

LA BOURGOGNE

DOSSIER DE PRÉSENTATION DU COLLECTIF



LA BOURGOGNE 

FAIRE ENSEMBLE CE QUE L'ON NE PEUT PAS FAIRE SEUL !

- Vous êtes partisan du **jeu collectif**, persuadé de l'adage : « Seul on va plus vite, mais ensemble on va plus loin ».
- Vous considérez que votre territoire et la Bourgogne ont un **ADN COMMUN** (identité et valeurs)
- Vous souhaitez conjuguer vos efforts à ceux du CRT et des ADTs autour d'un **MARKETING DE CONQUÊTE** mieux coordonné, s'appuyant sur le triptyque gagnant **DESTINATION-MARCHE-CIBLE** pour séduire de nouveaux clients.
- Vous souhaitez être acteur en étant **associé aux choix marketing** (ciblage, affinitaire, marchés, typologie d'actions...).
- Vous souhaitez devenir un véritable **ambassadeur de la destination** en portant des actions co-brandées pour augmenter la viralité et les audiences.
- Vous souhaitez bénéficier de la **retombée de l'ensemble des dispositifs** de communication de la marque (audiences et visibilité).

Alors, joignez-vous à nous en adhérant à la marque Bourgogne !

CARTE D'IDENTITÉ DESTINATION LA BOURGOGNE

LE TERRITOIRE

4 DÉPARTEMENTS :

Yonne, Nièvre, Côte-d'Or et Saône-et-Loire

1 997
COMMUNES



1 628 737
HABITANTS

L'OFFRE TOURISTIQUE

1

Parc Naturel
Régional
Le Morvan

Parc national
Le Parc national
de forêts

1



810 km
de véloroutes
et voies vertes

19

stations
vertes



10 000 km
de sentiers
de randonnée



1 000 km
de voies
navigables



2 307
biens protégés
au titre des
Monuments
Historiques

(source : base Mérimée)

Biens inscrits
sur la liste du
Patrimoine
mondial de
l'UNESCO

4

3

stations thermales
Bourbon-Lancy,
Saint-Honoré-les-Bains,
Santenay



22
parcours
de golf

C'est en 2015 que le CRT et les 4 Agences de Développement Touristique de la Côte-d'Or, de la Nièvre, de la Saône-et-Loire et de l'Yonne s'organisent autour d'un plan marketing commun pour développer en France et à l'International la destination Bourgogne.

Le travail collectif porte principalement sur un programme offensif et coordonné, pour que la Bourgogne soit perçue **comme une destination de référence, en phase avec l'aire du temps et attentive à ses clients.**

Une organisation collective qui favorise l'innovation et la performance, renforce les liens humains et l'efficacité générale des actions.

La mutualisation de moyens financiers au service d'une stratégie et d'un plan d'action partagé qui permet d'engager des actions fortes sur le marché du Tourisme très concurrentiel.

LES ENJEUX ET LES OBJECTIFS DE LA DESTINATION

- ✓ **Réaffirmer la réassurance, la séduction auprès de publics déjà enclin à choisir notre destination.**
- ✓ **Apporter des réponses aux nouvelles attentes court-séjour, fuite des plages, proximité, mesures sanitaires...,**
- ✓ **Optimiser les investissements.** Ne pas diluer le budget, échapper à la surenchère médiatique de toutes les destinations françaises.
- ✓ **Adapter le message dans le contexte de post confinement et rendre visible le message.**
- ✓ **Penser clients :** prendre en compte au quotidien les attentes de nos clients pluriels,
- ✓ **Consolider et accroître la notoriété de la destination Bourgogne.**
- ✓ **Favoriser l'accroissement des flux et dépenses des visiteurs français et étrangers,** afin d'augmenter le chiffre d'affaires des entreprises touristiques de la destination et les retombées économiques et sociales sur les territoires qui composent la destination ;
- ... en déployant des stratégies opérationnelles aptes à séduire et convaincre toutes nos cibles.**

LES CIBLES

- ✓ **Sur le marché français :**
 - Géographiquement : prioritairement, Paris/Ile-de-France et Lyon/Rhône.
 - En termes de segmentation typologique : les adeptes, les généralistes, les premiums.
- ✓ **Sur les marchés européens :**
 - Géographiquement : prioritairement, la Belgique-Luxembourg, les Pays-Bas, l'Allemagne, puis, secondairement, la Suisse.
 - En termes de segmentation typologique : les amoureux de la France, les chercheurs d'espace, les hédonistes.

POURQUOI ADHÉRER À LA DESTINATION LA BOURGOGNE ?

