

LA FABRIQUE A SITES

↳ La migration de la Fabrique à sites vers WordPress 6 est en route. Il faudra dans un premier établir le périmètre fonctionnel, définir un planning de migration, lister les différents impacts techniques, créer un environnement de test... avant de pouvoir commencer les basculements des sites. C'est un gros chantier, nécessaire, qui demandera plusieurs mois de travail (entre 2 et 4 mois selon les difficultés techniques rencontrées).

Objectif : en mai 2024, tous les sites clients devront avoir basculé vers la nouvelle version afin de profiter des dernières améliorations du CMS.

↳ CARTE DYNAMIQUE

Ce projet est en cours de réalisation. Les maquettes ont déjà été réalisées par la direction artistique de Thuria et validées par le CRT. Le périmètre fonctionnel a été défini. Il faut à présent réaliser techniquement le bloc. Mise à disposition des clients : fin d'année 2023

↳ Le site web de l'OT Haut-Jura Saint-Claude est en cours de finalisation. Mise en ligne prévue aux alentours du 10 décembre.

↳ **Le 27 novembre** : formation à l'utilisation du Back-office pour l'équipe de Doubs Tourisme dans le cadre de la création de leur nouveau site Groupe.

DÉCIBELLES DATA

↳ WEBINAIRE

Webinaire « Décibelles Data, tout savoir sur la base de données touristique de Bourgogne-Franche-Comté »

Dans le cadre de ses missions de porter à connaissance et de valorisation des données, l'ARNia / IDéO BFC a organisé, en partenariat avec BFC Tourisme, un webinaire dédié à Décibelles Data le 20 novembre.

Plus de 40 personnes ont participé à la présentation.

Le replay est disponible sur le site pro : [voir le replay](#)

↳ AUDIT FAIRE SAVOIR

Le collectif des utilisateurs de Tourinsoft (logiciel utilisé par Décibelles Data) composé notamment de 7 CRT (Bretagne, Normandie, Hauts-de-France, Bourgogne-Franche-Comté, Nouvelle Aquitaine, Pays de la Loire et Centre Val de Loire) et accompagné par ADN Tourisme ont financé un audit technique de la solution TourinSoft.

BFC Tourisme s'est positionné pour faire partie du COTECH qui suivra les travaux de la société en charge de l'audit. Celui-ci débutera en décembre.

↳ COTECH DATA TOURISME

BFC Tourisme participera au Comité Technique Data Tourisme, organisé les 6 et 7 décembre à Paris.

↳ NOUVEAU CONTRIBUTEUR-DIFFUSEUR

La Communauté de Communes Jura Nord a signé la convention pour pouvoir saisir les offres de son territoire dans Décibelles Data. Cette zone n'est pas couverte par un Office de Tourisme.

RÉUNIONS STATUTAIRES 2023

5 décembre : Conseil d'Administration de la MASCOT

NOS PROCHAINS RENDEZ-VOUS

4 décembre : soirée MICE du collectif tourisme d'affaires à Paris

7 décembre : CODIR digital

8 décembre : réunion trimestrielle avec les directeurs des OT

11 décembre : CODIR

13 décembre : comité stratégique de Vosges du Sud

19 décembre : réunion bilan de la campagne « L'Automne, c'est La Bourgogne »

VILLES ET VILLAGES FLEURIS 2023

Le 16 novembre dernier, BFC Tourisme a organisé la remise des prix régionaux des Villes et Villages Fleuris 2023.

Cette remise de prix a été le moment pour chaque commune ayant obtenue une fleur de se voir remettre un diplôme, un panneau et une plante offerts par BFC Tourisme.

Cet événement a été mis en lumière par la présence de **Nathalie LABOSSE**, vice-présidente de BFC Tourisme et élue au Conseil régional de Bourgogne-Franche-Comté ainsi que de **Julien FAIVRE**, directeur du Conseil National des Villes et Villages Fleuris.

Ce sont 24 communes qui ont été récompensées lors de cet événement.





À DESTINATION DES HABITANTS

AGENDA

- **Le 11 décembre** : rendez-vous avec France Bleu Belfort Montbéliard afin d'étudier les éventuels partenariats à mettre en place en 2024

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 bourgognefranchecomte.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.

