

LA FABRIQUE A SITES

- ↳ **Le site de l'OT de Luxeuil** est en cours de finalisation. Mise en ligne mi-février, en fonction des derniers ajustements à apporter.
- ↳ **Le site de l'ADT Yonne** est en plein développement. Mise en ligne autour du 4 avril, afin de l'annoncer officiellement lors de leur AG du 7 avril.
- ↳ **L'OT de Haut-Jura Saint-Claude** vient d'intégrer la Fabrique à Sites.
Objectif : mise en ligne pour mi-novembre 2023.
La réunion de lancement a été effectuée. L'équipe du service digital BFC Tourisme travaille actuellement sur les maquettes d'intention.
- ↳ **Le Parc Naturel Régional du Morvan** fait également confiance à la Fabrique à Sites pour rajeunir son site internet. Des travaux ont été réalisés sur les maquettes d'intention. La présentation des maquettes est prévue courant février.
- ↳ Accompagnement de **l'OT de Pouilly-Bligny** pour la V2 de leur site : remise à plat du plan de contenus, création de nouvelles pages sur des sujets qui présentent un potentiel SEO.
- ↳ **Les développements demandés à THURIA** : le développement des calendriers des disponibilités. Cette nouvelle fonctionnalité sera livrée fin février et sera disponible pour l'ensemble des partenaires de la Fabrique à Sites.

RETOUR SUR La 1^{ère} Rencontre du Club Utilisateurs de la Fabrique à Sites le 24 janvier 2023

Le Club utilisateurs de la Fabrique à Sites s'est réuni pour la 1^{ère} fois à Dijon, en présentiel.

Autour de l'équipe du service digital de BFC Tourisme, 10 ADT et OT ont participé à cet événement, ainsi que la société THURIA.

A l'ordre du jour de cette rencontre :

- Rappel sur les modalités de gestion du projet
- Les évolutions effectuées en 2021/2022
- Les projets de 2023.

PROCHAIN RENDEZ-VOUS LE 28 AVRIL MATIN.

DÉCIBELLES DATA

- ↳ **L'Association des Climats de Bourgogne** a choisi Décibelles Data pour lancer ses appels à candidature pour « Le Mois des Climats ». Les organisateurs d'événements feront leur demande à partir d'un formulaire en ligne connecté à la base de données. Les événements retenus seront ainsi automatiquement diffusés sur tous les sites internet sans ressaisie des informations.
- ↳ **Un partenariat** est en cours **avec le Parc naturel régional du Doubs Horloger** qui souhaite rejoindre le réseau Décibelles Data afin de gérer ses adhérents et afficher les informations touristiques sur son futur site internet.
- ↳ De nouveaux modèles de brochures automatiques ont été développés fin 2022. Ils ont été mis à disposition des OT en janvier.

RÉUNIONS STATUTAIRES 2023

30 mars 2023 : Conseil d'Administration du CRT

4 mai 2023 : Assemblée Générale de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme

AGENDA

1^{er} février : Comité opérationnel de la destination Montagnes du Jura

2 et 3 février : Réunion des directeurs de CRT à Caen

8 février : Journée d'échanges entre les régions Grand-Est et Bourgogne-Franche-Comté

10 février : Réunion trimestrielle avec les directeurs des Offices de Tourisme

20 février : CODIR digital

20 février : Point tourisme entre le Conseil Régional et BFC Tourisme

23 février : CODIR

24 février : Restitution du projet « Routes virtuelles du repas gastronomique des Français en Bourgogne-Franche-Comté »

EN INTERNE

Le CDD d'**Antonin FLEURY**, Assistant webdesign, est transformé en CDI à compter du 1^{er} février 2023.

Fin janvier, après une année parmi l'équipe BFC Tourisme, **Marceau BRON** s'envole pour Montréal pour une nouvelle expérience : Marceau sera Community Manager pour une boutique de robes de mariées.



Système d'amélioration contenue

- ➔ 2022 étant écoulée, il est temps de faire le point sur la qualité de nos fournisseurs. Le tableau d'évaluation des fournisseurs a été complété par les équipes. Ces évaluations seront ensuite étudiées lors de **la prochaine revue annuelle de Direction, qui aura lieu le 13-mars 2023.**

À DESTINATION DES HABITANTS

AGENDA

- **Le 22 février** : rencontre avec le Club des sites Unesco pour proposition de plan de contenus et de plan de communication auprès de l'habitant

COMMUNICATION ONLINE & RESEAUX SOCIAUX

RAPPEL : des actions de communication online seront menées tout au long de l'année 2023.

OBJECTIFS :

- Augmenter le trafic sur le site
- Faire que le site bourgognefranchecomte.com devienne un réflexe chez les habitants de la région.

