

LA FABRIQUE A SITES

- ↳ Début des travaux (maquettage) concernant le site Groupe de l'ADT Doubs.
- ↳ Le futur site Séminaires de l'ADT Doubs sera traité par la suite
- ↳ Le projet "Formulaire de contact", initialement prévu pour le site Séminaire du CRT, arrive à la fin des développements côté Thuria. Quelques ajustements restent nécessaires et le projet sera bientôt disponible pour tous les clients de la Fabrique à Sites.

DÉCIBELLES DATA

↳ CENTRALISATION DES DEMANDES D'ASSISTANCE DECIBELLES DATA DES MEMBRES DU RESEAU

Début septembre, la plateforme régionale d'assistance.decibelles-data.com sera mise en ligne pour permettre la gestion des demandes d'assistance des Offices de Tourisme, Agences d'Attractivités et autres partenaires institutionnels de Bourgogne-Franche-Comté. En fonction des thématiques, les demandes seront traitées par les coordinations départementales et les responsables techniques de BFC Tourisme et la MASCOT. Cette plateforme permettra de réduire considérablement les échanges de mails entre techniciens et d'avoir accès à un historique des demandes.

COMMUNICATION D'ENTREPRISE

- ↳ **Le 16 novembre 2023** aura lieu **LA 2^{EME} JOURNEE PARTENARIALE DES MARQUES ET DES FILIERES 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 bilans des actions menées en 2023 et d'échanger sur les nouveaux projets et les perspectives de chacun.

BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ TOURISME

JOURNÉE
PARTENARIALE
DES MARQUES ET FILIÈRES

16
NOVEMBRE
2023

RÉUNIONS STATUTAIRES 2023

5 octobre : Conseil d'Administration de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme (visio et présentiel).

AGENDA

4 septembre : CODIR digital

5 septembre : CODIR

5 septembre : assemblée générale du Bureau d'Accueil des Tournages

8 septembre : réunion trimestrielle avec les directeurs des Offices de Tourisme

19 septembre : réunion avec les directeurs des ADT

26 - 27 septembre : Congrès ADN Tourisme

29 septembre : comité opérationnel Vosges du Sud

ARRIVÉES

Candice FANONI rejoint le Pôle Destinations et Marchés pour un contrat en alternance dans le cadre de son Master MATC à l'IAE de Dijon. Candice travaillera aux côtés de Keryan sur la refonte de contenus pour la signature Vosges du Sud.

Clotilde GARRY est également étudiante en Master MATC à l'IAE de Dijon. Elle rejoint aussi le Pôle Destinations et Marchés pour un contrat en alternance. Clotilde travaillera aux côtés d'Emmanuelle pour la signature Sortez Chez Vous.

Candice et Clotilde seront basées sur le site de Dijon. Nous leur souhaitons la bienvenue.

Clément HUGON, Technicien développement Décibelles Data, est confirmé en CDI à compter du 11 septembre.



MINUTE VERTE

- ✓ Nos toners vides et contenants de récupération de poudre de toner seront dorénavant récupérés par CONIBI, l'organisation nationale de récupération et recyclage des toners toutes marques.
- ✓ Isolation de la chaleur par la pose de tissu isolant aux fenêtres, limitant l'utilisation de la climatisation en été et arrêtant le froid en hiver.



À DESTINATION DES HABITANTS

COMMUNICATION ONLINE & RESEAUX SOCIAUX

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

▪ SOCIAL MEDIA

- Le 6 septembre : partage du podcast Artips sur les cascades du Hérisson
- Le 10 septembre : publication dédiée aux Journées du Patrimoine. La page créée met en avant tout particulièrement les initiatives de nos partenaires du collectif Patrimoine
- SEA et posts sponsorisés sur Facebook / Instagram mettant en avant les nouvelles idées week-end axées automne/été indien
- Sponsorisation du questionnaire AID auprès des habitants pour en savoir plus sur les séjours dans la région

NEWSLETTER

- Coutant septembre : envoi d'une newsletter dédiée au Fascinant Week-End (du 19 au 22 octobre) et la redécouverte des vignobles.

COMMUNICATION OFFLINE

▪ PARTENARIAT FRANCE BLEU BESANCON

Sortez Chez Vous s'invite sur France Bleu Besançon dès la rentrée pour un rendez-vous hebdomadaire proposé par les équipes de BFC Tourisme. Mise en avant des idées de sorties dans la région autour des événements, partenaires des collectifs, balades et visites...

