

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

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.

### DU CÔTÉ DU CONSEIL RÉGIONAL

#### ELABORATION DU SCHEMA REGIONAL DE DEVELOPPEMENT DU TOURISME ET DES LOISIRS (2023 – 2028)

La Région Bourgogne-Franche-Comté a lancé depuis le mois d'avril 2022, une étude pour réaliser son nouveau **schéma de développement du tourisme et des loisirs (SRDTL) qui couvrira la période 2023 – 2028.**

**La première phase de l'étude** a permis de dresser un bilan sur l'actuel Schéma qui se termine à la fin de l'année 2022 et d'établir un diagnostic touristique du territoire.

La Région souhaite que la conception de ce nouveau schéma fasse l'objet d'une démarche partenariale, privilégiant une méthode de co-construction en associant des acteurs publics (notamment les Départements et les principales agglomérations) et privés.

Au cours de cette phase, 15 entretiens individuels et 8 réunions territoriales par département ont eu lieu permettant ainsi de mieux appréhender les spécificités locales et identifier des enjeux et les premières orientations.

**A partir de septembre**, la deuxième phase sera engagée.

Elle a pour objet de définir le positionnement touristique de la région, les axes stratégiques et arrivera à terme à l'élaboration des fiches actions. Une plateforme collaborative en ligne sera déployée afin de recueillir les avis et contributions des acteurs du tourisme de Bourgogne-Franche-Comté.

**Le SRDTL sera soumis à l'approbation** des élus régionaux en Assemblée Plénière **au premier trimestre 2023.**

### RÉUNIONS STATUTAIRES 2022

**22 septembre** : conseil d'administration BFC Tourisme à Dijon Congrexpo (format hybride)

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

### AGENDA

**5 septembre** : CODIR suivi du CODIR Digital

**7 – 8 – 9 septembre** : 12<sup>èmes</sup> assises nationales de la biodiversité à Besançon

**7 septembre** : comité opérationnel de la marque Montagnes du Jura

**9 septembre** : réunion trimestrielle avec les directeurs des Offices de Tourisme

**20 septembre** : réunion trimestrielle avec les directeurs des ADT / CDT de Tourisme

**20 – 21 septembre** : ateliers SRDTL

**20 – 21 septembre** : séminaire des directeurs de CRT à Dijon

**27 – 29 septembre** : rencontres ADN Tourisme à Dunkerque

**28 septembre** : rencontres régionales de la transition du tourisme de moyenne montagne

### ARRIVÉES

**Lara BOGAD** rejoint le Pôle Destinations et Marchés pour un contrat en alternance dans le cadre de son Bachelor en Management à la Burgundy School of Business à Dijon.

**Coline PONNELLE** rejoint le Pôle Promotion Commerciale et Presse pour un contrat en alternance dans le cadre de sa licence professionnelle mention activités sportives parcours tourisme et loisirs à l'Université de Bourgogne.

**Axel NYANDWI** poursuit son alternance au sein du Pôle Filières, Ingénierie et Observation dans le cadre d'une formation à l'I.A. School pour préparer un master 1 / Artificial Intelligence & Business de Lyon  
**Marceau BRON** qui était stagiaire de février à juin, poursuit son expérience au sein du Pôle Destinations et Marchés dans le cadre d'un CDD de 6 mois en tant qu'Assistant Base de Données.



## CERTIFICATION ISO 9001

- ↳ De nouvelles instructions et de nouveaux enregistrements ont été créés par différents processus :
  - EDDI-INS-consignes de traduction** : explique comment harmoniser les traductions d'un support à l'autre (print / web / réseaux sociaux) pour les termes utilisés de façon récurrente (par exemple la traduction de "Montagnes du Jura", "La Bourgogne" ...).
  - COMPTA-ENR-formulaire prise en charge repas** : création d'un nouveau document à compléter par les collaborateurs amenés à avoir des frais de repas dépassant les montants autorisés.
  - EDDI-INS- réception des livraisons en provenance d'un imprimeur** : présente la marche à suivre sur les 2 sites pour réceptionner des documents imprimés par un fournisseur.

## DECIBELLES DATA

- ↳ **Save the date ! le 15 novembre 2022** aura lieu **la journée du réseau Décibelles Data** au Palais des Congrès de Dijon.  
Thème de la journée : La qualité de la donnée.
- ↳ Afin de mettre en place les préconisations du schéma de développement du tourisme et des loisirs, **un Comité Technique Décibelles Data sur le thème de l'itinérance** a été mis en place. Il est constitué des 8 ADT/CDT du territoire, des spécialistes de l'itinérance de chaque département ainsi que du Parc du Haut-Jura et de la Grande Traversée du Jura. Les travaux qui ont débuté en juin dernier continueront à l'automne.  
**Prochaine réunion : le 16 septembre en distanciel.**



en Bourgogne-Franche-Comté

## À DESTINATION DES HABITANTS

### FANTASTIC PICNIC - 10 et 11 septembre 2022

- ↳ **QUELQUES CHIFFRES A RETENIR**  
**12<sup>ème</sup> édition**  
60 partenaires dont 14 nouveaux
- ↳ Création d'une landing page [Fantastic Picnic](#) dans le cadre de l'évolution des plans de contenu du site [www.bourgognefranchecomte.com](http://www.bourgognefranchecomte.com) avec une approche plus orientée client et idées-weekend et de sorties. Une recherche par département et par ambiance de picnic est proposée pour simplifier le parcours client. Mise en place d'un plan d'actions complet **Voir en PJ** à l'échelle du territoire coordonné et financé par BFCT avec 2 objectifs :
  - Faire connaître l'événement auprès de l'habitant, puis l'inciter à participer
  - Participer aux retombées économiques chez les partenaires organisateurs.
- ↳ Réalisation de goodies aux couleurs de Sortez Chez : des chapeaux de paille pour les organisateurs et des éco-cup réutilisables pour les participants.
- ↳ **NOUVEAU CETTE ANNEE** : 1 questionnaire sera proposé aux participants : 5 questions en moins d'une minute pour en savoir un peu plus sur eux (données marketing) et tirage au sort pour gagner 50 Pass Découverte annuels.

