



Collectif tourisme d'affaires PAC 2021 voté le 17/03/21



BUDGET PRÉVISIONNEL

Budget prévisionnel 2021 (au 17/03/2021)

Recettes :

Contribution du CRT : 89 200 € (vs 58 590 € en 2020)

Cotisations partenaires : 42 040 €

dont :

Niveau 1 : 4 660 €

Niveau 2 : 37 380 €

soit un budget minimal de 131 240 €

PLAN D'ACTIONS 2021





ACTIONS DE DÉVELOPPEMENT

QUALIFICATION & LABELLISATION

DÉVELOPPEMENT

Composition du collectif

114 membres en 2021 (vs 146 en 2020)

48 membres sur le **niveau 1**

66 membres sur le **niveau 2**

 **13**

nouveaux membres

 **30**

revisites à prévoir (mise à jour de la charte qualité)

Nouvelles labellisations

- **13** partenaires labellisés depuis le 1er janvier 2021
- dont **4** dans le cadre de la co-labellisation **avec la destination affaires Mâcon** (*7 autres sont en cours*) – Partenariat test.

Comment on s'organise ?

La destination fait la promotion du collectif auprès de ses adhérents.
Le CRT labellise et saisit les infos affaires dans Décibelles Data.

Quels avantages pour la destination ?

Etoffer l'offre affaires de la destination.

Possibilité d'établir des passerelles pour bénéficier des données saisies par le CRT pour alimenter la rubrique affaires du site internet de la destination.

8 nouveaux lieux de séminaires



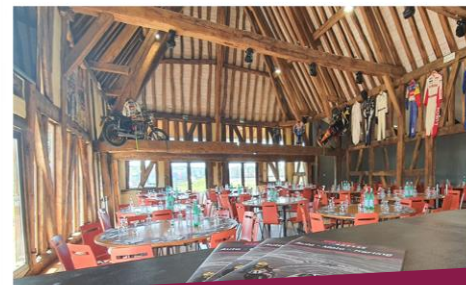
Centre d'affaires Locow
(Mâcon - 71)



Cave de Lugny
(Lugny 71)



Ecomusée de la Bresse Bourguignonne
(Pierre de Bresse - 71)



Le circuit de Bresse
(Frontenaud - 71)



Hôtel le Cep 5*
(Beaune - 21)

*dont 3 lieux de séminaires
en cours de référencement :*

- Restaurant Loiseau des Ducs (Dijon - 21)
- Campus Connecté (Autun - 71)
- Gîte de groupe Aux Maisons Blanches
(Champignelles - 89)

1 nouvelle destination affaires



Doubs Tourisme
(Besançon - 25)

2 nouvelles agences événementielles



Doyouevent
(Auxerre - 89)



Yaka Events
(Mâcon - 71)

2 nouveaux prestataires de team-building



Allez on joue !
(Mâcon - 71)

*en cours de référencement le
prestataire de team-building*

▶ **Halluciné Escape Game** (Mâcon - 71)

ANIMATION

DÉVELOPPEMENT

Mise en place de groupes de travail

- Sous la forme de réunions et ateliers thématiques avec appel aux volontaires : à date, 3 sujets :
 1. Le positionnement MICE en Bourgogne-Franche-Comté
 2. L'organisation de l'action phare qui sera retenue
 3. La réflexion sur les mises en place de commissions par segment Meetings/Incentive/Congress/Exhibitions-Events pour réfléchir aux opportunités d'actions 2022 encore plus ciblées.

Ouvert à d'autres suggestions !

Mise en place du club des destinations affaires

- Les 7 destinations seront invitées à tous les groupes de travail
- Thèmes de réflexion spécifiques : bilan du test de la co-labellisation avec Mâcon, articulation avec les collectifs destinations, ...

Groupe de travail N°1

22 mars – 14h30-17h

❖ Déterminer le positionnement MICE de la Bourgogne-Franche-Comté

- Présentation d'une 1^{ère} note de travail
- Travail sur les valeurs de notre filière, les différents positionnements possibles et les argumentaires respectifs en faveur de l'un ou de l'autre.
- Rédaction d'un document de synthèse pour nous servir à tous de cadre de référence.
- ***Animé par Françoise CLERMONT – Cabinet Co-Managing***
- ***Groupe de travail*** constitué de quelques membres, sur la base du **volontariat**, représentatifs au maximum du collectif tels que les destinations affaires, les palais des congrès, les lieux de séminaires, les organisateurs d'événements et les prestataires de team-building.

COMPLET 😊

ATELIERS INFORMATION & FORMATION

DÉVELOPPEMENT



Avril

❖ 1. Conférence sur le thème des MICE

- Caractéristiques du marché des MICE en France,
 - Tendances de la demande sur le marché et ses évolutions,
 - Perspectives en lien avec la crise sanitaire et économique actuelle,
 - Eléments pratiques sur l'équipement des espaces de réunions et leur commercialisation.
- *Animée par Perrine Edelman – cabinet de stratégie marketing MICE Coach Omnium*

1^{er} avril - 10h/12h

❖ 2. Webinaire – Présentation Norme ISO 20121

- Présentation de la **norme ISO 20121** qui vise à promouvoir le développement durable intégré à l'activité événementielle.
 - Exigences de la norme
 - Possibilités d'accompagnement et de formation
- *Animé par Flavien VERRET - Atemia entreprise d'ingénierie touristique*

27 avril - 14h30/16h30



Mai

❖ 3. Webinaire - Présentation Qualité Tourisme

- Présentation de la démarche Qualité Tourisme
- Typologie des activités et structures concernées
- Focus sur le label Qualité Tourisme Séminaires

18 mai – 10h/11h15

A noter : pour tous les membres du collectif :

pré-diagnostic Qualité Tourisme offert (valeur : 50 €)

- Animé par David Bouhelier – chargé de développement Qualité Tourisme CRT

❖ 4. Webinaire - B.A.BA des relations presse

Comment optimiser ses :

- communiqués de presse
- dossiers de presse
- accueils de presse

18 mai – 11h15/12h30

- Animé par Coralie Moisson-Garnier - chargée de promotion et presse CRT

Mai – Juin



❖ 5. Atelier – Stratégie digitale 2021

27 mai – 9h30/12h30

- Temps 1 : partage de la stratégie digitale 2021 : enjeux, rôle du collectif, le nouveau dispositif web, les choix stratégiques, plan d'actions opérationnel.
- Temps 2 : partage des bonnes pratiques web, importance de vos contenus MICE sur le site dédié CRT et sur vos sites, ...
- *Animé par notre agence conseil en stratégie web Think My Web*

❖ 6. Atelier – Réseaux sociaux

24 juin –
9h30/11h30

- Bonnes pratiques liées aux réseaux sociaux adaptés au MICE
- *Animé par notre agence spécialisée en médias sociaux My Destination*

Et d'autres à caler au dernier trimestre en fonction de vos besoins !

Autres webinaires

Non spécifiques au tourisme d'affaires

❖ Les Ateliers d'IFTM

- Sous la forme de série d'émissions TV diffusée sur le web et un cycle de formations en ligne
- Rendez-vous hebdomadaire jusqu'à mai 2021
- Possibilité de visionner les replays des précédents ateliers
- Gratuit
- Inscription obligatoire sur le site :

https://www.iftm.fr/fr-fr/Les_Ateliers_IFTM.html



Autres webinaires

Non spécifiques au tourisme d'affaires

❖ Les Ateliers de Google France en partenariat avec Atout France

2 à date :

○ **Le parcours client dans le secteur de tourisme**

- comment mieux promouvoir notre territoire à l'ère du numérique
- analyse du comportement et le parcours d'achat des clients
- bonnes pratiques et outils pour analyser les performances

Objectifs d'apprentissage : comprendre l'entière du parcours d'achat digital – appréhender les outils pour améliorer sa visibilité - analyser son trafic et mettre en place des actions.

○ **Optimiser son site internet : quelles étapes pour le rendre plus performant ?**

- Comment optimiser son site internet
- Outils et bonnes pratiques pour améliorer l'expérience utilisateur
- Faire évoluer son site et le rendre plus performant.

Objectifs d'apprentissage : animer son site internet - améliorer la performance et le taux de conversion de son site internet.

7 avril – horaires
à définir

4 autres webinaires
Thèmes et dates à venir

Autres webinaires

Non spécifiques au tourisme d'affaires

❖ Les webinaires de BFCT

- Calendrier en cours d'élaboration : stratégie marketing, aides de la Région, ...

OBSERVATOIRE & ACCOMPAGNEMENT

DÉVELOPPEMENT

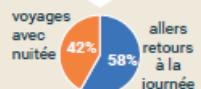


VOLUMES ET NATURE DES DÉPLACEMENTS

1,7 million
de déplacements
professionnels par an en
Bourgogne-Franche-Comté
(soit 5,2 millions entre 2017
et 2019)



4%
du marché national
(11^{ème} rang des régions
françaises)



14% des déplacements
en Bourgogne-Franche-Comté
(vs 86% de déplacements pour
motif d'agrément)



74%*
de courts séjours
(1 à 3 nuits)
*déplacements avec nuitée

ORIGINE DES VISITEURS



31% sont issus de Bourgogne-Franche-Comté

19% Auvergne-Rhône-Alpes, 16% Ile-de-France
13% Grand-Est, 10% Centre Val-de-Loire

RÉPARTITION DES DÉPLACEMENTS

Par département



35% des déplacements professionnels
dans la région se font en Côte-d'Or
16% en Saône-et-Loire
14% dans le Doubs

Par espace



76% des déplacements en milieu urbain
17% en milieu rural, 7% en montagne

Principales destinations

Dijon **37%**
Besançon (10%), Auxerre (5%), Nevers (5%),
Mâcon (5%)

COMPOTEMENTS DE SÉJOUR



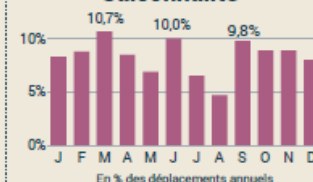
58,5% des voyages d'affaires en
hébergement marchands
dont
34% en hôtellerie
18% en location



71% de déplacements en voiture
25% en train



Saisonnalité



Réalisation d'une infographie des principaux résultats de l'étude KANTAR sur les déplacements professionnels des Français

2017-2019

Disponible sur simple
demande ou en
téléchargement sur
notre site pro

Simplification de l'enquête mensuelle

Plus rapide ...plus claire ... plus efficace ! ✌️



Enquête mensuelle Bourgogne-Franche-Comté Séminaires & Events Janvier 2021

Nous vous remercions de bien vouloir déclarer l'ensemble de votre activité liée au tourisme d'affaires pour votre établissement, obtenue avec ou sans Bourgogne-Franche-Comté Tourisme (via les demandes de devis ou de renseignements...).

Est-ce que votre établissement était fermé en janvier ?

☐ Oui

☐ Non

Avez-vous eu une activité liée aux événements professionnels dans votre établissement en janvier 2021? (séminaires, congrès, team-building, événementiel...)

☐ Oui

☐ Non

La réponse "non" s'adresse aux établissements n'ayant eu aucune activité affaires en janvier 2021

**On compte sur vous !
Merci pour votre participation !**

← Précédent

Suivant →

Observatoire

❖ Mission d'accompagnement dans notre réflexion pour renforcer l'observation de la filière du tourisme d'affaires

- 3 temps :
 1. Faire un diagnostic des démarches en cours en matière d'observation de la filière (*point sur l'existant, les objectifs initiaux, la méthodologie et identifier les objectifs non atteints et les axes de progression*)
 2. Identifier et proposer des pistes d'actions (*proposer une méthodologie d'enquête, benchmark d'actions engagées en matière d'observation dans les autres régions*)
 3. Rédiger un cahier des charges selon la méthodologie retenue pour conduire à la consultation d'un bureau d'études (projet d'étude en 2022)

Accompagnement

❖ A l'étude : mise à disposition d'un outil de suivi et de pilotage de l' e-réputation des destinations touristiques et des acteurs du tourisme.

Etant entendu que ce dispositif permet de suivre les avis des clients quels qu'ils soient, agrément et affaires confondus.

