

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

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

RETOUR SUR ...

→ Journée Partenariale des marques et des filières - le 20 octobre 2022 à La Commanderie à Dole

Près de 150 partenaires ont participé à cette 1ère Journée Partenariale des Marques et de Filières.

Objectif : organiser un temps fort avec les membres des Collectifs des 3 marques de destination et des 4 filières et les Offices de Tourisme en présence de l'équipe de BFCT et de Patrick AYACHE.

Quelques chiffres à la suite de l'enquête de satisfaction menées auprès des professionnels présents :

- **Pour 90 % des répondants**, la journée a répondu à leurs attentes
- **Pour tous les participants**, le motion design / vidéo bilan, la présentation du PAC 2023 et l'atelier participatif (si prévu lors des réunions) étaient adaptés aux réunions
- Tous les professionnels interrogés sont prêts à participer à l'édition 2023
- **Pour 68 % des professionnels interrogés** : la période idéale est l'automne, avec une préférence pour octobre
- **Pour 68 % des professionnels interrogés** : la note de satisfaction globale est comprise entre 8 et 9
- **75% des professionnels interrogés** souhaitent la plénière en ouverture de la journée.



Les points forts de la journée

- Les bilans des collectifs
- Les échanges avec le réseau et le CRT



Les points faibles de la journée

- Manque de temps pour participer aux speed dating
- Manque de temps durant les réunions des Collectifs pour échanger sur le N+1 / N+2

RÉUNIONS STATUTAIRES 2022

1^{er} décembre : conseil d'administration BFC Tourisme (format hybride) à Micropolis à Besançon.

AGENDA

8 décembre : Webinaire « Quels sont les enjeux des nouvelles tendances de gamification et micro-aventure dans le secteur du tourisme ? »

13 décembre : comité pilotage SRDTL

13 décembre : comité stratégique de la destination La Bourgogne dédié au bilan de la campagne automne 2022

14 décembre : CODIR

ARRIVÉE

Nous souhaitons la bienvenue à **Léonie PION** qui arrive à BFC Tourisme dans le cadre d'un CDD de 2 ans en tant que Chargée de développement du pass découverte régional. Elle est basée sur le site de Dijon.

DERNIERE MINUTE

LA CAMPAGNE « L'APPEL DE L'AUTOMNE EN BOURGOGNE » RÉCOMPENSÉE

Lors de la 21^{ème} édition des Trophées de la Communication, la campagne obtient le 2ème prix dans la catégorie "meilleure campagne de publicité réalisée par un organisme public".

Cette campagne est le fruit d'une coopération entre BFC Tourisme, les ADT et plus de quarante OT de Bourgogne.

Bravo pour ce travail collaboratif.





Système d'amélioration contenu

- ➔ 4 nouvelles instructions sont disponibles pour les collaborateurs :
 - **MNGT-INS-réalisation_lettre_interne-V1** : cette instruction explique les objectifs, les étapes de réalisation de la lettre interne avec des consignes à destination des collaborateurs et le principe de diffusion.
 - **MNGT-INS-création_actu_site_pro-V1** : cette instruction explique la méthode pour créer une actualité sur le site pro du CRT via le back-office.
 - **MNGT-INS-prêt_des_chiliennes-V1** : cette instruction détaille le mode de gestion du prêt des chiliennes "Sortez chez vous" à des partenaires extérieurs.
 - **EDDI-INS-mentions_obligatoires_supports** : cette instruction précise les mentions obligatoires, logos et informations à faire figurer sur les supports réalisés par les agences pour le compte de BFC Tourisme.

DECIBELLES DATA

↳ RETOUR SUR ... : LA JOURNÉE DECIBELLES DATA « AU COEUR DE LA QUALITÉ DE LA DONNÉE - 15 NOVEMBRE 2022

Plus de 80 personnes ont participé en présentiel ou en distanciel à cette journée.

Les Offices de Tourisme, ADT/CDT et BFC Tourisme ont été informés des chantiers 2023. Parmi ceux-ci une attention particulière a été apportée au futur extranet pro prévu fin 2023 afin de faciliter la saisie des informations par les prestataires.



- ↳ En décembre : lancement d'une campagne de mise à jour des tarifs, des dates et des horaires d'ouverture 2023 par les Offices de Tourisme et les ADT/CDT de chaque département.