PRODUCTION DE CONTENUS

- Rédaction et intégration de 15 nouvelles idées à faire à l'automne.
- Finalisation des 4 idées week-ends autour d'un site UNESCO en partenariat avec le Club Unesco
- Création d'une page sur des idées séjours à faire sans voiture dans la région via la plateforme Mobigo, renvoi vers le site TER BFC <https://www.bourgognefranche.comte.com/sans-voiture/>

FANTASTIC PICNIC – 9 / 10 SEPTEMBRE

▪ Dernière ligne droite pour le Fantastic Picnic

30 Partenaires pour 30 RDV aux quatre coins de la région. Des pages dédiées sur le site Sortez Chez Vous mettent en avant chacune des initiatives / [voir ici](#)

Un plan de communication régional est mis en œuvre pour augmenter la notoriété et aboutir à des réservations (communiqué de presse, partenariats et spots radio avec France Bleu, campagne sur les réseaux sociaux, affichage en gare, campagnes avec les groupes de presse quotidienne EBRA et CENTRE FRANCE PUB, campagne sur le site KIDIKLIK, newsletters à notre base de prospects, bannière sur le site MOBIGO).

PASS DÉCOUVERTE RÉGIONAL

- Création d'une nouvelle rubrique sur le site du Pass Découverte avec intégration des idées week-end du site Sortez Chez Vous et des idées sorties rédigées par DijonBeaune.fr / [à voir ici](#)

RETOUR SUR ...

▪ 110 000 ABONNÉS FACEBOOK AU 1ER JUILLET :

+ 2 500 abonnés grâce à une campagne de recrutement notamment pour augmenter de nombre de fans du côté des "ex-bourguignons" puisque la communauté était majoritairement constituée d'ex-franc-comtois"

VIE DU COLLECTIF

- **Le 7 septembre** : réunion de débrief du partenariat "Les Others" avec le Pays Horloger
- **Le 20 septembre** : RDV avec l'OT et les élus de la Communauté de communes Bugey Sud Grand Colombier

COMMUNICATION ONLINE

- **CAMPAGNE AUTOMNE EN DIGITAL**
Lancement de la campagne automne via 2 leviers :
 - SEA
 - social média via un focus sponsorship de posts en organique.
- Passage de la home page du site en mode automne.
- Envoi de la Eletter automne avec un focus sur le nouveau 48h à Haut Jura Grandvaux (tourné à l'automne 2022).
- **CAMPAGNE SOCIAL ADS PAYS BAS :**
Objectif : pousser la thématique «fin de l'été» via une landing dédiée qui regroupera à la fois les hébergements et les activités et qui répondra aux attentes de la clientèle néerlandaise souhaitant partir hors saison estivale, en leur permettant de trouver des hébergements de leur choix encore disponibles, et de profiter de septembre qui est un mois encore agréable au niveau du climat dans les Montagnes du Jura.
Cible : les couples (DINKS 25-50 ans / empty nesters).
Hébergement : (écoresponsable, proche de la nature) et activités (rando/vélo, gastronomie/oenotourisme).

MARKETING

- **GUIDE DE MARQUE**
Finalisation du guide de marque Montagnes du Jura.

RESEAUX SOCIAUX

- Tendance sur les réseaux en ce moment : le format Reel.
Exemple du Reel réalisé avec l'« Top 5 lacs où il est autorisé de se baigner dans les Montagnes du Jura » :
<https://www.instagram.com/reel/Cu4uTt0umE8/>
- En septembre, lancement de la campagne automne : reels, carrousels, posts lien en 100% paid + les traditionnels posts organiques parfois sponsorisés

COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

FILIERE AFFAIRES

- Reprise de la page dédiée au Tourisme d'Affaires sur le site de la marque Montagnes du Jura.
 - 1- La destination : avantages de la destination pour le TA
 - 2- Destination Besançon : Congrès (adhérent du collectif)
 - 3- Lieux de séminaires (lieux de réunions environ 50/100 personnes ou moins) au vert
 - 4- Team buildings (prestations, activités, cohésion)
 - 5- Idées de séjours tourisme d'affaires (fin 2023, début 2024 reprise de contenus du site Affaires depuis l'Entrepôt)

FILIERE PATRIMOINE + FILIERE OENOTOURISME - GASTRONOMIE

- Audit des contenus Patrimoine et Gastronomie / Œnotourisme sur www.montagnes-du-jura.fr afin d'améliorer les contenus.

FILIERE ITINERANCE

- Valorisation du label "Accueil Vélo" sur les contenus dédiés à l'itinérance sur www.montagnes-du-jura.fr.
- Poursuite du travail d'approfondissement des contenus itinérance sur www.montagnes-du-jura.fr

RELATIONS PRESSE



ALLEMAGNE

- **Du 30 septembre au 4 octobre** : voyage de presse groupe en partenariat avec Atout France Allemagne et la Deutsche Bahn sur la ligne TGV Francfort-Marseille qui dispose d'arrêts à Belfort et Besançon. Le programme combinera des visites culturelles et des découvertes à vélo dans et à proximité de ces 2 villes étapes.



