

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

A noter que certaines actions sont menées conjointement par les marques de destination, les signatures et les filières. En conséquence, certaines d'entre elles figurent à la fois dans la rubrique des marques de destination et des signatures et dans la rubrique de la filière concernée.



ISO 9001

- **Le 4 octobre** : Audit interne réalisé par le cabinet Alpha Omega Consult. Seront audités les processus Marketing des Destinations et des Filières, Editorial & Digital, Gestion informatique et SYAM. Audit réalisé dans les locaux de Dijon

COMMUNICATION CORPORATE

- Les webinaires **Les Instantanés de BFC Tourisme** reprennent en octobre.
Ces webinaires s'adressent aux professionnels du tourisme, organismes institutionnels, prestataires du secteur privé.
Ces webinaires sont gratuits, en ligne et d'une durée de 1 h 30.
Des experts partageront avec vous leurs expériences et leurs conseils.
Le 1^{er} webinar aura lieu ce jeudi 6 octobre, il sera dédié à la E-Réputation. Plus de 100 professionnels sont déjà inscrits.

Découvrir le programme complet des webinaires →

<https://bit.ly/3SmFQjP>



RÉUNIONS STATUTAIRES 2022

23 novembre : conseil d'administration BFC Tourisme (lieu en attente)

AGENDA

- 4 - 5 octobre** : Destination Vignobles à Aix-en-Provence
6 octobre : Webinaire « Les instantanés de BFC Tourisme » dédié à la E-réputation
6 octobre : séminaire ADT / BFCT de la destination La Bourgogne
11 octobre : Comité Stratégique de la signature Vosges du Sud
20 octobre : Journée partenariale des marques et des filières de BFC Tourisme à La Commanderie à Dole. Remise des diplômes Qualité Tourisme et Tourisme & Handicap.
25 octobre : CODIR digital
26 octobre : CODIR

ARRIVÉE

Clément HUGON qui était en alternance au CRT depuis septembre 2020, poursuit son expérience dans le cadre d'un CDD de 1 an en tant qu'Assistant Décibelles Data.

DÉCIBELLES DATA

- ↳ Depuis le 12 septembre, **mise en place d'une nouvelle passerelle avec le Relais des Gîtes de France du Jura.**

Ce nouveau partenariat permet de récupérer automatiquement et chaque nuit les informations descriptives des hébergements labellisés Gîtes de France du département.



- ↳ Les travaux du COTECH sur l'itinérance continuent. Un diagnostic sur les plateformes utilisées par les Offices de Tourisme de BFC est lancé.

FABRIQUE À SITES

Les avancements dans les projets de création de sites de clients de la Fabrique à Sites :

- OT Luxeuil : déploiement de la Préprod pour fin septembre et formation à Wordpress et à la rédaction web dans la foulée
- OT Morvan Sommets Grands Lacs : préprod accessible, formation au back-office réalisée cet été et formation à la rédaction web prévue fin septembre
- ADT YONNE : maquettes en cours de validation
- CANAL DU NIVERNAIS : en phase de relecture avant livraison du site idéalement pour octobre
- OT Terres d'Auxois : accompagnement éditorial en cours pour une livraison souhaitée fin d'année



À DESTINATION DES HABITANTS

EVENEMENT

↳ FANTASTIC PICNIC – 10 / 11 septembre 2022

L'événement régional de septembre était au coeur des actions de communication pour l'habitant sous la signature « Sortez chez vous en Bourgogne-Franche-Comté » avec 60 rendez-vous gourmands dans toute la région !

Merci à tous les partenaires organisateurs qui ont collaboré à ce weekend riche en diversité sur tout le territoire, rencontres, découvertes et dégustations.

En attendant le bilan complet, on vous laisse découvrir la vidéo d'un « Fantastic Souvenir » retraçant l'ambiance de ce weekend festif entre patrimoine, randonnées, gastronomie locale & vignobles.

[Voir la vidéo "Fantastic Souvenir"](#)

COMMUNICATION ONLINE

- ↳ Mise à jour de la home page du site aux couleurs de l'automne et mise en ligne de la landing "[Un week-end entre Dijon et la Côte de Nuits](#)": un weekend en TER et à vélo en itinérance douce et sans émission de CO2.
- ↳ Communication dédiée à la filière Oenotourisme
Mise en ligne de la page [Fascinant Week-end](#)

RESEAUX SOCIAUX

- ↳ Relais sur les réseaux sociaux de la campagne "**Un week-end entre Dijon et la Côte de Nuits**" (posts Facebook sponsorisés / stories Instagram ...).
- ↳ Mise en avant de l'événement Fascinant Week-end : Post Instagram + Facebook sponsorisés + 1 story planifiée le dimanche 9 octobre.
- ↳ **Le 8 octobre** : Instameet à Châteauneuf-en-Auxois organisé par la Région en partenariat avec BFC Tourisme.
Présentation de l'offre famille et des travaux en cours auprès du Club Passion BFC (influenceurs locaux).

COMMUNICATION OFFLINE

- ↳ Publi-rédactionnel de 4 pages dans le magazine gratuit **LA RENTREE** (diffusion à 100 000 exemplaires dans les lieux culturels, salles de spectacles et offices de tourisme de la région).
Mise en avant d'idées week-ends et escapades à faire cet automne dans la région dont 2 week-ends incontournables munis du pass découverte.
[voir en PJ](#)

RETOUR SUR ...