FABRIQUE À SITES

- ↳ D'ici la fin d'année, un nouveau module sera intégré à la Fabrique à sites : Le moteur affinitaire. Paramétrable à volonté, cet outil puissant permettra de créer des nouveaux listings sur des critères propres à chaque partenaire, en total autonomie.
- ↳ 1er trimestre 2023, la Fabrique à sites aura la capacité d'intégrer les informations iCal issues de Décibelles Data.
- ↳ En janvier, lancement du club utilisateurs de la Fabrique à sites (sous réserve). Ce club se réunira 4 fois par an.
- ↳ Les avancées dans les projets de création de sites de clients de la Fabrique à Sites :
 - **Le 5 décembre** : mise en ligne du site de l'Office de Tourisme Terres d'Auxois
 - Les développements du site de l'OT Luxeuil sont terminés. Dans quelques semaines, le site sera en ligne.



en Bourgogne - Franche - Comté

À DESTINATION DES HABITANTS

COMMUNICATION ONLINE

- **Création de plusieurs landing pages** pour la campagne « hiver dans les stations ».
 - 1 page « week-end à Métabief sans voiture »
 - 1 page "profiter de l'hiver dans nos stations avec propositions d'activités (raquette, ski nordique...), la liste de tous les sites nordiques... mise en avant des 3 grands événements sportifs qui auront lieu cet hiver dans les Montagnes du Jura : la Coupe du monde de ski nordique à Chaux Neuve, la Coupe du monde de ski de fond aux Rousses et la Transjurassienne.
 - 3 pages pour les stations de Métabief, Les Rousses et La Planche des Belles Filles + le Ballon d'Alsace pour les Vosges du Sud.

RESEAUX SOCIAUX

- Sponsorisation de questionnaires (durée – 5 min) auprès des habitants de Bourgogne-Franche-Comté dans le cadre de l'observatoire régional en ligne des clientèles. Le but ? Obtenir des informations sur les clientèles pour améliorer notre connaissance des habitants dans leur consommation de séjour et leur satisfaction.
- Lancement d'une 2^{ème} campagne de Leads sur Facebook, pour acquérir de nouveaux prospects. 2 visuels seront diffusés menant tous deux vers un formulaire d'inscription.
- Changement de la photo de couverture pour passer en mode hiver. La communauté va voter pour sa photo favorite durant la première semaine de décembre.
Les photos proposées pour la saison hiver : le Lac de Bonlieu, Le château de Joux et la Côte-d'Or sous le givre.
- **Le 5 décembre** : réalisation d'un live Facebook à Beaune pour présenter la destination, les activités et lieux à découvrir.
- Relais des contenus hiver sur Facebook (voir capture d'écran) et Instagram avec la mise en avant du Mois givré de Belfort, puis les Lumières de Noël de Montbéliard début décembre, Ces posts mènent vers la page dédiée sur les marchés de Noël de la région : <https://www.bourgognefranchecomte.com/notre-selection-de-marches-de-noel/>

RETOUR SUR ...

- **Du 7 au 11 novembre** : un partenariat avec France Bleu Besançon et le GPPR a permis de faire la promotion du Pass Découverte Régional, via une interview de Patrick Ayache et un jeu qui a eu lieu chaque jour de la semaine, offrant ainsi la possibilité à une famille de gagner 4 pass.

Montagnes du Jura

TOUT UN MONDE DEHORS

VIE DU COLLECTIF

- La vidéo de pré bilan des Montagnes du Jura est en ligne. En attendant le bilan complet de l'année 2022, il est possible de retrouver en images une photographie de l'activité de la marque de janvier à septembre 2022. [Consulter la vidéo](#)



MARKETING

- Le cahier d'idées d'offres séjours sur les Montagnes du Jura sera diffusé au Collectif de la marque. Ce document permettra aux OT du collectif de les aider à produire de nouvelles offres qui s'inscrivent dans le positionnement de la marque. Ces offres seront reprises dans les campagnes Montagnes du Jura.

