

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

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.



CERTIFICATION ISO 9001

↳ RENOUELEMENT CERTIFICATION ISO 9001

Les **20 et 21 juin** a eu lieu l'audit de notre système de management pour la qualité "SYAM" par l'organisme TÜV RHEINLAND. Celui-ci a confirmé **le renouvellement de de notre certification ISO 9001**. L'auditeur n'a détecté aucune non-conformité et **a relevé de nombreux aspects positifs**, parmi lesquels :

- La vulgarisation de notre système de management de la Qualité au travers de SYAM
 - La communication globale renforcée via la lettre interne et le Quoi de Neuf, favorisant également l'appropriation de nos fiches d'amélioration par tous les collaborateurs
 - Le principe des DBU, permettant de travailler de façon plus transversale
 - Le travail de sensibilisation au développement durable, à travers la « Minute Verte » lors du « Quoi de neuf » mensuel.
- Le prochain audit de surveillance aura lieu **les 19 et 20 juin 2023**.

DECIBELLES DATA

↳ **Save the date ! le 15 novembre 2022** aura lieu la **journée du réseau Décibelles Data** au Palais des Congrès de Dijon.

Cette rencontre permet à l'ensemble des acteurs du tourisme (Offices de Tourisme, ADT/CDT et autres partenaires contributeurs) de découvrir les nouveautés et d'échanger sur les évolutions à venir.

RÉUNIONS STATUTAIRES 2022

22 septembre : Conseil d'Administration BFC Tourisme (lieu en attente)

ARRIVÉE

Maxence GIRAUD rejoint le Pôle Filières, Ingénierie et Observation en tant que Chargé de Développement (Énotourisme / Gastronomie, à compter du 1^{er} août.

Toute l'équipe lui souhaite la bienvenue.

CONCOURS DES VILLES, VILLAGES ET MAISONS FLEURIS 2022

Cette année, 83 communes de Bourgogne-Franche-Comté recevront la visite des jurys départementaux.

Département de la Nièvre / 25 communes : en raison du nombre de communes à visiter, les visites du jury se feront sur 2 semaines : du 4 au 8 juillet et du 18 au 22 juillet

Département de la Haute-Saône / 12 communes : passage du jury du 18 au 22 juillet

Département de Doubs / 12 communes : passage du jury du 25 au 28 juillet

Département de l'Yonne / 13 communes : passage du jury du 25 au 28 juillet

Département du Territoire de Belfort / 9 communes : passage du jury du 25 au 28 juillet

Département du Jura / 9 communes : passage du jury du 25 au 28 juillet

Département de la Côte-d'Or / 3 communes : passage du jury le 28 juillet

Département de la Saône-et-Loire / pas de visite

29 juillet : réunion de synthèse à Darois avec tous les membres du jury ayant participé aux visites et Nathalie LABOSSE, présidente VVF

RETOUR SUR ...

APPROVISIONNEMENT DES BROCHURES A DESTINATION DES OFFICES DE TOURISME

Cette année, 40 Offices de Tourisme du territoire ont reçu des brochures mises à disposition par le CRT. Les livraisons ont eu lieu la première quinzaine de juin.

Les OTs de Bourgogne et Vosges du Sud ont pu commander des affiches et des cartes postales. Les OTs des MDJ ont également commandé le magazine, la carte touristique, des affiches et des cartes postales de la destination.



À DESTINATION DES HABITANTS

PASS DÉCOUVERTE

- En partenariat avec la MASCOT : formation flash des OT et sites Vendeurs du Pass Découverte : rappel de la méthodologie pour vendre un Pass + présentation de la nouvelle fonctionnalité « vendre un Pass en dématérialisé ».

3 ateliers sont prévus : les 4, 12 et 19 juillet

COMMUNICATION OFFLINE

- ↳ Les achats média qui paraîtront en juillet-août
 - **BOURGOGNE MAGAZINE / CŒUR DE COMTOIS** (éditions d'août) : 1 cahier de 4 pages reprenant des sites inclus dans le PASS DECOUVERTE & « Confidences ».
 - **Magazine SORTIR EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ** : 1 double page « Sortez Chez Vous en BFC » + Pass Découvert + campagne de display valorisant le Pass Découverte sur www.bourgognefranchecomte.sortir.eu/
 - **Magazine L'ESSENTIEL ÉTÉ 2022** / édition Bourgogne & Franche-Comté
- ↳ Partenariats et jeux
 - **Partenariat France Bleu Besançon / Auxerre / Bourgogne** : tout l'été mise en avant de la signature Sortez chez vous dans le cadre de l'émission « La Bourgogne-Franche-Comté en question ». Des Pass découvertes annuels seront offerts.
 - **Partenariat avec Vive la Bourgogne-Franche-Comté et le groupe SCHIEVER** : du 14 au 31 juillet diffusion d'un flyer dans 80 magasins de grande distribution (Bi1, Atac et Maximarché) invitant à une escapade gourmande avec des paniers gourmands à gagner & un encart mettant en avant le Pass Découverte. 10 Pass Découverte annuels seront offerts.
 - **Partenariat avec le Festival Images Sonores** : en amont du festival mis en place d'un jeu sur le compte Facebook du festival et relayé auprès de notre communauté. 5 Pass découverte 3 jours seront offerts afin de permettre aux festivaliers de découvrir la région en marge du festival ou ultérieurement. 50% de la fréquentation de ce festival sont des habitants.

