

Cette lettre présente l'ensemble des actions que BFC Tourisme va conduire tout au long du mois d'avril.

A noter que certaines actions sont menées conjointement par les marques de destination et les filières. En conséquence, certaines d'entre elles figurent à la fois dans la rubrique des marques de destination et dans la rubrique de la filière concernée.



La revue de direction annuelle est finalisée !

L'audit de renouvellement est prévu les 20 et 21 juin. D'ici cette date, les pilotes des processus et leurs collaborateurs devront mettre à jour les fiches processus ainsi que la base documentaire du système de management de la qualité. L'enjeu est important !

RETOUR SUR

↳ Les 28 et 29 mars : Séminaire OTIPASS à Paris.

25 structures porteuses d'un pass touristique participaient à ce séminaire.

Temps forts des 2 jours : des échanges de qualité et de nombreuses informations, qui sont écoutés comme de savants conseils par les uns et les autres. De quoi se donner de l'ambition et de riches idées pour le développement du pass découverte Bourgogne-Franche-Comté <https://pass.bourgognefranche-comte.com/lang/fr>

↳ Le 1^{er} avril : Afterwork avec des influenceurs locaux

BFC Tourisme a organisé une rencontre avec une vingtaine d'influenceurs locaux pour leur présenter la stratégie « 1 région - 3 destinations » et leur rappeler nos différentes cibles, notamment la cible habitants, cible auprès de laquelle ces influenceurs ont un fort impact.

Un club d'influenceurs « En Bourgogne-Franche-Comté » va voir le jour très prochainement afin de leur faire découvrir les nouveautés et temps forts de la région et les fédérer tout particulièrement dans nos actions auprès des habitants. Notre objectif est de valoriser les centres d'intérêt de ces influenceurs attachés à leur territoire et de trouver des synergies pour faire vivre la communauté « En Bourgogne-Franche-Comté ».

RÉUNIONS STATUTAIRES 2022

7 avril 2022 : Conseil d'Administration de BFC Tourisme à Congrexpo Dijon à 14 h 30. Le conseil d'administration procédera à l'arrêté des comptes annuels 2021

19 mai 2022 : Assemblée Générale de BFC Tourisme

AGENDA

5 avril : journée départementale MASCOT dans l'Yonne

5 avril : commission régionale Tourisme et Handicap à Besançon le matin et commission régionale Qualité Tourisme l'après-midi

5 avril : déjeuner de présentation du Collectif Tourisme d'Affaires à Paris

5 - 6 avril : tournée médiatique à Cologne et Stuttgart

7 avril : atelier créatif "Conception d'offres" à Autun pour le Collectif Patrimoine

11 - 12 avril : l'équipe de BFC Tourisme sera en séminaire-découverte à Belfort

11 - 14 avril : workshop promotion et presse au Brésil pour le Collectif La Bourgogne

11 avril : journée Fleurissement à Talant (21) en présence du Conseil National des Villes et Villages Fleuris

13 avril : Comité de Pilotage Fantastic Picnic 2022

14 avril : Comité de Pilotage de la GTMC à Saint-Flour

14 avril : Comité Opérationnel du Collectif La Bourgogne

19 avril : journée départementale MASCOT pour la Haute-Saône et le Territoire de Belfort

26 avril : Comité Opérationnel du Collectif Montagnes du Jura



À DESTINATION DES HABITANTS

VIE DU COLLECTIF

- **Le 13 avril** : BFC Tourisme réunira un comité de pilotage restreint de quelques partenaires issus de différents territoires et métiers, co-organisateurs des Fantastic Picnic, afin de partager leurs expériences de l'événement, et travailler ensemble sur les points fondamentaux du cahier des charges pour l'édition 2022. Le Cahier des charges sera ensuite établi et diffusé aux prestataires de la région pour inscription courant mai.

COMMUNICATION OFFLINE

- ↳ Mise en avant des anniversaires de l'année 2022.
 - Insertion publicitaire dans **ELLE Magazine** – édition BFC – parution le 31 mars
Voir insertion en PJ
 Présence d'un QR code renvoyant vers la rubrique actualités du site www.bourgognefranche-comte.com où une actualité par anniversaire est présentée.

RESEAUX SOCIAUX

- ↳ Passage en mode Printemps de la page Facebook : les fans ont voté et choisi une photo printanière de la citadelle de Belfort **voir en PJ**.
Les contenus des posts seront également sur le thème du printemps : s'aérer, profiter des beaux jours pour se balader au bord des lacs, se déconnecter dans le Morvan ou dans le Parc du Haut-Jura, faire des balades à vélo dans le ballon d'Alsace, redécouvrir les plus beaux parcs et jardins, les musées ou sites de plein air ...
Relais sur les réseaux sociaux de la campagne de printemps «s'aérer le temps d'un weekend, en découvrant les canaux et voies navigables de la région ».

