

### VILLES ET VILLAGES FLEURIS

- ↳ **Le 15 mars** : formation « **DE LA GRILLE AU TERRAIN** »  
Formation mise en place par BFC Tourisme à destination des membres du jury, des animatrices départementales et des communes labellisées.  
Cette journée de formation aura lieu à Combertault (commune labellisée 1 fleur en Côte d'Or) et sera animée par Martine COLLIN, membre du jury national, et qui transmet ses connaissances à travers des formations pour les personnes actrices du label.

### LA FABRIQUE A SITES

- ↳ **L'OT de Haut-Jura Saint-Claude** : présentation des maquettes d'intention et lancement de l'accompagnement Editorial
- ↳ **Le Parc Naturel Régional du Morvan** : les maquettes d'intention sont finalisées, présentation au PNRM en mars. Lancement de l'accompagnement Editorial
- ↳ **MASCOT** : mise en ligne du site [mascotbfc.fr](http://mascotbfc.fr)
- ↳ **OT Luxeuil-les-Bains** : la mise en ligne du site web initialement prévue en février a été reportée suite à une opération technique non-réalisée par leur prestataire de nom de domaine.

### BILAN ANNUEL DES RETOMBÉES MEDIATIQUES GÉNÉRÉES PAR LES ACTIONS PRESSE 2021 / 2022

Période d'analyse : articles parus entre le 01/11/2021 et le 31/10/2022.

Les chiffres à retenir

- ↳ **573 articles générés par 137 actions** soit plus de 4 articles par action.
- ↳ En tête les accueils presse et les communiqués de presse avec un taux d'ouverture supérieur à 40%
- ↳ Une montée en puissance du web avec 57% des articles contre 48% sur la période précédente.
- ↳ Top 3 des marchés
  - France
  - Allemagne
  - Pays-Bas
- ↳ Top 3 des filières
  - Patrimoine
  - Œnotourisme / Gastronomie
  - Itinérances

L'analyse complète et une analyse par marque sera disponible très prochainement auprès des chefs de marques et de filières.

### RÉUNIONS STATUTAIRES 2023

- 30 mars 2023** : Conseil d'Administration du CRT
- 4 mai 2023** : Assemblée Générale de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme à Dijon

### AGENDA

- 2 mars** : Rencontre avec les relais territoriaux MASCOT
- 2 mars** : Commission communication du Massif des Vosges
- 6 mars** : Point tourisme entre le Conseil Régional et BFC Tourisme
- 7 mars** : CODIR digital
- 7 mars** : Comité stratégique dédié aux campagnes de printemps menées par les ADT
- 9 mars** : Commission Marketing et Communication BIVB
- 9 mars** : Comité technique du Massif des Vosges
- 10 mars** : Trophée des 20 ans de la marque Montagnes du Jura à la station de Métabief
- 13 mars** : CODIR
- 16 mars** : « Instant Bourguignon » avec les membres du Collectif La Bourgogne
- 21 mars** : Commission des Régions Villes et Villages Fleuris à Paris
- 21 - 22 mars** : Rendez-Vous en France à Paris
- 23 mars** : Melting Pot MASCOT
- 24 et 25 mars** : Séminaire de la fédération Vignobles & Découvertes sur la thématique de l'œnotourisme durable et responsable à Sète
- 27 mars** : Rencontres des acteurs et professionnels du Canal du Nivernais
- 29 mars** : Comité stratégique pour le Collectif La Bourgogne



### Système d'amélioration continue

- **Le 13 mars** : le CODIR et les responsables qualité de BFC Tourisme se réuniront pour effectuer la Revue Annuelle de Direction. Il s'agit de faire un état des lieux de l'année précédente (évaluation des fournisseurs et point sur les indicateurs de performance) et présenter les actions prévues l'année suivante au sein de chaque processus.

## À DESTINATION DES HABITANTS

### AGENDA

- **Le 16 mars** : présentation de la signature Sortez Chez Vous, (ses outils, ses supports, ses actions phares, son plan de communication) auprès des partenaires du Collectif La Bourgogne lors des "Instants Bourguignons"

### 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](http://bourgognefranchecomte.com) devienne un réflexe chez les habitants de la région.

CIBLES

- Les familles, les groupes d'amis de Bourgogne-Franche-Comté
- **Le 9 mars** : envoi d'une newsletter proposant aux habitants 1 top des hébergements à découvrir en amoureux, ou en famille/amis (parmi une sélection des nouveautés du dossier de presse 2023)
- **Développement des contenus de la rubrique "Pour les groupes"** sur [bourgognefranchecomte.com](http://bourgognefranchecomte.com)
  - Intégration d'une vingtaine de brochures groupes de nos partenaires, afin que les TOs, agents de voyages et autocaristes puissent les consulter / télécharger
  - Ajout d'un lien vers la brochure "La Bourgogne-Franche-Comté pour les scolaires", générée depuis Décibelles Data et à destination des enseignants.

### PRODUCTION DE CONTENUS

- Sponsorisation des posts Instagram et Facebook : **nous allons tester une nouvelle modalité disponible avec la suite Meta Business : l'A/B testing**. Cette technique de marketing consiste à proposer plusieurs variantes d'un seul et même post (changement de la photo, du texte ou même du "call to action") afin de déterminer laquelle de ces versions a le plus d'impact et donne les meilleurs résultats.