LE TOP POST INSTAGRAM

Post sur Semur-en-Auxois

Cette publication a atteint 17 765 utilisateurs, a eu plus de 2 128 interactions et a suscité 23 commentaires.



LE TOP POST FACEBOOK

Post dans le cadre de la campagne Fantastic Picnic.

Picnic aux saveurs d'antan à Paray-le-Monial

Cette publication a atteint 117 769 utilisateurs, a eu plus de 4 490 interactions et a suscité 249 commentaires et 518 partages.



VIE DU COLLECTIF

- **Le 3 octobre** : réunion Observation des Stations Hiver (France MONTAGNES)
- **Le 20 octobre** : Journée Partenariale des marques et des filières de BFC Tourisme à La Commanderie à Dole.



MARKETING

- **Les chiffres clés 2022** (données 2021) sont en ligne : [voir les chiffres clés 2022](#)
L'édition des chiffres clés 2023 (données 2022) édité à partir des données de l'ensemble de la destination au titre du périmètre élargi soit :
 - Département Doubs complet
 - Département Jura complet
 - Zone périmètre historique du massif pour la partie Ain + aggro de Bourg-en-Bresse.
- **GOODIES** : La marque a lancé la production de nouveaux bonnets imaginés, créés et cousus en France aux couleurs des Montagnes du Jura.

COMMUNICATION ONLINE

- **Brand content** : mise en ligne et médiatisation d'un article sur le Bonbon Paris / [consultez l'article ici](#)
- **Du 1er au 3 octobre** : accueil d'une équipe de journalistes de L'Equipe TV pour réaliser un reportage qui sera diffusé sur L'Equipe.
Objectif : montrer que les MDJ, ce n'est pas que du ski de fond. Les MDJ c'est Tout un Monde Dehors, ce sont des aventures, des explorations dans les airs, sous la terre, sur l'eau, bref on ne s'ennuie pas dans les MDJ !

CAMPAGNE PANEUROPEENNE ALLEMAGNE

- Objectif : Mise à l'esprit/visibilité et trafic vers le nouveau site web
Promotion de la saison printemps/été 2023 à travers les thématiques nature, gastronomie, itinérance, hébergements de charme, expériences durables, slow tourisme...
- Cibles : DINKS, Millenials et familles
- Leviers :
 - Display vidéo (sur des sites web dédiés famille, couples, voyageurs d'intention/intérêts, amateurs de plein air)
 - Relais sur les comptes Pinterest et TikTok d'Atout France (vidéo de 15 sec)
 - Collection + native teasers sur l'application **Komoot** (application d'itinéraire la plus utilisée par les cyclistes en Allemagne)
 - On Air (formats 30 et 45 sec) + Online (teasers sur le site web) + RS via la radio **Regenbogen** (radio allemande diffusée à proximité des MDJ)
 - Article de 2 pages avec les magazines **Reisemagazin** et **Outdoors** + article 6 pages + 1 insertion pub dans **GEO Magazine**
- 2 landing pages ont été réalisées pour servir de pages d'atterrissage pour cette campagne sur le site allemand de la marque :
 - 1 page vacances d'été en générale : [consulter ici](#)
 - 1 page hébergement : [consulter ici](#)

COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

FILIERE TRAIL

- **Du 30 Septembre au 2 octobre** : Ultra Trail des Montagnes du Jura.
A cette occasion, une vidéo faisant la promotion des Montagnes du Jura sera diffusée sur le live Facebook de l'événement.

FILIERE NEIGE

- Préparation de la campagne hiver avec le réseau des OTs.
Mi-octobre, le site web de la marque passera en mode hiver

FILIERE PATRIMOINE

- Mise en avant sur les réseaux sociaux via des reels sponsorisés + post Facebook des grands sites patrimoniaux des Montagnes du Jura : le Monastère de Brou, la Citadelle de Besançon, la Collégiale de Dole, le château de Joux, le château de Voltaire, la Grande Saline de Salins-les-Bains et la Ferme Courbet.
Le format reel est LE format 2022 plébiscité par l'algorithme Instagram. Ainsi il bénéficie d'une plus grande visibilité.

FILIERE ITINERANCE

- Valorisation de la filière et des grands itinéraires des MDJ à travers la campagne paneuropéenne menée en collaboration avec Atout France sur le marché allemand.
- Une collection va être créée et médiatisée sur Komoot, une application mobile pour la navigation et la planification d'itinéraire la plus utilisée par les cyclistes et randonneurs allemands.

RESEAUX SOCIAUX

- Campagne automne sur les réseaux sociaux de la marque jusqu'au 31/10.
En 100% ads : 1 Instant Experience, 4 carrousels et 4 stories.
En organique : sponsorship de posts Facebook et Instagram (photos, reels, vidéos).
- Contenus temporels automne + 48h à + Hors Normes

RELATIONS PRESSE



BELGIQUE

- **Les 12 et 13 octobre** : démarchage presse.