CIBLES

- Les familles, les groupes d'amis de Bourgogne-Franche-Comté

- **Lancement de la campagne HIVER**

Mise en ligne de 4 pages

- 1 page principale sur un week-end à Métabief sans ski : [découvrir la page ici](#)
- 1 page sur la station de Métabief : [découvrir la page ici](#)
- 1 page sur la station des Rousses : [découvrir la page ici](#)
- 1 page sur les Stations du Ballon d'Alsace et de la Planche-des-Belles-Filles : [découvrir la page ici](#)

Cette campagne est appuyée par des posts sponsorisés sur Facebook et Instagram + mise en avant sur la Home Envoi d'une newsletter au fichier constitué de 42 700 habitants de la région le mardi 24 janvier 2023.

- **Partenariat avec le service Transport de la région et le site MOBIGO**

Mise en place d'une campagne de bannering "Sortez Chez Vous" sur le site www.viamobigo.fr.

Chaque mois, les bannières seront actualisées. Celles de février seront dédiées à la campagne hiver : renvoi vers le spot de 40 secondes et renvoi vers la page « Idée weekend à Métabief ».

- Lancement d'un nouveau format sur les réseaux sociaux : le partage des podcasts Artips réalisés par la filière Patrimoine. Le premier podcast sera diffusé à la fin du mois de février via Facebook : il s'agira du podcast sur les Climats du Vignoble de Bourgogne, inscrits au Patrimoine Mondial Unesco.

PASS DÉCOUVERTE RÉGIONAL

- Une réflexion sur l'évolution du dispositif du Pass Découverte est en cours (tarification, réseau de vente, les offres incluses ...).
- Refonte du dépliant du Pass Découverte
- Un travail de rédaction de nouveaux contenus a débuté. Il s'agit de rédiger des idées week-ends à faire avec le Pass. Ces contenus serviront à alimenter les prises de paroles pour valoriser le dispositif.
- Courant février : 1 emailing à destination des partenaires du Pass découverte sera envoyé.
Objectifs : les informer de la 1^{ère} réunion du Club Utilisateurs le 4 avril 2023 + leur demander de mettre à jour leurs tarifs 2023, leurs horaires ...

À DESTINATION DES HABITANTS

PRODUCTION DE CONTENUS

- Dans le cadre de la refonte des plans de contenus du site www.bourgognefranche.comte.com, qui a atteint les **500 000 visites fin 2022**, et pour répondre à l'objectif « faire de l'habitant un touriste dans sa région », nous avons entrepris **un travail de rédaction de 40 idées week-end à faire en Bourgogne-Franche-Comté**.
 Le sourcing des offres est fait en collaboration avec les filières de BFC Tourisme.
 Les idées week-end pour l'habitant s'appuieront sur certains formats "24 h 00 /48 h 00 à ..." réalisées par les marques de destinations La Bourgogne et Montagnes du Jura et les OT membres de ces collectifs.
 La ligne éditoriale sera adaptée pour l'habitant, et 4 enjeux spécifiques seront rajoutés :
 - Des idées week-end sans voiture avec mise en avant du site MOBIGO pour développer la mobilité en TER, car ...,
 - Des idées week-ends à faire avec le Pass Découverte,
 - Ajout de confidences et d'anecdotes
 - Mise en avant des 100 Merveilles d'Artips quand cela est possible.
- Lors de la crise sanitaire, des vidéos-portraits de professionnels du territoire ont été réalisées par BFC Tourisme. Ces vidéos ont été remaniées et mises aux couleurs de la charte graphique « Sortez Chez vous ». Ces vidéos ont été ajoutées sur les fiches Décibelles Data des professionnels concernés, intégrées dans le plan de contenu du site et envoyées à chaque partenaire pour utilisation.
- Réintégration dans les pages Edito du site www.bourgognefranche.comte.com des podcasts réalisés par ARTIPS en 2022, pour certains membres de la filière Patrimoine.

RETOUR SUR ...

- Mise en avant des 2 événements incontournables du début d'année : **La Saint Vincent Tournante & la Percée du Vin Jaune** via la création d'une page dédiée : [découvrir la page ici](#)
 Mise en avant de cette page sur la Home page du site + relai via un post Facebook sponsorisé le 22 janvier.
- Top post de janvier : [à voir ici](#)**
 Ce top post est un REEL. Les lieux mis en avant dans ce REEL : Les Hospices de Beaune, le Val de Consolation, Musée des Beaux-Arts de Dijon, l'architecture de la ville de Besançon, Dole, Alésia...
Résultat :
 10 000 vues en une seule soirée, aujourd'hui nous cumulons 23 500 vues – 1 300 likes – 31 commentaires et 78 sauvegardes.
- Campagne de Leads Hiver**
 Nous avons mené une campagne de Leads en novembre et décembre sur Facebook.
 Objectif de campagne : acquérir de nouveaux abonnés à la newsletter Sortez Chez Vous.
 Résultat satisfaisant avec acquisition de 5 200 nouveaux prospects, un coût unitaire de 0,71 € TTC.
 A ce jour, le fichier comptabilise 42 700 abonnés.

