

### LA FABRIQUE A SITES

- ↳ **Le 19 octobre** : réunion technique avec Thuria pour discuter des nouvelles pratiques concernant l'utilisation de listings (ergonomie, organisation, performance, ...)

### DÉCIBELLES DATA

- ↳ **Du 10 au 13 octobre** : dans le cadre de la tournée du Van Google "Ateliers numériques", BFC Tourisme animera un atelier "Décibelles Data". Cette tournée aura lieu successivement dans les villes de Dijon, Beaune, Tournus et Mâcon. Des rendez-vous individuels seront proposés sur inscription. Les Offices de Tourisme de Dijon, Beaune, Côte-d'Or Attractivité, Destination Saône-et-Loire et le BIVB seront également présents à ces journées pour répondre aux différentes questions.
- ↳ **Le 17 octobre** : comité technique en présentiel à Dijon

### MÉDIATHÈQUE

- ↳ Attribution de la consultation pour le choix d'un photographe pour l'ensemble des filières : mutualisation des budgets afin de réduire la part "figuration" et "frais de déplacement" sur l'ensemble de la production.  
Les images permettront d'alimenter la médiathèque et soutenir les prises de parole des différentes filières sur les réseaux sociaux, la presse, le web et le print.
- ↳ Attribution et lancement du reportage photo/vidéo de la marque La Bourgogne.  
**OBJECTIF** : augmenter le stock de rushes et d'images pour alimenter la photothèque et les prises de paroles de la marque sur les réseaux sociaux, la presse, le web et le print.

### COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE

#### LE SITE PROFESSIONNEL [pros.bourgognefranchecomte.com](https://pros.bourgognefranchecomte.com)

- ↳ **Quelques chiffres (de juillet à septembre 2023)**  
7 248 visites + 4 % (versus T3 N-1)  
12 475 pages vues + 13 % (versus T3 N-1)  
Envoi de 2 newspros (1 en juillet et 1 septembre) : la newspros de septembre enregistre le meilleur taux d'ouvertures depuis le début de l'année : 42,7 %
- ↳ Un audit du site pro a été réalisé par l'agence Think My Web.  
Cet audit vise à optimiser les contenus du site et à améliorer le parcours client.  
D'ici la fin de l'année, des ajustements seront faits sur le site.

### RÉUNIONS STATUTAIRES 2023

- 5 octobre** : Conseil d'Administration de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme (visio et présentiel) à Dijon Métropole
- 30 novembre** : Conseil d'Administration de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme (visio et présentiel) au Conseil régional de Besançon

### AGENDA

- 2 octobre** : CODIR
- 4 octobre** : comité opérationnel Montagnes du Jura
- 9 octobre** : audit interne SYAM
- 10 octobre** : lancement de la tournée Google Van
- Du 10 au 13 octobre** : Ateliers Numériques Google
- 17 octobre** : séminaire de travail de la destination La Bourgogne
- 19 octobre** : Journée Partenariale France Montagnes dans les Montagnes du Jura
- 19 octobre** : réunion technique Thuria



#### Système d'amélioration contenu

- **Le 9 octobre à Besançon** : audit interne externalisé assuré en partenariat avec le Cabinet AOC afin de vérifier que notre système de management de la qualité est bien en adéquation avec la norme ISO 9001.



## 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](http://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.

- Aux trois quarts de l'année, la performance du site [www.bourgognefranche.comte.com](http://www.bourgognefranche.comte.com) est très bonne et prend de l'avance : déjà **508 000 visites fin septembre contre 502 000 visites pour l'année 2022 entière**. Chiffre atteint grâce à une belle augmentation en référencement naturel et au trafic lié aux différentes campagnes menées dans l'année.

Pour continuer dans cette dynamique :

- Lancement d'une communication online sur les idées week-end automne : 15 nouvelles idées week-end seront proposées aux habitants (page en cours de finalisation)
- Posts sponsorisés Facebook et Instagram sponsorisés, stories...
- Campagne de Google Ads
- Newsletter
- **Du 19 au 22 octobre Le Fascinant Week-End** : à l'occasion de sa 10e édition, le Fascinant Week-End prend encore plus d'ampleur en Bourgogne et dans le Jura ! Les habitants pourront découvrir les vignobles et les 5 destinations viticoles labellisées Vignobles & Découverte grâce à un plan de communication dédié à l'événement :
  - Mise en ligne de pages dédiées : <https://www.bourgognefranche.comte.com/fascinant-week-end/>
  - Envoi d'une newsletter dédiée, proposant d'autres idées week-end d'automne
  - Posts sponsorisés auprès de nos communautés
  - Campagne de display sur le site Mobigo
  - Affichage dans les gares de la région du 2 au 8 octobre
- Chaque semaine, mise en place de stories Instagram "**LES EVENEMENTS DE CE WEEK-END**"

