

LA FABRIQUE A SITES

- ↳ **Le Parc Naturel Régional du Morvan** : les maquettes d'intention du site du Parc Naturel Régional du Morvan ont été validées. Le design de l'ensemble du site peut se poursuivre
- ↳ **OT Haut-Jura Saint-Claude** : le site est passé en pré-production. L'équipe de l'OT a été formée au back-office et à l'écriture web.
- ↳ La mise en ligne des calendriers de disponibilité est à présent disponible dans la FAS. Le 1er site à l'intégrer est l'OT Luxeuil-les-Bains.

DÉCIBELLES DATA

- ↳ Le réseau des POTES (Pionnier Ordinaire de la Transition Ecologique) co-animé par la Région et Energy-Cities, a choisi Décibelles Data pour référencer les événements proposés dans le cadre de la Route des POTES qui vise à faire découvrir toute l'année les lieux et initiatives de transition écologique des POTES de Bourgogne-Franche-Comté.
- ↳ **Le 28 avril** a eu lieu la seconde réunion du comité technique Décibelles Data.

COMMUNICATION CORPORATE

- ↳ **Parution du rapport d'activités 2022**
Le rapport d'activités 2022 paraîtra pour l'Assemblée Générale. Il sera édité à 500 exemplaires.

RÉUNIONS STATUTAIRES 2023

- 4 mai** : Assemblée Générale de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme à Dijon
- 23 mai** : Conseil d'Administration de la MASCOT
- 5 octobre** : Conseil d'Administration de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme

AGENDA

- 3 mai** : réunion bilan entre BFC Tourisme et Grand Besançon Métropole pour la destination Montagnes du Jura
- 5 mai** : comité opérationnel Vosges du Sud
- 10 mai** : comité opérationnel Montagnes du Jura
- 10 & 11 mai** : congrès ADN Tourisme « Convention Nationale de L'Hospitalité 2023 »
- 23 mai** : CODIR digital
- 24 mai** : CODIR

ARRIVÉES

Bastien AUBRY, arrivera le 15 mai en remplacement d'Héloïse HENRIET.

Alma CLERGUE sera en stage sur le site de Besançon, au sein du service Marketing Destinations du 15 mai au 9 juin, notamment pour le dispositif de communication Sortez Chez Vous. Alma est étudiante en 1^{ère} année de BUT Information-Communication / parcours publicité à l'Université de Besançon.

À DESTINATION DES HABITANTS

COMMUNICATION ONLINE & RESEAUX SOCIAUX

RAPPEL : des actions de communication online seront menées tout au long de l'année 2023 afin d'augmenter le trafic sur le site et faire que le site bourgognefranchecomte.com devienne un réflexe chez les habitants de la région. Ces actions cibleront les familles, les groupes d'amis de Bourgogne-Franche-Comté

- **Lancement de la campagne printemps/été : idées week-ends et sorties pour les beaux jours**
20 idées week-end dans la région viennent d'être rédigées et seront valorisées dans le cadre de cette campagne de mai à juillet.
 - Campagne google ADS
 - Campagne social média [posts 100 % (Instant expérience, post lien en A/B testing et post thématiques avec un renvoi vers les pages HUB) + communication organique sponsorisée sur Facebook et sur Instagram]
 - Bannière sur le site MOBIGO
- **Les posts de ce mois-ci en bref : (liste non-exhaustive)**
 - Focus sur notre nouveau TOP des 6 applications à avoir sur son téléphone pour découvrir la région --> <https://www.bourgognefranchecomte.com/la-region-dans-la-poche/>
 - Mise en avant de la Vélo Gourmande sur Facebook
 - Partage du Podcast Artips sur les Hospices de Beaune via une publication Facebook
 - Zoom sur le Spectacle 1900 du Château de Digoine
 - Rendez-vous aux jardins avec un zoom sur la Saline Royale