COMMUNICATION OFFLINE

- ↳ **CAMPAGNE ETE « SE RAFRAICHIR »**
 - Création de 4 landing pages sur <https://www.bourgognefranchecomte.com/> pour donner envie aux habitants de sorties cet été « au frais » en privilégiant les lieux ou activités en dehors des sentiers battus et leur faire oublier les sites prisés de la région
La communication s'articulera autour de 4 contenus :
 - balades (en forêts, vers une cascade, dans une vallée...)
 - découverte sous terre (grottes & caves atypiques)
 - activités en famille
 - se rafraîchir avec des boissons régionales
 - **Du 4 juillet à mi-août** : un plan media dédié sera activé (campagne adwords / envoi de 4 newsletters / social media sur Facebook et Instagram)
- ↳ **CAMPAGNE DE NOTORIÉTÉ « SORTEZ CHEZ VOUS EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE »**, soutenue par le service communication du Conseil régional.
Plan de diffusion à l'étude : film Sortez chez Vous dans les cinémas des 8 principales villes de la région, ainsi sur France 3 région / replay ou TV segmentée ciblée habitants, campagne de display sur des sites d'informations régionales, Campagne radio sur le réseau des radios indépendantes de la région.



BFC Bourgogne - Franche - Comté

À DESTINATION DES HABITANTS

FANTASTIC PICNIC 11 et 12 septembre 2022

A date, l'édition 2022 réunira entre 55 à 60 partenaires. Les outils de communication (affiches, Ecocup, chapeaux...) ont été remis aux partenaires lors des ateliers organisés courant juin.

Le plan de communication dédié sera mis en place à compter de mi-juillet avec 2 objectifs :

1. Faire connaître l'événement au niveau régional
2. Amener le visiteur à choisir & réserver son Fantastic Picnic

Le plan média prévu :

- 1 landing page dédiée recensant tous les programmes sur bourgognefranchecomte.com
- Campagne dédiée sur les réseaux sociaux + référencement SEA achat google ads - mi-août
- Achats médias dans des supports régionaux : Magazine Vaévient – juillet
Bing Bang – juillet
- Envoi d'un communiqué de presse mi-août
- Envoi d'une newsletter à 18 000 contacts - mi-août
- Campagne radio sur France Bleu Bourgogne, Montbéliard / Besançon / Auxerre mi-août
- Événement relayé par les ADT + OT (remontée des programmes sur leurs sites / dans leurs newsletters ...)
- Campagne sacs à pain en boulangerie - fin-août

PRODUCTION DE CONTENUS

- ↳ Réalisation de 2 nouveaux visuels Pass Découverte pour les insertions publicitaires par l'agence HULA HOOP. **Voir en PJ**
- ↳ La charte Sortez Chez Vous a été appliquée [au site Pass Découverte](#) ainsi qu'à l'appli (disponible sur Android et Apple).

RESEAUX SOCIAUX

- ↳ Lancement de la campagne Été « Se rafraîchir »
- ↳ Lancement de la campagne Fantastic Picnic
- ↳ Présence au Festival d'Images Sonore et réalisation de live
- ↳ Partage de contenus des influenceurs régionaux dans le cadre du club **Passion BFC**

RETOUR SUR

↳ LES CHIFFRES DU PREMIER SEMESTRE

Facebook : 700 822 personnes atteintes soit +302%
Instagram : 159 342 personnes atteintes soit +15%
Impressions cumulées Facebook + Instagram + Twitter :
2 594 744 (+83%)
Interactions cumulées Facebook + Instagram + Twitter :
76 695 (+1713%)

↳ LE TOP POST FACEBOOK DE JUIN - **Cf photo en PJ**

Post du 14 juin sur Dole
Cette publication a atteint 57 769 utilisateurs et a eu plus de 7 217 interactions.

Montagnes du Jura

TOUT UN MONDE DEHORS

VIE DU COLLECTIF

- **Le 4 juillet** : Instant Montagnon #3
- **Le 8 juillet** : Déplacement Terrain sur le territoire Haut-Jura Saint-Claude.
- **Le 7 septembre** : Comité opérationnel de la marque initialement prévu le 22 juin



COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

- **Courant de l'été** : dispositif digital pour accroître la notoriété des Montagnes du Jura, inciter et déclencher des réservations grâce à un éco-système complémentaire d'actions digitales.
Afin d'optimiser la campagne, nous avons fait le choix de produire un contenu spécifique et homogène : une micro-aventure en van en famille avec découverte de la nature, des circuits courts et de la géologie du massif. Ainsi toute la production a été pensée pour véhiculer le positionnement et les valeurs de la destination :
 - Campagne webmarketing display : diffusion de bannières à une audience ciblée, correspondant au persona de la marque.
 - Diffusion de posts et de stories sponsorisées ultra ciblés sur des pages/comptes social média correspondant au persona
 - Campagne YouTube : diffusion d'un sport sponsorisé ultra ciblé.
 L'ensemble du dispositif et des 3 leviers d'activation atterrira vers une landing de campagne sur le site des Montagnes du Jura.
- **PARTENARIAT EDITORIAL AVEC BABABAM**
Courant de l'été : production de 2 podcasts pour valoriser les savoir-faire des Montagnes du Jura.
OBJECTIF : miser sur un média qui a le vent en poupe et capitaliser sur des canaux qui captent l'attention.
Ce partenariat consiste en la création de capsules de 4/5 minutes diffusées au sein du Podcast "Maintenant Vous Savez". Ces épisodes co-brandés seront diffusés auprès d'une audience engagée et qualifiée sur toutes les plateformes d'écoute Spotify, Deezer, Apple music...
Les thématiques valorisées seront l'absinthe et les maîtres pipiers.
- La campagne été France Montagnes se poursuit avec la diffusion de contenus sponsorisés sur les réseaux sociaux avec drive to web vers le site Montagnes du Jura.
Du 7 au 14 juillet : accueil d'influenceur sur la Station Monts Jura, station adhérente ANMSM.