### PRODUCTION DE CONTENUS

Sur le site [www.bourgognefranche.comte.com](http://www.bourgognefranche.comte.com)

- Rédaction de la landing page Automne et intégration de 15 nouvelles idées à faire à l'automne.
- Amélioration des pages Patrimoine
  - [Nos villes emblématiques](#)
  - [Nos plus beaux villages](#)
  - [Nos parcs et jardins](#)
  - Poursuite du travail sur les pages Musées
- Début du travail de refonte du contenu œnotourisme et gastronomie

### RETOUR SUR ...

LE TOP POST FACEBOOK DU MOIS D'AOUT

- [Publication du 30 août](#) : idée week-end à Beaune : couverture de la publication : plus de 104 200 impressions / 4 360 interactions (dont 558 partages / 127 commentaires et plus de 3 900 likes)
- Evolution de nos abonnés Instagram : **+ 2 700 abonnés depuis le mois de juillet** grâce à une campagne de recrutement et à des posts organiques. Un très bon chiffre !

## VIE DU COLLECTIF

- **Le 4 octobre** : comité opérationnel à la Maison du Comté à Poligny
- **Le 19 octobre** : Journée Partenariale France Montagnes dans Les Montagnes du Jura

## COMMUNICATION ONLINE

### LE SITE WEB EN QUELQUES CHIFFRES

#### Focus sur juillet et août

**Du 1er juillet au 31 août 2023**, le site comptabilise 348 836 visites (+20,7% vs 2022). Le référencement naturel atteint sur ces deux mois 82 %. (+35 % vs 2022). A noter que les campagnes été 2023 se sont pourtant arrêtées plus tôt et qu'en 2022 il y avait en plus une campagne **Chilowe** qui avait engendré du trafic. **Un été performant !**

Pour la période de janvier au 21 septembre : le site comptabilise 976 000 visites soit une progression de 17 % par rapport à 2022.

Le site enregistre une augmentation de son référencement naturel de 27 % depuis janvier pour atteindre 75,8 % comme source de trafic.

Le nombre d'intérêts partenaires a bondi de 84% atteignant les 35 000 pour un taux d'intérêts de 3,56 %.

Le nombre d'intérêts pour le magazine a également connu une très forte progression (+136%) avec un taux d'intérêts brochures de 5,55%.

### CAMPAGNE HIVER EN DIGITAL

Lancement de la campagne HIVER via 2 leviers :

- ↳ SEA
- ↳ Social média via une campagne dédiée 100% paid + sponsorship organique

**Le 25 octobre** : envoi d'une eletter grand public HIVER

## MARKETING

- Travail marketing autour du portage de la marque et l'enjeu d'intensifier la dynamique Collective.  
Accompagnement par Groupe Rouge Vif

## RESEAUX SOCIAUX

### CAMPAGNE AUTOMNE

- **Le 31 octobre** : fin de la campagne automne : carrousels, posts sponsorisés avec budget RS spécial automne
- **Le 5 octobre** : workshop social media du 3ème trimestre avec l'agence My Destination pour préparer la campagne hiver

## PRODUCTION DE CONTENUS

### REDACTION ET INTEGRATION

- Poursuite de la production de nouveaux contenus web sur le site de la marque Montagnes du Jura + mise en ligne.  
Idée de séjour pour s'initier au comté : [voir ici](#)

## RELATIONS PRESSE



### FRANCE

- **Du 17 au 19 octobre** : voyage de presse groupe / 5 journalistes (en attente de confirmation)  
Thématique de l'accueil : petites et grandes explorations dans les Montagnes du Jura à l'automne à travers le Pays Horloger, le Haut Doubs ainsi que le Jura insolite.
- **Du 17 au 19 octobre** : retour du duo **Philippe BOURGET** (journaliste) et **Gilles LANSARD** (photographe) pour la réalisation du **numéro spécial Montagnes du Jura à l'Automne à paraître à l'automne 2024 dans DETOURS EN FRANCE**.  
**Thématique de l'accueil** : Pays Horloger, Haut-Doubs et Val de Travers, le pays de St Claude et Arbois. Programme organisé en partenariat avec les Offices du Tourisme des secteurs concernés et de Jura Tourisme pour la partie jurassienne et vignoble.

## PROMOTION



### ALLEMAGNE

- Campagne Explore France : La marque a été retenue par Atout France pour accueillir l'influenceuse **Fulya CELIK**, (165 00 followers sur Instagram @fvlyacelik)  
Les thématiques de la campagne d'influence :
  - Douceur de vivre à la française
  - Nature préservée
  - Richesse culturelle
  - L'éco-mobilité
 Le séjour se déroulera entre le Grand Besançon et Ornans.  
Le programme valorisera les mobilités douces (Ligne des horlogers + cyclo/voie verte), des restaurateurs engagés qui travaillent des produits locaux, des hébergements ecolabellisés.  
L'influenceuse publiera sur ses réseaux sociaux lors de son séjour et son vidéaste fera du contenu qui servira à alimenter les campagnes Explore France pilotées par Atout France afin de promouvoir les destinations françaises accessibles en train auprès des clientèles européennes.