EVENEMENT

- ↳ **Le 1^{er} avril** : Organisation d'une soirée avec 25 influenceurs régionaux à l'occasion d'un Afterwork au Cassissium à Nuits-st-Georges.
L'idée est de se connaître encore mieux, de fonder un club permettant ainsi des échanges plus concrets avec les influenceurs, comment mieux mettre en avant leurs contenus, leurs expériences, leurs centres d'intérêts auprès de la communauté en Bourgogne-Franche-Comté. L'idée est aussi de faire vivre ce club en les impliquant dans nos actions, en organisant des rencontres au cours de l'année...

COMMUNICATION ONLINE

Début des premiers ateliers de travail avec l'agence Think My Web pour installer la stratégie digitale de **la signature Sortez Chez Vous en Bourgogne-Franche-Comté** :

- Le pitch : faire de l'habitant un touriste dans sa région autour de 2 axes majeurs :
 - La fierté, l'appartenance à la région
 - L'offre touristique riche
- Avec 2 objectifs :
 1. Susciter l'intérêt : une signature comme repère et inspiration pour les habitants de la région, une signature qui les interpelle et leur propose des idées de découverte/séjour près de chez eux et pour eux
 2. Déployer des arguments de séduction & de conversion : une signature reflexe pour s'occuper, bouger, vivre dans sa région

Une 1^{ère} campagne aura lieu entre avril et juin pour proposer aux habitants de s'aérer au printemps, le temps d'un weekend, en découvrant les canaux et voies navigables de la région. Cette campagne sera déclinée sur le site web, la newsletter, achat google ADS et sponsorship sur les réseaux sociaux.

VIE DU COLLECTIF

↳ **Le 26 avril** : Comité Opérationnel de la marque



COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

↳ **Lancement de la campagne SEA / référencement payant dédiée au printemps.**

2 types de campagnes :

- 1 campagne « Conquête de nouvelles clientèles » sur les bassins prioritaires d'acquisition : Grand Paris, Grand Est.
Objectif : Mettre à l'esprit les MDJ auprès des internautes intentionnistes (vacances à la neige, vacances montagne famille, se mettre au vert pont de mai...).
Indicateur prioritaire : un trafic qualifié
- 1 campagne « Sécurisation sur les requêtes d'exploration » sur les bassins : Grand Paris, Grand Est et Hauts de France
Objectif : s'assurer que les internautes qui cherchent la destination via les mots clés vacances été jura, vacances montagnes jura, week end printemps jura ...) trouvent le site de la destination et non des sites privés (Abritel, Airbnb...).
Indicateur prioritaire : transformation (volume de trafic + taux d'intérêts partenaires + demandes de brochures).

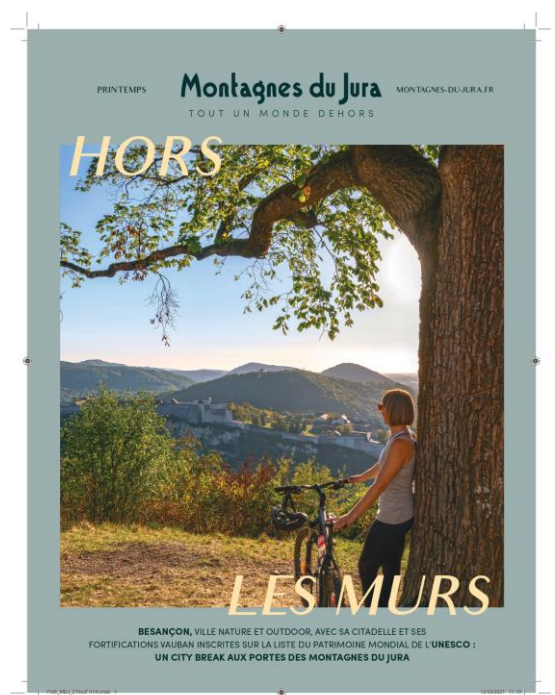
Cette campagne de SEA renverra à la fois vers des landings "[printemps](#)" spécialement conçues pour inspirer les internautes mais aussi sur des pages élaborées dans le but de transformer leur intention de visites en réservation.

La campagne printemps/été est également déclinée sur les réseaux sociaux à partir du mois d'avril avec la création d'instant Experience, de stories Instagram ou encore d'épingles Pinterest avec 3 sujets mis en avant : le renouveau de la nature au printemps, les City break et les spots de pique-nique.

COMMUNICATION OFFLINE DE LA DESTINATION

↳ Insertion publicitaire en dernière de couverture dans **Grands Reportages / parution le 31 mars.**

Visuel mettant en avant l'offre city break à Besançon.



COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

FILIERE TRAIL

- **JOURNAL DU RUNNER** : insertion publicitaire dans l'édition d'avril. Un visuel du traileur Xavier THEVENARD a été retenu pour valoriser le trail dans les Montagnes du Jura. Le magazine sera diffusé en Ile de France avec le Journal L'Equipe à l'occasion du Marathon de Paris (60 000 ex) ainsi que dans des magasins spécialisés et sur le Run Expérience (20 000 ex).

FILIERE PATRIMOINE

- Rédaction de contenus "Les grands hommes des Montagnes du Jura" et le Bicentenaire Pasteur.

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

- Nouveaux partenaires en cours de référencement sur le site seminaires.bourgognefranche-comte.com :
Lieux de séminaires
 - Re-sources Jura à Planche-Près-Arbois (39) : <https://seminaires.bourgognefranche-comte.com/dans-les-montagnes/le-gite-du-relais>
 - La Citadelle de Besançon (25) : en cours de référencement
- Mise en place de la co-labellisation avec la destination affaires Besançon afin d'enrichir l'offre MICE du territoire.

RELATIONS PRESSE



ALLEMAGNE

- **Les 5 et 6 avril** : Tournée médiatique à Cologne et Stuttgart. Présentation des nouveautés des Montagnes du Jura pour déclencher des idées de reportages.



FRANCE

- **Le 1^{er} avril** : conférence de presse France Montagnes en direct des Montagnes du Jura. Présentation à la presse des actualités de la saison estivale des massifs montagneux français.
- Envoi d'un communiqué de presse pour le 50^{ème} anniversaire de la convention du patrimoine mondial UNESCO.

PRODUCTION DE CONTENUS

- Début avril : séance de travail en interne pour faire le point sur le plan des contenus du site Montagnes du Jura en prévision d'une externalisation de rédaction/intégration.
- Travail avec l'agence web pour établir le plan des contenus "été" en vue des prises de paroles digitales.
- Lancement de la production « 48 heures à... » Pour les nouveaux territoires qui ont rejoint le collectif à savoir : Loue et Lison, Haut-Jura Saint Claude, Haut Jura Arcade. Création d'une vidéo + 5 photos par territoire.
- En 2021 : 13 territoires ont pu bénéficier de cette production de contenus. Ces contenus seront Intégrés au site Montagnes du Jura dans un article dédié et alimenteront les prises de paroles annuelles de la marque.

RETOUR SUR ...

- **Le 17 mars** : envoi d'une newsletter Printemps à plus de 60 000 prospects
Taux d'ouverture de 12,48 % / Taux de réactivité de 15,04 %



VIE DU COLLECTIF

- ↳ **Le 6 avril** : Comité Stratégique de la marque avec les directeurs des ADTs
- ↳ **Le 14 avril** : Comité Opérationnel de la marque avec les ADTs, les OTs et le PNR Morvan



COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

↳ **2 temps de prise de parole pour La Bourgogne au printemps :**

- Campagne autour des hébergements "tribus" : dans le même esprit que la campagne « Hébergements de confiance » menée l'année dernière, pour conforter notre positionnement en tant que destination de reconnexion intense, une campagne de promotion sera lancée autour d'un « Top des hébergements pour se retrouver en famille ou entre amis ».

Les hébergements retenus ont été sourcés au préalable par les partenaires selon des critères précis. Cette campagne sera 100% digitale.

Objectif de campagne : séduire notre persona à travers la mise en avant simple et directe d'hébergements permettant de concrétiser un séjour à court et moyen terme en Bourgogne.

Leviers de communication :

- Les réseaux sociaux de la marque : différents formats social média seront poussés auprès de la communauté Ile de France /Grand Est / AURA.
- Une newsletter dédiée sera envoyée à la base de prospects Bourgogne
- Une campagne Ad Words

Les dispositifs mis en place renverront vers 2 pages spécialement créées sur le site Internet de La Bourgogne

- Campagne « le Morvan au printemps »

Objectif de campagne : donner envie de découvrir le Morvan pour un weekend au printemps, en mettant en avant des hébergements et des activités "nature".

Cette campagne sera exclusivement digitale. A noter qu'une soixantaine de photos « Morvan Printemps » ont été achetées pour illustrer cette campagne.

Leviers de communication :

- Une campagne adwords
- Les réseaux sociaux de la marque : différents formats social média ont été créés et seront poussés en ads.

COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

- **Nouveaux prestataires en cours de référencement sur le site seminaires.bourgognefranche-comte.com**
 - Lieux de séminaires**
 - Château de Chamirey (71) : en cours de référencement
 - Château de Chaudenay (71) : en cours de référencement
 - Prestataire de team-building**
 - Ecole des Arts Appliqués (21) : en cours de référencement



PROMOTION



BRESIL

- Du 11 au 14 avril** : Action INVINO Brésil
 Opération de promotion qui devait avoir lieu en avril 2020.
 Workshop sur les thématiques de l'oenotourisme et de la Gastronomie. La Bourgogne est l'invité d'honneur.
 Formations BtoB et conférences de presse dans les villes de Sao Paulo et Porto Alègre.
 5 partenaires bourguignons seront présents : OT Dijon Métropole, OT Beaune et Pays Beaunois, Hôtel le Cep à Beaune, le Groupe Bernard Loiseau, l'hôtel le Richebourg et Spa à Vosne-Romanée.