FRANCE

- **Le 11 octobre** : rencontre presse virtuelle avec ADN Tourisme

PROMOTION



BELGIQUE

- **Le 12 octobre** : Workshop Travel in France à Gand : rencontre avec les TO / AGV / autocaristes



FRANCE

WORKSHOP DESTINATION VIGNOBLES A AIX-EN-PROVENCE

- **Du 30 septembre au 3 octobre** : en amont du workshop, accueil de 5 tour-opérateurs étrangers sur un circuit découverte des vignobles de Chablis au Jura.
- **Les 4 et 5 octobre** : Workshop Destination Vignobles. BFC Tourisme et 16 partenaires représenteront le territoire
Objectifs
 - Faire la promotion des routes des vins et des prestataires auprès des TOs et agences de voyages lors de rendez-vous de 20 minutes préprogrammés,
 - Inciter les TO à programmer ces destinations et/ou les aider à enrichir leur programmation avec des nouveautés.

PRODUCTION DE CONTENUS

- La rédaction de plusieurs éditos neige est prévue d'ici la fin de l'année pour répondre à des requêtes spécifiques d'internautes : les lacs et cascades en hiver, idées séjours « Hors Normes Hiver » sur les 3 stations du massif, « Grand Froid/Grand Nord ».

RETOUR SUR ...

- **SOCIAL MEDIA** : une campagne de leads (du 19/08 au 05/09) a permis de récolter 1 895 nouveaux prospects.
- www.montagnes-du-jura.fr en quelques chiffres au mois d'Août :
 - 134 000 visites
 - 2 750 intérêts partenaires
 - 3 688 intérêts brochures
 - 17 inscriptions à la newsletter grand public

Un excellent été, malgré un trafic en août légèrement en baisse par rapport à juillet. Le trafic reste très largement supérieur aux années précédentes.

Avec moins de campagnes que les mois précédents, le référencement naturel représente presque 82 % du trafic ce mois-ci.

Le temps passé est de 1 min 45 (en hausse par rapport au mois de juillet)

L'une des observations très encourageantes : les performances restent en très forte progression tout en perdant de la visibilité sur les incontournables.

Les efforts faits sur les sujets "annexes" permettent de compenser les "non efforts volontaires" sur les gros spots touristiques tels que les cascades du hérisson.

La volonté de ne pas mettre en avant les cascades pour faire face à la sur-fréquentation et valoriser d'autres sujets n'a pas pénalisé l'ensemble du site grâce à tout le travail fourni sur les autres sujets.

- **LE PARTENARIAT CHILOWE**

1 qualité de trafic jamais vue !

La campagne n'a pas encore généré un volume de visites très significatif (51 visites) puisque l'article a été mis en ligne que le 11 juillet, mais les chiffres observés à la fin août sont exceptionnels, confirmant ainsi la pertinence de ce choix de média. (adéquation du média et du positionnement/persona de la marque MDJ).

- Durée moyenne de sessions de 6 min 10
- 46 % de taux de rebond
- 19 intérêts pour les prestataires - (37 % de taux d'intérêts !)
- L'Auberge du Coude comptabilise une très grande partie des intérêts (12), puis l'Auberge du Château de Joux (4)

VIE DU COLLECTIF

- **Le 6 octobre** : Séminaire de travail ADT / BFCT au Château de Sainte-Sabine, dédié aux grandes orientations budgétaires, pistes d'actions 2023
- **Le 20 octobre** : Journée Partenariale des marques et des filières de BFC Tourisme à La Commanderie à Dole.



MARKETING

- À la suite de l'atelier de création d'offres, un cahier d'idées sera transmis aux partenaires. Celui-ci servira de base de travail pour les sélections d'offres réalisées pour alimenter les actions de promotion/communication de la destination sur les marchés travaillés.

COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

CAMPAGNE « L'AUTOMNE C'EST LA BOURGOGNE »

- Retrouvez le spot diffusé sur ARTE, MYTF1, FRANCE TV [Voir le spot](#)
- Retrouvez l'article native médiatisé sur l'univers Le Figaro durant 6 semaine : [Lire l'article Le Figaro / La Bourgogne, un rêve d'automne](#)

QUEL IMPACT DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE AUTOMNE 2022 POUR LA BOURGOGNE ?

L'agence June Marketing a été sélectionnée afin de mener une étude dite "post-test" permettant d'apprécier l'impact de la campagne automne auprès du marché français. Ce post-test sera lancé auprès de 2200 individus issus des bassins prioritaires ciblés dans le cadre de la campagne afin d'identifier la capacité de celle-ci à répondre à nos objectifs de notoriété et d'image.

RESEAUX SOCIAUX

- **Du 14 septembre à début novembre : campagne « L'automne, c'est la Bourgogne » sur les réseaux sociaux.**
Campagne en partenariat avec les ADTs du Collectif La Bourgogne et les Offices de Tourisme. Le planning social media, sur Facebook, Instagram et Twitter, met en valeur la destination à l'automne à travers diverses thématiques telles que les spécialités culinaires, les couleurs d'automne, les 5 sens, les expériences à vivre, l'oenotourisme, les témoignages de bourguignons... sans oublier l'offre hébergement. Le contenu vidéo (reels et stories), ainsi que les publications de photos sont utilisés pour séduire les utilisateurs des réseaux sociaux. Les posts font l'objet d'une sponsorisation en organique. En parallèle, 2 campagnes de social ads sur la notoriété et la conversion se poursuivront jusqu'à mi-octobre pour l'une et fin octobre pour l'autre.

