

### LA FABRIQUE A SITES

- ↳ Les problèmes connus les 2 semaines passées sont à présents résolus.  
Le CRT a investi dans un 3ème serveur informatique permettant de mieux répartir la charge entre tous les clients de la Fabrique à sites.  
Cet investissement a donc permis de redonner plus de souffle en diminuant fortement les problèmes de lenteurs et/ou d'erreur lors des accès au back-office. De la même façon, les imports de données en provenance de Décibelles Data ont été optimisés afin de diminuer toujours plus la charge des serveurs.
- ↳ Thuria mène actuellement des travaux afin d'utiliser les flux allégés de Décibelles Data.  
L'idée est de réduire considérablement les temps de traitements, mais également de gagner un maximum de bande passante pour permettre aux sites de se concentrer sur la distribution de pages à destination des internautes.

### DÉCIBELLES DATA

- ↳ **Outil Qualité de la donnée**  
La plateforme nationale Data Tourisme, qui permet la diffusion en Open data des informations touristiques de toutes les régions françaises, a mis en place début 2023, l'outil « Qualité de la donnée » qui analyse le contenu d'une offre touristique « Mail, tarifs, Adresse... » et édite des rapports personnalisés. Cet outil qui a été présenté aux membres du Comité Technique sera mis à disposition des coordinateurs départementaux pour les aider à augmenter la qualité des informations saisies cet été.

### COMMUNICATION D'ENTREPRISE

#### SAVE THE DATE !

- ↳ **Le 16 novembre 2023** aura lieu **LA 2<sup>ÈME</sup> JOURNÉE PARTENARIALE DES MARQUES ET DES FILIÈRES DE BFC TOURISME** à Dijon Bourgogne Events à Dijon (Palais des Congrès de Dijon).  
Lors de cette journée, Bourgogne-Franche-Comté Tourisme réunit tous les adhérents des 3 marques de destinations : **La Bourgogne, Les Montagnes du Jura et Vosges du Sud** et des 4 filières régionales : **Itinérance, Cnotourisme, Patrimoine et Tourisme d'Affaires**.  
Ce sera l'occasion de dresser le bilan des actions menées en 2023 et d'échanger sur les nouveaux projets et les perspectives de chacun.

### RÉUNIONS STATUTAIRES 2023

**5 octobre** : Conseil d'Administration de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme

### AGENDA

**3 juillet** : audit externe de suivi ISO 9001 par TÜV Rheinland

**4 juillet** : déjeuner de presse à Paris pour présenter la campagne « L'automne, c'est La Bourgogne » 2023

**6 juillet** : rencontre trimestrielle avec les directeurs des Offices de Tourisme

7 juillet : CODIR

**28 juillet** : **Journée Fleurissement**

29 août :

### CONCOURS DES VILLES, VILLAGES ET MAISONS FLEURIS 2023

Cette année, 79 communes de Bourgogne-Franche-Comté recevront la visite des jurys départementaux.

**Département du Jura** – du 17 au 20 juillet / 15 communes visitées

**Département de l'Yonne** – du 17 au 20 juillet / 16 communes visitées

**Département de la Saône-et-Loire** - le 18 juillet / 1 commune visitée

**Département de la Haute-Saône** - du 18 au 21 juillet / 13 communes visitées

**Département du Territoire de Belfort** – du 24 au 27 juillet / 11 communes visitées

**Département du Doubs** – du 25 au 27 juillet / 13 communes visitées

**Département de la Côte d'Or** – du 25 au 27 juillet / 10 communes visitées

**28 juillet** : réunion de synthèse à Dole Authume avec tous les membres du jury ayant participé aux visites et Nathalie LABOSSE, présidente VVF

BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ TOURISME

JOURNÉE  
PARTENARIALE

DES MARQUES ET FILIÈRES

16  
NOVEMBRE  
2023

## À DESTINATION DES HABITANTS

### COMMUNICATION ONLINE & RESEAUX SOCIAUX

**RAPPEL** : des actions de communication online sont menées tout au long de l'année 2023 afin d'augmenter le trafic sur le site et afin que le site [bourgognefranchecomte.com](http://bourgognefranchecomte.com) devienne un réflexe chez les habitants de la région. Ces actions ciblent les familles, les groupes d'amis de Bourgogne-Franche-Comté.

#### ▪ SOCIAL MEDIA

- Partage de nouveaux Podcast Artips sur la Saline Royale & le Lion de Belfort
- Dans le cadre de notre campagne d'été, nous pousserons différentes idées week-end :

##### ↳ Sur Facebook :

- Début juillet : [week-end à deux dans la vallée de la Loue](#)
- Fin juillet : [escapade Historique dans l'Auxois](#)
- Début août : [2 jours autour de l'Or blanc du Jura \(un week-end UNESCO\)](#)
- Fin août : [2 jours pour une grande vadrouille](#)

##### ↳ Sur Instagram

- Début juillet : [un séjour épicurien à La Charité-sur-Loire \(un week-end UNESCO\)](#)
- Fin juillet : [week-end entre vignobles et reculées du Jura](#)
- Début août : [balade poétique en Bourgogne du Sud](#)
- Fin août : [la Dole-ce vita en famille](#)

#### NEWSLETTER

- Mi-juillet envoi d'une newsletter à notre base de prospects : focus sur les week-ends actifs : <https://www.bourgognefranchecomte.com/actif-riche-en-activites/>

### COMMUNICATION OFFLINE

#### ▪ PARTENARIAT FRANCE BLEU BOURGOGNE

Sortez Chez Vous s'invite sur France Bleu Bourgogne : tout l'été, pendant 9 semaines, chaque samedi matin, entre 9h et 10h, nous proposerons des idées sorties/weekends à l'attention des familles, des grands-parents avec petits enfants pour inviter les habitants à bouger en région, à environ 1h30 maximum autour de Dijon. Rendez-vous sur les antennes !

### FANTASTIC PICNIC

- Les inscriptions sont closes : environ 30 partenaires ont répondu positivement pour proposer un weekend festif dans toute la région. Le plan de communication se mettra en place à partir de la 2ème quinzaine d'août jusqu'à la date de l'événement.. Voir le contenu du plan de communication ci-dessous :
  - Sur [www.bourgognefranchecomte.com](http://www.bourgognefranchecomte.com) : tous les programmes seront à retrouver prochainement sur la page dédiée [Fantastic Picnic](#)
  - Campagne en social media et de posts organiques sponsorisés
  - Campagne de Google Ads
  - Envoi d'un communiqué auprès de la presse régionale
  - Envoi d'une newsletter dédiée à notre base de prospects
  - Diffusion de spots radio sur France Bleu
  - Campagnes de display via le réseau Centre France Pub, couvrant les territoires de l'Yonne et de la Nièvre, ainsi que sur le site pour des sorties en famille Kidiklik
  - Campagne de posts sponsorisés en social media via le groupe EBRA (Le Journal-de-Saône-et-Loire, le Bien Public, le Progrès, l'Est Républicain) couvrant les territoires de Saône-et-Loire, Côte-d'Or, Jura, Doubs, Haute-Saône et Territoire de Belfort.

