

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

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.



- Création d'une nouvelle instruction (MARK-INS-adhésion_et_enregistrement_pass_découverte-V1) sur l'adhésion et l'enregistrement d'un nouveau prestataire pour le Pass Découverte.

CE QUE DISENT LES CHIFFRES

- ↳ Découvrez la **note de conjoncture Montagnes du Jura** suite aux vacances de Noël (période du 17 décembre 2021 au 3 janvier 2022). 328 partenaires du massif ont répondu à cette enquête organisée par l'Observatoire de BFC Tourisme.

Les résultats sont en ligne <https://bit.ly/3IIYThX>

- ↳ En 2021, ADN Tourisme, les 12 CRT, l'UNAT nationale et les 10 UNAT régionales ont mené **une étude nationale** auprès de 5 000 français afin de connaître les nouvelles aspirations des Français en matière de vacances.

Les résultats sont disponibles sur le site pro de BFC Tourisme

LE DOSSIER DE PRESSE « NOUVEAUTÉS 2022 » RÉCOMPENSÉ

- ↳ A l'occasion des Rencontres Presse organisées par ADN Tourisme en janvier, le dossier de presse de BFC Tourisme a reçu **le 1^{er} Prix du concours des dossiers de presse 2022**.

Le jury composé de 11 journalistes "tourisme / art de vivre" a retenu notre dossier de presse parmi la vingtaine de dossiers présentés « tant pour le choix de ses angles judicieux, ses idées de sujets originaux, son contenu clair que pour une présentation soignée et lisible ».

Consultez le dossier de presse sur le site pro de BFC Tourisme

RÉUNIONS STATUTAIRES 2022

7 avril 2022 : Conseil d'Administration de BFC Tourisme / arrêté des comptes 2021

19 mai 2022 : Assemblée Générale du BFC Tourisme

AGENDA

3 février 2022 : Conseil d'Administration du BFC Tourisme en visio. La captation s'effectuera en direct de Dijon Congrexpo.

8 février : Quoi de neuf de février

31 mars : Rencontres Régionales du Tourisme à Besançon, organisées par le Conseil régional

BFC Tourisme au sein d'Atout France et d'ADN Tourisme

Sophie Ollier-Daumas est dorénavant présidente du Pôle Campagne au sein d'Atout France.

Le 20 janvier dernier, le Conseil d'Administration d'ADN Tourisme a renouvelé une partie du Bureau. Sophie Ollier-Daumas siègera au sein du Collège des CRT.



OUTILS ET SUPPORTS

DECIBELLES DATA

- ↳ **Ajout d'un traducteur automatique à Décibelles Data** : BFC Tourisme a décidé de "brancher" le traducteur automatique "DeepL" à Décibelles Data. Cette nouvelle fonctionnalité permettra de traduire toutes les informations textuelles en 3 langues (anglais, allemand et néerlandais). Dès qu'une nouvelle fiche sera créée ou dès que le descriptif en français sera modifié, le traducteur retraduirait automatiquement l'information en 3 langues. Les développements vont s'échelonner de janvier à fin février pour que les futurs sites de BFCT affichent les informations dans la langue du visiteur. Ces traductions sont mises à disposition de tout le réseau des partenaires Décibelles Data.



EH Bourgogne - Franche - Comté

À DESTINATION DES HABITANTS

COMMUNICATION ONLINE

- ↳ **Le fil rouge du mois de février sera consacré aux activités d'hiver avant et pendant les vacances** : activités à la neige, activités à faire avec les enfants proposées par le collectif Patrimoine, petites boucles en itinérance, et balades incontournables autour de nos cascades gelées... Ces thématiques alimenteront les posts sur les réseaux sociaux, ainsi que la newsletter du 8 février.
- ↳ **Communication autour de la Saint Valentin** : pour ce marronnier incontournable, 1 actualité et 1 post permettront de proposer aux habitants des idées de cadeaux à offrir pour l'occasion : top 3 des dîners en amoureux / des nuits cocooning / des cadeaux « made in Bourgogne-Franche-