- Création de nouveaux contenus Noël
 - 1 page hub [Les fêtes de Noël dans la région](#)
 - 1 page [Notre sélection de marchés de Noël](#)
 - 1 page [Des idées de cadeaux locaux](#)
 - 1 page [Un repas de Noël 100 % de chez nous](#)

Ces nouveaux contenus seront relayés via des posts Facebook et la newsletter dont l'envoi est prévu le 5 décembre prochain auprès des 43 000 prospects.

PASS DECOUVERTE

CAMPAGNE EMAILING

- Pour Noël, un mailing proposant une réduction de -25% sur l'achat de Pass Découverte sera envoyé aux détenteurs de Pass et aux personnes avec un Pass expiré.
L'objectif est d'inciter les habitants à acheter un Pass pour leurs proches pour les fêtes de fin d'année. Cette promotion sera aussi mise en avant dans la newsletter Sortez Chez Vous spéciale Noël.

NOTIFICATION APPLI

- Envoi de 2 notifications aux détenteurs du Pass : 1 avec l'offre - 25% et 1 pour inciter à aller visiter des musées inclus dans le Pass.

DEMARCHAGE

- Poursuite du démarchage auprès des CE de la région afin que ces derniers proposent le Pass Découverte à leurs salariés.

DIVERS

- Dans le cadre des actions menée par le collectif Séminaires & Events, 80 Pass Découverte seront offerts à des prescripteurs MICE lors d'une soirée qui aura lieu à Paris le 4 décembre ; de quoi leur donner envie de venir dans notre région, aussi à tire personnel !

PRODUCTION DE CONTENUS

Sur le site www.bourgognefranchecomte.com

- Rédaction d'une page dans le cadre du développement de l'attractivité en région, projet porté par la région et la MASCOT. Mise en avant des atouts de la région pour attirer de nouveaux habitants : [voir ici](#)
- Rédaction d'une idée sortie à la journée à Châteauneuf-en-Auxois : [voir ici](#)
- Dans le cadre de la refonte des contenus Patrimoine, enrichissement de plusieurs pages :
 - [Nos musées des savoir-faire](#)
 - [Nos ateliers et entreprises artisanales](#)
 - [Les chemins du roman](#)
 - [L'art contemporain](#)



À DESTINATION DES HABITANTS

PRODUCTION DE CONTENUS

Sur le site www.bourgognefranche.comte.com

- Dans le cadre de la refonte des contenus Oenotourisme : enrichissement de plusieurs pages:
 - [Le top 10 des caves et caveaux à visiter](#)
 - [Le top des visites pour devenir incollable sur le vin](#)Création d'une page dédiée à la [Saint-Vincent Tournante et la Percée du Vin Jaune](#)
- Rédaction de 2 nouvelles pages dédiées aux événements incontournables dans la région
 - [Des événements dans des lieux d'exception](#)
 - [Les Festivales d'arts de rue](#)

RETOUR SUR ...

Retour sur le partenariat avec l'Espace Nordique Jurassien

- En partenariat avec l'Espace Nordique Jurassien, nous avons proposé un jeu sur notre page Facebook afin de faire connaître auprès des habitants **le Pass Montagnes du Jura**, et ainsi profiter à coût réduit des 23 sites nordiques de la région. En quelques chiffres :
 - 23 703 impressions
 - 15 946 couverture de la publication
 - 1 056 interactions
 - 124 participants

VIE DU COLLECTIF

- **Le 18 décembre** : CoPil de restitution de la 1ère phase de l'étude d'identification et d'évaluation du potentiel des marchés "prioritaires" post covid pour les destinations de la Bourgogne-Franche-Comté

COMMUNICATION ONLINE

▪ 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

- Komoot (application mobil de vélo et rando)
 - Collection Vignoble <https://www.komoot.de/collection/2445291/wein-eskapaden-mit-dem-fahrrad-durch-die-berge-des-jura>
 - Collection Gravel (sera traduite et publiée le 30 nov) <https://www.komoot.com/fr-fr/collection/2438154/circuits-gravel-dans-les-montagnes-du-jura>
- YouTube
 - 1 vidéo montée avec des rushs 48h à : <https://youtu.be/eAXyni6jKrY>
- Social média
 - 1 carrousel + vidéo et stories

→ Marché suisse

CAMPAGNE DIGITALE Promouvoir une offre printemps été avec un focus sur le Grand Besançon, vélo, outdoor.

Campagne 100% digitale : Social média et Komoot.

