

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

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

- ↳ **Les 20 et 21 juin** : audit de renouvellement de certification par l'organisme TÜV Rheinland sur les sites de Dijon et Besançon. Les processus de notre système de management par la qualité seront passés en revue par l'auditeur, qui vérifiera que toutes les activités de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme sont conformes au référentiel ISO 9001.2015, dans le but de satisfaire au mieux nos parties intéressées.

DECIBELLES DATA

↳ Pensez au widget Décibelles Data

Le widget Décibelles Data permet d'afficher rapidement et simplement les informations touristiques mises à jour par les Offices de Tourisme et les prestataires du territoire sous forme de carte.

Par exemple, la commune de Vermenton a choisi d'utiliser le widget Décibelles Data pour la rubrique "Bonnes adresses" sur son site internet : <https://vermenton.fr/bonnes-adresses>

Le site internet de Vermenton a été réalisé par l'ARNIA (Agence régionale du numérique et de l'intelligence artificielle) de Bourgogne-Franche-Comté et l'outil CMONSITE.

La commune de Couches a également ajouté ce widget pour la rubrique « près de chez nous » / <https://www.mairie-couches.fr/pres-de-chez-nous>

Toutes les communes utilisant CMONSITE peuvent également afficher le widget Décibelles Data sur simple demande au 0970 609 909.



RÉUNIONS STATUTAIRES 2022

23 juin : Assemblée Générale de la MASCOT à Gevrey-Chambertin

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

AGENDA

2 juin : réunion trimestrielle des directeurs CRT / ADT

8 juin : réunion départementale SRDTL à Belfort

8 juin : réunion départementale SRDTL Besançon

9 juin : réunion départementale SRDTL à Dole

9 juin : réunion départementale SRDTL à Chalon-sur-Saône

10 juin : réunion de travail dans le cadre du Schéma régional de l'Énotourisme

10 juin : rencontre du Tourisme de Luxeuil-les-Bains

13 - 14 juin : Journées Partenariales Atout France

13 juin : dans le cadre des Journées Partenariales Atout France, rencontre avec Caroline Leboucher, Directrice Générale d'Atout France et les 13 CRT

16 juin : comité opérationnel de la marque La Bourgogne

20 et 21 juin : audit de renouvellement de la certification norme ISO 9001

22 juin : comité opérationnel de la marque Montagnes du Jura

DÉPARTS

En juin, 2 collaborateurs quittent BFC Tourisme pour de nouvelles aventures : **Nicolas DONDÉ**, Chargé de Développement Énotourisme / Gastronomie et **Manon NEVERS**, Community Manager pour la marque Montagnes du Jura

Nous leur souhaitons bonne continuation et plein de réussite pour leurs nouveaux défis professionnels.



EN Bourgogne-Franche-Comté

À DESTINATION DES HABITANTS

PASS DÉCOUVERTE

- Le 19 mai, BFC Tourisme et le Conseil régional ont lancé une nouvelle formule du Pass Découverte : un tarif préférentiel à destination des familles à revenus modestes de Bourgogne-Franche-Comté. Un plan de communication ciblé sera déployé courant juin pour faire connaître cette nouvelle formule et toucher les bénéficiaires dans la limite de 2 000 Pass (campagne Adwords, campagne sur les RS, campagne de display envoi d'une news auprès du fichier de prospects, campagne TV en replay, campagne TV segmentée ...).
- 1 page dédiée sur le site Sortez Chez Vous est en ligne / [voir la page](#)

COMMUNICATION OFFLINE

- ↳ Les achats média qui paraîtront en juin
 - **VAEVIENT** : journal gratuit / 120 000 exemplaires - Journal gratuit
Diffusion en Bourgogne-Franche-Comté dans tous les offices de tourisme, en boîtes aux lettres, chez les hébergeurs, en direct sites culturels et touristiques, en numérique...
Visibilité : 12 pages dédiées à des nouveautés et offres de l'été autour des filières Patrimoine, Itinérance et Oenotourisme, les sorties de l'été... + 1 page de publicité sur le Pass Découverte
 - **BING BANG Magazine** : semestriel dédié à la gastronomie, culture et tourisme / 16 000 exemplaires. Diffusion ciblée de Dijon Métropole à Beaune, Chalon, Dole et Besançon dans les bars à vins, restaurants, les lieux culturels, les boutiques-tendance de cœur de ville, les épiceries fines, cavistes, hôtels, et les offices de tourisme.
Visibilité : 1 double page proposant les offres gourmandes du Pass Découverte et un encart sur les Fantastic Picnic.

RESEAUX SOCIAUX

- ↳ Les idées de sorties poussées auprès des habitants en juin : un week-end dans le Doubs, les journées de l'archéologie, le mois des climats côté Bourgogne, l'événement "Apéro avec VUE" dans les sites Unesco, les Grandes Heures Nature à Besançon, la fête de la cerise dans les Vosges du Sud.... Un programme riche et un territoire animé en attendant l'été !