RELATIONS PRESSE

- ↳ Envoi d'un communiqué de presse à la PQR
- **Une journée à la neige** : mise en avant des activités et des accès par trains et autocars pour les weekends et vacances de février

LE PASS DÉCOUVERTE BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

- ↳ **LE PASS DECOUVERTE BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ** : le séminaire OPTIPASS qui devait se tenir à Paris les 18 et 19 janvier **aura lieu les 28 et 29 mars**. Au programme : témoignages et bilan des partenaires utilisant la société OPTIPASS pour la commercialisation de leur pass touristique, présentation des nouveautés et ambitions de la plateforme pour 2022.

VIE DU COLLECTIF

- **Le 1^{er} février** : réunion de travail avec l'agence Hula Hoop pour préparer le PAC 2022 et les prises de parole de la marque.
- **Le 4 février** : Comité Stratégique Social Média avec l'agence My Destination pour les prises de parole de la marque au cours du 1^{er} trimestre.
- **Le 9 février** : Comté Opérationnel : présentation du plan d'actions et du budget détaillés 2022

MARKETING

- **Le 7 février** : restitution des Focus Groupe
Pour faire suite au travail du positionnement de la marque Montagnes du Jura, et dans le but de consolider le persona stratégique établi, 8 entretiens qualitatifs ont été menés auprès des segments de clientèles en décembre 2021 par l'agence June Marketing. Ces entretiens permettront de mieux comprendre les attentes des clientèles et affiner nos campagnes de communication en conséquence.
- **Le 22 février** : remise du rapport d'évaluation de la campagne TV sur la chaîne L'Equipe.
A la demande du Collectif, nous avons commandé une évaluation du dispositif de l'Equipe TV (Partenariat Coupe du Monde de biathlon mené pour la 5^{ème} année consécutive).
Un questionnaire a été adressé à un panel du 24 janvier au 4 février 2022.
L'étude doit vérifier que la campagne répond aux objectifs de départ :
 - Positionner les MDJ comme référence nordique sur le marché français. (Volet grand Public)
 - Travailler l'appropriation auprès des habitants des MDJ. (Volet intra régional)
 Ces résultats doivent également permettre de prendre une décision quant au renouvellement de ce partenariat en 2022/2023.

COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

- Poursuite de la campagne hiver SEA et social média de la marque.
- Le site web poursuit sa belle progression
En décembre, on enregistre **un record avec 121 600 visites (+142 % vs N-1)**.
Le travail édito et d'optimisation de contenus combiné aux leviers activés dans le cadre des campagnes portent leurs fruits.
On note également de bons taux de prises de contacts avec les partenaires.

COMMUNICATION OFFLINE DE LA DESTINATION

- **Sortie du magazine AUTO MOTO** qui mettra en avant la Station Monts Jura.
Une équipe de journalistes est venue du 12 au 14 janvier dernier au Jiva Hill, accueil organisé en partenariat avec l'OT du Pays de Gex . Cet accueil fait suite à une demande presse de France Montagnes. En amont de cet accueil un journaliste de ce même média est venu réaliser un reportage sur le fat bike qui figurera également dans le magazine de février.

COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

FILIERES PATRIMOINE ET ITINERANCE

- **Poursuite de l'état des lieux des contenus web des filières Patrimoine et Itinérance** afin de compléter le plan des contenus et lancer la production d'articles afin d'être prêt pour les futures campagnes de communication de la marque.

RESEAUX SOCIAUX

- **La fonction Reels** est maintenant disponible sur le compte **Instagram** Montagnes du Jura. Prochainement, des vidéos seront disponibles sur le compte !
- En janvier, live en direct de la Station Monts Jura au pied du télécombi Mont-Rond. Ce live a touché 19 779 personnes et généré 1 172 interactions.