### PASS DÉCOUVERTE RÉGIONAL

- **Les 9 et 10 mars** : séminaire OTIPASS (société qui gère la plateforme du Pass Découverte) à Dijon.  
Au programme : échanges sur les projets, les bonnes pratiques, les nouveautés et les besoins des différents partenaires qui collaborent avec la société OTIPASS pour la commercialisation de leur pass touristique. OTIPASS présentera également les nouveautés techniques et fonctionnelles de sa plateforme et de l'application mobile ainsi que tous ses nouveaux projets.
- **Nouveau partenaire**
  - La Maison de la Forêt à Leuglay rejoint le dispositif du Pass Découvert

## À DESTINATION DES HABITANTS

---

### RETOUR SUR ...

- **ARTIPS LES MERVEILLES DE BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ** – [consulter le site web dédié](#)

En janvier envoi de 2 newsletters.

- **Newsletter du 10 janvier**

Objectif : reprendre contact avec les utilisateurs de la plateforme qui n'ont pas terminé leurs parcours depuis leur inscription.

Bilan

- Envoyée à 2 800 contacts
- 28,5 % taux d'ouverture
- 72 utilisateurs uniques se sont reconnectés pour avancer dans leurs parcours

- **Newsletter du 13 janvier**

Objectif : acquérir de nouveaux visiteurs et utilisateurs sur la plateforme en leur proposant une newsletter autour d'un objet d'art : l'horloge astronomique de Besançon.

Bilan

- Envoyée à 140 000 contacts ciblés habitants de la région
- 750 visites
- 104 nouveaux utilisateurs
- Taux d'inscription : 14 %

De manière globale, grâce à ces 2 newsletters, le nombre de visiteurs ou utilisateurs en janvier a été multiplié par 10 par rapport par rapport aux moyennes mensuelles.

## EVENEMENT



### Le 10 mars Trophée des 20 ans de la marque Montagnes du Jura à la Station de Métabief

Montagnes du Jura organise, en partenariat avec l'École de Ski Français, l'École de Ski International, Doubs Tourisme, l'Office de Tourisme du Haut-Doubs et la Station de Métabief, un événement convivial pour fêter les 20 ans de la marque en présence des principaux partenaires touristiques de la destination.

À cette occasion, la station de Métabief offre le forfait ski alpin journée aux invités.

**Dès 14 heures** : défi ludique. 2 épreuves proposées : slalom en ski alpin et course de biathlon laser. Un séjour sera offert au gagnant de chaque épreuve !

Un prix spécial sera également décerné à la structure la plus représentée !

La journée se terminera par un apéritif chaleureux chez Zaza

Zéro enjeu, que du plaisir et de la bonne humeur !

Débutants ou sportifs confirmés, tout le monde est le bienvenu.

## MARKETING

### ▪ CHARTE ET LOGO/MARQUEUR

Nouveau et pratique : mise en place d'un formulaire automatique de commande des marqueurs et de la charte graphique de Montagnes du Jura.

[Disponible ici](#)

## RESEAUX SOCIAUX

- **Campagne hiver social media phase 2** : au programme en mars : 2 TikTok, 1 Instant Experience. 1 story

En organique : sponsoring de posts Facebook et Instagram : photos, reels, vidéos.

## COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

### FILIERE TRAIL

- **JOURNAL DU RUNNER** : insertion publicitaire pour valoriser la filière dans l'édition du 26 mars 2023  
Diffusion du mag : 60 000 exemplaires au Marathon de Paris avec le magazine l'Equipe TV + 20 000 exemplaires en magasins spécialisés et Salon Run Expérience.

### FILIERE ITINÉRANCE

- **Salon Destinations Nature du 16 au 19 mars à Paris Portes de Versailles**

Comme chaque année, Le collectif Itinérance, en collaboration avec Destination Bourgogne Le Club, sera présent avec 20 partenaires sur un stand de 64m<sup>2</sup> en îlot positionné au coeur du Pavillon 4.

**6 exposants représenteront les Montagnes du Jura** : Jura Tourisme, OT Station Les Rousses, OT Besançon, OT Haut-Doubs, OT Cœur du Jura, GTJ.

### FILIERE AFFAIRES

- Nouveaux partenaires mis en ligne sur [seminaires.bourgognefranche-comte.com](https://seminaires.bourgognefranche-comte.com)

Lieux de séminaires

Hôtel Le Sauvage à Besançon – [voir la fiche](#)

Espace Crusoé - Institut Esprit Santé à Besançon – [voir la fiche](#)

## COMMUNICATION ONLINE

### ▪ **CAMPAGNE SNCF CONNECT**

En partenariat avec Atout France, les Montagnes du Jura ont bénéficié d'une valorisation à travers un dispositif de dernière minute déployé sur l'hiver au profit de destinations « montagne ».

Cette première opération sur la montagne entre SNCF Connect et Atout France sera un test pour une potentielle reconduction en 2023-2024.

En 2022, cette opération se fait donc exceptionnellement sans co-financement demandé aux destinations promues, avec un investissement global de 60K€ (30K€ Atout France + 30K€ SNCF Connect).