- Dispositif: remontée des avis déposés par les touristes sur 12 plateformes : Booking, Tripadvisor, Facebook, Google, Zoover, Expedia, ...
- Services aux sociopros:
 - réception d'alertes mails sur l'évolution de la note, sur les avis déposés, sur le taux de satisfaction des clients par item et les expressions négatives et positives
 - accès à un tableau de bord personnel de suivi de l'e-réputation avec possibilité de traiter les avis



ACTIONS DE PROMOTION

L'ACTION PHARE RETENUE PAR LES PARTENAIRES

Dispositif com' de relance MICE



agence
des nouvelles
cultures

DISPOSITIF BFC MICE

Cible : marché régional

**Entreprises, associations, fédérations et agences
basées en région Bourgogne-Franche-Comté**

Période : dès la reprise



LE CONTEXTE



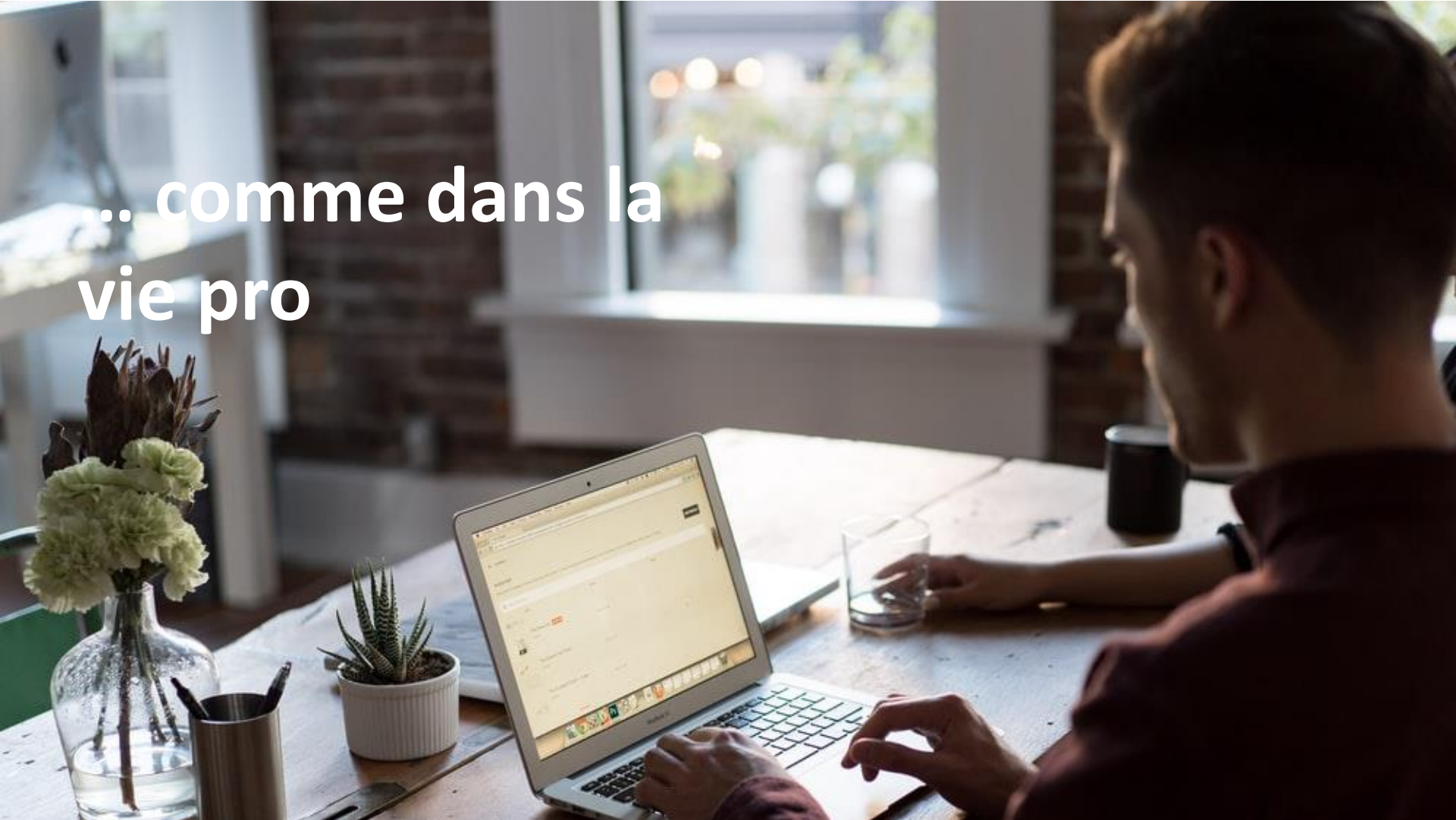


En 2020, même près,
nous n'avons jamais été
aussi éloignés...

**Dans la vie
personnelle...**



... comme dans la
vie pro





Les événements physiques se
sont vus remplacés par des visios

...

... reportés ou annulés.



2020 est derrière nous.

**2021 se doit d'être l'année de la réunion, et des
réunions !**



Les enjeux

- Porter ce message de réunion possible pour l'année 2021. Réassurer les entreprises identifiées quant à leurs habitudes et leur perception floutée par la crise sanitaire. : « oui, il est tout à fait possible d'organiser un évènement professionnel en 2021 ».
- Inviter les entreprises et agences de la région à une dynamique solidaire en organisant ou réorganisant leurs événements dans la région.
- Présenter le collectif Seminaires & Events, ses partenaires, son offre. En faire un contact réflexe pour l'organisation d'évènements.



La demande initiale

- S'inscrire dans la dynamique instaurée par le CRT, en proposant un « CONCEPT CHEZ VOUS » dans le prolongement de #SORTEZ CHEZ VOUS
- Demande à laquelle nous avons répondu mais que nous avons aussi challengée ! Nos partis pris slide suivante...



NOTRE PARTI-PRIS 1





#RÉUNISSEZ-VOUS CHEZ VOUS

en Bourgogne Franche Comté



#RÉUNISSEZ-VOUS CHEZ VOUS

en Bourgogne Franche Comté

*Reprise du #chezvous pour faire écho à la campagne globale #sortezchezvous.
Un verbe évident, celui qu'on veut porter pour cette année ! Un verbe qui traduit à la fois le fait de se retrouver entre
collègues, avec vos clients, ... et de renouer avec sa région*



Autres options avec le « chezvous » ?

#VOS EVENTS CHEZ VOUS en Bourgogne Franche Comté



NOTRE PARTI-PRIS 2





#MON EVENT MA RÉGION

en Bourgogne Franche Comté



#MON EVENT MA RÉGION

en Bourgogne Franche Comté

Une construction qui s'affranchit du #sortezchezvous pour un rendu rythmé, dynamique et plus évident pour la cible

Une revendication : l'emploi des possessifs traduit la fierté du penser local pour les events

Une utilisation de l'anglicisme « event » bien connu de la cible



En cours de validation

On récapitule ?

RÉUNISSEZ-VOUS CHEZ VOUS

en Bourgogne Franche Comté

*Écho direct à #sortezchezvous
Appel à la solidarité*

MON EVENT MA RÉGION

en Bourgogne Franche Comté

*Appellation plus directe pour la cible
Revendication, fierté*

Option 2 : VOS EVENTS CHEZ VOUS

en Bourgogne Franche Comté



Et à quoi cela va ressembler ?

**Pour s'inscrire dans l'histoire globale de la région, nous
reprendrons la nouvelle
charte graphique #Sortezchezvous, actuellement en
cours de validation.**

**Nous vous présenterons une version maquettée des
logos dès que possible !**



L'appel sera soutenu par un manifeste, relayé aux entreprises et agences de la région.

Un texte **fort, impactant, pour présenter le concept :**

Deux messages dans ce manifeste :

- **Appel à organiser des events en région, pour être solidaires avec les acteurs du tourisme MICE**
- **Renvoi vers le site du collectif BFC Seminaire & Events, levier principal de cette solidarité**



LE DÉPLOIEMENT





Un dispositif pour vivre aux côtés de tous les acteurs et créer de la relance.

Avec **une ambition : agir le plus rapidement possible.**

Notre dispositif doit être concentré autour de la diffusion de notre message le plus efficacement possible pour amorcer très rapidement une relance de tout un secteur.



Un dispositif pour vivre aux côtés de tous les acteurs et créer de la relance.

Avec un enjeu : un dispositif pour redonner l'envie d'organiser des événements

Avec de l'information, de la réassurance, du concret, un discours de preuve dans un contexte où « l'on est perdu » et où la pensée collective est par définition concentrée sur le report des événements physiques.



Deux cibles :



Membres de la direction et RH des **entreprises, associations & fédérations de la région**

**AVEC UN RENFORT SUR LES PLUS
« GROS » ORGANISATEURS**



Agences événementielles de la région

Des adjuvants :



Adhérents du collectif



UN PLAN D' ACTIONS EN 4 ÉTAPES

01. REPRENDRE LA PAROLE

- + PRESSE SPÉCIALISÉE
- + RELAI SOCIAL MÉDIA
- + CAMPAGNE LINKEDIN

01.bis
OUTILLER
LES
PARTENAI
RES

+ KIT

02. RENFORT DES CIBLES CLÉS

- + ÉTUDE MARKETING : COLLECTE DE DONNÉES & ANALYSE
- + OPÉRATION SPÉCIALE CŒUR DE CIBLE

03. DIGITAL

- + PRÉSENTATION DU CONCEPT SUR LE SITE

04. ET DEMAIN ?

- + S'APPUYER SUR LES AMBASSADEURS



01 – REPRENDRE LA PAROLE DE MANIÈRE GLOBALE D'ABORD

D'ABORD, LA PRESSE



DES ENJEUX DE DIFFUSION

- **ENJEU CIBLE** : public « de niche »
 - Très peu de supports spécifiques
 - Ne pas aller sur du media grand public
- **ENJEU CONTENU** : appel à une action locale
 - Ne pas aller sur du media national
- **ENJEU BUDGET** : s'inscrire dans une enveloppe réduite

3 enjeux, qui limitent nos choix de media.

POUR CONJUGUER CIBLE SPÉCIALISÉE ET ACTION LOCALE, 2 PROPOSITIONS À VOUS FAIRE !





OPTION 1 : 100% LOCAL

Une option digitale only, sur des titres d'actualités, focus région – page économie

LE BIEN PUBLIC

LE PROGRÈS

L'EST
RÉPUBLICAIN

**LE JOURNAL
DU CENTRE**

lejournal
DE SAÛNE-ET-LOIRE

L'YONNE
RÉPUBLICAINE

Campagne display sur **6 titres PQR locaux**
couvrant les départements :

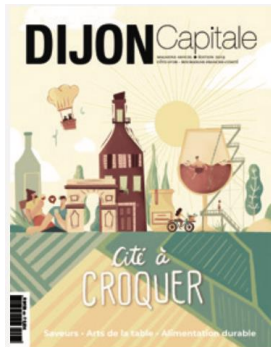
21 – 25 – 39 – 58 – 70 – 71 – 89 – 90

- **3 formats display** mobile et desktop
- Durée : **2 x 7 jours**
- Volume : **158 000 impressions**

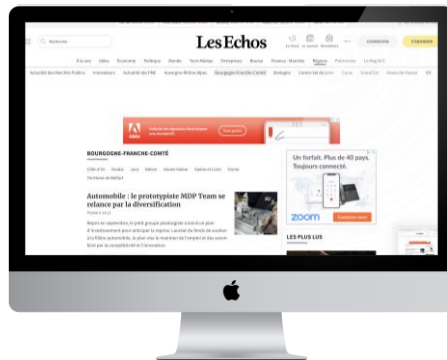


OPTION 2 : 100% AFFINITAIRE

Une option mêlant print et digital, sur des titres d'actualités thématiques – focus région



1 opus collector chaque année
/ 28 000 visites par mois
Un lectorat CSP+ de 30 ans et +
essentiellement composé de :
cadres, chefs d'entreprises et
décideurs au sein de
collectivités et de réseaux
professionnels



Média sur l'information économique
territoriale, lu par des cadres et des
dirigeants, DRH de grandes entreprises, CSP+
de 25-49 ans.