PROMOTION

- Promotion des nouveaux programmes pédagogiques via l'envoi d'un emailing auprès de tous les établissements scolaires de BFC.

RELATIONS PRESSE

- **Les 15 et 16 février** : tournée médiatique en Allemagne et en Suisse pour présenter les nouveautés des Montagnes du Jura à la presse
- **Le 20 février** : accueil de la journaliste **Guyonne de MONTJOU** pour le guide des plus belles chambres d'hôtes du **Figaro Magazine**

INFORMATION SUR LES MARCHÉS



ALLEMAGNE

- **De nouvelles tendances pour les vacances 2022** ont été révélées par le quotidien national **Der Spiegel** ; celles-ci résultent pour bonne part de la pandémie.
 - De plus en plus de camping-caristes (+73.500 camping-cars immatriculés en Allemagne de janvier à octobre 2021)
 - Hébergement davantage en locations qu'en hôtels
 - Des vacances entre amis plutôt qu'en couple ou tout seul
 - La recherche d'un tourisme résolument durable
 - La pratique "workation" traduit par le fait de travailler depuis son lieu de vacances
 - Pouvoir emmener son chien en vacances

RETOUR SUR ...

- Accueil de **Pauline & Benoît - World Else** en partenariat avec France Montagnes et Atout France sur le Pays de Gex et sa Station Monts Jura.
- Accueil de **Louis et Damien aventuriers by Les Others** : exploration sur la GTJ à ski entre la Station des Rousses et la Station de Métabief. Les Others = 1 média d'inspiration à forte audience chez les urbains (18/45 ans). Séjour ski de fond afin créer du contenu dans un "esprit aventure" : 1 article web + publication réseaux sociaux + 1 encart Eletter + 40 photos libres de droits durant 5 ans.
- **Du 20 au 24 décembre Campagne d'affichage en gares parisiennes** (Gare Montparnasse et Paris Gare de Lyon) : 130 écrans / spot de 10 secondes / Diffusion aux heures de pointe entre 7 h – 9 h et 17 h 30 – 19 h 30
Voir les photos en PJ
- **Depuis le 19 janvier, Campagne YouTube** : campagne de notoriété en pre roll associée à des contenus affinitaires sur une cible Intentionnistes. (Parents, intérêt ski, recherche ou achat d'équipement de sport d'hiver, tourisme en famille hiver, séjour ski, séjour montagne, activité en famille hiver.) Spot non skipable (impossible de stopper la vidéo) de 15 secondes avec des rush hiver.
- **Du 14 janvier au 28 février** : campagne sur des podcasts et de la Webradio pour toucher les cibles : famille, CSP+. L'avantage du Podcast / Webradio : diffusion sur des médias (RTL, Le Figaro, L'Equipe, Grazia...) et sur des émissions aux thèmes variés (famille, histoire, actualité, santé...).
- **Du 10 au 13 janvier** : accueil de **Éric BACOS** pour **TV5 MONDE**. Préparation d'un documentaire sur les paysages enneigés dans les Montagnes du Jura, activités et visites
- **Du 17 au 24 janvier** : accueil de **Willy OST** pour le magazine belge **CAMPING-CARAVANING**. Thème de l'accueil :

Designed by
Bourgogne



VIE DU COLLECTIF

- **Le 2 février** : Comité Opérationnel La Bourgogne dédié aux orientations et à l'élaboration du plan d'actions 2022.
- **Le 11 février** : réunion Social Média avec l'agence My Destination pour les prises de parole de la marque au cours du 1er trimestre.
- **Le 22 février** : atelier de cadrage stratégique et opérationnel avec l'agence Think My Web



MARKETING

- **Le 7 février** : restitution des Focus Groupe
Pour faire suite au travail du positionnement de la marque La Bourgogne, et dans le but de consolider le persona stratégique établi, 8 entretiens qualitatifs ont été menés auprès des segments de clientèles en décembre 2021 par l'agence June Marketing. Ces entretiens permettront de mieux comprendre les attentes des clientèles et affiner nos campagnes de communication en conséquence.