## À DESTINATION DES HABITANTS

### PRODUCTION DE CONTENUS

- **Mise en ligne d'une nouvelle initiative régionale : [la Route des POTES](#)**  
Lancée le 17 juin 2023, la Route des POTES permet de faire connaître et rayonner des solutions régionales, des lieux originaux et des initiatives inspirantes de transition écologique.  
L'idée est de créer une sorte de parcours de découverte de la transition écologique, basé sur les initiatives des POTES. Un agenda de toutes les visites / manifestations est disponible et alimenté au quotidien via la base de données régionales Décibelles Data.
- **Refonte des pages dédiées aux sites Unesco : <https://www.bourgognefranche-comte.com/nos-bijoux-unesco/>**  
Cette refonte comprend un édito détaillé pour chaque site Unesco, 3 tops pour mieux découvrir les sites avec ciblage affinitaire (avec les enfants, en pleine nature, visites innovantes), la carte "Artips" pour tout savoir sur les sites Unesco.  
Un agenda dédié aux fêtes et manifestations proposées par les sites à également été mis en place. Celui-ci évolue chaque jour au gré des nouveaux événements créés dans la base de données régionales Décibelles Data.
- Rédaction et mise en ligne de 5 idées weekend dédiées aux sites UNESCO.  
[Un week-end de détente entre nature et traditions à l'Abbaye de Fontenay](#)  
[Un séjour épicurien à La Charité-sur-Loire](#)  
[2 jours au frais entre lacs et cascades](#) / découverte des sites palafittique  
[Un week-end champêtre autour de Ronchamp](#)  
[2 jours autour de l'Or blanc du Jura](#)

### PASS DÉCOUVERTE RÉGIONAL

- **Le 4 juillet** : 2ème rendez-vous du Club Utilisateurs avec les partenaires du Pass Découverte.  
Au programme : retour sur le plan d'action du dernier trimestre, rappel méthodologique pour scanner un Pass Découverte pour un adulte et un enfant accompagnant et temps d'échanges (questions/réponses)
- Mise en place de plusieurs e-mailing et notifications sur l'application du Pass Découverte :
  - ↳ A l'attention des détenteurs de Pass Découverte : tous les 15 jours, envoi d'information sur les idées week-end/sorties de l'été, les nouveautés, les événements...
  - ↳ A l'attention de ceux qui n'ont pas encore activé leur Pass Découverte : envoi d'un mail pour les inviter à le faire et à l'utiliser dans les sites de la région
  - ↳ A ceux qui viennent d'activer leur Pass Découverte : envoi d'un mail de bienvenue avec rappel de toutes les offres incluses dans le Pass Découverte, les idées week-end...
  - ↳ À ceux qui ont un Pass Découverte expiré : envoi d'un mail pour les inviter à racheter un nouveau Pass avec un tarif préférentiel de -10% sur ce nouvel achat
- Insertion publicitaire d'une page dans **LE MAGAZINE L'ESSENTIEL** - Édition de l'Indispensable. Diffusion dans toute la Franche-Comté et à Dijon, Beaune, Chalon, Mâcon.
- **Du 15 juillet au 15 août** : campagne Social Media sur Facebook et Instagram pour promouvoir le Pass Découverte avec un objectif de notoriété auprès des habitants.
- **PARTENARIAT AVEC FRANCE BLEU BOURGOGNE**  
Des Pass Découverte annuels seront offerts du lundi au vendredi tout l'été dans l'émission « jeux en meurette ».

## VIE DU COLLECTIF

- **Le 6 juillet** : 20 ans de la Ligne des Hirondelles à Saint-Claude / présence BFC Tourisme

## COMMUNICATION ONLINE

- **CAMPAGNE ÉTÉ EN DIGITAL**  
Au 22 juin la campagne a généré sur le site web de la marque
  - 23 323 visites
  - 606 intérêts partenaires
  - 1 185 intérêts brochures
  - 11 inscriptions Eletter
 En termes de conversion cette campagne obtient de bons résultats sur les mots clés « hébergements, week-end Jura (taux d'intérêts partenaires de 13,5%), week-end couple, week-end été. ».
- **CAMPAGNE ETE FRANCE MONTAGNES**  
Lancement du dispositif sur SNCF CONNECT  
**Les 27 et 28 juin** : accueil des influenceurs Bestjobers sur la Station Monts Jura.
- **PARTENARIAT LES OTHERS**  
Mise en ligne d'un article web dédié à l'aventure rando/bivouac en Pays Horloger et diffusion sur les réseaux sociaux du média.  
[Consultez l'article](#)

## RESEAUX SOCIAUX

- **CAMPAGNE ÉTÉ**  
La campagne lancée le 15 juin se poursuit en juillet.
  - 1 post lien renvoi vers landing
  - 1 post lien renvoi vers landing hébergement
  - 1 Instant Expérience
  - posts en organique et certains sponsorisés sur Facebook et Instagram, live Facebook, stories Instagram.
- **Campagne Tout un Monde et Vous !**  
Créer l'émulation et encourager les ambassadeurs, les socio-professionnels et ensuite les vacanciers à relayer la destination : c'est l'objectif de ce dispositif.  
Le concept : des acteurs du massif se sont filmés dans un lieu privilégié des Montagnes du Jura. Un spot dynamique sera diffusé prochainement sur les réseaux sociaux avec le hashtag **#toutunmondeetvous**.

## MARKETING

- **PORTAGE DE LA MARQUE**  
Cette année, l'un des enjeux de la destination est d'assurer le portage de la marque par l'ensemble des prestataires (et pas uniquement les institutionnels) du territoire.  
Si tous les partenaires du massif s'engagent à porter la marque de destination, cela garantira une visibilité considérable de la destination auprès du grand public.  
Afin de répondre à cet enjeu et faire connaître ce dispositif à tous, un espace dédié est accessible depuis [la page d'accueil du site professionnel](#).  
Le portage de la marque est également accessible depuis [la page Montagnes du Jura](#)

## COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

### FILIERE AFFAIRES

- Nouveau partenaire mis en ligne sur [seminaires.bourgognefranchecomte.com](http://seminaires.bourgognefranchecomte.com)  
Lieux de séminaires  
Les 3 Ponts à Cusance – [voir la fiche](#)

## PROMOTION



### PAYS-BAS

- **Du 29 juillet au 4 août : TestTour ASCI** dans le secteur d'Ornans et de Chézery-Forens.  
2 familles vont tester des activités et visiter les 2 territoires.  
Relais de ce TestTour via les réseaux sociaux ASCI et le magazine ACSI Freelif. C'est une belle opportunité de mise en avant des Montagnes du Jura auprès du public néerlandais  
Action à la suite du démarchage de fin 2022.