Un environnement digital performant :

- 10,1M de visiteurs uniques par mois
- 3M de pages vues par mois

LES ECHOS - page Bourgogne Franche Comté

3 Formats display géolocalisés

- Volume : **325 000 impressions**
- Durée : **15 jours**



DIJON CAPITALE

- **1 publi rédactionnel** de 2 à 3 pages
- **1 pleine page** intérieure
- **Relai** sur le site et réseaux sociaux ainsi que sur Dijon
Beaune Mag



En cours de validation

On récapitule ?

OPTION 1 / 100% LOCAL

LE BIEN PUBLIC

LE PROGRÈS

L'EST
RÉPUBLICAIN

LE JOURNAL
DU CENTRE

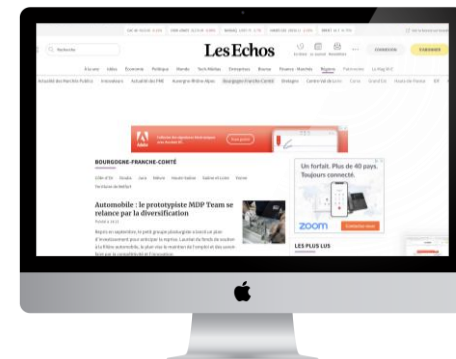
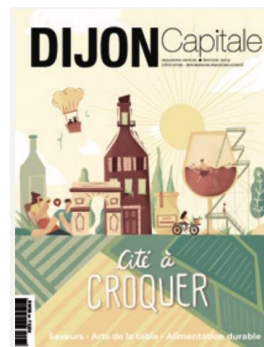
lejournal
DE SAÛNE-ET-LOIRE

L'YONNE
RÉPUBLICAINE

Digital only

Budget achat espaces : 6 878 €

OPTION 2 / 100% AFFINITAIRE



Digital & Print

Budget achat espaces : 6 163 €



NOTRE RECO

PUIS, UN RELAI SOCIAL MÉDIA ÉLARGI



CAMPAGNE LINKEDIN

1. Relai des informations diffusé sur nos médias pres

2. Diffusion de publicités sponsorisées dans le fil d'actualités LinkedIn.

Profils : tous les responsables RH, événements, manager d'équipes, décideurs, responsables région.

Potentiel de **plus de 100K personnes**.

> *Estimation préalable à affiner avec MyDestination sur la base de la création de 2 à 3 motions + campagne de sponsorship.*

Taille de l'audience cible

100 000+

Répartition par segment ?

Niveau hiérarchique ▼

Expérimenté	55 %
Manager	15 %
Directeur	14 %
(VP)	10 %
PDG	6 %

[Masquer les segments](#)

60 jours (16/2/2021 - 16/4/2021)

Dépenses totales

1500,00 USD - 4 000,00 USD

Nombre total d'impressions

99 000 - 500 000

CTR

0,25 % - 0,37 %

Nombre total de clics

340 - 2 000

Résultat principal



01 BIS – KIT PARTENAIRE



REMISE D'UN KIT

À L'ENSEMBLE DES ADHÉRENTS DU COLLECTIF, POUR RELAYER LA CAMPAGNE SUR LEURS PROPRES MOYENS DE COMMUNICATION

- 1. Texte du manifeste**
- 2. Communiqué de presse**
- 3. Formats bannières site web**
- 4. Cadre ou décor adapté à notre univers pour les cover Facebook, Instagram et LinkedIn (cf exemple ci-contre)**
- 5. Pastille site (logo à intégrer)**

➤ *Contenu du kit à affiner selon les profils des adhérents*



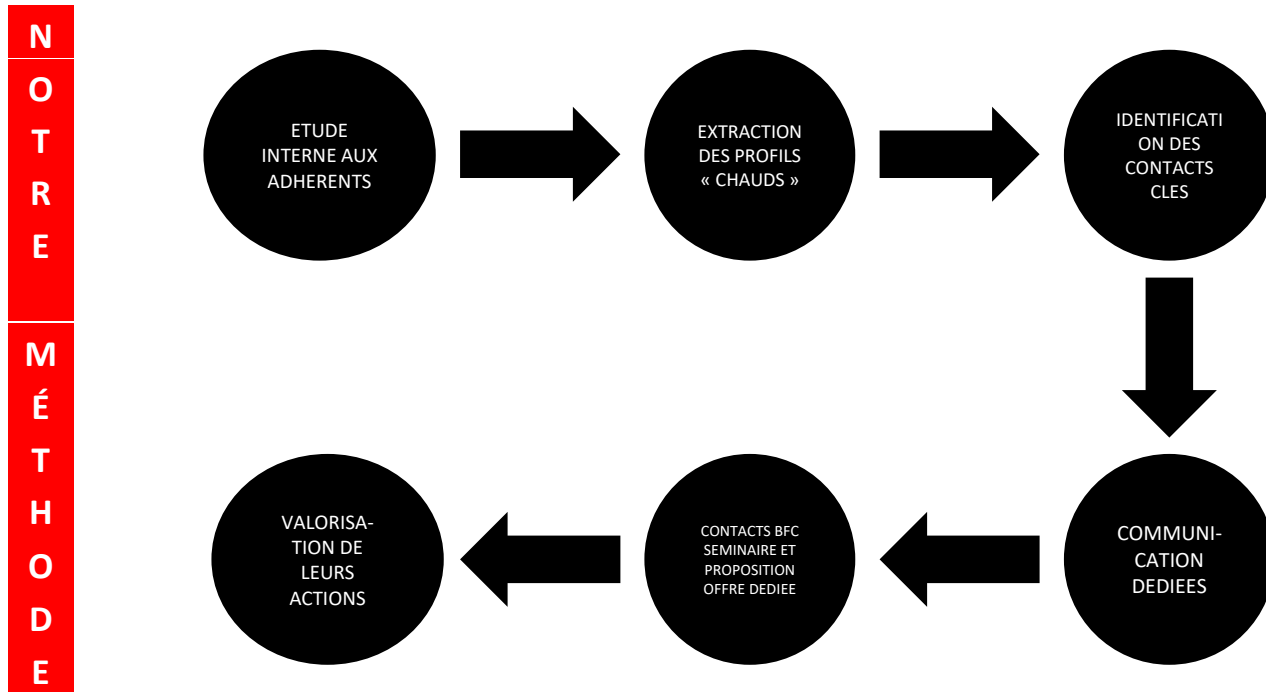


02 – RENFORT CIBLES CLÉS



SOLLICITER LES ADHÉRENTS DU COLLECTIF POUR RÉCUPÉRER DE L'INFORMATION CIBLÉE :

qui sont leurs « prospects chauds » ?





Réalisation d'un questionnaire en ligne de 10 questions destiné aux adhérents du club afin de remonter des infos clés sur les structures et les types d'événements, leurs récurrences, et les entreprises clés.

J+15 : Etude des résultats, identification, segmentation et extraction des profils organisateurs les plus actifs en période normale, avec le plus de besoins et les plus aptes à facilement ré-organiser des manifestations.

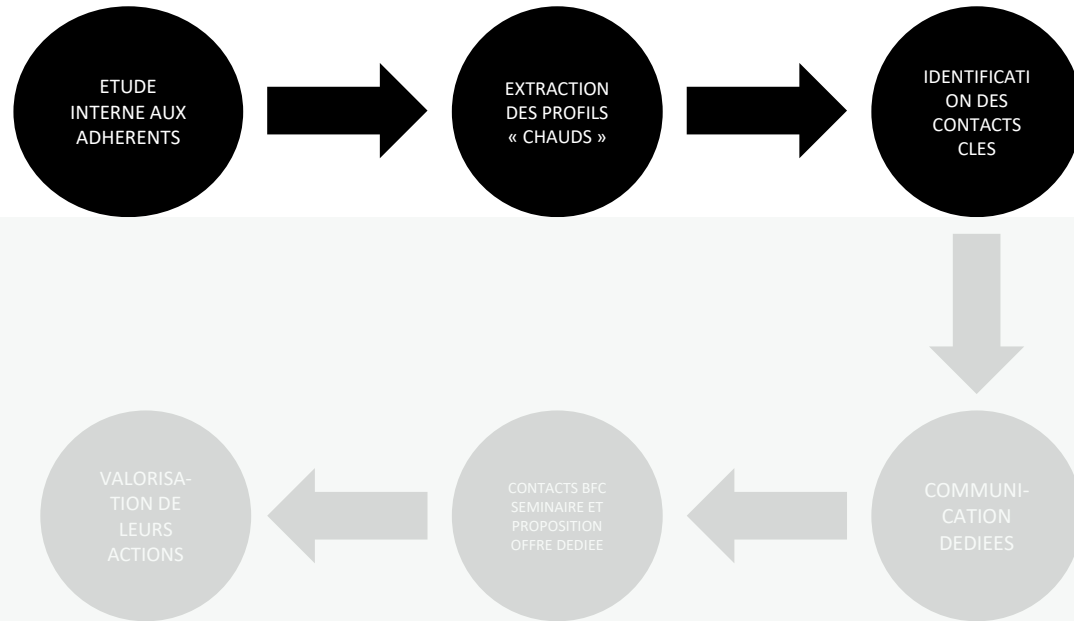
Croisement avec les données détenues par le CRT, les bases de données club et BFC Séminaire et sources externes pour déterminer 300 profils cœur de cible et potentiellement de futurs ambassadeurs

D'ABORD

COLLECTER LA DONNÉE :

Les actions

- Création d'un questionnaire en ligne type Google Form
- Administration du questionnaire par mailing aux adhérents du club
- Analyse des données et catégorisation par secteurs, typologie d'entreprise
- Identification de 300 « prospects chauds », susceptibles de transformer rapidement



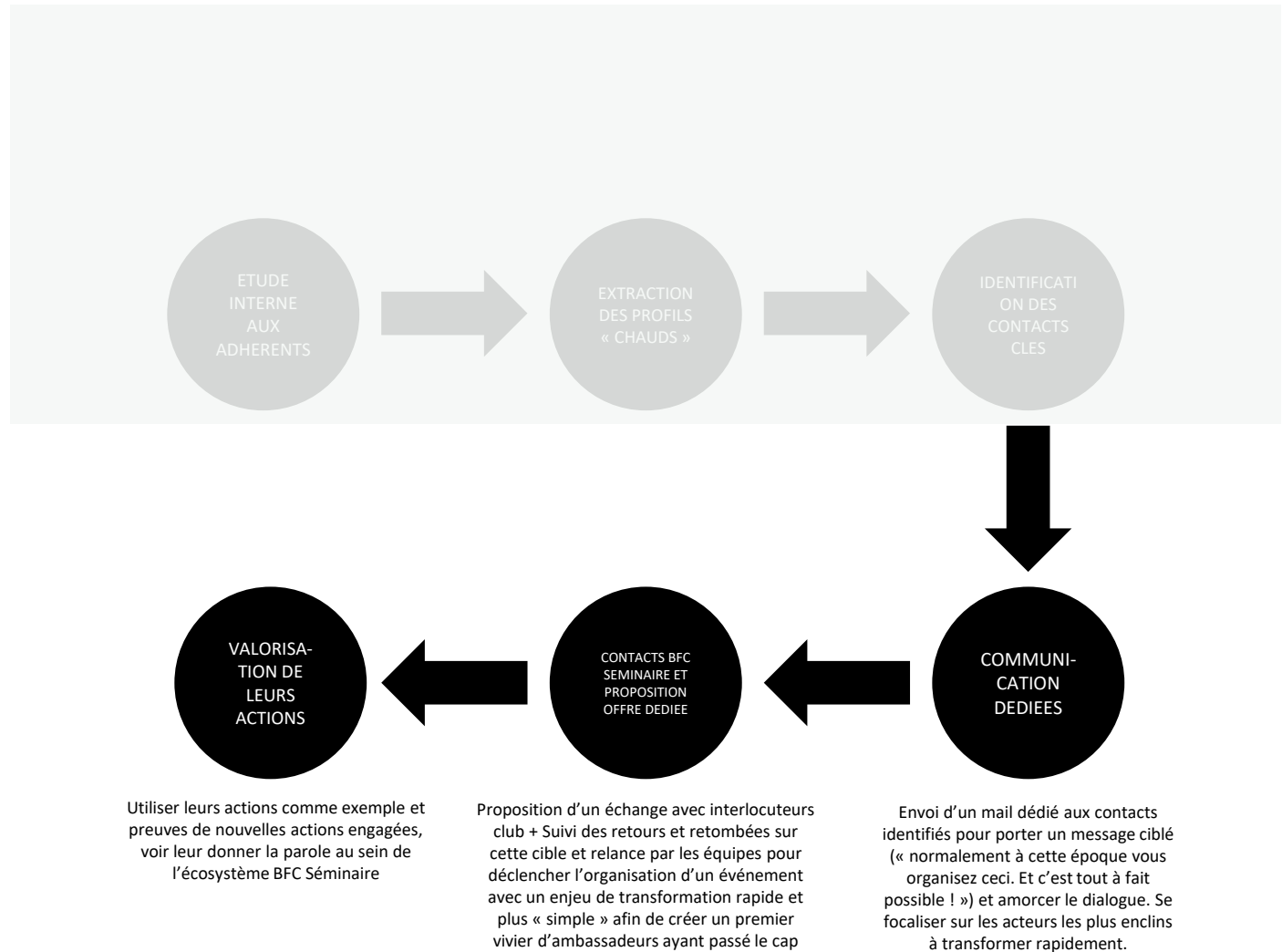


ENSUITE

COMMUNIQUER :

Les actions

- Création d'un template emailing
- Le Club l'envoie aux 300 personnes identifiées
- Travail sur les arguments clés de ré-assurance et de transformation dédiés à la cible
- Suivi et relance de cette base « VIP » par les équipes du Club



ET POUR S'ASSURER DE « FERRER » CES CONTACTS ?

