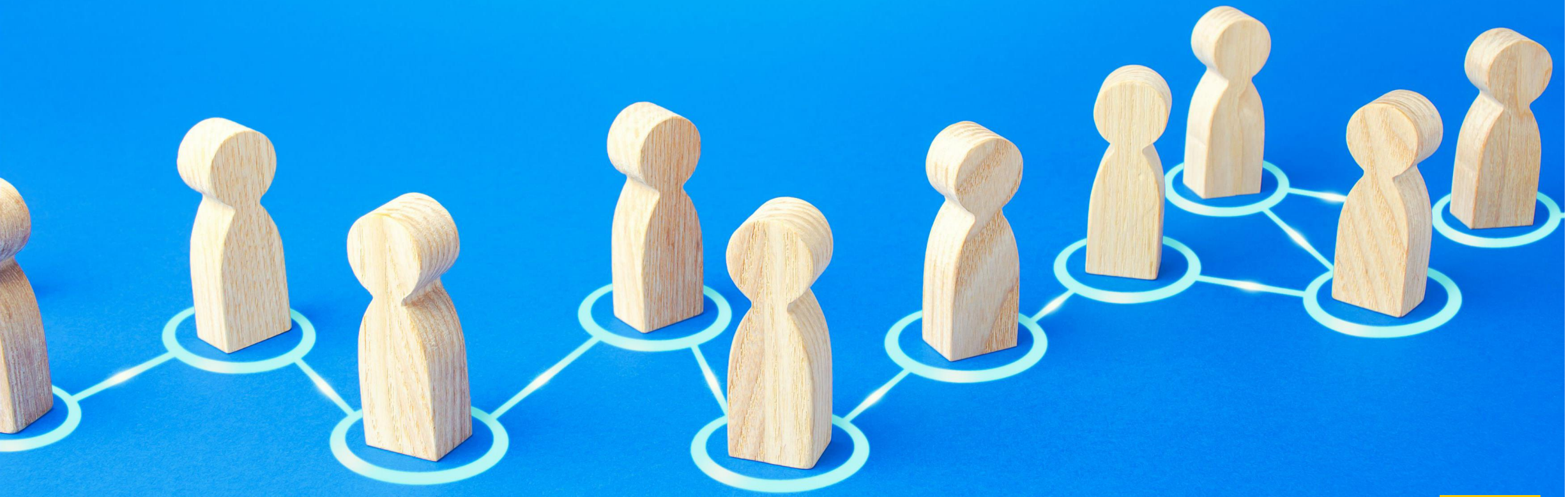
COLLECTIF OENOTOURISME

PLAN D'ACTIONS 2022

25/01/2022



BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

Sommaire

- Contexte
- Plan d’actions 2022
    - Actions de développement
    - Actions de promotion
        - Cible « habitants »
        - Cibles « généralistes »
        - Cible « experts »

Contexte

Contexte

- Une stratégie marketing à 360° avec :

➔ Des actions de développement : observation, accompagnement, formations…
➔ Des actions de promotion autour de 3 cibles :
☒ cible habitants : via la signature en BFC
☒ cibles généralistes (wine curious) : via les marques de destination La Bourgogne et Jura
☒ cible experts/affinitaires (wine lovers)

- Un plan d'actions en lien direct avec les chantiers prévus au Schéma Régional de l'Oenotourisme, autour de 3 axes stratégiques :

1) Vers une haute notoriété oenotouristique : marketing de la demande et promotion
2) Pour un œnotourisme à impacts positifs : qualité et design de l'offre
3) Leadership et anticipation des changements : gouvernance et influence

Contexte

- Un collectif composé :

- de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme
- des pilotes de destinations Vignobles & Découvertes
- d'Offices de Tourisme
- de prestataires labellisés : domaines viticoles, hébergements, lieux de visite, prestataires d'activités et agences réceptives
- de membres associés : Conseil régional, ADTs, interprofessions

Contexte

- 3 types de réunions :

- Instance plénière : 2 à 3 réunions par an
- Club des destinations V&D : BFC Tourisme / pilotes des destinations
- Groupes de travail thématiques : BFC Tourisme / membres de l'instance plénière ou du club intéressés/volontaires