PRODUCTION DE CONTENUS

- ↳ De nouveaux visuels Sortez Chez Vous pour les insertions publicitaires ont été réalisés en interne par les graphistes. [Voir en PJ](#)

FANTASTIC PICNIC

- ↳ Les inscriptions pour organiser un Fantastic Picnic sont lancées : déjà 35 organisateurs inscrits.
4 ateliers pour échanger sur les bonnes pratiques pour que leur événement s'intègre au mieux dans le plan de communication auront lieu en juin :
 - **Le 16 juin** au Musée des Maisons Comtoises à Nancray (25)
 - **Le 17 juin** à l'Office de Tourisme Creusot Montceau (71)
 - **Le 23 juin** à l'Office de Tourisme de Chablis (89)
 - **Le 30 juin** dans les locaux du CRT à Dijon (21)

VIE DU COLLECTIF

- **Le 1^{er} juin** : Instant Montagnon #2 en visio
- **Le 2 juin** : journée d'éductour à Dole en compagnie de Nino pour la réalisation d'un live Facebook
- **Le 8 juin** : réunion départementale SRDTL Besançon
- **Le 9 juin** : réunion départementale SRDTL à Dole
- **Les 13 et 14 juin** : Journées Partenariales Atout France à Paris
- **Le 22 juin** : comité opérationnel de la marque



MARKETING

- **Le 3 juin** : journée de travail avec CoManaging autour de la valise commerciale pour le portage de la marque par les socio-pros
- **Le 23 juin** : journée de travail avec CoManaging sur les enjeux et les objectifs de la marque (KPI)

COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

▪ **CAMPAGNE PANEUROPEENNE PAYS-BAS EN COLLABORATION AVEC ATOUT FRANCE**

Objectifs de la campagne

- Créer de la notoriété et un trafic de qualité vers le site [nl.montagnes du jura.fr](http://nl.montagnes-du-jura.fr)
- Promouvoir les Montagnes du Jura auprès des touristes néerlandais en mettant en valeur les joyaux cachés de la destination et faire connaître la destination qu'ils soient primo visiteurs ou repeaters.

Dispositifs de campagne

- Rédaction de 2 landings de campagne pour accueillir le trafic de la campagne 100% digitale.
 - 1 page générale pour valoriser les atouts des MDJ en été
 - 1 page de sélection d'hébergements adaptés à cette cible
- Réseaux sociaux : Facebook, Instagram, Pinterest (Instant Expérience, Pins Pinterest)
- Webmarketing : bannières animées et vidéo diffusées sur des sites web (géolocalisation, ciblage)
- En relais de campagne : diffusion de 4 000 exemplaires du magazine MDJ en NL

▪ **CAMPAGNE ETE FRANCE MONTAGNES**

Dispositifs de campagne

- Campagne TV (depuis le 23 mai et pendant 4 semaines) : 359 spots de 30 secondes sont diffusés sur les chaînes nationales BFMTV et RMC Découverte à travers un format original : « L'instant clé », diffusé en tête d'écran publicitaire au cœur de programmes puissants et affinitaires tout au long de la journée et de la semaine (Live Toussaint, Calvi 3D, Week-end Première, etc.) : 1 Français sur 3 de plus de 15 ans verra le spot au moins 4 fois (36% de couverture et 5.5 de répétition sur les individus de 15 ans et +).
- Campagne digitale
 - Du 1er au 30 juin 2022 : médiatisation d'un spot TV sur YouTube
 - Du 20 juin au 20 juillet : campagne nationale d'inspiration et de trafic sur les réseaux sociaux France Montagnes (Facebook, Instagram) / cibles : Millenials, Dinks, Familles et Séniors actifs / partage de contenus spécifiques sur chaque massif avec renvoi direct vers des contenus du site web des Montagnes du Jura.
 - Du 20 juin au 20 juillet : campagne nationale d'inspiration et de trafic sur les réseaux sociaux Atout France : cibles / Millenials, Dinks, Familles et Séniors actifs / partage de contenus spécifiques sur chaque massif renvoyant sur le site france.fr.
- Campagne d'influence : 3 influenceurs viendront découvrir les massifs entre mi-juin et fin juillet.
 - Le principe : chaque influenceur invitera sa communauté à voter parmi une liste de 4 challenges / activités à relever.
 - Les cibles : jeunes, Dinks et famille/séniors actifs.

COMMUNICATION OFFLINE DE LA DESTINATION

- **Le 28 mai** : parution du Magazine Outdoor Eté L'Equipe dans lequel 1 insertion publicitaire Printemps MDJ est présente (insertion prévue dans le cadre du partenariat engagé avec l'Equipe) .
Reprise d'un visuel issu d'un des spots printemps pour l'effet mémorisation / **Voir en PJ**
- Parution d'un publiédactionnel dans **Voyager Ici et Ailleurs Eté** (juin/juillet/août).
Mise en avant de 3 city breaks aux portes des Montagnes du Jura en s'appuyant les vidéos « 48h à ... » Besançon, Dole et Bourg en Bresse.

