

LA FABRIQUE A SITES

- ↳ Le site web de Doubs Tourisme à destination des groupes est en cours de finalisation au niveau des développements. Il sera livré aux alentours du 10 novembre. L'ADT commencera alors l'intégration des contenus.
- ↳ La sortie du site Haut-Jura Saint-Claude a été reporté d'une quinzaine de jours (à la demande de l'OT), afin de parfaire les dernières intégrations de contenu et de procéder aux dernières intervention technique - notamment la création du fichier de redirections.
- ↳ **RETOUR SUR ...**
L'atelier du 19 octobre sur les listings de la Fabrique à sites en présence de Thuria.
Cet atelier a donné lieu à de nombreuses réflexions notamment sur des problématiques d'affichages et fonctionnelles.
La mise en place de ces améliorations est attendue au plus tôt courant d'année 2024.

DÉCIBELLES DATA

- ↳ **NOUVEAU**
Décibelles Data est partenaire de l'application Bamboche. Cette application a été mise en ligne début octobre et disponible en téléchargement sur les Play Stores. Elle met en valeur les activités de loisirs (restaurants, cinémas, lieux de visites...) locales et à proximité de soi.
Contrairement aux autres applications, Bamboche a fait le choix d'afficher en priorité les actions et événements locaux.
Le partenariat avec Décibelles Data permet à tous les prestataires touristiques de la région d'être référencés gratuitement dans l'application.
- ↳ Le site vivezsport.fr créé par le Ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques qui a ouvert cet été pour proposer des activités sportives sur toute la France affiche les informations de Décibelles Data à partir de la plateforme nationale en open data "Data Tourisme".
- ↳ **RETOUR SUR ...**
Les ateliers numériques Google
Une centaine de professionnels ont participé à l'atelier Décibelles Data proposé lors de la tournée du Van Google du 10 au 13 octobre dans les villes de Dijon, Beaune, Tournus et Mâcon. L'objectif de cet atelier était de rappeler l'importance de la mise à jour des fiches pour un meilleur référencement.

Le Comité Technique Décibelles Data du 17 octobre 2023

Lors de cette journée, les coordinateurs et les responsables techniques ont traité les demandes d'évolutions pour répondre aux besoins des utilisateurs. L'organisation de la collecte par département est un des sujets les plus importants notamment en fin d'année pour la mise à jour des informations pour 2024.

RÉUNIONS STATUTAIRES 2023

30 novembre : Conseil d'Administration de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme (visio et présentiel) au Conseil régional de Besançon

NOS PROCHAINS RENDEZ-VOUS

3 novembre : COPIL Booster Tourisme

6 novembre : CODIR digital

6 novembre : restitution de l'étude sur le positionnement marketing des destinations Vignobles & Découverte de Bourgogne-Franche-Comté

7 novembre : CODIR

10 novembre : Journée de la destination Massif des Vosges à Colmar

16 novembre : 2^{ème} Journée Partenariale des Marques et des Filières BFC Tourisme

16 novembre : remise des prix régionaux du label "Villes et Villages Fleuris" 2023

17 - 19 novembre : Lancement de la saison hiver pour les Montagnes du Jura à Paris

19 - 21 novembre : accueil du président de la fédération nationale Vignobles & Découvertes

27 et 28 novembre : séminaire des relais territoriaux d'ADN Tourisme / participation de la MASCOT

28 novembre : restitution de l'étude qualitative sur le marché des congrès

ARRIVÉE

Léa PRETEUX rejoint le Pôle Filières pour un contrat en alternance dans le cadre de son BTS Tourisme au Lycée Nodier à Dole. Léa travaillera aux côtés Juliette DUROY sur la filière Itinérance.



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.

- Poursuite de la campagne automne <https://www.bourgognefranche.comte.com/nos-idees-week-end-pour-profiler-de-lautomne/> sur les réseaux sociaux avec la diffusion de plusieurs formats
 - Sur FACEBOOK
 - **1 post mosaïque photos** – mise en avant de *Week-end d'automne autour du lac de Vouglans* <https://www.bourgognefranche.comte.com/idees-weekends/autour-lac-vouglans/> / prévu le 15 novembre
 - **1 post lien ou mosaïque photos** – mise en avant de *Week-end automnal autour de Vézelay* <https://www.bourgognefranche.comte.com/idees-weekends/week-end-automne-vezelay> prévu le 29 novembre.
 - Sur INSTAGRAM
 - Test de nouveaux formats
 - 1 publication prévue le 12 novembre
 - Des stories
- Création d'un listing mettant en avant les activités et événements autour d'halloween : communication sur la home page du site **SORTEZ CHEZ VOUS** et post dédié sur les réseaux sociaux pendant les vacances scolaires pour attirer les amateurs de frissons : [consulter le listing](#)

PRODUCTION DE CONTENUS

Sur le site www.bourgognefranche.comte.com

- Réalisation d'une page dédiée aux lieux pour télétravailler pendant les vacances, incluant majoritairement des nouveaux hébergements. Ce top a été relayé dans une newsletter dédiée envoyée à nos 43 000 prospects. [Voir ici](#)
- Les pages « hiver sans neige » ont été enrichies avec la reprise des activités dans les Montagnes du Jura via l'entrepôt éditorial. [A découvrir ici](#)
- Dans le cadre de la refonte des contenus Oenotourisme : création de nouveaux contenus et enrichissement des pages: [A découvrir ici](#)
- Dans le cadre de la refonte des contenus Patrimoine, enrichissement de plusieurs pages :
 - [Le Réseau des peintures murales de Puisay](#)
 - [Via Salina](#)
 - [Savoir-faire et visites d'entreprises](#)

PASS DECOUVERTE

- **Partenariat avec le collectif Bourgogne Séminaires & Events**

Des Pass Découverte ont été offerts aux prospects régionaux lors de l'éductour Tourisme d'Affaires qui a eu lieu à Besançon le 17 octobre
- La brochure bridge dédiée aux sites et activités inclus dans le Pass Découverte a été remise à jour : elle est disponible sur le site du Pass Découverte : [A découvrir ici](#)

Un emailing et une notification via l'appli Pass Découverte seront adressés aux détenteurs du Pass.
- Mise en ligne de 4 idées automnales sur <https://pass.bourgognefranche.comte.com/idees-week-end-automne>

Ces idées week-ends seront aussi relayées auprès des utilisateurs du Pass.