VIE DU COLLECTIF

- **1^{er} février** : comité opérationnel



COMMUNICATION ONLINE

- **Campagne digitale sur le site de lequipe.fr**
La marque sera présente à travers 3 formats de bannières sur lequipe.fr. Tout internaute faisant une recherche « biathlon » sera exposé à ces bannières. Ce dispositif renverra vers les contenus « Eté » de la destination.
- **2 vagues de campagne TV classique sur la chaîne L'Equipe.** Diffusion d'un spot valorisant la destination 4 saisons. [Voir le spot](#)
 1. **Les 18 et 19 février**, pendant les Championnats du Monde de Biathlon
Objectif : marquer les esprits dans un contexte affinitaire.
 2. **Du 20 février au 26 mars** : capitaliser sur les temps forts de la chaîne (Par exemple l'émission L'Equipe de Greg) et élargir l'audience.
Le mardi et le mercredi (profiter des bassins d'audience de ligue des champions).
Le vendredi (profiter du bassin d'audience de la ligue 1).

RESEAUX SOCIAUX

- **Le 7 février** : 1er workshop stratégique trimestriel en présence de Maud Humbert, Nino SCHERER et l'agence social media MyDestination.
Objectifs : analyser les statistiques de janvier, confirmer les enjeux pour l'année à venir, revenir sur les résultats du dispositif de sponsoring.
- Avec le retour de la neige, nous relançons la campagne hiver sur les réseaux sociaux de la marque via des Instants Expériences Facebook, stories Instagram et du contenu Tiktok.
- **Début février** Live Facebook à Haut Jura Arcade (Morez).

MARKETING

- Finalisation de la charte graphique de la marque (nouveau logo et marqueurs).
- Lancement de la conception du nouveau guide de marque.
- Création d'un espace dédié au portage de la marque sur le site pro de Bourgogne Franche Comté Tourisme (comment utiliser la marque, télécharger les marqueurs...)
- Finalisation du cahier d'idées séjours pour aider les OT et partenaires à construire des offres qui s'adaptent au positionnement des Montagnes du Jura.

COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

FILIERE TRAIL

- Envoi d'une Eletter grand public au fichier trail pour promouvoir les événements du printemps.

FILIERE AFFAIRES

- Optimisation et développement des contenus pour le tourisme d'affaires sur le site des Montagnes du Jura.
- Nouveaux partenaires en cours de référencement sur seminaires.bourgognefranche.comte.com
Lieux de séminaires
Le Château de la Dame Blanche à Geneuille
Les Ateliers à Miserey-Salines
L'Institut Esprit Santé, Hôtel le Sauvage et les Espaces de la CCI à Besançon

Prestataires de team-building

- Culture Jeux à Besançon
- Emulsion à Montbéliard

RELATIONS PRESSE



ALLEMAGNE

- Le 9 février : Tournée Médiatique à Berlin. Présentation du dossier de presse 2023 et des thématiques de reportages. Opération organisée par Atout France



BELGIQUE

- Le 7 février : workshop « Collection France » à Bruxelles. Présentation du dossier de presse 2023 et des thématiques de reportages. Opération organisée par Atout France



FRANCE

- Du 30 janvier au 3 février : accueil de **Pierre WITT** pour le magazine **Terre Sauvage** dans le secteur Haut-Doubs Pays- Horloger.
- Les 21 et 22 février : formation des attachées de presse des stations de Montagnes par France Montagnes pour s'imprégner des besoins spécifiques des journalistes français sur la thématique montagne
- Envoi d'un communiqué de presse : mise en avant de la GTJ et de l'Echappée Jurassienne + Les Greniers des Châteaux, la Ferme du Lanchet et les aires de Bivouac.



PAYS-BAS

- Le 9 février : workshop Presse à Amsterdam. Présentation du dossier de presse 2023 et des thématiques de reportages. Opération organisée par Atout France

PROMOTION



FRANCE

- Tout au long de l'année, **des démarchages virtuels auprès d'autocaristes d'Auvergne-Rhône-Alpes** seront organisés.
 - Le 23 février : 1^{er} démarchage virtuel avec les partenaires suivants : Côte-d'Or Attractivité, Jura Tourisme, et 2 hôtels-restaurants à Tournus : Les 7 Fontaines 4* et Le Rempart 3*
 - Le 28 février : présentation de l'application mobile KIDIWE à la Délégation à la transformation numérique du Conseil Régional de BFC. L'offre Scolaires BFC sera adressée aux 3 460 établissements scolaires de la région via une brochure numérique. Poursuite du développement des offres pédagogiques sur Décibelles Data.
- Création d'une page dédiée aux offres groupes sur le site web MDJ : [en ligne ici](#)

PRODUCTION DE CONTENUS

- Lancement de la refonte du magazine grand public de la marque Montagnes du Jura.
- Réalisation d'une cartographie mettant en valeur tous les territoires infra de la destination pour faciliter la compréhension du territoire par le consommateur.
- Rédaction de nouveaux articles web + mise en ligne
 - <https://www.montagnes-du-jura.fr/hiver-et-neige-dans-les-montagnes-du-jura/ambiance-grand-froid/>
 - <https://www.montagnes-du-jura.fr/top-activites-funs-hiver/>

RETOUR SUR ...