PROMOTION



PAYS-BAS

- **Le 9 juin** : Workshop à Amsterdam
Rencontres avec des TO et agents de voyages organisées par Atout France Amsterdam. Nous suivons les préconisations d'Atout France suite à l'étude de la programmation. Ainsi, nous valoriserons les offres vélo et randonnée avec hébergements durables des Montagnes du Jura durant ce workshop.

PRODUCTION DE CONTENUS

- **Les 11 et 12 juin** : tournage du 48h Loue, Lison
- **Courant juin** : tournage d'une micro aventure (photo et vidéo) dans le Haut Bugey pour alimenter une prise de parole de la marque.
- **Fin juin** : 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](#), 1er média d'aventures en France /

RESEAUX SOCIAUX

- La sponsorisation des vidéos 48h à se poursuit sur les réseaux sociaux de la marque :
 - **Campagne Pinterest Printemps** :
1 132 064 impressions pour 447 894 personnes atteintes
3 318 clics sortants
 - **Campagne printemps Facebook et Instagram en cours** :
5 062 709 impressions pour 1 292 061 personnes atteintes
13 793 clics sortants
- La campagne été sera lancée en juin.
- 1 Eletter grand public sera envoyée mi-juin pour promouvoir les activités d'été dans les Montagnes du Jura avec un zoom sur la Nouvelle Luge 4 saisons de Métabief.

RELATIONS PRESSE



ALLEMAGNE

- **Du 13 au 16 juin** : accueil de **Marion BREMME** pour les 2 quotidiens régionaux **STRAUBINGER TAGBLATT** et **ABENDZEITUNG MÜNCHEN**.
Thème de l'accueil : l'offre culturelle et les activités outdoor de Saint-Claude et des environs.



BELGIQUE

- **Du 13 au 16 juin** : accueil **Rudy BAUWENS** pour le mensuel spécialisé **PLAY GOLF**.
Thème de l'accueil : les golfs de moyenne montagne + activités annexes (vignoble Jura, cave affinage)



FRANCE

- **Du 17 au 19 juin** : accueil **Julien AUDIGIER**, influenceur.
Thème de l'accueil : la Via Salina touristique à vélo, entre Ornans et Arc-et-Senans.



PAYS-BAS

- **Du 29 juin au 2 juillet** : voyage groupe sur la thématique activités outdoor et nouveautés dans le Jura et l'Ain.
Inscription des journalistes en cours.

COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

FILIERE TRAIL

- 1 insertion pub dans **le magazine de la Fédération Française des Clubs Alpins de Montagne** (2ème de Couverture du numéro de juin)
- Campagne digitale + print dans WIDER, le magazine de référence trail et outdoor.
 - 1 double page publi rédactionnelle
 - 1 article web sponsorisé
 - 1 push Facebook
 - 1 emplacement dédié dans une Eletter
- Campagne social media : sponsorship de 2 vidéos produites avec Xavier Thevenard sur Facebook et sur Insta stories
 Objectif : créer du trafic sur différentes landing : [la landing générale trail](#) / [la landing Allier passion du Trail et vacances en famille](#) / [la landing Evénements Trail](#)
 - ☞ [Voir la vidéo 24h avec Xavier en mode trail](#)
 - ☞ [Voir la vidéo Xavier ambassadeur du sport responsable](#)

FILIERE PATRIMOINE

- Dans le cadre de l'émission « Monument préféré des Français » et la nomination de la Maison Pasteur à Arbois pour représenter la région, mise en place sur les réseaux sociaux de la marque de différentes actions :
 - 1 encart sur le site web : [voir ici](#)
 - 1 post Facebook avec un petit budget de sponsorship
 - 1 story Instagram avec un lien pour voter

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

- Nouveaux partenaires référencés sur le site seminaires.bourgognefranche-comte.com :
 - Lieux de séminaires**
 - La Citadelle de Besançon (25) : [voir la fiche](#)
 - Micropolis (25) : [voir la fiche](#)
 - Traiteurs**
 - GPPR (25) : [voir la fiche](#)
- A venir dans le cadre de la co-labellisation avec la destination affaires Besançon (25) : Espace le Kursaal + Espace Gramont

FILIERE ITINERANCE

- Travail de rédaction des grands itinéraires pédestres et cyclo sur le site www.montagnes-du-jura.fr

RETOUR SUR ...