### BELGIQUE

- **Du 2 au 8 octobre** : educteur de l'agence spécialisée vélo/ VTT **TRANSACTIEF**  
Thématique de l'educteur : découverte de la GTJ à VTT de Montbéliard à Culoz
- **Du 9 au 11 octobre** : participation à Travel in France The Workshop.  
**OBJECTIF** : rencontrer des TO et agents de voyages à Luxembourg, Liège et Anvers.

## COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

### FILIERE TRAIL

- **Du 29 septembre au 1<sup>er</sup> octobre** : 4<sup>ème</sup> édition de l'Ultra Trail des Montagnes du Jura. Départ de Lancrans (01) et arrivée à Métabief (25). Durant le week-end des vidéos des Montagnes du Jura seront diffusées pendant le live Facebook/YouTube diffusé par les organisateurs de l'événement.

### FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

- **Le 17 octobre** : educteur à Besançon avec des entreprises de la région. Découverte de la Citadelle, Team building au Kursaal, déjeuner au Sauvage, happy hours à Loiseau du Temps

### FILIERE NIEGE

- Rédaction d'articles en cas de manque de neige
  - [Les plus lacs du jura en hiver](#)
  - [Les cascades en hiver](#)
  - [Le Top des activités funs avec ou sans neige](#)
  - [Suivre le fil de la fondue entre Métabief et Les Rousses](#)
- 3 idées de séjour hiver hors normes sont en ligne
  - [Hors Normes Monts Jura](#)
  - [Hors Normes Les Rousses](#)
  - [Hors Normes Métabief Haut-Doubs](#)

## RETOUR SUR ...

**Le 29 août** : envoi de la eletter trail automne  
[lire la eletter](#)  
1 500 destinataires, 62 % taux d'ouverture,  
30 % taux de réactivité

**Le 31 août** : envoi de la eletter grand public automne  
[lire la eletter](#)  
61 500 destinataires, 15 % taux d'ouverture  
17,5 % taux de réactivité

# LA BOURGOGNE

## VIE DU COLLECTIF

- **Le 17 octobre** : séminaire de travail ADTs / BFCT au Hameau Duboeuf, dédié aux grandes orientations budgétaires, aux pistes d'actions 2024
- **Le 19 octobre** : Atelier Search #3 avec le comité stratégique (démarche de performance responsable en matière de stratégie digitale et stratégie de contenus)

## COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

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

- Courant octobre, envoi d'une 3<sup>ème</sup> enews « automne ». Suite à la refonte de notre stratégie GRC, cette enews sera envoyée uniquement aux ouvreurs des 2 premières enews « automne » envoyées en juin et en septembre.

### PARTENARIAT OK VOYAGE

- Poursuite du partenariat annuel avec OK VOYAGE le blogzine de voyage (audience moyenne / mois 300.000 visiteurs). L'article du mois d'octobre sera consacré aux incontournables de l'Yonne.  
**Retour sur** : [lire l'article du mois de septembre](#) dédié aux weekends d'automne en Bourgogne

## RESEAUX SOCIAUX

### CAMPAGNE PARTAGEE AVEC LES PARTENAIRES

- Le dispositif social media autour de la campagne #L'AutomneestLaBourgogne, lancé en organique et en paid début septembre, se poursuit pendant tout le mois d'octobre. Les contenus réalisés sous différents formats (reels, stories, publications, carrousels, Instant Experiences...) ont été enrichis par les rushes et photos prises à l'automne 2022. Nos communautés actuelles, sont ciblées par les publications organiques. Quant aux touristes potentiels d'Ile de France, du Grand Est ainsi que les habitants de Lyon et du bassin lyonnais, ceux-ci sont touchés par le dispositif sponsorisé.
- **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 #L'AutomneestLaBourgogne à l'automne.**  
Vous pouvez tagguer notre compte dans vos propres publications @mybourgogne

## MARKETING

- Travail marketing autour du portage de la marque et l'enjeu d'intensifier la dynamique Collective.  
Accompagnement par Groupe Rouge Vif
- **NOUVEAU** : réalisation du totebag logoté La Bourgogne pour les opérations de la marque

## COMMUNICATION OFFLINE DE LA DESTINATION

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

- Présentation des supports de campagne :
  - [voir le spot de 20 secondes](#) diffusé en TV replay sur My TF1 et France TV
  - [voir les billboards TV](#) : courtes vidéos diffusées avant et/ou après Télé Matin

# LA BOURGOGNE

## PROMOTION



### FRANCE

- **LE 3 octobre** : participation au salon groupes Loisirs **Eiffel Show** organisé par Destination Bourgogne Le Club. 17 partenaires bourguignons seront également présents.