## RELATIONS PRESSE



### ALLEMAGNE

- **Du 5 au 8 juillet** : accueil de **Gunnar HERBST** en reportage pour l'hebdomadaire **STERN**.  
Thème de l'accueil : Grottes des MDJ et paysages karstiques (gouffre de Poudrey, grotte des Moidons, le sentier karstique de Merey Sous Montrond, Nans Sous Sainte Anne et Baume Les Messieurs).



### BELGIQUE

- **Les 8 et 9 août** : accueil de **Christian FARINONE** pour **THE BRUSSELS MAGAZINE**,  
Thème de l'accueil : le château de Joux et le lac de Malbuisson dont les Rives Sauvages



### FRANCE

- **Du 1<sup>er</sup> au 8 juillet** : accueil de **Philippe BOURGET** journaliste et **Gilles LANSARD** photographe pour le magazine **DETOURS EN FRANCE** pour un spécial Montagnes du Jura à paraître à l'automne 2024 pour valoriser le territoire des MDJ à l'automne. Un second accueil est prévu en septembre.  
Villes découvertes en juillet : Besançon, Dole, Montbéliard et Belfort (pour VDS)..
- **Du 17 au 19 juillet** : accueil de **Gilles PUDLOWSKI** pour son blog culinaire <http://www.gillespudlowski.com/> en partenariat avec Jura Tourisme



### PAYS-BAS

- **Du 7 au 9 juillet** : accueil de **Stijn KANTERS** pour <https://cyclingdestination.cc/>, site web dédié aux amateurs de vélo sportif. En partenariat avec France Montagnes.  
Thématique de l'accueil : la GTJ à vélo, partie sud.

## PRODUCTION DE CONTENUS

- Poursuite de la production de nouveaux contenus web sur le site de la marque Montagnes du Jura + mise en ligne.
  - Culture et Patrimoine Franco-Suisse [voir ici](#)
  - Pontarlier, capitale du Haut Doubs [voir ici](#)
  - Station des Rousses en été : [voir ici](#)
- Tournage de 2 nouveaux 48h à sur les territoires Haut Jura Arcade (Morez) et Portes du Jura.
- Tournage d'1 48h à cheval sur les destinations Besançon / Loue Lison.

## RETOUR SUR ...

- Suite accueil de **Hans FARJON** en 2022 (journaliste néerlandais) parution d'un article de 5 pages dans le magazine **WANDEL** sur l'itinéraire de la Via Salina (article disponible sur demande en PDF).
- Filière patrimoine : envoi d'un communiqué de presse à une sélection de journalistes culture. Thématique "3 nouveautés dans les sites Unesco" : le Centre Lumières de la Saline Royale, le musée de la Résistance et de la déportation de la Citadelle et La Cités des Climats et vins de Bourgogne (dans le cadre des Climats du vignoble de Bourgogne).
- **le 14 juin** : l'anniversaire de la marque à Poligny : [lire l'actu](#)
- **Le 16 juin** : Live Facebook en pays Horloger secteur Morteau : 13 500 de couverture
- Spécial Outdoor 2023 de **L'EQUIPE** : insertion pub et dossier éditorial [voir ci-après](#)



**SPECIAL** OUTDOOR

## Jura vs Vercors, des montagnes douces bien au-dessus de la moyenne

Superficie mise à part, une vraie ressemblance rapproche ces massifs : altitudes, paysages reposants de forêts et de pâturages, ou vertigineux parfois, nature préservée propice à toutes les aventures...

PAR BENOÎT RICHESSE

**Villard-de-Lans**

**LE CAMP DE BASE**

Au cœur des forêts et pâturages du Parc naturel régional du Haut-Jura, le village des Rousses regroupe un grand nombre d'activités, rando (500 km), golf (deux 18 trous), nautisme (2 lacs et une base nautique), équitation (2 centres)... Une montagne douce par excellence. [montagnes-du-jura.fr](http://montagnes-du-jura.fr)

Centre névralgique du Vercors, avec ses nombreux commerces et infrastructures, Villard-de-Lans est le point de départ pour rayonner sur l'ensemble du territoire du Parc naturel régional du Vercors, à travers des paysages dominés par l'ombrière de grande Montagne (2 284 m). [villardde-lans.com](http://villardde-lans.com)

**Les crêtes du Jura**

**L'ITINÉRAIRE**

Avant d'atteindre les 420 km de la Grande Traversée du Jura, mettez-vous en garde sur une randonnée de trois jours. Départ de La Mure, arrivés à l'étape en passant par les crêtes, avec chute à La Fraissin, puis Mijoux. Un itinéraire de 45 km à retracer sur [lesheries.com](http://lesheries.com)

**Haute Chaîne du Jura**

**LA RÉSERVE NATURELLE NATIONALE (RNN)**

Entre 500 m et 1 200 m d'altitude, la RNN de la Haute Chaîne du Jura occupe 11 000 ha entre le Rhône et la Dôle. Les activités sportives y sont règlementées, certaines zones interdites même à la randonnée jusqu'au 30 juin. [le-haut-jura.fr](http://le-haut-jura.fr)

**Petite Moucherolle**

**LA RANDONNÉE**

Illy, Neflay, Pétit et Grand Maillu, Quatre Lacs, quatre colères, public agneau, Turquoise et Kaki. Pour les admirer, la randonnée du Pic de Kaki s'étire sur 30 km au départ de La Chaux-du-Dombief en passant par trois bivouacs, 333 m de dénivelé, niveau moyen. [marches-du-jura.fr](http://marches-du-jura.fr)

**900 km de pistes de VTT dans le Vercors**

**LA BOUCLE VTT**

44 parcours à la journée composent le Jurassico Vêtu Tours. Celui dit des Deux Sources (de la Saine et du Doubs) totalise 52,3 km au départ de La Chapelle-des-Bois via la cascade du Bief Bricoteau. Difficulté moyenne, 4h30. [jurassico.com](http://jurassico.com)