- Atelier de création d'offres dans les Montagnes du Jura
 Les membres du collectif de destination et des filières (Patrimoine, Itinérance et Oeno) se sont réunis lors d'un atelier le 10 mai dernier.
 Au programme : brainstorming et co-construction d'expériences mémorables by Montagnes du Jura pour répondre aux attentes du persona « exploration ». A l'issue de cet atelier un cahier d'idées sera rédigé avec ces offres qui viendront inspirer les prises de paroles de la marque. **Voir photos en PJ**

LA BOURGOGNE

VIE DU COLLECTIF

- **Le 9 juin** : réunion départementale SRDTL à Chalon-sur-Saône
- **Les 13 et 14 juin** : Journées Partenariales Atout France à Paris
- **Le 16 juin** : 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

- **Le 3 juin** : journée de travail avec CoManaging autour de la valise commerciale pour le portage de la marque par les socio-pros
- **Le 23 juin** : journée de travail avec CoManaging sur les enjeux et les objectifs de la marque (KPI)

COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

- **Mise en ligne du site internet en néerlandais** www.bourgondie-toerisme.com
Ce site reprendra tout ou partie des contenus du site français et sera ainsi alimenté régulièrement.
- **LONELY PLANET**
La Bourgogne fait partie du top 10 des régions mondiales à visiter absolument en 2022 selon le guide Lonely Planet Best in Travel 2022. A cette occasion, 5 articles autour de l'œnotourisme, du patrimoine, de la gastronomie, mais aussi autour des activités de reconnexion seront créés et mis en ligne sur les supports Lonely Planet anglophones (UK - USA). En parallèle, des bannières faisant la promotion de la Bourgogne seront diffusées sur leur site, ainsi que des posts sur leurs réseaux sociaux. Cette mise en avant fait écho à la belle distinction obtenue par La Bourgogne fin 2021.

COMMUNICATION OFFLINE DE LA DESTINATION

- **PARTENARIAT AVEC COSMOPOLITAN (print, digital et social)**
En tenant compte d'un des enjeux de la destination, à savoir rajeunir la cible de clientèle, nous avons privilégié ce média qui répond parfaitement au positionnement de la destination. Cette action permet d'embarquer La Bourgogne dans l'univers éditorial de Cosmopolitan, autour de la "green connexion", via une expérience bi-média et ainsi bénéficier de la caution experte de la rédaction :
 - Dans l'édition du 5 juillet, parution d'une page en publi communiqué
 - Du 1er juin au 15 juillet : Reprise de l'article print sur cosmopolitan.fr / [voir ici](#) + médiatisation diffusée sur le site de Cosmopolitan pour inviter les lectrices à découvrir la Bourgogne et les inspirer pour leur prochain weekend/vacances
 - Médiatisation de l'article via le compte Instagram du média
 - Présence dans la newsletter du média

RESEAUX SOCIAUX

- **La communication organique** continue sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram et Twitter) ainsi que les sponsorisations liées à la campagne printemps lancée fin mai via 3 entrées : les hébergements pour les familles et les tribus, ainsi que les hébergements, activités et le patrimoine dans le Morvan.
- **Les vidéos 48h** tournées au cours du printemps et de l'été 2021 dans les territoires du collectif La Bourgogne seront toutes diffusées sur la page Facebook entre mai et juillet.
- **Une campagne social media** (Facebook et Instagram) mettant en valeur le vélo et le tourisme fluvial sera menée en juin sur le marché allemand auprès de la cible DINKS dans les régions de Rhénanie-Palatinat, Bade-Wurtemberg et Hesse.

LA BOURGOGNE

RELATIONS PRESSE



FRANCE

- **Du 14 au 16 juin** : accueil de **Pierrick JEGU** (+ 1 photographe) pour le magazine **REGAL**.
Thème de l'accueil : la Route des Grands Crus
- **Du 14 au 17 juin** : accueil de **Jérôme BLIN** pour le magazine **Femme Actuelle Escapades**.
Thème de l'accueil : Les ducs de Bourgogne et les vins de Bourgogne (secteur Dijon, Beaune et la Saône-et-Loire). 2 articles paraîtront en octobre.
- **Du 23 au 25 juin** : accueil de **Ursula LAURENT** pour **L'ALSACE**, **Marina DESTOMBS** pour **CUISINE ET VINS DE FRANCE** et www.delices-mag.com, et **Philippe SAUTER** de **L'EST REPUBLICAIN**.
Thème de l'accueil : ouverture de la Cité Internationale de la Gastronomie et du Vin et les nouveautés sur la Route des Grands Crus et la Côte Chalonnaise.



SUISSE

- Du 18 au 25 juin : accueil de **Gérard BLANC** pour le e-magazine de voyage jepars.ch
Accueil en partenariat avec Le Boat

RETOUR SUR ...

- En mai nous avons communiqué sur les réseaux sociaux sur Le Monument Préféré des Français. 2 sites de Bourgogne -l'Abbaye de Fontenay et le Château de Bazoches - sont en lice pour remporter le titre. Nous avons incité les utilisateurs web à voter pour l'un des sites de la marque.
- **Le 10 mai** : envoi de la enews « Envie de profiter des beaux jours en famille ? » à nos contacts grand public dans le cadre de la campagne « Hébergement pour les familles au printemps »
Taux d'ouverture de 24,76 % - Taux de clics de 4,7 %
- **Le 14 mai** : diffusion en direct de la Cité Internationale de la Gastronomie & du Vin de Dijon de l'émission « RTL vous régale ». Cette émission, délocalisée au sein du village gastronomique, a été un réel succès. Dijon, la CIGV et la Bourgogne ont bénéficié d'un éclairage particulier durant l'émission qui rassemble plus de 1,7 millions d'auditeurs ! Il s'agissait d'un partenariat BFC Tourisme / GPPR / Le Gourmeur
- **Du 14 au 21 mai** : accueil de 4 journalistes néerlandais en partenariat avec le Boat sur le canal latéral à la Loire.
- **Le 17 mai** : les membres du collectif de destination et des filières (Patrimoine, Itinérance et Oeno) se sont réunis lors d'un atelier de création d'offres en Bourgogne.
Au programme brainstorming et co construction d'expériences mémorables en Bourgogne pour répondre aux attentes du persona « Classique Naturel ». A l'issue de cet atelier un cahier d'idées sera rédigé avec ces offres qui viendront inspirer les prises de paroles de la marque.