PAYS-BAS

- **Du 9 au 16 septembre** : accueil de **Pim VAN DER MAREL** pour **NAUTIQUE** et **MOTORBOOT** les magazines dédiés au tourisme fluvial. En partenariat avec NICOLS.
Thématique de l'accueil : navigation de Dole à Baume-les-Dames.

PRODUCTION DE CONTENUS

CONTENU ET PARCOURS CLIENT

- Reprise de la structure du menu afin de valoriser toutes les typologies de séjours :
Idées de séjours inspirationnels, séjours packagés (Centrales de résa CDTs/OTs), micro-aventure (Chilowé, Explora Project...) : <https://www.montagnes-du-jura.fr/sejourner/>
La page des séjours inspirationnels a été remaniée pour optimiser son référencement et améliorer le parcours client : <https://www.montagnes-du-jura.fr/sejourner/sejours-et-idees-week-end/>
Création d'un landing pour valoriser les séjours inspirationnels par saison : <https://www.montagnes-du-jura.fr/sejourner/sejours-et-idees-week-end/idees-week-end-au-fil-des-saisons/>
- Poursuite de la production de nouveaux contenus web sur le site de la marque Montagnes du Jura + mise en ligne.
 - Idée de séjour « découverte du terroir local » (suite à un programme réalisé pour un accueil presse) [voir ici](#)
 - Idée de séjour « 72 h de Besançon au Vignoble du Jura » (suite à un programme réalisé pour un accueil presse) [voir ici](#)
 - Idée de séjour hiver sans neige sur la thématique du Comté issue des Routes du Comté : [voir ici](#)
 - Idée de séjour Famille et visites issue des Routes du Comté) : [voir ici](#)
- Intégration des dernières idées de séjour : Portes du Jura, Morez et Besançon/Loue Lison, Hors normes hiver.
- Tournage de 2 vidéos « **48 H A ...** » : Exploration durable et gourmande en Coeur du Jura et City break automne à Bourg en Bresse.

RETOUR SUR ...

- Quelques chiffres sur les réseaux sociaux
 - **La page Facebook** comptabilise en juillet 1 068 769 personnes atteintes.
 - **Sur Instagram** : le compte Instagram comptabilise 689 nouveaux followers
Top post : [publication du 2 juillet](#) / photo prise par [@rando4reveur](#) qui a été plébiscitée avec 1808 likes.



ITALIE

- **Du 21 au 25 août** : accueil de Rosalba **GRAGLIA** journaliste pour le magazine **BELL EUROPA** (90 000 ex/mois) et pour le site <https://www.gamberorosso.it/> (300 000 contacts/mois) et Dario **GRAGLIA** pour **LA STAMPA** (200 000 ex).
Thématique de l'accueil : les sites du Sud Bourgogne (Cluny- Tournus) + la Saline Royale d'Arc-et-Senans, la Saline de Salins-les-Bains et Besançon.

COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

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

- Après la phase teasing de juin/juillet, nous rentrons au coeur du dispositif de cette campagne évolutive au fil des saisons avec une communication orientée autour de l'été indien "L'Appel de l'Automne, encore un parfum d'été" de septembre à mi-octobre et une communication automnale, d'octobre à fin novembre.

Dispositifs médias

- FRANCE TELEVISION : diffusion d'un spot de 20 s en TV replay classique (en amont d'émission) du 15/09 au 13/10
- MY TF1 : diffusion d'un spot de 20 s en amont d'émissions, TV replay classique du 08/09 au 06/10
- TELEMATIN : parrainage du 9/10 au 22/10 avec la diffusion de spots avant et après l'émission. Diffusion de bannières sur l'environnement TV5monde.fr
- LE FIGARO : email 100% dédié à la destination, envoyé aux abonnés et diffusion de contenus sur les réseaux sociaux du média.
- En parallèle, les campagnes SEA et SOCIAL MEDIA se poursuivront tout au long de la saison
- Une enews sera envoyée à l'ensemble de la base dans le cadre de la campagne



RESEAUX SOCIAUX

CAMPAGNE PARTAGEE AVEC LES PARTENAIRES

- **Du 4 septembre au 9 novembre** : campagne collaborative en 2 phases avec les 4 ADTs et également tous les OTs de la destination.

Les plannings partagés comprendront 2 habillages des photos de couverture de Facebook pour les 2 temps de la campagne, le partage en crosspostage d'une vidéo de positionnement, des publications collaboratives sur Instagram, des publications personnalisables, des stories, des reels, des publications post-liens tout en respectant le style éditorial et graphique de l'Appel de l'Automne et les tendances créatives des réseaux. Sur Instagram le hashtag de la campagne à utiliser est : **#lAutomnecestLaBourgogne**

Les performances sur les réseaux de la marque, mais également ceux des partenaires seront toutes compilées lors du bilan de fin de campagne.