Cette campagne de conversion s'étale sur 5 vagues (la temporalité est décidée en fonction des prix négociés avec les axes trains TGV, TER, Intercité), pendant une période de fort trafic sur la plateforme SNCF Connect, idéale pour communiquer sur les destinations de montagne. Les différents leviers marketing (bannières, push, newsletters...) renverront vers une page dédiée Explore France hébergée au sein de l'environnement SNCF Connect et vers deux urls du site web de Montagnes du Jura + 1 dédiée à la marque sur le site d'Atout France.

Les gares ci-dessous ont été identifiées sur la base des taux de remplissage et de fréquentation des trains par SNCF Connect, mais aussi en concertation avec France Montagnes en tenant compte de leur facilité d'accès aux stations d'hiver.

- Paris – Frasnès (CTA tps de trajet : en 2h47 avec Lyria)
- Paris – Dole (CTA tps de trajet : en 2h03 avec Lyria)
- Paris – Bellegarde (CTA tps de trajet : en 2h41 avec Lyria)
- Dole – Morbier (CTA prix : dès 16€ avec TER)

### ▪ **CAMPAGNE PRINTEMPS DES MONTAGNES**

La marque participe à la campagne printemps lancée par France Montagnes. Positionnement identique à 2022 : une montagne pour toutes les envies !

**Marchés** : France + Belgique francophone

**Cibles** : jeunes (millennials), couples (DINKS) et familles

**Dispositif** : campagne 100% digitale de fin février au 20 avril 2023 (Instagram / TikTok / display)

- Réalisation d'une ou plusieurs vidéos valorisant la période
- Contenus spécifiques à chaque massif

### ▪ **PARTENARIAT EQUIPE TV - OPERATION SPECIALE**

En mars diffusion sur [lequipe.fr](http://lequipe.fr) et les réseaux sociaux de 2 reportages format long pour promouvoir une aventure dans les Montagnes du Jura et démontrer que les Montagnes du Jura « ce n'est pas "que" du biathlon ».

### ▪ **ELETTER GRAND PUBLIC PRINTEMPS**

**Le 3 mars** : envoi d'une eletter sur la thématique printemps pour lancer la saison et en prévision des vacances de Pâques.

## PROMOTION



### RENDEZ-VOUS EN France 2023

#### Les 21 et 22 mars : Workshop Rendez-Vous en France

Au cours de rendez-vous pré-programmés de 20 minutes, Montagnes du Jura rencontrera les TO venus de ses marchés prioritaires.

Lors des rendez-vous avec les TOs qui programment déjà la destination, ce sera l'occasion de leur présenter des nouveautés pour les inciter à enrichir leurs itinéraires. Ce workshop est aussi le lieu pour rencontrer de nouveaux contacts à qui nous présenterons la destination et ses atouts, et les possibilités de proposer une programmation 4 saisons.

24 prestataires régionaux seront présents aux côtés de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme.



### FRANCE

- **Développement des contenus de la rubrique "Pour les groupes" sur [montagnes-du-jura.fr](https://montagnes-du-jura.fr)**
  - Intégration de brochures groupes de nos partenaires afin que les TOs, agents de voyages et autocaristes puissent les consulter / télécharger
  - Ajout d'un lien vers la brochure "La Bourgogne-Franche-Comté pour les scolaires", générée depuis Décibelles Data et à destination des enseignants.

## RETOUR SUR ...

### CAMPAGNE SOCIAL MEDIA PAYS BAS

En partenariat avec Atout France, nous avons mené au mois de janvier une campagne de sponsoring de posts sur les réseaux Facebook et Instagram d'Atout France Pays Bas, afin d'inciter les Néerlandais à découvrir les Montagnes du Jura lors des saisons printemps / été.

La campagne obtient de très bons résultats notamment concernant les KPIS de conversion et surtout sur la cible millenials.

Résultats obtenus sur [le site montagnes-du-jura / version NL](https://montagnes-du-jura.fr/version-NL)

- 3 318 visites
- 129 intérêts partenaires
  - On notera un fort intérêt pour le Camping La Roche d'Ully, le Camping Le Valserine, le Camping de Trélachaume, le gîte des Cascades et le Refuge du Berbois.
- Taux d'intérêts partenaires 3,89 %
- 62 intérêts brochures
  - Taux d'intérêts brochure 1,87 %
- Taux de rebond de 74 %
- Temps moyen passé sur le site : 1 min

## RELATIONS PRESSE



### FRANCE

- Du 27 février au 1<sup>er</sup> mars : accueil de **Marine SANCLEMENTE** pour la sélection du Guide des Chambres d'hôtes du **FIGARO MAGAZINE**
- **Les 30 et 31 mars** : accueil de **David PEYRAT** pour **GEO-HISTOIRE**
  - Thème de l'accueil : 100 % Besançon : Musée des Beaux-Arts, la Citadelle dont la présentation du nouveau musée de la Résistance et de la Déportation, Colette et la Maison Victor Hugo.
- **Le 30 mars** : Les Montagnes du Jura sont présentes à la Conférence de presse de France Montagnes qui aura lieu en 100% digital.
- **Les 30 et 31 mars** : accueil de **Gilles PUDLOWSKI** pour son blog [Gilles Pudłowski - les pieds dans le plat](https://gillespudlowski.com) avec Jura Tourisme