- DEMARCHAGE PROMO ET PRESSE AUX PAYS-BAS** du 21 au 25 novembre 2022 - organisé par Atout France. 3 partenaires régionaux accompagnaient BFC Tourisme : Escapade Gourmande, l'OT Dijon Métropole et la Fédération Régionale de l'Hôtellerie de Plein-Air. Plusieurs rendez-vous promo avec les TO suivants : **EXPERIENCE TRAVEL, ANWB, ACSI, DE JONG INTRA VAKANTIES, LABRYS REIZEN, RENT A TENT et ADE** suivis de 3 RDV en visio conférence avec **ROOMPOT, BOOK UNITED et VIDEOTRIPS**. Démarchage des rédactions des groupes de presse **DPG MEDIA** et **NEWSKOOLMEDIA** (6 RV avec des rédactions adaptées à nos cibles). Organisation d'un diner de presse en présence de 9 journalistes.

Nous enregistrons la **1ere retombée promo concrète avec ANWB** : la publication d'un nouveau duo combiné **15-jours Bourgogne & Montagnes du Jura** » dans le magazine **REISMEE** (édition « couples » + édition « familles ») envoyé aux membres de l'ANWB avec le magazine **KAMPIOEN**.

Parution prévue : 10 -17 avril 2023 - ½ page par magazine – Offerte.

- Le 20 janvier : Live Facebook à la station des Rousses
- Top post de janvier : [post Instagram du 15 janvier](#) : 5 000 likes

LA BOURGOGNE



VIE DU COLLECTIF

- **Le 2 février** : atelier SEA/SEO avec le comité stratégique (démarche de performance responsable en matière de stratégie digitale et stratégie de contenus)
- **Le 8 février** : rdv terrain avec l'OT de Gevrey-Chambertin Nuits-Saint-Georges + visites de prestataires.

COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

- Poursuite du partenariat annuel avec **OK VOYAGE** le blogzine de voyage (audience moyenne / mois = 300.000 visiteurs).
L'article de février sera dédié aux canaux et rivières. Retrouvez le 1^{er} article de janvier dédié à la gastronomie : [lire l'article](#)
- Envoi d'une enews aux prospects (environ 21 500 contacts) qui ont manifesté de l'intérêt pour recevoir de l'actualité sur la destination.
Thématique : Le 150^{ème} anniversaire de la naissance de Colette.

RESEAUX SOCIAUX

- **Le 10 février** : 1er workshop stratégique trimestriel en présence de Mylène CASADO, Penny LAW VINTER et l'agence social media MyDestination.
Objectifs : analyser les statistiques de janvier, confirmer les enjeux pour l'année à venir, revenir sur les résultats du dispositif de sponsoring.

PRODUCTION DE CONTENUS

- Réalisation en interne d'affiches et de cartes postales pour le portage de la marque en images. 4 modèles ont été déclinés. Impression de 1 000 exemplaires chaque modèle.

MARKETING

- Création d'un espace dédié au portage de la marque sur le site pro de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme (comment utiliser la marque, télécharger les marqueurs...)

COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

FILIERE AFFAIRES

- Nouveaux partenaires en cours de référencement sur seminaires.bourgognefranche-comte.com
Destinations Affaires
L'Yonne en Bourgogne
Lieux de séminaires
Bière Expérience à Beaune
Le DFCO, La Cuverie, Salt & Pepper et la Maison Philippe Le Bon à Dijon
Les Cabottes à Change
Le Musée des Ursulines à Mâcon
La Demeure des Arbillons à Bourgvilain
Ski Circus à Fragnes la Loyères
Agences événementielles
Soon Evènements à Dijon

RELATIONS PRESSE



ALLEMAGNE

- **Le 9 février** : Tournée Médiatique à Berlin. Présentation du dossier de presse 2023 et des thématiques de reportages. Opération organisée par Atout France.



BELGIQUE

- **Le 7 février** : workshop « Collection France » à Bruxelles. Présentation du dossier de presse 2023 et des thématiques de reportages. Opération organisée par Atout France.



PAYS-BAS

- **Le 9 février** : workshop Presse à Amsterdam. Présentation du dossier de presse 2023 et des thématiques de reportages. Opération organisée par Atout France.

PROMOTION



FRANCE

- Tout au long de l'année, **des démarchages virtuels auprès d'autocaristes d'Auvergne-Rhône-Alpes** seront organisés.
Le 1^{er} démarchage virtuel aura lieu **le 23 février** avec les partenaires suivants : Côte-d'Or Attractivité, Jura Tourisme, et 2 hôtels-restaurants à Tournus : Les 7 Fontaines 4* et Le Rempart 3*
Le 28 février : présentation de l'application mobile **KIDIWE** à la Délégation à la transformation numérique du Conseil Régional de BFC.
L'offre Scolaires BFC sera adressée aux 3 460 établissements scolaires de la région via une brochure numérique.
Poursuite du développement des offres pédagogiques sur Décibelles Data.