### COMMUNICATION ONLINE

- ↳ **Le 20 septembre** : lancement de la campagne « Idées week-end de l'automne » : mise en avant d'un weekend gastronomie à Dijon et la nouvelle Cité Internationale de la Gastronomie et des Vins, week-end vélo en Côte de Nuits, et un weekend durable accessible en TER et sans voiture. Proposition d'offres incluses dans le Pass Découverte.

### RESEAUX SOCIAUX

- ↳ Des campagnes de leads seront menées jusqu'au 10 septembre pour proposer aux internautes de s'inscrire à la newsletter Sortez Chez Vous et recevoir les idées weekend et de sorties.
- ↳ Temps fort de la campagne **Fantastic Picnic** avec :
  - Posts organiques sponsorisés
  - Partenariat avec des influenceurs du club Passion BFC
  - Repost des vidéos "Mémoires" / vidéos capsules réalisées durant les Fantastic Picnic et mises à disposition des habitants pour qu'ils relayent la vidéo sur leurs propres réseaux.
  - Post "retour sur ..." avec les photos et vidéos prises durant l'événement (reel Instagram + post Instagram et Facebook)

### RETOUR SUR ...

- ↳ **LE TOP POST FACEBOOK DE JUILLET**  
**voir photo en PJ**  
Post du 21 juillet / Les Grottes de Bèze  
Cette publication a atteint 113 826 utilisateurs et a eu plus de 7 217 interactions.  
Clic sur le lien = 1 632
- ↳ **LE TOP POST INSTAGRAM DE JUILLET**  
**voir photo en PJ**  
Post du 10 juillet / Le Lac du Moron  
Cette publication a atteint 12 822 utilisateurs et a eu plus de 1 740 interactions.

# Montagnes du Jura

TOUT UN MONDE DEHORS

## VIE DU COLLECTIF

- **Le 7 septembre** : Comité opérationnel de la marque (réflexion concernant les actions 2023)
- **Le 20 septembre** : Instant Montagnon #4



## COMMUNICATION DE LA DESTINATION

### COMMUNICATION ONLINE

- **Le site [www.montagnes-du-jura.fr](http://www.montagnes-du-jura.fr) en chiffres pour la période printemps/début d'été**  
Période de campagne du 22 mars au 31 juillet  
Leviers activés :
  - SEO / Plan des contenus
  - Google ads
  - Social ads
 Impressions : 7 958 141 (cumulé Pinterest - Instagram - Facebook)  
28 000 visites issue de la campagne soit 12 % du trafic global  
Bonne qualité de visite avec un temps passé d'1 mn 21
- **Partenariat avec Chilowe** : mise en ligne du 2<sup>ème</sup> article de micro aventure : « Itinérance à vélo en famille autour de Clairvaux-Les-Lacs ».
- **Le 30 août** : diffusion du 2<sup>ème</sup> podcast « Maintenant vous savez » en partenariat avec **Bababam** : mise en avant de l'absinthe.

### COMMUNICATION OFFLINE

- **Fin septembre** : diffusion du mini guide Hors Normes dans le Parisien Week-end (80 000 exemplaires).  
Une brochure co-construite avec 4 Offices de Tourisme du collectif pour promouvoir des idées séjours "hors normes" en l'automne et ainsi étendre la fréquentation et l'envie de séjourner dans les Montagnes du Jura sur les ailes de saison.  
Pour ce concept, il s'agit de sortir des discours trop "léchés" et de proposer des idées "hors des sentiers battus" pour montrer le côté "authentique et vrai" de la destination en invitant la cible parisienne à découvrir des savoir-faire locaux et des visites insolites.
- Les contenus seront repris sur le site internet sous forme d'édito et seront poussés sur les réseaux sociaux, la Eletter grand public et auprès de la presse.

## RESEAUX SOCIAUX

- Campagne de leads afin d'enrichir la base de prospects à la Eletter grand public.
- Campagne automne à venir : sponsoring de posts Facebook et Instagram en organique.

## PRODUCTION DE CONTENUS

- Poursuite du travail de rédaction sur le site web et optimisation des contenus automne en prévision de la campagne.
- 1 nouveau 48h à est disponible : [48 h au cœur de la vallée de la Loue](#).  
Le prochain « 48h à... » sera consacré au territoire du Haut-Jura Saint-Claude dont le tournage a eu lieu cet été.

## PROMOTION

- **Le 12 septembre : Eiffel Show** à Paris organisé par Destination Bourgogne le Club.  
Au cours de cette soirée, l'offre touristique régionale sera valorisée auprès de professionnels (presse, influenceurs, autocaristes, Offices de Tourisme, agences de voyages...)

## COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

### FILIERE AFFAIRES

- Nouveaux prestataires référencés sur [seminaires.bourgognefranche-comte.com](https://seminaires.bourgognefranche-comte.com) dans le cadre de la co-labellisation avec la destination affaires Besançon

Lieux de congrès et de séminaires :

[Micropolis](#) [Voir la fiche](#)

Lieux de séminaires :

Citadelle de Besançon [Voir la fiche](#)

Akena Hôtel [Voir la fiche](#)

Prestataires de team-building et traiteur :

Le GPPR [Voir la fiche](#)

En cours de référencement

Lieux de séminaires : le Kursaal et l'Espace Grammont

Prestataires de team-building : Le pacte des Géoliers et Jinic Media

### FILIERE TRAIL

- 1 publi rédactionnel « Les espaces trail Métabief, Haut-Jura Saint-Claude et Haut-Bugey » dans le numéro spécial trail d'août/septembre du magazine Wider. [voir en PJ](#)  
Ce publi est repris sur le site web de Wider : [voir ici](#)  
+ relai via un post Facebook  
+ encart dans une Eletter de Wider adressée à 9 000 prospects avec renvoi vers le hub trail du site des MDJ.
- Une insertion publicitaire en deuxième de couverture dans le magazine **La Montagne et l'Alpinisme**.