Reprise des collections Komoot poussées dans la campagne allemande pour la Suisse Alémanique (capitaliser sur un contenu déjà rédigé)

Vidéo social média montée avec des rushs issus des 48h à Besançon : https://youtube.com/shorts/R6gSY_OVzHI?feature=share

▪ CAMPAGNE SNCF CONNECT ACCES GARE ET CITY BREAK

2 temps de prise de parole sur la thématique : Besançon, city break, ville nature et culture sport et outdoor aux portes des Montagnes du Jura

- **Du 20/11 au 20/12 2023**

OBJECTIF : image et notoriété des Montagnes du Jura + mettre à l'honneur la ville gare TGV pour découvrir les Montagnes du Jura en hiver

[Consulter la page dédiée MDJ sur le site \[sncf.connect\]\(https://www.sncf.connect\)](#)

- **Du 10/03 au 13/04 2024**

Focus sur les beaux jours avec mise à jour de nouveaux contenus : valorisation du 48h à Besançon

Début mars ouverture des ventes Eté et Dernière minute Printemps

Ciblage

- IP Géo Paris IDF, Grand Est, Bourgogne Franche Comté
- 26 – 59 ans
- Consommateur city break, sport, nature, outdoor, montagne

Leviers : Format display, mobile Eletter, push mobile, contenus édito, habillage premium ordinateur, Tik Tok (2ème vague : printemps).

RESEAUX SOCIAUX

CAMPAGNE HIVER

- Du 27 novembre au 27 décembre : campagne hiver
 - 1 Instant Experience
 - 1 carousel
 - 1 post lien en 100% paid
 - 1 vidéo immersive et des reels en organique
 - + des posts habituels en organique (parfois sponsorisés) Instagram et Facebook.

PROMOTION



ALLEMAGNE

- **Le 21 décembre** : réunion avec **Joachim SCHWEDA de TOUREN SERVICE**. Point sur la coopération avec Touren Service et sa plateforme de réservation Getyourgroup + bilan de l'année. Echange sur les évolutions de consommation de la clientèle allemande et sur les développements envisagés pour les années à venir.
- **Mi-décembre** : envoi d'un communiqué de presse "outdoor et éveil des papilles". Mise en avant d'un séjour actif de la Vallée de la Loue au départ de Besançon avec Happy's Expérience + de nouvelles adresses de restaurants et d'hébergements le long du parcours.



MULTI-MARCHÉS

- Le salon **Rendez-Vous en France 2024** aura lieu **les 26 et 27 mars 2024**.
Pour les professionnels intéressés : clôture des inscriptions : **le 14 décembre 2023**

RELATIONS PRESSE

- **Suite à la sélection de l'agence presse France**, une réunion de travail avec l'agence est prévue afin de préparer le plan d'actions 2024.
- **Suite à la sélection de l'agence presse Allemagne**, une réunion de travail est prévue afin de préparer le plan d'actions 2024.

COMMUNICATION DEDIEE AUX FILIERES

FILIERE NEIGE

CAMPAGNE SNCF CONNECT AVEC ATOUT FRANCE ET FRANCE MONTAGNES

Ciblage : Ile de France, Paris, jeunes couples et famille, explorateurs/voyageurs découvreurs, 30/50 ans.

Objectif : image et notoriété des Montagnes du Jura + mise en avant des 3 stations du massif (alpin et nordique) via les gares TGV + navette bus et TER pour découvrir les Montagnes du Jura en hiver.

Leviers : Display, Format Une, Contenu éditorialisé.

<https://www.sncf-connect.com/train/bons-plans/montagnes-du-jura-hiver>

CAMPAGNE HOURRAIL AVEC FRANCE MONTAGNES

Collaboration avec **HOURRAIL** plateforme facilitant l'organisation de voyages 100% voyage bas carbone (+ 100K pages vues / mois) pour mettre en avant les trajets vers les massifs français ! L'objectif est d'avoir une communication forte et pouvoir montrer que l'ensemble des stations de ski sont accessibles en train + navette.

Pour MDJ : valorisation des 3 stations du massif : Métabief, Les Rousses et Monts Jura.

Page en cours de construction.

RETOUR SUR ...