HONG KONG

- À la suite de la réouverture des frontières pour les hong-kongais, **La Bourgogne va participer au " Tour de France Culinaire"** organisé par le bureau d'Atout France Hong-Kong.
Le mois de février sera dédié à la Bourgogne : 4 vidéos courtes seront postées sur les RS d'Atout France et ceux du consulat puis une vidéo générale tournée à la résidence du consulat avec un chef de cuisine et une influenceuse gastronomique, Hilda Chan.

RETOUR SUR ...

- **Statistiques de fréquentation du site www.bourgogne-tourisme.com en 2022**
Visites = 1 490 965 (+ 74.5 % par rapport à 2021)
Pages vues = 2 951 395 (+ 59%) *Taux de rebond* = 65% (+ 1.6%)
Durée moyenne = 1'47 min (+ 2%)
Le référencement naturel représente 83 % du trafic
Intérêts partenaires = 52 762 (+ 25%) *Intérêts brochures* = 25 031 (+ 255%)
Inscriptions newsletters = 934 (+ 292%)
- **DEMARCHAGE PROMO ET PRESSE AUX PAYS-BAS** du 21 au 25 novembre 2022 - organisé par Atout France. 3 partenaires régionaux accompagnaient BFC Tourisme : Escapade Gourmande, l'OT Dijon Métropole et la Fédération Régionale de l'Hôtellerie de Plein-Air.
Plusieurs rendez-vous promo avec les TO suivants : **EXPERIENCE TRAVEL, ANWB, ACSI, DE JONG INTRA VAKANTIES, LABRYS REIZEN, RENT A TENT et ADE** suivis de 3 RDV en visio conférence avec **ROOMPOT, BOOK UNITED et VIDEOTRIPS**.
Démarchages des rédactions des groupes de presse **DPG MEDIA** et **NEWSKOOLMEDIA** (6 RV avec des rédactions adaptées à nos cibles).
Organisation d'un dîner de presse en présence de 9 journalistes.

Nous enregistrons la **1ere retombée promo concrète avec ANWB** : la publication d'un nouveau duo combiné **15-jours Bourgogne & Montagnes du Jura** » dans le magazine **REISMEE** (édition « couples » + édition « familles ») envoyé aux membres de l'ANWB avec le magazine **KAMPIOEN**.
Parution prévue : 10 -17 avril 2023 - ½ page par magazine – Offerte.
- **Suite envoi d'une enews BtoB à 2 128 TO, agences de voyages et associations belges.**
Mise en avant des 3 Cités des Climats et des Vins de Bourgogne + zoom sur un hébergement à proximité de chaque cité.
Taux d'ouverture : 28,10 % FR et 37 % NL / Taux de clics : 0,4 % FR et 1,7 % NL
On note un intérêt particulier des Belges néerlandophones pour la destination.



VIE DU COLLECTIF

- **Courant février** : échanges Vosges du Sud à l'occasion d'un rapide Comité Opérationnel en marge d'une réunion technique sur les sujets techniques en cours (carte touristique, passeport Vosges du Sud...).

PRODUCTION DE CONTENUS

- Création du groupe de contenus pour intégrer les idées séjours / expériences sur le site Internet du Massif des Vosges.
- **Campagne Hauts-de-France printemps**
Production de contenus pour la campagne Hauts-de-France printemps afin d'alimenter le site Internet du Massif des Vosges.
Travail sur le spot publicitaire avec une agence sur base de consultation. Ce spot sera diffusé dans le cadre de cette campagne en replay et digital.

PROMOTION



FRANCE

- **Le 28 février** : présentation de l'application mobile **KIDIWE** à la Délégation à la transformation numérique du Conseil Régional de BFC.
L'offre Scolaires BFC sera adressée aux 3 460 établissements scolaires de la région via une brochure numérique.
Poursuite du développement des offres pédagogiques sur Décibelles Data.

RETOUR SUR ...

- **Le 13 janvier** : rencontre de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme avec Alsace Destination Tourisme à Colmar pour structurer le partenariat digital entre le Massif des Vosges et les Vosges du Sud
- **Le 23 janvier matin** : Atelier de création d'offres et d'expériences avec le collectif Vosges du Sud et les partenaires de la filière patrimoine à la Filature de Ronchamp.
De nombreuses idées sont sorties. Ces idées serviront à alimenter progressivement le site Internet du Massif des Vosges.
- **Le 23 janvier après-midi** : Comité Opérationnel Vosges du Sud à la Filature de Ronchamp.



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

VIE DU COLLECTIF

- **Lancement de la campagne d'adhésion 2023** via un nouveau questionnaire en ligne développé sur Décibelles Data.