Plan d'actions 2022

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

Plan d'actions 2022

Sur la base d'un budget identique à celui de 2021 : 109 170 € + fonds dédiés (3 800 €)

Dépenses **:**

- Développement : 32 750 € (30%)
- Promotion : 76 420 € (70%)

- Cible habitants : 7 640 € (10%)
- Cibles généralistes : 38 210 € (50%)

➔ Part Bourgogne : 34 000 € (89%)

➔ Part Jura : 4 210 € (11%)

- Cible experts : 30 570 € (40%) + fonds dédiés (3 800 €)

Recettes :

- Contribution de BFC Tourisme : 89 220€
- Adhésions membres : 19 850€
- Fonds dédiés : 3 800 €

1) Actions de développement

Plan d'actions 2022

1) Actions de développement : 32 750€

1-1) Observation

- Entretiens qualitatifs / June Marketing :
- restitution des conclusions des entretiens réalisés sur les cibles généralistes (« wine curious ») et « experts » (« wine lovers ») françaises
- conduite d'entretiens sur les cibles européennes prioritaires ou investigations complémentaires sur cibles françaises

- Observatoire en ligne des clientèles / AID (= analyse de la demande) :
- appropriation par les membres (objectif : diffusion du questionnaire aux clients)
- en fonction du volume de questionnaires récupérés : exploitation & analyse des résultats et production & présentation d'une synthèse

- Observatoire de la fréquentation : à partir du benchmark réalisé en 2021 sur les pratiques des autres régions/vignobles, réflexion en cours sur la faisabilité d'une enquête auprès de l'offre, et notamment auprès des viticulteurs

- Suivi de l'e-réputation / Fairguest : édition des tableaux de bord (filière et destis)

- Étude : restitution de l'étude d'Atout France sur les modèles économiques de l'œnotourisme

Plan d'actions 2022

1-2) Marketing

- Ateliers d'appropriation des conclusions des entretiens qualitatifs
- Série d'ateliers créatifs/de brainstorming pour la conception d'offres expérientielles, répondant aux attentes/aspirations :

- des personas des destinations (offres = idées-séjour dans les vignobles)
- de la cible « experts/affinitaires » (offres = prestations oenotouristiques au sens strict)

➔ Livrables : cahiers d'idées

Plan d'actions 2022

1-3) Ingénierie

- Accompagnement des prestataires :

- à l'optimisation de leur visibilité digitale via la plateforme Partoo (membres inscrits)

- au suivi de leur e-réputation : mise à disposition d'un accès à Fairguest (membres volontaires)

- Accompagnement des destinations : en projet (à caler en lien avec les attendus du Schéma Régional de l'Oenotourisme et/ou la stratégie web globale de BFC Tourisme) :

- accompagnement pour travailler sur le positionnement marketing de l'oenotourisme en BFC (Bourgogne-Jura) et sur celui des destinations V&D

- réflexions sur le développement d'un modèle de site de destination V&D et/ou d'un site dédié à l'oenotourisme (dans le cadre de la Fabrique à sites ?)

- dans le cadre de Décibelles Data, réflexions sur le développement d'un/de modèle(s) de brochure pour touristes sur place (en s'appuyant sur le travail réalisé par Destination Saône-et-Loire)

Plan d'actions 2022

1-4) Formations / webinaires / réunions d'information

- Réunions d'information : Climats de Bourgogne ; Cités des Vins ; La Bulle Verte
- Webinaires :
  - webinaires de BFCT (ouvert à tous) : programme et calendrier en cours d'élaboration
  - webinaires des collectifs filières (réservés aux membres) = cycle lié au digital : tendances 2022 sur les réseaux sociaux ; communiquer sur Instagram ; optimiser ses campagnes de publicité sur Facebook ; améliorer son référencement sur le web ; Tiktok ; choisir et accueillir ses influenceurs
  - webinaires propres au collectif : selon demandes
- Formations :
  - Formation « Comment passer d'une offre à une expérience ? »
  - Formation « Comment suivre son e-reputation avec Fairguest ? »