LES TOP POSTS DE NOVEMBRE

- Sur Instagram, [publications du 15 novembre](#) : les couleurs d'automne aux Monts Jura (Ain)
4 590 likes - Photo prise par @philophotogex
- Sur Facebook : [publication du 16 novembre](#)
vaches montbéliardes vers Bellefontaine (Jura)
3 200 likes

ELETTER

- **Le 2 novembre** : envoi d'une Eletter hiver à 60
636 prospects / [Consulter la eletter](#)
18,80% taux d'ouverture
2% taux de clics
17,16% taux de réactivité

VIE DU COLLECTIF

- **Le 18 décembre** : CoPil de restitution de la 1ère phase de l'étude d'identification et d'évaluation du potentiel des marchés "prioritaires" post covid pour les destinations de la Bourgogne-Franche-Comté
- **Le 19 décembre** : réunion de bilan de campagne "L'Automne c'est La Bourgogne" avec le comité stratégique

COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

- Une campagne SEA hiver sera lancée autour des offres weekend et séjours à vivre pendant la saison d'hiver. [Voir la page](#)

RESEAUX SOCIAUX

- **Le questionnaire d'observatoire en ligne des clientèles**
La Bourgogne 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 200 réponses.
Ce questionnaire permet principalement de connaître les profils de clientèles et leur satisfaction.
- **RAPPEL**
Abonnez-vous à la page Facebook de la marque <https://www.facebook.com/bourgogne.tourisme> et pensez à nous tagger 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'AutomnecestLaBourgogne à l'automne.**
Vous pouvez tagger notre compte dans vos propres publications [@mybourgogne](#)

PROMOTION



ALLEMAGNE

- **Le 21 décembre** : réunion avec **Joachim SCHWEDA** de **TOUREN SERVICE**. Point sur la coopération avec Touren Service et sa plateforme de réservation Getyourgroup et bilan de l'année écoulée. Echange sur les évolutions de consommation de la clientèle allemande et sur les développements envisagés sur les années à venir.
- Référencement par l'autocariste **HEIDEKER**. Séjour randonnée pédestre en Bourgogne « Wandern und Wein » référencé dans le catalogue Wandern 2024. [Voir le séjour](#)
L'accompagnement en allemand est fait par Karoline KNOTH (guide allemande basée en Bourgogne)
Le catalogue et le produit sont déjà en ligne sur le site HEIDEKER. Le catalogue est imprimé début décembre 2023 et envoyé aux clients du tour-opérateur.



MULTI-MARCHÉS

- Le salon **Rendez-Vous en France 2024** aura lieu **les 26 et 27 mars 2024**.
Pour les professionnels intéressés : clôture des inscriptions **le 14 décembre 2023**.



TAIWAN

- Sessions de formations agences en e-learning. 2 agences ont déjà été formées en novembre, soit 33 collaborateurs. Les prochaines sessions de formation auront lieu les 09, 12 et 14 décembre.



JAPON

- Suite aux différentes actions menées sur ce marché en 2022 et 2023 : Yo Suzuki de WAS Tokyo a non seulement développé plusieurs programmes en Bourgogne mais lors du dernier groupe qu'il a accompagné en octobre, il a été intronisé à la confrérie de la Truffe de Bourgogne. Il devient le premier confrère international.

RELATIONS PRESSE

- **Suite à la sélection de l'agence presse France**, une réunion de travail avec l'agence est prévue afin de préparer le plan d'actions 2024.
- **Suite à la sélection de l'agence presse Allemagne**, une réunion de travail est prévue afin de préparer le plan d'actions 2024.

PRODUCTION DE CONTENUS

LE SITE WEB www.bourgogne-tourisme.com

- Poursuite de la production de nouveaux contenus + mise en ligne
 - [Idée week-end sans voiture : 72 h à vélo sur la Voie Bleue](#)
 - [Top hébergements éco-responsable](#)
 - [Top des entreprises gourmandes qui se visitent](#)
 - [L'offre tourisme d'affaires en Bourgogne](#)
- Sous-traitance pour la création des contenus sur les destinations "Vignobles & Découverte"

RETOUR SUR ...

- **Le 19 octobre** : envoi de la enews "**L'Appel de La Bourgogne pour vos vacances de Toussaint et week-ends d'automne**" exclusivement aux ouvreurs des enews précédentes dans le cadre de la campagne d'automne.
 - [Consulter la enews](#)
 - Taux d'ouverture 46 %.
 - Taux de réactivité 20%
- Quelques chiffres sur les réseaux sociaux :
 - La page **Facebook** comptabilise en novembre **120 nouveaux abonnés**.
 - Le compte **Instagram** comptabilise **351 nouveaux followers**
 - Le top post d'octobre : sur Instagram [le reel du 26 octobre](#) : 38 408 comptes Instagram ont vu ce reel.