### BELGIQUE

- **Du 9 au 11 octobre** : participation à **Travel in France The Workshop**.  
**OBJECTIF** : rencontrer des TO et agents de voyages à Luxembourg, Liège et Anvers.  
Présence de l'OT de Beaune

## COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

### FILIERE ITINERANCE

- Poursuite du travail d'approfondissement des contenus itinérance sur [www.bourgogne-tourisme.com](http://www.bourgogne-tourisme.com), et notamment les contenus « fluvial » afin d'améliorer le parcours client et anticiper la campagne printemps 2024.

## PRODUCTION DE CONTENUS

### LE SITE WEB [www.bourgogne-tourisme.com](http://www.bourgogne-tourisme.com)

- La page d'accueil du site a été mise aux couleurs de la campagne automne / été indien. Les sites en langues étrangères ont également été mis aux couleurs de l'automne. Une carte interactive a été ajoutée afin de permettre aux clients de géolocaliser les 267 offres d'automnes (lieux d'hébergements, sites de visite, caves...).
- les nouveautés et les offres automnes ont été intégrées dans les pages top hébergements.
- La page « brochures » a fait l'objet d'un mini-audit pour la rendre optimale dans le parcours client.

### MAGAZINE LA BOURGOGNE

- Le travail sur le nouveau magazine de la marque se poursuit. Ce magazine construit sous forme d'abécédaire reprendra des articles des précédents numéros et sera complété par quelques nouveaux articles en lien avec l'actualité. Des QR codes traqués seront très largement intégrés au document et renverront sur des pages du site internet de la destination : pages édito "idée séjour", pages édito "villes et villages"...
- Attribution et lancement du reportage photo/vidéo de la marque La Bourgogne. Objectif : augmenter le stock de rushes et d'images pour alimenter la photothèque et les prises de paroles de la marque sur les réseaux sociaux, la presse, le web et le print.

## RETOUR SUR ...

- **Le 14 septembre** : envoi d'une enews à la base de prospects de La Bourgogne. Intitulé de la enews : "**L'Appel de La Bourgogne pour vos prochains week-ends**".  
Le taux d'ouverture s'élève à 27,5 % et le taux de clics à 5%.
- **126 160 abonnés Facebook** au 21 septembre.



### GRANDE-BRETAGNE

- **Du 12 au 14 septembre** : participation à **Explore France Festival** à Londres organisé par Atout France. Opération dédiée à l'œnotourisme. Au programme : 1 workshop B2B où nous avons rencontré une dizaine de TO et Agences de Voyages, 1 rencontre presse sur le focus durable en présence de 15 journalistes, 1 soirée VIP avec un focus sur les produits haut de gamme représentatifs de l'offre de La Bourgogne.



## RELATIONS PRESSE



### ALLEMAGNE

- **Les 7 et 8 octobre:** accueil **Daniel ZABOTA** pour **Reutlinger Generalanzeiger** (tirage : 32 000).  
Thématique de l'accueil : La Planche des Belles filles, Chapelle Notre Dame du Haut à Ronchamp. Circuit à vélo aux 1000 Étangs, visite de l'écomusée de la Cerise à Fougerolles et hébergement à Luxeuil-les-Bains.

## PRODUCTIONS DE CONTENUS

- Lancement du chantier des contenus en collaboration avec les Offices de Tourisme du territoire au sein du groupe « Création de contenus » animé par BFC Tourisme.  
**OBJECTIFS :**
  - définir les priorités,
  - organiser le travail,
  - structurer les contenus pour répondre aux besoins des clientèles).

Les travaux sur les contenus des Vosges du Sud seront facilités par l'accompagnement de Think My Web.
- Adaptation d'un contenu pour l'intégrer à la newsletter automne du Massif des Vosges qui partira début octobre auprès de la base d'abonnés à la newsletter grand public.

## RETOUR SUR ...

- **Du 19 au 21 septembre :** Le tournage 3 des vidéos a eu lieu dans les Vosges du Sud. Nous disposerons des rushs bruts des 3 tournages d'ici la fin de l'année.  
En 2024, nous disposerons d'un budget spécifique qui permettra de créer des formats adaptés à nos besoins de communication (spot, expérience...).





## FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

### FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

#### VIE DU COLLECTIF

- Courant octobre, les initiatives en termes de développement durable seront collectées auprès des partenaires du collectif via un questionnaire Décibelles Data afin de les mettre en avant dans nos prochaines actions de communication.