- **RAPPEL**

Abonnez-vous à la page Facebook de la marque <https://www.facebook.com/bourgogne.tourisme> et pensez à nous tagguer dans vos publications **@bourgogne.tourisme**

Suivez-nous sur Instagram <https://www.instagram.com/mybourgogne/> et utilisez les hashtags **#LaBourgogne toute l'année** et **#LAutomnecestLaBourgogne à l'automne.**

Vous pouvez tagguer notre compte dans vos propres publications @mybourgogne

- **Le compte Instagram**

<https://www.instagram.com/mybourgogne/> comptabilise désormais plus de 18 000 followers.

COMMUNICATION OFFLINE DE LA DESTINATION

PARTENARIAT EUROSTAR

- Dans la continuité des actions menées au printemps : diffusion d'un clip de 10 secondes "L'AUTOMNE C'EST LA BOURGOGNE" sur les écrans digitaux de la gare de Londres Saint Pancras, durant tout le mois de septembre (mois de la Coupe du Monde de Rugby).

COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

FILIERE OENOTOURISME



GRANDE-BRETAGNE

- **Du 12 au 14 septembre** : Explore France Festival à Londres organisé par Atout France. Opération dédiée à l'œnotourisme. Au programme : 1 workshop B2B à l'attention de TO, agences et grossistes britanniques sur 2 jours, 1 rencontre presse sur le focus durable, 1 soirée VIP avec un focus sur les produits haut de gamme représentatifs de l'offre de La Bourgogne.

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

- Nouveaux partenaires mis en ligne sur seminaires.bourgognefranchecomte.com
3 lieux de séminaires
La Cité des Vins et des Climats de Bourgogne à Mâcon – [voir la fiche](#)
L'Espace Chardonnay à Péronne – [voir la fiche](#)
La Maison Prosper Maufoux - Château de Saint-Aubin – [voir la fiche](#)

FILIERE ITINERANCE

- Poursuite du travail d'approfondissement des contenus itinérance sur www.bourgogne-tourisme.com

PRODUCTION DE CONTENUS

- **REDACTION ET INTEGRATION** : poursuite de la production de nouveaux contenus + mise en ligne sur bourgogne-tourisme.com.
 - Des idées week-ends suite à des programmes réalisés pour des accueils presse
 - [Week-end bon vivant entre vins et saveurs](#)
 - [Secret de vins et trésors du patrimoine](#)
 - [3 jours d'épopée viticole et culturelle](#)
 - [Les trésors de Bourgogne du Sud](#)
 - [Sur les traces de l'histoire spirituelle de La Bourgogne](#)
 - Le top des sites œnotouristiques
 - [10 visites pour devenir incollable sur les vins de Bourgogne](#)
- **PARCOURS CLIENT** : refonte des landings idées week-end afin de valoriser toutes les typologies de séjours : par saison, par style et envie :
 - [Landing page séjours et idées week-ends](#)
 - [Landing page week-ends en amoureux et séjours à 2](#)
 - [Landing page séjours et sorties en famille](#)
 - [Landing page les saisons de la Bourgogne](#)
- **REFONTE 3B** : réadaptation de plusieurs contenus pour coller au mieux à la charte éditoriale de la marque. Demain, tout ce qui sera produit devra être passé au « filtre » des 3B : La Bourgogne, terre du BEAU vivre -La Bourgogne, là où il fait BON vivre - La Bourgogne, engagée dans le BIEN vivre
- **NOUVELLE VIDEO « 48 H A ... »** : [Bourbon-Lancy](#)

RELATIONS PRESSE



ALLEMAGNE

- **Du 2 au 7 septembre** : accueil de **Heiko WACKER** pour le magazine **CARAVANING** (dédié aux caravanes) et **PROMOBIL** (dédié aux campings cars)
Thématique de l'accueil : le Morvan : Autun, Bibracte, le lac des Settons, le musée des nourrices et celui du flottage du Bois + Guédelon.



JAPON

- **Du 5 au 7 septembre** : : accueil du magazine **OVNI** destiné aux Japonais qui vivent en Europe, sur la thématique de l'œnotourisme en collaboration avec l'OT de Beaune. Cet accueil fait suite à la Soirée du Collectif Oenotourisme du 13 Juin dernier à Paris.
- **Du 13 au 16 septembre** : accueil du magazine haut de gamme **BI PREMIUM** en collaboration avec Auvergne Rhône Alpes Tourisme.
La rédactrice en chef rencontrera, entre autres, les partenaires qui étaient présents à nos côtés à Sakidori France : Domaine Fleurot Laroze, le groupe Bernard Loiseau et l'OT Dijon Métropole.