**Pas de la Balme dans le Vercors**

**LA MICRO AVENTURE**

Depuis Correconc-en-Vercors, une randonnée permet d'accéder en 2h30 à la Petite Moucherolle (2 156 m) par les pâturages de Combessines et les Lapias. Au sommet, le dénivelé porte à 330m sur les hauts plateaux du Vercors et les Alpes du Nord. Départ au Champagnat, [vercors.fr](http://vercors.fr)

**Le Grand Colombier**

**LA BOUCLE CYCLO**

En Vercors, trois sites VTT labellisés FFC totalisent 800 km de pistes. Don't le parcours des Clapiers Nave (7h30) au départ d'Aurans, sept VTT et techniques, emprunte la ValléeVercors, puis grince dans les forêts et côtes les fatigantes, 42 km, 1 297 m de dénivelé. [statauto-estuaire.fr](http://statauto-estuaire.fr)

Securité en pleine nature, utilisation de carte et boussole, purification de l'eau, reconnaissance des plantes comestibles... Pour acquiescer ces techniques, Sylvain France a imaginé des ateliers ludiques d'une demi-journée (120€/groupe) à 7 jours les journées (145€/pers.). [montagnevercors.com](http://montagnevercors.com)

Les accompagnateurs en montagne de Peak Met proposent une multitude d'activités, soit en bivouac, insulaire ou (on apprend toutes les techniques de survie en pleine nature. Y compris comment se laver sans utiliser les toilettes). 2 jours, tarif sur mesure. [peakmet.com](http://peakmet.com)

20

21

# LA BOURGOGNE



## VIE DU COLLECTIF

- **Le 4 juillet** : déjeuner de presse à Paris pour présenter la campagne « L'automne, c'est La Bourgogne » 2023.
- **Le 29 août** : réunion dédiée à la campagne 2023 « L'automne, c'est La Bourgogne » 2023 avec les ADTs et tous les OT de la destination (en visio).

## MARKETING

### PORTAGE DE LA MARQUE

Cette année, l'un des enjeux de la destination est d'assurer le portage de la marque par l'ensemble des prestataires (et pas uniquement les institutionnels) de La Bourgogne.

Si tous les partenaires de La Bourgogne s'engagent à porter la marque de destination, cela garantira une visibilité considérable de la destination auprès du grand public.

Afin de répondre à cet enjeu et faire connaître ce dispositif à tous, un espace dédié est accessible depuis [la page d'accueil du site professionnel](#).

Le portage de la marque est également accessible depuis [la page La Bourgogne](#)

## COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

### CAMPAGNE "L'AUTOMNE C'EST LA BOURGOGNE" 2023

- Dans le cadre de la campagne "[L'Automne c'est La Bourgogne](#)" 2023, des landing pages ont été créées et des contenus du site mis à jour, afin de pousser les offres qualifiées des socio-professionnels :
  - Week-ends de septembre, sous le signe de l'été indien / [voir ici](#)
  - Hébergements été indien / [voir ici](#)
  - Nos idées pour visiter La Bourgogne en automne / [voir ici](#)
  - Nos adresses coup de cœur à l'automne / [voir ici](#)
  - Vivre de belles vacances de la Toussaint / [voir ici](#)
- **L'audit des contenus** sur le site internet de la destination, lié aux filières thématiques patrimoine, itinérance et œnotourisme / gastronomie a permis de relever quelques manques et des ajustements seront effectués afin d'obtenir une plus grande performance dans le cadre du parcours client.
- **Poursuite du partenariat annuel avec OK VOYAGE** le blogzine de voyage (audience moyenne / mois = 300.000 visiteurs).  
L'article de l'été sera consacré à une sélection de jolis villages à visiter en Bourgogne.  
Retrouvez l'article de juin dédié aux Routes des vins de La Bourgogne : [lire l'article](#)

## COMMUNICATION OFFLINE DE LA DESTINATION

### CAMPAGNE PANEUROPEENNE : MARCHE ALLEMAND

- Présence dans l'édition dominicale du quotidien **DIE WELT** : publi-rédactionnel + annonce dans **WELT AM SONNTAG** (Tirage vendu : 304. 250 exemplaires / Portée : 930.000 lecteurs)

## RESEAUX SOCIAUX

- **Le 6 juillet** : 3<sup>ème</sup> comité stratégique avec l'agence Social Media MyDestination.  
Ordre du jour :
  - Retour sur les performances du 2<sup>ème</sup> trimestre
  - Préparation du 3<sup>ème</sup> trimestre

## CAMPAGNE TEASING ETE INDIEN

- Dans le cadre de la campagne « L'automne, c'est La Bourgogne », une campagne "teasing" Eté Indien est menée sur les réseaux sociaux en format Instant Expérience et Carrousel **du 19 juin au 19 juillet**. Ces social media ads renvoient vers les landing pages créées spécifiquement sur le site internet de La Bourgogne. Pour la première fois il y aura un reel sur TikTok pour tester ce réseau et toucher une nouvelle cible affinitaire

## PRODUCTION DE CONTENUS

- Reprise des éléments de charte - logos et génériques sur les 16 vidéos (8 courtes, 8 longues) réalisées par la société Dédicaces Plurielles + mise en ligne sur la chaîne YouTube de la marque La Bourgogne.  
[Consultez ici les vidéos :](#)
  - Faites un break en vélo
  - Faites un break à bord d'un bateau
  - Faites un break en Bourgogne
  - Faites un break en ville
  - Faites un break à la campagne
  - Faites un break dans le Morvan
  - Faites un break au bord de l'eau
  - Faites un break dans le vignoble
- Tournage de 2 nouveaux « 48 H à ... » : la Bresse bourguignonne et Cœur de Loire.

## RELATIONS PRESSE



### ALLEMAGNE

- **Du 26 au 30 juillet** : accueil de **Frank HÄNIG** pour le magazine **SPA INSIDE**.  
Thème de l'accueil : les hébergements avec SPA + offre touristique secteur Beaune, Dijon, Auxerre.



### FRANCE

- **Le 4 juillet** : déjeuner de presse à Paris pour présenter la campagne « L'automne, c'est La Bourgogne » 2023 à une douzaine de journalistes de presse « intimiste », correspondant au personae de la marque.  
Diffusion d'un dossier de presse présentant le concept de "l'Appel de L'Automne" en Bourgogne et présentation d'une sélection d'offres.  
Objectif de ce déjeuner : obtenir des reportages sur l'automne en Bourgogne.



### PAYS-BAS

- Accueil du freelance **Hans AVONTUUR** pour les magazines **LEVEN IN FRANKRIJK**, **PROMOTOR** et **MOTO 73**.  
Thème de l'accueil : découverte de Dijon et du Relais Bernard Loiseau.