PROMOTION



CHINE

- **Les 7 et 8 juin** : China Workshop à Paris. 2 jours de rencontres avec les agences chinoises, la presse et les influenceurs chinois.



PAYS-BAS

- **Le 9 juin** : Workshop à Amsterdam
Rencontres avec des TO et agents de voyages organisées par Atout France Amsterdam. Nous suivons les préconisations d'Atout France à la suite de l'étude de la programmation. Ainsi, nous valoriserons les offres oenotourisme / gastronomie et itinérance durant ce workshop.

COMMUNICATION DÉDIÉE AUX FILIERES

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

Nouveaux prestataires référencés sur seminaires.bourgognefranche-comte.com

Prestataire de Team-Building

↳ Académie des Arts Appliqués Dijon (21) [Voir la fiche](#)

A venir dans le cadre de la co-labellisation avec la destination affaires Mâcon (71) :

Lieux de séminaires

↳ Château de la Barge à Chaintré et Scribes 71 à Mâcon

Revisite pour mise à jour de l'engagement qualité : Le Château de Besseuil (71)



VIE DU COLLECTIF

- **Le 10 juin** : intervention de BFCT aux rencontres du Tourisme de Luxeuil-les-Bains, Vosges du Sud afin de présenter le collectif régional Vosges du Sud et les actions principales menées.

MARKETING

- Les entretiens menés par le cabinet CO-MANAGING ainsi que le chantier lié aux statistiques pour affiner la stratégie liée aux Vosges du Sud se poursuivent en juin.

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 13 au 17 juin : sponsorisation sur les réseaux sociaux du groupe pour valoriser la fête de la Cerise
Fin juin – début juillet : sponsorisation sur les réseaux sociaux du groupe pour valoriser les Flâneries du Centenaire du Territoire de Belfort.
- **PARTENARIAT AVEC routard.com**
Le 30 mai : parution du premier article en ligne rédigé par le média "5 joyaux du patrimoine à découvrir avant l'été dans les Vosges du Sud".
[A découvrir ici](#)
Le 15 juin : parution de second article en ligne "Les 5 road trips à vivre cet été dans les Vosges du Sud" avec cette fois un angle davantage porté sur l'itinérance

Ces 2 articles seront médiatisés par le Routard via un mix de remontées éditoriales géolocalisées sur le Grand Est en priorité et également 2 mises en avant sur Facebook via 2 posts organiques en début et fin de campagne. Chaque article sera intégré au sein de la newsletter édito construite par le Routard.

COMMUNICATION OFFLINE

- **PARTENARIAT AVEC PQR ALLEMANDE**
A partir de mi-juin, 3 pages rédigées par les équipes associées de Synergie Marketing et des PQR allemandes seront publiées :
 - 1 page dans **Badische Zeitung** - édition de Freiburg
 - 1 page dans **Badische Zeitung** - édition de Lörrach
 - 1 page dans **Mittelbadische Presse** - édition d'Ortenau

PRODUCTIONS DE CONTENUS

- Un audit des contenus Vosges du Sud sur le site Internet du Massif des Vosges a été effectué par l'agence web Think my Web.
Après obtention des résultats, nous allons construire un plan d'actions avec le collectif et en lien avec le Massif des Vosges pour rédiger des contenus à partir de 2023 en accord avec notre stratégie.

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

VIE DU COLLECTIF

- Nouveaux prestataires référencés sur le site seminaires.bourgognefranche.comte.com

Lieux de séminaires

La Citadelle de Besançon (25) : [voir la fiche](#)

Micropolis à Besançon (25) : [voir la fiche](#)

Traiteurs

GPPR (25) : [voir la fiche](#)

Prestataire de Team-Building

Académie des Arts Appliqués à Dijon (21) [voir la fiche](#)



A venir dans le cadre de la co-labellisation avec la destination affaires Besançon

Espace le Kursaal + Espace Gramont à Besançon (25)

Le Pacte des Géoliers à Besançon (25)

A venir dans le cadre de la co-labellisation avec la destination affaires Mâcon

Château de la Barge à Crêches-sur-Saône (71)

Revisite pour mise à jour de l'engagement qualité :

Le Château de Besseuil (71)

PROMOTION / COMMUNICATION

- ↳ **INFO DE DERNIERE MINUTE** : La soirée du Club Bourgogne-Franche-Comté Séminaires (workshop Mon Event, Ma Région) initialement prévue le 16 juin est reportée **au mois de novembre**. Plus d'infos à venir prochainement.
- ↳ Mise en ligne de la fiche Google My Business dédiée au collectif du tourisme d'affaires pour capter de nouvelles demandes **voir fiche en PJ**
- ↳ Campagnes adwords sur Google et les réseaux sociaux sur le marché régional ainsi que des publications organiques

RETOUR SUR ...