COMMUNICATION OFFLINE



ALLEMAGNE

- Dans le cadre de la campagne paneuropéenne avec Atout France :
Parution en novembre de 2 publi rédactionnels valorisant les thématiques Itinérance, Patrimoine et Gastronomie en prévision de la saison printemps-été 2023 à des lecteurs qualifiés avec une forte intention de voyager et de réserver un voyage.
 - 1 publi dans **Outdoor Mag** 259 000 lecteurs
[voir pdf en PJ](#)
 - 1 publi dans **Reise Magazine** - 715 000 lecteurs
[voir pdf en PJ](#)

RELATIONS PRESSE



ALLEMAGNE

- Les 6 et 7 décembre** : démarchage presse à Hambourg
6 rendez-vous couvrant 14 médias sont prévus : presse féminine, randonnée vélo et outdoor, gastronomie, quotidiens nationaux.

PROMOTION



ALLEMAGNE

- Du 30 novembre au 4 décembre** : accueil de 12 personnes du tour-opérateur allemand **La Cordée Reisen** pour un éductour sur le territoire des MDJ. Le but de cette coopération avec ce tour-opérateur : une meilleure connaissance des produits et offres touristiques pour un développement des ventes et de la programmation dans leur catalogue et site.

COMMUNICATION ONLINE

- Le 24 novembre** : envoi d'une eletter à 63 252 contacts.
Thème de la eletter : l'hiver au grand air dans les Montagnes du Jura

RESEAUX SOCIAUX

- Du 15 novembre au 25 décembre** : campagne hiver en 100% ads (instant experience Facebook, stories Instagram et vidéos TikTok.) et en organique (sponsorisation de posts Facebook et Instagram - photos, reels, vidéos, lives, 1 guide Instagram).
- Pour inciter les consommateurs néerlandais et allemands à découvrir la destination à la belle saison en 2023, des posts Facebook, Instagram et vidéo Tik Tok sont en cours de diffusion. Campagnes en partenariat avec Atout France

PRODUCTION DE CONTENUS

- Réimpression de 4 200 exemplaires du magazine grand public afin de pour réapprovisionner les stocks dans l'attente de la refonte du magazine en 2023.

COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

FILIERE ITINERANCE

- **Application KOMOOT** : dans le cadre de la campagne paneuropéenne avec Atout France sur le marché allemand, les MDJ sont valorisées sur l'application Komoot où les utilisateurs peuvent trouver des itinéraires, des cartes, des conseils et des photos très attirantes de la destination.
1 article répertoriant 6 boucles à vélo pour valoriser les grands itinéraires est en ligne [à découvrir ici](#)
Un lien de redirection renvoie vers des contenus itinérance du site MDJ / version allemande.

FILIERE NEIGE

- Rédaction de contenus web pour compléter le plan des contenus du site web de la marque : Lacs et cascades en hiver, Top des raisons de venir dans les MDJ hors vacances scolaires, intégration de nouveautés.

RETOUR SUR ...

- **Du 10 au 12 novembre : opération de lancement hiver avec France Montagnes à Paris**
Les 3 stations du massif (Métabief, Les Rousses, Monts Jura), l'OT Haut-Jura Saint-Claude, l'Espace Nordique Jurassien et les Routes du Comté ont donné rendez-vous aux Parisiens au Ground Control à Paris pour leur proposer une expérience sensorielle des Montagnes du Jura.
Durant 3 jours, 15 000 personnes se sont rendues sur cette opération orchestrée par France Montagnes.
Des contacts très intéressés, des cibles très différentes (des familles, des jeunes actifs).
Les partenaires présents sont revenus ravis de cette opération, un questionnaire leur a été adressé récemment pour connaître plus en détails leur niveau de satisfaction.
Nous avons recueilli près de 160 contacts qualifiés. Ces contacts vont enrichir notre base de prospects et recevront la eletter grand public.
Une eletter reprenant toutes les animations proposées lors cette opération (Comté, Absinthe, jeux en bois, la vidéo immersion, les 3 stations et l'ENJ) sera adressée à ces nouveaux prospects pour reprendre contact et leur donner envie de découvrir la destination.
Photos en PJ de l'espace Montagnes du Jura.
- **Le 4 novembre** : en amont de l'opération France Montagne, envoi d'une eletter spéciale "Le Before France Montagnes" envoyée à 8 788 prospects Ile de France : 11,34% de taux d'ouverture.
- **Le 25 novembre** : réalisation d'un live Facebook dans le Pays de Gex.