# LA BOURGOGNE

## RELATIONS PRESSE



### PAYS-BAS

- **Du 29 mai au 2 juin** : accueil d'un journaliste du média en ligne <https://www.travelvalley.nl/>  
Thème de l'accueil : découverte de l'intégralité du réseau Cité des Climats et Vins de Bourgogne à Beaune, Chablis et Mâcon.
- **Du 8 au 6 juin** : accueil du rédacteur en chef du magazine **EN ROUTE**  
Thème de l'accueil : Dijon gourmande et Cité Internationale de la Gastronomie et du Vin
- **Du 28 juin au 1<sup>er</sup> juillet** : voyage de presse groupe  
Thème de l'accueil : itinérances douces le long de la Loire, de Nevers à Cosne-Sur-Loire.

## COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

### FILIERE AFFAIRES

- Nouveaux partenaires mis en ligne sur [seminaires.bourgognefranche-comte.com](https://seminaires.bourgognefranche-comte.com)  
Lieux de séminaires  
Musée des Ursulines à Autun – [voir la fiche](#)

## RETOUR SUR ...

- Le Community Manager de la marque a participé à un atelier technique organisé par l'agence social media MyDestination sur les dernières tendances des stories sur Instagram. Nous avons hâte de mettre en pratique leurs conseils avisés.
- Les tops du 2ème trimestre posts (jusqu'au 21 juin) sur Facebook et Instagram :
  - **Sur Instagram** : [publication du 18 juin](#) / photo de Semur-en-Auxois prise par le bourguignon @univers\_de\_jeremy qui a été plébiscitée avec 1874 likes et 12 576 impressions.
  - **Sur Facebook** : [publication du 8 juin](#) / photo de la cité médiévale de Noyers-sur-Serein avec 2 133 réactions et 105 017 impressions.
 Ces 2 performances confirment bien que notre cible adore les beaux villages de La Bourgogne !
- **RETOMBEES SUITE ACCUEILS DE PRESSE**
  - 2 très chouettes articles parus dans le **DAILY TELEGRAPH** : suite à la venue du journaliste **Anthony PEREGRINE** en avril dernier dans le Morvan sur les traces de Pompon et à la découverte du Morvan des maquisards ([articles disponibles sur demande en PDF](#)).
  - Article de 6 pages sur la Nièvre dans **KAMPEERTOERIST** (magazine dédié aux camping-caristes flamands) suite à la venue en septembre 2022 de **Chris VERCRUYSE** et **Moniek LINSTER** ([article disponible sur demande en PDF](#)).



## VIE DU COLLECTIF

- **Le 6 juillet** : participation de BFC Tourisme à la restitution du séminaire de la commission permanente du Massif des Vosges (composée d'élus principalement) en visio.
- **Le 22 juin** : séminaire des référents techniques dans le Massif des Vosges.



## RETOUR SUR ...

- **Du 6 au 8 juin** : Le tournage 1 avec l'agence Intuive a eu lieu. Au programme : bien-être, activités sportives et gastronomie, le tout avec un couple de figurants sélectionné grâce à la contribution du collectif. Les tournages 2 et 3 auront lieu fin juin-début juillet, sous réserve d'une météo favorable.
- **Le 27 juin** : réunion des référents techniques du Massif des Vosges. A l'ordre du jour : les actions 2024 prévues.
- **CAMPAGNE Allemagne**  
L'agence Synergie Marketing nous a adressé les résultats :
  - Le publiédactionnel (1/2 page) réalisé par leurs soins sur la base de 5 grands sujets du territoire a été lu par au moins 180 000 personnes (édition Freiburg, édition Lörrach et édition Offenburg/Kehl)  
[Lire l'article](#)
  - Le volet digital /3 posts réseaux sociaux sponsorisés du 10/05 au 07/06 ont permis d'atteindre :
    - ⇒ 199 000 impressions
    - ⇒ 3 000 clics vers les contenus du site web Massif des Vosges
    - ⇒ 2 500 visites sur le site Internet - temps de lecture moyen sur le site Internet : 1 min

# FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

## FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

### VIE DU COLLECTIF

- Nouveaux partenaires mis en ligne sur [seminaires.bourgognefranche.comte.com](https://seminaires.bourgognefranche.comte.com)  
**Pour la destination La Bourgogne**  
Lieux de séminaires  
Musée des Ursulines à Autun – [voir la fiche](#)
- **Pour la destination Montagnes du Jura**  
Lieux de séminaires  
Les 3 Ponts à Cusance – [voir la fiche](#)

### DEVELOPPEMENT

- **OBSERVATOIRE**  
Etude qualitative agences organisatrices de congrès : phase d'entretien téléphonique auprès d'une quinzaine de prospects.  
Publication du baromètre mi saison reflétant l'activité MICE des membres du collectif au 1er semestre 2023
- **E-REPUTATION**  
Finalisation des activation des comptes start via Fairquest des partenaires du collectif en ayant fait la demande.

### PROMOTION / COMMUNICATION

#### SITE [seminaires.bourgognefranche.comte.com](https://seminaires.bourgognefranche.comte.com)

- Sur le site grand public Montagnes du Jura : lancement du travail d'optimisations de la page affaires sur le site MDJ directement et des pages MDJ sur le site affaire
- Nouveau contenu : page dédiée aux sites UNESCO.
- Mise en ligne de la nouvelle e-brochure recensant les nouveautés des partenaires

#### LINKEDIN

- Point stratégique avec l'agence MyDestination : point sur ce qui a le mieux ou le moins bien fonctionné au 1er semestre et lancement des campagnes 100% paid de l'automne

#### NEWSLETTER JUIN-JUILLET

- Envoi d'une newsletter à la base de prospects (2 700 prospects).  
Le sujet de cette eletter : Un séminaire Historique !  
Dans celle-ci, nous mettrons en avant la destination Nevers, ville d'Art et d'Histoire.  
Des partenaires inédits comme le Musée des Ursulines, le Château du Clos de Vougeot, le MuséoParc d'Alésia ou encore la Saline Royale, pour un séminaire au cœur du patrimoine historique et culturel de notre région.  
Mise en avant de nos partenaires MWT Meeting pour son activité "Sortie en voiture de collection" ainsi que le Château de Barbirey.