MAILING INITIAL



RELANCE



**INVITATION À UN
WORKSHOP DE
PRÉSENTATION DU
COLLECTIF EN 2022**

*(similaire à celui organisé en
2020)*



03 – VOLET DIGITAL

**UN RELAI DE TOUTES NOS
COMMUNICATIONS VERS LE NOUVEAU
SITE, POUR GÉNÉRER DU LEAD,
IDÉALEMENT SUR UN ONGLET DÉDIÉ**

*> contenu à affiner avec ThinkMyWeb en
fonction de leur reco sur le nouveau site*



04 – ET DEMAIN ?



**AVEC NOTRE ÉTUDE MARKETING, NOUS AVONS
CIBLÉ LES BONS DÉCISIONNAIRES ET RÉUSSI À
TRANSFORMER.**

NOUS AVONS DONC :

**DES AMBASSADEURS QUI ONT ORGANISÉ DES
EVENTS EN RÉGION !**

RELAYONS LEUR EXEMPLE ...

... AUPRÈS DE L'ENSEMBLE DES DÉCIDEURS DE LA RÉGION

Envoi d'un courrier adressé mis sous pli, relayant les events déjà organisés suite à l'appel *(ou même ceux des années précédentes !)* et les retours des entreprises **auprès de 5000 structures de plus de 30 employés.**

Courrier adressé à des directions de la communication, directions générales, directions événementielles, RH, ...

Contenu du courrier ?

- Livret 4 pages :
 - Présentation de l'opération
 - Mise en avant des événements
 - Témoignages à la fois des organisateurs de l'événement et des acteurs professionnels du tourisme pro





UN PLAN D' ACTIONS EN 4 ÉTAPES

01. REPRENDRE LA PAROLE

- + PRESSE SPÉCIALISÉE
- + RELAI SOCIAL MÉDIA
- + CAMPAGNE LINKEDIN

01.bis
OUTILLER
LES
PARTENAI
RES

+ KIT

02. RENFORT DES CIBLES CLÉS

- + ÉTUDE MARKETING : COLLECTE DE DONNÉES & ANALYSE
- + OPÉRATION SPÉCIALE CŒUR DE CIBLE (MAILING & WORKSHOP)

03. DIGITAL

- + PRÉSENTATION DU CONCEPT SUR LE SITE (ONGLET DÉDIÉ)

04. ET DEMAIN ?

- + OPÉRATION AMBASSADEURS (COURRIERS ADRESSÉS)



PLANNING



Planning prévisionnel

J +1s +2s +3s +4s +5s +6s

Étude Marketing

Création Google Form puis diffusion aux abonnés



Analyse Résultats

J+10



Création et déclinaison visuels



Mise à disposition kit partenaires



Presse spécialisée

En fonction de l'option retenue

Mai – Août - Novembre

Display

En fonction de l'option retenue



Opé. Cœur de cible

Mailing



Opé. Ambassadeurs

Courrier adressé aux entrep. +20 salariés

En fonction des événements organisés – Septembre



Planning prévisionnel

S8

S9

S10

S14

S22

S23

S24

Février

Mars

Avril

Juin

Étude Marketing

Création Google Form puis diffusion aux abonnés

Analyse Résultats

J+10

Création et déclinaison visuels

Annonces presse

Bedouk

Annonces presse

L'Événementiel Mag

Opé. Cœur de cible

Option – Mailing et goodies

Courriers adressés

Option – mailing régional aux entrep. +30 salariés

Campagne Display

L'Événementiel Mag

**+ SOCIAL MEDIA PAR
MYDESTINATION EN FIL
ROUGE**

**+ CRÉATION D'UN ONGLET
DÉDIÉ / LANDING PAGE
ADAPTÉE PAR THINK MY
WEB**

Sept. À fin
Nov.

**En complément de notre
action phare : notre
workshop
en région en 2022**

Workshop du collectif en région

- **Cible** : marché régional
Les ambassadeurs de la région : entreprises, associations, fédérations et agences
- **Période** : 1^{er} trimestre 2022
- **Ouvert à 30 partenaires max** avec priorité aux destinations affaires et aux partenaires absents sur l'édition 2020.
- **Lieu** : central, membre du collectif qui pourrait nous accueillir gracieusement – Il sera à définir en fonction des candidatures reçues.
- **Organisation** : une agence + BFCT+ un groupe de travail

**Un groupe de travail sera formé début septembre
pour débiter la préparation**

Autres actions complémentaires De l'action phare

SALONS & DEMARCHAGES

PROMOTION

Salon Pure France

- **Cible** : marché français
une sélection de 500 organisateurs de séminaires, conférences, congrès et Incentives français et européens.
- **Date** : 17 juin 2021
- **Lieu** : hôtel Westin Paris Vendôme
- **Organisation** : groupe Globe Network
- **Format** : 1 journée de rendez-vous ciblés
- Présence d'un binôme de BFCT pour faciliter la gestion des nombreux rdv.
- Partenaires : participation **en action à la carte**
- **Inscrits à ce jour** : Hôtels Bourgogne Qualité et Hello Dole sur une même table et le Château des Broyers.
- Salon complet – Autre alternative Workshop PURE (16h00 à 22h30) : « La Reprise » le 4 Octobre 2021 au Pavillon Dauphine.

Démarchage on-line BFC

- **Cible** : marché régional

Une cinquantaine d'entreprises, associations et agences qui ont participé au workshop du collectif le 29 septembre 2020.

- **Date** : tout au long de l'année

- **Organisation** : BFCT

- **Format des rendez-vous** : on-line puis en présentiel si le contexte sanitaire le permet

- **Objectifs** :

- entretenir le lien avec les prospects du 29 septembre puisqu'ils ont montré un intérêt prononcé pour notre offre MICE
- cibler leurs besoins et leurs futurs projets
- leur présenter les nouveautés et actualités du collectif

👉 fidéliser les prospects rencontrés

- **Partenaires** : non-ouvert au partenariat

Action en lien avec l'action
phare : dispositif de com'
pour la relance

Démarchage Téléphonique BFC

- **Cible** : marché régional

Les no-shows du workshop du collectif le 29 septembre 2020
(une cinquantaine d'entreprises, associations et agences)

- **Date** : tout au long de l'année

- **Organisation** : BFCT et agence Promotion Services

- **Format des rendez-vous** : téléphonique

- **Objectifs** :

- présenter le collectif : missions, nouveautés et actualités
- cibler leurs besoins et leurs futurs projets
- valoriser nos services d'accompagnement personnalisés et gratuits

 conquérir de nouveaux prospects

- **Partenaires** : non-ouvert au partenariat

Action en lien avec l'action
phare : dispositif de com'
pour la relance

Démarchage on-line Belgique

- **Cible** : marché belge
agences et corporates belges basées essentiellement à Bruxelles
- **Date** : du 7 au 11 juin 2021
- **Organisation** : Atout France et BFCT
- **Format** : plage de rendez-vous étalée sur une semaine
(8 rendez-vous au total)
- **Partenaires** : ouvert à 3 partenaires en action à la carte
- **Inscrits à ce jour** : Hostellerie Le Cèdre à Beaune, Ecole des Vins de Bourgogne, Agence réceptive « Destination Auxerre »

COMPLET 😊

RELATIONS PRESSE

PROMOTION

Veille des rédactions

- **Cible** : presse spécialisée française
rédactions MICE / presse professionnelle et économique
 - **Date** : tout au long de l'année
 - **Organisation** : BFCT
 - **Objectifs** :
 - mieux cibler et qualifier nos contacts presse
 - répertorier leurs besoins
 - valoriser le collectif et ses nouveautés
- 👉 générer des demandes d'accueils de presse et des articles

NOUVEAU dossier de presse

- **Cible** : presse spécialisée française
rédactions MICE / presse professionnelle et économique
- **Diffusion** : début avril 2021
- **Réalisation** : BFCT
- **Format** : magazine en version numérique uniquement, inspiré du dossier de presse généraliste Collections
- **Objectifs** : valoriser :
 - l'attractivité régionale (mode de vie sain et de l'accessible)
des destinations B, MDJ et MDV.
 - le collectif et ses missions
 - les destinations affaires et leurs équipements
 - les nouvelles expériences de team-buildings, les nouveaux partenaires
et infrastructures, ...

 générer des demandes d'accueils de presse et des articles

Communiqués de presse

- **Cible** : presse spécialisée française + PQR
rédactions MICE / presse professionnelle et économique
- **Communiqués** :
 - les nouveautés du collectif
 - les activités outdoor dans les Montagnes du Jura*Rappel: envoi d'un communiqué tourisme d'affaires et œnologie en novembre 2020.*
- **Diffusion** : tout au long de l'année
- **Réalisation** : BFCT

 générer des demandes d'accueils de presse et des articles

ACTIONS DIGITALES

PROMOTION

- **MISE EN AVANT
DU SITE DÉDIÉ**

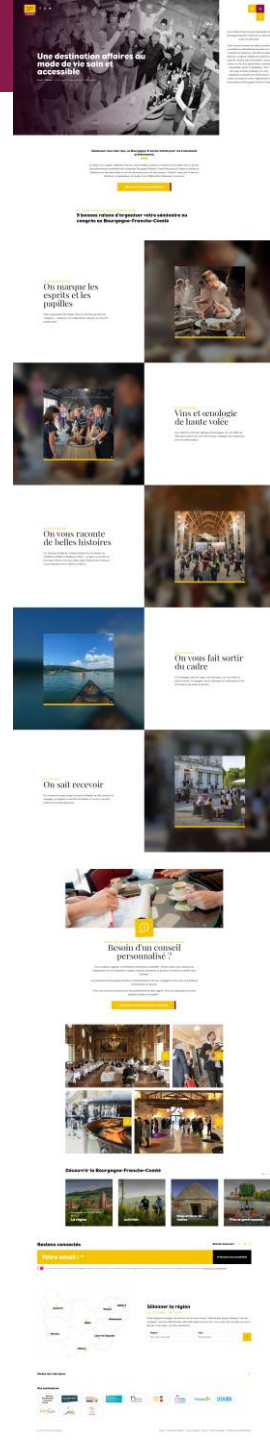
PROMOTION

Nouveau !