RETOUR SUR ...

- Le 10 mars** : la Community Manager de la marque, accompagnée de la Community Manager de la signature Sortez Chez Vous En Bourgogne-Franche-Comté, ont assisté au CM Day organisé par Côte-d'Or Tourisme et le MuséoParc Alésia. Au programme : journée d'échange avec des présentations interactives, des activités au MuséoFab et la visite du musée.
- La marque a missionné Nicolas GASCARD afin de réaliser un reportage photos. Nous disposons dorénavant de 70 photos sur des thèmes variés tels que hôtels et restaurants (La Barbotière, La Tour cachée, l'Hostellerie d'Aussois), les illuminations de Noël (Dijon), les Paysages de Côte-d'Or sous le givre, ou encore le Saut du Gouloux dans le Morvan.

RELATIONS PRESSE



ALLEMAGNE

- Les 5 et 6 avril** : Tournée médiatique à Cologne et Stuttgart. Présentation des nouveautés de La Bourgogne pour déclencher des idées de reportages.
- Envoi d'un communiqué de presse / Thématique : La Bourgogne éco-responsable avec zoom sur le vélo.



BELGIQUE

- Envoi d'un communiqué de presse / Thématique : Gastronomie et vins de Bourgogne



FRANCE

- Le 13 et 14 avril** : accueil de **Gilles PUDLOWSKI**, en lien avec AURA Tourisme et Provence Tourisme. Visite de la Cité Internationale de la Gastronomie et des Vins, et découverte de l'offre labellisée Expérience remarquable / Vallée de la Gastronomie « **Dijon, parcours étoilé** ».
- Le 31 mars** : parution de **Elle Magazine édition BFC** / assistance presse pour la réalisation d'un article sur l'ouverture de la Cité Internationale de la Gastronomie et des Vins.
- Envoi d'un communiqué de presse pour l'ouverture de la Cité Internationale de la Gastronomie et des Vins et l'Ecole des Vins du BIVB.
- Parution du dossier de presse Œnotourisme / Gastronomie qui sera envoyé à la presse nationale et régionale.
- Envoi d'un communiqué de presse pour le 50ème anniversaire de la convention du patrimoine mondial UNESCO.





MARKETING

- Poursuite du travail initié avec Co-Managing pour structurer le persona suite à l'atelier avec les professionnels du 24 mars. Préparation des trames d'entretiens pour questionner les professionnels du territoire et adapter la stratégie en conséquence. Analyse des statistiques liées au territoire Vosges du Sud

COMMUNICATION ONLINE

- **A partir du 15 avril** : médiatisation et sponsoring des contenus du dossier éditorial print du Parisien Weekend en digital pour atteindre au moins 2 500 visiteurs uniques sur ces contenus. Les thèmes abordés seront principalement orientés autour du patrimoine dans les Vosges du Sud (Chapelle Notre-Dame du Haut, Saint-Colomban, Ceinture fortifiée...)

COMMUNICATION OFFLINE

- **Le 15 avril** : Insertion publicitaire d'1 page dans Le Parisien Weekend
- **Le 22 avril** : parution d'un dossier de 4 pages dédié à la destination Vosges du Sud. Dossier réalisé par la rédaction du Parisien. /

PRESSE



ALLEMAGNE

- **Les 5 et 6 avril** : Tournée médiatique à Cologne et Stuttgart. Présentation des nouveautés Vosges du Sud et déclencher des idées de reportages.



FRANCE

- Envoi d'un communiqué de presse sur le Centenaire du Territoire de Belfort + Belfort Auto Retro et événement au Malsaucy en septembre.
- Envoi d'un communiqué de presse pour le 50ème anniversaire de la convention du patrimoine mondial UNESCO.

RETOUR SUR ...

- **Le 1^{er} mars** : Rencontre politique Vosges du Sud à la Filature de Ronchamp permettant de tracer la direction à prendre pour les Vosges du Sud
- **Le 4 mars** : participation au comité technique des Vosges du Sud animé par Destination 70
- **Le 24 mars** : atelier avec les professionnels, une trentaine de personnes rassemblées à la Filature de Ronchamp pour travailler sur le futur des Vosges du Sud. Au programme, un travail sur les tendances sociétales des clientèles permettant d'aboutir à l'identification de segments de clientèles à capter pour le territoire. Le socle stratégique est en cours de structuration.
- **Le 25 mars** : parution d'une actualité dans Le Parisien Week-end. [A lire ici](#)
- **Le 29 mars** : rencontre des référents techniques du Massif des Vosges travail sur le plan d'actions 2022 et présentation des actions Vosges du Sud. Identification des complémentarités à opérer entre les Vosges du Sud et le Massif des Vosges.