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

Pour la destination La Bourgogne

Destinations Affaires

L'Yonne en Bourgogne

Lieux de séminaires

Bière Expérience à Beaune

Le DFCO, La Cuverie, Salt & Pepper et la Maison Philippe Le Bon à Dijon

Les Cabottes à Change

Le Musée des Ursulines à Mâcon

La Demeure des Arbillons à Bourgvilain

Ski Circus à Fragnes la Loyères

Agences événementielles

Soon Evènements à Dijon

Pour la destination Montagnes du Jura

Lieux de séminaires

Le Château de la Dame Blanche à Geneuille

Les Ateliers à Miserey-Salines

L'Institut Esprit Santé, Hôtel le Sauvage et les Espaces de la CCI à Besançon

Prestataires de team-building

Culture Jeux à Besançon

Emulsion à Montbéliard

DEVELOPPEMENT

- Participation aux ateliers de travail sur la création du futur Bureau des Congrès de Dijon.

Prochaine réunion prévue le 2 février 2022

- Transmission aux partenaires de la restitution des entretiens qualitatifs effectué par June Marketing pour appropriation des différents conseils et optimisation de leur communication vers les organisateurs d'événements professionnels
- Observatoire : réalisation du bilan 2023 sur l'activité 2022

PROMOTION / COMMUNICATION

- **2^{ème} quinzaine de février** : envoi d'une newsletter sur le thème « Séminaire au vert - bleisure », afin de préparer les séminaires de printemps.
- Rédaction de nouveaux contenus pour alimenter le site et développer l'offre.

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

RETOUR SUR ...

- **Post LinkedIn BFC Séminaires & Events – post du 12 janvier 2023**

Test du format Carrousel pour présenter la destination Auxerre. (nouveau format)

Pourquoi est-ce un nouveau format ? Il s'agit d'une création visuelle reprenant la charte graphique et des morceaux d'interview.

Ces interviews ont été réalisés lors de la soirée du 15 novembre dernier. Nous avons réalisé de courtes interviews vidéo ou audio d'une dizaine de partenaires. Aujourd'hui nous pouvons exploiter ces contenus pour alimenter les réseaux sociaux et mettre en avant les partenaires les plus actifs du club.

Les résultats de ce post :

595 impressions – 25 likes – 12 partages – Taux d'engagement 32,6 % - Taux de clics 26 %

FILIÈRE PATRIMOINE

VIE DU COLLECTIF

- **2 nouveaux partenaires intègrent** le Collectif Patrimoine :
 - Le Musée Départemental du Compagnonnage à Romanèche-Thorins
 - Le Château de Lamartine à Saint-Point.

DEVELOPPEMENT

- Depuis début janvier, de nouveaux sites ont rejoint le groupe de bénéficiaires de l'outil GuestViews. A ce jour, une douzaine de sites peuvent proposer cet outil de gestion de la satisfaction à leurs visiteurs : Citadelle de Besançon, Bibracte, Grande Saline de Salins, FRAC Franche-Comté, Musées de Mâcon, Musée des Maisons Comtoises, Musée du Jouet, Ecomusée Bresse Bourguignonne, Espace des Mondes Polaires, Château de Champlitte, Musée de la Montagne.
- Interrogation des sites et lieux de visites sur leur fréquentation 2022.

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- **PARTENARIAT ARTIPS** : les podcasts dédiés aux biens UNESCO seront progressivement relayés sur la page LinkedIn d'Artips.
Mi-janvier : mis en avant du podcast sur les Climats des Vignoble de Bourgogne / [voir ici](#)
Viendront ensuite, dans l'ordre : les sites palafittiques, la Grande Saline de Salins-les-Bains, le Prieuré de la Charité sur Loire, l'Hôtel Dieu des Hospices de Beaune, le Lion et la Citadelle de Belfort, les Cascades du Hérisson, la Saline Royale d'Arc-et-Senans.

RETOUR SUR ...

- Le format des capsules vidéo ayant été plébiscité, tant par le collectif que par le public, nous décidons de reconduire ces productions de contenus diffusés sur les réseaux sociaux, à destination d'un public expert.
Une 1^{ère} réunion a eu lieu le 26 janvier afin de lancer le dossier. Le groupe de travail est composé de membres du collectif volontaires et l'agence My Destination.
- Dans le cadre du partenariat avec la blogueuse **Anne-Gaëlle LABORDE** (également rédactrice pour le site "J'M mon patrimoine"), diffusion sur les réseaux sociaux le 15 janvier de la vidéo « Couleurs d'automne en Bourgogne » sur les Climats des vignobles de Bourgogne : [voir la vidéo ici](#)
- Suite à l'accueil du blogueur **Samuel LANDEE**, les premiers contenus ont été diffusés mi-janvier : 1 vidéo sur YouTube : <https://youtu.be/fueikg4suyg> et 2 Reels sur les réseaux sociaux : <https://www.instagram.com/p/CnPTNZYBFnU/> et <https://www.instagram.com/p/CnATz3UBSo/>
Outre l'auditorat (encore naissant) de ces 2 influenceurs, l'intérêt est aussi et surtout de récupérer de nombreux rushes et photos des sites visités pour enrichir notre médiathèque.
- **Le 11 janvier** : réunion de travail entre le Club UNESCO et BFC Tourisme afin de définir le plan d'actions spécifique pour 2023. Il a été notamment décidé de réaliser une vidéo de promotion des sites, d'une durée de 2' à 2'30 qui sera diffusée sur les réseaux sociaux de BFC Tourisme et relayée également par les sites eux-mêmes. Les pages web de ces sites seront enrichies de contenus édités selon différents angles ("en famille avec des jeunes enfants", "sites qui ont des applis de visite", "sites proposant des visites insolites"...), avec l'aide des sites concernés.
Un groupe de travail devra se constituer afin de produire 2 contenus "anglés" par an, en relation avec le service digital de BFC Tourisme.