Plan d'actions 2022

1-5) Animation régionale du label, en lien avec les porteurs de destinations V&D

- Participation à l'événement national Fascinant Week-end
- Organisation d'une rencontre des prestataires labellisés (dans le cadre des Rencontres régionales de l'œnotourisme organisées par le Conseil régional)
- Élaboration et diffusion d'un argumentaire sur « comment valoriser son appartenance au label » (en s'appuyant sur le travail réalisé par Destination Saône-et-Loire)
- Production de vidéos de promotion des destinations (avec priorité aux destinations qui n'ont aucun support vidéo à date)

Plan d'actions 2022

1-6) Qualification

- Analyse critique des fiches Décibelles Data des membres à des fins d'optimisation (qualité des descriptifs et des photos, mise à jour des infos, SEO…)
- Développement d'une « qualification + » dans Décibelles Data (ex : intégration des critères liés aux hébergements immersifs + autres critères propices à faciliter l'éditorialisation)
- Segmentation des offres selon les cibles (wine curious/wine lovers)

2) Actions de promotion

Plan d'actions 2022

2) Actions de promotion : 76 420€

2-1) Actions de promotion - cible « habitants »

- Contribution du collectif à la communication auprès des habitants : 7 640 €

sortez chez vous

en Bourgogne-Franche-Comté

UNE NOUVELLE SIGNATURE POUR L'HABITANT

www.bourgognefranchecomte.com

sortez chez vous
en Bourgogne-Franche-Comté

UNE NOUVELLE SIGNATURE POUR L'HABITANT (ACCOMPAGNEMENT PAR L'AGENCE HULA HOOP)

2020 : Une année qui a, plus que jamais, amplifié la place des acteurs locaux dans la stabilité économique des territoires…

un dispositif de communication de relance en Bourgogne-Franche-Comté à destination des habitants

SORTEZ CHEZ VOUS

sortez chez vous en Bourgogne-Franche-Comté

UNE NOUVELLE SIGNATURE POUR L'HABITANT (ACCOMPAGNEMENT PAR L'AGENCE HULA HOOP)

Dans le cadre de la nouvelle stratégie marketing du CRT engagée depuis 2021…

Comment intégrer et prolonger ces nouvelles prises de paroles dans les plans de communication globaux pour l'habitant?

Une volonté d'appréhender l'offre touristique dans son ensemble et créer un récit régional d'attractivité touristique auprès des habitants

UNE NOUVELLE SIGNATURE POUR L'HABITANT (ACCOMPAGNEMENT PAR L'AGENCE HULA HOOP)

Un discours pragmatique plus aspirationnel…

en Bourgogne-Franche-Comté

INCITER les habitants à redécouvrir leur région par eux, pour eux

Une signature comme repère pour les habitants de la région qui les interpellent et leur indiquent qu'une manifestation a lieu près de chez eux et pour eux.

TROUVER la réponse à la question du « qu'est-ce que je fais dans ma région ? »

Une signature reflexe pour trouver les 1001 idées de sortir de chez soi, pour une journée excursion ou un weekend/court-séjour, mais aussi d'événements majeurs, agenda, actualités… autour du patrimoine, itinérance, œnotourisme, gastronomie

sortez chez vous en Bourgogne-Franche-Comté

sortez chez vous
en Bourgogne-Franche-Comté

sortez chez vous
en Bourgogne-Franche-Comté

sortez chez vous
en Bourgogne-Franche-Comté

sortez chez vous
en Bourgogne-Franche-Comté

sortez chez vous
en Bourgogne-Franche-Comté

sortez chez vous
en Bourgogne-Franche-Comté

sortez chez vous
en Bourgogne-Franche-Comté

sortez chez vous
en Bourgogne-Franche-Comté

www.bourgognefranchecomte.com

sortez chez vous
en Bourgogne-Franche-Comté

UN NOUVEAU SITE WEB

WWW.BOURGOGNEFRANCHECOMTE.COM

sortez chez vous
en Bourgogne-Franche-Comté

DIGITAL UN SITE WEB DÉDIÉ POUR LES HABITANTS

1 nouveau site www.bourgognefranchecomte.com dédié aux habitants,

Sorti le 3 février 2021

- **Un site media et référent pour les habitants pour trouver leurs idées de sorties pour le weekend, les vacances …**