PASS DÉCOUVERTE RÉGIONAL

- **Du 15 au 21 mai** : campagne d'affichage dans différentes gares régionales pour faire la promotion du Pass Découverte. Les gares concernées : Le Creusot TGV, Dijon Ville, Dole Ville, Mâcon, Auxerre Saint-Gervais, Mâcon Loché TGV, Besançon TGV, Besançon Viotte et Montbéliard.
- **De nouveaux partenaires rejoignent le Pass découverte** :
 - Le Parc Buffon (21)
 - L'Escape room (21)
 - Active Tours pour la location de trottinettes électriques (21)
- Mise en ligne d'idées week-end à faire avec le Pass Découverte pour inciter les détenteurs à l'utiliser :
 - www.bourgognefranchecomte.com/48h-au-fil-du-doubs
 - www.bourgognefranchecomte.com/weekend-vosges-du-sud
 - www.bourgognefranchecomte.com/echappée-au-pays-des-cascades-et-du-comte
 - www.bourgognefranchecomte.com/sur-les-traces-du-lion
 - www.bourgognefranchecomte.com/bourgogne-sud
 - www.bourgognefranchecomte.com/auxois
- Mise en place d'un partenariat avec France Bleu Besançon pour faire gagner 8 lots de 2 Pass Découverte annuels pendant les vacances d'avril & les ponts du mois de mai.
- Mise en place d'une campagne Google Ads pour assurer un affichage en pole position du site du Pass Découverte dans les requêtes des internautes
- Création de nouveaux visuels dédiés au Pass Découverte (pour des insertions publicitaires).
- **Le 6 avril**, une newsletter dédiée au Pass Découverte a été envoyée aux abonnés Sortez Chez Vous en BFC **voir la newsletter ici**
 - Fichier : 39 281 abonnés Sortez Chez Vous en BFC
 - Taux d'ouverture : 22,55%
 - Taux de clic : 2,90%
 - Taux de réactivité : 14,55%

Cette newsletter a généré 293 visites sur le site du Pass Découverte.

À DESTINATION DES HABITANTS

PRODUCTION DE CONTENUS

- Création de contenus sur la page Oenotourisme :
 - <https://www.bourgognefranchecomte.com/cite-des-climats-et-des-vins-de-bourgogne/>
 - <https://www.bourgognefranchecomte.com/nouvelles-adresses/>

FANTASTIC PICNIC – 9 et 10 septembre 2023

- Ouverture des inscriptions pour participer à l'événement FANTASTIC PICNIC auprès des partenaires
CONCEPT : proposer un événement dédié à la fois au tourisme et à la gastronomie, à ses acteurs et à ses savoir-faire.

OBJECTIF : faire découvrir la Bourgogne-Franche-Comté à ses habitants ! En proposant un événement :

- Fédérateur et emblématique de la région
- Propice à une excursion à la journée ou à un week-end

DÉNOMINATEURS COMMUNS :

- Les produits régionaux, l'originalité de leur mise en scène
- Un lieu à découvrir autrement / diversité du territoire
- Un événement durable
- Le vivre ensemble dans SA région

Afin de participer à cet événement, les prestataires devront être adhérents à BFC Tourisme et répondre au cahier des charges prévu.

BFC Tourisme assurera la coordination et la promotion de l'événement global au niveau régional.

VIE DU COLLECTIF

- **Le 3 mai** : réunion bilan 2022 et actions 2023 avec Grand Besançon Métropole en présence de Patrick AYACHE et Anne VIGNOT.
- **Le 5 mai** : Instant Montagnon #2 en présentiel à Champagnole
- **Le 9 mai** : réunion de lancement du Guide de l'éco-voyageur du massif du Jura par les CPIE du Haut Doubs et du Haut Jura.
- **Le 10 mai** : Comité Opérationnel
- **Le 16 mai** : rendez-vous terrain avec l'OT de Bourg-en-Bresse

COMMUNICATION ONLINE

▪ SITE WEB

La home page www.montagnes-du-jura.fr passera en mode «Été» début mai.

▪ CAMPAGNE PRINTEMPS

Entre le début de la campagne le 3 mars et le 20 avril, la campagne a généré plus de 35 000 visites sur le site de la marque. On comptabilise 935 intérêts partenaires (2,67 % taux d'intérêts), 1 477 intérêts brochure (4,21% taux d'intérêts), 55 inscriptions à la Eletter.

En volume c'est Facebook qui génère le plus de sessions, et en termes de qualité de trafic c'est la campagne Google ads qui performe avec une durée moyenne de 2min20 sur le site et un taux d'intérêts partenaire et d'intérêt brochure excellent (6,82% et 8,6%). On constate que la campagne de fidélisation (des internautes qui ont déjà identifié la destination) obtient de très bons résultats, les indicateurs liés à la conversion sont excellents. En mai de nouveaux formats social média seront lancés, ce qui devrait booster encore le trafic du site

▪ CAMPAGNE SEA ÉTÉ

Lancée le 29 mars, la campagne Google ads a généré au 20 avril plus de 2 600 visites sur le site de la marque.

Le temps passé sur le site est de 2min12 avec un taux de rebond de 50%.

