

LA FABRIQUE A SITES

- ↳ **OT Morvan Sommets et grands lacs** : mise en ligne du site début avril
- ↳ **ADT Yonne** : mise en ligne du site le 24 avril
- ↳ **Le Parc Naturel Régional du Morvan** : les maquettes d'intention ont été présentées le 20 mars. Quelques ajustements sont à prévoir avant de lancer le design complet du site.
- ↳ **OT Haut-Jura Saint-Claude** : les maquettes du site sont en cours de validation. Les développements vont bientôt commencer.

DÉCIBELLES DATA

- ↳ **L'itinérance mise en valeur sur Décibelles Data**
Les travaux débutés en 2022 pour la mise en valeur et la qualification des itinéraires touristiques de la région continuent en 2023 avec la création de topo-guides et des brochures automatiques.
Le Comité Technique Décibelles Data s'est réuni le 3 mars pour définir le contenu d'une brochure régionale qui sera mise à disposition des Offices de Tourisme pour éditer des fiches itinéraires.
- ↳ **Les itinéraires touristiques de Bourgogne-Franche-Comté en OPEN DATA !**
Depuis fin 2018, les données Décibelles Data sont diffusées en open data sur la plateforme nationale Data Tourisme. Les itinéraires touristiques viennent s'ajouter aux offres d'hébergement, d'activités et d'agenda déjà publiés sur Data Tourisme. Les développements qui ont débutés début mars seront finalisés début avril.
- ↳ **Passerelle Geotreck**
Une passerelle pour la récupération des itinéraires saisis sur la plateforme Geotreck du Jura est à l'étude. L'interopérabilité des différents outils est essentielle pour éviter la multi-saisie.
- ↳ **Nouveau partenariat**
Dans le cadre de la refonte de son site internet, la ComCom du Grand Pontarlier a décidé d'afficher les événements de Décibelles Data dans sa rubrique Agenda.

RÉUNIONS STATUTAIRES 2023

- 4 mai 2023** : Assemblée Générale de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme à Dijon
- 5 octobre 2023** : Conseil d'Administration de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme

AGENDA

- 3 avril** : point tourisme entre le Conseil Régional et BFC Tourisme
- 4 avril** : réunion du Club Utilisateurs des partenaires adhérents au Pass Découverte (en visio)
- 4 avril** : Comité technique Voie Bleue
- 5 avril** : Comité de pilotage SRDTL
- 5 avril** : point stratégique, politique et opérationnel avec le président BFC Tourisme et les présidents des ADTs pour la destination La Bourgogne
- Le 6 avril** : présentation du projet Les Confidences aux OT de Côte-d'Or
- 17 avril** : CODIR digital
- 18 avril** : CODIR
- 18 avril** : Comité technique Échappée Jurassienne
- 18 avril** : réunion avec VNF pour refonte de l'observatoire national du tourisme fluvial
- 19 avril** : Comité opérationnel Montagnes du Jura
- 28 avril** : webinaire dédié au Collectif Tourisme d'Affaires

DÉPART

Héloïse Henriet quittera BFC Tourisme fin avril, après 5 ans et demi de présence au service comptabilité et 2 ans sur le dossier VVF. Elle part pour de nouvelles aventures. Merci à elle.

À DESTINATION DES HABITANTS

AGENDA

- Réunion de travail avec la direction du Transport de la région et la direction TER SNCF BFC pour la mise en oeuvre d'actions de partenariats et mise à l'esprit de la signature Sortez Chez Vous auprès des utilisateurs des transports régionaux. "

COMMUNICATION DÉDIÉES AUX FILIERES

Filière Patrimoine

- **Le 5 avril** : partage du podcast Artips sur la Charité-sur-Loire sur [Facebook @bourgognefranchecomte.tourisme](#) avec sponsorship. Suivez-nous ! #SORTEZCHEZVOUS

Filière Itinérance

- Mise en avant sur le site [Mobigo](#) d'une bannière "faire du bateau, la bonne idée du printemps". Cette bannière renvoie vers la page dédiée à cette thématique et aux idées week-ends sur les canaux <https://www.bourgognefranchecomte.com/faire-du-bateau-au-printemps/>

PASS DÉCOUVERTE RÉGIONAL

- **Le 4 avril (en visio)** : 1ère réunion du Club Utilisateurs des partenaires adhérents au Pass Découverte, A l'ordre du jour : bilan des 2 années d'utilisation du Pass, présentation des nouveautés, des grandes orientations, du plan de communication 2023 et temps d'échanges sur les besoins et attentes des adhérents.
- 5 nouveautés pour le Pass sont mises en place en 2023 pour dynamiser les ventes :
 - Les 3 formules (3j/7j/1 an) sont valables pendant une année complète
 - Le Pass annuel donne droit dorénavant à 3 entrées gratuites ou avec réductions par site (au lieu de 1 actuellement)
 - 1 Pass adulte acheté donne droit à 1 enfant accompagnant gratuit
 - Le Pass solidaire devient le Pass à tarif réduit : 50% de réduction sur l'achat d'un Pass annuel. Ce tarif est accessible aux familles à revenus modestes, aux étudiants, aux personnes en recherche emploi, aux personnes à mobilité réduite et aux seniors +65 ans.
 - Etendre les offres de loisirs pour toucher une clientèle plus familiale.
- **De nouveaux partenaires rejoignent le Pass découverte :**
 - Parc Naturel du Boutissaint (89)
 - Château de Maulnes (89)
 - Établissement thermal de Santenay - Spa (21)
 - Parc des Combes (71)
 - Domaine La Croix Montjoie (89)
 - Fruitière Viticole d'Arbois (89)
- Début du plan de communication courant avril.
- Impression d'un nouveau dépliant dédié au Pass Découverte **voir en PJ** – tirage 45 000 exemplaires. Diffusion sur le territoire via le réseau Distribrochures, les sites partenaires et les OT.
- Envoi d'un courrier aux comités d'entreprises de la région pour leur proposer l'achat de Pass à tarif préférentiel pour leurs salariés.
- **Le 6 avril** : envoi d'une newsletter aux abonnés Sortez Chez Vous.