VIE DU COLLECTIF

- **Le 13 décembre** : Comité Stratégique (instance politique) du collectif régional des Vosges du Sud à la Filature de Ronchamp.

RELATIONS PRESSE

- **Le 14 décembre** : participation à la Commission Presse du Collectif Massif des Vosges à La Bresse
- **Suite à la sélection de l'agence presse France**, une réunion de travail avec l'agence est prévue afin de préparer le plan d'actions 2024.

PRODUCTIONS DE CONTENUS

- Lancement des rendez-vous - en visio dans un premier temps - avec les Offices de Tourisme pour préparer les contenus de la campagne printemps et démarrer le travail pour les contenus liés au référencement sur le site Internet du Massif des Vosges.



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

VIE DU COLLECTIF

- Diffusion aux partenaires de la vidéo-bilan des actions 2023.
- Lancement des adhésions 2024 auprès des membres 2023 et de potentiels intéressés..
- Travail sur l'élaboration du plan d'actions 2024

DÉVELOPPEMENT

OBSERVATOIRE

- **Le 14 décembre** : analyse de l'enquête menée auprès des membres du collectif et préparation de l'enquête 2024

DÉCIBELLES DATA

- Premières réflexions sur la mise en place d'un accès extranet pour les partenaires afin de mettre à jour plus facilement leurs différentes informations affaires sans passer par un questionnaire en ligne.

PROMOTION / COMMUNICATION

SOIREE MICE EXCLUSIVE BFC SEMINAIRES & EVENTS A PARIS - 4 DECEMBRE 2023

- Action phare du collectif
29 partenaires seront présents aux côtés de BFC Tourisme à la rencontre d'une cinquantaine de décideurs parisiens et journalistes de la presse professionnelle. Au programme : une soirée aux couleurs et aux saveurs de notre région avec de la dégustation de produits locaux pour valoriser nos filières, [une présentation de la plateforme séminaires en BFC](#), une mise en avant de nos partenaires présents,...
Lors de cette soirée, une vidéo tuto de la plateforme sera diffusée. Cette vidéo servira également de supports de présentation et de promotion lors des futures actions du collectif.

GRC

- Courant décembre : envoi de la dernière enews de l'année sur le thème "Les séminaires Hors Normes".
Objectif : inspirer nos 2 400 prospects pour des séminaires de rentrée en grande pompe.
Quelques exemples de partenaires à découvrir dans notre newsletter : Les Palais des congrès de Dijon et de Beaune, les salles événementielles L'Écrin à Talant, le Domaine du Lac à Dijon, et mises en avant d'hôtels de grande capacité.

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

RETOUR SUR ...

LES CHIFFRES DU MOIS

▪ **POST LINKEDIN**

Des nouveautés à découvrir chez nos partenaires VéloVitamine et Mâcon Tourisme / post du 2 novembre
En organique : 619 impressions | 2,1% de taux de clics | 4,52% de taux d'engagement

Notre sélection pour un séminaire cocooning / post du 9 novembre

En organique : 438 impressions | 12,79% de taux de clics | 18,26% de taux d'engagement

4 partenaires mis en avant : La Maison des Courtines, le Château de la Barge, Le Château de Saulon et la Maison Tomette Singulière.

En sponsorisation : 12 514 impressions | 107 clics

Notre idée de séminaire en Bourgogne / post du 14 novembre

En organique : 251 impressions | 5,18% taux de clics | 7,17% de taux d'engagement

La Journée partenariale des marques et des filières de BFC Tourisme / post du 16 novembre

En organique : 442 impressions | 11,76% de taux de clics | 17,19% de taux d'engagement

▪ **FICHE GOOGLE MY BUSINESS** (du 1^{er} octobre au 30 novembre)

1 450 vues

107 actions (47 visites du site web, 2 appels, 58 demandes d'itinéraire)

97 recherches

FILIÈRE PATRIMOINE

DEVELOPPEMENT

- **Le 6 décembre** : réunion de cadrage avec la consultante **Béatrice Royaux** (Focus Marketing) pour la réalisation d'un diagnostic marketing de la filière Patrimoine (prévu fin d'année 2023 / début 2024), pour un rendu 1er trimestre 2024, Les résultats du diagnostic serviront de base de réflexion et généreront des ateliers de travail avec les membres du collectif.
- En décembre, sortie de la revue Espaces dans laquelle est présent un dossier de 40 pages sur le tourisme culturel. Au sommaire : l'évolution du tourisme culturel, les nouveaux modèles économiques des institutions culturelles, la place du numérique, l'attractivité des sites culturels. Disponible pour les adhérents du collectif Patrimoine en version PDF sur simple demande par mail à c.demoly@bfctourisme.com.
Attention, le document envoyé ne pourra pas être rediffusé par le demandeur.