PAYS-BAS

- Accueil de **Claire OOSTVRIESLAND** pour le magazine francophile **EN ROUTE**.
Thématique de l'accueil : l'itinéraire du GR 213 entre Fontenay et Vézelay.



INTERNATIONAL

- En prévision des Jeux Olympiques 2024 : envoi du dossier de presse réalisé par Atout France (à une sélection de supports espagnols, italiens, portugais, japonais, chinois, coréens, allemands, néerlandais, anglais) avec mise en avant d'offres packagées de l'Yonne.

LA BOURGOGNE

PROMOTION



JAPON

- **Du 31 août au 2 septembre** : dans le cadre de la Vallée de la Gastronomie, accueil de 4 TO spécialisés Art de Vivre pour des petits groupes haut de gamme, accompagné d'un représentant d'Atout France Japon. Eductour en collaboration avec Auvergne Rhône Alpes Tourisme et les partenaires présents à nos côtés sur ce marché : Domaine Fleurot Laroze, Groupe Bernard Loiseau et Office de Tourisme Dijon Métropole.



RETOUR SUR ...



FRANCE

- **Le 31 août** : accueil d'**Estelle COUVERCELLE** pour **LE PELERIN**. Cet accueil fait suite au voyage presse organisé pour la Cité des Climats à l'occasion de l'ouverture des 3 sites au printemps.



ITALIE

- **Du 21 au 25 août** : accueil de Rosalba **GRAGLIA** journaliste pour le magazine **BELL EUROPA** (90 000 ex/mois) et pour le site <https://www.gamberrosso.it/> (300 000 contacts/mois) et Dario **GRAGAGLIA** pour **LA STAMPA** (200 000 ex).
- **Thématique de l'accueil** : les sites du Sud Bourgogne (Cluny- Tournus) + la Saline Royale d'Arc-et-Senans, la Saline de Salins-les-Bains et Besançon.



VIE DU COLLECTIF

- **Le 22 septembre** : participation de BFC Tourisme au COTECH du Massif des Vosges.
- **Le 29 septembre** : comité opérationnel Vosges du Sud à la Filature de Ronchamp.



RELATIONS PRESSE



ALLEMAGNE

- **Du 4 au 9 septembre** : accueil de **Otmar STEINBICKER** pour le magazine **CARAVANING** (dédié aux caravanes) et **PROMOBIL** (dédié aux campings cars)
Thématique de l'accueil : Belfort, Luxeuil-les-Bains, Fougerolles et il fera une escapade randonnée dans les 1000 étangs.
- **Du 22 au 24 septembre** : voyage de presse groupe sur la thématique " Secret des Vosges du sud" - Découverte de la grotte de Cravanche de Belfort de La chapelle Notre-Dame du Haut de Ronchamp, de Fougerolles et Luxeuil Les Bains.
- **Du 30 septembre au 4 octobre** : voyage de presse groupe en partenariat avec Atout France Allemagne et la Deutsche Bahn sur la ligne TGV Francfort-Marseille qui dispose d'arrêts à Belfort et Besançon. Le programme combinera des visites culturelles et des découvertes à vélo dans et à proximité de ces 2 villes étapes.

PRODUCTIONS DE CONTENUS

- Lancement du travail sur les contenus du site Internet du Massif des Vosges.
Un audit des potentiels par l'agence Think My Web nous permettra d'identifier le plan d'actions adapté à nos besoins.
- **Du 19 au 21 septembre** : si la météo est clémente, tournage 3 avec l'agence INTUIVE dans les Vosges du Sud.

RETOUR SUR ...

- **Le 31 août** : participation de BFCT au séminaire du Massif des Vosges à Osenbach : présentation de Candice FANONI et de ses missions sur les contenus pour alimenter les campagnes 2024 des Vosges du Sud.

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

VIE DU COLLECTIF

- Nouveaux partenaires mis en ligne sur seminaires.bourgognefranche.comte.com
Pour la destination La Bourgogne
 3 lieux de séminaires
 La Cité des Vins et des Climats de Bourgogne à Mâcon – [voir la fiche](#)
 L'Espace Chardonnay à Péronne – [voir la fiche](#)
 La Maison Prosper Maufoux - Château de Saint-Aubin – [voir la fiche](#)

DEVELOPPEMENT

- OBSERVATOIRE**
Publication du baromètre reflétant l'activité MICE des membres du collectif au 1er semestre 2023 / [lire ici](#)
- SITE WEB**
Mise en place de l'interface de contact qui est un nouveau développement de la Fabrique à Site. Cette interface permettra à BFC Tourisme d'avoir un meilleur suivi des demandes qui transitent via le site seminaires.bourgognefranche.comte.com savoir si celles-ci se sont concrétisées, si oui à quel budget, et de reprendre la main sur les demandes quand elles ne peuvent pas aboutir ...