Le site de la marque arrive à se positionner sur des requêtes générales telles que " Idées Vacances famille" et "Idées vacances été", une belle perf. En social ads, les leviers utilisés pour le printemps seront analysés et relancés pour pousser l'été.

CAMPAGNE ETE FRANCE MONTAGNES

Dès le 15 mai jusqu'au 30 juin

- Dispositif TV sur BFM (spot de 20 secondes)
- Dispositif social media
- Dispositif digital
- Volet influence sur la thématique de l'itinérance (5 rushs de 20 sec + 10 photos pour MDJ)
- Dispositif SNCF Connect
- Dispositif Tripadvisor
- Dispositif Citizenkid (1 article dédié aux MDJ) pour valoriser l'offre famille

COMMUNICATION ONLINE

• EQUIPE MAG SPECIAL OUTDOOR DU 27 MAI reporté au 3 JUIN

Publication d'un article dédié à la marque dans la rubrique Battle du spécial outdoor de l'Equipe. Il s'agit d'un portrait croisé entre les Montagnes du Jura et le Vercors à travers 12 points de comparaison. Une insertion pub pleine page complétera le dispositif.

RESEAUX SOCIAUX

- **PHASE 2 DE LA CAMPAGNE PRINTEMPS**
4 posts lien avec renvoi vers chaque landing hébergement (famille, insolite, écoreponsable et pleine nature).
Sponsorisation de posts Facebook et Instagram.

PRODUCTION DE CONTENUS

- **CO-PRODUCTION D'UNE AVENTURE AVEC LA MARQUE AYAQ**
Les Montagnes du Jura s'associe à la marque éco responsable Ayaq développée dans les MDJ par l'ancien biathlète Vincent DEFRAISNE pour co produire du contenu photo/vidéo.
Ayaq lance un jeu concours sur les réseaux sociaux pour faire gagner une randonnée de 3 jours dans les Montagnes du Jura.
L'ensemble du week-end fera l'objet d'une captation vidéo : 1 film "aventure" de 20min + déclinaison en posts instagram ou Reels + photos.
Objectifs
 - Mutualisation de création de contenus avec un "ambassadeur" de la marque,
 - Bénéficiaire du relais de communication fait par Ayaq auprès d'une cible outdoor,
 - Travailler le portage de la marque sur le massif par un ancien champion du massif.
Le projet répond au positionnement « Petites et Grandes explorations » car il est question d'une aventure et la marque Ayaq est une marque éco-conçue ce qui correspond aux valeurs de la marque Montagnes du Jura.

COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

FILIERE AFFAIRES

- Nouveaux partenaires mis en ligne sur seminaires.bourgognefranche-comte.com
Lieux de séminaires
Daudey Organisation à Bart – [voir la fiche](#)

FILIERE TRAIL

- **CAMPAGNE DE LEADS FACEBOOK DU 30 MARS AU 18 AVRIL**
Objectif : recruter de nouveaux contacts sur Facebook pour augmenter la base de prospects du fichier Eletter Grand Public trail.
Résultat : 750 prospects récoltés. Le fichier de prospects s'élève donc désormais à plus de 1300 contacts.
Côté site web de la destination, la campagne a généré 395 visites, un taux de rebond de 65% et une durée moyenne de visite de 1min16.

RELATIONS PRESSE

BELGIQUE

- **Du 11 au 14 mai** : accueil du magazine scientifique EOS.
Thématique de l'accueil : Pasteur et le vin

FRANCE

- Envoi d'un communiqué de presse « Activités outdoor Loue-Lison et secteur Saint-Claude ».
- Envoi d'une brève « Trail au printemps »

RETOUR SUR ...

- **Le 30 mars** : envoi de la Eletter « **Profitez des ponts de mai** » à 61 362 destinataires. 15,14 % taux d'ouverture.
[Voir la enews](#)
- **Le 20 avril** : envoi de la Eletter le 20 avril « **Des vacances rafraichissantes** » à 61469 destinataires - 13,56% taux d'ouverture
[Voir la enews](#)
- Résultats du push mail "**La Bourgogne et les Montagnes du Jura pour vos groupes !**" envoyé à 127 prospects groupes français début avril - 29,92 % taux d'ouverture
- **Retombées presse Pays-Bas** : parution du guide Dominicus Alsace, Vosges, Jura 2023 : photo du fort des Rousses en couverture + insertion pub gratuite valorisant les nouveaux points noeud.
- **Le journal du Runner** : page de pub parue dans l'édition d'avril diffusion avec le magazine l'Equipe du 26 mars 2023 [voir ici](#)

LA BOURGOGNE



VIE DU COLLECTIF

- **Le 3 mai** : réunion en visio dédiée à la campagne 2023 « L'automne c'est la Bourgogne » avec tous les OT volontaires.

COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

- Poursuite du partenariat annuel avec **OK VOYAGE** le blogzine de voyage (audience moyenne / mois = 300.000 visiteurs).
En mai mise en ligne d'un article dédié aux idées de weekend en Bourgogne. [Lire l'article](#)
- Retour sur : [lire l'article](#) d'avril dédié au top 10 des châteaux en Bourgogne.

COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

PARTENARIAT EUROSTAR

- **Objectif**
Promouvoir la Bourgogne à l'automne auprès du public Eurostar en privilégiant une approche durable et reprendre la parole sur le marché britannique qui est en croissance.
- **Le dispositif en détail**
 - Insertion publicitaire dans le magazine METROPOLITAN (print à 40 000 ex)
1 page de pub dans le n° de printemps - paru en avril
 - 1 page de publiédactionnel dans le n° d'automne (parution prévue en septembre)
6 pages de rédaction "36h à ..." dédiées aux villes et à l'ouverture de La Cité des Climats et vins de Bourgogne
 - Campagne d'affichage sur écrans digitaux en gare de Londres Saint Pancras tout le mois de mai et tout le mois de septembre. Diffusion d'un clip de 10s sur L'Automne en Bourgogne
 - Envoi d'une newsletter comprenant un article dédié à La Bourgogne à 1.2 million de membres du Club Eurostar - envoyée en avril.

RESEAUX SOCIAUX

- La campagne lancée le 21 avril sur Facebook pour récolter des lead ads se poursuit jusqu'au 21 mai. Ce dispositif permettra de recueillir des prospects pour la base de données. Ils recevront ensuite la enews mensuelle de la marque avec toutes les actualités, bons plans et coups de cœur.

PRODUCTION DE CONTENUS

- Rédaction de nouveaux articles web + mise en ligne
Sur l'itinérance
 - ↳ [Randonnée pédestre : les grands itinéraires Le GR2 en Bourgogne : à pied au fil de la Seine](#)
 - ↳ [Randonnée pédestre : les grands itinéraires Via Cluny en Bourgogne : sur les traces des moines bâtisseurs](#)
 - ↳ [Randonnée pédestre : les grands itinéraires Le GR de Pays des Grands Crus de Bourgogne](#)
 - ↳ [Explorer la Bourgogne à vélo une aventure cyclable bucolique et spirituelle sur la V56](#)
- « 48H dans le Morvan entre amis » article coconstruit avec le PNR du Morvan
 - ↳ [Week-end entre amis à la découverte du Morvan](#)

COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

FILIERE AFFAIRES

- Nouveaux partenaires mis en ligne sur seminaires.bourgognefranche-comte.com
Lieux de séminaires
L'Espace Apogée à Prémery – [voir la fiche](#)
La Cuverie à Dijon – [voir la fiche](#)
Le circuit de Prenoix – [voir la fiche](#)
Agences événementielles
Soon Evenements à Dijon – [voir la fiche](#)

PROMOTION

- **Le 2 mai** : Formation des agents de l'agence réceptive **FRENCH SIDE TRAVEL** à l'offre touristique de Vézelay et des environs de Vézelay. (**action du Collectif Patrimoine**)

LA BOURGOGNE

RELATIONS PRESSE



ALLEMAGNE

- **Du 15 au 20 mai** : accueil du quotidien **FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG (FAZ)**,
Thématique de l'accueil : Colette et les Cités des Climats et vins de Bourgogne
- **Du 22 au 25 mai** : accueil de **Eva-Maria MAYRING** journaliste Freelance.
Thématique de l'accueil : art de vivre à la bourguignonne (Beaune / Meursault / Tournus / Mâcon/Beaujolais)
- Accueil de **DEUTSCHES HANDWEKSBLATT**.
Thématique de l'accueil : à la rencontre des producteurs et produits régionaux de Bourgogne, en suivant le chef de cuisine allemand Anthony Sarpong.