- ↳ **LES DEMANDES DE SEMINAIRES**
Du 1er janvier au 30 avril 2022 : 157 demandes de conseils/devis ou renseignements pour l'organisation d'événements professionnels dont 132 émanant du site affaires <https://seminaires.bourgognefranche.comte.com> (vs 35 en 2021 et 88 en 2020 sur cette période)
- ↳ **LINKEDIN EN QUELQUES CHIFFRES** - <https://www.linkedin.com/company/bfcseminairesevents/>
870 abonnés dont 23 nouveaux en mai
Nombre d'apparitions dans les recherches : 114
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.

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE PATRIMOINE

DEVELOPPEMENT

- BFC Tourisme est partenaire de l'Appel à projet "Tourisme et savoir-faire 2020 / 2023" piloté par le Conseil régional et "Entreprise & Découverte", l'association nationale de promotion et d'animation des entreprises ouvertes à la visite. Cet AAP s'inscrit dans le Plan de Reconquête et de Transformation du Tourisme impulsé par l'État dans le cadre de son plan de relance d'un budget de 5 millions d'euros. Cette mission régionale consistera à développer, professionnaliser et structurer cette filière, mais aussi à recenser les entreprises ouvertes à la visite et rechercher de futures entreprises non encore ouvertes à la visite. L'étape de diagnostic visant à recenser l'offre est lancée. Un questionnaire à destination des entreprises, OT, ADT / CDT et chambres consulaires permettra d'affiner ce recensement.

Le 2 juin : Un webinar de présentation du projet auprès des réseaux touristiques, chambres consulaires et fédérations professionnelles.

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION A DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- La thématique principale de communication en juin pour le Collectif Patrimoine est "le Patrimoine mondial UNESCO" qui fête cette année ses 50 ans. Ce sera l'occasion de promouvoir [la carte interactive](#) réalisée par ARTIPS l'an passé.

3 actions de communication sont programmées :

- 1 quiz en partenariat avec le site "J'aime mon patrimoine" publié le 10 juin, dont chaque réponse à une question renvoie vers la carte
- 1 story Instagram propulsée par ARTIPS
- 1 post Facebook sponsorisé par ARTIPS. Ces publications cibleront les clientèles des bassins prioritaires (région parisienne, lyonnaise, Grand Est), et manifestant un intérêt pour l'histoire, l'art, le patrimoine, la culture.

COMMUNICATION A DESTINATION DE LA CIBLE GENERALISTE

DANS LE CADRE DU COLLECTIF MONTAGNES DU JURA

- Dans le cadre de l'émission « Monument préféré des Français » et la nomination de la Maison Pasteur à Arbois pour représenter la région, mise en place sur les réseaux sociaux de la marque de différentes actions :
 - 1 encart sur le site web : [voir ici](#)
 - 1 post Facebook avec un petit budget de sponsorship
 - 1 story Instagram avec un lien pour voter



RETOUR SUR ...

▪ ACTIONS SUR BEAUX-ARTS.COM

Les brand contents publiés en mai dans 2 e-letters de beaux-arts.com sont consultables :

- Brand content consacré à la préhistoire avec un focus sur le Cratère de Vix : [à lire ici](#)
- Brand content consacré à l'histoire et plus particulièrement la Résistance en présentant la tapisserie Terribilis de Dijon : [à lire ici](#)

- Le podcast Artips consacré à Belfort et publié mi-avril a été écouté plus de 900 fois. Ecoutez le podcast : <https://podcasts.artips.fr/episode/podbelfort/>

▪ PARTENARIAT AVEC STORIA MUNDI

La 1ère conférence en ligne en partenariat avec le TO **Storia Mundi** a rencontré un certain succès avec presque 3 300 consultations de la page et 560 inscrits. **Conférence disponible [en replay ici](#)**

La 2ème conférence sur les grandes abbayes bourguignonnes **est programmée jeudi 30 juin à 18h00** et sera accompagnée d'un relai sur les réseaux sociaux et dans la e-letter de Storia Mundi.

▪ DEVELOPPEMENT

- En mai : les adhérents du Collectif Patrimoine ont été invités à participer aux 2 ateliers créatifs d'offres, organisés par les marques de destination La Bourgogne et Montagnes du Jura. Les échanges riches permettront de rédiger un cahier d'idées d'offres de séjour en adéquation avec les personae des 2 marques.
- Le 13 mai : réunion de lancement du projet GuestViews afin de déterminer avec les membres du collectif engagés les grandes thématiques du questionnaire de satisfaction et les visuels qui seront proposés aux visiteurs sur place.