NOUS REJOINDRE, C'EST PARTICIPER ACTIVEMENT À LA PROMOTION DE LA BOURGOGNE POUR :

1. **Séduire et conquérir des clients,**
2. **Créer du lien, bénéficier d'un réseau et devenir des ambassadeurs de la destination,**
3. **Bénéficier de l'image de la destination** pour valoriser les offres et les produits,
4. **Profiter des événements organisés par le réseau.**

JOUER COLLECTIF, CO-CONSTRUIRE, COOPÉRER

✓ **Bénéficier de l'ensemble du plan d'actions annuel de la marque, co-construit et co-financé, veillant à déployer, par marché prioritaire par cible, le meilleur MIX MEDIA entre :**

- de la production de contenus,
- de la publicité (achats médias),
- de l'influence (relations grand public, presse, influenceurs et AGV/TO),
- des réseaux sociaux (communautés).

✓ **Intégrer un collectif filière de votre choix (Itinérance ou Patrimoine et œnotourisme)** pour travailler sur une des filières stratégiques de la destination et œuvrer à la structuration d'offres produit thématiques.

✓ **Participer (hors frais de déplacements) aux actions BtoB,** ciblant les AGV/TO généralistes et d'agrément et les AGV/TO spécialisées et MICE, initiées par le CRT (hors actions avec Atout France).

AGIR ET CONTRIBUER

pour développer l'attractivité touristique de la destination :

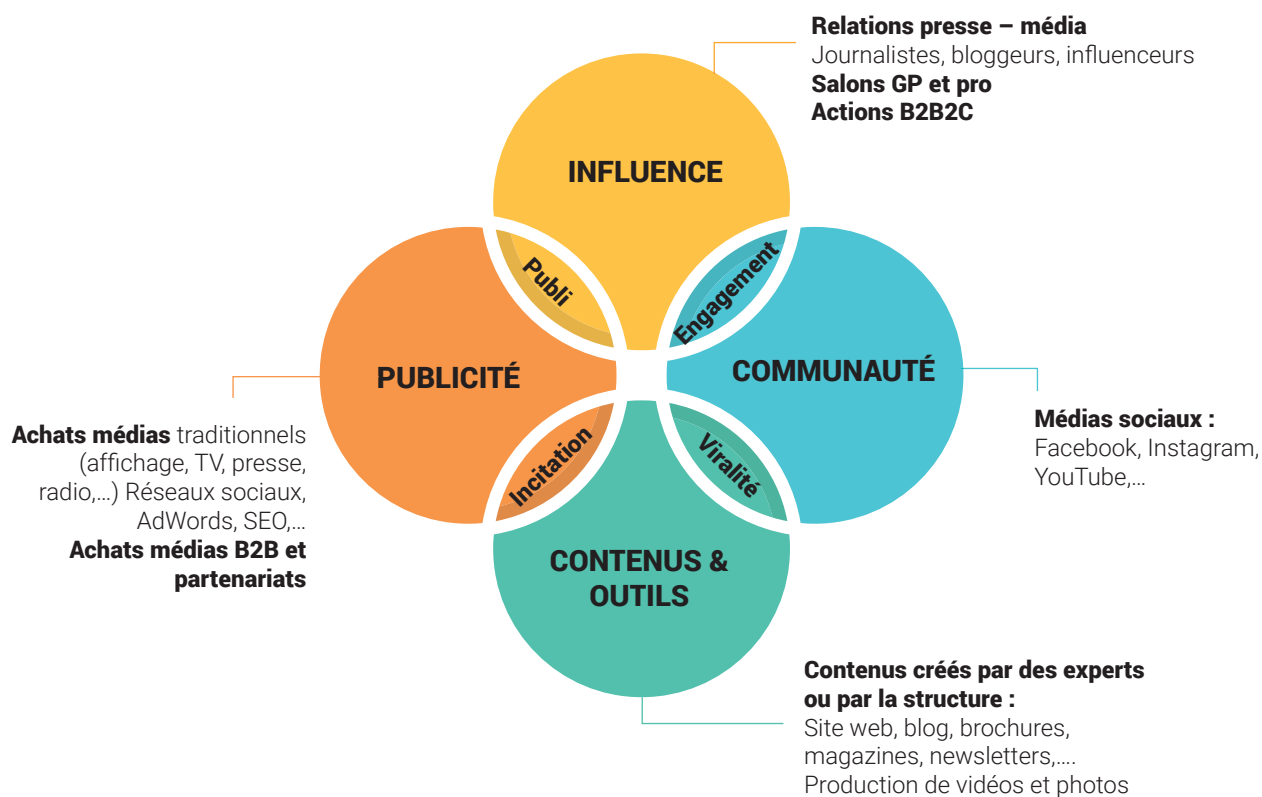
Traduire ensemble et concrètement dans les offres la promesse de la destination...