## RELATIONS PRESSE



### ALLEMAGNE

- **Du 15 au 22 septembre** : accueil de **Marion BREMM** pour les quotidiens **Straubinger Tagblatt, Landshuter Zeitung et Abendzeitung München**  
Thématique de l'accueil : découverte du patrimoine culturel, gastronomique, naturel et des savoir-faire dans les Montagnes du Jura.



### BELGIQUE

- **Du 13 au 18 septembre** : accueil d'un journaliste du magazine belge dédié à la randonnée **GR SENTIERS**  
Thématique de l'accueil : sur les Chemins de la contrebande franco-suisse.



### FRANCE

- **Du 15 au 17 septembre** : accueil de presse groupe, les inscriptions sont en cours / déjà 3 journalistes inscrites représentant les supports : **le Télégramme de l'Ouest**, le magazine **Rustica** et le magazine **Liberalis**.  
Thématique de l'accueil : les nouveautés écoresponsables et les produits locaux du Haut-Doubs au Jura.
- **Envoi d'un communiqué de presse "Grand bol d'air automnal dans les Montagnes du Jura"** au fichier presse France fin août. (rédaction du CP basée sur le guide "hors normes").



### PAYS-BAS

- **Le 29 septembre** : Workshop Presse à Amsterdam  
Sur la thématique du Slow Tourisme. Un mini dossier de presse sera réalisé pour l'occasion grâce aux suggestions des OT et ADT.

## RETOUR SUR ...

- **LE PODCAST, NOUVEAU FORMAT POUR LES MONTAGNES DU JURA**

Notre territoire regorge de savoir-faire que certains artisans passionnés perpétuent toujours aujourd'hui. Les Montagnes du Jura se lancent dans les podcasts, en partenariat avec **Bababam**, pour mettre en lumière ces traditions aujourd'hui peu connues.

Le premier podcast "Maintenant vous savez" mettant en avant la pipe de Saint-Claude est sorti le 26 juillet dernier sur toutes les plateformes d'écoute (Spotify, Deezer, Apple music...) et fait partie du top 10 des podcasts les plus écoutés en France : déjà 8 000 écoutes 1 mois après sa sortie. Il est toujours disponible et va continuer à générer de l'audience. [A écouter ici](#)

- **Le 26 juillet** : envoi de la enews **dédiée au Trail** à 585 contacts.

Contenus de la enews : présentation du calendrier des trails organisés d'août à octobre dans les Montagnes du Jura, focus sur la vidéo conseils d'entraînement du pro Xavier THEVENARD, inscription à l'Ultra Trail des MDJ + mise en avant des hébergements "récupération" avec spa.

**Résultats au 5 août :**

Taux d'ouverture : 26,62 % - Taux de clics : 7,8 % - Taux de réactivité : 35,43 %

## COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

**CAMPAGNE « L'AUTOMNE C'EST LA BOURGOGNE » voir exemple d'un visuel en PJ**

- Depuis 2019, la destination prend la parole à l'automne à travers une campagne de communication partagée avec les agences départementales et les offices de tourisme.

**OBJECTIF** : Placer la destination Bourgogne comme LA destination de référence à l'automne et stimuler l'envie de weekends.

**Le 10 septembre** : lancement de la campagne 2022 qui sera essentiellement digitale mais sans oublier la radio et la TV.

Elle se traduira par la diffusion de contenus (textes, photos, vidéos, etc.) répondant à des objectifs d'inspiration, de séduction, d'information et de conversion. Pendant 6 semaines, les cibles définies retrouveront ces messages sur les écosystèmes de plusieurs médias français à fortes audiences affinitaires, ainsi que sur les réseaux sociaux de la marque Bourgogne, des ADTs et des OTs, dans le but de créer une galaxie de messages et d'informations autour de la Bourgogne à l'automne.

- Nouvelle accroche inspirationnelle : **L'APPEL DE L'AUTOMNE** qui fait écho à des formules connues comme l'appel de la nature, l'appel de la forêt, l'appel du large... qui évoque l'idée qu'il se passe des choses IRRÉSISTIBLES en Bourgogne à l'automne ;
- L'ECOSYSTEME DE LA CAMPAGNE :
  - MYTF1 : diffusion d'un spot vidéo de 20 secondes en TV segmentée pendant 1 mois
  - FRANCE TV : Diffusion d'un spot vidéo de 20 secondes en TV segmentée pendant 2 semaines + replay IPTV
  - ARTE : Diffusion d'un spot vidéo de 20 secondes en TV traditionnelle pendant 1 mois
  - RADIO FRANCE : Diffusion d'un spot de 20 secondes en pré-roll podcast pendant 3 semaines
  - LE FIGARO : Diffusion d'un article native médiatisé sur l'univers Figaro pendant 6 semaines avec retargeting
  - EUROPE 1 : Dispositif "talk to me" - Diffusion d'un spot audio avec interaction vocale en fin de spot avec l'auditeur

**CAMPAGNE PANEUROPEENNE BELGIQUE**

- La campagne sur le marché belge fera écho à la campagne « L'automne c'est La Bourgogne » lancée sur le marché français

**2 objectifs :**

- Renforcer la notoriété et l'image de la marque La Bourgogne auprès des couples belges sans enfants
  - Séduire ces mêmes clientèles à travers un dispositif renvoyant vers le site Internet de La Bourgogne
- Ecosystème de la campagne :
- Campagne TV adressée sur 2 chaînes francophones + replay sur plateforme
  - Campagne native avec publication d'articles sur les sites de Femmes d'Aujourd'hui et SoSoir