## FILIÈRE TOURISME D'AFFAIRES

[RETOUR SUR ...](#)

## LES CHIFFRES DU MOIS (15 mai au 15 juin)

- **POST LINKEDIN**

- **Mise en avant de Partenaire Otentik** / post du 25 mai

- 463 impressions

- 28,73 % Taux de clics - 32,4 % Taux d'engagement

- **A retrouver dans notre newsletter** / post du 1<sup>er</sup> juin

- 486 impressions

- 39,09 % Taux de clics - 41,77 % Taux d'engagement

- **Destination affaires Bourgogne** / post du 12 juin

- 364 impressions

- 27,75 % Taux de clics - 29,95 % Taux d'engagement

- **Roadshow Paris Lille Strasbourg** / post du 13 juin

- 692 impressions

- 27,75 % Taux de clics - 32,51 % Taux d'engagement

- **357 demandes de séminaires entrantes via le site affaires pour le 1er semestre**

- 38 Formulaire détaillés pour obtenir des conseils personnalisés de la part de BFC Tourisme

- 12 Formulaire détaillés pour obtenir un devis des prestataires de team-building ou agences du club

- 307 Formulaire détaillés pour obtenir un devis des lieux de séminaires, congrès ou réception du club

A cela s'ajoute 3 365 intentions de contacts auprès des partenaires (clics sur les moyens de communication, brochures, etc.)

- 4 opérations de séduction du Club Bourgogne-Franche-Comté Séminaire ont eu lieu en juin : [lire l'actu](#)

## FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

## FILIERE PATRIMOINE

## VIE DU COLLECTIF

## ▪ ATELIER "LES PUBLICS DES MUSEES DE BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE

**Le 6 juillet** : réunion en visio d'un groupe de travail pour organiser une journée d'étude sur les publics des musées en Bourgogne-Franche-Comté.

L'association des musées de Bourgogne-Franche-Comté et BFC Tourisme s'associent pour proposer à leurs adhérents respectifs cet atelier.

Cette journée aura lieu en septembre en présentiel chez un site adhérent de Franche-Comté.

Au programme : tables rondes autour de la définition des différents publics de musées, les données d'observation quantitatives et qualitatives, ateliers créatifs de groupes en vue de produire des offres innovantes adaptées à ces différents publics.

## VISITE PRESTATAIRES

- **Les 20 et 21 juillet** : la Puisaye en partenariat avec l'OT : CRAC Fontenoy, les Carrières d'Aubigny, Druyes les Belles Fontaines, le château de Ratilly, la Maison de la mémoire potière, Toucy et la Fabuloserie.

## DEVELOPPEMENT

- **FAIRGUEST** : finalisation des activations des comptes start des adhérents du collectif qui en font la demande, sur la plateforme e suivi et de gestion de l'e-réputation Fairguest.
- **GUESTVIEWS** : BFC Tourisme rejoint le projet pilote mené par Guestviews : T.I.M. : Trends and Insights for Museums. Il s'agit d'une consultation nationale sur le thème "musée et bien-être". 5 questions vont être ajoutées au sein des livres d'or mis à disposition des 11 adhérents BFC possédant l'outil Guestviews. Ces données permettront aux institutions d'entamer un moment de réflexion autour de potentielles nouvelles offres en lien avec le bien-être au musée. Une restitution des résultats aura lieu en septembre. Cette campagne expérimentale se tiendra du 22 juin au 22 juillet 2023.

## PROMOTION / COMMUNICATION

## COMMUNICATION À DESTINATION DES HABITANTS

- **SITE [bourgognefranche.comte.com](http://bourgognefranche.comte.com)**  
Poursuite des ateliers internes d'optimisation des contenus liés au patrimoine sur le site [bourgognefranche.comte.com](http://bourgognefranche.comte.com) à la suite de l'audit mené par la responsable filière : maillage des pages, refonte de l'arborescence, enrichissement des contenus en partenariat avec les sites via Décibelles Data. Première phase : Les villes et villages emblématiques, les routes thématiques, le top des musées, le tourisme de savoir-faire.
- **SOCIAL MEDIA**
  - Partage de nouveaux Podcast Artips sur la Saline Royale & le Lion de Belfort
  - Dans le cadre de notre campagne d'été, nous pousserons différentes idées week-end sur **Facebook** :
    - Début juillet : [week-end à deux dans la vallée de la Loue](#)
    - Début août : [2 jours autour de l'Or blanc du Jura \(un week-end UNESCO\)](#)
    - Fin août : [2 jours pour une grande vadrouille](#)

## COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

- Audit complet des thématiques "patrimoine" présentes sur le site <http://www.bourgogne-tourisme.com> en vue de l'optimisation et de la réorganisation des contenus.

## FILIERE PATRIMOINE

## PROMOTION / COMMUNICATION

## COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- **PODCASTS ARTIPS** : Diffusion de 4 nouveaux podcasts Artips sur les réseaux sociaux auprès d'un public « expert patrimoine.  
Calendrier de diffusion :
  - Le 5 juillet : la Citadelle de Besançon
  - Le 12 juillet : la Basilique de Vézelay
  - Le 19 juillet : la Chapelle Notre Dame du Haut à Ronchamp
  - Le 26 juillet : l'Abbaye de Fontenay
- **Capsules vidéo** : fin du montage des 7 capsules vidéo réalisées en région ce printemps par l'agence MyDestination et mettant en valeur les travaux de restauration et de préservation des patrimoine. Elles seront diffusées au rythme de 1 vidéo / mois dès le début de l'été jusqu'en fin d'année.
- **Le 12 juillet** : publication sur le site web de [jaimemonpatrimoine.fr](http://jaimemonpatrimoine.fr) d'un article dédié l'art contemporain. Mise en avant du FRAC Franche-Comté, du Consortium à Dijon et le parcours "Art in situ sur la route des Grands Crus".
- **Le 10 août** : insertion publicitaire spéciale « Sites UNESCO » dans le numéro spécial "**Lieux mythiques**" du magazine **Détours en France**.

## RETOUR SUR ...

## ▪ FRANCE

Envoi d'un communiqué de presse à une sélection de journalistes culture.

Thématique "3 nouveautés dans les sites Unesco" : le Centre Lumières de la Saline Royale, le musée de la Résistance et de la déportation de la Citadelle et La Cités des Climats et vins de Bourgogne (dans le cadre des Climats du vignoble de Bourgogne).

## ▪ ITALIE

Envoi d'un communiqué de presse à une sélection de journalistes culture.

Thématique "3 nouveautés dans les sites Unesco" : le Centre Lumières de la Saline Royale, le musée de la Résistance et de la déportation de la Citadelle et La Cités des Climats et vins de Bourgogne (dans le cadre des Climats du vignoble de Bourgogne).