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DES HABITANTS

CAMPAGNE EMAILING

- Pour Noël, un mailing proposant une réduction de -25% sur l'achat de Pass Découverte sera envoyé aux détenteurs de Pass et aux personnes avec un Pass expiré.
Objectif : inciter les habitants à acheter un Pass pour leurs proches pour les fêtes de fin d'année. Cette promotion sera aussi mise en avant dans la newsletter sortez chez vous spéciale Noël.

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- En vue de la préparation du plan d'action de communication 2024, il est demandé aux membres du collectif Patrimoine de communiquer leurs temps forts de l'année : expositions temporaires, festivals, événements. Le mail d'information envoyé devra préciser le numéro de fiche Décibelles Data présentant l'événement. Les temps forts retenus s'afficheront sur une page dédiée "Grands événements" du site web "En Bourgogne-Franche-Comté". Cette même page sera également utilisée en landing page de nos communications digital Expert autour des grandes expos et événements.
- Avec beaucoup de retard, les vidéos sur les personnages célèbres réalisés en partenariat avec France 3 et Arthemus, commencent à arriver.
Nous disposons déjà des vidéos sur **Paul-Emile Victor** pour l'espace de mondes polaires [à visionner ici](#) et de **Victor Hugo** pour le Maison natale de Victor Hugo à Besançon - [à visionner ici](#).
Elles sont déjà présentes sur les chaînes YouTube Sortez chez vous et Montanges du Jura et seront poussées cet hiver sur les réseaux sociaux.
- **Capsule vidéo** :
Diffusion des dernières capsules vidéos interviews d'expert sur les réseaux sociaux avec le Musée du Jouet et les Musées de Belfort. A retrouver aussi sur notre chaîne YouTube.
Musée du jouet : <https://www.youtube.com/watch?v=6dJRH0xk4T4>
Musées de Belfort : https://www.youtube.com/watch?v=HWgUsR6T7_E
- Achat d'une page de publicité dans le magazine **DUBO** consacré aux savoir-faire. Le numéro de décembre est consacré à LIP. Le publiédactionnel BFC est à la page 13 / [A découvrir via la liseuse web du magazine](#)

FILIERE PATRIMOINE

RETOUR SUR ...

- Bilan de diffusion des articles en brand content réalisés avec le média **J'aime mon patrimoine** et diffusés de janvier à octobre (6 articles) :
Facebook **J'aime mon patrimoine**: 921 292 impressions
Instagram **J'aime mon patrimoine** : 43501 impressions
X (Twitter **J'aime mon patrimoine**) : 4142 impressions
Newsletter **J'aime mon patrimoine**: 31793 impressions
Site **J'aime mon patrimoine**: 19 180 impressions
Total : 1 011 094 impressions
- Bilan de diffusion, à date, des 5 capsules vidéo "interviews d'expert" :
Impressions : 3 166 531
Thruplays (vues d'au moins 15 secondes) : 122 813
Coût par thruplay : 0,02€
Clics sortants : 9 834
Interactions (réactions, commentaires, enregistrements et partages) : 4 431
La capsule sur la restauration des murets de Solutré est celle qui a le mieux tourné jusqu'à présent, avec plus d'1M d'impressions à elle-seule, et 38 411 Thruplays.
- Bilan de diffusion des 4 nouveaux podcasts Artips, de juillet à novembre :
Citadelle de Besançon : 700 téléchargements
Basilique de Vézelay : 660 téléchargements
Chapelle Notre Dame du Haut : 650 téléchargements
Abbaye de Fontenay : 640 téléchargements.
Les 12 podcasts Artips sont toujours accessibles sur différentes plateformes (Deezer, Spotify, Castbox, Apple podcasts, Google Chrome...). Les podcasts seront tous intégrés aux pages de sites de visite sur nos sites internet de destination.
Retrouvez l'ensemble des podcasts sur <https://podcasts.artips.fr/episodes/>