## COMMUNICATION OFFLINE DE LA DESTINATION

**GEO SAISON ALLEMAGNE**

6 pages de publi-rédactionnel dans le « Spécial France » (53.000 exemplaires) et parution d'une annonce sur la destination. **voir en PJ**



## RESEAUX SOCIAUX

- **Dans le cadre de la campagne automne**, poursuite du travail lancé sur Facebook et Instagram en 2021 avec un planning éditorial préparé avec soin.  
**Le 12 septembre** : début des prises de paroles qui mettront en valeur les atouts touristiques (saveurs gastronomiques, couleurs, recettes, témoignages, vignobles, activités ...) de la région pendant cette période phare. Les publications prendront la forme de posts photos, vidéos et réels.  
Ce sera un travail collaboratif avec les membres du collectif permettant de renforcer le message de La Bourgogne et de compiler les statistiques des réseaux sociaux de tous les participants pour un bilan précis.  
**Du 15 septembre au 31 octobre** : le dispositif organique sera complété par une campagne social ads de notoriété et de conversion.
- **Changement algorithme Instagram** : nous suivons de près les tendances actuelles et les implications pour continuer d'être le plus performant possible sur ce réseau.
- **Campagne de leads** afin d'enrichir la base de prospects à la Eletter grand public.

## COMMUNICATION DÉDIÉE AUX FILIERES

## FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

Nouveaux prestataires référencés sur

[seminaires.bourgognefranchecomte.com](https://seminaires.bourgognefranchecomte.com)

↳ Lieu de séminaires

Château de la Barge à Chaintré (71) [Voir la fiche](#)

↳ Prestataire de Team-Building

Bourgogne Aventure à Joigny (89) [Voir la fiche](#)

Revisite pour mise à jour de la charte qualité : MuséoParc Alésia (21)

## PROMOTION

- **Le 12 septembre : Eiffel Show** à Paris organisé par Destination Bourgogne le Club.  
Au cours de cette soirée, l'offre touristique régionale sera valorisée auprès de professionnels (presse, influenceurs, autocaristes, Offices de Tourisme, agences de voyages...).

## PRESSE



## ALLEMAGNE

- **Du 21 au 25 septembre** : accueil d'un groupe de journalistes allemands en partenariat avec Locaboat. Sont inscrits à ce jour les supports : **BADISCHE NEUE NACHRICHTEN, RHEIN-ZEITUNG, GLÜX-MAGAZIN**.  
Thématique : Tourisme Fluvial sur la Saône au départ de Scey-sur-Saône.



## BELGIQUE

- **Du 15 au 22 septembre** : accueil de **Chris VERCUYSSE** du magazine **KAMPEERTOERIST** (tirage 10 000 ex - lectorat 30 000 personnes).  
Thème de l'accueil : de Clamecy à Nevers en passant par les Settons, Bibracte, La Charité-sur-Loire et Pouilly-sur-Loire, Un reportage de minimum 6 pages paraîtra courant 2023.



## FRANCE

- **Du 8 au 10 septembre** : accueil de **Ursula LAURENT** pour **L'Alsace** et **Philippe SAUTER** de **L'Est Républicain**.  
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. (**Accueil initialement prévu en juin**).
- **Du 14 au 17 septembre** : accueil d'une équipe **E=M6** pour la réalisation d'une séquence à Guédelon pour les 25 ans du site.
- **Du 23 au 25 septembre** : accueil de **Christiane PERRUCHOT** et **Didier HUGUE** pour **Traces Ecrites**.  
Thème de l'accueil : sur les traces du sentier de randonnée Bibracte-Alésia dans sa partie sud.
- Envoi du communiqué « L'automne en Bourgogne » au fichier presse France.



## PAYS-BAS

- **Le 29 septembre** : Workshop Presse à Amsterdam. Sur la thématique du Slow Tourisme. Un mini dossier de presse sera réalisé pour l'occasion grâce aux suggestions des OT et ADT.



## SUISSE

- **Du 20 au 23 septembre** : accueil de **Jasmina SLACANIN** en reportage pour le média **Coopzeitung**.  
Ce reportage qui s'inscrit dans le cadre de la campagne paneuropéenne. Découverte de Beaune et Dijon en mixant culture et oenotourisme.



## RETOUR SUR ...

- Le 13 juillet** : diffusion du magazine La Bourgogne #7 - encartage dans **Télérama**.  
 30 000 exemplaires ont été diffusés auprès des abonnés d'Ile de France et 10 000 exemplaires ont été diffusés aux abonnés d'Auvergne-Rhône-Alpes.  
 Objectif : Diffuser le dernier né de la collection auprès de notre cible prioritaire, associé à un titre de presse puissant (Télérama se place devant les autres hebdomadaires d'actualité tels que L'Obs, Le Point, L'Express...).
- BILAN DU PARTENARIAT AVEC COSMOPOLITAN (print, digital et social)**  
 Cette belle opération menée dans l'univers du magazine **Cosmopolitan** a permis aux lecteurs / visiteurs de découvrir la destination en totale "green reconnexion". [Relire l'article ici](#)  
**Résultats** : 12 542 visites / temps moyen passé sur l'article de 2 mn 24
- BILAN DE LA CAMPAGNE PRINTEMPS HEBERGEMENTS TRIBUS** menée du 19 avril au 30 juin 2022  
 16 352 visites - durée moyenne de 1 mn 36 - 54% de taux de rebond  
 446 intérêts pour les prestataires - 142 intérêts brochures
- SITE INTERNET** : [www.bourgogne-tourisme.com](http://www.bourgogne-tourisme.com)  
 Retour sur un mois de juillet exceptionnel qui s'inscrit dans la croissance continue des visites sur le site depuis le mois d'avril.