LA BOURGOGNE

VIE DU COLLECTIF

- **Le 1^{er} décembre** : réunion avec Destination Bourgogne Le Club : retour sur les idées séjours mises en ligne cette année
- **Le 6 décembre** : restitution enquête en ligne AID
- **Le 13 décembre** : comité stratégique dédié au bilan de la campagne automne 2022
- **La vidéo de pré bilan de la destination est en ligne.** En attendant le bilan complet de l'année 2022, il est possible de retrouver en images une photographie de l'activité de la marque de janvier à septembre 2022. [Consulter la vidéo](#)
- **UNE BELLE 2^{ème} PLACE POUR LA CAMPAGNE « L'APPEL DE L'AUTOMNE EN BOURGOGNE »**
 Cette campagne se classe 2^{ème} dans le top 5 de la catégorie "meilleure campagne de publicité réalisée par un organisme public".
 Je partage cette récompense car cette campagne est le fruit d'une coopération entre BFC Tourisme, les ADT et plus de quarante OT de Bourgogne.
 Bravo à tous pour ce travail collaboratif.
[Voir en PJ le communiqué de presse](#)



COMMUNICATION OFFLINE DE LA DESTINATION

- **CAMPAGNE D'ACHAT DE MOTS CLES AUTOUR DE LA NOTION "D'IDEES WEEK END"** qui répondra aux recherches des internautes week-end Bourgogne / Idées week-end Bourgogne... pour proposer à la fois nos idées week-end mais également proposer de venir en hiver avec la page « 6-raisons-de-passer-l'hiver-en-Bourgogne » [consulter cette page ici](#)

MARKETING

- **Portage de la marque** : élaboration d'un « motion design » pédagogique visant à expliquer et préciser les conditions de déploiement de la marque et les raisons pour lesquelles un acteur a intérêt à s'inscrire dans cette dynamique collective.

RELATIONS PRESSE

- **Les 12 et 13 décembre** : accueil de **Stéphanie BOUVET** sur le canal du Nivernais pour une double page à paraître dans **FEMME ACTUELLE JEUX NATURE**

PRODUCTION DE CONTENUS

- 3 nouvelles vidéos « 48 h à ... » seront ajoutées sur la chaîne YouTube Bourgogne www.youtube.com/user/CRTBourgogne
 - « 48h pour découvrir Le Creusot-Montceau »
 - "48h pour découvrir le Morvan en famille"
 - "48h pour découvrir le Morvan en mode actif"
 Les pages éditoriales sont en cours de rédaction et trouveront leur place dans le plan des contenus du site La Bourgogne.

RELATIONS PRESSE

-

RETOUR SUR ...



JAPON

BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE WEEK AU JAPON DU 7 AU 11 NOVEMBRE 2022➤ **DEROULE DE L'ACTION**

- 5 journées de travail, en collaboration avec le bureau d'atout France Japon
- 6 partenaires : le Groupe Bernard Loiseau, le Château de Saint Germain, le Château de Passe-Temps domaine Fleurot Laroze, l'Office de Tourisme de Dijon Métropole, le château du Mont Joli, la filière Comté
- 24 rendez-vous en démarchage
- 1 conférence de presse de la présidente de région devant 44 journalistes de la presse art de vivre, le dossier de presse œnotourisme et gastronomie en japonais
- 1 séminaire de formation BtoB pour 38 tour-operators et agents de voyages
- 2 soirées de gala au cours desquelles la Bourgogne Franche Comté sa gastronomie et ses vins ont été mis à l'honneur. Les dîners ont été cuisinés à 4 mains par le chef Romuald FASSET du Château du Mont Joli et le chef YAMAGUCHI du restaurant signature Bernard Loiseau. Parmi les 400 convives présents à Osaka et les 780 présents à Tokyo, BFC tourisme avait invité 12 très bons partenaires Tos et journalistes à ses tables.

➤ **BILAN**

Un bilan très satisfaisant et prometteur pour les années à venir : **l'envie de France et plus particulièrement de nos destinations est encore plus forte chez les Japonais.**

Nous avons été la dernière délégation à pouvoir venir en décembre 2019 et nous avons été la première à revenir après la pandémie. La programmation reprend à partir du printemps 2023 avec l'intensification des plans de vols à partir d'avril ; les premiers petits groupes ont déjà réservé. **Les groupes sont plus petits et ont un pouvoir d'achat encore plus important qu'avant la crise** - pour mémoire un touriste japonais dépensait environ 400 € par jour en France.