290 000 visiteurs en 2021

Contenu :

- Des **entrées par filières d'excellence** Patrimoine, Itinérance, œnotourisme, gastronomie
- Avec des **contenus éditos** détaillés sur comment découvrir sa région, ses activités, son patrimoine…

- **1 agenda** complet de toutes les fêtes et manifestations de la région : accessible depuis la home page du site avec une sélection de 8-10 événements renouvelés fréquemment + tout l'agenda disponible.

sortez chez vous en Bourgogne-Franche-Comté

DIGITAL UN SITE WEB DÉDIÉ POUR LES HABITANTS

1 nouveau site www.bourgognefranchecomte.com dédié aux habitants,

- Une **rubrique « actus et bons plans »** alimentée chaque semaine sous forme d'articles rédigés en fonction de marronniers incontournables, des nouveautés du dossier de presse annuel, des actus chaudes reçues …

Plus de **8000 vues en 2021**, et **100 nouvelles actus** rédigées dans l'année.

- **Au total : 21 700 fiches prestataires** présentes sur le site : IMPORTANCE DE LA QUALIFICATION DE VOS OFFRES SUR DECIBELLES DATA : un descriptif clair de la prestation joliment écrit, des photos qui donnent envie, des CGU signées !

2022 :

V2 du site avec intégration de contenus plus détaillés et orientés consommation pour répondre aux attentes des habitants

Travail sur le positionnement du site : référencement naturel SEO

LES PRISES DE PAROLE 2022

www.bourgognefranchecomte.com

sortez chez vous en Bourgogne-Franche-Comté

PRISES DE PAROLE SORTEZ CHEZ VOUS EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

La communication auprès des habitants sera concentrée en 2022 autour de fils rouges définis

(dans lequels les filières PATRIMOINE-ITINERANCE-OENOTOURISME-GASTRONOMIE trouveront leur place par la mise en avant d'offres adéquates via votre interlocuteur de collectif)

Les prises de parole seront programmées essentiellement autour des temps de vacances scolaires

Janvier-février : multi-activités neige/montagne/vacances de février
(activités en famille dans sites patrimoine, petits circuits découverte en itinérance…)

Mars-avril : se mettre au vert au printemps / vacances de Pâques
(balades à pied + à vélo /tourisme fluvial ouverture des canaux/ activités en famille dans sites patrimoine …)

Mai-juin : escapades le temps d'une journée, d'un weekend
(expos,24/48h à …/activités dans les vignobles, idées balades…)

sortez chez vous en Bourgogne-Franche-Comté

PRISES DE PAROLE SORTEZ CHEZ VOUS EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

Juillet-aout : **c'est l'été pas besoin de partir loin la région a tout à vous offrir** (Activités baignades, balades à vélo/pied, visites sites Patrimoine, festivals de l'été, hébergements campings , gîtes….)

Septembre-octobre : **Gastronomie et Vins en fête / vacances de Toussaint** (Fantastic Picnic, WGCP, événements liés à la gastronomie et aux vins, oenotourisme, vendanges, activités en famille dans sites patrimoine liés à la gastronomie, itinéraires gourmands, dans les vignes…)

Novembre-décembre : **Patrimoine culturel/savoir-faire/Noël** (idées cadeaux de noel, recettes hiver GPPR savoir-faire, produits de fête, marchés et animations de Noel)

PRISES DE PAROLES SORTEZ CHEZ VOUS EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

Sans oublier :

- Les marronniers incontournables (st Valentin, fête des mères, nuit des musées, Tour de France, journée européennes du Patrimoine…)
- Les nouveautés (de notre dossier de presse annuel et celles arrivant en cours d'année)
- Tous les grands événements incontournables de l'année (grandes expos, festivals, vote GR préféré, fête des vins, …)
- Les temps forts de l'année : Bicentenaire Pasteur / 100 ans Territoire de Belfort/ ouverture de la cité internationale de la Gastronomie et du Vin à Dijon / les 50 ans du Patrimoine Mondial de l'Unesco
- Des Rendez-vous recette du mois ou de la saison/mise en avant des filières avec notre partenaire le GPPR