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE ITINERANCE

VIE DU COLLECTIF

- **Date en attente** : réunion d'organisation du salon Destinations Nature qui aura lieu du 16 au 19 mars 2023.

DEVELOPPEMENT

- Co-rédaction de "La Boîte à Outil de l'itinérance", en partenariat avec la Région BFC, dans le cadre de la mise en oeuvre du Schéma Régional de l'itinérance.

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DES HABITANTS

- Analyse du contenu itinérance du site bourgognefranchecomte.com, pour construction du plan de contenu.

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- Elaboration d'une campagne RS Fluvial en collaboration avec les partenaires loueurs de bateaux, membre du collectif.

RETOUR SUR ...

Campagne KOMOOT

Campagne du 11 décembre au 11 janvier : promotion de l'Echappée Jurassienne et de La GTJ. Cette campagne a atteint de bons résultats : 861 322 vues et 9 352 clics.

Certains résultats ont été excellents (en comparaison à des campagnes similaires menées par d'autres sur cette plateforme) :

- ↳ Les utilisateurs ont assez fortement réagi au contenu avec 1 035 interactions, 468 "j'aime" , 118 partages

- ↳ 445 enregistrements de contenu. Un chiffre qui peut donner une mesure de la conversion.

- ↳ 564 nouveaux abonnés à la page Bourgogne-Franche-Comté Tourisme. Une petite communauté s'est rapidement formée, qui reste à l'affût de nos prochains ajouts.



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE OENOTOURISME

VIE DU COLLECTIF

- Relance de la campagne d'adhésion 2023 via un nouveau questionnaire en ligne développé sur Décibelles Data.
- **Le 8 février** : visite des Caves Patriarches
- **Le 20 février** : audit pour le renouvellement de la destination "Route du Crémant de Bourgogne en Chatillonnais" par Atout France.

DEVELOPPEMENT

- Commission de travail Fascinant Week-End
Objectif : mettre en place une stratégie / un plan d'action pour le Fascinant Week-End dans le vignoble de Bourgogne et du Jura
- Envoi du plan d'actions prévisionnel 2023 aux membres du collectif Œnotourisme
- Livrable : cahier d'idée séjour "wine curious" et "wine lovers" remis aux membres du collectif Œnotourisme.

RETOUR SUR ...

- **Le 24 janvier matin** : Les Rencontres Œnotourisme de l'Yonne. Participation pour présenter le collectif Œnotourisme aux partenaires Vignobles et Découvertes de la route des vignobles de l'Yonne.
- **Le 24 janvier après-midi** : présentation du collectif Œnotourisme à l'occasion d'un temps d'échanges Œnotourisme à Beaune

FILIERE GASTRONOMIE

VIE DU COLLECTIF

- **Le 1^{er} février** : comité éditorial : élaboration du plan de contenu et des thématiques Instagram pour les mois suivants.
- **Le 7 février** : visite de Dole Expo pour intégration dans la Vallée de la Gastronomie



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

OBSERVATION / ORT

- ↳ **Le 1^{er} février** : Groupe de travail national Orange FVT
- ↳ **Le 8 février** : Groupe de travail national INSEE
- ↳ Série de Webinaires Orange FVT dans le cadre du nouveau contrat 2023-2024

TOURISME D'AFFAIRES

- ↳ Réalisation du bilan 2023 sur l'activité 2022

CONJONCTURE

- ↳ Lancement de la 2ème vague d'enquête de la saison afin d'obtenir des données sur les taux d'occupations, les passages aux remontées mécaniques, les forfaits vendus en ski nordiques ainsi que les prévisions pour la suite

INGENIERIE / DELEGATION ATOUT FRANCE

- ↳ **Le 24 février** : restitution du projet « **Routes virtuelles du repas gastronomique des Français en Bourgogne-Franche-Comté** »
- ↳ Lancement du cahier des charges "étude marchés" qui consistera à l'identification des marchés lointains « prioritaires » post covid pour la région Bourgogne-Franche-Comté en tenant compte des enjeux du tourisme durable, perspectives de développement, freins et spécificités.

↳ **RETOUR SUR ...**

Le projet « Route des grands crus, au cœur des Climats du vignoble de Bourgogne » a été retenu dans le cadre de l'Appel à Manifestation d'Intérêt « destinations digitales » lancé par Atout France.

A ce titre, l'Association des Climats du vignoble de Bourgogne pourra bénéficier d'un accompagnement dans la prise en compte des enjeux de transition numérique à travers un financement de parcours de professionnalisation, de diagnostics de performances et/ou de plans marketing digitaux en France et à l'étranger.