PROMOTION

- Promotion des nouveaux programmes pédagogiques via l'envoi d'un emailing auprès de tous les établissements scolaires de Bourgogne-Franche-Comté.

RELATIONS PRESSE

- **Les 15 et 16 février** : tournée médiatique en Allemagne et en Suisse pour présenter les nouveautés de La Bourgogne à la presse.
- **Du 16 au 18 février** : accueil d'**Alec LOBRANO** – journaliste américain et auteur de guides gastronomiques tels que Hungry for Paris & Hungry for France, ou My place at the table ...
Il sera à Dijon pour visiter en avant-première la Cité Internationale de la Gastronomie mais aussi pour rencontrer des chefs et des lieux emblématiques de la gastronomie.
- **Le 20 février** : accueil de la journaliste **Guyonne de MONTJOU** pour le guide des plus belles chambres d'hôtes du **Figaro Magazine**.

INFORMATIONS SUR LES MARCHÉS



ALLEMAGNE

- **De nouvelles tendances pour les vacances 2022** ont été révélées par le quotidien national **Der Spiegel** ; celles-ci résultent pour bonne part de la pandémie.
 - De plus en plus de camping-caristes (+73.500 camping-cars immatriculés en Allemagne de janvier à octobre 2021)
 - Hébergement davantage en locations qu'en hôtels
 - Des vacances entre amis plutôt qu'en couple ou tout seul
 - La recherche d'un tourisme résolument durable
 - La pratique "workation" traduit par le fait de travailler depuis son lieu de vacances
 - Pouvoir emmener son chien en vacances



RETOUR SUR ...

FRANCE

- **Action le.monde.fr - La Bourgogne, une destination multi-facettes** : L'article dédié à la destination a été publié sur le monde.fr le 6 janvier dernier [lire l'article ici](#). Cet article est également adapté au format mobile pour diffusion dans la rubrique « en direct » de l'app Le Monde. Cet article a été médiatisé durant tout le mois de janvier (via bannières co-brandées Le Monde) et a été relayé via un post Facebook publié sur la communauté Le Monde.
- **Du 25 au 27 janvier** : accueil de 2 journalistes en repérage pour la nouvelle émission **LES AMBASSADEURS DE L'EXCELLENCE FRANÇAISE** produite pour des Racines et des Ailes. Repérages en Saône-et-Loire et en Côte-d'Or.

JAPON

- **Le 17 janvier** : rendez-vous avec **l'agence réceptive JALPAK** à Paris. L'agence cherche pour la première partie de l'année à proposer des programmes aux Japonais qui vivent en France et plus largement en Europe. Présentation des nouveautés de la destination et discussion sur les pistes de partenariat. Rendez avec **Miho MASUKO**, journaliste au magazine **OVNI**. Présentation des nouveautés de la destination. Discussion autour d'articles pour le magazine et d'accueils presse en 2022.

SUISSE :

- **Du 28 au 30 janvier** : accueil de **Roberto ZIMMERMANN** pour le **COOPZEITUNG** - supplément du magazine des magasins La Coop - Thématique "Dijon sous un oeil gastronomique".



VIE DU COLLECTIF

- **Le 4 février** : Comité Technique du Massif des Vosges



MARKETING

- Le mois de février permettra de finaliser le tableau des prises de parole Vosges du Sud afin d'organiser la communication de l'année en sélectionnant le meilleur mix média à appliquer.

RELATIONS PRESSE

- **Les 10 et 11 février** : accueil de **Claire LHOER** pour le magazine **HISTORIA**. Thématique de l'accueil : Belfort : Citadelle, Lion et le centenaire.

PROMOTION

- Promotion des nouveaux programmes pédagogiques via l'envoi d'un emailing auprès de tous les établissements scolaires de Bourgogne-Franche-Comté.