## PRODUCTION DE CONTENUS

- Rédaction de nouveaux articles web + mise en ligne
  - <https://www.montagnes-du-jura.fr/2023-annee-anniversaires/>
  - <https://www.montagnes-du-jura.fr/lacs-cascades-et-sources-dans-les-montagnes-du-jura/balades-entre-sources-et-cascades/le-cirque-de-consolation/>

# LA BOURGOGNE



## VIE DU COLLECTIF

- **Le 7 mars** : comité stratégique dédié aux campagnes printemps menées par les ADTs
- **Le 14 mars** : participation à la journée "Si on parlait Tourisme" organisée par Destination Auxerre
- **Le 16 mars** : Instant bourguignon avec les adhérents du Collectif La Bourgogne
- **Le 28 mars** : rdv terrain avec Destination Auxerre
- **Le 29 mars** : Comité stratégique avec les ADTs.

## 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 mars sera dédié aux incontournables de la Côte d'Or.

Retrouvez l'article de février dédié aux canaux et rivières : [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** : ouverture des canaux.

## COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

### FILIERE AFFAIRES

- Nouveaux partenaires en cours de référencement sur [seminaires.bourgognefranchecomte.com](https://seminaires.bourgognefranchecomte.com)  
Hôtel le Panorama 360 à Mâcon  
La Cité des vins et des Climats à Mâcon  
Circuit Dijon Prenoix
- Nouveaux partenaires mis en ligne sur [seminaires.bourgognefranchecomte.com](https://seminaires.bourgognefranchecomte.com)  
**Destinations Affaires**  
L'Yonne en Bourgogne : [voir la fiche](#)  
**Lieux de séminaires**  
La Maison Philippe Le Bon à Dijon : [voir la fiche](#)  
**Prestataire de team building**  
Sky Circus à Fragnes la Loyères : [voir la fiche](#)

## MARKETING

### CHARTE ET LOGO/MARQUEUR

Nouveau et pratique : mise en place d'un formulaire automatique de commande des marqueurs et de la charte de la marque. [Disponible ici](#)

## RESEAUX SOCIAUX

- Nous continuons à relayer le contenu sur les atouts touristiques de la marque sur nos réseaux sociaux Facebook et Instagram à une fréquence de 2 publications par semaine par réseau. Certaines publications font également l'objet d'un dispositif de sponsorship.

## PRODUCTION DE CONTENUS

- Rédaction de nouveaux articles web + mise en ligne :
  - <https://www.bourgogne-tourisme.com/sejourner/visiter-se-cultiver-et-samuser-en-plein-air-en-bourgogne/top-des-golfs/>
  - <https://www.bourgogne-tourisme.com/decouvrir/patrimoine-et-musees/bourguignons-celebres/colette/>
  - <https://www.bourgogne-tourisme.com/decouvrir/itinerances-et-itineraires-a-pied-a-velo-a-cheval-ou-en-bateau/la-randonnee-pedestre-les-grands-itineraires/gr2/>
- Achat de rushs vidéos par Drone, suite à un reportage d'octobre dernier, en vue d'alimenter la prochaine campagne « L'Automne c'est La Bourgogne ».



## COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

## FILIERE ITINERANCE

- **Salon Destinations Nature du 16 au 19 mars à Paris Portes de Versailles**

Comme chaque année, Le collectif Itinérance, en collaboration avec Destination Bourgogne Le Club, sera présent avec 20 partenaires sur un stand de 64m<sup>2</sup> en îlot positionné au coeur du Pavillon 4.

**Partenaires représentant La Bourgogne** : Côte d'Or Attractivité, Nièvre Attractive, Le Parc naturel régional du Morvan, OT Grand Vézelay, OT Joigny, OT Verts Vallons de Sud Bourgogne, OT Pays de la Bresse Bourguignonne, OT Chablis, OT Gevrey Nuits, MuséoParc Alésia et le Cassissium.

## RELATIONS PRESSE



## FRANCE

- **Du 27 février au 1<sup>er</sup> mars** : accueil de **Marine SANCLEMENTE** pour la sélection du Guide des Chambres d'hôtes du **FIGARO MAGAZINE**.

## RETOUR SUR ...

- **Le 23 février** : envoi d'une enews à la base de prospects (enrichie par les opt-ins obtenus dans le cadre d'une campagne sur les réseaux sociaux). Intitulé de la enews : "**Sur les traces de Colette en Bourgogne**".  
Le taux d'ouverture s'élève à 29,64 % et le taux de clics à 7%.

## PROMOTION



## RENDEZ-VOUS EN France 2023

**Les 21 et 22 mars : Workshop Rendez-Vous en France à Paris**

Des rendez-vous pré-programmés de 20 minutes permettront de voir et/ou de revoir des TOs venus des marchés prioritaires de la Bourgogne (Europe et marchés lointains). Une occasion unique de présenter la destination aux TOs qui ne la programment pas encore et d'aider à enrichir la programmation de ceux qui ont déjà plusieurs offres.

24 prestataires régionaux seront présents aux côtés de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme.

En amont du workshop, organisation de pré-tours permettant aux TOs sélectionnés de vivre un itinéraire et d'être en contact avec les partenaires qui accueillent.

