

**Edition "Bourgogne du Sud, Née sous une bonne étoile"**  
**Fiche technique**

---

**Préambule**

la nouvelle stratégie touristique du Département se veut offensive et séductrice. Elle repose sur une nouvelle organisation des acteurs autour du concept d'itinérance touristique (et non plus de simple "pause" sur la route des vacances), afin de construire et de promouvoir de nouveaux produits de qualité, favorisant la découverte, sur plusieurs jours, des richesses de notre département.

Cette mobilisation doit contribuer à faire émerger la Bourgogne du Sud comme véritable destination touristique, permettant aux touristes et visiteurs de parcourir en profondeur le territoire en ayant notamment la possibilité d'utiliser les modes de déplacements doux. Elle doit permettre de développer les nuitées touristiques marchandes en Saône-et-Loire et contribuer à renforcer la notoriété et l'attractivité globale du territoire.

**Ainsi afin de conforter cette nouvelle démarche, il est apparu indispensable à l'ADT, de disposer à nouveau d'une brochure innovante pour les prescripteurs du tourisme (via les salons et opérations de communication) et pour les conseillers en séjour dans les offices de tourisme afin de présenter l'essentiel de l'offre touristique du département.**

**Cette nouvelle brochure est une invitation à l'itinérance touristique dans le département, elle propose six parcours itinérants correspondant à six profils de visiteurs, complétés par le "top 10" des plus belles étoiles en Bourgogne du Sud.**

**Le parti pris a été de donner la parole à différents segments de clientèles qui au travers de leurs témoignages, leurs expériences de vacances sur le territoire donnent vie à différentes histoires vécues.**

La qualité de l'accueil des touristes sur notre territoire n'étant plus à prouver, il était impératif pour l'ADT de prendre un nouvel essor en matière éditoriale. Ainsi la nouvelle brochure "Bourgogne du Sud, Née sous une bonne étoile" marque une profonde rupture avec le passé : l'ADT se doit de mettre en avant le positionnement touristique et l'image du département ainsi que les sites les plus emblématiques pour une meilleure lisibilité face à la concurrence des autres destinations françaises.

***[ Le côté coulisses de la réalisation de l'édition ]***

*L'agence Album est auditionnée sur un clip vidéo lié à la stratégie d'itinérances (clip pour motiver les professionnels du tourisme à s'engager à travailler ensemble sur un projet fédérateur). Son projet présenté emballe le jury de sélection mais n'est pas en phase avec la commande. L'idée "chercheurs d'étoiles" est née et l'ADT a bien l'intention de rebondir en temps et en heure sur cette brillante idée.*

*Par ailleurs, une réflexion s'engage en interne à l'ADT sur la refonte des éditions et notamment sur la création d'une brochure de séduction de la Destination Bourgogne du Sud qui fait cruellement défaut depuis 2008...*

*En parallèle, la nouvelle stratégie touristique du Département se décline sur l'itinérance. Une pratique à la fois innovante de formules de séjours couvrant l'ensemble du territoire et l'utilisation de différents moyens de déplacements d'itinérances douces (Voie Verte, Voie Bleue, voie d'eau...).*

*Le directeur de l'ADT, "la tête dans les étoiles", phosphore sur une déclinaison du concept "chercheurs d'étoiles" sur la nouvelle brochure d'itinérances : on a pléthores de sites remarquables sur l'ensemble du territoire, ce sont les étoiles de la Bourgogne du Sud, partons à leur découverte.*

*Album réalise l'ébauche de la maquette. On part de rien : comment associer les différentes pratiques d'itinérances des différents publics... Un travail d'équipe se met en place, des profils de différents segments de clientèle se profilent, ils vont montrer la diversité des expériences vécues, des itinéraires virtuels s'amorcent, le territoire est quadrillé et constellé. Les différents personnages prennent alors vie, on leur donne la parole. Chacun y va de raconter ses souvenirs de vacances en Saône-et-Loire, alliant expérience de vie, émotions, ressentis... Gageons que cela suscitera le désir chez les lecteurs de venir découvrir la Bourgogne du Sud !*

*Pour ces narrations, l'ADT fait le choix de se faire accompagner par une rédactrice professionnelle qui met en scène avec dextérité les histoires racontées. De nombreuses contraintes limitantes de par la conception de la maquette impose des synthèses narratives condensées.*

*De son côté la traductrice néerlandaise, spécialiste du tourisme bourguignon, de par sa connaissance des motivations de consommations touristiques néerlandaises et d'itinérances (elle est originaire de ce pays), a apporté des clés d'adaptation pour le public néerlandais.*

## **Clés de lecture – Profils de clientèle**

---

Pages 2 à 5	Une famille française et ses enfants <i>"La famille de Philippe et Lisa, et leurs enfants Paul et Chloé"</i>
Pages 6 à 9	Les "bobos" (jeune couple bourgeois-bohème) <i>"Antoine et sa compagne"</i>
Pages 10 à 13	Des Grands-parents et l'un de leurs petits-enfants <i>"Benoît chez ses grands-parents"</i>
Pages 14 à 17	Un couple de camping caristes <i>"Le voyage en camping-car de Claire, Ulysse..."</i>
Pages 18 à 21	Un groupes de jeunes (18-25 ans) <i>"La bande de Maga et ses amis"</i>
Pages 22 à 25	Une famille étrangère (pays nordique) et ses deux enfants <i>"La famille des pays du Nord"</i>

## **Sélection des sites**

---

La hiérarchie s'est appuyée à l'échelle départementale sur les travaux du schéma de développement touristique et celui de signalisation touristique départementale.

## **Intégration de QR-code**

---

Page 1	QR-code sur une mini vidéo sur les chercheurs d'étoiles
4 <sup>ème</sup> de couverture	QR-code de téléchargement de l'application du site mobile de la Bourgogne du Sud

## **Impression**

---

- *Tirage version française* : 30 000 exemplaires / 32 pages
- *Tirage version néerlandaise* : 10 000 exemplaires / 32 pages

## **Téléchargement des éditions**

---

Téléchargement sur [www.bourgogne-du-sud.com](http://www.bourgogne-du-sud.com)  
Téléchargement sur Calaméo

Pour les besoins d'information du public, mise en téléchargement du carnet de voyage (page30-31) complétés d'infos sur [www.bourgogne-du-sud.com](http://www.bourgogne-du-sud.com)

## **Création - Réalisation**

---

- *Création/Conception* : Agence Album (Mâcon)
- *Imprimeur* : imprimerie Chevillon (Sens)
- *Rédaction des textes* : Mme Marie-Agnès Rollet
- *Traduction néerlandaise* : Mme Els O'Sullivan