À DESTINATION DES HABITANTS

PRODUCTION DE CONTENUS

- Création de contenus sur bourgognefranche.comte.com:
 - 1 sélection d'hébergements à tester en famille : [à lire ici](#)
 - 1 sélection d'hébergements pour une escapade à deux : [à lire ici](#)

RETOUR SUR ...

- **Le 9 mars**, envoi d'une newsletter aux abonnés Sortez Chez Vous en BFC proposant de nouvelles adresses d'hébergements : [voir la newsletter ici](#)
 - Fichier : 39 281 abonnés Sortez Chez Vous en BFC
 - Taux d'ouverture : 22,55%
 - Taux de clic : 2,90%
 - Taux de réactivité : 14,55%Cette Newsletter a généré près de 1 400 visites sur notre site et un taux partenaire de 3,24%

VIE DU COLLECTIF

- **Le 19 avril** : comité opérationnel
- **Fin avril** : séance de travail avec les OTs, ADTs, PNRs, GTJ, ENJ sur la production d'idées séjours thématiques + contenus pour le magazine de destination grand public de la marque.

MARKETING

- **CHARTRE ET LOGO/MARQUEUR**
Nouveau et pratique : mise en place d'un formulaire automatique de commande des marqueurs et de la charte graphique de Montagnes du Jura.
[Disponible ici](#)

COMMUNICATION ONLINE

- **CAMPAGNE SEA PRINTEMPS**
La campagne SEA lancée le 3 mars dernier se poursuivra jusqu'au 31 mai
OBJECTIFS :
 - Conquête de nouvelles clientèles sur Grand Paris et Grand Est (Strasbourg, Mulhouse, Nancy, Reims, Troyes)
 - Sécurisation des requêtes d'exploration sur France entière.
 Entre le 3 et 20 mars : la campagne a déjà généré 3 267 visites.
Taux intérêts partenaires : 5,72 %
Taux intérêts brochures : 7,77 %
- **CAMPAGNE SEA ÉTÉ**
La campagne sera lancée début avril jusqu'à la mi-août.
- **PARTENARIAT MEDIA AVEC [LES OTHERS](#)**
LES OTHERS : Média d'inspiration pour les passionnés d'outdoor, de voyages et de photographie depuis 10 ans. C'est la plus grande communauté de passionnés d'outdoor et de nature en France : 189 000 abonnés. Production d'une aventure « randonnée dans les Montagnes du Jura » pour valoriser le PNR du Doubs Horloger + médiatisation.
L'aventure aura lieu du 7 au 11 avril au fil du Doubs de Saint Hyppolite à Villers-Le-Lac.
OBJECTIF : capitaliser sur un média à forte audience en phase avec le positionnement « Petites et Grandes Explorations » de la marque et sur le volet écoresponsable.

Plan média

- ↳ Articles web avec renvoi vers le site de la marque
- ↳ Valorisation sur les réseaux sociaux (YouTube, Instagram, Facebook, TikTok)
- ↳ Production de vidéos
- ↳ Valorisation dans la Eletter des Others
- ↳ Création d'un "fanzine" (fan magazine, document imprimé) pour raconter l'aventure.
- ↳ 20 photos libres de droit

COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

FILIERE AFFAIRES

- Nouveaux partenaires en cours de référencement sur seminaires.bourgognefranche-comte.com
Lieux de séminaires : Les 3 Ponts à Cusance
Prestataires de team-building : Emulsion à Montbéliard - Daudey Organisation à Bart

- Nouveaux partenaires mis en ligne sur seminaires.bourgognefranche-comte.com
Lieux de séminaires
 Maison de l'Economie à Besançon – [voir la fiche](#)
 Château de la Dame Blanche à Geneuille – [voir la fiche](#)
 Aux Ateliers à Miserey-Saline – [voir la fiche](#)
 La Caborde à Orbagna – [voir la fiche](#)
Prestataires de team-building
 Culture Jeux à Besançon – [voir la fiche](#)

PRODUCTION DE CONTENUS

- **Articles en cours de rédaction + mise en ligne prévue en avril**
 - Les meilleurs spots de pêches des Montagnes du Jura
 - La Source de la Saine
 - Un territoire franco-suisse ou jouer à saute frontières depuis les Montagnes du Jura
 - Pontarlier
 - 3 contenus idées séjours sur la thématique du Comté

- **Nouveau contenu en ligne**
 - Le Lac de Remoray : <https://www.montagnes-du-jura.fr/lacs-cascades-et-sources-dans-les-montagnes-du-jura/les-lacs-du-jura-innombrables-et-varies/lac-remoray/>
 - Les hébergements pour passer l'été au frais : <https://www.montagnes-du-jura.fr/selection-dhebergements-pour-un-sejour-reussi/selection-dhebergements-ete-frais/>

- **Mise à jour de contenus**
 - Le Top des Etoilés : <https://www.montagnes-du-jura.fr/sejourner/restaurants/tous-les-restaurants/le-top-des-restaurants-etoiles/>
 - Le Top des Festivals : <https://www.montagnes-du-jura.fr/sejourner/agenda/le-top-des-festivals/>

PROMOTION

- Envoi d'un push mail auprès de nos prospects groupes francophones, en collaboration avec Jura Tourisme.

RESEAUX SOCIAUX

- **Phase 1 de la campagne printemps :**
Facebook : Instant experience, vidéos ciblés persona avec renvois vers pages spécifiques du site MDJ,
Instagram : 2 reels en organique + sponsorisés
Tiktok : 1 à 2 reels sponsorisés

RETOUR SUR ...

- Envoi d'une newsletter aux 631 000 prospects d'ANWB Reizen pour leur annoncer le nouveau produit combiné Bourgogne / Montagnes du Jura [15-DAAGSE CAMPINGRONDEIS BOURGOGNE & JURAGEBERGTE](#) / mis au point à la suite du démarchage de novembre 2022.
- Suite envoi enews de printemps début mars : 62 302 destinataires. 15% Taux d'ouverture. 15,3% Taux de réactivité.
- **Le 30 mars** : démarchage de l'agence VERDIÉ Voyages en Auvergne-Rhône-Alpes (agent de voyages et autocariste) avec Jura Tourisme.
- **Top post de mars**
[Post instagram du 13 mars](#) / le chat forestier 13 320 likes.

RELATIONS PRESSE



PAYS-BAS

- **Du 9 au 16 avril** : accueil de **RAIL AWAY**, programme de la TV néerlandaise sur la Ligne des Horlogers en lien avec Doubs Tourisme. Nous avons déjà accueilli l'équipe en 2020 sur la Ligne des Hirondelles, plus de 800 000 téléspectateurs avaient découvert les MDJ durant les congés de fin d'année 2020. Belle visibilité de la destination via ce canal de diffusion, peu habituel pour la destination.

LA BOURGOGNE

VIE DU COLLECTIF



- **Le 5 avril** : point stratégique, politique et opérationnel avec le président BFC Tourisme et les présidents des ADTs autour des grandes orientations de la destination La Bourgogne pour les prochaines années.
- **Le 6 avril** : lancement de la saison touristique de Route 71- Bourgogne du Sud, au Château de Pierre-de-Bresse

COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

- Poursuite du partenariat annuel avec **OK VOYAGE** le blogzine de voyage (audience moyenne / mois = 300.000 visiteurs).
En avril mise en ligne de 2 articles : l'un dédié aux villes à visiter pour un city break et l'autre dédié au top 10 des châteaux à découvrir en Bourgogne.

Retour sur : [lire l'article](#) de mars dédié aux incontournables de la Côte d'Or.
- Envoi d'une enews aux prospects (environ 22 500 contacts) qui ont manifesté de l'intérêt pour recevoir de l'actualité sur la destination.
Thématique : le top des châteaux à découvrir au printemps

RESEAUX SOCIAUX

- **Le 11 avril** : comité stratégique dédié aux réseaux sociaux de la marque avec l'agence de Social Média My Destination
- Plus de 17 000 abonnés suivent notre fil Instagram désormais. N'hésitez pas à vous abonner <https://www.instagram.com/mybourgogne/> Pensez à communiquer sur le hashtag #labourgogne.

MARKETING

- **Le cahier d'Idées séjours ou comment adapter son offre au positionnement de La Bourgogne est [disponible ici](#)**
Pour rappel, ce cahier est un document de travail à utiliser pour enrichir votre offre touristique. Il comprend :
 1. Les facteurs clés de succès d'une offre adaptée au positionnement de La Bourgogne (= La Reconnexion Intense) et aux clientèles prioritaires de la destination (notre persona = Le Classique Naturel)
 2. Des exemples inspirants d'expériences idéales et d'idées séjours
 Pour mieux appréhender les enjeux, nous avons illustrer ces propos en images « Pourquoi un cahier d'idées séjours ? » [voir la vidéo](#)

PRODUCTION DE CONTENUS

- La page d'accueil du site a été mise aux couleurs du printemps.
Nous faisons d'ailleurs un focus sur le canal du Nivernais et la Route des Grands Crus dans le cadre de la mise en valeur de la campagne de printemps des ADTs.
- Rédaction de nouveaux articles web + mise en ligne :
 - Visites insolites : la Bourgogne autrement : <https://www.bourgogne-tourisme.com/sejourner/visiter-se-cultiver-et-samuser-en-plein-air-en-bourgogne/visites-insolites/>
 - Sur les traces de Bussy Rabutin : <https://www.bourgogne-tourisme.com/decouvrir/patrimoine-et-musees/bourguignons-celebres/bussy-rabutin/>
- Des articles ont été également mis à jour afin de valoriser de nouveaux événements.

LA BOURGOGNE

COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

FILIERE AFFAIRES

- Nouveaux partenaires en cours de référencement sur seminaires.bourgognefranchecomte.com
Destinations Affaires : Nevers
Lieux de séminaires : L'Espace Apogée à Prémercy - Le DFCO et la Cuverie à Dijon Le Château de Saint-Aubin - Le Musée des Ursulines à Mâcon, La salle polyvalente de la mairie de Péronne.
Agences événementielles : Soon Evenements à Dijon
- Nouveaux partenaires mis en ligne sur seminaires.bourgognefranchecomte.com
Lieux de séminaires
La Demeure les Arbillons à Bourgvilain : [voir la fiche](#)
Salt & Pepper à Dijon : [voir la fiche](#)
Bières Expérience(s) à Beaune : [voir la fiche](#)
Les Cabottes à Change : [voir la fiche](#)

RELATIONS PRESSE



ROYAUME-UNI

- **Du 17 au 20 avril** : accueil de **Anthony PEREGRINE**
Thème de l'accueil : sur les traces de François Pompon.
Le reportage paraîtra dans le Daily Telegraph.



PAYS-BAS

- **Du 26 au 27 avril** : accueil de **Paul BENJAMINSE** sur le secteur de Chalon-sur-Saône. Il vient reconnaître les itinéraires vélo pour son guide vélo "Véloroute du Soleil".

PROMOTION

- Envoi d'un push mail auprès des prospects groupes, francophones en collaboration avec Côte-d'Or Attractivité et les hôtels-restaurants Le Rempart et Les 7 Fontaines à Tournus.

RETOUR SUR ...

- Envoi d'une newsletter aux 631 000 prospects d'ANWB Reizen pour leur annoncer le nouveau produit combiné Bourgogne / Montagnes du Jura [15-DAAGSE CAMPINGRONDREIS BOURGOGNE & JURAGEBERGTE](#) / mis au point suite au démarchage de novembre 2022.
- **Les 15 et 29 mars** : visites de membres pour mise à jour de la charte de BFC Séminaires & Events :
Le Logis-Saint-François à Vermenton
L'Hôtel de La Poste et du Lion d'Or 4* à Vézelay
La Maison du Beuvray à Saint-Léger-sous-Beuvray
- **Le 23 février** : envoi d'une enews à la base de prospects. Intitulé de la enews : **Direction la Bourgogne pour des vacances sur l'eau**. Le taux d'ouverture s'élève à 30 % et le taux de clics à 4,43%.
- **Le 30 mars** : démarchage de l'agence VERDIÉ Voyages en Auvergne-Rhône-Alpes (agent de voyages et autocariste) avec Jura Tourisme.
- **Les top posts du 1^{er} trimestre**
Sur Instagram : [publication du 23 mars](#) / Chatillon-sur-Seine (membre du Collectif La Bourgogne) 1 993 likes et 13 752 impressions.
Sur Facebook : [post du 15 janvier](#) / la Roche de Solutré et un zoom sur son classement au réseau Natura 2000 pour la préservation de sa biodiversité.
7 183 personnes touchées / 2 600 likes / 311 partages et 179 commentaires



VIE DU COLLECTIF

- **Le 12 avril** : participation de BFC Tourisme à l'atelier SRDTL organisé par le Grand Est pour établir les nouvelles priorités de la destination "Vosges".

MARKETING

- La charte éditoriale du Massif des Vosges sera achevée en avril et communiquée pour être utilisée par les membres du collectif.

COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

- **CAMPAGNE DE PRINTEMPS**
Période de campagne : du 27 mars au 4 avril
 - Lancement de la campagne en TV replay + YouTube + social ads auprès de la zone des Hauts-de-France. L'ensemble des éléments seront portés par les outils du Massif des Vosges.
 - Lancement mi-avril de la campagne printemps en Allemagne avec un dispositif de publi-rédactionnels dans des journaux frontaliers et des publications en social-média.

PRODUCTION DE CONTENUS

- **Le 17 avril** : livraison de la nouvelle carte touristique financée par le collectif Vosges du Sud, piloté techniquement par Destination 70.
- Réunion du groupe « Création de contenus » pour établir les priorités de la campagne de vidéos Vosges du Sud. Le budget prévu est de 6 200 € TTC, l'idée sera donc de prioriser les lieux pour ne pas dépasser le budget.

RETOUR SUR ...

- 2 pages de contenus "d'atterrissage" ont été créées afin de porter la campagne printemps. Les clientèles pourront découvrir une idée séjour "bien-être-simplicité" et une idée séjour "insolite" sur le site Internet du Massif des Vosges. 8 pages d'expériences ont également été mises en ligne grâce à l'apport de contenus des Offices de Tourisme.

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

VIE DU COLLECTIF

- Nouveaux partenaires en cours de référencement sur seminaires.bourgognefranche.comte.com

Pour la destination La Bourgogne

Destinations Affaires

Nevers

Lieux de séminaires

L'Espace Apogée à Prémercy

Le DFCO et la Cuverie à Dijon

Le Château de Saint-Aubin

Le Musée des Ursulines à Mâcon

La salle polyvalente de la mairie de Péronne

Agences événementielles

Soon Evenements à Dijon

Pour la destination Montagnes du Jura

Lieux de séminaires :

Les 3 Ponts à Cusance

Prestataires de team-building :

Emulsion à Montbéliard

Daudey Organisation à Bart

- Nouveaux partenaires mis en ligne sur seminaires.bourgognefranche.comte.com

Pour la destination La Bourgogne

Lieux de séminaires

La Demeure les Arbillons à Bourgvilain : [voir la fiche](#)

Salt & Pepper à Dijon : [voir la fiche](#)

Bières Expérience(s) à Beaune : [voir la fiche](#)

Les Cabottes à Change : [voir la fiche](#)

Pour la destination Montagnes du Jura

Lieux de séminaires

Maison de l'Economie à Besançon – [voir la fiche](#)

Château de la Dame Blanche à Geneuille – [voir la fiche](#)

Aux Ateliers à Miserey-Saline – [voir la fiche](#)

La Caborde à Orbagna – [voir la fiche](#)

Prestataires de team-building

Culture Jeux à Besançon – [voir la fiche](#)

PROMOTION / COMMUNICATION

- **D'avril à fin juin** : campagne adwords de printemps
- Mise en place d'un workplace : plateforme digitale d'échanges sur LinkedIn entre les membres du collectif
- **Le 28 avril** : webinar dédié au collectif affaires - 2 sujets abordés :
 - Présentation de la plateforme ARTIPS développement durable / animé par Catherine DEMOLY
 - Les bonnes pratiques sur LinkedIn et présentation du workplace / animé par Manon LEGROS

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

RETOUR SUR ...

- **Les 15 et 29 mars** : visites de membres pour mise à jour de la charte de BFC Séminaires & Events :
Le Logis-Saint-François à Vermenton
L'Hôtel de La Poste et du Lion d'Or 4* à Vézelay
La Maison du Beuvray à Saint-Léger-sous-Beuvray

LES CHIFFRES DU MOIS (15 FEVRIER AU 15 MARS)

▪ **Post LinkedIn**

Les nouveautés du mois de janvier / post du 16 février

653 impressions

23 réactions

3,68% Taux de clics

8,58 % Taux d'engagement

Mise en avant de la destination Yonne / post du 23 février

7 436 impressions

21 réactions

3,47% Taux de clics

8,87 % Taux d'engagement

- A/B testing

Présentation de la Saline royale d'Arc-et-Senans par Julie de Sloover / post du 2 mars

430 impressions

13 réactions

3,49% Taux de clics

7,67 % Taux d'engagement

Partage de la newsletter de mars / post du 9 mars

4 631 impressions

4,54% Taux de clics

8,65 % Taux d'engagement

FILIERE PATRIMOINE

VIE DU COLLECTIF

- **4 nouveaux adhérents rejoignent le Collectif :**
 - Le musée du Compagnonnage à Romanèche-Thorins
 - Les Grottes d'Azé à Azé
 - Le Lab 71 à Dompierre-les-Ormes
 - Le Centre Eden à Cuisery

DEVELOPPEMENT

PRODUCTION DE CONTENUS

- À la suite de l'audit interne des pages liées au patrimoine sur bourgognefranchecomte.com (audit réalisé par Catherine DEMOLY) une nouvelle arborescence est en cours de réalisation et des contenus liés à la filière seront être ajoutés, complétés ou repensés. Des membres du Collectif seront sollicités afin de mettre à jour et enrichir leurs fiches Décibelles Data.

REALISATION VIDEO SITES UNESCO

- Une consultation est en cours pour la réalisation d'une vidéo mettant en lumière les sites UNESCO. Date limite de réponse fin avril, afin de lancer le storyboard puis le tournage courant mai. Cette vidéo sera diffusée sur les réseaux sociaux de BFC Tourisme et des sites UNESCO (durée approximative de la vidéo = 1 minute 30 à 2 minutes).

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DES HABITANTS

- **Le 5 avril** : partage du podcast Artips sur la Charité-sur-Loire sur [Facebook @bourgognefranchecomte.tourisme](https://www.facebook.com/bourgognefranchecomte.tourisme) avec sponsorship.

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

Destinations La Bourgogne et Montagnes du Jura

- **Magazine Explore France / Atout France Italie** : présentation de l'Office de Tourisme de Cluny et la Saline Royale d'Arc-et-Senan, ainsi que les destinations La Bourgogne et Montagnes du Jura dans le magazine Explore France (numéro du printemps 2023). Ce magazine à destination du grand public est largement diffusé (version papier et numérique) par tous les canaux d'Atout France.

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

PARTENARIAT AVEC jaimemonpatrimoine.fr

- **Le 12 avril** : parution d'un article dédié à l'archéologie : mise en avant des musées de Sens, du musées des Beaux-Arts et d'Archéologie de Besançon et du musée de l'Abbaye à Saint-Claude. Cette parution sera accompagnée par un relai sur les réseaux sociaux de la plateforme, relai avec renvoi vers l'article dans leur enews.