La réunion de lancement des travaux avec les partenaires concernés s'est tenue le 30 janvier.

QUALITE TOURISME

- ↳ Suite à la consultation réalisée en fin d'année 2022 pour le choix du cabinet devant réaliser les audits Qualité Tourisme pour les 3 prochaines années, **le prestataire retenu est HEADLIHT CONSULTING.**
- ↳ **Le 2 février** : présentation à l'OT de Beaune, du dispositif Qualité Tourisme.
- ↳ **Le 21 février** un pré-audit couplé "Qualité Tourisme et classement" est prévu au Camping de l'Etang des Forges à Belfort.



VIE STATUTAIRE

- ↳ **Le 10 février** : réunion trimestrielle avec les directeurs des Offices de Tourisme

ACCOMPAGNEMENT DES OT

PILOT

- ↳ Nouvelle année, nouveau format.
Des rendez-vous mensuels sont prévus pour aider les Offices de Tourisme à remplir leurs fiches ISEC et ITT mais aussi pour échanger sur l'utilité et les pratiques de piLOT.
Les rendez-vous de février
 - **Le 2 et 3 février 2023** : atelier d'exploitation des données piLOT
 - **Le 7 février 2023** : atelier ISEC
 - **Le 10 février 2023** : vendredi piLOT (moment d'échanges)
 - **Le 14 février 2023** : atelier ITT

DECIBELLES DATA

- ↳ **Du 20 au 24 février** : retour de la MASCOT ACADEMY avec 11 webinaires gratuits pour apprendre à mieux connaître / utiliser la base de données régionale.

AUTRE ACTION

- ↳ Le nouveau site internet de la MASCOT issu de la Fabrique à Sites est en cours de finalisation. Une mise en ligne est prévue courant du mois de mars.

FORMATION

↳ LE PROGRAMME REGIONAL BOOSTER TOURISME

Retrouvez ci-dessous les formations de février proposées dans le cadre de ce programme :

- **Les 2 et 3 février** : Faire de la publicité sur Facebook et Instagram
- **Les 7 et 8 février** : Utiliser l'outil CANVA pour communiquer sur les réseaux sociaux
- **Les 8 et 9 février** : Avis et partages clients : un atout pour l'activité des professionnels
- **Les 9 et 10 février** : Recruter, intégrer et manager les nouvelles générations
- **Les 16 et 17 février** : Le management à distance
- **Les 20 et 21 février** : Recruter, intégrer et manager les nouvelles générations
- **Les 21 et 22 février** : Comprendre l'utilité des réseaux sociaux
- **Les 21 et 22 février** : Gérer les appels difficiles des clients
- **Les 22 et 23 février** : Utiliser l'outil CANVA pour communiquer sur les réseaux sociaux
- **Le 24 février** : Appréhender les nouvelles attentes des clients Millennials
- **Le 28 février** : La gestion des réclamations clients : s'affirmer et faire face à la pression

En savoir plus sur Booster Tourisme : [cliquer ici](#)

FORMATION

- ↳ **Le plan de formation MASCOT** sera ouvert aux salariés des OT, CRT et ADT.
Les dates des formations seront communiquées au réseau très prochainement.

Découvrez les formations et organismes de formation retenus pour 2023.

- *Formations en langues étrangères (anglais -allemand)* - à distance - en groupe min 6 stagiaires et max 7 stagiaires - Durée : 21 heures x 3 parcours
Organisme de formation : Langues et Compétences
- *Accueil : Aménagement, dynamisation et commercialisation des espaces d'accueil* - à distance
Durée : 7 heures
Organisme de formation : Caroline BELIN
- *Boutique : Développer, animer et mesurer la performance de sa boutique* - à distance
Durée : 7 heures
Organisme de formation : Caroline BELIN
- *Conseil en séjour : Devenir un excellent vendeur de son territoire* - à distance / Durée : 7 heures
Organisme de formation : Caroline BELIN
- *Optimiser son temps de travail et gérer ses priorités : comprendre son propre fonctionnement au travail pour gérer son temps et ses priorités plus sereinement* - à distance / Durée : 7 heures
Organisme de formation : Akina Stratégies
- *Techniques d'animations de réunions / ateliers* - en présentiel à Dijon - Durée : 7 heures
Organisme de formation : TravelPro Formations
- *Création, promotion et vente de produits touristiques : Règlementation et législation* - à distance
Durée : 7 heures
Organisme de formation : Tourism Development
- *Repenser le rôle de l'Office de Tourisme sur son territoire* - à distance et présentiel / Durée : 14 heures
Organisme de formation : Co-Managing
- *Maîtriser une méthodologie de gestion de projet* - à distance / Durée : 14 heures
Organisme de formation : Travel Pro Formations
- *Ressources humaines : assurer le suivi et le pilotage d'une politique RH* - à distance / Durée : 14 heures
Organisme de formation : Alpha et Omega



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.