COMMUNICATION DÉDIÉE AUX FILIERES

FILIERE PATRIMOINE

- **Du 5 au 9 octobre** : accueil presse Italie du magazine **SALE & PEPE** (art de vivre, haut de gamme), à Dijon et alentours (patrimoine, recettes, visites des vignobles).

FILIERE ITINERANCE

- **Du 4 au 8 octobre** : accueil du journaliste belge **Wim VANDAMME** pour le magazine **Op Weg**.
Thème de l'accueil : Euroveloroute V6 de Montbéliard à Chalon-sur-Saône.

PROMOTION



BELGIQUE

- **Le 12 octobre** : **Workshop Travel in France à Gand** : rencontre avec les TO / AGV / autocaristes



ETATS-UNIS

- **Du 17 au 19 octobre** : **Workshop B2B à Miami** organisé par Atout France USA.
Présentation des nouveautés de la Bourgogne (hébergements, produits touristiques, activités, visites...) et étude des demandes spécifiques des tour-opérateurs et agences vis à vis de la France. Participation à des conférences et présentations de marchés par Atout France USA et partenaires.
Cette participation sera complétée par un workshop virtuel du 25 au 27 octobre 2022 : rendez-vous préprogrammés avec des tour-opérateurs et agences nord-américaines sur ces 3 jours.



FRANCE

Workshop Destination Vignobles à Aix-en-Provence

- **Du 30 septembre au 3 octobre** : en amont du workshop, accueil de 8 tour-opérateurs (3 européens et 5 long-courriers) sur un circuit découverte des vignobles de Dijon à Mâcon.
- **Les 4 et 5 octobre** : Workshop Destination Vignobles. BFC Tourisme et 16 partenaires représenteront le territoire
Objectifs
 - Faire la promotion des routes des vins et des prestataires auprès des TOs et agences de voyages lors de rendez-vous de 20 minutes préprogrammés,
 - Inciter les TO à programmer ces destinations et/ou les aider à enrichir leur programmation avec des nouveautés.

PRESSE



BELGIQUE

- **Les 12 et 13 octobre** : démarchage presse.
- Accueil de **Jan CRETEN** et **Wim KEMPANERS** pour le magazine **VAB**.
Thème de l'accueil : culture, art de vivre et gastronomie à Auxerre, Chablis, Châteauneuf et Dijon.



FRANCE

- Du 27 septembre au 1er octobre : accueil de **MAISONS A VIVRE** et **MAISONS A VIVRE CAMPAGNE** à Dijon.
- **Du 4 au 7 octobre** : accueil du MAGAZINE **LE MONDE DU CAMPING-CAR** sur la route des Vins de Bourgogne.
- **Le 11 octobre** : rencontre presse virtuelle avec ADN Tourisme
- Dernière minute : accueil du 26 au 28 septembre du magazine **RACINES** en Côte de Beaune.
Ce magazine est diffusé aux 60 000 meilleurs clients du site <https://www.ventealapropriete.com>

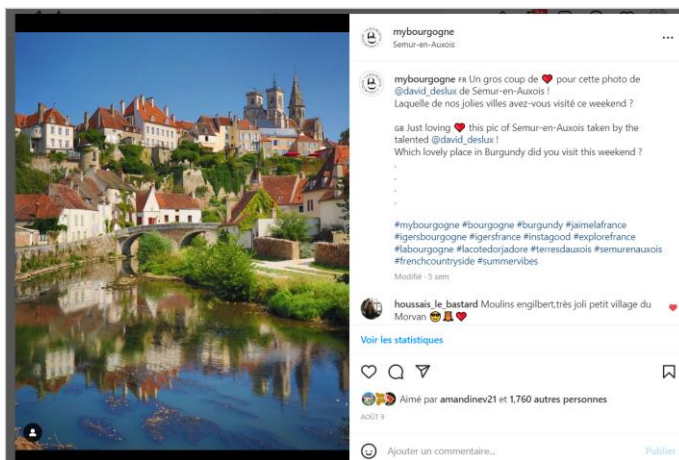
RETOUR SUR ...

- **Le 20 septembre** : participation de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme à la soirée de networking **Eiffel Show** organisée par Destination Bourgogne Le Club. 180 agents de voyages, TOs, autocaristes et agences MICE étaient présents pour découvrir l'offre de La Bourgogne dans un décor prestigieux.

- **LES TOP POSTS**

Sur Instagram : la publication la plus performante pour le 2ème trimestre est **le post du 9 août** avec une photo de **Semur-en-Auxois**.

Cette publication a touché 11 409 personnes, 1 761 personnes ont aimé la photo et généré 16 713 impressions.



Sur Facebook : **post du 25 août sur Bèze**.

Ce post a touché 77 540 personnes, généré 3 757 réactions / commentaires et partages et obtenu un très beau taux d'interaction de 10 %.



- **CAMPAGNE PANEUROPEENNE ALLEMAGNE**

Du 30 août au 2 septembre : accueil dans le cadre de la campagne de l'influenceuse allemande **Travelmina** (accompagnée d'un cameraman) pour tourner des images de la Bourgogne avec un focus sur les villes de Dijon, Beaune et Cluny.