Sur le site web
Bourgogne-Franche-Comté
Tourisme

www.bourgognefranche-comte.com/sejourner/tourisme-daffaires

À venir : formulaires spécifiques pour les demandes

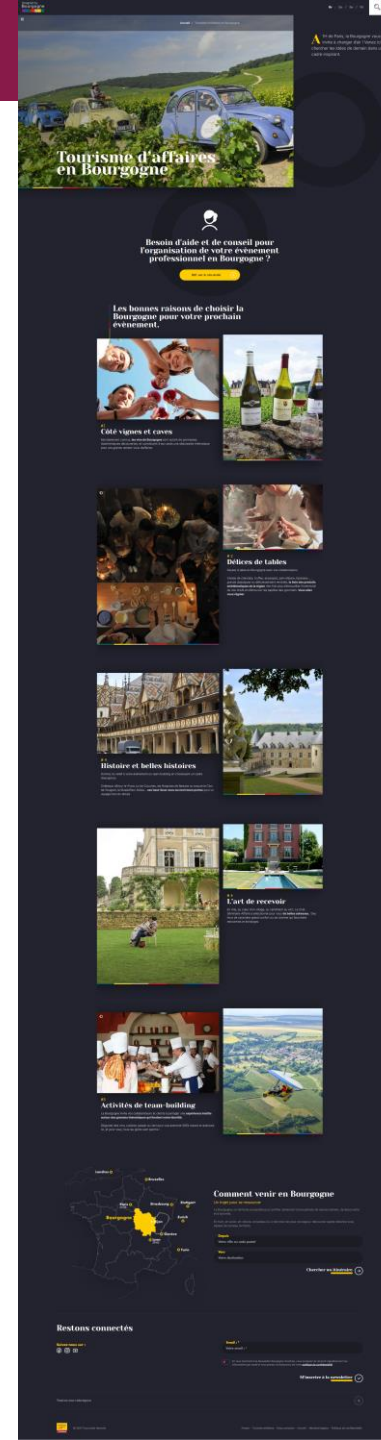


Nouveau !

Sur le site web Designed by Bourgogne

www.bourgogne-tourisme.com/tourisme-daffaires-en-bourgogne

À venir : formulaires spécifiques
pour les demandes



Nouveau !

Sur le site web Montagnes du Jura

www.montagnes-du-jura.fr/tourisme-daffaires-dans-les-montagnes-du-jura

**À venir : formulaires spécifiques
pour les demandes**



Stratégie à 2022 du Parc et 19 de Lys les Montagnes du Jura accueillent à vous pour vos séjours professionnels. Paysages exceptionnels, tranquillité des espaces naturels, services adaptés... des atouts uniques réunis pour vos grands rendez-vous d'affaires.

LES BONNES RAISONS DE CHOISIR LES MONTAGNES DU JURA POUR VOTRE PROCHAIN ÉVÉNEMENT

Les paysages

Les paysages des Montagnes du Jura sont exceptionnels. Ils offrent une vue imprenable sur les vallées et les montagnes. C'est un cadre idéal pour vos événements professionnels.



Le golf des Montagnes

Le golf des Montagnes est un lieu idéal pour vos événements professionnels. Il offre un cadre exceptionnel et des services adaptés.



Les sports d'hiver

Les sports d'hiver sont une activité idéale pour vos événements professionnels. Ils offrent un cadre exceptionnel et des services adaptés.



Le golf des Montagnes

Le golf des Montagnes est un lieu idéal pour vos événements professionnels. Il offre un cadre exceptionnel et des services adaptés.



Les sports d'hiver

Les sports d'hiver sont une activité idéale pour vos événements professionnels. Ils offrent un cadre exceptionnel et des services adaptés.



Le golf des Montagnes

Le golf des Montagnes est un lieu idéal pour vos événements professionnels. Il offre un cadre exceptionnel et des services adaptés.



POUR PLUS D'INFORMATIONS



Marie Perle



■ REFONTE DU SITE AFFAIRES

PROMOTION

Contours de la refonte du site

- **Objectif : engranger un maximum de conversions pour la filière, via**

- ✓ Amélioration de l'expérience-utilisateur
- ✓ Travail sur l'ergonomie et l'organisation sémantique
- ✓ Optimisation de la recherche de prestataires et des prises de contacts
- ✓ Utilisation optimisée pour les mobiles

Lancement à la fin du printemps !

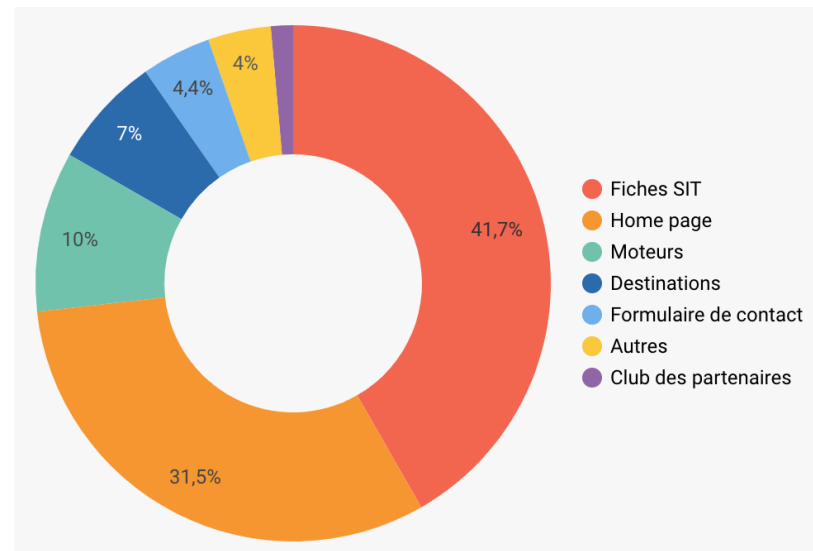
- **Actions en cours :**

- ✓ Travail sur les plans de contenus et réservoirs à sujet, les mots clés stratégiques et sur la future arborescence.
- ✓ Audit du site actuel
- ✓ Traduction en anglais de toutes les fiches affaires de Décibelles Data
- ✓ Mise à jour des questionnaires en ligne affaires (ajout de nouveaux équipements,...)

Quelques infos issues de l'audit sur le parcours client site actuel

👉 usage desktop accentué en 2020 à 61 %

👉 **42% du trafic est porté par vos fiches décibelles data**
(répartis à 42% sur les fiches des lieux, 36% sur les prestataires et 22% sur les organisateurs).



A group of five people are sitting on a large, dark log on a grassy hill. They are facing away from the camera, looking out over a vast, hazy mountain range. The sky is a clear blue with scattered white clouds. The foreground is a mix of green and brown grass, suggesting a late summer or autumn setting. The overall mood is peaceful and contemplative.

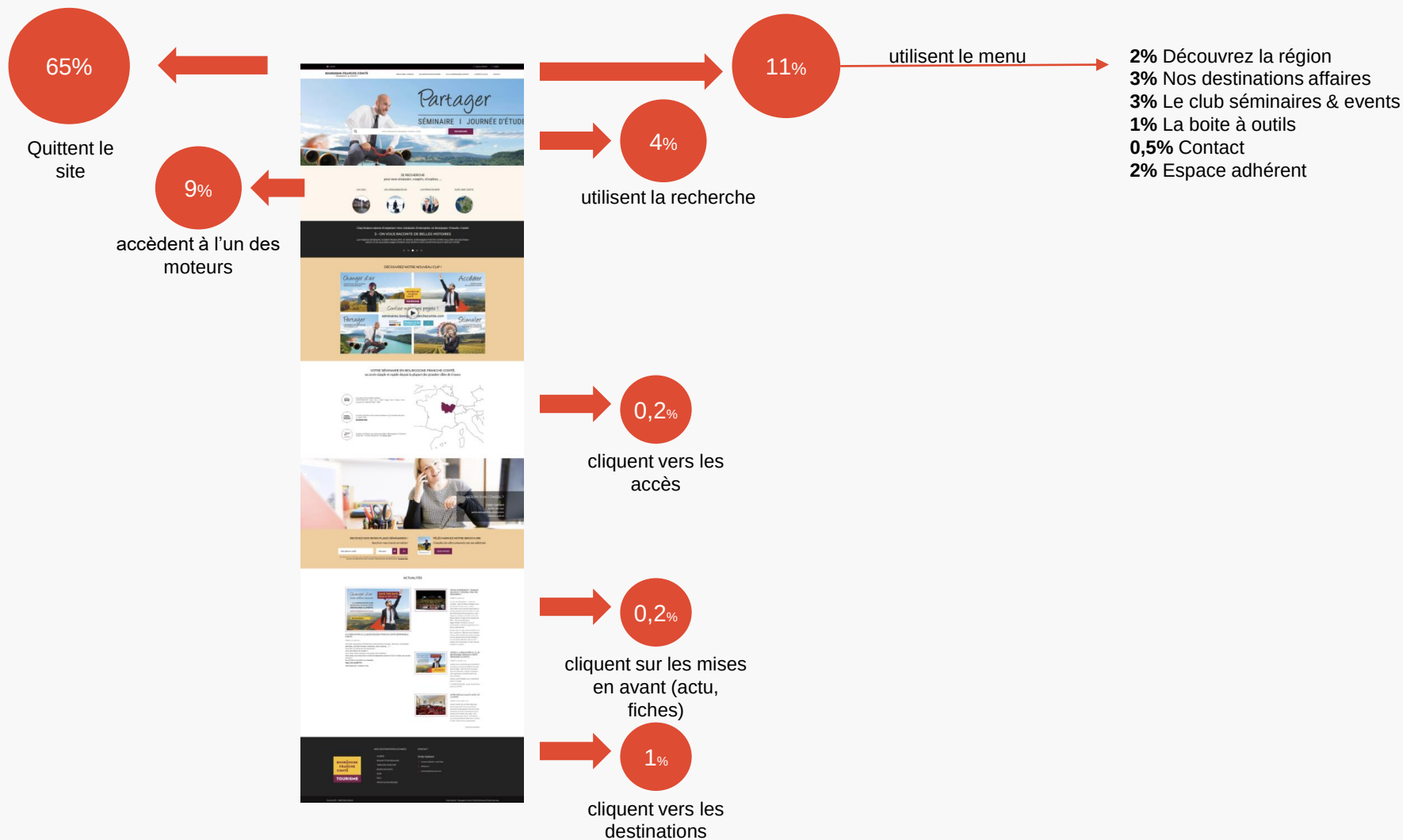
Analyse des parcours selon les points d'entrées



Analyse des parcours
selon les points d'entrées

accueil

depuis la page d'accueil





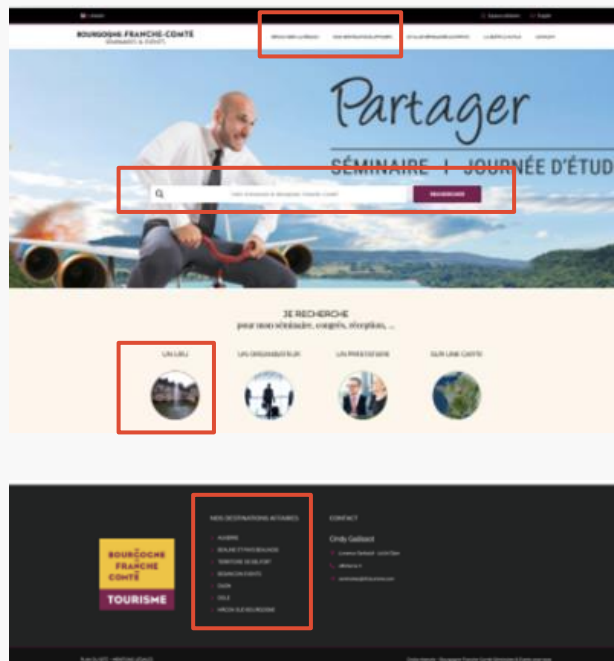
UTILISATION de la recherche

Une recherche incomprise

Sur près de 600 recherches effectuées depuis la home en 2 ans, **22% sont lancées sans aucun mot clé**. Les recherches aboutissent à un résultat vide "page non trouvée".

Pour les autres, les recherches les plus fréquentes sont :

- Dijon - 2,5%
- Bussiere (hotel-restau) - 1,6%
- Grand hotel la cloche (hotel-restau)
- Filature (lieu de séminaire)
- Equalizer (loc de matériel) -



DES RECHERCHES CENTRÉES sur les destinations

Depuis le menu

L'entrée "Nos destinations affaires" est la plus cliquée, vient ensuite la page "découvrez la région".