RESEAUX SOCIAUX

- **Du 15 juin au 31 juillet** : lancement de la campagne été sur les réseaux sociaux de la marque :
 - En 100% ads : instant expérience + stories.
 - En organique : sponsorship de posts Instagram et Facebook.
- **Le 8 juillet** : réalisation d'un live sur le territoire de Haut Jura Saint Claud

PRODUCTION DE CONTENUS

- La réalisation d'une micro aventure dans les Montagnes du Jura avec en fil rouge La Loue et Courbet de Lods à Cléron, par les équipes de [Chilowé](#), prévue en juin a été réorganisée dans le Haut-Doubs en raison du niveau très faible de la rivière.
Les 19 et 20 juin : une équipe de 3 personnes est donc venue découvrir le Haut-Doubs. Au programme : arrivée en train à Pontarlier, randonnée autour du Lac Saint-Point en itinérance, nuitée et dîner à l'Auberge du Coude, activité paddle. Un article dédié sera bientôt en ligne pour raconter cette micro-aventure.
En juillet, une seconde micro aventure sera réalisée à vélo du côté de Vouglans et Clairvaux sur une partie des itinéraires Jurassic Vélo Tour.
- Les formats « 48 h à ... »** : les photos et vidéos sont accessibles via la médiathèque du CRT. Il vous suffit de créer un compte [pour se connecter cliquer ici](#) et commander les contenus. Les photos sont ouvertes à la commande par territoire. Pour rappel vous pouvez utiliser les photos/ vidéos de votre territoire pour votre propre communication.
- Rédaction web** : rédaction externalisée pour produire des articles issus du 1er plan des contenus de la marque qui serviront le référencement naturel du site Montagnes du Jura.

COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

FILIERE AFFAIRES

- Nouveau prestataire référencé rubrique **Lieux de séminaires** sur seminaires.bourgognefranche.comte.com
Locodole à Dole (39) : [voir la fiche](#)

FILIERE TRAIL

- En juillet** : envoi d'une enews grand public dédiée Trail pour valoriser une des vidéos tournées avec Xavier THEVENARD en 2021 + l'agenda des événements trails à venir.
- Le 21 août** : Insertion publicitaire dans **Le Journal du Runner** diffusé avec le magazine l'Equipe à l'occasion de l'Ultra Trail du Mont Blanc.
- En juillet** : 1 article présentant 3 espaces trail des Montagnes du Jura sera diffusé dans **Wider** / **voir article en PJ**. Relais Facebook et encart dédié dans une enews du média.

FILIERE ITINERANCE

- Les contenus produits en 2021 à travers l'accueil de la blogueuse Hellolaroux seront poussés via les réseaux sociaux : [voir les contenus](#)

RELATIONS PRESSE



ALLEMAGNE

- Du 1 au 4 juillet** : accueil **Kurt SOHNEMANN** qui vient en reportage pour plusieurs quotidiens régionaux (**HEILBRONNER STIMME, NEUE WESTFÄLICHE, BÖBLINGER ZEITUNG...**)
Thème de l'accueil : découvertes culturelles, art de vivre dans les MDJ.
- Du 23 au 26 août** : accueil du quotidien **MAIN ECHO**
Thème de l'accueil : randonnée sur la via Francigena.



FRANCE

- Du 7 au 9 juillet** : accueil de **Christiane PERRUCHOT** et **Didier HUGUE** pour **Traces Ecrites**.
Thème de l'accueil : L'Echappée Jurassienne. Petites boucles pour tourisme intra régional à 2 pas de chez soi
- Du 11 au 15 juillet** : accueil du magazine **Le Monde du Camping-Car**.
Thème de l'accueil : le long des routes des vins de Bourgogne et du Jura



PAYS-BAS

- Du 29 juin au 2 juillet** : accueil d'un groupe 4 journalistes.
Thème de l'accueil : découverte des nouveautés outdoor insolites dans les secteurs Jura et Ain.

PROMOTION

- Le 5 juillet**, opération de networking à la Résidence de France à Luxembourg, de 17h30 à 22h.
OBJECTIF : présenter les offres MICE et loisirs originales et nouvelles de la destination auprès des professionnels luxembourgeois.

RETOUR SUR ...

- **PARTENARIAT PRESSE DE L'ECHAPPEE BELGE DU BEAU VELO DE RAVEL**

L'émission de TV et radio a été diffusée en Belgique le week-end du 18/19 juin 2022

Afin de pouvoir répondre aux questions des téléspectateurs belges à la suite de la diffusion de l'émission, une page web « L'échappée du beau vélo de Ravel » a été créée spécialement sur le site internet de Montagnes du Jura et poussée via une campagne google ads – [découvrir cette page ici](#)

Cette page reprend toutes les étapes, les adresses découvertes par la chanteuse durant l'itinéraire.

Pour voir l'émission et écouter le podcast de l'émission, [rendez-vous sur le site pro de BFC Tourisme](#)

- **Le 16 juin** : envoi de la enews « Besoin d'idées pour les vacances d'été dans les Montagnes du Jura » à plus de 60 000 prospects. Mise en avant des 3 stations : Les Rousses, Monts Jura, Métabief. Focus sur la nouvelle luge d'été de Métabief. Idées d'hébergements : campings et chambres d'hôtes.