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE ITINERANCE

VIE DU COLLECTIF

- **Le 12 décembre** : webinaire sur la Coexistence des usages sur La Voie Bleue, en visioconférence.
- **Le 12 décembre** : séminaire des Grandes Traversées du Jura
- **Le 13 décembre** : Comité de pilotage / étude identité Canal du Centre / Contrat de canal
- **Le 13 décembre** : Groupe de travail Accueil Vélo

DEVELOPPEMENT

- **Le 4 décembre** : webinaire de présentation Ma Rando® et de partenariats de communication par la FFRP
- **Le 11 décembre** : Web atelier n°2 de la charte d'accueil des clientèles itinérantes : co-construction du plan d'action de déploiement
- **Le 15 décembre** : webinaire sur les tendances et potentiel de l'itinérance Gravel en France par ON PISTE

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

Destination Montagnes du Jura

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
Komoot (application mobil de vélo et rando)
Collection Vignoble <https://www.komoot.de/collection/2445291/wein-eskapaden-mit-dem-fahrrad-durch-die-berge-des-jura>
Collection Gravel (sera traduite et publiée le 30 nov)
<https://www.komoot.com/fr-fr/collection/2438154/circuits-gravel-dans-les-montagnes-du-jura>
YouTube / 1 vidéo montée avec des rushs 48h à : <https://youtu.be/eAXyni6jKrY>
Social média / 1 carrousel + vidéo et stories

Destination La Bourgogne

- Poursuite de la production de nouveaux contenus + mise en ligne
[Idée week-end sans voiture : 72 h à vélo sur la Voie Bleue](#)

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE OENOTOURISME

VIE DU COLLECTIF

- **Le 4 décembre** : réunion du pôle oenotourisme Atout France, bilan de l'année et présentation du plan d'actions 2024
- **Le 5 décembre**: réunion de lancement accompagnement destination Vignobles & Découvertes "Couchois, Côte Chalonnaise et Mâconnais" pour s'approprier et mettre en oeuvre les conclusions de l'étude.
- **Le 5 décembre** : rencontre annuelle Vignobles & Découverte de la Route des Grands Crus
- **Le 6 décembre** : réunion de lancement accompagnement destination Vignobles & Découvertes "Route des Grands Crus" pour s'approprier et mettre en oeuvre les conclusions de l'étude.

DÉVELOPPEMENT

- **Le 7 décembre** : suite diagnostic des contenus oenotourisme-gastronomie sur le site Sortez chez Vous.
Objectif : créer des nouveaux contenus + mise à jour de l'existant
- **Le 15 décembre** : présentation des résultats de l'enquête en ligne pour la clientèle "oenotouristes"

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE HABITANTS

- **Quelques chiffres suite à la campagne Fascinant Week-end**
Page dédiée "Fascinant Week-end" : 6 300 vues / 1,10 minutes passées sur la page / + 1 100 vues sur les fiches SIT
Post meta "enbourgognefrancheconté" : 41 000 impressions, 28 000 couvertures, 2 800 interactions
Newsletter : 528 visites suite à un article dans une newsletter

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- **Du 3 au 5 décembre** : suite à l'Explore France Festival Oenotourisme qui a eu lieu en septembre à Londres, nous accueillons une journaliste anglaise dans le vignoble du Jura. Au programme : restaurant V&D, caveau de dégustation, visite de producteurs.

FILIERE GASTRONOMIE

VIE DU COLLECTIF

- **Le 8 décembre** : réunion de l'équipe projet Vallée de la Gastronomie pour finaliser l'organisation du séminaire Vallée de la Gastronomie
- **Les 12 et 13 décembre** : séminaire Vallée de la Gastronomie pour élaborer les grandes lignes 2024 et les actions à mettre en place par thématique (offre, international, communication, ...)

DÉVELOPPEMENT

- Mise en place de la photothèque Vallée de la Gastronomie : création de la photothèque, indexation des photos, diffusion auprès des

PROMOTION

- **Calendrier de l'avent de la Vallée de la Gastronomie** :
Le principe : 1 semaine dédiée à chaque "région", chaque semaine un package sera à gagner.
Pour BFC, ce sera un package pour 2 personnes d'une valeur de 700 € composé d'une nuit en chambre double avec petits déjeuners + repas gastronomique hors boissons au Cèdre + visite des Hospices de Beaune + dégustation de vin au Château de Pommard.