PROMOTION / COMMUNICATION

CAMPAGNE LINKEDIN

- Objectif : mise en avant du site seminaires.bourgognefranche.comte.com sur les cibles régionale et nationale. Cette campagne a pour objectif de capitaliser sur le site, de mettre en avant nos conseils et devis gratuits ainsi que notre région et ses 3 destinations (Montagnes du Jura, La Bourgogne et Vosges-du-Sud). Réalisation de carrousels avec la mise en avant de plusieurs thématiques : séminaire au vert, séminaire XXL, proche de Paris, proche de Lyon... Sponsorisation de carrousels en A/B testing, tout en adaptant chaque carrousel à notre cible. Par exemple : pour un ciblage Ile-de-France, nous mettrons en avant les lieux proches de Paris.

GRC / NEWSLETTER DE LA RENTRÉE

Thématique : "Reprendre le travail en douceur en profitant de l'été indien au cœur des vignes. "

Mise en avant de :

- La Cité des Climats & des Vins de Bourgogne de Mâcon
- Les lieux de séminaires et prestataires team-building
- Zoom sur Beaune Destination Affaire

PARTENARIAT ON-LINE AVEC LES ECHOS

- En septembre et octobre, mise en place de bannières **sur la cible régionale** avec le message « **Mon Event, Ma Région** » et **sur la cible nationale**, avec le message « **Bourgogne, Montagnes du Jura, Vosges du Sud : trois fois plus de choix pour vos événements !** » Ces actions display seront complétées par 2 emailings dédiés.

LANCEMENT DE LA CAMPAGNE D'ACHATS DE MOTS CLES POUR L'AUTOMNE

- Objectif : amener à la conversion sur notre site via les demandes de devis et de renseignements auprès de nos partenaires

DIVERS

- Création d'une e-brochure sur les nouveautés 2023 des membres du collectif affaires / [voir ici](#) - Un pavé nouveauté a également été créé sur les fiches de détail des membres.

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

[RETOUR SUR ...](#)

BILAN LINKEDIN DU 1^{er} SEMESTRE

- 211 035 impressions (+58% par rapport à l'année dernière) --> sponsorship & organique
- 5 257 interactions (+125%) --> sponsorship & organique
- 1 404 abonnés

SITE WEB

- Création d'une page UNESCO / [voir ici](#)
- Mise en avant de nos deux partenaires : La Saline Royale et la Citadelle de Besançon.

OPTIMISATION DE LA PAGE HOME

- Mise en avant de nos destinations, ajout des avis récoltés ainsi que nos nouveaux éléments de langage en adéquation avec notre positionnement marketing.

FILIERE PATRIMOINE

VIE DU COLLECTIF

A NOTER DANS VOS AGENDAS

- Le 17 octobre à Gray** : journée de rencontre organisée par BFC Tourisme et l'Association des Musées de Bourgogne-Franche-Comté.
 L'objectif de cette journée est d'une part de favoriser la connaissance mutuelle des professionnels des musées et des professionnels du tourisme et d'autre part d'apporter des clés de compréhension et des pistes aux professionnels afin de mieux répondre aux attentes de leurs visiteurs.
 Elle sera ouverte aux professionnels des musées et du Tourisme. Un formulaire d'inscription en ligne avec le programme détaillé sera envoyé début septembre. Inscription gratuite.

DEVELOPPEMENT

- GUESTVIEWS** :
 Le château de Champlitte et le musée de la Montagne à Château-Lambert ont rejoint le dispositif Guestview. Un premier bilan sera dressé avec les membres bénéficiaires à la rentrée

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DES HABITANTS

- SITE bourgognefranche.comte.com**
 Pour les Journées Européennes du Patrimoine, une page agenda a été créée. Cette page met en avant les événements proposés par les membres du Collectif.
- SOCIAL MEDIA**
 - Le 6 septembre** : partage du podcast Artips sur les cascades du Hérisson
 - Le 10 septembre** : publication dédiée aux Journées du Patrimoine. Cette publication pointera vers la page agenda créée spécialement pour les Journées du Patrimoine.

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

Destination Montagnes du Jura

- Audit des contenus Patrimoine sur le site www.montagnes-du-jura.fr afin d'améliorer les contenus sur le site.