OBJECTIF : montrer que les vacances d'été à la montagne, c'est fun et que l'on ne s'ennuie pas.

Stats au 21/06 :

Taux d'ouverture : 12.20% - Taux de clics : 1,08% - Taux de réactivité : 9.53%

LA BOURGOGNE

VIE DU COLLECTIF

- L'été sera consacré au travail de rédaction des contenus dédiés à la campagne "L'Automne c'est La Bourgogne"
- **Le 30 août** : comité opérationnel de la marque avec les ADT, les OTs et le PNR Morvan. Cet échange sera entièrement consacré à la campagne partagée automne 2022.



MARKETING

- Suite à l'atelier créatif "conceptions d'offres" qui a permis au collectif de réfléchir à l'adaptation d'offres existantes et à la conception de nouvelles offres et idées-séjours adaptées aux nouvelles tendances, un 1er cahier d'idées sera formalisé et envoyé à tous les participants au cours de l'été. Ce dernier servira de base de travail pour les sélections d'offres nécessaires pour alimenter les actions de promotion / communication de la destination sur les marchés ciblés

COMMUNICATION OFFLINE DE LA DESTINATION

CAMPAGNE PANEUROPEENNE : MARCHES ALLEMAND, NEERLANDAIS ET BELGE

La Bourgogne participe une nouvelle fois à cette campagne de communication aux côtés des 13 régions françaises. Le volet 2 de cette campagne correspond à des achats médias on et offline, à destination de la cible des DINKS, pilotés par les bureaux d'Atout France des 3 marchés concernés.

Plan média Allemagne

- **STERN** : 2 pages de publi-rédactionnel (350.000 exemplaires) dans l'édition du 14 juillet
- **FALSTAFF** : 1 page de publi-rédactionnel (74.519 exemplaires) dans l'édition de juin, un article sponsorisé sur Falstaff.de et une parution dans la Newsletter Falstaff (72.300 abonnés) / **voir en PJ**
- **GEO SAISON** : 6 pages de publi-rédactionnel dans le « Spécial France » (53.000 exemplaires) et parution d'une annonce sur la destination.
- **TOP MAGAZIN** : 2 pages de publi-rédactionnel dans l'édition d'été (numéro anniversaire du 29 juin) de l'un des principaux magazines de la région de Stuttgart (500.000 exemplaires) / **voir en PJ**
- **ROC TRAVEL** Article et bannières diffusés cet été sur 24 chaînes web liées aux voyages,
 - Géo targeting : Rhénanie-Palatinat, Bade-Wurtemberg & Hesse
 - Durée de campagne : 4 semaines

Plan média Pays-Bas

- **DE VOLKSKRANT** : 1 page de publi-rédactionnel dans l'édition week-end du 16 juillet (804.000 lecteurs) + 1 article en ligne sur le site du media.
- **FLAIR** : 1 page de publi-rédactionnel dans l'édition du 19 juillet + version online en amont et push Facebook
- **WINQ MAGAZINE** : "Winq Loves" : 5 pages de publi-rédactionnel dans le magazine (40.000 exemplaires) + relais online

Plan média Belgique (en cours)

En Belgique, la campagne s'appuiera sur la campagne que nous menons sur le marché français « L'automne c'est La Bourgogne ».

RESEAUX SOCIAUX

- Nous sommes passés en mode estival en termes de publications organiques. Sur Instagram et Facebook, nous avons lancé la 1ère phase teasing de la campagne d'automne en dispositif paid au cours des mois de juin et juillet, afin de capter les touristes qui selon les requêtes Google choisissent leur destination de vacances d'automne en été. Sur le marché néerlandais : poursuite de la campagne estivale sur les réseaux sociaux d'Atout France Pays-Bas sur les thématiques lacs, Morvan, voie verte pour les touristes. Cette campagne continuera à l'automne autour des Climats de Bourgogne

LA BOURGOGNE

RELATIONS PRESSE



ALLEMAGNE

- **Du 23 au 30 juillet** : accueil pour le site internet dédié aux familles " **Trips4kids**".
Thème de l'accueil : tourisme fluvial sur la Saône en partenariat avec Les Canalous.



BELGIQUE

- **Du 7 au 15 juillet** : accueil du **quotidien flamand De Zondag**
Thème de l'accueil : tourisme fluvial sur la Saône en partenariat avec Le Boat.



FRANCE

- **Du 7 au 9 juillet** : accueil de **Christiane PERRUCHOT** et **Didier HUGUE** pour **Traces Ecrites**.
Thème de l'accueil : le long du sentier Bibracte-Alésia
- **Du 11 au 15 juillet** : accueil du magazine **Le Monde du Camping-Car**.
Thème de l'accueil : le long des routes des vins de Bourgogne et du Jura



PAYS-BAS

- **Du 29 juin au 2 juillet** : accueil de **Luc VERBEKE** pour **Autoweek Classics et GTO**
Thème de l'accueil : le long de la RN7 et RN6 les itinéraires mythiques et gourmands sur les traces de Bison Futé



SUISSE

- **Du 18 au 25 juillet** : accueil du magazine dédié aux familles " **Schweizer Familie**".
Thème de l'accueil : tourisme fluvial sur la Saône en partenariat avec Locaboat. Cet accueil s'inscrit dans le cadre de la campagne paneuropéenne.