OBSERVATION / ORT

TOURISME D'AFFAIRES

- **Le 14 décembre** : analyse de l'enquête menée auprès des membres du collectif et préparation de l'enquête 2024

OENOTOURISME

- **Le 15 décembre** : présentation des résultats de l'enquête en ligne pour la clientèle "oenotouristes"

NEIGE

- **Le 20 décembre** : diffusion de la note de synthèse France Montagne sur les prévisions pour la saison 2023/2024

INGENIERIE / DELEGATION ATOUT FRANCE

- **Le: 15 décembre** : 1ère restitution du diagnostic marketing de l'Hôtel Dieu des Hospices de Beaune
- **Le 18 décembre** : CoPil de restitution de la 1ere phase de l'étude d'identification et d'évaluation du potentiel des marchés "prioritaires" post covid pour les destinations de la Bourgogne-Franche-Comté

Retour sur ... France Tourisme Ingénierie

- **Le 21 novembre** : réunion de lancement de l'étude pour l'Abbaye de Cîteaux qui portera notamment sur le parcours client aux abords et au sein du site

QUALITE TOURISME

- **Retour sur la commission du 9 novembre**
13 nouvelles labellisations : la Chambre d'hôtes Ame de la Terre, le camping Au Cœur des Vignes, le camping du Lac de la Seigneurie, le Clos Saint-Jacques, le Domaine de Bersaillin, le Domaine du Mont-Saint-Jean, Hôtel Relais La Côte d'Or, L'Escale Gourmande, la Source du Val, Restaurant Le Forum, Les Divines Bourgogne, Maison Les Tillets, Musée de la Machine Agricole et de la Ruralité
- Les pré-audits Qualité Tourisme de décembre
Le 4 décembre : Cité de Climats et Vins de Bourgogne (Beaune).
Le 12 décembre : Cité des Climats et Vins de Bourgogne (Mâcon).
Le 19 décembre : La Maison du Comté (Poligny)

TOURISME & HANDICAP

- **Retour sur la commission du 9 novembre** :
1 nouvelle labellisation : Le Musée du Temps à Besançon

VIE STATUTAIRE

- ↳ **Le 5 décembre** : Conseil d'Administration
- ↳ **Le 8 décembre** : réunion trimestrielle entre les directeurs des Offices de Tourisme et BFC Tourisme

ACCOMPAGNEMENT DES OT

PILOT

- ↳ **Le 8 décembre** : vendredi piLOT
- ↳ **Le 12 décembre** : atelier ISEC

QUALITE

- ↳ Après plusieurs mois de travail, d'ateliers et d'interventions, l'Office de Tourisme du Pays du Haut-Doubs a obtenu la marque Qualité Tourisme avec plus de 97 % de taux de réussite.
Pour rappel, cette année la MASCOT a effectué une commande groupée dans le but de réduire le coût des audits complets.

SADI

- ↳ SADI c'est quoi ? c'est réfléchir sur son territoire, autour d'une table ronde regroupant Office de Tourisme, élus et socioprofessionnel.
La MASCOT, forte de son expérience, a déjà accompagné plusieurs territoires et structures dans l'évolution de leurs stratégies.

PLAN DE FORMATION MASCOT

- ↳ En collaboration avec les membres de la commission formation, la MASCOT travaille sur la mise en place du plan de formation 2024 qui sortira en début d'année prochaine !
- ↳ Dans une logique d'amélioration continue, la MASCOT, en tant qu'organisme de formation, va se faire accompagner afin d'obtenir la certification **QUALIOPI**. L'accompagnement se déroulera du 12 décembre 2023 à mai 2024.

AUTRES ACTIONS

- ↳ En décembre s : présentation du 1er bilan du projet d'attractivité résidentielle de la MASCOT soutenu par la région à la suite de l'étude quantitative et qualitative menée auprès des OTs qui ont intégré la démarche entre novembre 2022 et octobre 2023.
- ↳ Bihar Institut de la Transition écologique, économique et sociale vous propose la formation suivante "**Monnaie locale et tourisme participatif**"
Mardi 23 janvier 2024 de 10h à 12h à distance et le mardi 30 janvier 2024 en présentiel à Besançon (à confirmer).
Pour toute demande d'inscription ou de renseignement complémentaire, contacter l'institut Bihar / 07 61 86 72 27
email : marine@institut-bihar.org

**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.