#### PROMOTION / COMMUNICATION

##### PARTENARIAT ON-LINE AVEC LES ECHOS

- **Jusqu'au 18 octobre** : poursuite du partenariat on-line avec Les Echos : 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 ont été complétées par 2 emailings dédiés.

Poursuite du partenariat avec diverses actions de display visant la cible régionale et la cible nationale notamment en Ile de France, Grand Est et Rhône-Alpes

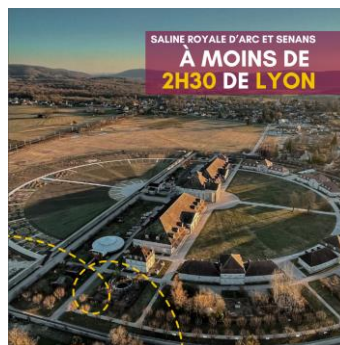
##### LINKEDIN

**Du 25 septembre au 9 octobre** : Lancement de la campagne Automne sur LinkedIn. Cette campagne renverra vers différentes pages du site [seminaires.bourgognefranche-comte.com](https://seminaires.bourgognefranche-comte.com) retravaillées pour l'occasion.

Cette campagne s'illustrera via l'affichage de différents carrousels

- 3 carrousels pour un ciblage régional
- 1 carrousel pour un ciblage national
- 1 carrousel poussé vers 3 zones nationales prioritaires : Paris, Lyon et l'Alsace, avec une adaptation de ces carrousels en fonction du ciblage.

Quelques exemples de carrousels



##### DIVERS

- **Le 17 octobre** : eductour à Besançon avec des entreprises de la région. Découverte de la Citadelle, Team building au Kursaal, déjeuner au Sauvage, happy hours à Loiseau du Temps





## FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

### FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

#### DEVELOPPEMENT

##### OBSERVATOIRE

- **Le 2 octobre** : 1ere restitution de l'étude qualitative sur le marché des congrès menée par Coach Omnium

##### SITE WEB

- Refonte de la page d'accueil du site [seminaires.bourgognefranche.comte.com](http://seminaires.bourgognefranche.comte.com) avec la mise en place de nouveaux blocs développés en interne : baseline à côté de notre signature, bandeau « que recherchez-vous ? » dans le header, intégration d'un bloc « 5 incontournables en Bourgogne-Franche-Comté », bandeau de réassurance avec le contact de BFC Tourisme et un nouveau bloc pour s'abonner à la newsletter, etc.
- Sur les fiches des partenaires, le bloc de prise de contact a également été revu pour qu'il ressorte plus dans la page et les photos ont été remontées pour être plus visibles.
- Refonte de la page "Organiser votre séminaire sereinement" et création de nouvelles idées séminaires à partir des programmes presse et eductours.
- Toutes ces optimisations ont été effectuées dans le but de faciliter le parcours client.
- La page dédiée au tourisme d'affaires sur le site à destination des habitants [bourgognefranche.comte.com](http://bourgognefranche.comte.com) a été totalement retravaillée - [voir cette page ici](#)  
Cette page met en avant les 3 marques : La Bourgogne, Montagnes du Jura et Vosges du Sud.

#### RETOUR SUR ...

##### CONVERSION SUR LE SITE AFFAIRES

- au 1er semestre : 350 demandes de devis ou de renseignements ont été faites aux partenaires depuis [seminaires.bourgognefranche.comte.com](http://seminaires.bourgognefranche.comte.com)- à cela s'ajoute 3 675 intentions de contacts auprès des partenaires qui représentent les clics comptabilisés sur les moyens de communication, le téléchargement de brochure, ....
- 

##### FICHE GOOGLE MY BUSINESS / CHIFFRES DE JUIN À SEPTEMBRE

- 155 recherches
- plus de 2380 vues de la page
- 220 actions (visites du site web, appels téléphoniques, demandes d'itinéraires...)

##### OPTIMISATION DE PAGES POUR LA CAMPAGNE GOOGLE ADS

- [Votre séminaire proche de l'Alsace](#)
- [Votre séminaire proche de Lyon](#)
- [Votre séminaire proche de Paris](#)
- [Pourquoi organiser un teambuilding en Bourgogne-Franche-Comté](#)
- [Pourquoi organiser un événement XXL en Bourgogne-Franche-Comté](#)
- [Organiser votre séminaire en Bourgogne-Franche-Comté](#)
- [Louer une salle pour un séminaire ou une réunion en Bourgogne-Franche-Comté](#)
- [Organiser votre événement en Bourgogne-Franche-Comté](#)

## FILIERE PATRIMOINE

### VIE DU COLLECTIF

- **Le 17 octobre à Gray** : journée de rencontre organisée par BFC Tourisme et l'Association des Musées de Bourgogne-Franche-Comté.