INFORMATIONS SUR LES MARCHÉS



ALLEMAGNE

- **De nouvelles tendances pour les vacances 2022** ont été révélées par le quotidien national **Der Spiegel** ; celles-ci résultent pour bonne part de la pandémie.
 - De plus en plus de camping-caristes (+73.500 camping-cars immatriculés en Allemagne de janvier à octobre 2021)
 - Hébergement davantage en locations qu'en hôtels
 - Des vacances entre amis plutôt qu'en couple ou tout seul
 - La recherche d'un tourisme résolument durable
 - La pratique "workation" traduit par le fait de travailler depuis son lieu de vacances
 - Pouvoir emmener son chien en vacances

EDITIONS / PRODUCTION DE CONTENUS

- Selon l'état d'avancement du tableau des prises de parole Vosges du Sud, le groupe création de contenus pourra être sollicité afin de démarrer le chantier de mise à jour des contenus sur le site Internet du Massif des Vosges

RETOUR SUR ...

- **Le 21 janvier** : Comité Opérationnel des Vosges du Sud avec les nouveaux membres du collectif :
 - Les communautés de communes de Lure, Héricourt, et 1000 étangs
 - Rahin et Chérimont SPL
 Les marchés prioritaires sont définis, un tableau des prises de parole est établi pour recenser les thématiques prioritaires à aborder en 2022, ainsi que les objectifs opérationnels afférents.
- **Le 25 janvier** : présentation des perspectives aux membres des filières itinérance, Patrimoine et Tourisme d'affaires.
- **Le 28 janvier** : formation à l'outil backoffice du site Internet du Massif des Vosges pour intégrer les futurs contenus de manière plus autonome

FILIÈRE TOURISME D'AFFAIRES



VIE DU COLLECTIF

↳ NOUVEAUX RÉFÉRENCÉS SUR LE SITE seminaires.bourgognefranche.comte.com

Pour la marque Montagnes du Jura

Lieux de séminaires

Coucoo Grands Lacs à Chassey-les-Montbozon (70) : <https://seminaires.bourgognefranche.comte.com/lieux-de-seminaires/coucoo-grands-lacs>

Agences événementielles

L'Atelier 19 : <https://seminaires.bourgognefranche.comte.com/les-organisateurs/latelier-19>

↳ EN COURS DE LABELLISATIONS

Pour la marque Montagnes du Jura

Re-sources Jura à Les Planches près d'Arbois (39)

Pour la marque La Bourgogne

Domaine des Dravers à la Guiche (71)

↳ LABELLISATIONS PROGRAMMEES

Pour la marque Montagnes du Jura

L'Atelier Donat à Malbuisson (25)

Pour la marque La Bourgogne

Château de Chatenay à Sancé (71)

Touroparc à Romanèche Thorins (71)

↳ REVISITES PROGRAMMEES

Pour la marque La Bourgogne

Château de Saulon-la-Rue (21)

DEVELOPPEMENT

- Travail sur l'observatoire du tourisme d'affaires avec un recensement exhaustif de l'offre régionale et la mise en place d'un nouveau mode d'interrogation trimestriel sur l'activité MICE des membres du collectif affaires.

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

PROMOTION / COMMUNICATION

▪ SITE INTERNET

Mise à jour des affichages des partenaires dans les éditos du site affaires avec les nouveaux adhérents au collectif pour l'année 2022

Mise en avant du site internet ou page affaires dédiés au tourisme d'affaires pour les partenaires du collectif dans l'onglet coordonnées des fiches prestataires sur le site <https://seminaires.bourgognefranche-comte.com>

Mise en place des 5 nouvelles brochures à la volée (lieux de séminaires/congrès/réception - organisateurs et prestataires de services et de loisirs) dans la rubrique nos brochures du site.

A noter que ces brochures sont diffusées lors de toutes nos rencontres professionnelles avec les acheteurs.