BELGIQUE

- **Le 16 mai** : Lancement de la Vallée de la Gastronomie en Belgique avec la région AURA et Provence Tourisme auprès de la presse et des prescripteurs tour operators et agences de voyages.
2 producteurs de La Bourgogne seront présents à nos côtés : La Maison aux Mille Truffes by L'Or Des Valois et les Maison Veuve Ambal / Prosper Maufoux/ André Delorme



FRANCE

- **Du 10 au 12 mai** : accueil de Traces Ecrites / www.tracesecritesnews.fr dans le cadre de notre partenariat avec ce media régional
Thématique de l'accueil : Sur les traces de Colette
- **Du 15 au 17 mai** : accueil de www.top-parents.fr
Thématique de l'accueil : à la découverte de Dijon
- **Du 30 mai au 4 juin** : accueil de Camping-Car Magazine
Thématique de l'accueil : découverte de l'Yonne et de la Saône-et-Loire



PAYS-BAS

- **Du 27 avril au 2 mai** : accueil du magazine **FIETSACTIEF**
Thématique de l'accueil : la V56
- **Du 29 mai au 1^{er} juin** : Accueil du magazine **WINELIFE**
Thématique de l'accueil : ouverture de La Cité des Climats et vins de Bourgogne

RETOUR SUR ...

- Résultats du push mail "**La Bourgogne et les Montagnes du Jura pour vos groupes !**" envoyé à 127 prospects groupes français début avril - 29,92 % taux d'ouverture
- **Retombées presse Pays-Bas** : suite au diner de presse qui s'est tenu à Amsterdam en novembre 2022, accueil du média en ligne www.grijsopreis.nl dans le Morvan du 24 au 26 avril.



VIE DU COLLECTIF

- **Le 5 mai** : comité opérationnel du Collectif Vosges du Sud à la Filature de Ronchamp

COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

- **CAMPAGNE DE PRINTEMPS EN ALLEMAGNE**
 - Prise de parole sur les réseaux sociaux en Allemagne (länders de proximité) renvoyant sur les pages de contenus sur le site Internet du Massif des Vosges avec l'agence Synergie Marketing

PRODUCTION DE CONTENUS

- Traduction des 10 pages de contenus (2 landing pages et 8 pages expériences) via Deepl en allemand pour disposer d'un espace d'atterrissage pour des campagnes et apporter des contenus aux clientèles allemandes.
- Lancement du tournage de vidéos, avec moins de contenus que prévu initialement, notamment au regard du budget dédié.
La contribution des membres du collectif réside surtout dans la réservation des prestations, le contact et la négociation avec les professionnels concernés.
- Les nouvelles cartes touristiques ont été livrées à Luxeuil-les-Bains et Belfort.

RETOUR SUR ...

- **Quelques résultats de la campagne printemps France**
 - Plus de 6 000 000 impressions sur la zone Hauts-de-France (dont 694 000 isolées sur le levier TV replay)
 - Plus de 9 000 visites sur le site Internet du Massif des Vosges issues des clics de la campagne Hauts-de-France (5 382 sur la page insolite, 3 780 sur la page spa-bien-être)
 - Plus de 600 vues uniques sur des contenus autres que la page d'atterrissage (parcours sur site), près de 200 clics identifiés sur des prises de contact partenaires ou des liens sortants et 237 téléchargements (brochures, tarifs, photos...).

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

VIE DU COLLECTIF

- Nouveaux partenaires mis en ligne sur seminaires.bourgognefranchecomte.com
Pour la destination La Bourgogne
 Lieux de séminaires
 L'Espace Apogée à Prémery – [voir la fiche](#)
 La Cuverie à Dijon – [voir la fiche](#)
 Le circuit de Prenoix – [voir la fiche](#)
 Agences événementielles
 Soon Evenements à Dijon – [voir la fiche](#)

- **Pour la destination Montagnes du Jura**
 Lieux de séminaires
 Daudey Organisation à Bart – [voir la fiche](#)

DEVELOPPEMENT

- Webinaire dédié au collectif affaires - 2 sujets abordés :
 - Présentation de la plateforme ARTIPS développement durable / animé par Catherine DEMOLY
 - Les bonnes pratiques sur LinkedIn et présentation du workplace / animé par Manon LEGROS**Ce webinaire prévu le 28 avril est reporté au 26 mai.**

- Finalisation des inscriptions pour les dispositifs Partoo et Fairguest

PROMOTION / COMMUNICATION

Site web seminaires.bourgognefranchecomte.com

- Mise à jour des contenus et optimisations :
 - Refonte des pages de destinations affaires selon les recommandations de l'agence Think My Web
 - Intégration des verbatims et création de nouveaux contenus marquant notre positionnement et la mise en avant des 3 marques de destination
 - Poursuite des développements suite à l'audit du site web
 - Mise en place de liens partenaires (netlinking) avec les membres du collectif affaires pour un renvoi depuis leur site respectif vers le site affaires.
 - Poursuite de la campagne SEA