## VIE DU COLLECTIF

- **Le 9 septembre** : participation de BFC Tourisme à la commission communication du Massif des Vosges.

## 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 30 août au 3 septembre** : sponsorisation sur Facebook pour valoriser le spectacle Confluence, qui a lieu à l'occasion du centenaire du Territoire de Belfort.

## PROMOTION

- **Le 12 septembre : Eiffel Show** à Paris organisé par Destination Bourgogne le Club.  
Au cours de cette soirée, l'offre touristique régionale sera valorisée auprès de professionnels (presse, influenceurs, autocaristes, Offices de Tourisme, agences de voyages...).

## RETOUR SUR ...

- **PARTENARIAT AVEC routard.com**  
Le dernier article « *Les Vosges du Sud en version durable* » est en ligne [lire ici](#)  
Médiatisation depuis le 8 août.

## FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

### FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

#### VIE DU COLLECTIF

- **Le 6 septembre** : Réunion de pré-bilan 2022 et perspectives d'actions 2023 avec les partenaires du collectif affaires à l'hôtel Le Cep à Beaune
- Nouveaux prestataires référencés sur [seminaires.bourgognefranche.comte.com](https://seminaires.bourgognefranche.comte.com)
  - Lieu de séminaires  
Château de la Barge à Chaintré (71) [Voir la fiche](#)
  - Prestataire de Team-Building  
Bourgogne Aventure à Joigny (89) [Voir la fiche](#)
- ↳ Dans le cadre de la co-labellisation avec la destination affaires Besançon
  - Lieux de congrès et de séminaires : [Micropolis](#) [Voir la fiche](#)
  - Lieux de séminaires :  
Citadelle de Besançon [Voir la fiche](#)
  - Akena Hôtel [Voir la fiche](#)
  - Prestataires de team-building et traiteur : Le GPPR [Voir la fiche](#)
  - En cours de référencement
  - Lieux de séminaires : le Kursaal et l'Espace Grammont
  - Prestataires de team-building : Le pacte des Géoliers et Jinic Media
- Revisite pour mise à jour de la charte qualité : MuséoParc Alésia (21)



#### PROMOTION / COMMUNICATION

##### PROMOTION COMMERCIALE

- **Le 19 septembre** : participation au **workshop PURE France à Paris** sous la forme de rencontres B2B + soirée événementielle avec networking. 3ème participation du CRT à ce RDV annuel haut de gamme des organisateurs d'événements.  
**Les partenaires du Collectif présents à nos côtés** : Hôtels Bourgogne Qualité, le Château des Broyers, les destination affaires Besançon et Dole, le Palais des Congrès de Beaune et Auxerrois Tourisme.
- Démarchage des entreprises du Grand Lyon : première prise de contact via Décibelles Data pour évaluer l'intérêt de chacune, puis prise de RDV avec les prospects désireux d'organiser des événements professionnels en BFC.

##### GRC

- Envoi d'une nouvelle newsletter de fidélisation pour la rentrée avec la mise en avant de partenaires, les nouveautés et offre spéciales.

##### LINKEDIN

- **Le 2 septembre** : Comité Stratégique entre BFC Tourisme et l'agence My Destination.
- Partager les nouvelles sur LinkedIn en testant de nouveaux formats comme les portraits des partenaires ou les formats décalés par exemple.

## FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

### DEVELOPPEMENT

- **Le 9 septembre** : réunion de lancement avec le cabinet June Marketing. L'objectif de ces travaux sera d'identifier les leviers de conversion et positionner le tourisme d'affaires à travers une série d'entretiens qualitatifs auprès des décisionnaires (entreprises et agences) basés en région et en France.
- Publication du baromètre de conjoncture du tourisme d'affaires relatif aux 6 premiers mois de l'année

### RETOUR SUR ...

- **La page LinkedIn BFC Séminaires & Events en quelques chiffres – 2<sup>ème</sup> trimestre**  
Impressions totales : 50 569 (- 9 % par rapport au 1er trimestre)  
Publications : 16 (+ 60 % par rapport au 1er trimestre)  
Interactions : 1 864 (+ 175 % par rapport au 1er trimestre)
- **Le top post LinkedIn du 12 juillet voir en PJ**  
Partage de la Newsletter avec la présentation de la destination Beaune, la mise en avant de 4 partenaires + la présentation des "petits nouveaux" du club. C'était un test mais au vu des chiffres, la publication va devenir mensuelle, à chaque sortie de Newsletter.  
5 837 impressions - 60 clics - 27 réactions - Taux d'engagement : 1,7%

## FILIERE PATRIMOINE

### VIE DU COLLECTIF

- **Le 27 septembre** : journée de rencontre du Collectif au MuséoParc Alésia.  
Au programme : ateliers créatifs d'offres destinées à un public expert, pré-bilan du PAC 2022, réflexion PAC 2023.

### DEVELOPPEMENT

- **Le déploiement de l'outil GUESTVIEWS** auprès de sites partenaires a déjà recueilli 270 avis. Si certains sites veulent rejoindre le réseau d'utilisateurs de GuestViews, quelques licences sont encore disponibles.
  - **Le 20 septembre après-midi ou le 21 septembre matin** : formation à l'utilisation de la plateforme de suivi.
- **Le 30 septembre** : webinar de présentation du Pass Patrimoine par **Patrivia** (1ère billetterie en ligne dédiée aux passionnés du patrimoine.) Cette plateforme rassemble un catalogue de plus de 600 monuments et visites culturelles en France et en Belgique. Ce Pass permet de visiter châteaux, musées, jardins de manière illimitée et gratuite, une fois le Pass acheté (valeur : 79€ / adulte/an). La présence dans le Pass Patrimoine est le complément parfait, pour un site de visite de BFC, à notre Pass Découverte et permettra d'en améliorer la visibilité.