FILIERE PATRIMOINE

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- **Le 15 avril** : parution sur [historia.fr](https://www.historia.fr) d'un article dédié à l'archéologie. 2 sites seront mis en avant : l'Écclesia à Luxeuil-les-Bains et le musée de Vix du pays chatillonnais. Cet article sera sponsorisé pendant un mois via les réseaux sociaux d'Historia + 1 insertion dans leur enews.
- **Le 24 avril** : parution sur [detoursenfrance.fr](https://www.detoursenfrance.fr) d'un article dédié aux châteaux sous l'accroche « Histoires de châteaux : maisons et sentiments en Bourgogne ». Mise en avant du château de Bussy-Rabutin, de Châteauneuf-en-Auxois et du château de Saint-Point Lamartine.
Cette parution sera accompagnée par un relai sur les réseaux sociaux de Détours en France et des bannières en display pendant 1 mois. A l'issue de cette campagne de promotion, l'article restera visible sur [detoursenfrance.fr](https://www.detoursenfrance.fr).
- **Magazine Echappées Belles** / numéro d'avril : parution d'1 page de publi-rédactionnel consacré aux Grands Sites de France. Sites mis en avant sous l'angle des légendes : les Cascades du Hérisson et la Grotte du Géant, la chasse à Solutré, légende et réalité, et César, Bibracte et la Guerre des Gaules.

RETOUR SUR ...

- **Le 21 mars** : publication sur le site web de [jaimemonpatrimoine.fr](https://www.jaimemonpatrimoine.fr) d'un article consacré aux maisons d'artistes en Bourgogne-Franche-Comté [Lire l'article](#)
- **Le 27 mars** : rendez-vous terrain avec le Château de Brançon

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE ITINERANCE



VIE DU COLLECTIF

- **Le 7 avril** : Club des itinéraires et de destinations vélo de Vélo et Territoires
- **Le 7 avril** : Travail avec ThinkMyWeb sur la stratégie de la filière Itinérance
- **Le 18 avril** : Comité technique Echappée Jurassienne

DEVELOPPEMENT

Tourisme fluvial

- ↳ **Fin avril** : publication du bilan de l'année 2022
- ↳ **Le 18 avril** : réunion avec VNF dans le cadre de la refonte de l'observatoire national du tourisme fluvial. L'objectif est de travailler ensemble à une optimisation de cet observatoire et de le rendre collaboratif

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DES HABITANTS

- Mise en avant sur le site [Mobigo](#) d'une bannière "faire du bateau, la bonne idée du printemps". Cette bannière renvoie vers la page dédiée à cette thématique et aux idées week-ends sur les canaux <https://www.bourgognefranchecomte.com/faire-du-bateau-au-printemps/>

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

Destination Montagnes du Jura

- **Du 7 au 11 avril** : accueil des bloggeurs **LES OTHERS** pour une randonnée sur la Grande Traversée du Jura dans sa partie du Doubs Horloger / au fil du Doubs de Saint Hyppolite à Villers-Le-Lac. [LES OTHERS](#) est un média d'inspiration pour les passionnés d'outdoor, de voyages et de photographie depuis 10 ans. C'est la plus grande communauté de passionnés d'outdoor et de nature en France : 189 000 abonnés.
OBJECTIF : capitaliser sur un média à forte audience en phase avec le positionnement de la marque Montagnes du Jura et sur le volet écoresponsable.
Plan média sur toute la saison printemps/été avec création et diffusion de contenu vidéo, photo et articles.

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- **Campagne Fluviale**
Poursuite de la campagne sur les réseaux sociaux via des posts sponsorisés avec 1 Instant Expérience global avec valorisation des canaux, des bonnes pratiques et mise en avant des loueurs.

COMITÉS D'ITINÉRAIRE

VOIE BLEUE

- **Le 4 avril** : Comité Technique / Promotion – Communication
- **Du 17 au 20 avril** : accueil de 6 journalistes entre Mâcon et Lyon sur l'itinéraire de la Voie Bleue, en partenariat avec Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme.
Les supports accueillis : L'Est Républicain, L'Echo Républicain, Ma Famille Zen, Cyclotourisme magazine, Groupe Centre Presse-La Montagne, Ouest France, L'Est Eclair.



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE OENOTOURISME

VIE DU COLLECTIF

- **Le 3 avril** : intégration du groupe de travail restreint de la fédération nationale Vignobles & Découvertes pour créer un kit de communication commun au niveau national pour le Fascinant Week-End
- **Les 4 et 5 avril** : éductour Vignobles & Découvertes en Champagne organisé par la destination Couchois, Côte Chalonnaise et Mâconnais.
Objectif : découvrir des offres oenotouristiques champenoises innovantes et rencontrer des labellisés Vignobles & Découvertes champenois .
- **Le 6 avril** : commission Fascinant Week-End (club des destinations oeno) pour faire un premier point sur les candidatures reçues pour organiser une activité Fascinant Week-End
- **Le 17 avril** : présentation du collectif Œnotourisme aux labellisés de la destination Coeur de Loire
- **Fin avril** : webinar réservé aux membres du collectif Œnotourisme sur la thématique des "outils dédiés à l'œnotourisme pour passer d'une offre à une expérience". Intervention de Vinoways, Les Bulles Vertes et WineVision.

DEVELOPPEMENT

- **Le 7 avril** : Travail avec ThinkMyWeb sur la stratégie de la filière Oentourisme
- Restitution aux membres du collectif du cahier d'idée d'offre oenotouristique spécifique au Wine Curious et au Wine Lovers
- Audit des contenus Oentourisme du site [La Bourgogne](#)

Etude sur le positionnement marketing des destinations Vignobles & Découvertes

- Suite aux réunions de mars, restitution et analyse des ateliers de réflexion réalisés par destination puis benchmark des offres oenotouristiques des autres destinations Vignobles & Découvertes françaises et/ou étrangères.

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- Commande de 20 articles sur [visitfrenchwine.com](#) pour présenter les nouveaux membres du collectif, le vignoble du Jura et la destination Coeur de Loire.
- **Validation de la campagne de communication avec [relaisduvin.com](#)** pour cibler les Wine Lovers et mettre en avant les partenaires du collectif.
Objectif : créer une idée séjour par destination oenotouristique des vignobles de Bourgogne et du Jura.

RETOUR SUR ...

- **Le 6 mars** : réunion du Collectif Œnotourisme à l'hôtel le Richebourg à Vosne-Romanée : 30 membres étaient présents.
A l'ordre du jour : présentation du PAC 2023 et présentation de la Cité des climats et du vin du Bourgogne



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE GASTRONOMIE

VIE DU COLLECTIF

- **Le 5 avril** : comité éditorial, choix des offres à pousser sur les réseaux sociaux et rédaction des posts
- **Le 6 avril** : point équipe projet élargie
- **Le 7 avril** : analyse des dossiers de réponse à l'appel d'offre "communication" : choix de photographe, création de l'objet d'appartenance de la Vallée de la Gastronomie, accompagnement d'une agence de communication

DEVELOPPEMENT

- Validation de l'agrément "Réceptif de la Vallée de la Gastronomie" pour Active Tours à Beaune (21) et Bienvenue en Bourgogne à Chalon-Sur-Saône (71)
- Mise en ligne sur le [site de la Vallée de la Gastronomie](#) de 2 nouvelles offres gourmandes :
 - Le Domaine Fleurot Larose à Santenay (21) / [voir ici](#)
 - Le Pass Dole à Croquer à Dole (39) / [voir ici](#)

PROMOTION



FRANCE

- En prévision de l'accueil d'Emmanuelle JARY dans la Vallée de la Gastronomie, sélection de 4 adresses en Bourgogne-Franche-Comté : La Table de Pauline à Nantoux (21), le Marché de Louhans (71), Les Vignerons des Terres Secrètes à Prissé (71) et L'épicerie fermière Fruirouge & Cie à Nuits-Saint-Georges (21)



ROYAUME-UNI

- **Du 19 au 21 avril** : accueil de **Janine MARSH** pour **THE GOOD LIFE FRANCE** (magazine trimestriel dédié aux voyages et à la culture sur la France + parution sur thegoodlife-france.com.) – article sur 3 villes liées à des expériences remarquables de la Vallée de la Gastronomie – Chalon-sur-Saône, Tournus et Mâcon.
- Comité éditorial : mise en avant de partenaires de Bourgogne-Franche-Comté sur Instagram : le Hameau Duboeuf (semaine 14), L'hôtel – restaurant Ermitage de Corton (semaine 16), le liquoriste Jean-Baptiste Joannet (semaine 17)

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

OBSERVATION / ORT

CONJONCTURE

- ↳ Enquête en ligne des clientèles : travail sur le questionnaire pour préparer les vagues d'interrogation 2023/2024

Tourisme fluvial

- ↳ **Fin avril** : publication du bilan de l'année 2022
- ↳ **Le 18 avril** : réunion avec VNF dans le cadre de la refonte de l'observatoire national du tourisme fluvial. L'objectif est de travailler ensemble à une optimisation de cet observatoire et de le rendre collaboratif

RETOUR SUR ...

Filière Oenotourisme

- ↳ **Le 29 mars** : participation à la réunion du groupe observation du pôle œnotourisme d'Atout France. Objectif de ce groupe de travail : réactualisation des chiffres de la fréquentation œnotouristique

INGENIERIE / DELEGATION ATOUT FRANCE

- ↳ **Début avril** : Lancement de la consultation de l'étude "Identification et potentiel des marchés « prioritaires » post covid pour les destinations de la région Bourgogne-Franche-Comté"
- ↳ **Le 28 avril** : réunion préliminaire au diagnostic marketing du Musée Courbet

RETOUR SUR ...

- ↳ **Le 28 mars** : participation à l'Atelier « Co-construire la transition touristique du Haut-Jura » dans le cadre du Plan Avenir Montagne

QUALITE TOURISME

Pré-audits Qualité Tourisme des sites de visite

- ↳ **Le 31 mars** : la Grande Saline de Salins-les-Bains (renouvellement)
- ↳ **Le 17 avril** : le Musée des maisons Comtoises de Nancray (renouvellement)
- ↳ **Le 26 avril** : le Musée de la vie bourguignonne et musée d'Art sacré de Dijon (adhésion)

TOURISME DURABLE

Mise en avant de la plateforme Artips Tourisme Durable lors d'événements qui ont eu lieu en mars :

- ↳ **Le 7 mars** : lors des 2^{ème} Ateliers du Tourisme Durable à Poil.
- ↳ **Le 14 mars** : lors de la journée organisée par l'OT d'Auxerre « Si on parlait Tourisme #2 »
- ↳ **Le 16 mars** : aux adhérents du Collectif La Bourgogne

ACCOMPAGNEMENT DES OT

PILOT

- ↳ Les rendez-vous d'avril
 - **Le 4 avril** : atelier ISEC (Indices Socio-Economiques Clés)
 - **Les 6 et 7 avril** : atelier d'exploitation
 - **Le 11 avril** : atelier national de saisie des ITT (Indice de Touristicité Territorial)
 - **Le 14 avril** : Vendredi piLOT

QUALITÉ

- ↳ Visites Mystères Croisées

Afin de favoriser les échanges d'expériences et de compétences entre Office de Tourisme, la MASCOT lance des visites mystères entre structures. Ce procédé permettra d'obtenir une évaluation de l'accueil dans les OT de la région.