Les contenus produits serviront pour la campagne paneuropéenne 2023 afin de valoriser nos thèmes phares : patrimoine, oenotourisme, gastronomie et loisirs de plein air.

- **Du 23 au 27 septembre** : accueil de **Olaf DEHARDE** pour le magazine allemand **Geo Saison**.
Thème de l'accueil : Dijon et Beaune et la gastronomie.



VIE DU COLLECTIF

- **Le 4 octobre** : réunion des référents techniques Massif des Vosges au refuge du Sotré.
- **Le 11 octobre** : Comité stratégique du Collectif Vosges du Sud à Belfort.
- **Le 20 octobre** : Journée Partenariale des marques et des filières de BFC Tourisme à La Commanderie à Dole.

MARKETING

- La stratégie marketing ainsi que le discours de la signature Vosges du Sud sont en cours de finalisation. Ils seront présentés officiellement lors de la Journée Partenariale à Dole le 20 octobre.

RETOUR SUR

VIE DU COLLECTIF

- **Le 26 septembre** : Comité Opérationnel du collectif Vosges du Sud à Mélisey

RELATIONS PRESSE

- 2 actions presse Allemagne organisées par Bourgogne-Franche-Comté Tourisme :
 - ↳ 1 voyage de presse "48h dans les Vosges du Sud"
 - ↳ 1 accueil presse **Outdoor-Hochgenuss + MSV medien**

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

VIE DU COLLECTIF



- **Le 20 octobre** : Journée Partenariale des marques et des filières de BFC Tourisme à La Commanderie à Dole.
- Nouveaux prestataires référencés sur seminaires.bourgognefranche.comte.com
 - Prestataire de team-building : Jinic Media à Besançon (25) [Voir la fiche](#)
 - A venir : adhérent 2023
 - Nouveau lieu de séminaire : le Château de Saint-Aubin (21)
- **RETOUR SUR ... Réunion du 6 septembre 2022**
 Le 6 septembre dernier, le collectif affaires s'est réuni à l'HÔTEL LE CEP***** à Beaune
 Une trentaine de membres étaient présents pour échanger sur le pré-bilan 2022 et des pistes d'actions pour le PAC 2023. [Voir la présentation de la réunion du 6 septembre](#)

DEVELOPPEMENT

- **Du 3 au 14 octobre** : réalisation par le cabinet June Marketing de 10 entretiens qualitatifs individuels : 5 pour la cible régionale « entreprises et agences » et 5 pour la cible nationale « entreprises et agences ».
Les bassins visés :
 - Sur la cible nationale : Ile de France - Grand Lyon - Grand Est
 - Sur la cible régionale : les départements de la Côte-d'Or, du Doubs, de la Saône-et-Loire et du Territoire de Belfort.
- Sortie du baromètre tourisme d'affaires des mois de janvier à juin 2022 [VOIR EN LIGNE](#)

PROMOTION / COMMUNICATION

- **Du 15 septembre au 15 octobre : campagne 100% display sur challenges.fr**
 Objectifs : notoriété et conversion
 Cible : dirigeants et décideurs
 Mise en ligne de 2 articles sponsorisés avec actions display (voir captures ci-jointes) :
[Lire l'article 1](#) (géolocalisation Bourgogne-Franche-Comté)
[Lire l'article 2](#) (article ciblant les comités de direction haut de gamme / géolocalisation Ile-de-France)

Soirée exclusive « MON EVENT MA RÉGION » le 15/11/2022 à La Commanderie à Dole

- Envoi de l'invitation aux entreprises de Bourgogne-Franche-Comté (*invitation en pièce jointe*)
- Une communication dédiée à cet événement sera faite sur LinkedIn
- Les membres du club sont invités à suivre la page LinkedIn
 Objectifs :
 - gagner en visibilité pour les membres et pour le club
 - augmenter les interactions de la page.
- Mise en ligne de la newsletter de la rentrée (envoyée le 8 septembre) sur le compte LinkedIn (un format qui a fait ses preuves le mois dernier).

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

PROMOTION / COMMUNICATION

PROMOTION

- **Les 13 et 14 octobre** : accueil de 8 agences MICE en eductour sur les destinations affaires Beaune et Mâcon.
- **Les 17 et 18 octobre** : accueil de 8 agences MICE en eductour sur les destinations affaires Belfort et Besançon.
- **Démarchage de 86 entreprises et agences MICE d'Auvergne-Rhône-Alpes** : après une première prise de contact via Décibelles Data pour évaluer l'intérêt de chacune, prise de RDV avec les prospects désireux d'organiser des événements professionnels en BFC.
- **Relations presse** : envoi d'un communiqué de presse sur l'offre MICE des Vosges du Sud à la PQR et la presse française spécialisée.

RETOUR SUR ...