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- Le 20 septembre** : partenariat sur le site web de jaimemonpatrimoine.fr – publication d'un article dédié à l'histoire de la Résistance en vue de communiquer sur la réouverture du musée de la Résistance à la Citadelle de Besançon.
- Le 28 septembre** : parution dans le magazine **ECHAPPEES BELLES** d'un publi-rédactionnel intitulé « Une affaire de goûts » : mise en avant de la moutarde de Dijon, l'Absinthe et la route de l'Absinthe et les Griottines de Fougerolles.
- Capsule vidéo** : diffusion sur les réseaux sociaux de 2 vidéos :
 - L'Abbaye de Fontenay où Eric Viellard, Responsable d'exploitation du site, évoque la restauration des gisants en ronde bosse de l'Abbaye.
 - Le musée de la Montagne à Château-Lambert, où Caroline, Greuze, responsable des musées départementaux de la Haute-Saône, présente le résultat des travaux de rénovation d'un orchestrillon.
- Partenariat avec La Poste** : partenariat négocié entre BFC Tourisme et La Poste pour l'édition d'une collection de timbres postes comprenant 8 visuels. Ce collector valorisera les 9 biens UNESCO du territoire et sortira début 2024. Les premiers projets de planches seront présentés par la Poste courant septembre.

FILIERE PATRIMOINE

RETOUR SUR ...

▪ **PODCASTS ARTIPS**

Bilan de la diffusion sur les réseaux sociaux auprès d'un public « expert patrimoine des 4 podcasts Artips consacrés aux sites UNESCO : la Citadelle de Besançon, la Basilique de Vézelay, la Chapelle Notre Dame du Haut à Ronchamp, l'Abbaye de Fontenay.

Ces podcasts sont diffusés sur différentes plateformes : Apple Podcast, Deezer, Google Podcasts, Spotify, Castbox, Podcast Addict et le site d'Artips (ainsi que sur les sites des marques de destination). Ils sont également promus sur les réseaux sociaux par Artips et BFC Tourisme.

Entre le 3 juillet et le 8 août : beau démarrage et 1 320 écoutes.

Pour écouter / ré-écouter ces podcasts :

- La Citadelle de Besançon / [écouter](#)
- La Basilique de Vézelay / [écouter](#)
- La Chapelle Notre Dame du Haut à Ronchamp / [écouter](#)
- L'Abbaye de Fontenay / [écouter](#)

- **Fin juillet** : publication sur le site web de jaimemonpatrimoine.fr d'un article dédié à l'art moderne et contemporain. Il mettait en valeur Art in Situ sur la Route des Grands Crus, Ronchamp, le FRAC Franche-Comté et le Consortium de Dijon. [Lire l'article ici](#)

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE ITINERANCE

DEVELOPPEMENT

- **Le 4 septembre** : bilan du Lab' Itinérance 2023 et perspectives du Lab' Itinérance 2024
- **Les 6 et 7 septembre** : Formation à la plateforme Outdoorvision
- **Le 28 septembre** : éductour référents Accueil Vélo des ADTs en région : visite d'équipements innovants d'itinérance douce

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE HABITANTS

- Poursuite du travail d'approfondissement des contenus itinérance sur www.bourgognefranchecomte.com

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

Destination La Bourgogne

- Poursuite du travail d'approfondissement des contenus itinérance sur www.bourgogne-tourisme.com

Destination Montagnes du Jura

- Poursuite du travail d'approfondissement des contenus itinérance sur www.montagnes-du-jura.fr



PAYS-BAS

- **Du 9 au 16 septembre** : accueil de **Pim VAN DER MAREL** pour les magazines dédiées au tourisme fluvial : **NAUTIQUE** et **MOTORBOOT**. En partenariat avec NICOLS.
Thématique de l'accueil : navigation de Dole à Baume-les-Dames.

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- **KOMOOT** : Publication sur Komoot puis promotion de 2 itinéraires de randonnée : la Via Cluny et le sentier Bibracte-Alésia

COMITÉS D'ITINÉRAIRES / CONTRATS DE CANAL

VOIE BLEUE

- **Le 12 septembre** : participation au comité technique transversal

GTMC

- **Seconde quinzaine** : au nom des CRTs partenaires de la GTMC, préparation du salon Roc d'Azur (du 6 au 8/10) en vue de la représentation de l'itinéraire

CANAL DU CENTRE

- **Le 13 septembre** : participation au 2ème atelier communication de l'étude sur l'identité et le positionnement du Canal du Centre

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE OENOTOURISME

PROMOTION / COMMUNICATION

PROMOTION

Destination La Bourgogne



GRANDE-BRETAGNE

- **Du 12 au 14 septembre** : Explore France Festival à Londres organisée par Atout France. Opération dédiée à l'œnotourisme avec un workshop B2B à l'attention de TO, agences et grossistes britanniques sur 2 jours, une rencontre lunch presse sur le focus durable, une soirée VIP avec un focus sur les produits haut de gamme représentatifs de l'offre de La Bourgogne.