▪ INSERTION PRESSE QUOTIDIENNE REGIONALE

Mise en ligne d'un article SEO sur le site du Bien Public présentant le collectif affaires (durée 2 ans)

[LIRE L'ARTICLE](#)

▪ DOSSIER DE PRESSE 2022

Sollicitation des partenaires pour la mise à jour des informations. Première diffusion prévue début avril auprès des journalistes de la PQR et la presse professionnelle française.

▪ Parution d'un dossier spécial tourisme d'affaires dans le magazine DIJON CAPITALE (diffusion régionale)

▪ Parution d'un dossier sur le collectif Bourgogne-Franche-Comté Séminaires & Events dans le magazine national TENDANCE NOMAD (diffusion nationale)



RETOUR SUR ...

- **Le 11 janvier** : présentation du positionnement MICE et des destinations Bourgogne et Montagnes du Jura. Plus d'une trentaine de partenaires ont répondu présents à cette réunion en présentiel au Palais des Congrès de Dijon. Présentations, échanges et ateliers de travail ont ponctué cet après-midi de travail. Un cahier d'idées est en cours d'élaboration pour permettre aux partenaires de réadapter leurs offres MICE aux positionnements filière affaires et destinations.
- **Le 24 janvier** : webinaire du Collectif Tourisme d'Affaires : présentation et validation du PAC prévisionnel 2022

FILIERE PATRIMOINE

VIE DU COLLECTIF

- **Le 8 février** : réunion du groupe de travail constitué l'an dernier pour la réalisation de capsules vidéos web. Réunion en présence de l'agence My Destination, Ordre du jour de la réunion : affiner les contenus de ces vidéos, les personnes ressources à identifier sur le terrain et les actions de communication à envisager.



DEVELOPPEMENT

- **Le 4 mars** : restitution des entretiens qualitatifs menées par June Marketing auprès des cibles Patrimoine Lovers. Nous découvrirons précisément les attentes, besoins, freins, habitudes de consommation de cette clientèle affinitaire. Restitution aux membres ultérieurement.

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION A DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- **Les 10 et 11 février** : accueil de **Claire LHOER** pour le magazine **HISTORIA**. Thématique de l'accueil : Belfort : Citadelle, Lion et le centenaire.
- Suite aux propositions d'actions de communication envers la clientèle affinitaire soumises au collectif Patrimoine le 25 janvier, les premières prises de parole débiteront autour de la thématique des personnages célèbres. Un focus sera fait sur Pasteur dont on fête les 200 ans, avec notamment un enrichissement des pages web du site "Montagnes du Jura" sur cette thématique. Le choix des médias retenus pour ces actions est en cours.

RETOUR SUR ...

- **France BtoB** : Démarchage auprès de 3 agences de voyages / TO spécialisés culture : INTERMEDES, TERRA NOBILIS et ARTS ET VIE pour les aider à compléter ou diversifier leurs offres Patrimoine de la région avec proposition d'eductours entre fin du printemps et l'automne.
- Suite à la réunion de présentation du plan d'action de la filière patrimoine, certains adhérents souhaitent mettre en place un groupe de travail pour les aider à augmenter la programmation de leur site auprès de ces Tour-Opérateurs et Agents de Voyages culturels.
- **Le 25 janvier** : webinaire du Collectif Patrimoine : présentation et validation du PAC prévisionnel 2022.

FILIERE ITINERANCE

VIE DU COLLECTIF

- **Le 3 février** : réunion Accueil Vélo : : articulation et attentes ADT/CDT-CRT
- **Le 10 février** : réunion d'organisation du salon Destinations Nature 2022.

DEVELOPPEMENT

- Travaux avec France Vélo Tourisme sur l'amélioration de notre visibilité digitale, la participation au PAC promo/com complémentaire, et l'ajout d'itinéraires sur le site de FVT.
- Réalisation d'entretiens qualitatifs sur les cibles experts françaises par June Marketing : tourisme à vélo, randonnée pédestre et tourisme fluvial.
- Constitution d'un groupe de travail sur la « charte d'accueil des itinérants » (ADTs + membres volontaires).
- Constitution d'un groupe de travail sur les supports d'information et de promotion (quel type de support / quels contenus / à quelle échelle ?)