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

VIE DU COLLECTIF

- **NOUVEAUX PRESTATAIRES RÉFÉRENCÉS SUR LE SITE** seminaires.bourgognefranche.comte.com

Pour la marque Montagnes du Jura

Lieux de séminaires

Re-sources Jura à Planche-près-Arbois (39) : <https://seminaires.bourgognefranche.comte.com/dans-les-montagnes/le-gite-du-relais>

La Citadelle de Besançon (25) : en cours de référencement

Pour la marque La Bourgogne

Lieux de séminaires

Château de Chamirey (71) : en cours de référencement

Château de Chaudenay (71) : en cours de référencement

Prestataire de team-building

Ecole des Arts Appliqués (21) : en cours de référencement



DEVELOPPEMENT

- ↳ Qualification de l'offre : mise en place de la co-labellisation avec la destination affaires Besançon pour l'année 2022.

Cette action a pour objectif d'aider les destinations affaires à se développer avec de nouvelles offres MICE référencées sur leur territoire et sur le site seminaires.bourgognefranche.comte.com

Les prestataires concernés par cette action sont les lieux de séminaires, congrès ou réception, organisateurs d'événements et prestataires de team-building.

Quel est le principe de la démarche ?

- La destination affaires fera la promotion du collectif régional auprès d'une sélection de leurs adhérents à labelliser en priorité, les informera des actions menées par le collectif affaires dans les grandes lignes, les démarchera et fera remonter à BFCT une liste de partenaires intéressés.
- BFC Tourisme gèrera en 2022 la labellisation de 10 partenaires sur le territoire de l'agglomération de Besançon (qui répondront aux critères obligatoires de la charte qualité), la saisie des infos affaires et la validation du questionnaire web sur la base de données Décibelles Data.

- ↳ Observation

- Publication du bilan 2021
- Finalisation du travail sur la qualification de l'offre régionale
- Lancement de l'enquête 2022 "nouvelle formule" auprès des prestataires du tourisme d'affaires

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

PROMOTION / COMMUNICATION

- ↳ **Le 5 avril à Paris** : déjeuner de présentation des Palais des Congrès et Parcs des Expositions du club : participation de Dijon Congrexpo et Hello Dole aux côtés de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme qui présentera les autres lieux XXL membres de Bourgogne-Franche-Comté Séminaires & Events.
- ↳ Diffusion du nouveau dossier de presse Nouveautés 2022 - en version numérique - à la presse professionnelle spécialisée française et à la presse quotidienne régionale.
- ↳ **Le 11 avril** : sortie d'un dossier Grand Est /Bourgogne-Franche-Comté dans le magazine **Tendance Nomad**. Le magazine sera également diffusé lors de salons professionnels tels que Event à Cannes (19 – 21 avril 2022) et IMEX à Francfort (31 mai au 2 juin 2022).
- ↳ **NOUVEAU !** Des brochures à la volée présentant les membres du collectif sont disponibles sur le site affaires avec une mise à jour quotidienne.
5 brochures sont accessibles depuis la rubrique seminaires.bourgognefranchecomte.com/brochures
 - Brochure les lieux de séminaires / [Télécharger la brochure](#)
 - Brochure les lieux de réception / [Télécharger la brochure](#)
 - Brochure les lieux de congrès / [Télécharger la brochure](#)
 - Brochure les organisateurs d'événements MICE / [Télécharger la brochure](#)
 - Brochure les prestataires de team-building et de services / [Télécharger la brochure](#)
- ↳ Les fiches techniques de tous les membres du collectif affaires seront diffusées régulièrement via les newsletters, lors d'actions de promotion
- ↳ Lancement du travail pour l'organisation du workshop régional Mon Event Ma Région qui aura lieu **le jeudi 16 juin prochain à la Commanderie de Dole**. Rencontre entre une trentaine de membres du collectif et une centaine d'acheteurs (entreprises, agences, associations, fédérations, etc.) basés en Bourgogne-Franche-Comté. Une agence en cours de recrutement travaillera sur l'organisation de cet événement professionnel en lien avec Bourgogne-Franche-Comté Tourisme et le comité de pilotage mobilisé pour cette action.
- ↳ **Courant avril** : envoi d'une newsletter de fidélisation (selon le nouveau modèle créé en interne) au fichier de prospects tourisme d'affaires. Les nouveautés du collectif seront à l'honneur.
- ↳ **Création d'une fiche Google My Business** pour le collectif Bourgogne-Franche-Comté Séminaires & Events qui aura pour but de capter de nouvelles demandes.

RETOUR SUR ...