QUELQUES CHIFFRES EN SEPTEMBRE

- **Le 8 septembre** : envoi de la newsletter « **la rentrée des séminaires en Bourgogne-Franche-Comté** »
Consulter la enews: <https://my.sendinblue.com/camp/preview/id/303>
2 463 destinataires
245 ouvertures / 10,41 %
Total des clics : 849 / 2,59 %
- **Les top rubriques** :
 - Vidéo Besançon : 72 clics
 - Offre spéciale au Mercure Dijon Centre Clémenceau : 57 clics
- **Fiche Google My Business** (15 août au 15 septembre)
 - 2 593 recherches (+25 % par rapport au mois dernier)
 - 2 957 vues (+ 20 % par rapport au mois dernier)
 - 38 actions (35 visites du site)
- **5 posts LinkedIn**
 - Post du 8 septembre : Retour sur la réunion du 6 septembre
 - 14 likes - 500 impressions - 9,4% taux d'engagement
 - Post du 15 septembre : Activités oxygénantes
 - 34 likes - 3 443 impressions - 7,3 % taux d'engagement
 - Post du 20 septembre : Workshop Pure France
 - 17 likes - 519 impressions - 15,6 % taux d'engagement
 - Post du 22 septembre : Fiche Google My Business
 - 4 likes - 3 222 impressions - 4,8 % taux d'engagement
 - Post du 29 septembre : Lancement Soirée Exclusive de novembre
 - 7 likes - 314 impressions - 6,7 % taux d'engagement
- **Site web**
Quelques chiffres (période du 15/08 au 15/09) :
32 demandes de conseils ou de devis : 29 via le site web directement et 3 contacts téléphoniques
- **Le 19 septembre** : 3ème participation au workshop PURE France à Paris. Les rencontres B2B et la soirée événementielle avec networking ont permis à Bourgogne-Franche-Comté Tourisme de rencontrer 16 organisateurs d'événements. Des informations précises leur ont été remises, en fonction des attentes de leurs clients (agences) ou collaborateurs (entreprises).
Partenaires du Collectif présents à nos côtés : Hôtels Bourgogne Qualité, le Château des Broyers, les destinations affaires Besançon et Dole, le Palais des Congrès de Beaune et Auxerrois Tourisme.

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE PATRIMOINE

VIE DU COLLECTIF

- **Le 20 octobre** : Journée Partenariale des marques et des filières de BFC Tourisme à La Commanderie à Dole.

DEVELOPPEMENT

- Achat de 4 reportages photos accompagnés de la rédaction de textes sur les sites UNESCO, en vue de mettre à jour notre banque d'images. Les textes rédigés seront ensuite utilisés en marque blanche pour alimenter l'éditorial de nos sites web.

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- **Poursuite du partenariat avec [J'aime mon patrimoine](#)**, 1er média en ligne dédié au patrimoine culturel, matériel et immatériel, français.
 - **Le 14 octobre** : mise en ligne d'un article sur l'architecture et 6 châteaux à visiter absolument en Bourgogne-Franche-Comté
 - **Le 24 octobre** : mise en ligne d'un article sur les musées insolites en Bourgogne-Franche-Comté
- **Le 13 octobre** : publication d'un article en ligne en brand content sur le site [beauxarts.com](#) sur la thématique des musées de beaux-arts : zoom sur le musée Zervos, le Consortium, le musée des Ursulines et le musée Courbet.
- Diffusion sur les réseaux sociaux de 2 nouvelles capsules vidéos sur nos thématiques : Beaux-Arts et Savoir-faire.
- Publication d'un publi-rédactionnel dans le magazine **Secrets d'Histoire** : mise en avant des châteaux de Bussy Rabutin, de Joux et de Champlitte.

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GENERALISTE

DANS LE CADRE DU COLLECTIF LA BOURGOGNE

- **Du 5 au 9 octobre** : accueil presse Italie du magazine **SALE & PEPE** (art de vivre, haut de gamme), à Dijon et alentours (patrimoine, recettes, visites des vignobles).

DANS LE CADRE DU COLLECTIF MONTAGNES DU JURA

- Mise en avant sur les réseaux sociaux via des reels sponsorisés + post Facebook des grands sites patrimoniaux des Montagnes du Jura : le Monastère de Brou, la Citadelle de Besançon, la Collégiale de Dole, le château de Joux, le château de Voltaire, la Grande Saline de Salins-les-Bains et la Ferme Courbet.
Le format reel est LE format 2022 plébiscité par l'algorithme Instagram. Ainsi il bénéficie d'une plus grande visibilité.

RETOUR SUR ...

- **Les 20 et 21 septembre** : GuestViews a organisé 2 sessions de formation sur la gestion et l'analyse des données récoltées par la plateforme d'avis clients, auprès des 10 sites adhérents engagés. Ces sessions ont permis d'échanger des idées afin d'optimiser la collecte, en variant les canaux de diffusion et en testant des emplacements pour les QR codes.
Coût par résultat : 0,02 €
Interactions : 54 536 (dont 17 217 sur l'incontournable Abbaye de Fontenay)

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE ITINERANCE

VIE DU COLLECTIF

- **Le 20 octobre** : Journée Partenariale des marques et des filières de BFC Tourisme à La Commanderie à Dole.

DEVELOPPEMENT

- **Le 4 octobre** : réunion BFC Tourisme + Conseil Régional : contrats de canal / rivière et contrats d'itinéraire
- **Le 25 octobre** : réunion BFC Tourisme + Conseil Régional + Comité Régional du Tourisme Equestre

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GENERALISTE

DANS LE CADRE DU COLLECTIF MONTAGNES DU JURA

- Valorisation de la filière et des grands itinéraires des MDJ à travers la campagne paneuropéenne menée en collaboration avec Atout France sur le marché allemand.
Une collection va être créée et médiatisée sur Komoot, une application mobile pour la navigation et la planification d'itinéraire la plus utilisée par les cyclistes et randonneurs allemands.