Sites des marques de destination

- **Le 22 mai** : réunion de travail pour optimiser les contenus tourisme d'affaires

Promotion

- **Eductour MICE sur la destination affaires Mâcon** : invitation de 8 entreprises de Bourgogne-Franche-Comté à découvrir les infrastructures de tourisme d'affaires sur une journée (date à définir)

Communication

- Collecte des nouveautés des partenaires via un questionnaire Décibelles Data pour créer une E-brochure et communiquer sur nos différents supports
- Envoi courant mai d'une newsletter : Focus sur les séminaires insolites en Bourgogne-Franche-Comté

FILIÈRE TOURISME D'AFFAIRES

[RETOUR SUR ...](#)

LES CHIFFRES DU MOIS (15 mars au 15 avril)

- **POST LINKEDIN**

Partage de l'article « Travel and Meet » / post du 16 mars

385 impressions

10 réactions

3,64% Taux de clics - 6,49 % Taux d'engagement

Bilan Statistiques du Tourisme d'Affaires / post du 23 mars

690 impressions

29 réactions

11,59% Taux de clics - 16,23 % Taux d'engagement

Nos restaurants étoilés du club / post du 30 mars

A/B Testing : post organique (pas sponsorisé)

369 impressions

12 réactions

2,4% Taux de clics - 6,5 % Taux d'engagement

Nos nouveautés / post du 6 avril

14 101 impressions

33 réactions

5,3% Taux de clics - 11,5 % Taux d'engagement

Vidéo Bourgogne Aventure / post du 13 avril

269 impressions

7 réactions

3,35% Taux de clics - 6,32 % Taux d'engagement

- **FICHE GOOGLE MY BUSINESS** (du 1^{er} au 25 avril)

11 387 vues

857 actions (300 visites du site web, 8 appels, 549 demandes d'itinéraire)

1 354 recherches

FILIERE PATRIMOINE

VIE DU COLLECTIF

- **Le 12 mai** : réunion au Musée des Maisons Comtoises de Nancray du club utilisateurs de Guestviews pour dresser le bilan après 1 an d'utilisation + atelier de travail pour améliorer la visibilité de l'outil et faire augmenter le nombre de recueils d'avis clients.

DEVELOPPEMENT

- Finalisation des inscriptions pour les dispositifs Partoo et Fairguest

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

Destinations La Bourgogne

- **Le 2 mai** : Formation des agents de l'agence réceptive **FRENCH SIDE TRAVEL** à l'offre touristique de Vézelay et des environs de Vézelay.

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- **Du 10 au 13 mai** : voyage de repérage du TO MIRABILIBUS spécialisé Patrimoine.
- **MAGAZINE SECRET D'HISTOIRE** : parution courant mai d'un publiédactionnel « Sur les pas des ducs de Bourgogne : les secrets de la Toison d'Or ».

RETOUR SUR ...

- **PARTENARIAT AVEC** jaimemonpatrimoine.fr
[Lire l'article](#) d'avril dédié à l'archéologie
- [Lire l'article](#) dédié aux châteaux, paru sur detoursenfrance.fr

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE ITINERANCE

DEVELOPPEMENT

- **Le 3 mai** : réunion de travail sur l'amélioration du contenu digital itinérance.
- Finalisation des inscriptions pour les dispositifs Partoo et Fairquest
- Elaboration du "Guide de com" appelé également "Boîte à outil de l'itinérance". Guide pratique à destination des sociaux-pro concernant l'itinérance douce en BFC. (axe 4 sur Schéma Régional de l'itinérance).

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

Destination La Bourgogne

- Rédaction de nouveaux articles web + mise en ligne
 - ↳ **Sur l'itinérance**
 - ↳ [Randonnée pédestre : les grands itinéraires Le GR2 en Bourgogne : à pied au fil de la Seine](#)
 - ↳ [Randonnée pédestre : les grands itinéraires Via Cluny en Bourgogne : sur les traces des moines bâtisseurs](#)
 - ↳ [Randonnée pédestre : les grands itinéraires le GR de Pays des Grands Crus de Bourgogne](#)
 - ↳ [Explorer la Bourgogne à vélo une aventure cyclable bucolique et spirituelle sur la V56](#)
 - ↳ « **48H dans le Morvan entre amis** » article coconstruit avec le PNR du Morvan
 - ↳ [Week-end entre amis à la découverte du Morvan](#)

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- **Campagne Fluviale**
La campagne sur les réseaux sociaux via des posts sponsorisés avec 1 Instant Expérience global avec valorisation des canaux, des bonnes pratiques et mise en avant des loueurs prendra fin début mai.