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE ITINERANCE

VIE DU COLLECTIF

- **Le 17 juin** : comité technique Décibelles Data - Bordereau itinéraires. Mise au point sur le traitement de l'itinérance dans Décibelles Data avec les partenaires référents Décibelles Data.

DEVELOPPEMENT

- **Le 28 juin** : journée dédiée à l'itinérance sur les Chemins de Compostelle (Via Vézelay, Via Cluny) et Saint-Jacques à vélo (V56) : temps d'échanges pour découvrir les résultats de l'enquête sur les publics des Chemins de Compostelle, et pour co-construire ensemble l'itinérance touristique de demain sur les Chemins de Compostelle. Journée organisée par BFC Tourisme, le Conseil régional de Bourgogne-Franche-Comté et l'ACIR (Agence de Coopération Interrégionale et Réseau « Chemins de Saint-Jacques de Compostelle)

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION A DESTINATION DE LA CIBLE EXPERT

- Intégration des sites incontournables de Bourgogne Franche-Comté sur France Vélo Tourisme
- Elaboration d'une campagne de communication RS avec My Destination, qui poussera 3 itinéraires rando et 3 itinéraires cyclo.

COMMUNICATION A DESTINATION DE LA CIBLE GENERALISTE

DANS LE CADRE DU COLLECTIF MONTAGNES DU JURA

- Travail de rédaction des grands itinéraires pédestres et cyclo sur le site www.montagnes-du-jura.fr

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE OENOTOURISME

VIE DU COLLECTIF

- 2 nouvelles structures ont intégré le collectif Oenotourisme :
 - Le gîte Les Sarments à Santenay
 - La Maison Prosper-Maufoux - Château de Saint-Aubin à Saint-Aubin.

DEVELOPPEMENT

- **Le 10 juin** : réunion de travail avec le service tourisme du Conseil régional, dans le cadre du Schéma Régional de l'Oenotourisme

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION A DESTINATION DE LA CIBLE GENERALISTE

DANS LE CADRE DU COLLECTIF LA BOURGOGNE

- **Du 14 au 16 juin** : accueil de **Pierrick JEGU** pour le magazine **REGAL**.
Thème de l'accueil : la Route des Grands Crus
- **Du 23 au 25 juin** : accueil de **Ursula LAURENT** pour **L'ALSACE**, **Marina DESTOMBS** pour **CUISINE ET VINS DE FRANCE** et www.delices-mag.com, et **Philippe SAUTER** de **L'EST REPUBLICAIN**.

Thème de l'accueil : ouverture de la Cité Internationale de la Gastronomie et du Vin et les nouveautés sur la Route des Grands Crus et la Côte Chalonnaise



FILIERE GASTRONOMIE

VIE DU COLLECTIF

VALLEE DE LA GASTRONOMIE

- **Le 1^{er} juin et 24 juin** : comité éditorial pour le compte Instagram et le site web de la Vallée de la Gastronomie
- **Les 3 juin et 17 juin** : réunion de travail de l'équipe projet Vallée de la Gastronomie
- **Le 14 juin** : comité d'agrément Vallée de la Gastronomie : BFC présente 2 Expériences Remarquables (une nouvelle + 1 renouvellement de 2019)

DEVELOPPEMENT

- 1 nouvelle offre gourmande a été intégrée : le restaurant L'Ecusson à Beaune

PROMOTION / COMMUNICATION

- **Le 6 juin** : envoi du Push thématique "Exploration du patrimoine gastronomique des territoires avec les producteurs ». Mise en avant de la fromagerie Gaugry et de la Ferme Fruirouge
- **Du 18 au 22 juin** : Voyage presse sur la totalité de la Vallée de la Gastronomie. Le programme débutera en Bourgogne. Accueil de 4 supports : **LIBERATION**, **M LE MONDE**, **RUSTICA** et **TOP PARENTS**

RETOUR SUR ...

- **Le 14 mai** : diffusion en direct de la Cité Internationale de la Gastronomie & du Vin de Dijon de l'émission « RTL vous régale ». Cette émission, délocalisée au sein du village gastronomique, a été un réel succès. Dijon, la CIGV et la Bourgogne ont bénéficié d'un éclairage particulier durant l'émission qui rassemble plus de 1,7 millions d'auditeurs ! Il s'agissait d'un partenariat BFC Tourisme / GPPR / Le Gourmeur.
- **Du 17 au 19 mai** : accueil de 8 influenceurs français pour la promotion de la Vallée de la Gastronomie. 2 jours de découverte des offres en Bourgogne et 1 journée en AURA. Réalisation de stories et posts quotidiens par les influenceurs pour valoriser les offres gourmandes et expériences remarquables.