**Du 15 au 20 mars** : accueil de 7 TO et 1 bloggeuse de Taiwan. Au programme : Dijon, Beaune, la Route des Grands Crus avec le Clos de Vougeot, Flavigny-sur-Ozerain, Auxerre, Chablis, Ancy-le-Franc et Joigny.

**Du 16 au 20 mars** : accueil de 14 TOs venus du Brésil, des Etats-Unis et du Japon.

Circuit d'Auxerre à Dijon en passant par Ancy-le-Franc, Vézelay, la Côte de Beaune et Beaune.



## FRANCE

- Envoi d'un pushmail promo sur le thème « Oenotourisme et vélo dans les vignes en Bourgogne » pour l'ouverture de la Cité des Climats & des Vins de Bourgogne.
- **Développement des contenus de la rubrique "Pour les groupes" sur [bourgogne-tourisme.com](http://bourgogne-tourisme.com)**
  - Intégration de brochures groupes de nos partenaires afin que les TOs, agents de voyages et autocaristes puissent les consulter / télécharger
  - Ajout d'un lien vers la brochure "La Bourgogne-Franche-Comté pour les scolaires", générée depuis Décibelles Data et à destination des enseignants.





## VIE DU COLLECTIF

- **Le 2 mars** : participation de BFCT à la commission communication du Massif des Vosges en visio
- **Le 9 mars** : participation Comité Technique Massif des Vosges qui aura lieu à la Filature de Ronchamp
- **Le 17 mars** : participation Réunion référents techniques Massif des Vosges qui aura lieu à Luxeuil-les-Bains

## PROMOTION

- **CHARTRE ET LOGO/MARQUEUR**  
Nouveau et pratique : mise en place d'un formulaire automatique de commande du logos **Escapades en Vosges du Sud** et la chartre graphique **Massif des Vosges**. [Disponible ici](#)

## COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

- **CAMPAGNE DE PRINTEMPS**  
Lancement de la campagne printemps Vosges du Sud avec **l'agence Ad Ring**.  
**Période de campagne** : du 20 mars au 4 avril  
Mise en place d'un dispositif complet pour attirer des clientèles des Hauts-de-France et leur donner envie de découvrir les Vosges du Sud avec au programme :
  - Un spot de 20 secondes créé par **l'agence Tease Production** avec les rushs existants, diffusé en TV replay,
  - Un second spot de 15 secondes diffusé sur YouTube,
  - Un système de retargetting permettant de cibler les clientèles déjà venues sur le site Internet du Massif des Vosges et les faire revenir sur des pages de contenus Vosges du Sud créées spécialement pour cette campagne : 2 idées séjours pour inspirer (focus bien-être et insolite.

## PRODUCTION DE CONTENUS

- Les pages d'idées séjours bien-être et insolites avec le groupe « Création de contenus » Vosges du Sud sont en cours de rédaction sur le site web. Elles seront disponibles mi-mars pour la campagne printemps - Hauts-de-France.
- **L'agence Okowoko** travaille sur la réalisation de la carte touristique. Finalisation prévue le 20 mars prochain. L'imprimeur a été sélectionné après consultation. Outre 2 commandes spécifiques pour l'OT de Luxeuil-les-Bains et Belfort Tourisme, environ 36 000 exemplaires seront édités et livrés sur 2 points (Luxeuil-les-Bains et Belfort). Livraison prévue le 17 avril.

## RETOUR SUR ...

- **Le 17 février** : lancement de la consultation pour les prises de parole printemps en Allemagne. Les propositions sont attendues pour le 2 mars. La campagne devra démarrer fin mars pour attirer des clientèles allemandes des länder frontaliers sur la période avril/mai.

## FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

## FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

## VIE DU COLLECTIF

- Poursuite de la campagne d'adhésion au collectif affaires jusqu'au 31 mars.
- Nouveaux partenaires en cours de référencement sur [seminaires.bourgognefranchecomte.com](https://seminaires.bourgognefranchecomte.com)  
**Pour la destination La Bourgogne**  
Lieux de séminaires  
Hôtel le Panorama 360 à Mâcon  
La Cité des vins et des Climats à Mâcon  
Circuit Dijon Prenoix
- Nouveaux partenaires mis en ligne sur [seminaires.bourgognefranchecomte.com](https://seminaires.bourgognefranchecomte.com)  
**Pour la destination La Bourgogne**  
Destinations Affaires  
L'Yonne en Bourgogne [voir la fiche](#)  
Lieux de séminaires  
La Maison Philippe Le Bon à Dijon [voir la fiche](#)  
Prestataire de team building  
Sky Circus à Fragnes la Loyères [voir la fiche](#)  
  
**Pour la destination Montagnes du Jura**  
Lieux de séminaires  
Hôtel Le Sauvage à Besançon [voir la fiche](#)  
Espace Crusoé - Institut Esprit Santé à Besançon [voir la fiche](#)

## DEVELOPPEMENT

- **Observatoire** : publication du bilan de l'année 2022
- **Le 31 mars** : Webinaire dédié aux adhérents. 2 sujets abordés :
  - Les bonnes pratiques pour les réseaux sociaux dédiés au tourisme d'affaires
  - Rappel du fonctionnement du questionnaire dédié à l'interrogation mensuelle des membres qui nous permet d'établir le baromètre et le bilan de saison.
- Co-labellisation des destinations affaires :
  - **Le 9 mars** rendez-vous avec Besançon
  - **Le 24 mars** rendez-vous avec Mâcon

## PROMOTION / COMMUNICATION

- **SITE** [seminaires.bourgognefranchecomte.com](https://seminaires.bourgognefranchecomte.com)
  - Suite aux restitutions de l'audit et de l'atelier de plan de contenus réalisés par l'agence digitale ThinkMyWeb : rédaction de nouveaux contenus, optimisation de la page d'accueil, changement de sémantique dans le moteur.
- **LinkedIn**
  - Promotion de la nouvelle destination affaires Yonne en Bourgogne via un post Lien sponsorisé.
  - Nouveau portrait de partenaire du collectif : Julie De SLOOVER - Saline Royale d'Arc-et-Senans.
  - Relais de la newsletter "bleisure & séminaires au vert" qui sera envoyée en mars
  - Création d'un groupe "Workplace" sur LinkedIn à la demande des partenaires : plateforme de partage et d'échanges de bonnes pratiques entre les membres du collectif
- **Promotion : soirée de networking à Paris à l'automne**
  - Lancement de la consultation pour sélectionner l'agence parisienne qui accompagnera BFCT dans l'organisation de l'événement

## FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

[RETOUR SUR ...](#)

## LES CHIFFRES DU MOIS (15 JANVIER AU 15 FEVRIER)

▪ **Post LinkedIn**

**Partage de l'article du journaliste Stephane JALADIS - Voyages d'affaires.com** à la suite de sa venue en BFC pour découvrir nos infrastructures MICE (19 janvier)

806 impressions - 38 réactions

1,74% taux de clics - 7,32 taux d'engagement

**Retour sur la journée d'ateliers MICE** avec June marketing et ThinkMyWeb (26 janvier)

1 165 impressions - 39 réactions

13,3% taux de clics - 17,85% taux d'engagement

**Présentation de la Gentilhommière par Alexandra DEGOIX** (2 février)

743 impressions - 28 réactions

25,03% taux de clics - 29,34% taux d'engagement

**Retour sur le séminaire d'équipe BFC Tourisme à Bière expérience(s)** (9 février)

716 impressions - 32 réactions

19,97% taux de clics - 25,42 % taux d'engagement

▪ **Fiche Google My Business BFC Séminaires & Events**

2 861 recherches (+33 % versus M-1)

3 354 vues (+18 % versus M-1)

## FILIÈRE PATRIMOINE

## DEVELOPPEMENT

- **Le 21 mars** : Atout France présentera au FRAC Franche-Comté le rendu de son diagnostic marketing.
- **Le 23 mars** : RDV terrain pour rencontrer le Château de Saint-Point – Maison d'Alphonse Lamartine, nouvel adhérent du Collectif., suivi d'un RDV à Tournus

## PROMOTION / COMMUNICATION

## COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

## Destination Montagnes du Jura

- **Les 30 et 31 mars** : accueil de **David PEYRAT** pour **GEO-HISTOIRE**  
Thème de l'accueil : 100 % Besançon : Musée des Beaux-Arts, la Citadelle dont la présentation du nouveau musée de la Résistance et de la Déportation, Colette et la Maison Victor Hugo.

## COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- Reprise de la série de publi-rédactionnels avec notre partenaire [jaimemonpatrimoine.fr](http://jaimemonpatrimoine.fr)  
Le 21 mars : publication dans leur e-letter d'un texte sur la thématique des écrivains dans le cadre de la semaine de la langue française. Vallorisation de Colette, Victor Hugo, Lamartine.

## RETOUR SUR ...

- **Le 15 février** : RDV terrain avec 2 nouveaux adhérents au Collectif : OT de Cluny et du clunyois et le musée départemental du compagnonnage à Romanèche-Thorins.
- Dans le cadre de **l'appel à projet "Tourisme de savoir-faire 2021/2023"** lancé par la DGE et remporté par l'association Entreprise et Découverte, le Conseil Régional de BFC a pu lancer une étude sur la visite d'entreprise en région.  
La phase de diagnostic a confirmé le fort potentiel de cette filière en plein essor auprès du public. Un plan d'action devrait se concrétiser pour mieux structurer et promouvoir cette offre.  
A ce titre, BFC Tourisme se rendra à la 5e édition des rencontres nationales Entreprises et Découverte à Paris le 9 mars. Pour en savoir plus : [5ème Rencontres nationales de la visite d'entreprise](#)
- Suite à l'accueil du blogueur **Samuel LANDEE** (fin 2022) : mise en ligne sur son blog de l'article [Histoire de beauté à Besançon](#)  
Son accueil a également permis l'acquisition de nouveaux visuels libres de droits des sites visités.
- **Début février** : publication sur le site web de [jaimemonpatrimoine.fr](http://jaimemonpatrimoine.fr) d'un article consacré à Colette dont on fête les 150 ans cette année : [Lire l'article](#)

# FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

## FILIERE ITINERANCE

### VIE DU COLLECTIF

- **Le 22 mars** : Conseil d'Administration des Grandes Traversées du Jura
- **Le 27 mars** : Rencontres des Acteurs et Professionnels du Canal du Nivernais à l'Abbaye de Reigny.



### PROMOTION / COMMUNICATION

#### COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

##### Destination La Bourgogne

- Rédaction d'un nouvel article web + mise en ligne : <https://www.bourgogne-tourisme.com/decouvrir/itinerances-et-itinerares-a-pied-a-velo-a-cheval-ou-en-bateau/la-randonnee-pedestre-les-grands-itinerares/gr2/>

#### COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- **Salon Destinations Nature du 16 au 19 mars à Paris Portes de Versailles**  
Comme chaque année, le collectif itinérance en collaboration avec Destination Bourgogne Le Club sera présent avec 20 partenaires pour représenter les trois destinations de la Bourgogne-Franche-Comté, sur un stand de 64m<sup>2</sup> en îlot positionné au cœur du Pavillon 4.  
Partenaires exposants :  
**La Bourgogne** : Côte-d'Or Attractivité, Nièvre Attractive, Le Parc naturel régional du Morvan, OT Grand Vézelay, OT Joigny, OT Verts Vallons de Sud Bourgogne, OT Pays de la Bresse Bourguignonne, OT Chablis, OT Gevrey Nuits, MuséoParc Alésia et Le Cassissium.  
**Montagnes du Jura** : Jura Tourisme, OT Station Les Rousses, OT Besançon, OT Haut-Doubs, OT Cœur du Jura, GTJ.  
**Vosges du Sud** : OT Belfort, Regroupement Vosges du Sud  
Des actions complémentaires pour amplifier l'opération seront mises en place :
  - **Le 16 mars en fin de matinée** : organisation d'une rencontre presse / BtoB (salle europe 401)
  - **Tous les jours** : 15 minutes d'animations sur la Grande Scène.
  - Tombola numérique pour la collecte de prospects.
- **Campagne Fluviale (pendant 1 mois)**  
Lancement de la campagne sur les réseaux sociaux via des posts sponsorisés avec 1 Instant Expérience global avec valorisation des canaux, des bonnes pratiques. Dans une seconde phase de conversion, mise en avant des loueurs via des posts lien (1 post par loueur de bateau habitable membre du collectif itinérance), ce qui nous permettra de faire du retargeting de l'IE ainsi que de l'affinitaire dans nos ciblage.

### COMITÉS D'ITINÉRAIRE

#### VOIE BLEUE

- **Le 30 mars** : réunion du copil pour une analyse des 1ers résultats de l'étude

#### GTMC

- **Le 2 mars** : audition des agences pour la mise en place du challenge GTMC



## FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

### FILIERE OENOTOURISME

#### VIE DU COLLECTIF

- **Le 6 mars** : présentation du PAC 2023 et présentation de la Cité des climats et du vin du Bourgogne

#### DEVELOPPEMENT

- **Le 10 mars** : réunion avec ThinkMyWeb pour le traitement de l'œnotourisme dans l'écosystème web du CRT
- **Le 21 mars** : réunion à Côte-d'Or Attractivité pour l'AMI Route des Grands Crus
- **Les 24 et 25 mars** : séminaire de la fédération Vignobles & Découvertes sur la thématique de l'œnotourisme durable et responsable à Sète

#### Etude sur le positionnement marketing des destinations Vignobles & Découvertes

- **Le 8 mars** : entretien Focus Marketing / CRT pour comprendre en profondeur les SWOT et la vision prospective de chacune des destinations V&D
- **Le 22 mars** : entretien Focus Marketing / Bourgogne du Sud (le matin) + entretien Focus Marketing / Vignoble du Jura (l'après-midi)
- **Le 27 mars** : entretien Focus Marketing / Route des Grands Crus (le matin) + entretien Focus Marketing Châtillonnais (l'après-midi)
- **Le 28 mars** : entretien Focus Marketing / Yonne (le matin) + entretien Focus Marketing / Nièvre (l'après-midi)

#### PROMOTION / COMMUNICATION

#### COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

##### Destination La Bourgogne

- Envoi d'un pushmail BtoB « Oenotourisme et vélo dans les vignes en Bourgogne » pour l'ouverture de la Cité des Climats & des Vins de Bourgogne.

#### RETOUR SUR ...

- Renouvellement du label Vignobles & Découverte pour le vignoble du Châtillonnais. Le portage est repris par Côte-d'Or Attractivité. La destination s'appelle dorénavant **Route du crémant de Bourgogne**.

### FILIERE GASTRONOMIE

#### VIE DU COLLECTIF

- **Le 28 février** : Rencontre avec la Cité de la Gastronomie pour intégrer la Vallée de la Gastronomie
- **Le 1<sup>er</sup> mars** : comité éditorial Instagram et présentation Loopi pour les mois suivants.
- **Le 7 février** : Groupe de travail « Offres »

#### PROMOTION

- **Du 18 au 20 mars** : Prétour Vallée de la Gastronomie en amont de Rendez-Vous en France. 10 TO accueillis de Charolles à Dijon en passant par Rully et Beaune. Mise en avant d'offres gourmandes et d'expériences remarquables.