COMITÉS D'ITINÉRAIRE

GTMC

- **Le 2 mai** : réunion de mise au point du PAC avec IPAMAC



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE OENOTOURISME

VIE DU COLLECTIF

- **Fascinant Week-End** : suivi des offres "Fascinant Week-End" de l'ensemble des destinations Vignobles & Découvertes de Bourgogne et Jura avec le club des destinations Vignobles & Découvertes. L'objectif principal est que toutes les destinations œnotouristiques participent.
-

DEVELOPPEMENT

- Finalisation des inscriptions pour les dispositifs Partoo et Fairguest
 - **Le 2 mai** : point étape étude positionnement marketing avec focus marketing pour faire une première conclusion des ateliers qui se sont déroulé fin mars et travailler sur un benchmark des différents positionnements des vignobles français et/ou étrangers.
 - **Le 3 mai** : point avec Think My Web pour définir et améliorer les contenus de la filière œnotourisme qui doivent apparaitre sur les sites de destinations de BFC Tourisme (La Bourgogne, Sortez chez vous et Montagnes du Jura)
 - En collaboration avec la fédération Vignobles & Découvertes, faire remonter l'ensemble des destinations de Bourgogne et du Jura sur le site internet du Fascinant Week-End
-

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- Création et mise en ligne de 6 articles en FR et GB dédiés aux nouveaux membres du collectif œnotourisme sur visitfrenchwine.com



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE GASTRONOMIE

VIE DU COLLECTIF

- **Le 3 mai** : comité éditorial, choix des offres à pousser sur les réseaux sociaux et rédaction des posts

DEVELOPPEMENT

- Distribution de la carte touristique de la Vallée de la Gastronomie auprès des Offices de Tourisme pour une redistribution dans leurs bureaux d'informations touristiques. Beaune : 500 cartes, Gevrey-Nuits : 250 cartes, Dijon : 500 cartes.

PROMOTION



BELGIQUE

- **Le 16 mai** : Lancement de la Vallée de la Gastronomie en Belgique avec la région AURA et Provence Tourisme auprès de la presse et des prescripteurs tour operators et agences de voyages. 2 producteurs de La Bourgogne seront présents à nos côtés : La Maison aux Mille Truffes by L'Or Des Valois et les Maison Veuve Ambal / Prosper Maufoux/ André Delorme



JAPON

- **Du 29 mai au 2 juin** : lancement de la Vallée de la Gastronomie à Tokyo et Osaka auprès de la presse et des prescripteurs tour operators et agences de voyages. Au menu : séminaire de formation BtoB, conférence de presse, démarchage BtoB en collaboration avec nos collègues d'Auvergne Rhône Alpes Tourisme. 4 partenaires proposant des offres gourmandes ou des expériences remarquables nous accompagneront : l'Office de Tourisme de Dijon Métropole, le domaine Fleurot Larose de Santenay, le Relais Bernard Loiseau ainsi que les Routes du Comté.

RETOUR SUR ...

- Choix d'une nouvelle agence pour nous accompagner sur la communication (création d'un objet identitaire, réflexion sur une déclinaison par la marque par territoire, renouvellement du document carte, ...) de la Vallée de la Gastronomie et d'un nouveau photographe pour shooter les acteurs de la Vallée de la Gastronomie.

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

OBSERVATION / ORT

CONJONCTURE

- Sortie de l'édition 2023 du Mémento du Tourisme
- Sortie de l'édition 2023 des Chiffres clés du Tourisme en Bourgogne-Franche-Comté

RETOUR SUR ...

- **Le 18 avril** : participation à la journée d'échanges professionnels dédiée à la mesure de la fréquentation des sites professionnels organisée par le ministère de la Culture

INGENIERIE / DELEGATION ATOUT FRANCE

PLAN AVENIR MONTAGNE

- **Le 2 mai** : comité technique du Haut-jura
- **Le 5 mai** : atelier participatif : état des lieux et développement d'une offre touristique liée aux savoir-faire - PNR Doubs Horloger

FRANCE TOURISME INGENIERIE

- **Le 9 mai** : visite de l'Abbaye de Cîteaux afin de permettre d'inscrire leur projet de réhabilitation du Définitoire et la mise en tourisme du lieu dans l'accompagnement France Tourisme Ingénierie
- **Le 25 mai** : visite du Château de Montbéliard dans le cadre de l'étude de positionnement touristique pour le projet de transformation du Logis des Gentilshommes
- **Le 17 mai** : date limite de réponse à l'appel d'offres pour l'étude d'identification des marchés étrangers prioritaires

RETOUR SUR ...