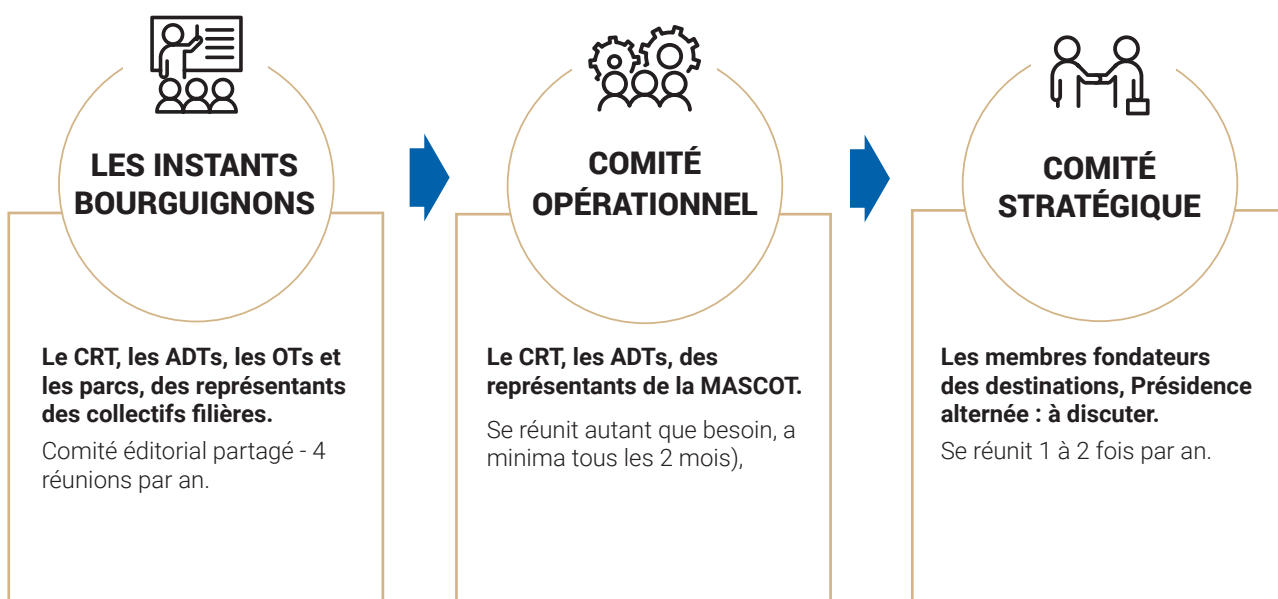
... en développant des offres plus expérientielles et plus personnalisées, ...

... qui répondront plus spécifiquement aux attentes des clients : viser l'excellence

UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION INTÉGRÉE PORTÉE PAR LA DESTINATION



UNE GOUVERNANCE PLUS PARTICIPATIVE



COMMENT ADHÉRER À LA DESTINATION LA BOURGOGNE ?

MODALITÉS D'ADHÉSION

L'adhésion au collectif Bourgogne est ouverte **aux Agences départementales du tourisme (ADTs), aux Offices de tourisme (OT), aux Parcs Naturels Régionaux (PNR).**

Elle est sur **3 ans avec un plan d'action annuel.** Le bulletin d'engagement doit être retourné dûment complété au responsable de la Destination dans le délai indiqué.

TARIFS D'ADHÉSION ANNUEL

	0,10 € TTC par habitant
Offices de tourisme	0,08€ TTC (en raison de la situation actuelle)
ADTs	27 000 €
PNR	7 000 €

BFC Tourisme conjugue ses efforts aux vôtres en allouant des moyens financiers complémentaires et des ressources humaines dédiées. Ce qui permet de mener des actions collectives d'envergure au service du développement de la filière.



DES OUTILS À VOTRE DISPOSITION GRATUITEMENT

- ✓ **Le site internet entièrement dédié aux professionnels du tourisme :**
pros.bourgognefranchecomte.com
- ✓ **La médiathèque** pour illustrer vos différents supports de communication :
mediatheque.bourgognefranchecomte.com
- ✓ **Le système d'informations touristiques régional, Décibelles Data** qui centralise toutes les offres touristiques du territoire sur une seule plateforme, et permet aux prestataires d'augmenter la visibilité de leurs offres sur internet :
pros-decibelles-data.tourinsoft.com
- ✓ **2 plateformes d'e-learning :**
 - une pour développer votre connaissance des atouts touristiques de la région : **Artips « Les Merveilles de Bourgogne-Franche-Comté » :**
bourgognefranchecomte.artips.fr
 - une pour vous former au tourisme durable : **Artips « La Bourgogne-Franche-Comté se met au vert » :**
pros-bourgognefranchecomte.artips.fr
- ✓ **Un site internet grand public dédié à la destination :**
www.bourgogne-tourisme.com
- ✓ **Les Chiffres clés du tourisme en Bourgogne.**
- ✓ **2 magazines de destination « Designed by Bourgogne » :** 1 pour le marché français et 1 pour l'international.
- ✓ **Les réseaux sociaux :** des comptes Facebook, Twitter et Instagram.

Au sein de BFC Tourisme, une équipe et des compétences au service de la destination, disponible pour tout conseil dans les métiers suivants : observer, piloter, structurer, marketer, promouvoir.

CONTACT DESTINATION LA BOURGOGNE



BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ TOURISME

Mylène CASADO

Tél. +33 (0)6 48 22 59 12 - Port. +33 (0)3 80 285 572

m.casado@bfctourisme.com