Depuis la recherche

La recherche la plus redondante est "Dijon"

Depuis les moteurs

Le moteur de recherche de lieu est le plus consulté

Depuis le footer

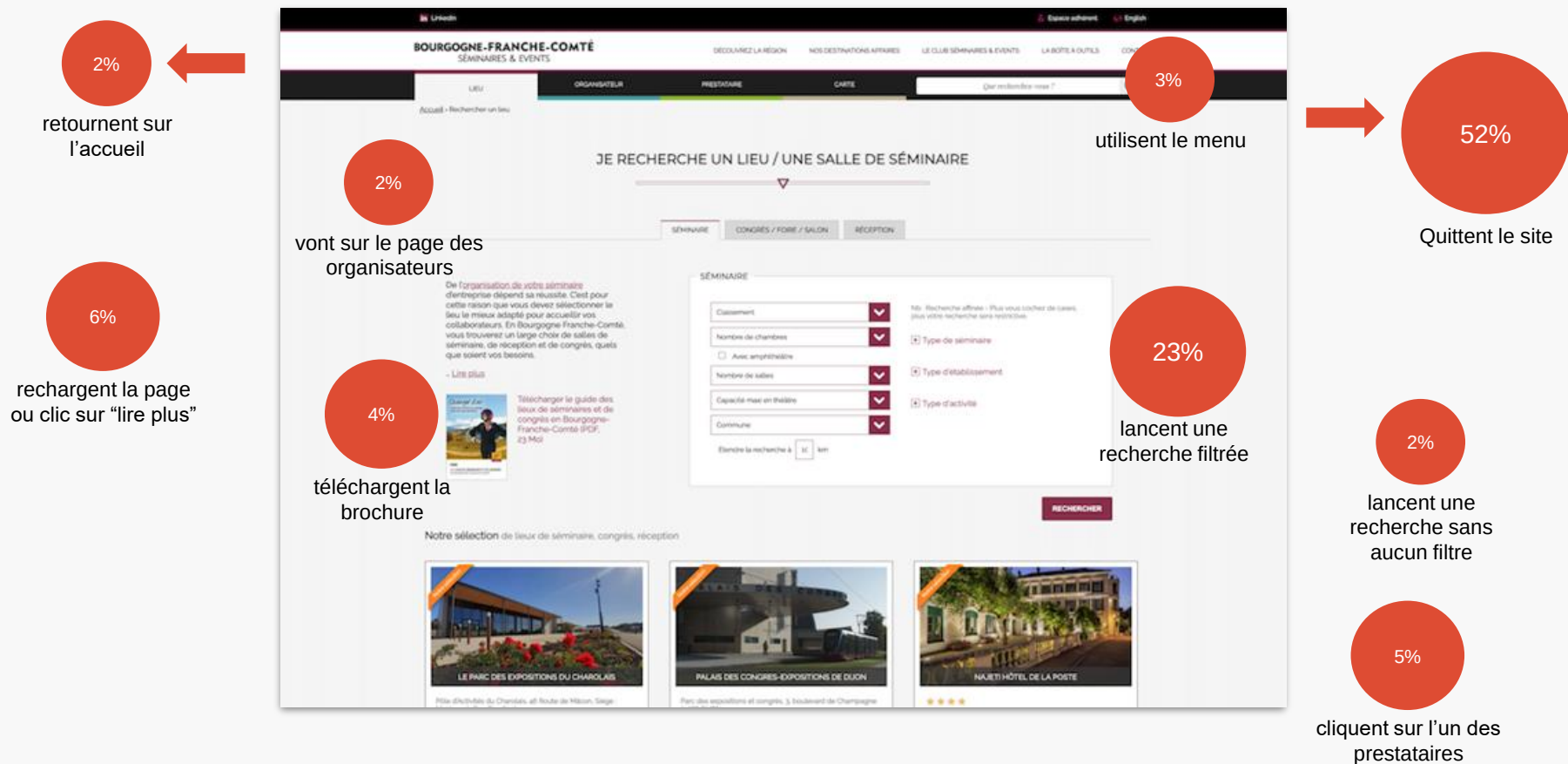
L'intérêt se porte également sur la liste des destinations.



Analyse des parcours
selon les points d'entrées

moteurs

depuis le moteur lieux



UTILISATION DU **MOTEUR LIEU** EN TANT QUE PAGE DE DESTINATION



SÉMINAIRE CONGRÈS / FOIRE / SALON RÉCEPTION

SÉMINAIRE

Classement ▼

Nombre de chambres ▼

☐ Avec amphithéâtre

Nombre de salles ▼

Capacité maxi en théâtre ▼

Commune ▼

Etendre la recherche à km

Nb : Recherche affinée - Plus vous cochez de cases, plus votre recherche sera restrictive.

+ Type de séminaire

+ Type d'établissement

+ Type d'activité

RECHERCHER

USAGE

recherche de lieu

70% des utilisateurs utilisent entre 1 et 4 critères

9% : aucun filtre

29% utilisent 1 critère

13% utilisent 2 critères

16% utilisent 3 critères

12% utilisent 4 critères

8% utilisent 5 critères

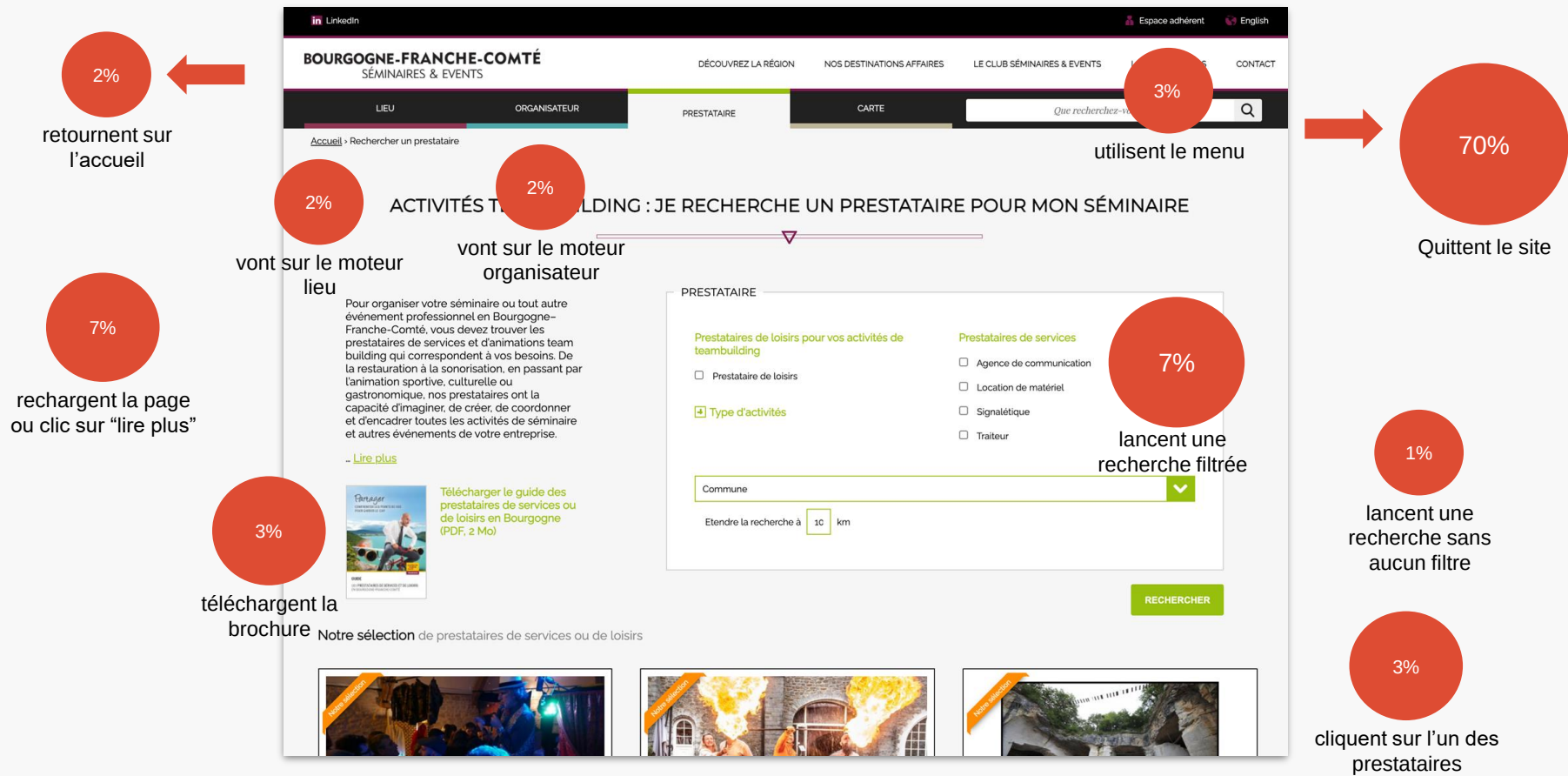
12% utilisent 6 critères et + (jusqu'à 13)