À DESTINATION DES HABITANTS

RETOUR SUR ...

La campagne Fantastic Picnic 2023

- Les campagnes ont généré 36 900 visites avec un taux de rebond de 65 % et une durée moyenne de 1: 04 min.

Au total : 44 000 visites sur les pages – 100 000 vues cumulées (contre 74 000 en 2022). D'excellentes performances sur les contenus. La landing page a capté beaucoup de trafic, la page de liste a été aussi beaucoup vue. En ce qui concerne la communication des réseaux sociaux le social ads a généré 18 197 visites et l'organique 16 405.

[Lire le compte-rendu complet de l'événement](#)

Le questionnaire d'observatoire en ligne des clientèles

- La signature Sortez chez vous en Bourgogne-Franche-Comté a diffusé **le questionnaire d'observatoire en ligne des clientèles** via des posts sponsorisés sur les réseaux sociaux. Cette diffusion a permis de récolter environ 1 050 réponses au questionnaire. Ce questionnaire permet principalement de connaître les profils de clientèles et leur satisfaction.

VIE DU COLLECTIF

- **Le 16 novembre** : 2^{ème} Journée Partenariale des Marques et des Filières de BFC Tourisme à Dijon

COMMUNICATION ONLINE

- **CAMPAGNE HIVER EN DIGITAL**
Le 10 novembre : la home page du site passera en mode hiver.
- **CAMPAGNE EXPLORE EN PARTENARIAT AVEC ATOUT France**
→ **Marché allemand**
Promouvoir une offre printemps été : nature patrimoine naturel (lacs et cascades), gastronomie, itinérance, hébergements de charme, expériences durables, slow tourisme.
Objectif trafic et notoriété
Les leviers utilisés : YouTube, Facebook, Instagram et Komoot
→ **Marché suisse**
CAMPAGNE DIGITALE
Promouvoir une offre printemps été avec un focus sur le Grand Besançon, vélo, outdoor.
Campagne 100% digitale : YouTube et Komoot.

COMMUNICATION ONLINE

CAMPAGNE TV CLASSIQUE ET TV REPLAY

Diffusion du nouveau spot de la marque [Visionner le spot](#)

- Diffusion en IPTV via achat programmatique sur 4 écrans durant 5 semaines entre octobre et novembre sur MY TF1, France TV, 6 Play, My CANAL + diffusion en TV classique 7 spots autour de l'émission Quotidien sur TMC
- Audiences estimées : 5,7 millions de contacts publicitaires

MARKETING

- **Le 8 novembre** : 2^{ème} atelier marketing autour du portage de la marque de destination et l'enjeu d'intensification de la dynamique collective.
- **RAPPEL** : les chiffres clés 2023 des Montagnes du Jura (année 2022) sont disponibles en ligne sur le site pro BFC Tourisme : [consulter les chiffres clés 2023 MDJ](#)

RESEAUX SOCIAUX

CAMPAGNE AUTOMNE

- La campagne automne se poursuit en organique sponsorisée avec des posts mais surtout des Reels :
<https://www.instagram.com/reel/Cygb7LUMlua/>
<https://www.instagram.com/reel/Cx-2OBCMOu7/>
<https://www.instagram.com/reel/Cx75Cwlsaud/>

PRODUCTION DE CONTENUS

- Tournage d'un 48h à sur la thématique de l'exploration nordique en partenariat avec l'ENJ et l'OT Haut Jura Saint Claude dès les premières neiges.
- Poursuite de la rédaction de contenus et intégration [48h à Morez](#)
[48h à Besançon/Loue Lison en mode mobilités douces](#)
- Achat de visuels sur la thématique du Gravel/cyclo
- Renouvellement droits photos

PROMOTION ET RELATIONS PRESSE



ALLEMAGNE

- **Du 2 au 4 novembre** : accueil de **Stefanie BALL**, du quotidien **Mannheimer Morgen**.
Thème de l'accueil : un week-end prolongé dans les Montagnes du Jura pour des randonnées pédestres. Une idée d'escapade active pour les lecteurs de ce quotidien allemand de la ville de Mannheim.



PAYS-BAS

- **Du 21 au 23 novembre** : opération btob et presse à Amsterdam afin de développer de nouvelles programmations pour la marque de destination Montagnes et la filière Itinérance. BFC Tourisme sera accompagné des Offices de Tourisme du Haut-Doubs, du Coeur du Jura et de Monts-Jura Pays de Gex.
Les 21 et 22 novembre : RDV avec des agences de voyages TO néerlandais
Le 23 novembre : uniquement pour BFC Tourisme : démarchage de certaines rédactions afin de programmer des accueils presse en 2024.
Puis en soirée, en présence de tous les partenaires dîner de presse afin de présenter les atouts des MDJ et de la filière itinérance.
Action organisée en collaboration avec Atout France Amsterdam.

COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

- Revisite pour mise à jour de la charte qualité BFC Séminaires & Events :
Musée de l'Aventure Peugeot : [voir la fiche](#)
Mise en ligne et communication de la nouvelle page dédiée au tourisme d'affaires sur le site Montagnes du Jura et ajout d'un bandeau zoom en page d'accueil : [Voir ici](#)

FILIERE NEIGE

LANCEMENT DE LA SAISON HIVER :

- **Du 17 au 19 novembre** : opération de lancement de la saison hiver au Ground Control à Paris **en partenariat avec France Montagnes et les OTs concernés par la neige** : - OT HAUT DOUBS METABIEF - STATION LES ROUSSES - OT HAUT JURA SAINT CLAUDE - OT PAYS DE GEX ET SA STATION MONTSJURA - OT HAUT BUGEY - ENJ
OBJECTIF : lancer de la saison hiver 2023 / 2024 à destination des Franciliens et des médias
L'espace de la marque sera aménagé de sorte à recréer une ambiance nordique pour se démarquer des autres massifs. On retrouvera sur cet espace :
 - Un espace dédié au Comté avec dégustation avec Carole des Routes du Comté
 - Un espace dédié à l'absinthe et à la dégustation + vente possible
 - Un espace dédié à Aromacomtois (huiles essentielles, bières du Jura, sirop de sapin, savon...)
 - Un espace dédié aux jeux en bois
 - Un studiomaton avec relais sur les RS
 - Un jeu concours pour gagner des forfaits + séjours
- Envoi d'une eletter grand public Hiver : mise en avant d'idées séjour hors normes hiver + un top hébergement en hiver + Que faire dans les MDJ sans neige

FILIERE PATRIMOINE

- Rédaction de contenus sur la thématique « les savoir-faire »
- Amélioration du contenu de certaines pages de cette thématique suite à l'audit du site

FILIERE ITNÉRANCE

- Audit des contenus de cette thématique en cours.
- Ajout d'un focus Label Accueil Vélo sur les pages concernées / [voir exemple ici](#)
- Amélioration des contenus liés à l'itinérance fluviale.

RETOUR SUR ...

CAMPAGNE SOCIAL MEDIA SUR LE MARCHE NEERLANDAIS - PARTENARIAT AVEC ATOUT FRANCE AMSTERDAM

Phase n°1 : promouvoir le "nazomeren" = la fin de l'été

Création d'une landing page dédiée : <https://nl.montagnes-du-jura.fr/geniet-van-de-nazomer/>

Cette campagne a permis de générer plus de 1400 visites sur le site, avec un taux de rebond de 79%

Les publications ont permis de toucher plus de 211 600 personnes.

Le volet 2 pour promouvoir le printemps vient d'être lancé.

INFLUENCE

BFC Tourisme n'accueillera plus d'influenceurs indépendants en raison de la complexité de mise en oeuvre et des faibles retombées de certains accueils et aussi en raison de la nouvelle réglementation qui vient d'entrer en vigueur : un influenceur sans SIRET peut être requalifié comme salarié temporaire de la structure.

En revanche, la marque continuera à capitaliser sur des médias d'influence de type Chilowe, Le Bonbon, Petaouchnok, Decathlon Outdoor... les articles produits participent à un meilleur référencement de la marque Montagnes du Jura sur le long terme (cf chiffres ci-dessous)

LEVIERS	OBJECTIF	VISITES	TEMPS PASSE	INTERETS PARTENAIRES	TAUX	INTERETS BROCHURE	TAUX
HELLOLAROUX	VISIBILITE ET CONVERSION	739	4min14	62	8,39 %	31	4,19 %
LES OTHERS	VISIBILITE ET CONVERSION	538	1min58	7	1,30 %	18	3,35 %
LE BONBON	VISIBILITE ET CONVERSION	2 252	2min21	122	5,42%	169	7,50 %
CHILOWE	VISIBILITE ET CONVERSION	242	3min26	29	11,98 %	6	2,48 %

Stats matomo du 1^{er} janvier 2021 au 30 septembre 2023

Le questionnaire d'observatoire en ligne des clientèles

- Montagnes du Jura a diffusé **le questionnaire d'observatoire en ligne des clientèles** via des posts sponsorisés sur les réseaux sociaux.
Cette diffusion a permis de récolter environ 850 réponses.
Ce questionnaire permet principalement de connaître les profils de clientèles et leur satisfaction.

LE TOP POST DU MOIS SEPTEMBRE

- Publication du 19 septembre** : L'été indien dans les pâturages du Haut-Jura
Photo des Hautes Combes du Haut-Jura pris par L. Ménetrier
2 200 Likes

LA BOURGOGNE

VIE DU COLLECTIF

- **Le 6 novembre** : rendez-vous avec le BIVB
- **Le 16 novembre** : 2^{ème} Journée Partenariale des Marques et des Filières de BFC Tourisme à Dijon

MARKETING

- **Le 8 novembre** : 2^{ème} atelier marketing autour du portage de la marque de destination et l'enjeu d'intensification de la dynamique collective.
- **NOUVEAU** : réalisation d'un flyer à distribuer afin d'inciter les socios-pros à porter la marque La Bourgogne.

COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

CAMPAGNE L'AUTOMNE C'EST LA BOURGOGNE

- Dernier temps fort avec la poursuite de la campagne de notoriété et conversion sur les réseaux sociaux ainsi que de la campagne adwords.

PARTENARIAT OK VOYAGE

- Le partenariat annuel avec OK VOYAGE se termine. Un bilan est prévu le 11 décembre. L'article du mois de novembre sera dédié aux incontournables de l'Yonne.
Retour sur : [lire l'article du mois d'octobre](#) dédié aux incontournables de l'Yonne.

PRODUCTION DE CONTENUS

- **Réalisation d'un reportage photos/vidéos (rushes).** L'agence Avant Première basée à Nevers a été chargée de cette réalisation qui permettra à La Bourgogne de disposer de nouvelles images montrant de beaux hébergements (gîtes et chambres d'hôtes), d'espaces de dégustation et de paysages pour ses futures prises de parole. Une attention particulière a été portée à la figuration afin que les personae de la destination soient largement représentés.
- **Réalisation d'une vidéo courte "La Bourgogne en 4 saisons"** à partir des rushes tournés et achetés ces dernières années par la marque La Bourgogne. Cette vidéo sera intégrée dans la médiathèque de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme et mise à la disposition de l'ensemble des utilisateurs.

RESEAUX SOCIAUX

- **Le 24 novembre** : comité technique avec l'agence My Destination et la Community Manager pour perfectionner les techniques des reels, format très prisé sur Instagram.
- **Les tops posts d'octobre**
Sur Facebook : [publication du 7 octobre](#) présentant une mosaïque de photos de l'automne en Bourgogne. 5 284 réactions et 119 483 couvertures

Sur Instagram : [publication du 1^{er} octobre](#)
Il s'agissait du Reel « POV : tu as décidé de répondre à l'Appel de l'Automne en Bourgogne » : 1275 likes et 138 182 impressions.
- **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 comme **18 772 followers** <https://www.instagram.com/mybourgogne/> et utilisez les hashtags **#LaBourgogne toute l'année** et **#L'AutomneestLaBourgogne** à l'automne.
Vous pouvez tagguer notre compte dans vos propres publications [@mybourgogne](#)

COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

- Revisite pour mise à jour de la charte qualité BFC Séminaires & Events :
Hostellerie de Bretonnière / [voir la fiche](#)
Hôtel Darcy / [voir la fiche](#)
Château du Clos de Vougeot / [voir la fiche](#)

LA BOURGOGNE

PRESSE



FRANCE

- **Du 6 au 10 novembre : tournage de 7 émissions de CUISINE OUVERTE** avec le chef Mory Sacko. Diffusion dès le printemps 2024 et tout au long de l'année. Les chefs Louis-Philippe VIGILANT, Thomas COLLOMB, Angelo FERRIGNO, William FRACHOT, Philippe AUGÉ, Cédric BURTIN et Eric PRAS seront mis en avant et cuisineront des recettes emblématiques bourguignonnes avec le chef bien connu des téléspectateurs de France 3. Tournages à Fontenay, Dijon, Beaune entre autres.



SUISSE

- **Les 10 et 11 novembre** : du magazine **GASTROJOURNAL** en partenariat avec l'Office de Tourisme de Beaune - Au programme visite de ville, des Hospices, visite de cave avec dégustation
- **Du 21 au 23 novembre** : déjeuners de presse à Lausanne et Zurich à la rencontre des médias suisses L'Office de Tourisme de Tournus et l'Hostellerie de Levernois / Château de Sainte-Sabine seront aux côtés de La Bourgogne pour présenter leurs offres adaptées à la clientèle suisse.

RETOUR SUR ...



BELGIQUE

- **ECHAPPEE BELGE, LE BEAU VELO DE RAVEL**

En juin dernier, La Bourgogne, avec l'aide technique de Yonne Tourisme, Nièvre Tourisme et d'Atout France Belgique, a accueilli l'équipe de la RTBF venue tourner l'émission francophone " L'Echappée Belge, le beau Vélo de Ravel" sur la thématique " Les trésors cachés du Canal du Nivernais".

L'animateur Adrien JOUVENEAU et son invité, l'acteur Clément MANUEL, ont découvert le patrimoine, la gastronomie et des acteurs locaux de Bourgogne.

Un dispositif média a été mis en place pour relayer l'émission : en amont de l'émission une capsule vidéo a été mise en ligne sur **RTBF Auvio**, **des posts sur les comptes Instagram de l'animateur et de l'invité** ainsi que des **post LinkedIn sur le compte d'Atout France Belgique** [voir ici](#)

Le tournage a donné lieu à :

- la diffusion d'une émission radio de 52mn sur radio Vivacité
- un passage de 26 mn sur la TV La Une
- un article de 3 pages dans le supplément hebdomadaire de l'Avenir : " Deuzio"
- une promotion WE sur le site de la RTB, de l'Avenir et sur la page Facebook d'Atout France Belgique



FRANCE

- **Le 3 octobre / Eiffel Show – Paris** : workshop organisé par Destination Bourgogne le Club. Ce workshop BtoB a permis à La Bourgogne de s'entretenir avec 16 TO / Agences de voyages/autocaristes français et internationaux à la recherche d'idées de thématique pour leurs clients



USA

- **Retombées presse** : à la suite de l'accueil de l'équipe de tournage de l'émission **CURIOS TRAVELER** - avec la célèbre animatrice US Christine Van Blocland, **en mai 2023**, l'épisode consacré à Beaune et à Dijon sera diffusé le 19 novembre 2023 aux USA.



VIE DU COLLECTIF

- **Le 10 novembre** : Journée de la destination Massif des Vosges au Centre des Congrès de Colmar
- **Le 16 novembre** : 2^{ème} Journée Partenariale des Marques et des Filières de BFC Tourisme à Dijon

PRODUCTIONS DE CONTENUS

- Bourgogne-Franche-Comté Tourisme va contacter les Offices de Tourisme du territoire pour mettre en place des réflexions et la collaboration sur la rédaction des contenus sur le site Internet du Massif des Vosges.
- **Le 30 novembre** : rendez-vous avec Alsace Destination Tourisme en visio pour présenter le fonctionnement et le chantier à venir pour les contenus à la personne qui va remplacer Vincent Schneider

RETOUR SUR ...

- Rédaction de la page "week-end automne dans le sud du Massif des Vosges", poussée en test dans la newsletter grand public du Massif des Vosges, adressée à environ 7 000 prospects. [Voir la page](#)
- Le territoire a été valorisé 2 fois sur Instagram et Facebook par le Massif des Vosges, avec des photos issues des reportages portés par Vosges du Sud.



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

VIE DU COLLECTIF

- **Le 16 novembre** : 2ème Journée Partenariale des Marques et des Filières de BFC Tourisme à Dijon Bourgogne Events.
RDV à 14 h 00 pour le bilan 2023 et perspectives 2024 de la Filière Tourisme d'Affaires.
- **Le 28 novembre** : journée Tourisme d'Affaires pour les membres à l'Ibis Ferme aux vins
 - Le matin : restitution de l'étude menée par Coach Omnium sur les attentes, fonctionnement et tendances de l'organisation de congrès par des agences.
 - Cocktail de "réseautage" entre les membres
 - L'après-midi : atelier de travail sur l'optimisation du référencement naturel animé par l'agence digitale Think My Web
- Revisite pour mise à jour de la charte qualité BFC Séminaires & Events :
 - Pour la destination La Bourgogne**
Hostellerie de Bretonnière / [voir la fiche](#)
Hôtel Darcy / [voir la fiche](#)
Château du Clos de Vougeot / [voir la fiche](#)
 - Pour la destination Montagnes du Jura**
Musée de l'Aventure Peugeot : [voir la fiche](#)

PROMOTION / COMMUNICATION

SOIREE MICE DU 4 DECEMBRE

- Soirée à la rencontre d'entreprises du bassin parisien susceptibles d'organiser des séminaires en BFC
29 partenaires accompagneront BFC Tourisme : Dijon Bourgogne Event (Palais des congrès-expositions de Dijon) / DFCO - Stade Gaston Gérard /MWT Meetings / Active Tour s/ Soon Evènements / MuséoParc Alésia / Hotels Bourgogne Qualité / Château de Saulon / Destination affaires Beaune / RP Events / Prosper Maufoux - Château de Saint-Aubin / Hostellerie Cèdre & Spa / Hostellerie de Levernois / Groupe Loiseau / Destination l'Yonne en Bourgogne / Bourgogne Aventure / Abbaye de Reigny / Destination affaires Mâcon / Cité des climats et vins de Bourgogne Mâcon / Maison Doucet / Hôtel les 7 Fontaines et le Rempart / Château des Broyers / Destination Besançon / Village vacances le Duchet / Otentik / La Saline Royale Arc-et-Senans / Destination Belfort / la Filature de Ronchamp.

PRESSE

- Du 7 au 9 novembre : Bourgogne-Franche-Comté Séminaires & Events invite des journalistes de la presse MICE, économique et voyages à une découverte d'une partie de l'offre Tourisme d'affaires de la Bourgogne.
Au programme Dijon, Beaune, Vézelay, Abbaye de Reigny, l'Hostellerie de Levernois, SPA Loiseau des Sens, le circuit de Prenois, activité de team building ou encore cours de pâtisserie et activité Tonnellerie, zythologie et dégustations de vins.
- Envoi d'un communiqué de presse à la presse MICE, économique, la PQN présentant la plateforme du tourisme d'affaires et l'offre tourisme d'affaires de la Destination Affaires Besançon

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

PROMOTION / COMMUNICATION

DIVERS

- Envoi de notre Newsletter "Votre Séminaire dans les Montagnes du Jura" à notre base de prospects. Focus sur la destination affaires Besançon ainsi que 6 s partenaires.
- Préparation d'un motion design type tuto pour expliquer l'utilisation de notre moteur de recherche <https://seminaires.bourgognefranchecomte.com>
Ce motion design servira comme support lors de nos différentes actions de promotion et de communication.
- Mise en ligne et communication de la nouvelle page dédiée au tourisme d'affaires sur le site Montagnes du Jura et ajout d'un bandeau zoom en page d'accueil : [Voir ici](#)

RETOUR SUR ...

PARTENARIAT AVEC LES ECHOS

- Partenariat pour la période du 18/09 au 17/10/23 dont les objectifs étaient de faire connaître le collectif BFC Séminaires & Events et sa plateforme.
Bilan des actions sur la cible régionale Bourgogne-Franche-Comté :
 - actions display : 193 000 impressions - 429 clics / newsletter dédiée diffusée à 10 740 prospects - taux d'ouverture de 35% et 37 clics
 Bilan des actions sur les cibles Ile de France - Grand Est et Rhône-Alpes :
 - actions display : 327 600 impressions - 867 clics – envoi d'une newsletter dédiée à 15 800 prospects - taux d'ouverture de 31,6% et 30 clics

Notre analyse

Les performances de cette campagne globale sont au-dessus du benchmark transmis par les Echos - à titre d'exemple, leur benchmark pour les news est situé entre 20 et 25%. Nos performances sont de 31,6% et 35%

EDUCTOUR DESTINATION AFFAIRES BESANÇON

- Bourgogne-Franche-Comté Séminaires & Events a organisé le 17 octobre dernier un éductour à destination de prospects de Bourgogne-Franche-Comté afin de leur faire découvrir l'offre Destination Affaires Besançon. 14 personnes représentant 9 entreprises organisant des séminaires en Bourgogne-Franche-Comté ont été ainsi accueillies pour cet événement de **100 % Mon Event Ma région** ; A l'issue de cet éductour 3 demandes de devis ont déjà été faites.

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

RETOUR SUR ...