#### Programme

- La démarche des "personae", définition des profils types des touristes du patrimoine
- Quel apport du label "qualité tourisme" pour le musée ? Exemples de Bibracte et du Musée des maisons comtoises
- Quel usage des statistiques et études de fréquentation ? Les études menées par le CRT et l'exemple de la Grande Saline de Salins
- Le touriste-habitant à travers deux exemples concrets
  - Le touriste et l'habitant dans le PSC d'un écomusée rural : l'exemple de l'écomusée de la Bresse-Bourguignonne
  - La place de l'habitant dans un site très fréquenté par les touristes : l'exemple du musée de l'Hôtel-Dieu des hospices de Beaune
- Ateliers pratiques :
  - Créer une offre muséale à partir d'un persona
  - Créer le profil type (persona) du touriste / habitant.

Inscription gratuite ici : <https://forms.gle/Uh4mkRVhgGbruL2b6>

### DEVELOPPEMENT

- **Le 10 octobre** : BFC Tourisme assistera aux 5èmes rencontres de la Visite d'Entreprise à Paris Bercy, organisées par l'association Entreprises et Découverte. Cette journée d'échange est ouverte aux entreprises et aux professionnels du tourisme, abordera des sujets d'actualité comme :
  - La Visite d'Entreprise au service du développement durable
  - Les différents modèles économiques de la visite d'entreprise
  - Répondre aux contraintes de la visite d'entreprise
- **Le 23 octobre** : réunion "Atelier utilisateurs" en visio avec GUESTVIEWS. Les sites équipés se retrouveront pour faire un premier bilan d'utilisation de cet outil de suivi de la satisfaction visiteur. Ce sera l'occasion
  1. D'analyser les données collectées et de dégager des tendances sur les pratiques touristiques et culturelles,
  2. D'échanger sur l'usage de la solution d'écoute visiteurs GuestViews afin d'améliorer sa performance dans l'ensemble des sites équipés.

## FILIERE PATRIMOINE

### PROMOTION / COMMUNICATION

#### COMMUNICATION À DESTINATION DES HABITANTS

- **SITE** [bourgognefranche.comte.com](http://bourgognefranche.comte.com)  
Amélioration des pages Patrimoine
  - [Nos villes emblématiques](#)
  - [Nos plus beaux villages](#)
  - [Nos parcs et jardins](#)
  - Poursuite du travail sur les pages Musées

#### COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- **Le 14 octobre** : envoi d'une eletter de notre partenaire "J'aime mon patrimoine" consacrée à la valorisation des sites UNESCO de la région via un quiz.
- **Capsule vidéo** : diffusion sur les réseaux sociaux de la 5ème vidéo consacrée à l'Écomusée de la Bresse bourguignonne et évoquant la restauration du portail d'honneur du Château de Pierre de Bresse.  
Comme les vidéo précédentes, cette vidéo sera visible sur notre chaine YouTube : <https://youtu.be/LLsOAIgD09g>.

### RETOUR SUR ...

#### LES JOURNÉES EUROPÉENNES DU PATRIMOINE

- A l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine en septembre, création, sur [bourgognefranche.comte.com](http://bourgognefranche.comte.com) d'une page dédiée aux événements organisés uniquement par les membres du collectif nous ayant fait part de leur agenda : [voir ici](#)  
Cette page recensait une centaine de visites et d'ateliers programmés spécialement pendant ce week-end.

#### PARTENARIAT [jaimemonpatrimoine.fr](http://jaimemonpatrimoine.fr)

- **Le 20 septembre** : envoi d'une eletter avec un article en brand content dédié aux "Résistances" mettant en avant le Château de Brançon, la Citadelle de Belfort, ainsi qu'un focus spécial consacré à la réouverture du musée de la Résistance à la Citadelle de Besançon.



## FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

### FILIERE ITINERANCE

#### DEVELOPPEMENT

- **Le 16 octobre** : participation au Club Pro Bourgogne Riviera
- **Le 18 octobre**: comité technique transversal de la Scandibérique
- **Le 19 octobre** : webinaire interactif "Charte d'accueil des clientèles itinérantes"

#### PROMOTION / COMMUNICATION

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

###### Destination La Bourgogne

- Poursuite du travail d'approfondissement des contenus itinérance sur [www.bourgogne-tourisme.com](http://www.bourgogne-tourisme.com), et notamment les contenus « fluvial » afin d'améliorer le parcours client et anticiper la campagne printemps 2024.

###### Destination Montagnes du Jura

- Poursuite du travail d'approfondissement des contenus itinérance sur [www.montagnes-du-jura.fr](http://www.montagnes-du-jura.fr) et notamment les contenus « fluvial » afin d'améliorer le parcours client et anticiper la campagne printemps 2024.



###### BELGIQUE

- **Du 2 au 8 octobre** : educteur de l'agence spécialisée vélo/VTT **TRANSACTIEF**  
Thématique de l'educteur : découverte de la GTJ à VTT de Montbéliard à Culoz

#### RETOUR SUR ...

- La campagne **KOMOOT** a battu son plein sur le mois de septembre pour la promotion du la Via Cluny et du sentier Bibracte-Alésia. Elle a généré plus 500 000 vues, 6 000 clics, 800 interactions et 330 sauvegardes. Le compte KOMOOT BFC Tourisme est désormais suivi par 965 utilisateurs

#### COMITÉS D'ITINÉRAIRES / CONTRATS DE CANAL

##### GTMC

- **Du 4 au 8 octobre** : stand GTMC au salon Roc D'Azur à Fréjus .  
Ce salon rassemble plus de 20 000 participants, 300 exposants et attire 150 000 visiteurs. Situé à la Base Nature François Léotard de Fréjus et les sentiers de Roquebrune-sur-Argens, cet événement est reconnu comme l'un des plus grands rassemblements VTT au niveau international.
- Lancement des appels d'offres pour le recrutement d'une agence de relation presse et d'une agence de gestion des réseaux sociaux GTMC VTT

## FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

---

### FILIERE OENOTOURISME

#### DEVELOPPEMENT

- **Du 19 au 22 octobre Le Fascinant Week-end** 46 événements dans l'ensemble des destinations Vignobles & Découvertes de Bourgogne-Jura (hors Sancerre-Pouilly-Giennois).  
Le plan de communication :prévu :
  - Réalisation et diffusion d'un dossier de presse régional à destination de la presse départementale et régionale (possible accueil en fonction des demandes)
  - Réalisation de contenus photos / vidéos durant le week-end par la société Memories.**OBJECTIF** : réaliser un teaser pour les années suivantes.
  - Campagnes sur les réseaux sociaux pour promouvoir le Fascinant Week-end dans chaque destination V&D (une campagne par destination

#### PROMOTION / COMMUNICATION

#### COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE HABITANTS

- **Du 19 au 22 octobre Le Fascinant Week-end** : à l'occasion de sa 10e édition, le Fascinant Week-end prend encore plus d'ampleur en Bourgogne et dans le Jura ! Les habitants pourront découvrir les vignobles et les 5 destinations viticoles labellisées Vignobles & Découverte grâce à un plan de communication dédié à l'événement :
- Mise en ligne de pages dédiées : <https://www.bourgognefranchecomte.com/fascinant-week-end/>
  - Envoi d'une newsletter dédiée, proposant d'autres idées week-end d'automne
  - Posts sponsorisés auprès de nos communautés
  - Display bannière sur le site Mobigo
  - du 2 au 8 octobre affichage dans les gares de la région

## FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

### FILIERE GASTRONOMIE

#### VIE DU COLLECTIF

- **Le 4 octobre** : préparation calendrier édito 2024 + calendrier de l'avant 2023 : nouvelle version du calendrier avec la création d'un package par destination à offrir lors du mois de décembre
- **Le 13 octobre**: réunion équipe projet Vallée de la Gastronomie
- **Le 18 octobre** : 1ere Rencontres de la Vallée de la Gastronomie-France à Valence en présence des acteurs proposant des activités agréées + les Offices de Tourisme et les 2 CRT.  
**OBJECTIF** : bilan des actions réalisées depuis le lancement de la Vallée de la Gastronomie-France et préparer l'avenir.
- **Le 27 octobre**: réunion équipe projet Vallée de la Gastronomie



#### DEVELOPPEMENT

- Poursuite du déploiement sur l'application **LOOPI**  
Loopi permet d'aider à planifier 1 itinéraire, peut fournir des cartes détaillées, recommander des itinéraires et des informations sur les points d'intérêt. Loopi permet de trouver des hébergements et éventuellement faire une réservation quand c'est proposé.  
Mise en ligne des 7 idées d'itinéraires sur le site Vallée de la Gastronomie grâce à la solution Loopi : <https://www.valleedelagastronomie.com/parcours>

#### PROMOTION

- Durant tout le mois d'octobre, campagne sur [www.weekendesk.fr](http://www.weekendesk.fr)  
**OBJECTIFS** :
  - mise en avant de la Vallée de la Gastronomie,
  - génération de séjours au sein des établissements partenaires weekendesk du périmètre de la Vallée de la Gastronomie
  - engagement sur le compte Instagram @weekendesk\_france – 36 800 abonnés
  - envoi de 2 newsletters aux 574 000 abonnés weekendesk



## FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

---

### OBSERVATION / ORT

#### TOURISME D'AFFAIRES

- **Le 2 octobre** : 1ere restitution de l'étude qualitative sur le marché des congrès menée par Coach Omnium