- ↳ 90 demandes de devis / renseignements pour des événements professionnels à la suite d'actions du collectif affaires au cours du 1er trimestre 2022 :
 - Janvier : 10
 - Février : 32
 - Mars : 48
 Tous les acheteurs ont pu recevoir de la part de BFC Tourisme des conseils personnalisés en fonction de leur cahier des charges.
- ↳ Parution de 6 articles spontanés dans le magazine **ENTREPRENDRE**, diffusé à 25 000 exemplaires. Cette visibilité fait la part belle aux 7 destinations affaires du Collectif, à la Saline Royale, aux activités de team-building, à la Vallée de l'Yonne et d'autres adresses pour accueillir les événements professionnels

FILIERE PATRIMOINE

VIE DU COLLECTIF



↳ **En 2022, le Collectif compte 51 membres.**

7 nouveaux membres ont rejoint le Collectif Patrimoine : le Château de Ray-sur-Saône, le musée de Champlitte, les Forges de Baignes, les Offices de Tourisme Haut-Jura Saint -Claude, Arcade Morez, Pays du Châtillonnais et Creusot-Montceau.

DEVELOPPEMENT

↳ **Le 1^{er} avril** : webinar de présentation de l'outil GuestViews par Tiphaine GANDIN.

Cette année, cet outil sera ouvert aux sites de visite dont la fréquentation dépasse les 5 000 visiteurs / an. Une dizaine de licences reste à pourvoir à ce jour. Ce rendez-vous permettra à chacun de voir si la proposition peut l'intéresser. Un bulletin d'engagement sera envoyé à la suite du webinar.

Prochaine étape du projet : constituer un comité de rédaction chargé de mettre en place l'interface d'écoute visiteur (rédaction du questionnaire affiché dans tous les sites partenaires).

↳ **Le 7 avril** : atelier créatif "Conception d'offres" à Autun, en présence de Co-Managing.

À la suite de la restitution des entretiens qualitatifs réalisés par le cabinet June Marketing, 2 personae ont été imaginés. Ils serviront de base au groupe qui sera amené à réfléchir à la création d'offres de visite adaptées aux nouvelles tendances et à la demande des clientèles expert patrimoine.

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION A DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- Création, diffusion et promotion d'un **nouveau Podcast ARTIPS dédié à Belfort qui fête cette année les 100 ans du Département**.
- 1^{ère} conférence en ligne en partenariat avec le TO **TERRA NOBILIS** : conférence diffusée auprès d'un large public expert. La communication sera assurée conjointement par **STORIA MUNDI**, en charge de la gestion de la plateforme de conférences, et le CRT : vidéos de teasing, posts Facebook, push dans la e-letter de **STORIA MUNDI** et auprès des clients du T.O. 3 autres conférences sont prévues ultérieurement.
- Diffusion sur les réseaux sociaux du 2^{ème} Instant Experience sur la thématique de l'archéologie.

COMMUNICATION A DESTINATION DE LA CIBLE GENERALISTE

DANS LE CADRE DU COLLECTIF LA BOURGOGNE – MONTAGNES DU JURA – VOSGES DU SUD

- Envoi de communiqués de presse pour le 50^{ème} anniversaire de la convention du patrimoine mondial UNESCO.

RETOUR SUR ...

- **Le 15 mars** : restitution des entretiens qualitatifs auprès des clientèles Expert Patrimoine par le Cabinet June Marketing. 2 segments de clientèles avaient été étudiés : les millennials et les seniors actifs.
- **Le 30 mars** : participation en tant que visiteur à **Museum Connection à Paris**, événement dédié aux professionnels de la culture, des arts, du patrimoine et du tourisme (365 exposants – 3 500 visiteurs attendus dont 35% d'internationaux pour l'édition 2022). Des conférences, des speed dating et ateliers rythment ces 2 journées de rencontres et d'échanges.
- **Le 31 mars** : participation aux Rencontres Régionales du Tourisme - journée organisée en vue d'alimenter le prochain Schéma régional de Développement touristique et de loisirs de la région. Co-animation de l'atelier dédié au tourisme patrimonial.

FILIERE ITINERANCE

DEVELOPPEMENT

- Elaboration des personae itinérance en vue de la préparation des ateliers créatifs / de brainstorming pour la conception d'offres expérientielles

OBSERVATION

- Publication du bilan 2021 du tourisme fluvial
- Restitution nationale des résultats de l'étude de fréquentation et de clientèle sur les Chemins de Compostelle

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION A DESTINATION DES HABITANTS

- Participation à la campagne de printemps qui aura lieu entre avril et juin. Cette campagne proposera aux habitants de s'aérer au printemps, le temps d'un weekend, en découvrant les canaux et voies navigables de la région. Création d'1 page web autour de 4 offres de loueurs + 1 page dédiée aux activités pour profiter des canaux. Cette campagne sera déclinée sur le site web, la newsletter, achat google ADS et sponsorship sur les réseaux sociaux.