PROMOTION



ALLEMAGNE

- **30 juin au 3 juillet** : accueil de 3 TO allemands invités à découvrir de nouvelles facettes de la Bourgogne (la Cité Internationale de la Gastronomie et du Vin de Dijon, Chalon-sur-Saône et la Côte Chalonnaise ...) pour intégration dans de futurs programmes.



FRANCE

- **Le 5 juillet**, opération de networking à la Résidence de France à Luxembourg, de 17h30 à 22h.
OBJECTIF : présenter les offres MICE et loisirs originales et nouvelles de la destination auprès des professionnels luxembourgeois.
- Visite prestataires par le Service Promotion / Presse dans l'Auxerrois et le Chablisien en partenariat avec l'OT d'Auxerre. Au programme : Visite Musée Merlier / Hôtel Parc des Maréchaux / Le Batardeau / lancement de saison de " Garçon la Note", la trottinette électrique avec One Up Tour, Musée Vinea Passion, Hostellerie des Clos.

PRODUCTION DE CONTENUS

- Lancement de la production « 48 h 00 à ... » (vidéo + photos) pour les nouveaux territoires qui ont rejoint le collectif de destination : le PNR du Morvan et ses OTs, l'OT Creusot-Montceau et l'OT de Bourbon-Lancy.
En 2021 : 15 territoires ont bénéficié de cette production. Intégrés au site La Bourgogne dans un article dédié, ces contenus alimenteront les prises de paroles annuelles de la marque.

COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

FILIERE AFFAIRE

- Nouveau prestataire référencé rubrique **Lieux de séminaires** sur seminaires.bourgognefranche-comte.com
La Maison Doucet à Charolles (71) : [voir la fiche](#)

RETOUR SUR ...

- **Le 21 juin** : envoi de la enews « Envie de voyager dans le temps cet été ? » à 15 694 prospects. Mise en avant de l'offre patrimoine de la Bourgogne : les sites Unesco, le top de nos musées, nos sites archéologiques uniques, les sites naturels de la Bourgogne, ainsi que nos villages - bijoux.
Taux d'ouverture de 22,73 % - Taux de clics de 5,23 % - Taux de réactivité : 25,62 %



VIE DU COLLECTIF

- **Le 5 juillet** : réunion des référents techniques avec le Massif des Vosges à Stosswir

COMMUNICATION ONLINE

- **PARTENARIAT AVEC LE GROUPE EBRA** visant à valoriser des événements en 2022 auprès du marché Grand Est et dans une zone proche du territoire :
 - Du 3 au 7 juillet** : sponsorship sur les réseaux sociaux du groupe pour valoriser le Festival Musique et Mémoire
 - Du 7 au 11 juillet** : sponsorship sur les réseaux sociaux du groupe pour valoriser les Pluralies
 - Du 8 au 12 juillet** : sponsorship sur les réseaux sociaux du groupe pour valoriser les Reconstitutions Historiques
 - Du 30 août au 3 septembre** : sponsorship sur les réseaux sociaux du groupe pour valoriser le Spectacle Confluence
- **PARTENARIAT AVEC routard.com**
 - Début août** : parution du 3ème article en ligne rédigé par les équipes du Routard qui aura pour thème "Les Vosges du Sud, la destination week-end la plus durable de la rentrée".
 - Les informations liées au partenariat avec le Routard sont en ligne sur le site pro de BFCT : [lire ici](#)

PROMOTION

- **Le 5 juillet**, opération de networking à la Résidence de France à Luxembourg, de 17h30 à 22h.
OBJECTIF : présenter les offres MICE et loisirs originales et nouvelles de la destination auprès des professionnels luxembourgeois.

RELATIONS PRESSE



ALLEMAGNE

- **Du 22 au 25 juillet** : accueil du quotidien **Augsburger Allgemeine**
Thème de l'accueil : découverte de Belfort et environs dans le cadre du Centenaire du Territoire de Belfort

RETOUR SUR ...

- **PARTENARIAT AVEC PQR ALLEMANDE**
En juin, Vosges du Sud a communiqué dans 3 titres de la PQR allemande (**Badische Zeitung** - édition de Freiburg, **Badische Zeitung** - édition de Lörrach et **Mittelbadische Presse** - édition d'Ortenau)
[Voir le publi-rédactionnel réalisé](#)

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

VIE DU COLLECTIF

- Nouveaux prestataires référencés sur le site seminaires.bourgognefranchecomte.com
Lieux de séminaires
Locodole à Dole (39) : [voir la fiche](#)
La Maison Doucet à Charolles (71) : [voir la fiche](#)
- Revisite pour mise à jour de l'engagement qualité :
Le Parc des Expositions de Charolles (71)



DEVELOPPEMENT

- **Début juillet** : interrogation trimestrielle des prestataires du tourisme d'affaires sur leur activité

PROMOTION / COMMUNICATION

- **Le 5 juillet** : opération de networking à la Résidence de France à Luxembourg, de 17h30 à 22h.
OBJECTIF : présenter les offres MICE et loisirs originales et nouvelles de la région, auprès des professionnels luxembourgeois.
- **RESEAUX SOCIAUX**
Présentation et mise en avant de partenaires via des posts dédiés sur LinkedIn.
 - la destination affaires Dijon
 - les nouveautés des membres du club
- **GRC**
Envoi d'une newsletter dédiée à la destination affaires Beaune et présentation de quelques nouveaux partenaires du club
Le masque de la newsletter a été travaillé avec l'agence digitale Think My Web.
- **REFERENCEMENT**
Optimiser le référencement de la fiche GoogleMyBusiness (photos+ articles)

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

RETOUR SUR ...

↳ ANALYSE QUANTITATIVE ET QUALITATIVE DU SITE <https://seminaires.bourgognefranchecomte.com> pour le mois de mai

Un très bon mois de mai en termes de visites largement porté par les campagnes (49% du trafic) :

- 2 200 visites avec une bonne qualité de trafic
- 3 min de temps passé en moyenne - taux de rebond de 59% - 2,5 pages vues en moyenne par visite

En termes de mises en relation :

- Bon taux d'intérêt pour les partenaires (2,65%)
NB : Les intérêts pour les partenaires correspondent aux téléchargements des brochures ou aux clics sur les coordonnées mail, site web ou téléphone. Le taux de prises de contact réelles avec un partenaire est lui de 2%, ce qui représente 43 demandes envoyées aux partenaires.

• FOCUS RECHERCHE

Le positionnement sur site sur des requêtes génériques reste relativement bon :

- séminaire Bourgogne : 1^{er}
- séminaire dijon : 6^{ème}
- beaune séminaire : 3 / 4^{ème}
- salle séminaire bourgogne : 5^{ème}
- lieu de séminaire en bourgogne : 5 / 6^{ème}

- Trafic issu de la page Google MyBusiness = 9 visites sur le mois de mai.

• FOCUS CAMPAGNES

2 campagnes majeures en mai :

1. La campagne « Le Workshop Mon Event Ma Région » - > 361 visites, temps passé de 2mn26 et 71% de taux de rebond.
2. Les campagnes Google ads :
 - 669 visites, 2mn20 de temps passé, 54% de taux de rebond
 - 12 envois de formulaire aux partenaires (taux de prises de contact de 1,8%)
 - 20 intérêts pour les partenaires (3% de taux d'intérêts)
 - 2 prises de contact avec Cindy

↳ LINKEDIN EN QUELQUES CHIFFRES

Les résultats du 1^{er} trimestre (organic)

- 5 102 impressions
- 15 publications
- 25 interactions

Sponsorisation

- 78 322 impressions
- 336 interactions
- 631,02€ de budget

2 pics de visibilité en mai :

- Le post pour le bilan de l'observatoire du tourisme d'affaires 2021 avec 336 impressions
- La vidéo « Save the date » annonçant le workshop du 16 juin avec 172 impressions.

LES TOP POSTS

- Partage d'une nouveauté d'un partenaire du club, sur la thématique de l'œnologie : 30 279 impressions pour une sponsorisation à hauteur de 70 €
- Mise en avant de l'offre de séminaires disponible à Mâcon : 6 050 impressions pour une sponsorisation à hauteur de 90 €

FILIÈRE PATRIMOINE

DEVELOPPEMENT

- **L'outil GUESTVIEWS** est désormais déployé auprès d'une quinzaine de sites partenaires qui ont souhaité bénéficier de cet outil d'analyse de la satisfaction client. Les premiers questionnaires clients pourront être ainsi récoltés durant l'été. Ils permettront d'exploiter les premières données à la rentrée, après une formation à l'utilisation du tableau de bord.
- Suite à l'atelier créatif sur le concept d'offres originales "Expert Patrimoine" ouvert aux sites membres organisé fin avril à Autun, un cahier d'idées a été rédigé et envoyé aux partenaires. Un second atelier créatif sera programmé cet automne sur le même format, mais élargi cette fois à tous les partenaires du collectif.
- **Le 27 juin** : webinar "Travailler avec un TO spécialisé Patrimoine". Ce webinar était co-animé par BFCT et Terra Nobilis. Une quinzaine de participants ont pu prendre connaissance d'un état des lieux de programmation de notre région par les TO spécialisés, puis avoir une présentation du TO Terra Nobilis suivie d'un échange sur les attentes des voyageurs culturels et de leurs clients sous forme de Foire Aux Questions.

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- **Du 9 au 13 août** : accueil **Valéria CAGNONI** et **Emerson GATTAFONI** pour **RAI UNO**, télévision italienne. Thème de l'accueil interviews de personnalités en lien avec les musées de Dijon, Besançon (musées d'Art Moderne dans les 2 villes), la Saline d'Arc-et-Senans et les nouveaux jardins du cercle immense de la Saline Vézelay et le musée Zervos.
- **Mi-août** : accueil de **Leonardo FELICIAN** pour **LA REPUBLICA**
Thème de l'accueil : patrimoine, architecture. Programme en cours de construction
- **Juillet / aout** : BEAUX-ARTS MAGAZINE 1 page insertion publicitaire (120 000 exemplaires le plus gros tirage de l'année). Mise en avant de 4 partenaires du collectif proposant des expositions d'Art pendant l'été. [Voir ici](#)
- **Le 18 juillet** : promotion du podcast ARTIPS sur l'Hôtel-Dieu de Beaune sur Instagram, Facebook et Tiktok
Podcast à écouter ici : <https://podcasts.artips.fr/episode/hopital-5-etoiles/>
Les 5 podcasts déjà publiés sont toujours en ligne et enregistrent 3 865 écoutes au total en 2022.

RETOUR SUR ...

