'échelle de l'ensemble du territoire yvelinois**.

Accompagnement de projets touristiques

Yvelines Tourisme est intervenu, sur des missions de **conseil et d'assistance auprès des opérateurs publics ou privés** dans le cadre d'aménagements, de recherche d'implantation, de développement de produits ou d'amélioration d'équipements touristiques. L'accompagnement mis en place par Yvelines Tourisme a porté en particulier sur **l'aide au montage financier** et la faisabilité des projets, la **recherche foncière**, le positionnement et la recherche de financements et de partenaires locaux (privés et publics).

Un accent particulier a été mis sur des **projets valorisant l'Axe Seine**, un enjeu partagé par l'ensemble des acteurs du département, dans lequel Yvelines Tourisme a souhaité inscrire son action.