Si le triptyque : gastronomie, vin et patrimoine est toujours gagnant, les Japonais sont plus sensibles à notre environnement naturel loin de la foule, à nos jolis villages protégés et à notre démarche responsable pour aborder le tourisme.

Nous devrions également avoir une belle carte à jouer dans le cadre de la coupe du monde de rugby 2023 en tant que base arrière, puisque nous n'accueillons ni match ni équipe, pour des séjours-découvertes entre les matches.

Nous retournerons au Japon au printemps 2023 pour cette fois lancer la Vallée de la Gastronomie à l'occasion du workshop Sakidori.



VIE DU COLLECTIF

- **Le 2 décembre** : participation de BFCT au Comité Technique du Massif des Vosges
- **Le 6 décembre** : Comité Opérationnel Vosges du Sud à la Filature de Ronchamp - travail sur le plan d'actions 2023
- **Le 15 décembre matin** : réunion sur la refonte de la carte touristique Vosges du Sud
- **Le 15 décembre après-midi** : participation de BFCT à la commission Communication organisée par Vosges Tourisme pour le Massif des Vosges

RETOUR SUR ...

- **Le 17 novembre** : participation à la commission communication du Massif des Vosges : des échanges vont être mis en place entre l'ADT Alsace et le collectif Vosges du Sud pour identifier les pistes de progrès possibles sur le site Internet du Massif des Vosges notamment.
- **Le 22 novembre** : participation à la réunion des référents techniques sur le projet de nouvelle version de la stratégie du Massif des Vosges de 2023-2027 et échanges autour du programme d'actions 2023 qui sera soumis au Comité Technique du 2 décembre.

RELATIONS PRESSE

- **Le 6 décembre** : commission presse au Col de la Schlucht



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

PROMOTION / COMMUNICATION

- **Du 6 au 8 décembre** : accueil de 4 journalistes représentant **MEET & TRAVEL MAG, TENDANCE NOMAD, VOYAGES D'AFFAIRES** et le site www.travelandmeet.net. Les destinations affaires Belfort, Besançon et Doubs seront mises à l'honneur durant ces 3 jours.

DEVELOPPEMENT

OBSERVATION

- Livraison des résultats des entretiens June Marketing.
Date à retenir : le 26 janvier 2023 présentation de ces résultats

RETOUR SUR ...

- **Le 15 novembre : Soirée exclusive « Mon Event, Ma Région » à la Commanderie de Dole**
26 partenaires étaient présents dont 7 destinations affaires, 12 lieux de séminaire / réception / congrès et 7 prestataires de team-building et agences événementielles.
64 prospects de Bourgogne-Franche-Comté ont répondu à l'appel à "consommer local", c'est à dire à découvrir ou redécouvrir ceux qui cultivent avec bonheur, au sein même de notre région, l'art et le plaisir de les recevoir. Cet événement, placé sous le signe des échanges et du partage, était rythmé par des quiz et un jeu-concours qui ont permis aux invités de remporter des séjours et dîners gastronomiques offerts par nos partenaires. Chaque acteur du tourisme d'affaires en BFC avait un espace dédié pour accueillir les invités et échanger sur leurs futurs événements professionnels. Les Dijonnais sur l'herbe ont accompagné la soirée de leur musique jazz. Patrick Ayache était présent pour échanger avec les invités et les partenaires, et s'est même prêté au jeu d'animateur pour les quiz !
Cette soirée a permis à nos partenaires de rencontrer de futurs clients, de renforcer la synergie entre les acteurs du tourisme d'affaires membres du club, mais également de créer du contenu pour nos réseaux sociaux. Notre community manager a interviewé une dizaine de partenaires et partagé leur portrait sur LinkedIn.
- **4 posts LinkedIn**
 - Post du 2 novembre : retour sur la Journée Partenariale avec le partage du motion design
- 587 impressions - Taux de clics : 5,11% - Taux d'engagement : 8,18% - 18 Réactions
 - Post du 3 novembre : dernières inscriptions pour la soirée « Mon Event, Ma Région »
- 597 impressions - Taux de clics : 3,85% - 6,37% Taux d'engagement - 12 Réactions
 - Post du 8 novembre : partage de la Newsletter
- 418 impressions - 9 réactions - taux de clics : 2,87% - Taux d'engagement : 5,74%
 - Post du 17 novembre : partage d'un livret-conseil réalisé par Coach Omnium
- 142 impressions - 5 réactions - 3,52% taux de clics - 7,04% taux d'engagement