Analyse des parcours
selon les points d'entrées

moteurs

depuis le moteur prestataire



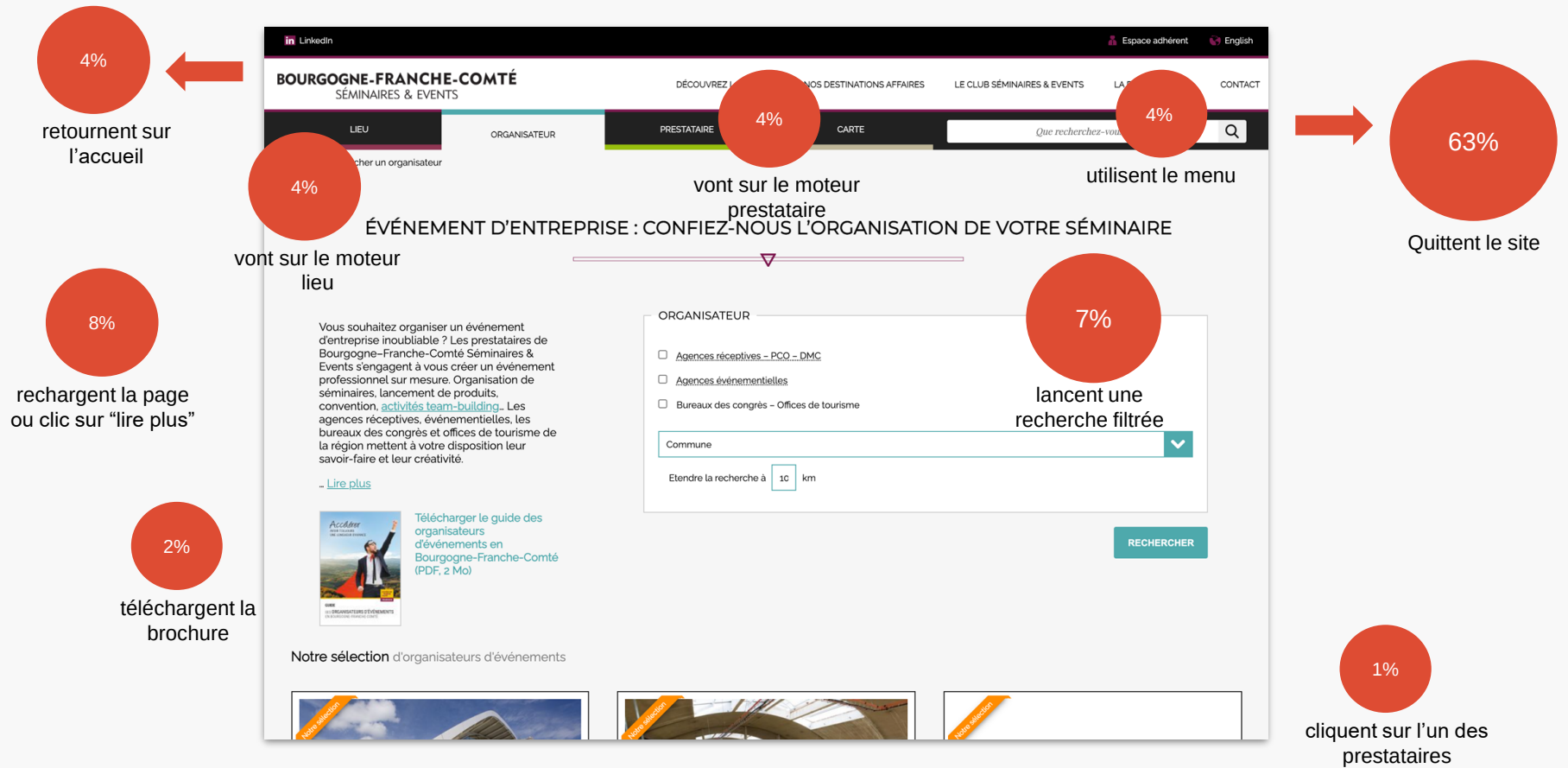
UTILISATION DU MOTEUR PRESTATAIRE EN TANT QUE PAGE DE DESTINATION



Analyse des parcours
selon les points d'entrées

moteurs

depuis le moteur organisateur



UTILISATION DU MOTEUR ORGANISATEUR EN TANT QUE PAGE DE DESTINATION



Analyse des parcours
selon les points d'entrées

destination

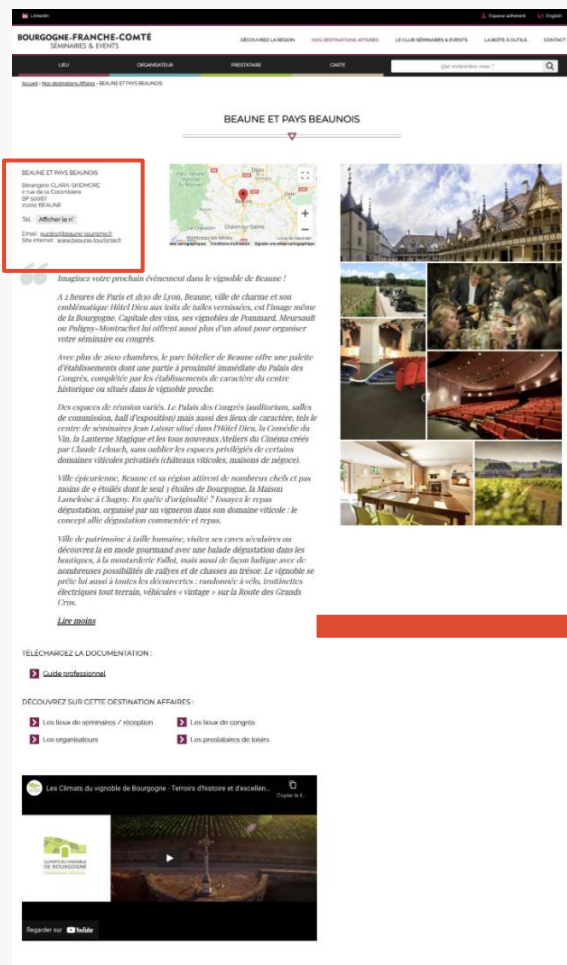
depuis les pages destination



Quittent le site*



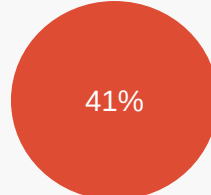
Liens vers l'OT, non orienté site pro



cliquent vers le moteur lieu congrès



cliquent vers le moteur lieu réception



accèdent au moteur de recherche de lieu de seminaire



cliquent vers le moteur prestataires



cliquent vers le moteur organisateurs

*Jusqu'à plus de 50% sur certaines pages destination

A group of five people are sitting on a grassy hilltop, looking out over a vast mountain range under a blue sky with scattered clouds. The people are seen from behind, sitting on a log. The landscape is hazy and expansive, with multiple layers of mountain ridges visible in the distance. The sky is a clear blue with some white clouds. The foreground is a grassy field with some dry patches and small yellow flowers.

Synthèse et enjeux pour le futur site

En synthèse

- Depuis les fiches SIT, optimiser le formulaire de prises de contact pour éviter tout frein et générer davantage de mises en relation
- Repenser la page d'accueil pour la rendre plus lisible et confortable qu'actuellement
et valoriser les entrées clés / stratégiques : **moteurs de recherche et destination prioritairement**
- Alléger les pages de moteur de recherche en se focalisant sur les critères utilisées
le nombre de participants et la commune
- **Capitaliser sur les entrées destination / contenus éditos**
en proposant un maillage fin, pertinent et adapté à la destination consultée, orienté sur les lieux (l'offre), plus que le renvoi vers l'OT

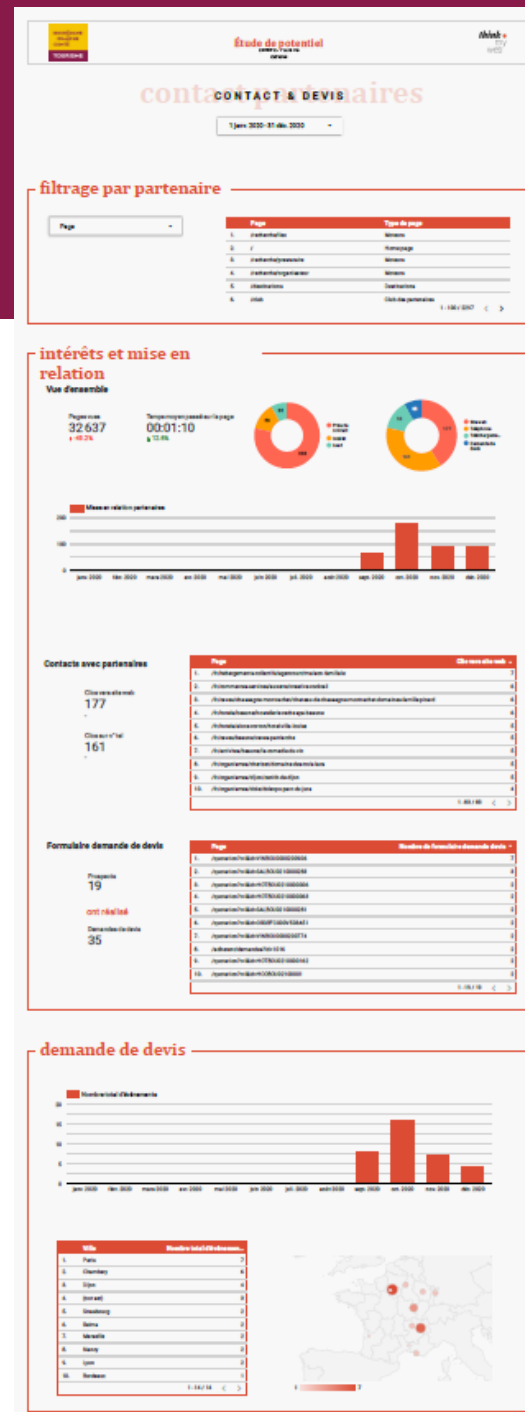
Une site conçu pour favoriser la mise en relation et valoriser la région

- **Favoriser la mise en relations**
entre les visiteurs et les prestataires avec un formulaire simplifié
- Etre présent en support / deuxième niveau
pour capitaliser sur les campagnes réalisées en construisant
une base de contacts plus étoffées
- Mettre en lumière les attraits de la région dans le cadre d'un
séminaire à l'échelle de la BFC mais également à l'échelle de
chaque destination affaires
- Offrir de la visibilité aux adhérents
sur la home, dans les listes SIT, en push dans des contenus
éditoriaux pertinents

Mise en place d'une dashboard partenaires

Nouveau !

- ❖ Objectifs : vous fournir une fois par an vos statistiques détaillées de consultations et de demandes de devis, ...
- ❖ Comment : sur demande auprès de Cindy.



- **SUPPORTS/
CONTENUS**

PROMOTION

Importance de vos contenus web

Mettre à jour vos informations affaires depuis l'espace adhérent avec vos identifiants (votre adresse mail) :

- 👉 mettre des **tarifs d'appels 2021** pour inciter à la conversion
- 👉 vos photos en paysage et en grand format, **de bonne qualité**
(*ne pas mettre que des photos de votre salle de réunion*)
- 👉 le contact affaires : **coordonnées directes à privilégier**
- 👉 vos textes de présentation ne doivent pas être à destination du grand public, **on s'adresse à des organisateurs d'événements professionnels**, il faut les revoir en intégrant des mots clés relatifs au tourisme d'affaires (séminaire, location de salles, ...)
- 👉 revoir si besoin les infos sur vos capacités et équipements, pour le lieux de séminaires : **mettre à jour vos équipements avec la nouvelle liste...**
- 👉 ajouter votre documentation spécifique au tourisme d'affaires

Photos / Vidéos

- ❖ **Besoin** URGENT de vos photos libres de droits mettant en scène une réunion, séminaire, congrès, team-building **avec des masques et en respectant les mesures sanitaires** ! Ces photos seront intégrées à notre médiathèque pour une utilisation sur nos différents supports.

Besoin de vos photos libres de droits

- ❖ **En fonction des besoins sur les futurs supports :**
 - Reportages photos, rédactions de textes pour le futur site, video motion, réalisation de vidéos de témoignages, ...

- **ACTIVATION
DU SITE AFFAIRES**

PROMOTION

Stratégie digitale

Mise en place de campagnes payantes (Adwords) à la sortie du nouveau site affaires.

Thématiques des campagnes envisagées :

- Séminaires (87,4% d'intérêt par les internautes)
- Location de salles
- Team-building
- Prestataires organisateurs de séminaires clés en main, ...

Nb: les autres thématiques sont traitées sur LinkedIn.

Ciblage géographique pour chacune des campagnes en optimisation constante :

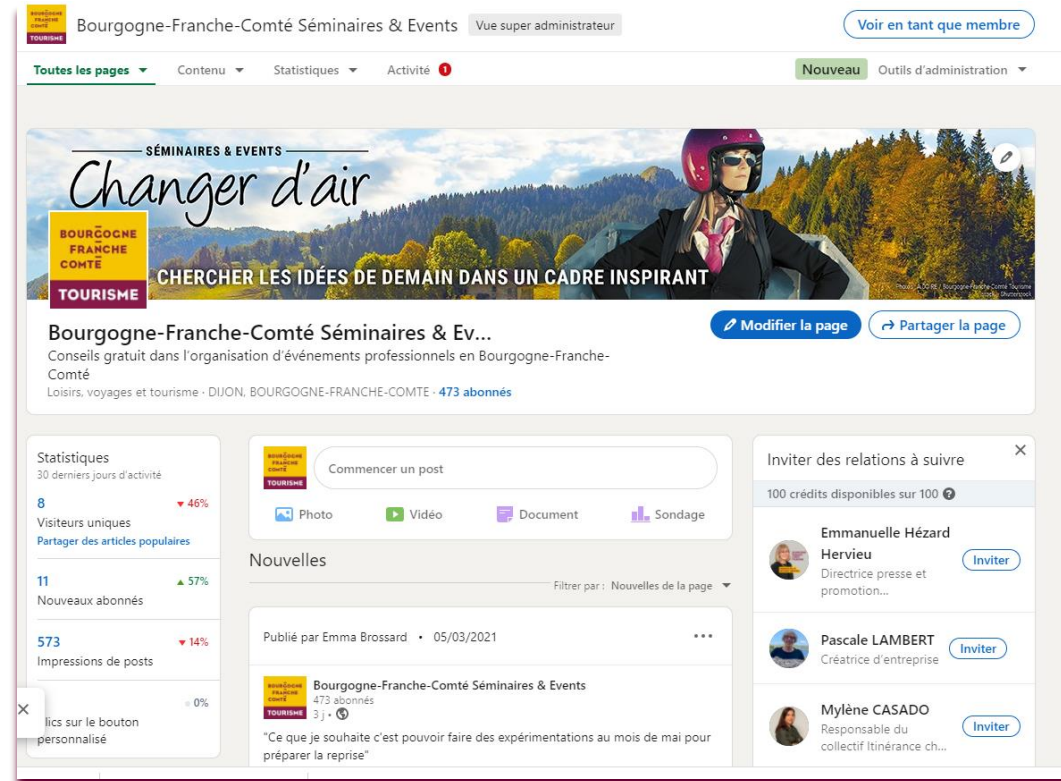
- BFC
- Ile-de-France
- Grand Est
- AURA

RÉSEAUX SOCIAUX

PROMOTION

Page LinkedIn entreprise

- Animation de la communauté LinkedIn via une page entreprise **Bourgogne-Franche-Comté Séminaires & Events**
- Objectifs :
Travailler sur la notoriété de notre club et de ses partenaires
Générer des leads qualifiés vers le site Internet
- Mise en place **d'un planning edito à raison de 1 post par semaine**
- Les posts relatifs aux partenaires du **niveau 2 seront sponsorisés**
- Tout au long de l'année, **campagnes de valorisation.**



***Si ce n'est pas le cas, je vous invite
à vous abonner à cette page
entreprise !***

NEWSLETTERS

PROMOTION

FIDÉLISATION

- À partir de mars : 1 newsletter par mois
- Messages :
- News 1 : valorisation des 7 destinations affaires
- Puis sur les autres news : valorisation de 8 offres portant sur tes thématiques phares (express Paris, ou Lyon séminaires de direction, séminaires au vert, ...) ou les nouveautés.
- Modèle : le modèle actuel jusqu'à la sortie du site.

Nouveau !

Mise en avant possible des partenaires du collectif affaires dans les newsletters des marques B, MDJ, MDV selon la thématique.

Ces news sont à destination du grand public.

SÉMINAIRES & EVENTS

Stimuler

CHALLENGER SES CHAKRAS
POUR ÊTRE MEILLEUR ENCORE



À MOINS D'1H DE PARIS,
DE LA SUISSE, DE L'ALLEMAGNE
ET À 35 MIN DE LYON



11 GARES TGV

NOTRE SÉLECTION

Lieu de séminaire / réception	CHÂTEAU DES BROYERS
	de 8 pers. à 300 pers. 21 chambres 12 salles Express Lyon  A La Chapelle-de-Guinchay, un lieu dédié aux entreprises et à la construction de leurs projets. Propriété viticole du XVIIIème siècle, entièrement rénovée. Découvrez le lieu en vidéo Consulter la fiche

Lieu de séminaire	HÔTEL CHÂTEAU DE COURBAN & SPA****
	à partir de 69€* de 10 pers. à 25 pers. 24 chambres 4 salles Haut de gamme  Un cadre enchanteur et inoubliable à Courban pour l'organisation de vos séminaires et repas d'affaires. A votre disposition, de nombreux salons de réunions, confortables et lumineux. Consulter la fiche

Emailing dédié via le fichier qualifié de Bedouk

- **Fichier** : 5 500 adresses
- **Message** : valorisation du collectif et de ses 7 destinations affaires.
- **Format** : emailing brandé à notre charte
- **Date** : à définir
- **Objectif** : enrichir notre fichier de prospects

Nouveau !

GRC : points sur les demandes de conseils Janvier/Février 2021

JANVIER

NBR	DATE	PAR QUOI	PAR QUI	SOCIETE/AGENCE	ORIGINE GEOGRAPHIQUE	TYPE D'EVENEMENTS/RENSEIGNEMENTS	NOMBRE PAX	DEMANDE
1	04-janv	MAIL DIRECT - CONTACT SUITE PARTICIPATION ATELIER DE L'HIVER PARTANCE 2019	Elstarecon Evénements et Conseils	Agence	ILE DE France (92)	SEMINAIRES		Besoin de visuels pour mettre en avant les Montagnes du Jura
2	05-janv	MAIL DIRECT	SWEET INCENTIVE	Agence	PACA (13)	SEMINAIRES	10 pax	séminaire de direction de la grande distribution - projet sur Beaune
3	09-janv	DEMANDE DE DEVIS SITE	Fédération Syndicale Unitaire Bourgogne Franche Comté	Fédération	BFC (58 - NEVERS)	SEMINAIRE RESIDENTIEL	40 pax	2 jours/1 nuit
4	09-janv	DEMANDE DE DEVIS SITE	Fédération Syndicale Unitaire Bourgogne Franche Comté	Fédération	BFC (58 - NEVERS)	SEMINAIRE RESIDENTIEL	40 pax	2 jours/1 nuit
5	09-janv	DEMANDE DE DEVIS SITE	Fédération Syndicale Unitaire Bourgogne Franche Comté	Fédération	BFC (58 - NEVERS)	SEMINAIRE RESIDENTIEL	40 pax	Séminaire résidentiel 2 jours/1 nuit
6	15-janv	DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS SITE	CESER	Institution Régionale	BFC (21 - DIJON)	ASSEMBLEE PLENIERE	NC	AG

FEVRIER

1	17-févr	DEMANDE RECUE VIA ATOUT France Belgique	CQS Classics	Agence	Belgique	Demandes d'infos MICE		Demande générique
2	19-févr	CONTACT TELEPHONIQUE	EDEN TOUR	Agence	RENNES (35)	Demandes d'infos MICE		Demande générique
3	18-févr	MAIL DIRECT	IFCD DIS	Entreprise	TOULOUSE (31)	FORMATION	15 pax	Journée
4	23-févr	DEMANDE DE DEVIS SITE	CREDIPAR	Entreprise	POISSY (78)	SEMINAIRE RESIDENTIEL	13 pax	Séminaire résidentiel 3 jours/2 nuits
5	25-févr	MAIL DIRECT	HELMBSBRISCOE	Agence	SAINT-GENIS-LAVAL (69)	Demandes d'infos MICE		Demande générique
6	09-févr	BEDOUK	MAISONS ATRIUM	Entreprise	VANDOEUVRE-LES-NANCY (54)	SEMINAIRE RESIDENTIEL	6 pax	2 jours/1 nuit
7	05-févr	BEDOUK	ATRYON	Entreprise	ECULLY (69)	SEMINAIRE RESIDENTIEL	13 pax	3 jours / 2 nuits
8	03-févr	BEDOUK	EODD INGENIEURS CONSEILS	Entreprise	VILLEURBANNE (69)	ANNIVERSAIRE SOCIETE	170 pax	3 jours / 2 nuits

RÉFÉRENCEMENTS WEB

PROMOTION

Renouvellement des référencement web 2020

❖ 1001 salles pros

- <https://www.1001salles.com/seminaire/bourgogne-franche-comte-seminaires-et-events.aspx>
- 1 fiche représentative du collectif par département

❖ Pack Réunir :

- <http://www.reunir.com/bourgogne-seminaires-events-2844>
- Mise en Top five Bourgogne et la capacité + de 100 pax
- Actions display (bannières)

❖ Pure Meetings :

- <https://www.pure-meetings.com/site/search-company-bourgogne-franche-comte>

A noter que nous ne proposons plus Bedouk car en 2021 ils ne référenceront plus les régions mais uniquement les lieux et les villes - destinations affaires. Nous mènerons des actions de GRC avec Bedouk et prendrons une page dans le guide pour accorder au collectif de la visibilité.

Nouvelle proposition de référencement

❖ Référencement by Partance :

- Référencement sur une plateforme de mise en relation B to B- distribuée à plus de 5000 contacts qualifiés le marché français et les marchés francophones européens (Belgique, Luxembourg et Suisse).

Exemple d'une autre région référencée

Nouveau

- *A noter que nous avons déjà travaillé avec l'agence événementielle Partance sur des formats afterwork;*
- *Contacts très ciblés*

ACHATS D'ESPACES

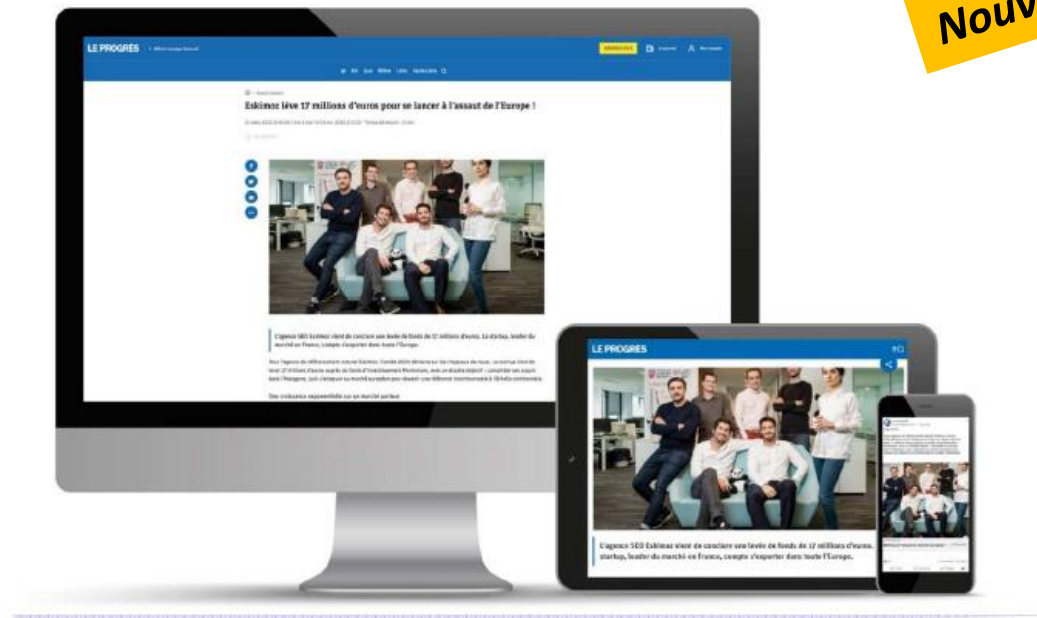
PROMOTION

- **CIBLE RÉGIONALE**

PROMOTION

PQR ON LINE

- 1 article hébergé sur le site **Bien Public** (24 mois) avec mise en valeur du collectif affaires et de ses services.



PQR OFF-LINE

Journal du Palais

Pas de dossier spécial tourisme d'affaires en 2021

Possibilité d'une insertion sans dossier thématique sur un tarif négocié.



Est Républicain – « magazine entreprise »



Nouveau

PQR ON et OFF-LINE

- 1 campagne dans le supplément print Economie du mardi sur le **Bien Public, le Journal de Saône et Loire et le Progrès Jura** en format bandeau de Page 1 avec couplage web en panoramique dans la rubrique économie de chaque site.
- 1 campagne digitale display de 3 jours en format double rectangle Top, pack accueil sur les sites **BP, JSL et Progrès Jura** (total 90 000 impressions BP, 90 000 impressions JSL et 60 000 impressions Jura)



Nouveau

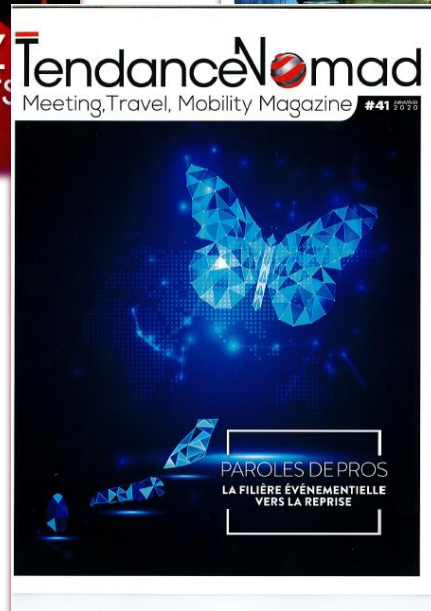


- **CIBLE NATIONALE**

PROMOTION

OFF-LINE

DOSSIERS SPECIAUX BFC



ON ET OFF-LINE



Insertion dans le numéro
**INVESTIR EN REGION Grand Est et
Bourgogne-Franche-Comté**
Parution : 10 juin 2021

*Possibilité de communiquer via
une insertion pub ou via un
communiqué*

Nouveau

En complément un pack PACK display

Format : 4 bannières

Durée de la campagne : 2 semaines

Impressions : 150 000 - **Emplacement** : en rotation générale sur le site challenges.fr

4,6 MILLIONS DE LECTEURS* CHALLENGES + CHALLENGES.FR**



188 900***
exemplaires

1,7 M**
lecteurs



944 K**
internautes



2,5 M**
mobinautes



760 K
Fans