CAMPAGNE LINKEDIN AUTOMNE

- Les résultats globaux : 140 295 impressions, 2 449 clics sortants, un CTR de 1,75%. Cette campagne a tourné du 25 septembre au 9 octobre et avait pour but de toucher 2 cibles : la cible régionale et la cible nationale avec un focus sur les villes de Paris, Lyon et Strasbourg. Pour cette campagne LinkedIn, nous avons créé :
 - 2 carrousels globaux avec des informations générales sur notre région en tant que destination affaires à destination de nos 2 cibles.
 - 1 carrousel thématique dédié à notre cible régionale
 - 1 carrousel d'ambiance et 1 carrousel thématique spécifiquement conçus pour notre public national, mettant en avant nos trois villes cibles. Chaque carrousel a été soigneusement adapté, en peaufinant le choix des mots et en ajoutant un écran final spécifique à chaque cible.

Notre analyse :

- pour la cible régionale, c'est le carrousel global qui a été le plus performant avec 661 clics vert le site et un coût de 0,91 € par clic. Le carrousel thématique quant à lui a coûté plus cher avec un coût par clic de 1,21 €.
- pour la cible nationale, c'est le carrousel global qui a été également le plus performant avec 745 clics pour 0,86 €.
- Le carrousel ciblage Lyon a été le moins performant. Nous en tiendrons compte pour nos futures campagnes.

Le carrousel ciblage régional

Bourgogne-Franche-Comté Séminaires & Events
1 467 abonnés
Post sponsorisé

Quoi de mieux que de voyager à travers notre belle région pour redécouvrir des lieux parfois méconnus, à l'occasion de team building originaux, congrès, journée de réunions ou séminaire ? 🏡🌿 Posez un nouveau regard sur la Bourgogne-Franche-Comté !

1 RÉGION, 3 DESTINATIONS

Organiser votre event !

7 VILLES D'AFFAIRES

Nos 7 villes d'affaires

FILIÈRE TOURISME D'AFFAIRES

Le carrousel ciblage Paris

 Bourgogne-Franche-Comté Séminaires & Events
1 467 abonnés
Post sponsorisé

A moins d'1h30 de Paris, découvrez nos offres pour vos événements professionnels dans un château, une abbaye ou dans un écrin de verdure : déconnexion garantie 🌿 ! Pour vos congrès et gala, nos lieux de séminaires XXL vous attendent.




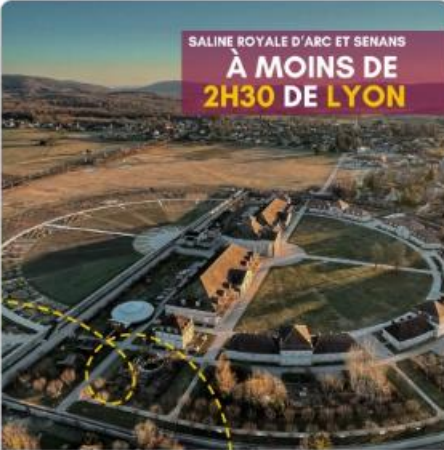

Événements XXL

Depuis Paris 📍

Le carrousel ciblage Lyon

 Bourgogne-Franche-Comté Séminaires & Events
1 467 abonnés
Post sponsorisé

A moins de 2h30 de Lyon, découvrez nos offres pour vos événements professionnels dans un château, une abbaye ou dans un écrin de verdure : déconnexion garantie 🌿 ! Pour vos congrès et gala, nos lieux de séminaires XXL vous attendent.

Événements XXL

A 2h30 de Lyon 📍

FILIÈRE PATRIMOINE

VIE DU COLLECTIF

- **Retour sur la journée d'étude « Les touristes au musée » à Gray**

Journée organisée en partenariat avec l'Association des Musées de BFC Tourisme. Environ 35 participants ont participé à cette journée,

La matinée était consacrée à des table rondes sur :

- les personae "Patrimoine Expert" selon BFC Tourisme
- la marque d'État Qualité tourisme au service de l'accueil des publics touristiques dans les lieux de visite
- l'usage des chiffres liés à l'observation.

L'après-midi s'est déroulé sous forme d'ateliers créatifs autour de 2 thèmes :

- Proposer une offre de visite originale et innovante à destination de nos personae "Expert Patrimoine"
- Définir le persona "Habitant de BFC" fréquentant les sites de visite

Les livrables ainsi que les présentations seront envoyés à tous les participants.

Au vu du succès de cette journée riche en échange et en témoignages, il est envisagé de répéter l'opération en 2024 autour d'un autre sujet d'actualité.



DEVELOPPEMENT

- Retour sur la réunion annuelle du Club des utilisateurs de l'outil Guestviews, le livre d'or numérique : le 23 octobre. 4 sites étaient présents : Bibracte, Musée Courbet, Musée de Mâcon et l'Ecomusée de la Bresse bourguignonne parmi les 12 équipés.

En 1 an, 1 200 questionnaires ont été récoltés, dont 340 visiteurs qui ont laissé un commentaire. 690 adresses mail ont pu être récoltées. 87% des commentaires déposés étaient positifs.

Le Net Promoter Score (personnes qui recommanderaient cette visite à un ami) est de 71% (alors que la moyenne nationale Guestviews est de 51%).

Les pistes d'amélioration pour récolter des avis supplémentaires :

- ↳ installer une borne physique plutôt qu'une affiche avec QR Code,
- ↳ relance mail post visite,
- ↳ démultiplication de l'affichage du QR Code sur les sites (sur des flyers, sur les outils d'aide à la visite, tout au long du parcours de visite,
- ↳ multiplier le nombre d'instantanés gagnants (cadeaux offerts aux visiteurs)...

3 licences sont encore disponibles pour bénéficier de l'outil sur la Bourgogne. Les sites intéressés peuvent se manifester auprès de BFCT.

FILIERE PATRIMOINE

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DES HABITANTS

▪ SITE bourgognefranche.com

Dans le cadre de la refonte des contenus Patrimoine, enrichissement de plusieurs pages :

[Le Réseau des peintures murales de Puisaye](#)

[Via Salina](#)

[Savoir-faire et visites d'entreprises](#)

Poursuite de la campagne automne <https://www.bourgognefranche.com/nos-idees-week-end-pour-profiter-de-lautomne/> sur les réseaux sociaux avec la diffusion de plusieurs formats

Sur FACEBOOK

- **1 post lien ou mosaïque photos** – mise en avant de Week-end automnal autour de Vézelay <https://www.bourgognefranche.com/idees-weekends/week-end-automne-vezelay> prévu le 29 novembre.

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- **Le 6 novembre** : parution d'un article en Brand Content consacré aux résistances dans les Montagnes du Jura sur le site web du magazine **Détours en France**. Mise en avant de la maison natale de Victor Hugo à Besançon, le musée Courbet à Ornans et le musée de la Résistance de la Citadelle de Besançon qui vient de rouvrir ses portes. L'article sera diffusé via la e-letter de Détours en France, accompagné de bannières publicitaires.
- En novembre, parution, dans **Secrets d'Histoire** d'un publi-rédactionnel consacré aux sites religieux. [Lire l'article](#)
- En novembre, parution dans le magazine **DUBO** (magazine dédié aux savoir-faire d'excellence français) d'un article sur le thème " des savoir-faire d'excellence "Made in France" : mise en avant du Château-musée des Arts et Traditions Populaires à Champlitte, le Musée départemental du Compagnonnage à Romanèche-Thorins et l'Atelier des savoir-faire à Ravilloles. [Lire l'article](#)
- **Capsule vidéo** : diffusion sur les réseaux sociaux de la vidéo consacrée au Musée du Jouet où Mélanie BESARD, sa directrice, présente une très curieuse poupée de tissu et de papier...
Toutes les vidéos sont en ligne sur la chaîne YouTube : <https://youtu.be/LLsOAIgdO9g>.

RETOUR SUR ...

- **Le 12 octobre** : Guestviews dévoilait les résultats de son étude nationale "T.I.M. : Trends and Insights for Museums» portant sur la thématique "Lieux culturels et bien-être". Cette étude avait été relayée sur les livres d'or numériques d'une trentaine de sites en France, **dont les 12 sites de Bourgogne-Franche-Comté équipés du dispositif** pendant le mois de juillet 2023. [Consulter les résultats de l'étude et les infographies détaillées.](#)
- Premiers résultats des capsules vidéo Expert diffusées cet été sur les réseaux sociaux :
3 vidéos ont été diffusées : la Verrerie de Passavant la Rochère, le Musée de la Montagne à Château Lambert et la Roche de Solutré-Pouilly-Vergisson.

Les résultats cumulés pour ces 3 vidéos sont :

Impressions : 2 385 138

Thruplays (vues d'au moins 15 secondes) : 82 480

Coût par thruplay : 0,03

Clics sortants : 7 359

Interactions : 2 795

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE ITINERANCE

VIE DU COLLECTIF

- **Le 17 novembre** : Webinaire ADN Tourisme « Tout savoir sur IGN Rando », le portail national collaboratif de l'IGN et son application mobile. IGN Rando vise à offrir au grand public des données de référence (itinéraires, points d'intérêt provenant de spécialistes du sport et du tourisme) et aux professionnels des services en ligne simples et gratuits (création de parcours, impression de fiches parcours...) dédiés aux activités de pleine nature et à la découverte touristique de la France.

DEVELOPPEMENT

- **Le 21 novembre** : groupe de travail sur la "Boîte à Outil de l'Itinérance Touristique" en présentiel à Dijon
- **Les 27 et 28 novembre** : réunion de travail avec Locaboat et Les Canalous pour optimiser l'observation de la filière
- **Le 30 novembre** : Web Atelier de déploiement de la charte d'accueil des clientèles itinérantes

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

Destination Montagnes du Jura



PAYS-BAS

- **Du 21 au 23 novembre** : opération btob et presse à Amsterdam afin de développer de nouvelles programmations pour la marque de destination Montagnes et la filière Itinérance. BFC Tourisme sera accompagné des Offices de Tourisme du Haut-Doubs, du Coeur du Jura et de Monts-Jura Pays de Gex.
Les 21 et 22 novembre : RDV avec des agences de voyages TO néerlandais
Le 23 novembre : uniquement pour BFC Tourisme : démarchage de certaines rédactions afin de programmer des accueils presse en 2024.
Puis en soirée, en présence de tous les partenaires dîner de presse afin de présenter les atouts des MDJ et de la filière itinérance.
Action organisée en collaboration avec Atout France Amsterdam.

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- Lancement de la refonte de l'EuroVélo6 Bâle-Nevers sur France Vélo Tourisme (mise à jour du découpage d'étapes, du contenu-texte et photo).

COMITÉS D'ITINÉRAIRES / CONTRATS DE CANAL

GTMC

- **Le 7 novembre** : copil GTMC

Voie Bleue

- **Le 16 novembre** : copil Voie Bleue

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE OENOTOURISME

VIE DU COLLECTIF

- **Le 6 novembre** : restitution de l'étude sur le positionnement marketing des destinations Vignobles & Découverte de BFC sous la forme d'un webinaire. Au programme : présentation des positionnements retenus, des personae affinés et des suites de l'étude.
 - **Le 16 novembre** : 2ème Journée Partenariale des Marques et des Filières de BFC Tourisme à Dijon Bourgogne Events.
RDV à 15 h 15 pour le bilan 2023 et perspectives 2024 de la Filière Œnotourisme.
 - **Du 19 au 21 novembre** : accueil du président de la fédération nationale Vignobles & Découvertes dans le cadre d'une tournée des destinations pour comprendre la promotion de l'œnotourisme en France.
Participation du collectif œnotourisme à une réunion technique pour présenter l'organisation de la région pour promouvoir l'œnotourisme.
-

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- Mise en place de 2 campagnes digitales (création d'article, sponsorship sur les réseaux sociaux, newsletter) avec relaisduvin.com pour toucher les cibles "wines lover terroir" et "wine curious tendance" en mettant en avant des offres en adéquation avec les attentes des personae.

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE GASTRONOMIE

VIE DU COLLECTIF

- **Le 5 novembre** : tour de table « Actu Vallée de la Gastronomie » : réunion mensuelle sur les différentes actions à venir (presse, promo, offre, communication ...).
- **Le 10 novembre** : réunion équipe projet Vallée de la Gastronomie.
- **Le 24 novembre** : réunion équipe projet Vallée de la Gastronomie.

PROMOTION

- **Le 14 novembre** : 1ère réunion de préparation du lancement de la Vallée de la Gastronomie aux Pays-Bas en 2024 (cible presse et pro) avec AURA Tourisme.

RETOUR SUR



USA

- **Retombées presse** : à la suite de l'accueil de l'équipe de tournage de l'émission **CURIOS TRAVELER** - avec la célèbre animatrice US Christine Van Blocland, **en mai 2023**, l'épisode consacré à Beaune et à Dijon sera diffusé le 19 novembre 2023 aux USA.
- Le 18 octobre a eu lieu **les Premières Rencontres de la Vallée de la Gastronomie à Valence** avec l'ensemble des partenaires.
Une quinzaine de professionnelles de la région ont fait le déplacement pour participer aux différentes tables rondes et assister au workshop pour rencontrer les équipes de la Vallée de la Gastronomie.

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

OBSERVATION / ORT

TOURISME D'AFFAIRES

- **Le 28 novembre** : restitution étude qualitative sur le marché des congrès

TOURISME FLUVIAL

- **Les 27 et 28 novembre** : réunion de travail avec Locaboat et Les Canalous pour optimiser l'observation de la filière

FILIERE NEIGE

- Courant novembre : réunion de travail avec les stations afin de préparer les vagues d'interrogations pour la saison 2023/2024

INGENIERIE / DELEGATION ATOUT FRANCE

- **Les 13 et 20 novembre** : participation à la formation "Comment accompagner les hébergeurs vers un tourisme durable?"
- **30 novembre – 1^{er} décembre** : Séminaire du Club Ingénierie ADN Tourisme

QUALITE TOURISME

- **Le 9 novembre** : prochaine commission régionale de gestion de la marque Qualité Tourisme
- **Le 16 novembre** : remise des diplômes aux labellisés 2023

TOURISME & HANDICAP

- **Le 9 novembre** : prochaine commission régionale de gestion de la marque Tourisme et Handicap
- **Le 16 novembre** : remise des diplômes aux labellisés 2023

ACCOMPAGNEMENT DES OT

PILOT

- ↳ **Le 10 novembre** : vendredi piLOT
- ↳ **Le 14 novembre** : atelier ISEC
- ↳ **Le 21 novembre** : atelier ITT
- ↳ **Les 23 et 24 novembre** : atelier d'exploitation

QUALITE

- ↳ **Retour sur la Journée Qualité Tourisme** au Château de la Verrerie au Creusot (71)
Cette journée a permis aux 16 Référents Qualité présents d'aborder les sujets liés au label, notamment l'accueil des nouveaux salariés et les indicateurs clés liés à leur structure.

DECIBELLES DATA

- ↳ **le 9 novembre** : webinaire de présentation de la nouvelle plateforme de gestion des demandes d'assistance sur Décibelles Data et ses outils connectés.
- ↳ Formation des BTS Tourisme 1ère année à Décibelles Data
 - **Le 8 novembre** pour les étudiants de la MFR de Pontarlier.
 - **Le 30 novembre** pour les étudiants du lycée Charles Nodier

PLAN DE FORMATION MASCOT

Des places sont encore disponibles pour les formations de novembre.

- ↳ **Comment accompagner les hébergeurs vers un tourisme durable ?** / Organisme de formation : We Go Green R
Session 1 : 13 novembre 2023 et 20 novembre 2023
Session 2 : 17 novembre 2023 et 24 novembre 2023
- ↳ **Création, promotion et vente de produits touristiques : réglementation et législation** / Organisme de formation : Tourism Development
Le 7 novembre – il reste 3 places
- ↳ **Maîtriser une méthodologie de gestion de projet** / Organisme de formation : Travel Pro Formations
Le 9 novembre matin - le 14 novembre matin - le 16 novembre matin - le 21 novembre matin - Il reste 4 places
- ↳ **Techniques d'animations de réunions et d'ateliers** / Organisme de formation : Travel Pro Formations
Le 23 novembre - Il reste 4 places

Retrouvez les programmes des formations et inscrivez-vous en cliquant sur ce lien : [programmes formations MASCOT BFC](#)

BOOSTER TOURISME

- ↳ **Le 3 novembre** : COPIL n°3 Booster Tourisme.
BFC Tourisme sera représenté par Sophie OLLIER-DAUMAS.

AUTRES ACTIONS

- ↳ **Le 16 novembre** : participation de la MASCOT à la 2ème Journée Partenariale des Marques et des Filières de BFC Tourisme à Dijon
- ↳ **Les 27 et 28 novembre** : participation au séminaire des relais territoriaux d'ADN Tourisme. Au cours de ce séminaire, la MASCOT présentera son projet autour de l'Attractivité Résidentielle.

**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.