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE PATRIMOINE

DEVELOPPEMENT

- **Le 7 décembre** : réunion de restitution du diagnostic « Tourisme de savoir-faire en BFC » animée par Entreprise et Découverte, à destination du comité de pilotage composé du Conseil régional et du CRT.

OBSERVATION

- Préparation de l'interrogation 2022 des lieux de visite
- Travail avec le bureau d'étude JPC pour la mise en place du dispositif **Eval'to** tel que souhaité par des membres du collectif Patrimoine
- **Formation "Passer d'une offre à une expérience"** animée par le cabinet CoManaging. 2 places sont encore disponibles. **Inscription ici** : <https://forms.gle/75iaxSebUg8M9F2J6>
 - Calendrier :
 - Le 13 décembre en visio
 - Le 5 janvier en présentiel à Beaune
 - Le 27 janvier en visio

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- Suite et fin de la série avec la plateforme [J'aime mon patrimoine](#) : mise en ligne des 2 derniers articles
 - Article dédié au Made in Bourgogne-Franche-Comté intitulé « **Offrez la Bourgogne-Franche-Comté à Noël** » : mise en avant de la verrerie de La Rochère, du Fort Saint-Antoine, du Musée de la lunette, de la Moutarderie Fallot, du Pavillon de l'industrie du Creusot et de la Route de l'Absinthe.
 - Article dédié aux chefs d'oeuvre de la peinture en Bourgogne-Franche-Comté.
- **Le 12 décembre** : dernière conférence en ligne dans le cadre du partenariat avec **Storia Mundi**.
Thème de la conférence : l'archéologie en évoquant les sites de Bibracte, Alésia et le Trésor de Vix.
- **Publication de 2 Instant Experience** sur les beaux-arts en décembre sur les réseaux sociaux : l'un mettra en avant les savoir-faire avec un focus sur le musée de l'Aventure Peugeot, l'autre parlera du Pôle Courbet.



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE ITINERANCE

VIE DU COLLECTIF

- **Le 1^{er} décembre** :
- **Le 14 décembre** : réunion avec l'agence des chemins de Compostelle "Les Saint-Jacques à vélo - V41 et V56".
- **Le 15 décembre** : atelier Vélo & Territoires. Thème de l'atelier : « plan d'actions : affiner et valider les actions par thématique EV6 »

DEVELOPPEMENT

OBSERVATION

- **Le 1^{er} décembre** : journée des partenaires de la randonnée pédestre et du cyclotourisme de BFC.
La matinée sera consacrée à la marque Accueil Vélo avec la présentation des outils de promotion à disposition et conseils en communication.
L'après-midi sera dédié aux ateliers créatifs pour la conception d'offres expérientielles qui répondent aux attentes du personae randonneur et du personae cyclotouriste, déterminées grâce aux entretiens qualitatifs menés par June Marketing
- Lancement de l'interrogation des prestataires tourisme fluvial sur la saison 2022 en collaboration avec VNF

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERT

- **Partenariat avec KOMOOT** : lancement du partenariat : ajout de 5 itinéraires de randonnée pédestre, inscrits comme itinéraires d'excellence au Schéma Régional de l'itinérance : Grande Traversée du Jura, Via Francigena, GR 654, GR Tour du Morvan et L'Echappée Jurassienne.).
Sponsorisation de ces 5 itinéraires sur la plateforme (web et application) sur la période de fin décembre et janvier.



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE OENOTOURISME

VIE DU COLLECTIF

- **Le 14 décembre** : comité technique Vignobles et Découvertes de la Route des Grands Crus de Bourgogne puis rencontre des labellisés Vignobles et Découvertes de la même destination.