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- **relaisduvin.com** : 3 campagnes spécialisées sur relaisduvin.com : campagnes dédiées à nos nouveaux personae œnotourisme.
 - OBJECTIF** : créer du contenu inspirationnel (mise en avant d'offres œnotourisme) pour ces nouveaux personae :
 - 1 campagne ciblé wine lovers terroir
 - 1 campagne ciblé wine curious tendance
 - 1 campagne ciblé wine curious convivialité

FILIERE GASTRONOMIE

DEVELOPPEMENT

- Intégration de nouvelles offres gourmandes :
 - La Cave de la Cité,
 - La Table du cité et le comptoir de la cité
 - L'Alambic Bourguignon
- Réalisation d'une enquête sur "la perception des professionnels adhérents de la Vallée de la Gastronomie". Enquête faite auprès de tous les membres de la Vallée de la Gastronomie.
Objectif : mesurer la performance et la pertinence de la destination auprès des professionnels du tourisme.
- Lancement des shootings photos
Photos à privilégier sur les thématiques activités dans le vignoble animé, le bocage charollais, le cassis et ces champs ainsi que les hautes-côtes.

PROMOTION

- **Semaine du 11 septembre** : accueil de l'influenceur / journaliste anglais **Clerkenwell Boy** (305 000 abonnés) à Dijon dans le cadre de la Vallée de la Gastronomie.
- Mise en ligne d'un article 4 pages dans **ELLE A TABLE** : présentation de la Vallée de la Gastronomie + mise en avant de 6 offres dont 2 offres de Bourgogne-Franche-Comté.

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

OBSERVATION / ORT

- **Les 6 et 7 septembre** : Formation à la plateforme Outdoorvision qui permet de :
 - Visualiser les traces des pratiquants sur notre territoire
 - Connaître les habitudes des pratiquants
 - Identifier les zones de fortes ou faibles fréquentations
 - Observer l'évolution temporelle sur notre territoire

TOURISME D'AFFAIRES

- Publication du baromètre reflétant l'activité MICE des membres du collectif au 1er semestre 2023 / [lire ici](#)

INGENIERIE / DELEGATION ATOUT FRANCE

PLAN AVENIR MONTAGNE

- **Le 28 septembre** : participation à l'atelier de co-construction sur les thèmes : "Patrimoine naturel du Haut Doubs et activités de pleine nature "

FRANCE TOURISME INGÉNIERIE / DIAGNOSTIC MARKETING

- **Le 11 septembre** : visite du Pôle Courbet
- **Le 14 septembre** : visite des Hospices de Beaune

QUALITE TOURISME

Nouveaux audits Qualité Tourisme à venir :

- La station des Rousses pour les activités de loisirs
- Le restaurant l'Anversis à Lamoura
- Le restaurant Le Parc à Besançon

ACCOMPAGNEMENT DES OT

PILOT

- ↳ **Le 8 septembre** : vendredi piLOT
- ↳ **Le 19 septembre** : atelier ISEC
- ↳ **Les 21 et 22 septembre** ; ateliers d'exploitations
- ↳ **Le 26 septembre** : atelier ITT

QUALITE

- ↳ **Visites mystères croisées** : les OT volontaires ont eu l'été pour s'auditer entre eux.
Objectif de ces visites mystères croisées : comprendre le fonctionnement du référentiel et être plus à l'aise avec le système d'audit le jour J.
Un retour sera fait lors de la **journée Qualité Tourisme** qui aura lieu **le 12 octobre** sur le territoire de Creusot-Montceau Tourisme
- ↳ Pendant l'été, les OT de Paray-le-Monial et Dijon Métropole ont renouvelé leur label Qualité avec un taux à plus de 95 %.

DECIBELLES DATA

- ↳ **MASCOT ACADEMY**
Du 20 septembre au 6 octobre : nouveau programme de webinaires à destination des utilisateurs de Décibelles Data pour apprendre à connaître les fonctionnalités de l'outil.
[Consultez le programme complet](#)

FORMATION

- ↳ **Le 12 septembre** : la MASCOT met en place une formation "Optimiser son temps de travail : gestion des priorités" à Besançon.
Elle sera délivrée par AKINA Stratégies. Il y aura 10 stagiaires (salariés du CRT et salariés d'Offices de Tourisme)

AUTRES ACTIONS

- ↳ **RADIOSCOPIE 2023**
La collecte des données auprès des OT est terminée. Un temps de traitement et d'analyse débute afin d'étudier la structuration du réseau à l'échelle régionale puis au niveau de chaque département.
- ↳ **Attractivité résidentielle**
Intégration de 8 nouveaux OT dans la démarche d'attractivité résidentielle entre le 7 et le 21 septembre.



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.