Suite à l'accueil de **Carmen GUERRIERO** pour le magazine **Travel Wine Magazine** en mai, parution d'un article sur Besançon / [Lire l'article](#) et parution d'un article sur la Saline Royale d'Arc-et-Senans / [Lire l'article](#)

- **CAMPAGNE DIGITALE DETOURS EN FRANCE** sur le thème « Histoire de châteaux : maisons et sentiments en Bourgogne ».

Article dédié aux châteaux sponsorisé du 24/04 au 24/05/2023 avec dispositif en display + post Facebook + push web + remontées éditos + pavé dans leur newsletter. [Lire l'article](#)

Résultats : objectifs atteints voire dépassés :

- 5 461 visites sur l'article, temps moyen de lecture : 1 min 52
- display : 112 131 PAP délivrés (pour 100 000 achetées)
- Post Facebook : 174 315 reach / 1 400 interactions / 2 200 clics. Taux d'engagement : 0,80%

## ▪ PRODUCTION DE CONTENUS

En juin : réalisation de vidéo par drone par la blogueuse Anne-Gaëlle Laborde (J'M mon patrimoine) sur le thème de la route du Sel (Saline Royale d'Arc-et-Senans et Salins-les-Bains) et des Hospices de Beaune. Ces images de vues aériennes viendront enrichir la médiathèque de BFC Tourisme.

## FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

---

### FILIERE ITINERANCE

#### VIE DU COLLECTIF

- **Le 11 juillet** : comité technique promotion – communication de la Voie Bleue

#### DEVELOPPEMENT

- Webinaire dédié itinérance : recherche de prestataires pour élaborer un webinaire sur le potentiel des nouvelles pratiques itinérante.
- Eductour des référents Accueil Vélo : organisation d'un eductour pour les référents Accueil Vélo départementaux. La journée aura pour but de visiter des aménagements vélo innovants par les collectivités publiques et par des structures labellisées Accueil Vélo, ainsi qu'à échanger sur les clés d'amélioration de l'animation de la marque.

#### PROMOTION / COMMUNICATION

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

- Réalisation d'un diagnostic du contenu itinérance sur [www.bourgognefranche-comte.com](http://www.bourgognefranche-comte.com)
- Création de contenu sur des événements itinérance dont le Slow up et le festival des 1000 pas.

##### COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

###### Destination La Bourgogne

- Reprise des éléments de charte - logos et génériques sur les 16 vidéos (8 courtes, 8 longues) réalisées par la société Dédicaces Plurielles + mise en ligne sur la chaîne YouTube de la marque La Bourgogne.  
[Consultez ici les vidéos](#)
  - Faites un break en vélo
  - Faites un break à bord d'un bateau
- Création de contenu sur la Voie Bressane sur [www.bourgogne-tourisme.com](http://www.bourgogne-tourisme.com)

###### Destination Montagnes du Jura

- Création de contenu sur la via Cluny et les itinéraires Vélo & Fromages sur [www.montagnes-du-jura.fr](http://www.montagnes-du-jura.fr) (sont concernés : le Tour du Jura Loisirs, le Tour du Jura Sport, la GTJ à vélo et l'EuroVélo 6)

##### COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

- **KOMOOT** : Nous sommes dans l'attente de l'autorisation de Fédération Nationale de Randonnée pédestre, pour la publication et la promotion des itinéraires d'excellence (GR) sur la plateforme Komoot.



## FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

### FILIERE OENOTOURISME

#### VIE DU COLLECTIF

- **Le 5 juillet** : restitution de l'étude sur le positionnement marketing de l'ensemble des destinations Vignobles & Découvertes du vignoble de Bourgogne et du Jura. Restitution pour l'ensemble des destinations de nos vignobles.

#### DEVELOPPEMENT

- Mise en ligne de nouveaux contenus sur le site national du Fascinant Week-End : -présentation de la route des vignobles de l'Yonne, présentation du vignoble du Jura, mise en avant d'offre coup de coeur
- Participation aux actions de communication de la fédération Vignobles & Découverte
- Audit des contenus oenotourisme et gastronomie sur [www.bourgognefranchecomte.com](http://www.bourgognefranchecomte.com) et [www.montagnes-du-jura.fr](http://www.montagnes-du-jura.fr)
- **Explore France Festival à Londres, du 11 au 17 septembre**  
Atout France Royaume-Uni organise la 2<sup>ème</sup> édition du #ExploreFrance Festival. Cette édition sera dédiée à l'oenotourisme. Des rencontres BtoB et presse seront organisées.  
BFC Tourisme participera à cet événement, et représentera l'ensemble des destinations des vignobles de Bourgogne et du Jura.

#### PROMOTION / COMMUNICATION

#### COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- Publication d'une dizaine de contenus sur [www.visitfrenchwine.com](http://www.visitfrenchwine.com). Ces articles mettent en avant de nouveaux membres du collectif oenotourisme.

#### RETOUR SUR ...

- **LE 13 JUIN WORKSHOP 100 % OENOTOURISME BOURGOGNE ET JURA A PARIS**  
Le service promotion & presse de BFC Tourisme a organisé une soirée conviviale à Paris.  
**Objectif** : présenter les dernières nouveautés de nos destinations oenotouristiques à des agences de voyages réceptives et à des correspondants de presse basés à Paris.  
Accompagné de 14 membres du collectif oenotourisme, BFC Tourisme a présenté les nouveautés dont les Cités des Climats et des Vins.  
Un workshop a ensuite permis à la vingtaine de professionnels présents d'échanger avec les membres du collectif et envisager de nouvelles programmations de la Bourgogne et du Jura.  
Un eductour début 2024 a été proposé aux invités, il a vivement retenu leur intérêt. La soirée s'est terminée autour d'une dégustation de vins de Bourgogne et du Jura.
- **Le 7 juin** : les 5<sup>ème</sup> Trophées de l'Oenotourisme se sont déroulés à Lyon. **Prosper Maufoux – Château de Saint-Aubin** a été récompensé en tant que « Expérience Exceptionnelles » dans la catégorie « Architecture & Paysage ». 6 autres domaines, propriétés et caves de Bourgogne faisaient partie des 100 candidats présélectionnés.





# FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

---

## FILIERE GASTRONOMIE

### VIE DU COLLECTIF

- **Les 3 juillet et 2 août** : point digital : choix des nouveaux contenus Instagram + bilan du mois de précédent.
  - - Diffusion de la plaque Vallée de la Gastronomie à l'ensemble des acteurs agréés Vallée de la Gastronomie.
- 

### DEVELOPPEMENT

- Poursuite de la création d'itinéraire thématique avec la solution Loopi.
  - Préparation de la candidature « Expérience Remarquable » de l'Office de Tourisme de Dijon Métropole pour l'atelier cuisine de spécialités Dijonnaises avec dégustation accord mets et vins.
  - Intégration en tant qu'Offre gourmande pour « le parcours du goût » de l'Office de Tourisme de Dijon Métropole
  - Création d'un brief détaillé destiné à l'agence **La Buvette Lyonnaise**, agence retenue pour la réalisation de photos - préparation du planning des shootings photos.
- 

### PROMOTION

- **Le-1er juillet** : accueil de l'influenceur / journaliste anglais **Clerkenwell Boy** (305 000 abonnés) sur le périmètre de la Vallée de la Gastronomie : Au programme : ascension oenoculturelle de la Roche de Solutré, visite des Hospices de Beaune, Moutarderie Fallot et dîner à Loiseau des Vignes à Beaune.
- Mise en avant d'offre Bourgogne-Franche-Comté sur Instagram
  - en juillet : le marché de Louhans, l'Atelier de la Vigne et du Vin à Beaune, la Terrasse du Cellier d'Armand Heitz.
  - en août : Le Cassissium, les Apéritifs flottants de la Maison Millebuis, Air Escargot, Les Anis de Flavigny

## OBSERVATION / ORT

### TOURISME D'AFFAIRES

- Etude qualitative d'agences organisatrices de congrès : phase d'entretien téléphonique auprès d'une quinzaine de prospects.
- Publication du baromètre mi saison reflétant l'activité MICE des membres du collectif au 1er semestre 2023

### CONJONCTURE

- Conjoncture touristique : parution début juillet de la note de conjoncture de synthèse des mois de mai et juin 2023 et prévisions pour les vacances scolaires d'été.
- Edition des chiffres clés Montagnes du Jura, La Bourgogne et Vosges du Sud

## INGENIERIE / DELEGATION ATOUT FRANCE

### PLAN AVENIR MONTAGNE

- **Le 3 juillet** : comité technique plan Avenir Montagne

### FRANCE TOURISME INGÉNIERIE

- **Le 7 juillet** : réunion de lancement du diagnostic marketing pour le site des Hospices de Beaune
- **Le 11 juillet** : visite du Pôle Courbet dans le cadre de la réalisation du diagnostic marketing
- **Le 26 juillet** : France Tourisme Ingénierie : 1ere phase de restitution de l'étude sur le Logis des Gentilshommes (Château de Montbéliard)

## QUALITE TOURISME

- La DGE a lancé une refonte sur les orientations des marques nationales du tourisme (Qualité Tourisme et Tourisme & Handicap) à l'approche des jeux olympiques. Les 2 dernières réunions ont eu lieu :
  - - Le 22 juin : groupe technique pour définir le niveau d'écoresponsabilité qui sera exigé dans le dispositif Qualité Tourisme rénové
  - - Le 28 juin : réunion conclusive de cette phase de concertation.

Nouveaux audits Qualité Tourisme à venir :

- **Le 4 juillet** : pré-audit Qualité Tourisme de restaurant Le Bouchon du Château à Château-Chalon (adhésion)
- **Le 5 juillet** : pré-audit Qualité Tourisme de la Saline royale d'Arc-et-Senans (renouvellement)
- **Le 6 juillet** : pré-audit Qualité Tourisme du Château de Montigny-sur-Aube (renouvellement)
- **Le 19 juillet** : pré-audit Qualité Tourisme de la Maison du Parc à Saint Brisson (PNR du Morvan) (renouvellement)
- Date à définir : Apothicairerie de Moutiers-Saint-Jean (adhésion)

## ACCOMPAGNEMENT DES OT

### PILOT

- ↳ Les ateliers nationaux d'aides à la saisie sont mis en suspens pendant la saison estivale. Le prochain atelier de saisie des ITT aura lieu **le mardi 29 août** de 9h à 12h30.

### SADI

- ↳ **Les 2 triporteurs ont été révisés et sont de retour sur le territoire bourguignon-franc-comtois !**  
Pour rappel, les triporteurs peuvent se louer pour une durée maximum de 3 semaines, **GRATUITEMENT**. Profitez de ce service accessible aux adhérents de la MASCOT pour aller chercher les flux en dehors de votre bureau d'informations.

### QUALITE TOURISME

- ↳ **Le club Qualité** s'est retrouvé en juin pour organiser la fin d'année. Au programme : l'organisation des webinaires et de la journée Qualité Tourisme qui se déroulera sur le territoire de l'Office de Tourisme Creusot-Montceau (date provisoire mi-octobre). Cette journée sera orientée vers la communication au travers de la marque, les indicateurs qu'en fait-on, comment formaliser l'intégration et le suivi des nouveaux salariés ?

## DECIBELLES DATA

- ↳ **Mise en place d'une radioscopie sur l'organisation des Offices de Tourisme de Bourgogne Franche-Comté en 2022**  
L'étude basée sur un questionnaire Décibelles Data permet en quelques questions d'apporter un éclairage sur votre organisation interne, l'évolution des ressources humaines ainsi que la répartition des postes budgétaires. Après la collecte des informations, l'analyse se fera à l'échelle de la région et de chaque département pendant l'été.

## FORMATION

- ↳ La MASCOT est représentée à la commission formation ADN et participera à la journée AFDAS du jeudi 4 juillet prochain.  
Objectifs de la journée :
  - Renforcer les liens entre les référents formation ADN et les directions régionales AFDAS
  - Alimenter les réflexions autour de l'innovations à travers des témoignages et des retours d'expérience.
- ↳ Afin de démontrer la qualité de notre service de formation, la MASCOT entreprend les démarches pour obtenir la certification **Qualiopi**.

## AUTRES ACTIONS

### LES CONFIDENCES

#### Retour sur l'atelier Confidences à l'office de tourisme Creusot Montceau du jeudi 29 juin

- ↳ La MASCOT a animé un atelier « Confidences » à la demande de l'office de tourisme de Creusot-Montceau.  
Dans le cadre splendide des terrasses du Château de la Verrerie, des socio-pros, toute l'équipe de l'office de tourisme ainsi que des passants ont donné leurs confidences dans la bonne humeur.  
Ce sont plus d'une cinquantaine de confidences qui ont été récoltées pendant ce moment de convivialité. Un nouvel atelier sera organisé en octobre au BIT de Montceau-les-Mines.
- ↳ **Attractivité résidentielle** : durant les mois de juillet et d'août, nous allons préparer le suivi des OT qui sont dans la démarche d'attractivité résidentielle : le questionnaire d'avancement à leur transmettre et planifier les visioconférences d'échanges d'expérience et de suivi du réseau.



## 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.