



Contrat de destination Bourgogne

Le 15 octobre 2014, la Bourgogne candidait à l'appel à projets « Contrat de destination v2 » du gouvernement. Le 24 novembre 2014, la destination Bourgogne a été retenue parmi une quarantaine de candidatures.

14/01/2015 – Agathe BEURDELEY

Le 24 novembre dernier, les Ministres Laurent FABIUS, Mathias FEKL et Carole DELGA informaient François PATRIAT, président du Conseil régional de Bourgogne, de la sélection de la candidature de la Bourgogne au titre des contrats de destination – nouvelle version.

*Compte tenu de l'ambition affichée des contrats de destination, cette décision vaut **reconnaissance nationale de la destination Bourgogne** et son « statut de destination d'excellence de rang international ».*

Contexte des contrats de destination

Les assises du tourisme début 2014 ont permis d'affirmer un engagement fort du gouvernement au service du développement du secteur du tourisme, créateur d'emplois et de valeur ajoutée pour notre pays. L'appel à projets de l'été 2014 sur les contrats de destination, pour soutenir des destinations exceptionnelles organisées autour d'une marque de territoire, s'inscrit pleinement dans cette ambition. 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 au regard des attentes des marchés ou segments de marchés étrangers.

Synthèse du contrat de destination Bourgogne

Périmètre du contrat

Le contrat de destination Bourgogne permettra de concentrer les efforts sur des thématiques en forte résonance avec deux des cinq pôles d'excellence constitués au terme des Assises nationales du tourisme en juin 2014 :

19/02/2015

- **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.

Porté par le Conseil régional de Bourgogne, il est le fruit d'un **large partenariat, public, institutionnel et privé** : il associe ...

- de nombreux partenaires régionaux :
 - Bourgogne Tourisme et la FROTSI Bourgogne
 - les 4 Conseils généraux 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
 - le Comité du Tourisme Réceptif de Bourgogne
 - 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.

Objectifs

Le contrat de destination vise à renforcer la logique de destination Bourgogne, pour stimuler les flux de séjours, en particulier internationaux, et consolider l'emploi et les retombées économiques générées :

- **En termes de flux de séjour**, le présent contrat de destination a pour objectif un accroissement des flux de la clientèle internationale, d'ici fin 2017 :
 - Marchés européens : Belgique, Pays-Bas, Allemagne, Grande-Bretagne et Suisse, de +5% ;
 - Marchés lointains : USA, Chine, Brésil, Japon et Australie, de +10%.
- **En termes de retombées économiques**, la Bourgogne a vu sa consommation touristique (dépenses des touristes en Bourgogne) augmenter de +16% en 6 ans, entre 2005 et 2011. L'objectif est d'augmenter cette consommation touristique de +5% d'ici fin 2017.
- **En termes de clientèles**, la destination Bourgogne a pour objectif de conforter sa position dans le trio de tête des destinations françaises à vélo, fluviales, et œnotouristiques.

Principaux axes d'action

Les signataires du contrat de destination Bourgogne s'engagent à agir collectivement et de manière coordonnée sur les volets suivants :

- **Structuration et ingénierie de l'offre** : conduite d'études, innovation dans le domaine des hébergements, et accompagnement des démarches et réflexions autour du développement des services liés à l'accessibilité, la mobilité et l'itinérance.
- **Marketing et promotion vis-à-vis des marchés cibles, notamment internationaux** : promotion à l'étranger (marchés européens de proximité et marchés lointains), promotion en France (marché régional et marché français), marketing territorial (attractivité de la destination Bourgogne), et webmarketing (stratégie de contenus éditoriaux et stratégie de relation client).
- **Qualité de l'offre et de l'accueil** : formation des acteurs, labellisation et démarches qualité, amélioration de l'accueil, coordination des offices de tourisme et syndicats d'initiative.
- **Observation et évaluation** : outils d'observation et d'évaluation des performances de la destination Bourgogne, outils de veille d'e-réputation de la Bourgogne, et outils d'aide à la décision pour les politiques d'interventions publiques.
- **Stratégie numérique** : mise en place d'une stratégie numérique régionale, via le système régional d'informations touristiques, la géolocalisation et Géo-bourgogne, le site professionnel partagé avec les quatre ADT, le CRT et la FROTSI, et les outils à destination du grand public (sites thématiques – vélo, rivages, affaires, scolaires, nature, etc. –, applications mobiles, réseaux sociaux, bornes wifi, etc.).

Budget

Le budget prévisionnel, à hauteur de 475 000 € par an pendant 3 ans, permettra notamment la définition des stratégies et dispositifs détaillés ci-après, et la mise en œuvre d'actions collectives qui en découlent :

- Un plan marketing partagé ;
- Une stratégie de e-tourisme bourguignon ;
- Des dispositifs d'observation mutualisés ;
- Une coopération en matière d'ingénierie touristique ;
- La professionnalisation des acteurs du tourisme.

	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Etat (DGE & Atout France)	137 500 €	122 500 €	115 000 €
Partenaires publics et institutionnels régionaux hors AF	210 000 €	210 000 €	210 000 €
Partenaires privés	80 000 €	80 000 €	80 000 €
Autres partenaires régionaux	60 000 €	60 000 €	60 000 €
Ensemble des contributions	487 500 €	472 500 €	465 000 €

Le 16 décembre dernier, au Quai d'Orsay, Laurent FABIOUS et François PATRIAT ont paraphé le contrat, en présence de Sylvie MARTIN, vice-présidente du Conseil régional déléguée au tourisme, Didier MARTIN, président de Bourgogne Tourisme, Jean-Baptiste LEMOYNE, président de Yonne Tourisme, et Pierre PEYRET, vice-président du CRTF, et aux côtés des représentants des 10 autres destinations retenues ().*

La signature officielle du contrat de destination a eu lieu le 9 février dernier, au Cassissium à Nuits-Saint-Georges, site choisi au titre de membre privé du « Contrat destination Bourgogne ». Une rencontre à laquelle ont participé de nombreuses personnalités du monde du tourisme de la région.

À l'issue des nombreux discours, une douzaine de partenaires publics et privés des quatre départements ont signé le contrat de destination.



Ph CRB-V. Arbelet

(*) Les **dix autres destinations** retenues :

- 1 autre région : l'Auvergne (destination nature)
- 2 périmètres interrégionaux :
 - le Val de Loire (partenariat régions Centre et Pays de la Loire)
 - la Vallée de la Seine impressionniste (partenariat régions Normandie et Ile de France)
- 3 villes :
 - Lyon (gastronomie)
 - Bordeaux
 - Biarritz (golf)
- 3 massifs :
 - les Alpes
 - le Jura
 - les Vosges
- 1 site : le Mont Saint Michel