#### DEVELOPPEMENT

- Diffusion de la carte touristique de la Vallée de la Gastronomie aux offices de tourisme partenaires et aux membres volontaires
- Envoi du cahier des charges de l'appel d'offres pour différents lots de communication (digitale, objet d'appartenance, photos, ...) par AURA Tourisme
- Suite à un démarchage d'agences réceptives en BFC, les agences Active Tour, Bienvenue en Bourgogne, Bourgogne Emotion et RP Events attendent leur agrément. Dès l'agrément obtenu, elles pourront proposer des packages dédiés à la Vallée de la Gastronomie.



## FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

### OBSERVATION / ORT

- ↳ **Le 14 mars** : webinaire sur la 3ème et dernière phase de l'étude « Les nouvelles aspirations touristiques des Français »
- ↳ Poursuite des webinaires Orange FVT dans le cadre du nouveau contrat 2023-2024

### TOURISME D'AFFAIRES

- ↳ Publication du bilan d'activité 2022

### NEIGE

- ↳ **Le 1er mars** : parution du communiqué de presse France Montagne avec les données de fréquentation des Montagnes du Jura

### ITINÉRANCE / VOIE BLEUE

- ↳ **Le 30 mars** : réunion du copil pour une analyse des 1ers résultats de l'étude

### CONJONCTURE

- ↳ Enquête en ligne des clientèles : fin mars : lancement de la dernière vague d'interrogation pour la période avril 2022-avril 2023
- ↳ Note de conjoncture fin de saison hiver Montagnes du Jura (2ème quinzaine de mars)

## INGENIERIE / DELEGATION ATOUT FRANCE

- ↳ **Le 21 mars** : restitution du diagnostic marketing réalisé pour le FRAC de Besançon
- ↳ **Etude sur le positionnement marketing des destinations Vignobles & Découvertes**
  - Le 8 mars** : entretien Focus Marketing / CRT pour comprendre en profondeur les SWOT et la vision prospective de chacune des destinations V&D
  - Le 22 mars** : entretien Focus Marketing / Bourgogne du Sud (le matin) + entretien Focus Marketing / Vignoble du Jura (l'après-midi)
  - Le 27 mars** : entretien Focus Marketing / Route des Grands Crus (le matin) + entretien Focus Marketing Châtillonnais (l'après-midi)
  - Le 28 mars** : entretien Focus Marketing / Yonne (le matin) + entretien Focus Marketing / Nièvre (l'après-midi)

## QUALITE TOURISME

- ↳ **Le 21 mars** : audit Qualité Tourisme et classement de l'hôtel-restaurant l'Absolue Renaissance et l'hôtel Le Circuit à Magny-Cours (58)
- ↳ **Le 28 mars** : audit Qualité Tourisme et classement de l'hôtel Wilson à Dijon (21)

## TOURISME DURABLE

- ↳ **Le 7 mars** : 2<sup>ème</sup> Ateliers du Tourisme Durable à Poil. [Pour en savoir plus](#)
- ↳ **Le 16 mars** : présentation aux adhérents du Collectif La Bourgogne de la plateforme ARTIPS / formation en ligne sur le tourisme durable



## ACCOMPAGNEMENT DES OT

### SADI

Poursuite des SADI :

- **Le 13 mars** avec l'OT de Montbéliard
- **Les 9 et 30 mars** avec l'OT du Pays du Haut-Doubs

### PILOT

- ↳ 2 structures ont déjà commencé à compiler leurs données dans piLOT
- Les rendez-vous de mars
  - **Le 7 mars 2023** : atelier ISEC (Indices Socio-Economiques Clés)
  - **Le 10 mars 2023** : vendredi piLOT (moment d'échanges)
  - **Le 14 mars 2023** : atelier national de saisie des ITT (Indice de Touristicité Territorial)

### QUALITÉ

- ↳ La MASCOT auditera l'Office de Tourisme de Dijon pour les préparer au renouvellement du label Qualité Tourisme. Le but de cet audit blanc est de passer en revue l'ensemble des chapitres du référentiel Qualité Tourisme et d'amener des pistes d'améliorations, de réflexions.

## DECIBELLES DATA

- ↳ La MASCOT rencontrera les formations BTS et License Tourisme de Bourgogne Franche-Comté afin de leur présenter Décibelles Data et son environnement.
- ↳ **Les 15 et 16 mars** : formation sur l'outil BRIDGE - l'éditeur de brochures à la volée.

## AUTRE ACTION

- ↳ **Le 23 mars : Rendez-Vous Melting P'OT**, à la Cité Internationale de la Gastronomie et du Vin de Dijon. Rendez-vous annuel des offices de tourisme de la région. Thème de la journée : l'attractivité résidentielle.

## FORMATION

### ↳ LE PLAN DE FORMATION MASCOT 2023

Ce plan de formation est destiné à l'ensemble des salariés des Offices de Tourisme de la région (adhérents à la MASCOT), salariés des ADT/CDT et CRT.

Il a été coconstruit avec les membres de la Commission Formation MASCOT qui sont très investis. Les formations proposées sont délivrées par des organismes de formation agréés et répondent aux besoins sur le terrain (l'accueil, ingénierie touristique, communication et promotion, numérique / e-tourisme, gestion et management).

Découvrez le programme de formation et inscrivez-vous [en cliquant sur ce lien](#)

### ↳ FORMATION BOOSTER TOURISME

**De nombreuses formations sont également proposées par Booster Tourisme en mars et avril :**

Découvrez le programme de formation : [cliquer ici](#)



## 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.