COMMUNICATION A DESTINATION DE LA CIBLE GENERALISTE

DANS LE CADRE DU COLLECTIF LA BOURGOGNE

- Campagne « le Morvan au printemps »
Objectif de campagne : donner envie de découvrir le Morvan pour un weekend au printemps, en mettant en avant des hébergements et des activités "nature". Cette campagne sera exclusivement digitale.

DANS LE CADRE DU COLLECTIF MONTAGNES DU JURA

- **Le 1^{er} avril** : conférence de presse France Montagnes en direct des Montagnes du Jura. Présentation à la presse des actualités de la saison estivale des massifs montagneux français.

COMMUNICATION A DESTINATION DE LA CIBLE EXPERT

- Lancement de l'accompagnement par ThinkMyWeb sur l'étude des plateformes digitales (Outdoor active, Hello Waiz, FFRP, KOMOOT...) sur la faisabilité et la pertinence de partenariats de communication
- Mise à jour des contenus BFC sur France Vélo Tourisme, ajouts d'itinéraires : le Tour du Jura sportif et la Petite GTJ (tronçon du Doubs).

RETOUR SUR ...

- ↳ **Du 17 au 20 mars - Salon Destinations Nature** : le jeu concours organisé sur le stand Bourgogne-Franche-Comté a permis de collecter plus de 700 contacts, grâce à l'implication et à la générosité de nos partenaires exposants (23 lots étaient en jeu, dont 3 séjours). Tirage au sort de deux lots chaque jour sur la Grande Scène du salon.

GRANDE TRAVERSEE DU MASSIF CENTRAL A VTT

- **Le 14 avril** : Comité de Pilotage de la GTMC à Saint-Flour

FILIERE OENOTOURISME

DEVELOPPEMENT

- **Le 14 avril** : restitution de entretiens menés par June Marketing fin 2021.
A la suite de cette restitution, des travaux seront menés afin de définir des persona spécifiquement orientés œnotourisme et les mettre en corrélation avec les persona des marques de destination Bourgogne et Jura.
Courant mai, une journée d'atelier sera organisée afin de travailler à l'adaptation d'offres en fonction de ces persona ainsi qu'à l'élaboration d'idées séjours.



PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION A DESTINATION DE LA CIBLE GENERALISTE

DANS LE CADRE DU COLLECTIF LA BOURGOGNE

- **Le 31 mars** : parution de **Elle Magazine édition BFC** / assistance presse pour la réalisation d'un article sur l'ouverture de la Cité Internationale de la Gastronomie et des Vins.
- Parution du dossier de presse Œnotourisme / Gastronomie qui sera envoyé à la presse nationale et régionale.

COMMUNICATION A DESTINATION DE LA CIBLE EXPERT

DANS LE CADRE DU COLLECTIF LA BOURGOGNE

- Envoi d'un communiqué de presse pour l'ouverture de la Cité Internationale de la Gastronomie et des Vins et l'Ecole des Vins du BIVB.

FILIERE GASTRONOMIE

VIE DU COLLECTIF

VALLEE DE LA GASTRONOMIE

- **Les 6 et 29 avril** : comités éditoriaux de la Vallée de la Gastronomie
- **Les 8 et 22 avril** : réunion du groupe « Offres »

PROMOTION / COMMUNICATION



FRANCE

- **Le 13 et 14 avril** : accueil de **Gilles PUDLOWSKI**, en lien avec AURA Tourisme et Provence Tourisme. Visite de la Cité Internationale de la Gastronomie et des Vins, et découverte de l'offre labellisée Expérience remarquable / Vallée de la Gastronomie « **Dijon, parcours étoilé** ».

OBSERVATION / ORT

↳ **Tourisme d'affaires :**

Publication du bilan 2021

Finalisation du travail sur la qualification de l'offre régionale

Lancement de l'enquête 2022 "nouvelle formule" auprès des prestataires

↳ Publication du bilan 2021 du tourisme fluvial

↳ Participation à la présentation des résultats nationaux de l'étude de fréquentation des Chemins de Compostelle

INGENIERIE / DELEGATION ATOUT FRANCE

↳ Visite de la Citadelle et du Lion de Belfort dans le cadre du diagnostic marketing dont bénéficie le site.

TOURISME ET HANDICAP

↳ **Le 5 avril** : Commission régionale Tourisme et Handicap à Besançon

RETPOUR SUR

↳ **Le 28 mars** : ADN Tourisme a proposé aux membres Tourisme et Handicap de BFC une formation sous format webinaire de l'outil de gestion des marques nationales du tourisme.