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION A DESTINATION DE LA CIBLE HABITANTS

- Le fil rouge du mois de février sera consacré aux activités d'hiver avant et pendant les vacances, dont les petites boucles en itinérance, et balades incontournables autour de nos cascades gelées... ces thématiques alimenteront les posts sur les réseaux sociaux, ainsi qu'une newsletter prévue le 8 février.

COMMUNICATION A DESTINATION DE LA CIBLE GENERALISTE

DANS LE CADRE DU COLLECTIF MONTAGNES DU JURA

- Poursuite de l'état des lieux des contenus web de la filière Itinérance afin de compléter le plan des contenus et lancer la production d'articles afin d'être prêt pour les futures campagnes de communication de la marque.

COMMUNICATION A DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

BELGIQUE

- Proposition d'un programme pour l'accueil de l'émission « Le beau vélo de Ravel » / opération avec Atout France.

RETOUR SUR ...

- **Le 24 janvier** : webinaire du Collectif Itinérance : présentation et validation du PAC prévisionnel 2022

FILIERE OENOTOURISME

VIE DU COLLECTIF

- **Le 9 février** Commission Tourisme des Climats de Bourgogne



DEVELOPPEMENT

- **Le 7 février** : restitution des entretiens qualitatifs menées par June Marketing auprès des cibles Wine Curious et Wine Lovers.
Restitution aux membres ultérieurement.

RETOUR SUR ...

- **Le 25 janvier** : webinar du Collectif Œnotourisme : présentation et validation du PAC prévisionnel 2022



FILIERE GASTRONOMIE

VIE DU COLLECTIF

VALLEE DE LA GASTRONOMIE

- **Le 2 février** : Comité de pilotage Vallée de la Gastronomie : présentation et validation de la feuille de route et du budget 2022
- **Le 4 février** : Point équipe-projet (shooting à réaliser en 2022)
- **Le 18 février** : Point équipe-projet (sujet non défini)
- **Le 25 février** : Comité édito Instagram Vallée de la Gastronomie

OBSERVATION / ORT

- ↳ Interrogation des prestataires sur leur activité 2021
- ↳ Note de conjoncture sur la situation à la veille des vacances d'hiver dans les Montagnes du Jura
- ↳ **Le 7 février** : Version 1 du Memento du tourisme
- ↳ Travail sur l'observatoire du tourisme d'affaires avec un recensement exhaustif de l'offre régionale et la mise en place d'un nouveau mode d'interrogation trimestriel.

INGENIERIE / DELEGATION ATOUT FRANCE

- ↳ Restitution du tableau de bord des investissements touristiques
- ↳ Restitution du diagnostic sur le site de la Colline Notre Dame du Haut de Ronchamp
- ↳ Restitution du diagnostic sur le site de la Grande Saline de Salins-les-Bains

DEMARCHE QUALITE TOURISME

Visites Qualité Tourisme programmées

- ↳ **Le 3 février** : Chambre d'hôtes "Ma Chambre » à Saint-Amour (71)
- ↳ **Le 3 février** : Chambre d'hôtes La Suite Saint-Jean » à Chalon-sur-Saône (71)

FORMATION / INNOVATION

- ↳ En accompagnement de son schéma régional de développement du tourisme, le Conseil Régional a relancé un Comité de Pilotage en vue d'un "Accord régional pour la professionnalisation des acteurs du tourisme 2021 / 2024". Les Opérateurs de Compétences (OPCO) AFDAS, Uniformation et OPCO Mobilités s'engagent avec BFCT et la Région pour concevoir, co-financer et promouvoir un programme régional de formation ouvert aux prestataires touristiques. Le 28 janvier, le Comité de Pilotage s'est réuni afin de finaliser le recensement des besoins et attentes, et rédiger le cahier des charges pour la consultation des organismes de formation qui seront retenus pour animer ce plan de formation.
Les premières sessions démarreront en octobre 2022.

