

## VIE DU COLLECTIF

- ↳ **Le 2 mars** : Instant Montagnon #1 : présentation du plan d'actions prévisionnel 2022
- ↳ **Le 9 mars** : Comité Opérationnel de la marque : présentation du livrable marketing par Co Managing.
- ↳ **Le 29 mars** : Comité Stratégique de la marque : validation de la révision marketing, passation de présidence, plan d'actions 2022
- ↳ **Départ de Manon NEVERS** Community Manager et rédactrice web pour les Montagnes du Jura. Recrutement en cours. Nous souhaitons une belle route à Manon et une pleine réussite dans ses futurs projets

## COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

- **Courant mars : lancement de la campagne Printemps des Montagnes du Jura**  
Comme pour l'hiver, un gros travail de rédaction et d'optimisation des contenus est en cours. Les Offices de Tourisme ont été sollicités pour le sourcing d'offres adaptées. Choix des dispositifs médias en cours.
- **Campagne le Printemps des Montagnes de France Montagnes**  
Le concept du Printemps du Ski évolue en printemps des Montagnes afin de mieux répondre aux aspirations d'une montagne quatre saisons et positionner le printemps à la montagne comme :
  - La saison de tous les possibles (ski bien sûr mais aussi les autres activités « montagne »),
  - La saison « slow zen » par excellence (détente, « zéro stress », prix doux...),
  - La saison de toutes les montagnes et stations quelles que soient leur altitude et leur situation géographique,
  - Une saison complète (du 20 mars à fin mai).
 Un plan de communication de 200 K€ (100 K€ France Montagnes + 100 K€ Atout France) sera engagé dès la fin des vacances de février et sera orienté 100% digital. Il intégrera des campagnes de promotion multi-supports (plateformes et sites / réseaux sociaux) mais aussi d'influence à travers l'accueil d'influenceurs. Ce plan s'appuiera sur les promesses liées à la baseline du « Printemps des Montagnes » et sur les offres de séjours « Printemps » fournies par les massifs.
- **Quelques chiffres**  
Des records de fréquentation sur le site [Montagnes du Jura](https://www.montagnesdujura.com)
  - Novembre : + 260% de visites vs 2020
  - Décembre : + 142 % de visites vs 2020
  - Janvier : **+191 %** de visites vs 2021
 Un trafic sain et qualitatif :
  - 75 000 sessions **en référencement naturel** (+150% vs n-1) soit 57% du trafic (janv 2022)
  - 41 000 sessions issues des campagnes soit 31% du trafic (janv 2022)
  - **4 300 intérêts pour un partenaire** ou un prestataire (janv 2022)

## COMMUNICATION OFFLINE DE LA DESTINATION

- **Partenariat La Chaîne l'Equipe**  
Les spots diffusés sur la chaîne l'Equipe vont passer en version «printemps» début mars.  
Le principe : diffuser des spots typés printemps/été dans les Montagnes du Jura afin que les téléspectateurs se projettent pour des vacances à la belle saison.



## COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

### FILIERE ITINERANCE

#### ▪ Du 17 au 20 mars : Salon Destinations Nature

##### Participation à ce salon / stand partagé avec La Bourgogne et les Vosges du Sud

6 partenaires adhérents au Collectif Itinérance de la destination Montagnes du Jura participeront au salon :

- Jura Tourisme
- OT Station Les Rousses
- Terre d'Emeraude - OT Pays des lacs et Petite Montagne
- Grand Besançon Métropole
- OT Dole Tourisme
- GTJ

### RELATIONS PRESSE



#### ALLEMAGNE

- Envoi d'un communiqué de presse « Nature et Itinérance le printemps et l'été dans les Montagnes du Jura ».



#### BELGIQUE

- **Le 17 mars** : participation au Workshop Collection France à Bruxelles. Présentation des nouveautés et points forts de la marque Montagnes du Jura
- Envoi d'un communiqué de presse sur les tendances. Zoom sur 2 nouveautés du dossier de presse : la Web-app « visiter.besancon.fr » pour un retour au siècle des Lumières et le bar d'altitude chez Feodor à Lajoux.



#### FRANCE

- Envoi d'une brève Trail à un fichier spécialisé trail / outdoor.
- Envoi du communiqué de presse pour le lancement de la saison printemps- été dans les Montagnes du Jura au fichier presse tourisme France.



#### PAYS-BAS

- **Le 10 mars** : participation au Workshop presse à Amsterdam.
- Envoi du communiqué de presse pour le lancement de la saison printemps- été dans les Montagnes du Jura à la presse tourisme néerlandaise.

### PROMOTION



#### ALLEMAGNE

- Envoi d'un push mail à des agences de voyages, TO et autocaristes allemands sur la nature et l'itinérance printemps-été dans les Montagnes du Jura.



#### FRANCE

- Poursuite du développement des programmes pédagogiques sur Décibelles Data. Mise en avant sur <https://www.bourgognefranche-comte.com> / rubrique groupes scolaires. Création d'une brochure interactive reprenant l'ensemble des offres scolaires, pour diffusion aux enseignants de Bourgogne-Franche-Comté.
- **Les 29 et 30 mars** : participation au salon virtuel Destinations Durables. Cibles : marchés européens. 3 partenaires de la destination Montagnes du Jura seront à nos côtés.



#### PAYS-BAS

- Envoi d'un push mail « Prendre l'air dans les Montagnes du Jura » auprès des agences de voyages et TO. Mise en avant de : la ligne des hirondelles, Les Loges de Lily à Saint-Claude, / Le Commando Game les Rousses / l'hôtel les Arobiers à Lamoura.



#### RENDEZ-VOUS EN FRANCE

- **Du 17 au 21 mars** : pré-tour Rendez-Vous en France : accueil de TO allemands et belges.
- **Les 22 et 23 mars** : participation au workshop international Rendez-vous en France à Nantes. 4 partenaires de la destination Montagnes du Jura seront à nos côtés

## PRODUCTION DE CONTENUS

- Réalisation d'un épisode de micro aventures (photos et vidéos) par [Auguste et Léopold](#).  
Objectif : créer une identité graphique propre à la marque Montagnes du Jura.

## RETOUR SUR ...

- **Le 8 février** : envoi d'une newsletter Trail à 589 prospects à la suite d'un jeu concours organisé en début d'année.  
Taux d'ouverture de 29% / Taux de clics de 5,95%