Les salariés qui s'inscrivent dans cette démarche sont volontaires et s'engagent à auditer leurs collègues sur des demandes à distance et en français.

DECIBELLES DATA

- ↳ **Les 12 et 13 avril** : formation sur l'outil BRIDGE l'éditeur de brochures à la volée.
Informations et Inscription [en cliquant ici](#)
Prise en charge possible par l'AFDAS.
Formation à Dijon

AUTRE ACTION

- ↳ **Le 6 avril** : présentation du projet Confidences aux Offices de Tourisme de Côte-d'Or lors de la bourse d'échanges de Côte-d'Or Attractivité.

FORMATION

- ↳ **LE PLAN DE FORMATION MASCOT 2023**

La formation "Accueil : aménagement, dynamisation et commercialisation des espaces d'accueil" aura lieu en distanciel le 3 avril – *formation complète*

La formation "Boutique : développer, animer et mesurer la performance de sa boutique" aura lieu en distanciel le 6 avril - 11 inscrits

Le parcours de formation en anglais démarre le 5 avril – *formation complète*

Pour rappel le plan de formation MASCOT est ouvert aux salariés des Offices de Tourisme adhérents à la MASCOT, aux salariés des ADT/CDT et CRT.

Découvrez le programme de formation et inscrivez-vous [en cliquant sur ce lien](#)
- ↳ **FORMATION BOOSTER TOURISME**

De nombreuses formations sont également proposées par Booster Tourisme en avril et mai : Découvrez le programme de formation : [cliquer ici](#)

RETOUR SUR ...

- ↳ **3ème édition du Melting p'OT**

La rencontre annuelle des Offices de Tourisme de Bourgogne-Franche-Comté s'est déroulé le 23 mars dernier à la Cité Internationale de la Gastronomie et du Vin.

Plus de 90 personnes ont assisté à cette journée dont la thématique était à l'attractivité résidentielle.



GLOSSAIRE



Cross média

Combinaison de différents supports de communication (web, relations presse, vidéo, publicité, web 2.0...) autour d'un concept global, pour améliorer la visibilité.

Display

C'est la version en ligne de la publicité classique

Dispositif off-line

Désigne l'ensemble des techniques marketing utilisées en dehors d'Internet (journaux, TV, radio...).

Dispositif on-line

Désigne l'ensemble des techniques marketing utilisées sur Internet.

Google ads

Google Ads est la régie publicitaire de Google. C'est ce qu'on appelle le référencement payant ou SEA : cela consiste à payer pour être mis en avant sur les pages de résultats du moteur de recherche.

Impressions (web)

Exposition publicitaire dans le domaine de la publicité digitale. Il s'agit du nombre de fois où une publicité s'affiche au sein d'une page web consultée par un visiteur.

Cet indicateur s'approche de la notion d'occasion de voir utilisée dans le domaine de l'affichage.

Landing page ou page d'accueil

Désigne la page web d'accueil sur laquelle arrive un internaute après avoir cliqué sur un lien (commercial, email, bandeau publicitaire, etc.).

Lead ads

Format d'annonce sur Facebook qui permet aux annonceurs de capturer l'intérêt des utilisateurs ciblés sans les rediriger vers une page de destination en dehors de l'application.

Publi-rédactionnel

Un publi-rédactionnel est une forme de publicité qui présente en détail les caractéristiques d'une offre ou d'un produit, son contenu est rédigé sous le contrôle de l'entreprise qui le finance

Opt'in

Une adresse email opt-in est une adresse pour laquelle le destinataire a donné de manière explicite son consentement pour recevoir des emails à vocation commerciale.

Reel ou Instagram Reel

Contenu vidéo de courte durée auquel on ajoute de la musique, des effets créatifs et de jouer avec des outils amusants (filtres ou autres).

Retargeting

Bannière publicitaire utilisée dans le cadre d'une campagne display. Elle n'est pas toujours bien perçue car elle démontre implicitement l'existence d'un tracking effectué sur le site marchand.

SEA ou « Référencement payant »

Désigne les actions publicitaires permettant d'obtenir une visibilité sur les moteurs de recherche contre rémunération, le paiement s'effectuant la plupart du temps aux enchères et lorsque le lien promotionnel est cliqué.

SEO ou « Référencement naturel »

Technique qui consiste à positionner favorablement un site web sur les premiers résultats naturels ou organiques des moteurs de recherche correspondant aux requêtes visées des internautes.

Social média

Le social media regroupe l'ensemble des réseaux sociaux et des médias sociaux. Il définit donc les sites internet permettant de mettre en relation des internautes qui vont communiquer et échanger via différents outils.

Taux de réactivité

Le taux de réactivité est un indicateur de performance des campagnes d'emailing.

Le taux de réactivité se calcule en comparant le nombre de clics uniques obtenus au nombre de messages ouverts.

Tracking

Le tracking est l'action qui consiste à "pister" l'internaute sur Internet. Le tracking permet notamment d'identifier des centres d'intérêt et des comportements.