DEVELOPPEMENT

OBSERVATION / INGENIERIE

- **Le 2 décembre** : réunion avec le BIVB pour une présentation de l'étude faite sur les Millennials par rapport à la filière vin et oenotourisme + réflexion sur les actions à mettre en oeuvre pour optimiser l'observation de la filière

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERT

- Bilan de la campagne avec RelaisduVin.com en cours de réalisation et sera adressé aux membres prochainement.
- Mise en ligne de 3 nouveaux articles dédiés aux membres du collectif oenotourisme sur visitfrenchwine.com
Enoculture : [lire l'article](#)
Château de Moulin-à-Vent : [lire l'article](#)
RP Events : [lire l'article](#)

RETOUR SUR ...

- **Le 9 novembre : Atelier d'offres**
17 membres du collectif Œnotourisme se sont réunis à l'Hostellerie Cèdre & Spa à Beaune pour travailler et co-construire des offres oenotouristiques expérientielles à destination des Wine Lovers et des Wine Curious. A venir, la publication d'un cahier d'idées reprenant les idées d'offres retenues lors de l'atelier.

FILIERE GASTRONOMIE

VIE DU COLLECTIF

- **Les 6 et 7 décembre** : séminaire interne de l'équipe projet de la Vallée de la Gastronomie à Dijon

PROMOTION

- Lancement et suivi du calendrier de l'Avent de la Valle de la Gastronomie (6 lots Bourgogne-Franche-Comté offerts).

RETOUR SUR ...

- **Le 28 novembre** : webinaire Vallée de la Gastronomie à destination des partenaires de la Vallée de la Gastronomie.
Au programme :
Qu'est-ce que la Vallée de la Gastronomie ?
Les actions menées par la Vallée de la Gastronomie
Les actions à venir
L'enregistrement est disponible sur demande.



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

OBSERVATION / ORT

OBSERVATOIRE DE CLIENTELE (AID)

- ↳ Réalisation de vague d'enquête sur les réseaux sociaux lors des Lumières de Noël de Montbéliard

OENOTOURISME

- ↳ **Le 2 décembre** : réunion de travail avec le BIVB afin de réfléchir aux actions à mettre en œuvre pour optimiser l'observation de la filière

FLUVIAL

- ↳ Lancement de l'interrogation des prestataires tourisme fluvial sur la saison 2022 en collaboration avec VNF

PATRIMOINE

- ↳ Préparation de l'interrogation 2022 des lieux de visite
- ↳ Travail avec le bureau d'étude JPC pour la mise en place du dispositif **Eval'to** tel que souhaité par certains membres du collectif Patrimoine

NEIGE

- ↳ Recueil des taux d'occupation prévisionnels des stations afin d'alimenter le communiqué de presse de France Montagne (diffusion le 14/12)

INGENIERIE / DELEGATION ATOUT FRANCE

- ↳ **Le 8 décembre** : attribution du marché pour l'étude de positionnement marketing des Destinations V&D
- ↳ **Le 13 décembre** : participation au comité technique "Avenir montagnes, stratégie de transition touristique pour le Pays du Haut-Jura"
- ↳ Réunion préparatoire pour le diagnostic marketing du Musée Courbet d'Ornans
- ↳ Rédaction du cahier des charges pour la réalisation des diagnostics marketing 2023

TOURISME & HANDICAP

- ↳ **Le 13 décembre** : prochaine commission Tourisme & Handicap à Besançon
- ↳ Nouveaux labellisés à la suite de la dernière commission :
 - Notre Chalet Meublé, Les Fourgs (25) pour les 4 familles de handicap
 - La Voie Verte Bresse Jurassienne pour les handicaps Auditif, Mental et Moteur

QUALITE TOURISME

- ↳ Consultation pour attribution du marché des audits
- ↳ **Le 13 décembre** : prochaine commission Qualité Tourisme à Besançon
- ↳ **Nouveaux labellisés** à la suite de la dernière commission :
 - Ecomusée du Pays de la Cerise, Fougerolles (70)
 - Settons Cottages, Moux-en-Morvan (58)
 - MuséoParc Alésia, Alise-Sainte-Reine (21)
 - Hôtel Les Maritones Parc & Vignoble, Romanèches-Thorins (71)
 - Ma Chambre à St Amour, Saint-Amour-Bellevue (71)
 - Les Jardins des Soussilanges, Céron (71)
 - L'Instant Présent, Pacy-sur-Armançon (89)
 - Le Val d'Or, Mercurey (71)
- ↳ **Audits à venir** :
 - Restaurant l'Escale à Remigny (71)
 - Hôtel-restaurant Le Saint-Hubert à Saint-Claude (39)



DATE A RETENIR

- Le MELTING P'OT 2023 aura lieu **le 23 mars**.
Thème de la journée : l'attractivité résidentielle en Bourgogne-Franche-Comté, les Offices acteurs de cette démarche.