### PROMOTION / COMMUNICATION

#### COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- Diffusion des dernières vidéos d'interviews sur les réseaux sociaux.
- **Podcasts ARTIPS** : enregistrements de 2 nouveaux podcasts : les Climats du vignoble de Bourgogne et Les sites palafittiques des lacs de Chalain et de Clairvaux. Ils seront accessibles ici <https://podcasts.artips.fr/episodes/> Possibilité pour les sites concernés de reprendre ces podcasts. Ces 2 podcasts bénéficieront de sponsoring sur les réseaux sociaux.
- **BEAUX-ARTS MAGAZINE** : parution d'1 page de publipédagogique sur le thème de l'architecture.
- **Début du partenariat avec [J'aime mon patrimoine](#)**, 1er média en ligne dédié au patrimoine culturel, matériel et immatériel, français.  
Ce partenariat comprend la réalisation de **6 articles** qui seront mis en ligne sur le site web + relai via leur newsletter (22.500 abonnés) et leur page Facebook (115.000 abonnés) et compte Instagram (25.000 abonnés).
  - **Le 27 août** : mise en ligne du 1<sup>er</sup> article sur le thème les hommes célèbres [lire l'article ici](#)
  - **Le 14 septembre** : mise en ligne de l'article sur les sites UNESCO, dans le cadre des Journées Européennes du Patrimoine
- **Partenariat avec France 3 et la société de production ARTHEMUS** (société spécialisée dans la création de contenus culturels) : réalisation de 10 vidéos courtes présentant le portrait de personnages célèbres de BFC. Les tournages débiteront à la rentrée. Les personnages retenus : Vauban, Lamartine, Victor Hugo, Gustave Courbet, Louis Pasteur, Gustave Eiffel, Les frères Lumières, Armand Peugeot, Colette, Paul-Émile Victor.
- **Le 13 septembre** : 3<sup>ème</sup> conférence en ligne avec **STORIA MUNDI** sur la thématique des grandes villes citadelles (Besançon et Belfort) + relai sur les réseaux sociaux et dans la e-letter de Storia Mundi.

### RETOUR SUR ...

- **En juillet et août** : diffusion d'Instant Experiences :
  - Du 15 juillet au 2 août : les sites Unesco
  - Du 1er au 14 août : l'architecture en BFC
- La première partie de la campagne sur les réseaux sociaux sur les sites incontournables s'est achevée (4 autres campagnes seront lancées cet automne). Les résultats sont encourageants :
  - Couverture : 546 044
  - Impressions : 1 148 978
  - 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 16 septembre** : Comité Technique du contrat de canal du Rhône au Rhin
- **Le 20 septembre** : Comité Technique transversal Voie Bleue
- **Le 22 septembre** : réunion Accueil Vélo du 2e semestre avec les référents Accueil Vélo des CDTs/ADTs
- **Le 23 septembre** : résultats des interviews et du questionnaire rendus par Vélo & Territoire dans le cadre de son accompagnement à la structuration de l'Eurovélo 6
- **Le 29 septembre** : Dernier Conseil de Canal du Rhône au Rhin

#### PROMOTION / COMMUNICATION

#### COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GENERALISTE

##### DANS LE CADRE DU COLLECTIF MONTAGNES DU JURA

- **Du 13 au 18 septembre** : accueil d'un journaliste du magazine belge dédié à la randonnée **GR SENTIERS**  
Thématique de l'accueil : sur les Chemins de la contrebande franco-suisse.

#### COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERT

- **Du 5 au 15 septembre** : tournage vidéo et photo sur le canal du Rhône au Rhin / Vallée du Doubs avec AERODYNE pour la mise en valeur du tourisme fluvial et de l'Eurovélo6. Action en partenariat avec Nicols et Montagnes du Jura.
- La campagne de communication avec **France Vélo Tourisme** continue :
  - **Du 1er au 30 septembre** : sponsorisation de 3 itinéraires de la destination Bourgogne, en accord avec le positionnement Automne en Bourgogne. (3 posts 100% paid du Tour de Bourgogne à Vélo, de la Grande traversée du Morvan et de la Grande Boucle de Bourgogne du Sud).
  - **Du 24 août au 25 septembre** : publication de 8 posts 100% paid sur la suggestion de séjours itinérants à vélo.
- **Fin septembre** : parution d'un article de 16 pages dans le Magazine **L'ECHAPPEE**. Valorisation de la Grande traversée du Jura à Vélo et de la Grande Boucle de la Bourgogne du Sud.



## FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

### FILIERE OENOTOURISME

#### VIE DU COLLECTIF

- **Le 9 septembre** : réunion de travail club des destinations Vignobles et Découvertes : point sur le schéma régional de l'oenotourisme + qualification hébergement immersif.

#### DEVELOPPEMENT

- Evènementiel : Inscription de la Bourgogne (route des Grands Crus de Bourgogne, Couchois Côte Chalonnaise et Mâconnais et vignoble du Châtillonnais) pour participer au **Fascinant Week-end du 13 au 16 octobre** + organisation et récolte des offres : potentiellement 11 participants.
- Création des tableaux de bord Fairquest pour le suivi de l'e-réputation des membres du collectif oenotourisme et des prestataires / destinations labellisés Vignobles & Découvertes.
- Rédaction du cahier des charges pour l'étude sur le positionnement marketing des destinations Vignobles & Découvertes.

#### PROMOTION / COMMUNICATION

##### COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE HABITANTS

- ↳ Création d'une Landing page "Fascinant Week-end" sur le site [www.bourgognefranchecomte.com](http://www.bourgognefranchecomte.com) + envoi d'un communiqué de presse au fichier PQR.

##### COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GENERALISTE

###### DANS LE CADRE DU COLLECTIF LA BOURGOGNE

- ↳ **Les 4 et 5 octobre** : Workshop BtoB Destination Vignobles à Aix-en-Provence.  
En amont du workshop **du 30 septembre au 3 octobre** : nous accueillerons 2 préteurs visant à recevoir des TO spécialisés oenotourisme pour leur faire découvrir nos routes des vins et leur permettre de rencontrer les prestataires labellisés Vignobles et Découvertes.  
Le premier programme les conduira de Chablis aux Vins du Jura en passant par Auxerre, le Châtillonnais, Dijon et Arbois.  
Le second débutera à Dijon pour se terminer dans le Mâconnais.

##### COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- Mise en ligne d'articles sur la Bourgogne sur Relais du Vin & Co (média en ligne dédié au vin).
  - Article « La Bourgogne, une destination au coeur d'or » [Lire l'article ici](#)
  - Article « Des hébergements dans le vignoble de Bourgogne » [Lire l'article ici](#)
  - Prochain article mis en ligne : 10 expériences à vivre autour du vin
- Finalisation et mise en ligne de 12 articles (version FR et GB) sur [Visit French Wine](#) pour mettre en avant les membres du collectif sur ce site.

## FILIERE GASTRONOMIE

### VIE DU COLLECTIF

- **Le 15 septembre** : réunion de travail offre
- **Le 19 septembre** : réunion équipe projet élargie
- **Le 21 septembre** : préparation du comité d'agrément du 10 octobre : 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 26 septembre** : éductour à destination des élus de la Vallée de la Gastronomie : découverte de prestataires le long de l'itinéraire de la Vallée de la Gastronomie. Pour la partie Bourgogne : accueil à Beaune à l'Hostellerie du Cèdre, visite de la moutarderie Fallot et mâchon au pied de la Roche de Solutré puis poursuite de l'éductour en Auvergne-Rhône-Alpes.
- **Le 30 septembre** : comité éditorial



### DEVELOPPEMENT

- Mise en ligne de 3 nouvelles offres gourmandes : sur le site [www.valleedelagastronomie.com](http://www.valleedelagastronomie.com) : Helixine (ferme, visite et dégustation d'Escargot), Abbaye de la Bussière (restaurant) et Fruirouge & Cie l'épicerie fermière
- Préparation du renouvellement de 3 expériences remarquables (cf voir Vie du Collectif / 21 septembre)

### PROMOTION / COMMUNICATION

- **Du 12 au 14 septembre** : accueil de presse de Dole à Saint-Jean-de-Trézy (71).
- **Du 13 au 15 septembre** : accueil de 6 influenceurs sur une partie de l'itinéraire de Vallée de la Gastronomie : Lyon / Dijon. Ils seront le 15 septembre en BFC :  
[Sarah – le couteau](#)  
[Jess et Milan / foodgasm\\_travel](#)  
[Pinhas Cohen](#)  
[Yannouze](#)  
[cinnanonandcake](#)  
[delphine2lyon](#)
- Publicité sous forme d'écran sur le site de la Vallée de la Gastronomie et relayé par des publications facebook et instagram.
- **Publicité Sorties d'Autoroute** : l'objectif est de valoriser les offres présentes à proximité de chaque sortie d'autoroute : 5 en Bourgogne-Franche-Comté (Mâcon, Chalon-sur-Saône, Beaune, Dôle, Dijon).
- **Editorial réseaux sociaux prévu** :
  - semaine du 05/09 : Wine School - activité autour du raisin pour les enfants.
  - semaine du 12/09 : Hélixine - visite pédagogique d'une ferme d'escargots.
  - semaine du 19/09 : L'Ecusson à Beaune.
  - semaine du 26/09 : Air Escargot.
- Publication de la V2 du site de la Vallée de la Gastronomie.



## OBSERVATION / ORT

- ↳ Parution de la note de conjoncture été 2022 pour la période juillet-août et sur les perspectives de septembre-octobre.

### TOURISME D'AFFAIRES

- ↳ **Le 9 septembre** : réunion de lancement avec le cabinet June Marketing. L'objectif de ces travaux sera d'identifier les leviers de conversion et positionner le tourisme d'affaires à travers une série d'entretiens qualitatifs auprès des décisionnaires (entreprises et agences) basés en région et en France
- ↳ Publication du baromètre de conjoncture du tourisme d'affaires relatif aux 6 premiers mois de l'année.

### ITINERANCE

- ↳ **Le 30 août** : Comité Technique Observatoire des chemins de Compostelle afin de faire le point sur les restitutions de l'étude qui ont eu lieu en Bourgogne-Franche-Comté et en Auvergne-Rhône-Alpes et sur la suite des travaux à mener et la candidature à l'Appel à Manifestation d'Intérêt « Destinations Digitales » proposé par Atout France.
- ↳ **Le 16 septembre** : Comité Technique Canal du Rhône au Rhin à Montbéliard dans le cadre de la finalisation des travaux de l'étude d'opportunité de développement de l'offre touristique fluvial et fluvestre sur le canal.