LEVIERS ET ACTIONS DE COMMUNICATION

CAMPAGNES SORTEZ CHEZ VOUS EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

- **DES CAMPAGNES DE NOTORIETE & DE MISE A L ESPRIT** DE LA SIGNATURE SORTEZCHEZ VOUS POUR L'HABITANT

- **DES CAMPAGNES DE SEDUCTION ET DE CONSOMMATION** AVEC DES OFFRES CONCRETES

CAMPAGNES SORTEZ CHEZ VOUS EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

SOCLE D ACTIONS 2022

- **Des actualités régulières** dans le site web

- **Vos fiches décibelles data** qui remontent dans le site rubroque agenda ou moteur de recherche

- **Des newsletters mensuelles** ou événementielles, envoyées à une base 18 000 contacts (+ **campagnes de Leads Ads** pour recruter plus de prospects)

- Des **brèves ou communiqués de presse** envoyés à 110 contacts de la PQR

- **Un plan de communication en social media pour engager la communauté et générer de la conversion:**

✓ posts organiques auprès de la communauté (base 100 000 fans facebook et 27 000 abonnés Instagram. Plus de 700 post à l'année).
✓ posts et campagnes en sponsorisation
✓ Animation d'un club de bloggeurs régionaux

sortez chez vous en Bourgogne-Franche-Comté

CAMPAGNES SORTEZ CHEZ VOUS EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

Idées prévisionnelles d'actions de communication 2022

- diffusion du **film de campagne dans les cinémas**
- diffusion de **spots radio** en région – direct ou replay
- **SEA** (Google ADS – achats de mots clés pertinents selon les campagnes)
- Des **campagnes de display/bannières** sur des sites de PQR ou sites media géolocalisés en fonction des fils rouges et prises de parole

Idées prévisionnelles d'actions de communication 2022

- Des **achats media Print** pour des encarts publicitaires ou du plubliredactionnel

À l'étude :

- ✓ **Notre Temps** édition spéciale en BFC- avril- 35 000 ex – 216 000 lecteurs
- ✓ **Vaévient** magazine gratuit 120 000 diffusé en boîtes et dans les Offices de tourisme en juillet
- ✓ **Magazine ELLE** 12 700 ex / 64 000 lecteurs édition spéciale culture/tourisme en BFC avril-juillet-sept
- ✓ **Bourgogne Magazine/Cœur de Comtois** – trimestriel 100 000 lecteurs

3 OUTILS MAJEURS POUR ÊTRE PRESENT ET VISIBLE

sortez chez vous en Bourgogne-Franche-Comté

FANTASTIC PICNIC

FANTASTIC PICNIC
11 & 12 SEPT. 2021
sortez chez vous
en Bourgogne-Franche-Comté

Samedi 10 et dimanche 11 septembre
12ème édition

Concept : Proposer un événement dédié à la fois au tourisme et à la gastronomie, à ses acteurs et à ses savoir-faire.

Objectif : Faire découvrir la Bourgogne-Franche-Comté par ses habitants en proposant un événement :

- Fédérateur et emblématique de la région
- Propice à une excursion à la journée
- Avec des offres larges et diversifiées sur 1 weekend

Cible : Les habitants de Bourgogne-Franche-Comté (familles, couples, groupes d'amis…)

sortez chez vous
en Bourgogne-Franche-Comté

FANTASTIC PICNIC

Objectif auprès des socio-pros: vous apporter de la visibilité et de la consommation

OUVERT A TOUT prestataire…

- … institutionnel ou privé, acteur du tourisme ou de la gastronomie.
- … issu du territoire bourguignon-franc-comtois uniquement.

DOSSIER 2022 disponible au printemps – Organisation d'ateliers de travail en présentiel si possible pour les partenaires intéressés

PASS DECOUVERTE

le pass découverte
Bourgogne-Franche-Comté

Le **PASS DECOUVERTE** , lancé le 1er juillet 2020, compte aujourd'hui 94 partenaires proposant **128** visites/prestations majoritairement Culture et Patrimoine, et **60** offices de tourisme vendeurs du pass.