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- En cours de rédaction : publiédactionnel de 4 pages dans le magazine allemand **AN BORD** sur Le canal du Nivernais.



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE OENOTOURISME

VIE DU COLLECTIF

- **Le 10 octobre** : participation aux Rencontres de l'Oenotourisme du Jura
- **Le 13 octobre** : rendez-vous BFC Tourisme et BIVB : point sur le partenariat
- **Le 20 octobre** : Journée Partenariale des marques et des filières de BFC Tourisme à La Commanderie à Dole.

DEVELOPPEMENT

- Lancement de la consultation « Définition du positionnement marketing de chacune des destinations Vignobles & Découvertes de Bourgogne Franche-Comté ».
- **Du 13 au 16 octobre : Fascinant Week-end**, 1ère participation avec 11 offres Fascinant Week-end réparties sur 3 destinations Vignobles & Découvertes : Bourgogne du Sud, Route des Grands Crus et vignoble du Châtillonnais.
Intégration de la Bourgogne sur le site Fascinant Week-end, dossier de presse national fait par la fédération Vignobles et Découvertes pour valoriser les participants, campagnes réseaux sociaux ...

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE HABITANTS

- Mise en ligne de la page [Fascinant Week-end](#) sur le site www.bourgognefranche.comte.com + Post Instagram + Facebook sponsorisés + 1 story planifiée le dimanche 9 octobre.

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- **Workshop Destination Vignobles à Aix-en-Provence**
Du 30 septembre au 3 octobre : accueil de TO dans le cadre de 2 pré-tours
Circuit découverte des vignobles de Dijon à Mâcon pour 8 tour-opérateurs (3 européens et 5 long-courriers).
Circuit découverte des vignobles de Chablis au Jura pour 5 tour-opérateurs venus des Pays Baltes, de Corée du Sud et des USA.
- **Les 4 et 5 octobre** : Workshop Destination Vignobles. BFC Tourisme et 16 partenaires représenteront le territoire.
Objectifs
 - Faire la promotion des routes des vins et des prestataires auprès des TOs et agences de voyages lors de rendez-vous de 20 minutes préprogrammés,
 - Inciter les TO à programmer ces destinations et/ou les aider à enrichir leur programmation avec des nouveautés.
- Suite communication sur le site [VisitFrenchWine](#) : publication d'articles dédiés aux membres du collectif oenotourisme pas encore représentés sur le site.
- Communication sur les réseaux sociaux Fascinant Week-end (13 au 16 octobre 2022) : 4 campagnes RS sponsorisées pour valoriser les activités Fascinant Week-end auprès de notre cible expert. 1 publication par destination oenotouristique représentée soit 3 posts : Bourgogne du Sud, route des Grands Crus de Bourgogne et Vignoble du Châtillonnais + 1 publication sur la route de l'Yonne qui propose plusieurs événements viticoles le week-end suivant.



FILIERE GASTRONOMIE

VIE DU COLLECTIF

L'éductour à destination des élus de la Vallée de la Gastronomie prévu le 26 septembre a été annulé.

- **Le 6 octobre** : comité éditorial
- **Le 10 octobre** : comité d'agrément : renouvellement de 3 Expériences Remarquables côté BFC : Expérience « séjour privilégié en compagnie du chef Patrick BERTRON » au Relais Bernard Loiseau à Saulieu, Expérience « dans l'intimité du métier de vendangeur » au Château de Pommard et Expérience « Circuit Emotions Secrètes : une expérience géo-sensorielle unique en Bourgogne » avec Burgundy's Driver in France
- **Le 17 octobre** : réunion équipe offre

DEVELOPPEMENT

- Création d'une carte touristique Vallée de la Gastronomie reprenant le linéaire de la vallée avec les produits phares de chaque territoire représenté.
- Création d'un manuel des ventes Vallée de la Gastronomie FR/ GB à destination des TO étrangers (notamment pour le lancement de la Vallée aux Etats-Unis).
- Préparation du webseminaire inter-régional à destination des professionnels de la Vallée de la Gastronomie.

PROMOTION / COMMUNICATION

- **Le 18 octobre** : lancement de la Vallée de la Gastronomie aux Etats-Unis lors du workshop B2B d'Atout France à Miami en présentiel avec des représentants de la région Auvergne-Rhône-Alpes, présentation à 60 tour-opérateurs et agences de voyage nord-américaines.
- **Le 20 octobre** : présentation de la Vallée de la Gastronomie - avec la région Auvergne-Rhône-Alpes- à la presse américaine lors d'une conférence de presse à New-York (organisation Atout France Etats-Unis).