---

## INGENIERIE / DELEGATION ATOUT FRANCE

### OENOTOURISME

- ↳ **Le 1er septembre** : participation à la Commission Tourisme des Climats de Bourgogne dans le cadre de l'accompagnement de BFCT aux travaux en cours sur la stratégie de développement touristique
- ↳ Rédaction du cahier des charges pour l'étude de positionnement marketing des destinations Vignobles & Découvertes

### DIAGNOSTICS MARKETING FLASH

- ↳ **Le 6 septembre** : réunion de restitution de l'étude sur le Lion et la Citadelle de Belfort
- ↳ **Fin septembre** : visite du musée des Ursulines de Mâcon

---

## QUALITE TOURISME

- ↳ 10 audits Qualité Tourisme vont être réalisés en septembre :
  - **5 renouvellements**
    - Camping Les Merilles à Doucier (39)
    - Restaurant La Petite Charrue à Vauthiermont (90)
    - Hôtel restaurant Au Moulin des Ecorces à Dole (39)
    - La Louve du Val d'Amour, guide de pêche dans le Jura
    - Château de la Presle, chambre d'hôtes à Breurey-lès-Faverney (70)
  - **5 adhésions**
    - Moulin de Maupertuis, lieu de visite à Donzy (58)
    - Camping Les Feuilles à Chauffailles (71)
    - Le Charles V, chambre d'hôtes à Meursault (21)
    - Camping Le Domaine de la Gagère à Luzy (58)
    - Hôtel & Spa Panorama 360 \*\*\*\* Mâcon (71)

## VIE STATUTAIRE

- ↳ **9 septembre** : réunion trimestrielle avec les directeurs des Offices de Tourisme
- ↳ **Ordre du jour** :
  - Avancement du PAC 2022
  - Questions diverses : les entretiens des salariés / la place des bénévoles dans les OT / les adhésions des hébergements non classés / commission sur la prise de réservations



## ACCOMPAGNEMENT DES OT

### SADI

- ↳ **Coup de projecteur sur l'Office de Tourisme du Pays du Haut-Doubs et son Ô Doubs Mobile.**

Le « Ô Doubs mobile » est le nouveau service d'accueil mobile de l'Office de Tourisme du Pays du Haut-Doubs. Un projet 100% identitaire, axé sur le local, et ayant vocation à valoriser la gastronomie, le terroir, les savoir-faire, les activités et animations du Haut-Doubs. Véritable outil à destination des habitants, excursionnistes et touristes, « Ô Doubs mobile » sillonne les routes du Haut-Doubs depuis début juillet 2022.

Objectifs : accueillir et informer, promouvoir la destination Haut-Doubs sur son territoire et en-dehors, animer et fédérer.

Suivez l'actualité de « Ô Doubs mobile » sur les réseaux sociaux : #odoubsmobile

Pour en savoir plus : <https://www.destination-haut-doubs.com/o-doubs-accueil-mobile.html>

### PILOT

- ↳ La saison estivale a permis de faire le tour des fiches PiLOT : toutes les fiches ITT créées en 2020 et 2021 ont été abondées par les données disponibles sur l'INSEE à savoir le nombre d'habitants et le nombre de lits non marchands connus.
- ↳ Il est demandé aux structures de déposer les fichiers « preuves » dans le coffre des pièces afin que nous puissions les aider à préremplir les fiches le plus rapidement possible.
- ↳ **Le 14 septembre** : Félix Labonne présentera l'outil Evaluametriz Tempo qui peut être en lien avec PiLOT dans la mesure du temps de travail par missions et/ou projets pour chaque salarié.

### QUALITÉ

- ↳ **Le 20 septembre** : Journée Qualité Tourisme à la Citadelle de Besançon / salle de la Chapelle de 9h à 16h30.

Le programme est construit autour de la réflexion que l'on peut apporter sur cette démarche

Les intervenantes seront **Céline GEY d'ADN Tourisme** et **Sophie MOREAU de We Bloom**.

L'objectif de cette journée est d'amener des infos pour les OT intéressés par la démarche et remobiliser les labellisés. Seul le repas est à la charge des participants.

- ↳ **Audits mystères croisés entre Office de Tourisme**

La MASCOT met en place pour la première année un dispositif d'évaluation en interne dans le réseau des Offices de Tourisme de Bourgogne-Franche-Comté. Cette "auto-évaluation" a pour but de favoriser le partage d'expérience, l'animation du réseau ainsi que la connaissance du territoire régional.

Les audits se baseront sur le référentiel d'audit mystère édité par la DGE et ADN Tourisme.

Les données seront compilées dans l'outil Ancodéa mis à disposition gratuitement par la MASCOT au réseau.

## LES CONFIDENCES

- ↳ Depuis mi-juin le projet des Confidences est de retour.

Phase 2 : qualification de la donnée en lien avec les Offices de Tourisme qui ont participé à la phase pilote.

Cette phase 2 consiste à modérer les Confidences, qui ont été récoltées pendant les ateliers animés par les Agitateurs, afin de les rendre disponibles pour diffusion au niveau des territoires mais également au niveau de la région. Ceux-ci vont recevoir individuellement par visio, une formation à la modération.

### 30 Offices ont participé aux ateliers de collecte en 2020 :

- ↳ **12 Offices** sont d'ores et déjà formés à la modération des Confidences dans Décibelles Data.
- ↳ **4 Offices** seront formés à la modération en septembre.
- ↳ **14 Offices** restent à former d'ici fin 2022.

A ce jour, **862 Confidences** sont saisies dans **Décibelles Data**. **299** sont validées pour diffusion.

Pour la diffusion régionale, un partenariat avec Bourgogne Magazine et Cœur de Comtois avait été conclu en 2021 pour réécrire les textes des Confidences.

82 Confidences de différents territoires ont été publiées entre mai et décembre 2021.

Ce partenariat est reconduit en 2022 pour parution dans les 2 prochains numéros de Bourgogne Magazine et Cœur de Comtois.

## FORMATION

- ↳ **Le 6 septembre** : commission Formation MASCOT en visio.

### Ordre du jour :

- Point sur le plan de formation 2022
- Recenser les besoins en formation des Offices de tourisme pour 2023.

- ↳ **Le 17 octobre** : début du parcours de formation « Les clés d'une stratégie de communication réussie pour son territoire »

Cette formation est ouverte aux salariés des Offices de Tourisme, CRT et ADT.

**Date limite des inscriptions le 9 septembre.**

[Voir le programme de formation](#)

Il est encore possible de s'inscrire !

Contact : Céline Barbier / [c.barbier@mascotbfc.com](mailto:c.barbier@mascotbfc.com)



## 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.

### 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.