- **Juin** : diffusion sur les réseaux sociaux de la capsule vidéo courte réalisée sur les personnages célèbres. Résultats : 128 176 impressions, 822 clics sortants, 0,01 CPC, 170€ dépensés. La prochaine capsule abordera l'archéologie en mettant en avant Alésia, Bibracte...
- **PARTENARIAT ARTIPS**
 - **Le 4 juin** : promotion de la carte interactive ARTIPS sur nos sites incontournables à travers un jeu en ligne [voir le jeu ici](#)
Ce jeu a généré 2 231 vues et 1 778 personnes ont réalisées le quiz
Cette campagne de communication autour de la carte a été complétée par un post Facebook (40.469 impressions) et une Story (750 impressions) sur le compte ARTIPS le 10 juin, puis des posts sur les réseaux sociaux de Patrivia (j'aime mon patrimoine) les 23 et 28 juin.
 - **Le 21 juin** : post d'une publicité Facebook pour promouvoir le podcast sur le Prieuré de La Charité-sur-Loire.
Podcast à écouter ici : <https://podcasts.artips.fr/episode/sur-ma-route/>
- **PARTENARIAT AVEC STORIA MUNDI**
 - **Le 30 juin** : 2ème conférence en ligne sur les grandes abbayes bourguignonnes. **Conférence disponible [en replay ici](#)**

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE ITINERANCE

DEVELOPPEMENT

- **Le 7 juillet** : Participation au groupe de travail dédié au sujet du one way, organisé par Vélo et Territoires

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERT

- **Du 15 juillet au 15 août** : Campagne de communication réseaux sociaux avec MyDestination (carrousels Facebook et stories Instagram) sponsorship de 3 itinéraires cyclo, 3 itinéraires VTT et 3 itinéraires pédestres.
- **Campagne estivale sur les réseaux sociaux de France Vélo Tourisme** avec sponsorship de la région BFC, de ses itinéraires phares et idées séjour sur les marchés France, Allemagne et Pays-Bas.
- **Phase de test avec Outdoor Active** : ajout des itinéraires d'excellence sur la plateforme pour étude de la fréquentation de ces fiches itinéraires sur la saison estivale.
- **Tournage vidéo pour « Mon GR(R) préféré » sur le GR(R)59**, GR retenu pour le concours « Mon GR préféré » (votes en novembre). Elaboration d'un plan de communication pour inciter aux votes.



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE OENOTOURISME

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GENERALISTE

DANS LE CADRE DU COLLECTIF LA BOURGOGNE

- **Début juillet** : envoi d'un communiqué de presse : mise en avant de l'ouverture des cités des vins en 2023 + 3 offres sur les territoires des cités :
 - Enoculture / Emmanuel Nonain : offre experts dans le Mâconnais
 - Cours d'œnologie BFC Dégustation autour des vins de Bourgogne et du Jura proposé par Sensation Vins
 - L'offre découverte à La Chablisienne



FILIERE GASTRONOMIE

VIE DU COLLECTIF



VALLEE DE LA GASTRONOMIE

- **Le 5 juillet** : réunion de travail de l'équipe projet Vallée de la Gastronomie
- **Les 6 juillet et 3 août** : comité éditorial pour le compte Instagram et le site web de la Vallée de la Gastronomie

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

OBSERVATION / ORT

- ↳ **Début juillet** : lancement de la 1ère vague d'interrogation 2022 / 2023 de l'observatoire en ligne des clientèles
- ↳ Interrogation trimestrielle des prestataires du tourisme d'affaires
- ↳ Publication de la note de conjoncture sur le début de la saison estivale et enquête de conjoncture sur le cœur de la saison (juillet-août).
- ↳ Parution de la nouvelle édition des chiffres clés du tourisme en Bourgogne-Franche-Comté, La Bourgogne et Les Montagnes du Jura.

INGENIERIE / DELEGATION ATOUT FRANCE

- ↳ **Le 5 juillet** : journée de travail avec le cabinet South Trend qui nous accompagne dans la création de Routes numériques gastronomiques en BFC
- ↳ **Le 27 juillet** : journée de travail avec Atout France sur la réalisation du PAC 2022 et les perspectives 2023

QUALITE TOURISME

- ↳ Audits prévus
 - Hôtel-restaurant Absolue Renaissance à Magny-Cours (Classement 3* et Qualité Tourisme)
 - Hôtel Le Circuit à Magny-Cours (Classement 3 * et Qualité Tourisme)
 - Camping Les Feuilles à Chauffailles (audit Qualité Tourisme)
 - Chambres d'Hôtes Le Charles V à Meursault
 - Les calèches du Saut du Doubs à Villers-le-Lac

Audit de sites de visite en partenariat avec le PNR du Morvan :

- Musée Vauban
- Musée des nourrices en Morvan
- Musée de la Résistance
- Mémorial de Dun-les-Places
- Maison des Hommes et des paysages
- Musée de l'élevage et du Charolais

TOURISME DURABLE

RETOUR SUR ...

↳ **PLAFORME ARTIPS DURABLE**

Les actions de communication menées en mai et juin pour faire connaître la plateforme de formation Artips sur le tourisme durable ont porté leurs fruits : 1 200 nouveaux visiteurs et 85 utilisateurs inscrits, Depuis son lancement en 2021, la plateforme a enregistré 8 063 visiteurs et 830 utilisateurs inscrits. La plateforme est toujours accessible en ligne : [cliquer ici](#)

↳ **GUIDE DES DÉMARCHES DE LABELLISATION POUR UN TOURISME DURABLE**

BFC Tourisme a participé à la rédaction d'un guide national édité par ADN Tourisme et ATD (Acteurs du Tourisme Durable) afin d'aider les professionnels à comprendre et choisir une démarche de labellisation durable. Ce document présente et analyse dans le détail 28 labels touristiques : fiche d'identité du label, contenu du référentiel, modalités d'obtention, structures accompagnatrices, prérequis et engagements, budget... [Guide téléchargeable ici](#)

VIE STATUTAIRE

- ↳ **Le 23 juin** : Assemblée Générale - salle des Climats à Gevrey-Chambertin.
Au cours de cette AG, les membres du CA et du Bureau ont été renouvelés.