- **Le 20 avril** : organisation d'une réunion avec Atout France et la Cité des Vins afin de réfléchir ensemble à une méthodologie permettant de mesurer l'impact de l'ouverture des Cités sur leur territoire.

QUALITE TOURISME

Audits Qualité Tourisme d'hôtels et restaurants

- **Le 4 mai** : Le Grand Hôtel à Bourbon-Lancy (58)
- **Le 9 mai** : Restaurant du Domaine Park et Grill à Couches (71)
- **Le 16 mai** : Hôtel-restaurant La Pomme d'Or à La Charité-sur-Loire (58)

TOURISME DURABLE

- **Le 9 mai** : réunion de lancement du Guide de l'éco-voyageur du massif du Jura par les CPIE du Haut Doubs et du Haut Jura.
Ce guide ambitionne de proposer aux visiteurs (en amont et pendant le séjour) de découvrir les Montagnes du Jura dans une démarche d'éco-tourisme et de « voyager autrement » : dans le respect de l'environnement et des particularismes locaux.

VIE STATUTAIRE

- ↳ **Le 23 mai** : Conseil d'Administration en hybride



ACCOMPAGNEMENT DES OT

PILOT

- ↳ Les rendez-vous de mai :
 - **Le 2 mai** : atelier ISEC (Indices Socio-Economiques Clés)
 - **Le 9 mai** : atelier national de saisie des ITT (Indice de Touristicité Territorial)
 - **Le 12 mai** : Vendredi piLOT
 - **Les 25 et 26 mai** : atelier d'exploitation des ISEC

QUALITÉ TOURISME

- ↳ Visites Mystères Croisées
Fin d'inscription pour les visites mystères croisées entre Offices de Tourisme volontaires. 10 salariés s'exerceront à être auditeur mystères pendant la saison afin d'apporter leur point de vue et conseils à leurs pairs.

Un questionnaire sera envoyé afin de récolter les thèmes prioritaires à travailler en journée Qualité Tourisme et pour les derniers webinaires de 2023. Des thèmes prédéfinis par le Club Qualité seront mis au vote. Les Offices de Tourisme pourront aussi faire remonter leurs idées de thématiques à aborder.

CONFIDENCES

- ↳ **Le 2 mai** : atelier Confidences à l'Offices de Tourisme des 4 rivières
- ↳ **Le 4 mai** : Journée relai territorial
- ↳ **Le 4 mai** : présentation des Confidences en visio au CA de l'OT de Paray-le-Monial
- ↳ Poursuite de l'accompagnement des Offices de Tourisme contributeurs au travail de modération des textes afin de rendre les Confidences disponibles à la diffusion par les Offices de Tourisme, les départements et la région.
- ↳ Poursuite de l'essaimage en région et de la programmation d'ateliers de collecte.
- ↳ Partenariat avec la mission tourisme du département 71 afin de collecter des Confidences sur tous les territoires du département pour alimenter en Confidences la V2 de l'application "Route 71" qui va sortir en octobre 2023.

ACCOMPAGNEMENT DES OT

ATTRACTIVITÉ RÉSIDENIELLE

- ↳ Poursuite de l'intégration et de l'accompagnement des 23 Offices de Tourisme formés à l'attractivité résidentielle lors du Melting P'Ot du 23 mars.

FORMATION

- ↳ **LE PLAN DE FORMATION MASCOT 2023**
Formation des conseillers en séjour Tourisme et handicaps le 13 et 14 juin – il manque 4 inscrits adhérents AFDAS
Retrouvez le programme et inscrivez-vous jusqu'au 15 mai dernier délai [en cliquant sur ce lien](#)
- ↳ Formation "Techniques d'animation de réunions / ateliers" le 23 novembre – il manque 1 inscrit adhérent AFDA
- ↳ **FORMATION BOOSTER TOURISME**
Découvrez le programme de formation Booster Tourisme pour le mois de mai : [cliquer ici](#)

AUTRE ACTION

- ↳ **Les 10 et 11 mai** : participation au congrès ADN Tourisme « Convention Nationale de L'Hospitalité 2023 »



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.