Le principe pour le partenaire:
Adhésion gratuite du partenaire
Une visite par un détenteur d'un Pass = 50% du coût de la visite pris en charge par le CRT

https://pass.bourgognefranchecomte.com/lang/fr
Un site web dédié pour la vente

Le principe pour l'acheteur du Pass:
3 formules : 3 jours, 7 jours, ou annuel

sortez chez vous en Bourgogne-Franche-Comté

PASS DECOUVERTE

en 2022:

- **le pass va évoluer vers un pass annuel dédié à l'habitant avec une dimension sociale également pour un tarif spécial selon quotient familial.**

- **La formule 3 jours est amenée à évoluer en concertation avec les partenaires ADT et OT.**

- **Ce pass initialement tourné autour du Patrimoine est ouvert à tout autre prestataire de visites, loisirs, dégustation…proposant une prestation à 15€ max (sinon possibilité d'être site affilié et de proposer une réduction) – *dossier de présentation de partenariat disponible***

- **Mobilisation des partenaires inclus pour appropriation de cet outil et qu'ils fassent eux-aussi la promotion du Pass sur leur site.**

ARTIPS LES 100 MERVEILLES

Concept: une plateforme de e-learning avec inscription de l'internaute et la découverte des 100 Merveilles de Bourgogne-Franche-Comté en 3 parcours
https://bourgognefranchecomte.artips.fr/

CHIFFRES CLES
64 300 visiteurs
4 600 inscrits (dont + de 50% sont de la région)

2022:

- ✓ **Poursuite de la série de podcast et d'un plan de communication dédié (GRC/social media)**
- ✓ **Challenges pour inciter les inscrits à terminer les parcours**
- ✓ **Mobilisation des partenaires présents parmi ces 100 Merveilles pour appropriation de cet outil et qu'ils fassent eux-aussi la promotion de la plateforme sur leur site.**

CONTACT

BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ TOURISME

Emmanuelle HORY
e.hory@bfctourisme.com
06 78 32 15 85

sortez chez vous en Bourgogne-Franche-Comté

Plan d'actions 2022

2-2) Actions de promotion - cibles généralistes (wine curious)

- Contribution du collectif à la communication de la marque La Bourgogne : 34 000 €

- part de voix dans les supports et les campagnes de communication de la destination
- achats d'espaces suivant opportunités

➔Présentation du PAC 2022 de la marque La Bourgogne **le mercredi 2 février à 14h30**

- Contribution du collectif à la communication de la marque Jura : 4 210 €

➔ Rendez-vous BFCT / Jura Tourisme à venir

Plan d'actions 2022

2-3) Actions de promotion - cible « experts » (wine lovers) : 30 570€

- Actions BtoC : priorité à la communication digitale

- Sur des médias spécialisés :

➔ A minima sur le site https://www.visitfrenchwine.com/ : pack 3 articles (création + promo)

- création des contenus de janvier à avril
- diffusion des contenus via les réseaux sociaux (Facebook/Instagram/Twitter)
- campagne de médiatisation des contenus

➔ Autres plateformes : accompagnement de TMW pour sélection de plateformes pertinentes et mise en œuvre partenariat suivant budget dispo (+ en cours : contact avec relaisduvin)

- Via réseaux sociaux : diffusion à l'automne d'une campagne 100% paid de trafic sur Facebook avec des post liens ou des carrousels.

Plan d'actions 2022

2-3) Actions de promotion - cible « experts » : 30 570€

- Actions BtoB :

- Participation à Destinations Vignobles : représentation des 6 destinations V&D
- Organisation de 2 pré-tours Destinations Vignobles
- Mise à jour du fichier BtoB spécialisés et envoi de push mails à ce fichier

- Actions presse :

- Accueils de presse spécialisée (marchés France, Belgique et Suisse)
- Mise à jour du fichier presse spécialisée et envoi de communiqués de presse à ce fichier

Temps d’échanges

Contact :

Nicolas DONDÉ

03.80.28.55.74 – 06.28.37.25.41

n.donde@bfctourisme.com

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME