



Le château de Saint-Fargeau

## Ancrer le tourisme dans l'économie du département

Véritable boussole pour la politique touristique icaunaise jusqu'en 2011, le 2<sup>e</sup> Schéma de développement touristique a pour ambition de faire du tourisme un moteur de développement économique, territorial et culturel de l'Yonne.

Le 8 décembre dernier, les Assises du tourisme, organisées à Auxerre Congrexpo en présence de Hervé Novelli, Secrétaire d'État en charge du Tourisme, ont donné lieu au lancement du 2<sup>e</sup> Schéma de développement touristique de l'Yonne. Un projet en 41 actions à mettre en œuvre sur trois ans, élaboré par Yonne Tourisme – Agence de développement touristique de l'Yonne (ADTY)<sup>(1)</sup> –, en concertation avec les acteurs de terrain qui y siègent mais aussi avec la direction de l'Action économique et des Politiques territoriales du Conseil Général et les élus de la

1<sup>re</sup> commission (Économie, Tourisme). « Ces 41 actions concrètes suivent quatre axes essentiels, explique Jean-Baptiste Lemoine, président de l'ADTY. La conquête de nouvelles clientèles, le développement de projets territoriaux, une meilleure répartition de la fréquentation sur l'année et le département et l'accompagnement des prestataires et des collectivités locales par l'ADTY. »

Le schéma s'inscrit dans une démarche commerciale : « Nous avons un produit à vendre, il faut qu'il soit de la meilleure qualité possible et que l'on aille chercher la clientèle la plus adaptée, indique de son côté Emmanuel

Boursault, le directeur de l'Action économique et des Politiques territoriales du Conseil Général, qui gère les dispositifs d'aide aux acteurs touristiques privés et publics du département (voir article dans ce même numéro). Le tourisme doit être une activité économique à part entière, qui rapporte des revenus. »

**Séduire de nouvelles clientèles**  
Tandis que la part de touristes français dans l'hôtellerie ne cessait de croître entre 2003 et 2007 (576 906 nuitées en 2007

contre 506 054 en 2003) dans l'Yonne, la clientèle étrangère enregistrait une diminution de 32,3 % (175 201 nuitées en 2007 contre 258 803 en 2003), au profit partiellement des meublés qui ont multiplié leur offre. De leur côté, les campings ont connu une baisse généralisée en 2006 et 2007, due aux conditions météorologiques estivales défavorables. Entre 2003 et 2007, les nuitées dans l'ensemble des hébergements marchands (hôtels, campings classés et meublés Gîtes de France) ont ainsi perdu 3 %, passant de 1 008 781 nuitées à 977 544 (- 28,6 % pour la clientèle étrangère, une diminution à mettre à l'actif d'une conjoncture économique mondiale défavorable, d'un euro fort face au dollar et de l'accroissement de la concurrence). « Pour être performant sur les marchés étrangers, il faut s'adosser à l'image de la Bourgogne, qui a une vraie identité, connue et reconnue, considère Jean-Baptiste Lemoine. Et que l'on monte en gamme, car c'est une clientèle de plus en plus exigeante. »

**Créer une dynamique avec les sites phares**  
Conservier la clientèle existante et en séduire de nouvelles. Telle est l'ambition du 2<sup>e</sup> Schéma de développement touristique. Or, « conquérir de nouvelles clientèles signifie être offensif sur de nombreux segments comme les familles (dispositif Famil'Yonne), les seniors, les touristes en quête d'activités nature et, bien entendu, les Franciliens qui représentent le premier bassin en courts séjours. » L'hébergement en chambres d'hôtes fait d'ailleurs l'objet d'un véritable plébiscite. « L'Yonne compte des sites phares qui doivent servir de locomotives aux activités et sites environnants, explique le président de l'ADTY. Il est crucial de se renvoyer les flux pour accroître les fréquentations. Il y a là un enjeu en terme de communication mais aussi de signalisation, un dossier que nous allons ouvrir prochainement. Dans ce domaine, nous apportons déjà un élément de réponse grâce à notre partenariat avec TéléAtlas, fournisseur de cartographies vectorielles pour les fabricants de GPS<sup>(2)</sup>. »

**Le web au cœur de l'action**  
Jean-Baptiste Lemoine mise beaucoup sur Internet pour attirer de nouveaux touristes de façon dessaisonnalisée « en valorisant, par exemple, l'offre gastronomique (nous allons relancer le concept Terroirs de l'Yonne), viti-vi-

nicole, culturelle... Il faut repérer les événements qui ont lieu tout au long de l'année autour de ces thèmes et créer du buzz<sup>(3)</sup>, aller chercher les gens sur les sites communautaires, les forums... » L'ADTY va d'ailleurs former et spécialiser deux de ses employés à la stratégie marketing sur internet ou e-marketing. « Nous devons être créatifs, faire rire pour donner envie de venir découvrir le département. Avec des professionnels, nous travaillons à la création d'une ou deux vidéos amusantes à mettre en ligne pour communiquer de façon innovante. » Une centrale de réservation en ligne, Resa-Yonne, verra également le jour : « Un projet en cours avec la Chambre de commerce et d'industrie et l'Union départementale des offices de tourisme de l'Yonne et des Syndicats d'initiative, précise Bénédicte Nastorg, la directrice de l'ADTY. L'idée est que chaque prestataire touristique soit formé pour entrer dans cette base de données ses disponibilités en temps réel. Via le site www.tourisme-yonne.com, l'internaute pourra composer son panier et réserver en ligne. Internet est désormais un canal de distribution incontournable. »