Composition du Bureau

- Philippe BOUQUET (OT Destination Loue Lison) / Président membre du bureau
- Bernard BROUSSE (Sens Intense) / Président délégué membre du bureau
- Sébastien CORNU (OT Luxeuil-les-Bains) / Vice-président membre du bureau
- Pascal VIENNET (OT Pays Horloger) / Secrétaire général membre du bureau
- Stéphane TRIBOULET (Dole Tourisme) / Trésorier membre du bureau
- Gérard DELORME (OT Grand Vézelay) / Trésorier adjoint membre du bureau
- Pascale GUERSEN (OT Beaune & Pays Beaunois) / membre du bureau

Composition du Conseil d'Administration

- Paul ROMPLET (OT Gevrey-Chambertin - Nuits-Saint-Georges)
- Cordula RIEDEL (OT Destination Dijon)
- Aurélie ROY (OT Pays du Haut-Doubs)
- François FOURREY (OT Baume-les-Dames)
- Philippe MARKARIAN (OT Coeur du Jura)
- Anne MAIGNIEN (OT Loire Vignobles et Nohain)
- Jacques MICHEL (OT La Charité-sur-Loire)
- Thibault BREUILLE (OT Grand Autunois Morvan)
- Mélodie VINCENT-JANNIN (OT Bresse Bourguignonne)
- Thomas CHEVALIER (OT Cluny)
- Cindy JAUBERT (OT Le Creusot-Montceau Tourisme)

ACCOMPAGNEMENT DES OT

PILOT

- ↳ Début de démarchages des Offices de Tourisme pour :
- Les aider à remplir leurs fiches ISEC et ITT
 - Les accompagner jusqu'à la validation de leurs fiches
 - Pouvoir déclencher un futur atelier d'exploitation durant le second semestre

QUALITÉ

- ↳ Préparation d'une journée Qualité Tourisme à destination des Offices de Tourisme de Bourgogne-Franche-Comté. Le programme sera envoyé ultérieurement avec l'invitation.
- Objectifs de la journée :
- Dédramatiser la démarche Qualité Tourisme
 - Amener des ateliers-formations aux Référents Qualité et aux membres du réseaux
 - Sensibiliser à la marque Qualité Tourisme
- ↳ Pendant l'été : préparation de visites mystères qui seront conduites en interne, par les Offices de Tourisme entre eux. Travail sur le référentiel avec le club Qualité et construction du planning des audits.

FORMATION

↳ PLAN DE FORMATION MASCOT 2022

Cette année, le plan de formation de la MASCOT est ouvert aux salariés des Offices de Tourisme, ADT/CDT et CRT de la région Bourgogne-Franche-Comté.

Nouveau process AFDAS pour 2022 : La MASCOT est désignée comme l'intermédiaire de saisie pour les inscriptions des stagiaires aux formations.

La MASCOT devra :

- Créer les actions de formation sur le portail
- Inscrire les stagiaires
- Transmettre les documents via le portail (devis + programme des formations)
- Les tarifs seront annoncés en "Coût groupe" et non plus en tarifs individuels comme l'an passé.

Pour les adhérents au CNFPT : les coûts pédagogiques des formations seront facturés aux structures par les organismes de formation.

Une participation est demandée par la MASCOT pour les frais de gestion (non remboursable par l'AFDAS) :

Salariés adhérents AFDAS :

- 40 € / jour / personne pour les structures de - de 11 salariés
- 100 € / jour / personne pour les structures de + de 11 salariés

Salariés adhérents CNFPT :

- 40 € / jour / personne

➔ Pour découvrir le programme complet des formations et vous inscrire [cliquer ici](#)

DECIBELLES DATA

↳ **Nouveau module accueil** : les dernières fonctionnalités sont en cours de finalisation. La MASCOT va prendre le temps de l'été pour se former et pouvoir planifier le paramétrage régional et la préparation de la phase de déploiement/formation du réseau.

↳ **WIKI en ligne** : l'été sera mis à profit pour réaliser de grandes avancées sur le site d'aide à la saisie en ligne de Décibelles Data, telle que la programmation des contenus.

AUTRES ACTIONS ...

↳ **Site Internet de la MASCOT** : nous allons reprendre la main sur le dossier avec la refonte de l'arborescence, la validation de la maquette graphique et l'implémentation des contenus. Objectif : une sortie du site internet pour la fin de l'année 2022.

↳ **Les Confidences** : nous ouvrons la phase d'accompagnement des OT pilotes à la validation des confidences saisies dans Décibelles Data afin de les rendre disponibles aux publications web et print au niveau des territoires mais également au niveau régional. 1ère visio d'accompagnement le 6 juillet avec l'Office de Tourisme de Belfort.

RETOUR SUR ...

↳ **Le 16 - 17 juin** : participation de la MASCOT aux Rencontres « Qualité et Démarche de progrès » organisées par ADN Tourisme à Lyon : ce séminaire a réuni 28 participants de toute la France afin d'échanger sur les méthodes en cours dans les relais territoriaux ainsi que dans le déploiement et le suivi de la marque Qualité Tourisme