---

### INGENIERIE / DELEGATION ATOUT FRANCE

- **Le 9 octobre** : réunion de lancement de l'étude d'identification et d'évaluation du potentiel des marchés étrangers « prioritaires » post covid pour les destinations de la région
- **Du 10 au 13 octobre** : Tournée du Van Google Ateliers numériques sur le parcours régional de la Vallée de la Gastronomie :
  - Le 10 octobre à la Cité Internationale de la Gastronomie et du Vin à Dijon
  - Le 11 octobre à la Cité des Climats et vins de Bourgogne à Beaune
  - Le 12 octobre à l'Hôtel des 7 Fontaines à Tournus
  - Le 13 octobre à la Cité des Climats et vins de Bourgogne à Mâcon

#### PLAN AVENIR MONTAGNE

- **Le 17 octobre** : restitution de l'étude marketing territorial Destination horlogère et travail sur la priorisation des action"

#### FRANCE TOURISME INGÉNIERIE / DIAGNOSTIC MARKETING

- **Le 4 octobre** : restitution finale de l'étude Logis des Gentilhomme - Château de Montbéliard
- **Le 16 octobre** : COPIL FTI afin de flécher les nouveaux projets à accompagner dans le cadre du dispositif
- **Retour sur le 27 septembre** : restitution finale de l'étude sur le Domaine de Pannecièrre

#### Appel à projet Fond Tourisme Durable :

En l'absence de référent départemental pour la Saône-et-Loire, BFC Tourisme accompagne les porteurs de projet du département souhaitant candidater.

- **Le 3 octobre** : webinaire à destination des référents territoriaux
- **Le 23 octobre** : date limite de dépôt des candidatures

---

### QUALITE TOURISME

Nouveaux audits Qualité Tourisme à venir :

- Hôtel-restaurant Au Relais Nivernais à Nevers
- Chambre d'hôtes Le Terrier à Miserey-Salines
- Hôtel-restaurant Le Castel Damandre aux Planches-Près-Arbois
- Village vacances Le Duchet à Prénoval
- Le Grand Hôtel des Bains à Salins-les-Bains
- L'Hostellerie Saint Vincent à Nuits-Saint-Georges
- Le Domaine des Prés Verts à Jouey



## ACCOMPAGNEMENT DES OT

### SADI

- ↳ Création d'un document de promotion de la démarche SADI qui sera une aide dans la communication et le déploiement de la démarche. Ce document a pour vocation de résumer au mieux les différents temps forts de l'accompagnement. Il sera à destination du réseau des Offices de Tourisme mais également aux élus qui souhaitent s'en emparer.

### PILOT

- ↳ **Le 13 octobre** : vendredi piLOT
- ↳ **Le 17 octobre** : atelier ISEC
- ↳ **Le 24 octobre** : atelier ITT

### QUALITE

- ↳ **Prochains audits complets**
  - Office de Tourisme du Pays du Haut Doubs (adhésion)
  - Office de Tourisme et des Congrès de Grand Besançon Métropole
- ↳ Le projet « Visites Mystère Croisées » entre Office de Tourisme touche à sa fin. Les structures auditées auront leurs résultats et retour le mois prochain.
- ↳ **Le 12 octobre : Journée Qualité Tourisme** au Château de la Verrerie au Creusot (71)

## DECIBELLES DATA

- ↳ Lancement de la nouvelle plateforme de gestion des demandes d'assistance à Décibelles Data : <http://assistance.decibelles-data.com/>  
2 webinaires de présentation de la plateforme sont organisés **les 19 octobre et 9 novembre**.  
**Inscriptions sur le site internet de la MASCOT, rubrique agenda.**

## BOOSTER TOURISME

### LES FORMATIONS D'OCTOBRE

- ↳ 1 formation sur le thème de la Relation clients
- ↳ 7 formations sur le thème du Marketing Digital
- ↳ 2 formations sur le Management.  
[Voir l'agenda](#)

## PLAN DE FORMATION MASCOT

### LES FORMATIONS D'OCTOBRE

- ↳ **Les 2 – 9 et 20 octobre**  
Repenser le rôle de l'Office de Tourisme sur son territoire, animée par Co-Managing
- ↳ **Les 3 – 4 et 5 octobre**  
Formation RSE / Responsabilité sociétale des entreprises, animée par OTN Formation
- ↳ **Les 16 et 17 octobre**  
Ressources humaines : assurer le suivi et le pilotage d'une politique RH, animée par Alpha et Omega

## AUTRES ACTIONS

### LES CONFIDENCES

- ↳ 2 ateliers de collecte sont programmés
  - **le 12 octobre** avec l'Office de Tourisme de Dole
  - **le 17 octobre** avec l'Office de Tourisme de Besançon.
- ↳ **Attractivité résidentielle**  
Lancement d'une enquête auprès des Offices de Tourisme engagés dans la démarche afin de faire un bilan qualitatif et quantitatif des actions mises en place.

**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.