**L'ADTY sur le terrain**  
L'ADTY voit son rôle auprès des prestataires et collectivités locales porteurs de projets renforcé : « L'Agence de développement touristique dispose d'une vraie ingénierie et doit aller sur le terrain aider les personnes et les collectivités à mettre en œuvre leurs idées, explique Jean-Baptiste Lemoine. Dans le courant de l'année, j'entends bien décliner des réunions au niveau local afin d'écouter les prestataires et de leur dire ce que nous pouvons leur apporter. » Des commissions thématiques seront également mises en place « pour

### La ferme « Yonne » au salon de l'Agriculture

À l'occasion du salon de l'Agriculture, l'ADTY, la Chambre d'agriculture et le réseau Bienvenue à la ferme ont mené une véritable campagne de séduction envers les visiteurs : vous venez voir les animaux porte de Versailles ? C'est bien ! Mais si vous venez les voir en vrai dans la ferme « Yonne », ce serait encore mieux ! Le week-end du 21 et 22 mars, des Franciliens convaincus vont ainsi venir découvrir plusieurs fermes choisies du département...

croiser les regards ». Mais les bonnes idées ne suffisent pas et ce qui compte, n'est-ce pas, ce sont les résultats... Afin de juger du travail effectué en temps réel, le président de l'ADTY a décidé la mise en place d'un suivi hebdomadaire des actions. « Nous pourrions ainsi les ajuster tout au long des trois années. Le Schéma n'est pas un gadget. Il aura un impact économique, culturel et en terme de développement des territoires. »

Nathalie Hadrbolec  
contact@nathalie-hadrbolec.com

(1) Structure financée par le Conseil Général.  
(2) Les prestataires touristiques du département seront, dès les printemps, géolocalisés comme points d'intérêt (voir numéro 51 de septembre 2008).  
(3) Lancer une campagne de marketing virale sur Internet.

Un document reprenant les 41 actions du Schéma est disponible à l'ADTY – Yonne tourisme :  
1-2, quai de la République, BP 30217, 89003 Auxerre cedex. Tél. : 03 86 72 92 00



## Tourisme icaunais : une offre variée et des prestataires motivés

### Louis-Marie Mauvais, abbaye de Reigny : « Pouvoir héberger des groupes »

Du 10 au 14 juillet prochains aura lieu la 4<sup>e</sup> édition du festival Paroles et Musique à l'abbaye de Reigny. Un événement destiné à « faire vivre ce monument devenu une entreprise touristique et culturelle » explique Louis-Marie Mauvais. Le festival Paroles et Musique lui donne « un rayonnement qui nous permet de communiquer et de trouver notre clientèle ». Car l'objectif est d'organiser tout au long de l'année des réceptions, mariages, événementiels d'entreprises (séminaires...).

Pour Louis-Marie Mauvais, « l'Yonne est très riche en sites », mais il regrette qu'il n'y ait « pas assez d'hôtellerie pour des groupes importants ». C'est pourquoi l'abbaye de Reigny s'engage dans un projet d'investissement pour développer l'hébergement (sous forme de gîtes). « S'il y avait à proximité un établissement pouvant recevoir un car, nous pourrions travailler en partenariat. Le tourisme est l'un des axes économiques de notre département. Les emplois qui y sont créés ne seront jamais délocalisables ».



Abbaye de Reigny, 89270 Vermenton. Tél. : 03 86 81 59 30. www.abbayedereigny.com  
À l'affiche du festival : Julie Depardieu, Régis Pasquier, Laurent Korcia...

### Jean-Pierre Vaury, président de l'UMIH 89 : « Remplir les périodes creuses »



Le Moulin de la Coudre, à Venoy. Il indique deux axes de travail à développer : l'image du département et la collaboration avec l'Agence de développement touristique de l'Yonne (ADTY), « un partenaire important pour l'hôtellerie et la restauration ». « Tous ensemble, nous pourrions mieux promouvoir ce département proche de Paris. Nous avons une clientèle de week-end mais nous aimerions que les gens viennent plus souvent en période creuse. » Dans l'Yonne, le taux d'occupation moyen des hôtels est de 53 % : « Nous restons un département de passage où la moyenne des nuitées n'est que de 1,3 par personne. »

De l'économique au 4 étoiles, les 102 hôtels du département « ont de quoi satisfaire la clientèle qui veut venir pendant la période estivale », estime Jean-Pierre Vaury, président de l'UMIH 89 (Union des métiers et des industries de l'hôtellerie), chef de l'hôtel-restaurant Logis de France,

Le Moulin de la Coudre, 8, rue des Gravottes, 89290 Venoy. Tél. : 03 86 40 23 79 www.moulinde lacoudre.com

### Laurence Coevoet, ferme équestre du Pesteau : « Attirer une nouvelle clientèle »



Présidente du Comité départemental de tourisme équestre, Laurence Coevoet est aussi propriétaire de la ferme équestre du Pesteau à Merry Sec. Labellisée Centre de Tourisme Équestre (l'un des trois du département), celle-ci répond à un cahier des charges rigoureux, contrôlé par l'organisme Cheval Qualité France pour le compte de la Fédération française d'équitation. Parmi les vingt-six fiches de critères, la structure doit être capable de se déplacer avec sa cavalerie plus de deux jours mais aussi d'assurer à ses clients un accueil de qualité : hébergement, matériel, infrastructures, environnement, encadrement par des personnes qualifiées, etc. « On nous demande aussi de proposer d'autres activités comme des randonnées à thème (découverte de la région, gastronomie...), précise Laurence Coevoet. Ce label nous permet de toucher une nouvelle clientèle. »  
Ferme équestre du Pesteau, 89560 Merry Sec. Tél. : 03 86 41 64 64 www.fermeequestrepesteau.com

### Valérie Thomas, directrice de l'office de tourisme de l'Auxerrois : « Améliorer la qualité de l'accueil »



Après celui de Beaune en 2008, l'office de tourisme de l'Auxerrois sera sans doute le second en Bourgogne à obtenir le label Qualité Tourisme, mis en place par le ministère à destination de l'ensemble des prestataires. « Le but est d'améliorer la qualité de notre accueil afin de donner la meilleure image de notre destination », explique Valérie Thomas, la directrice. Pour le décrocher, il convient de répondre à un référentiel de... 200 critères!

De l'accueil téléphonique (répondre au bout de trois sonneries maximum) ou physique à la qualité des locaux, en passant par l'environnement (lisibilité, accessibilité, parking...), l'équipe a effectué un gros travail de fond : « Toutes les procédures d'accueil ont été écrites de façon à uniformiser notre façon de travailler, le but étant d'approcher le zéro défaut. » Verdict ce mois-ci, après l'audit.

Office de tourisme de l'Auxerrois : 1-2, quai de la République, 89000 Auxerre. Tél. : 03 86 52 06 19. Antenne : 7, place de l'Hôtel de Ville. www.ot-auxerre.fr

### Jean-Michel Lorain, La Côte Saint Jacques : « Vive la famille et la gastronomie ! »



Hôtel 4 étoiles, 3 étoiles au guide Michelin, La Côte Saint Jacques, à Joigny, accueille une clientèle à 75 % française et « fonctionne à plein les week-ends tout au long de l'année », explique Nathalie Pinette, responsable promotion. Pour attirer une clientèle complémentaire, La Côte Saint Jacques a mis au point un certain nombre de forfaits : forfait « Tous en famille » avec un accueil particulier pour les enfants (qui disposent déjà de leur salle de jeux !), une visite des « coulisses » et d'un site

(Guédelon, La Fabuloserie ou la Forêt de l'Aventure), « car notre clientèle rajoint et, dans l'Yonne, il y a de nombreuses activités à lui proposer », forfaits « dégriffés » sur internet, séminaires, Spa... À cela il convient d'ajouter l'École de cuisine, ouverte par Jean-Michel Lorain dès 1996 et qui permet depuis cette année, non seulement de regarder mais également de participer (préparation de leur repas par les « stagiaires », dans la cuisine même de la Côte Saint Jacques !). En projet : un espace gourmand (boutique avec accès à l'extérieur) proposant, entre autres, une sélection de produits régionaux, « car nous voulons aussi promouvoir nos produits du terroir ». La Côte Saint Jacques, 14, faubourg de Paris, 89300 Joigny. Tél. : 03 86 62 09 70 www.cotesaintjacques.com

### Florence Pouteau, La Ferme de Flo : « Mieux se faire connaître »

Adhérente au réseau Bienvenue à la ferme depuis novembre 2008, la Ferme de Flo est labellisée Famil'Yonne depuis le début de l'année. « Être référencé dans un guide à destination des familles permet de nous faire connaître, explique Florence Pouteau. Et puis, le petit livret m'a séduit : parents ou grands-parents peuvent y trouver de nombreuses activités pour leurs enfants et petits-enfants. » Exploitation céréalière membre du réseau Farre (Forum de l'agriculture raisonnée respectueuse de l'environnement), la Ferme de

Flo est également une ferme pédagogique. La propriétaire des lieux propose, en effet, des visites guidées aux scolaires (adaptées selon les âges) mais également aux particuliers, sur rendez-vous. Avec une même question : « Qui mange quoi, et qui mange qui ? Car, bien souvent, les enfants ne savent plus ce qu'ils ont dans l'assiette. » La Ferme de Flo, 89140 Évry. Tél. : 03 86 95 29 80 Mail : flo.pouteau@wanadoo.fr Vente de pommes de terre. Visites guidées sur rendez-vous.