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

OBSERVATION / ORT

- ↳ Envoi de la 2ème vague d'enquête de l'observatoire en ligne des clientèles
- ↳ **Le 3 octobre** : réunion avec les partenaires de la filière Neige afin de réfléchir ensemble à une optimisation du recueil de la fréquentation des stations
- ↳ **Le 11 octobre** : réunion CRT / CDTs afin de réfléchir à une position concernant l'offre Orange Flux Vision Tourisme pour 2023-2024.
- ↳ Commande des données 2022 du suivi des déplacements touristiques des Français sur les destinations Bourgogne et Montagnes du Jura, ainsi que sur Bourgogne-Franche-Comté, auprès de Kantar.
- ↳ Sortie du baromètre tourisme d'affaires des mois de janvier à juin 2022 [VOIR EN LIGNE](#)
- ↳ **Fin octobre** : réalisation de la note de conjoncture sur l'arrière-saison

INGENIERIE / DELEGATION ATOUT FRANCE

- ↳ **Le 11 octobre** : visite du Musée des Ursulines avec Atout France dans le cadre du diagnostic marketing qui est proposé au site
- ↳ **Le 14 octobre** : réunion de présentation du projet des Routes Virtuelles du Repas Gastronomiques des Français en BFC
- ↳ **Courant octobre** : restitution du diagnostic marketing des Cascades du Hérisson
- ↳ Lancement de la consultation « Définition du positionnement marketing de chacune des destinations Vignobles & Découvertes de Bourgogne Franche-Comté ».

QUALITE TOURISME

- ↳ **Le 4 octobre** : Commission régionale de gestion de la marque
- ↳ **Le 20 octobre** : remise des diplômes aux labellisés Qualité Tourisme et Tourisme & Handicap à La Commanderie à Dole.
- ↳ 2 audits de sites de visite dans le cadre du partenariat avec les musées du PNR du Morvan : le Musée de l'Élevage et du Charolais à Moulins-Engilbert et le Musée du Patrimoine Oral à Anost

VIE STATUTAIRE

- **Le 20 octobre** : l'équipe de la MASCOT sera présente lors de la Journée Partenariale des marques et des filières de BFC Tourisme à La Commanderie à Dole.
Lancement du programme Booster Tourisme
- **Les 6 et 7 octobre** : participation à l'E-Club Tourinsoft de la société Faire-Savoir à Chartres



ACCOMPAGNEMENT DES OT

SADI

- ↳ **Office de Tourisme Grand Besançon Métropole** : début des travaux pour préparer les ateliers avec les socioprofessionnels.
- ↳ **Office de Tourisme Pays de Montbéliard** : reprise des travaux
- ↳ **Office de Tourisme Rives de Saône** : reprise de la méthodologie SADI à la suite de divers changements en ressources humaines.
- ↳ **Office de Tourisme Bresse Bourguignonne** : reprise de la méthodologie SADI à la suite de divers changements en ressources humaines.

PILOT

- ↳ Reprise des mardi pilOT : rendez-vous orchestrés une fois par quinzaine avec ADN Tourisme et Evaluametriss afin d'échanger sur les évolutions liées à l'outil, les ateliers à venir...
ADN Tourisme met en place 4 sessions nationales :
 - Les 10 et 11 octobre : Atelier : saisie indicateur socio-économique clés : [cliquez ici pour s'inscrire](#)
 - Les 17 et 21 octobre : Atelier : saisies indice de touristicité : [cliquez ici pour s'inscrire](#)
 - Les 27 & 28 octobre et/ou 17 & 18 novembre : Atelier : exploitation des data Pilot [cliquez ici pour s'inscrire](#)

QUALITÉ

- ↳ Accompagnement de l'Office de Tourisme de Lons-le-Saunier pour son audit complet dans le cadre de son adhésion à Qualité Tourisme.
- ↳ Programmation des deux derniers webinaires : Ancodéa - outil d'auto-évaluation mis à disposition par la MASCOT pour son réseau conduit par Joëlle BURGAU / Qualité Tourisme dans les autres référentiels, comment ça se passe ? Webinaire qui sera conduit par le CRT Bourgogne-Franche-Comté.

FORMATION

- ↳ **Le 3 octobre** : démarrage du parcours de formation APEX (Accueil par l'Excellence) animé par TravelPro formations avec 8 stagiaires inscrits
- ↳ **Le 11 octobre** : démarrage du parcours de formation "Connaître, établir et mettre en oeuvre une stratégie de tourisme durable sur ma destination" animé par Betterfly Tourisme avec 6 stagiaires inscrits
- ↳ **Le 17 octobre** : démarrage du parcours de formation sur la stratégie de communication animé par Co Managing avec 7 stagiaires inscrits.

AUTRES

- ↳ Lancement du projet pilote d'Attractivité Résidentielle à destination des Offices de tourisme.
Cette première phase consiste à établir avec les 20 offices volontaires, un état des lieux de leurs pratiques actuelles dans l'accueil des nouveaux arrivants.
Une synthèse ainsi qu'un guide des bonnes pratiques leur seront présenté lors d'une réunion, organisée par la MASCOT en partenariat avec LAOU, sur le principe de la formation action, le 24 novembre en présentiel

RETOUR SUR ...

- ↳ **La journée Qualité Tourisme organisée le 20 septembre** à la Citadelle de Besançon. Une trentaine d'Offices de Tourisme était présents. Objectifs de la journée :
 - faire rencontrer les équipes,
 - favoriser les échanges de bonnes pratiques entre labellisés, en démarches ou simples curieux,
 - remobiliser les agents sur les différentes attentes liées à Qualité Tourisme



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 Internaute.

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.