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

OBSERVATION / ORT

- ↳ **Le 20 juin** : restitution de l'étude des clientèles en ligne pour la période 2021-hiver 2022
- ↳ **Le 28 juin** : journée dédiée à l'itinérance sur les Chemins de Compostelle (Via Vézelay, Via Cluny) et Saint-Jacques à vélo (V56) : temps d'échanges pour découvrir les résultats de l'enquête sur les publics des Chemins de Compostelle, et pour co-construire ensemble l'itinérance touristique de demain sur les Chemins de Compostelle
- ↳ Fin juin : publication de la note de conjoncture sur le début de la saison et les prévisions pour l'été
- ↳ En cours de réalisation l'édition des chiffres clés Bourgogne-Franche-Comté / Bourgogne et Montagnes du Jura 2021

INGENIERIE / DELEGATION ATOUT FRANCE

- ↳ **Le 20 juin** : présentation du TBI (tableau des investissements touristiques en Bourgogne-Franche Comté pour la période 2017-2020)
- ↳ **Le 22 juin** : réunion de travail avec Atout France sur le plan d'actions 2022 de la Délégation Atout France et lancement de l'étude sur les Routes du repas gastronomique des Français en BFC

TOURISME ET HANDICAP

- ↳ **Retour sur la Commission régionale du 5 mai**
 - Restaurant Au Fil des Saisons, renouvellement, avis favorable pour les 4 familles de handicap
 - Gîte de Haute Pierre à Haute-pierre-le-Châtelet, renouvellement, avis favorable pour les 4 familles de handicap
 - Musée des Maisons Comtoises à Nancray, renouvellement, avis favorable pour les handicaps visuel, auditif et mental
 - Office de Tourisme du Pays de Montbéliard, renouvellement, avis favorable pour les handicaps moteur, auditif et mental
 - Fond Régional d'Art Contemporain à Besançon, avis défavorable au renouvellement de la marque

QUALITE TOURISME

- ↳ **Retour sur la Commission régionale du 5 mai** Nouveaux labellisés
 - Restaurant Les Papillons à Pontarlier (25)
 - Chambre d'hôtes le Mâconnais Guest House à Vinzelles (71)
 - Chambre d'hôtes Maison Le Rozet Les Gras (25)
 - Commerce BVB - LaGrange à Marnay (70)

TOURISME DURABLE

- ↳ **Le 5 mai** : envoi d'une enews dédiée afin de promouvoir la plateforme de formation en ligne tourisme durable auprès des professionnels du tourisme du territoire : [voir ici](#)
- ↳ Un post Facebook et LinkedIn propulsés par ARTIP ont complété l'envoi de cette enews
- ↳ Depuis le début de l'année, environ 200 nouveaux internautes se sont inscrits sur la plateforme qui compte aujourd'hui pratiquement 900 utilisateurs.

VIE STATUTAIRE

- ↳ **Le 23 juin** : Assemblée Générale - salle des Climats à Gevrey-Chambertin.

A l'ordre du jour : approbation du PV de l'AG du 24 juin 2021 - rapport moral du Président - rapport d'activité 2021 - présentation des rapports du commissaire aux comptes - approbation des comptes 2021 - cotisations 2023 - plan d'actions et budget 2022 - résolutions - questions diverses - renouvellement des membres du Conseil d'Administration

ACCOMPAGNEMENT DES OT

SADI

- ↳ Poursuite des SADI
 - Grand Besançon Métropole : un premier travail sur l'organisation d'ateliers avec les socio-pros
 - Rives de Saône : continuité du projet pendant l'été avec la mise en place d'enquêtes clientèles

PILOT

- ↳ Prise de contact avec chaque Office de Tourisme ayant débuté au moins une fiche sur l'outil afin de l'amener jusqu'à la validation.

QUALITÉ

- ↳ 24 Offices de Tourisme ont participé à l'atelier « L'écoute client » mené par Sophie DURDILLY. Prochain rendez-vous Qualité Tourisme en septembre.
- ↳ Accompagnement des Offices de Tourisme de Lons-le-Saunier, Terre d'Emeraude et Mâconnais Tournugeois à l'accession à la marque Qualité Tourisme.
- ↳ **Les 16 et 17 juin** : participation aux Rencontres nationales des relais territoriaux Qualité Tourisme organisées par ADN à Lyon.

FORMATION

- ↳ **PLAN DE FORMATION MASCOT 2022**

Création et lancement du portail d'inscriptions aux formations dans Décibelles Data.

Chaque stagiaire aura accès à un descriptif des 5 formations proposées cette année et pourra s'inscrire directement à l'aide d'un formulaire.

Le but est de faciliter la réception des inscriptions pour la MASCOT car l'AFDAS met en place un nouveau process de gestion des stagiaires où la MASCOT sera l'intermédiaire de saisie des prises en charges entre l'AFDAS et les OT.

DECIBELLES DATA

- ↳ Le programme de la MASCOT ACADEMY est [accessible ici](#)

AUTRES ACTIONS ...

- ↳ **Le projet Confidences**

Prise de contact avec les 16 OT pilotes pour la qualification des 741 Confidences saisies dans Décibelles Data.

Un accompagnement des offices sera mis en place pour la modération des textes : l'objectif est de les rendre attractifs pour qu'ils puissent être insérés dans des offres touristiques et disponibles pour toute publication web ou print.