DEMARCHE QUALITE TOURISME

↳ **Le 5 avril** : Commission Régionale Qualité Tourisme à Besançon

↳ Nouveaux inscrits au dispositif Qualité Tourisme :

- L'hôtel-restaurant Les Alpagnes à Bonlieu (39)
- Hostellerie du Cèdre à Beaune (21)
- Le village vacances Vallée de l'Yonne à Armeau (89)
- Le camping des grottes à Azé (71)
- L'hôtel-restaurant le Val d'Or à Mercurey (71)

TOURISME DURABLE

↳ **Action sur infodurable.fr** - le premier média d'info en continu dédié au Développement Durable.

A l'occasion de la parution du n° #10 (daté avril/juin 2022), intitulé « Vacances écolo, mode d'emploi », Info Durable s'est rapproché de BFC Tourisme pour proposer 1 partenariat de communication, d'une portée de 450.000 personnes, qui permettra de mettre en avant la Bourgogne-Franche-Comté tout au long de la chaîne de publication, via la suggestion d'expériences à faire vivre aux lecteurs.

- **Du 15 mars au 4 avril / avant la parution du magazine** : campagne de financement participative sur Ulule
1 newsletter dédiée (50.000 abonnés) + 100.000 bannières sur infodurable.fr + 4 posts réseaux sociaux (70.000 abonnés),
- **Du 4 au 18 avril / à la parution du magazine**
1 article sur le slow tourisme et 1 insertion publicitaire « tourisme fluvial »
1 jeu-concours sur infodurable.fr comprenant 1 newsletter dédiée (envoi à 16.000 abonnés) + 50.000 bannières + 4 posts réseaux sociaux avec récupération des adresses mails des joueurs.
- Suite à la publication du magazine
1 article en co-édition en ligne sur des hébergements éco-responsables (publication en Home Page de l'article + lien disponible et consultable à vie + mise en avant dans la newsletter ID (50.000 abonnés) et sur les réseaux

VIE STATUTAIRE

- ↳ **Le 5 avril** : journée départementale MASCOT dans l'Yonne à Chablis
- ↳ **Le 19 avril** : journée départementale MASCOT pour la Haute-Saône et le Territoire de Belfort à Vesoul

ACCOMPAGNEMENT DES OT

PILOT

- ↳ **Les 12 et 13 avril** : 1er atelier d'exploitation des données.
Les ateliers d'exploitations sont la suite des ateliers de saisie. Le but est que les structures puissent identifier correctement les faits saillants liés à leur gestion et aux moyennes nationales avec lesquelles ils peuvent se comparer pour pouvoir adapter leurs stratégies.

QUALITÉ

- ↳ La MASCOT en tant que Relais Territorial sur le développement de la marque Qualité Tourisme propose à ses adhérents un accompagnement dans l'obtention de la marque.
Ainsi, l'Office de Tourisme de Lons-le-Saunier a demandé un audit blanc de sa structure afin de préparer son accession à la marque.
Ce premier audit permet de mettre en avant les points forts et les points d'améliorations qui peuvent être nécessaires à l'obtention du label

FORMATION

- ↳ **Diffusion du plan de formation MASCOT 2022** auprès des OT. Les collaborateurs des ADT et du CRT pourront participer aux formations proposées dans ce plan de formation.

DECIBELLES DATA

- ↳ **Le nouveau module accueil a été livré.** Les Offices de Tourisme qui le souhaitent peuvent tester la version bêta en ligne. A l'issue de cette phase de test, ce module sera accessible par tous les utilisateurs régionaux. Cette nouvelle version du module accueil vise à améliorer et simplifier le travail des conseillers en séjours en offrant une meilleure ergonomie de l'outil. Il sera également plus aisé de reprendre un contact client et de suivre les informations qui lui auront été transmises.

AUTRES ACTIONS

↳ **Le projet Confidences :**

Le 7 avril : organisation, dans le territoire du Haut-Doubs, du dernier rendez-vous avec les Agitateurs sur la collecte de données.

Pour rappel, le projet avait été lancé en 2020 en partenariat avec les Agitateurs et 15 territoires pilotes. La crise sanitaire a retardé la conclusion de cette première phase d'atelier, qui prendra fin le 6 avril prochain à Pontarlier.

La seconde phase de ce projet prévoit un retour auprès des structures pilotes afin de traiter la première collecte de Confidences et les qualifier.

Les autres territoires qui le souhaitent pourront également suivre une mini formation afin de pouvoir animer les ateliers de collectes avec les habitants et les professionnels.

RETOUR SUR ...

↳ **MELTING P'OT 2022**

La deuxième édition du Melting P'OT a réuni les Offices de Tourisme de toute la Bourgogne-Franche-Comté au Consortium à Dijon.

Le temps d'une journée, ce lieu d'exposition d'art contemporain s'est transformé en lieu de rencontre afin d'échanger autour de la problématique : ***"Comment les professionnels de Bourgogne-Franche-Comté peuvent-ils construire ensemble un tourisme conscient, positif et engagé ?"*** ».

Tables rondes et ateliers ont participé au dynamisme de cette journée où les membres des Offices de Tourisme ont enfin pu se retrouver.