ACCOMPAGNEMENT DES OT

SADI

- Le 1er atelier « relais d'informations territorial » pour l'Office de Tourisme et des Congrès de Grand Besançon Métropole a eu lieu. Cet atelier a permis de présenter la dynamique SADI aux socioprofessionnels présents et d'avancer quelques fiches projets.
- Le 1^{er} décembre** : journée « **Révolution de l'accueil** », organisée par la MONA. Participation de la MASCOT à cette journée consacrée à revoir les problématiques présentes et à venir, liées à l'accueil des touristes dans les Offices de Tourisme.

PILOT

- Début de révision des 150 critères obligatoires : le but de cette révision est d'alléger le plus possible l'outil afin qu'un maximum de structures puisse l'intégrer.

QUALITÉ

- Construction d'un groupement de commande "Audit complet" pour les Offices de Tourisme qui passeront un audit complet en 2023.
Objectif : réduire les coûts d'un audit complet en réalisation une économie d'échelle.
- Le 6 décembre** : participation à la formation "**Simplifier sa démarche Qualité**" organisée par l'UDOTSI 71.

DECIBELLES DATA

- Dans le cadre du déploiement du nouveau module accueil prévu pour le 1er janvier 2023, nous organiserons des journées de formations dans chaque département.
Les rendez-vous de décembre :
 - Le 1^{er} décembre** : journée de formation à Vesoul (70)
 - Le 5 décembre** : journée de formation au Creusot (71)
 - Le 12 décembre** : journée de formation à Auxerre (89)
 - Le 13 décembre** : journée de formation à Châtillon-en-Bazois (58)
- Au total ce sont près de 245 collaborateurs qui seront formés en l'espace d'un mois.
 - Le 16 janvier 2023** : journée de formation à Belfort (90)

FORMATION

- Les membres de la commission formation MASCOT ont défini les thèmes de formations.

1-Accueil

- Formations en langues étrangères à distance (anglais/allemand)
- Aménagement, dynamisation et commercialisation des espaces d'accueil
- Développer, animer et mesurer la performance de sa boutique
- Devenir un excellent vendeur de sa destination
- Conflits et réclamations à l'accueil : gérer les situations délicates
- Optimiser son temps de travail et gérer ses priorités

2-Promotion / communication

- Développer sa e-réputation et gérer ses avis clients
- Connaître les nouveautés sur les réseaux sociaux
- Raconter son territoire – storytelling
- Techniques d'animations de réunions / ateliers

3-Commercialisation

- Création, promotion et vente de produits touristiques : Règlementation et législation

4-Stratégie générale des OT

- Repenser le rôle de l'Office de Tourisme sur son territoire
- Maîtriser une méthodologie de gestion de projet
- Conflits d'usage / en tant que médiateur, comment l'OT peut faire respecter les milieux naturels et faciliter la cohabitation entre les touristes, les habitants, les travailleurs

5-Management / RH

- Animation équipe : savoir gérer et animer une équipe multi-sites
- Ressources humaines : assurer le suivi et le pilotage d'une politique RH

AUTRES ACTIONS

- ↳ **Le 5 décembre** : 1er atelier de collecte des Confidences animé par la MASCOT à Pouilly-sur-Loire avec les Offices de Tourisme de La Charité-sur-Loire et Coeur de Loire.

RETOUR SUR ...

- ↳ **Le 24 novembre** a eu lieu **la journée de l'attractivité résidentielle** organisée par la MASCOT en partenariat avec l'agence LAOU. Journée de formation-action durant laquelle les offices de tourisme de la phase pilote ont été formés à l'accueil des potentiels nouveaux habitants. Ils sont repartis avec leur kit "accueil de nouveaux arrivants" préparé en lien avec l'éco-système de leur territoire.



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.