TOURISME DURABLE

- ↳ Poursuite du partenariat avec le magazine web "Linfodurable.fr" en vue de rédiger de nouveaux articles sur l'offre durable de BFC. Ces articles seront repris et très largement enrichis dans la version papier du magazine : "Idées pratiques" diffusé à 20.000 exemplaires (50% papier / 50% web) dont 5.000 abonnés.
La thématique (unique pour chaque n°) sera consacrée au Tourisme dans le prochain magazine diffusé au printemps. Un travail de réflexion sur les contenus est en cours.

VIE STATUTAIRE

En prévision de la prochaine Assemblée Générale

- ↳ Cette année, l'assemblée générale proposera le renouvellement complet du conseil d'administration de la MASCOT.

Aussi, si vous souhaitez vous engager dans la vie de votre fédération, et être au coeur des décisions (env. 6 réunions par an) prenez contact avec la MASCOT.

Nous recherchons 2 titulaires et 2 suppléants par département, et pour chaque binôme, dans l'idéal, une présidence et une direction.

ACCOMPAGNEMENT DES OT

SADI

- ↳ Poursuite des travaux SADI initiés en 2021 avec l'Office de Tourisme de la Bresse Bourguignonne, Montbéliard, Pays du Haut-Doubs, Rives de Saône et avec l'Office de Tourisme et des Congrès du Grand Besançon Métropole. En février, un nouvel atelier aura lieu. Il sera destiné à l'étude des clientèles suite à l'analyse des données existantes.

PILOT

Nouvelle année, nouvelle saisie.

- ↳ Après une rencontre entre ADN, Nouveaux Territoires et les relais territoriaux, des ateliers de saisie des données comptables 2021 seront mis en place entre avril et mai 2022. Les Offices de Tourisme peuvent rentrer à minima leurs données depuis 2019 et ainsi obtenir une vision rétrospective claire sur les mouvements de leur budget. Certains étant allés jusqu'au bout de l'aventure et en validant une année, ils pourront assister à un atelier d'exploitation des données à la fin du premier trimestre 2022. Cet atelier leur permettra de tirer les conclusions liées à leurs données et de dupliquer leur apprentissage sur les autres années.

QUALITÉ

- ↳ **Le 3 février : atelier-visio animé par Emmanuelle L'Hermite. Thématique de ce 1^{er} atelier : le Groupe Qualité de Destination.** Cet atelier permettra de réfléchir aux problématiques soulevées par des réclamations clients ou liées directement au référentiel national. Emmanuelle L'Hermite, consultante et formatrice chez AVEIS, aiguillera les Offices de Tourisme dans la gestion et l'articulation de ce groupe. 3 autres rendez-vous seront programmés dans l'année dont 1 journée complète dédiée à Qualité Tourisme.

FORMATION

- ↳ Pour donner suite aux réunions de la commission Formation, un catalogue de formations a été rédigé. Il sera transmis aux organismes de formation très prochainement. Ceux-ci pourront se positionner sur les formations dont ils ont la compétence. Nous vous ferons connaître les sessions de formation ultérieurement.

AUTRES ACTIONS

- ↳ **Projet Confidences** : pour rappel ce projet a pour objectif de faire émerger les pépites, détails méconnus des touristes mais emblématiques pour les habitants. Ces "Confidences" seront récoltées par les Offices de Tourisme. L'OT du Pays du Haut-Doubs sera formé en avril prochain par les Agitateurs. Un déploiement du programme fera suite pour 2022.

RETOUR SUR ...

- ↳ **Lancement du Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information pour l'Office de Tourisme et des Congrès du Grand Besançon Métropole en 2022.** Une première phase d'analyse des données existantes et manquantes permettra de construire ensuite des profils clients les plus approfondis possible et d'adapter les services et stratégie du territoire.