JEUDI 16 NOVEMBRE 2023

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

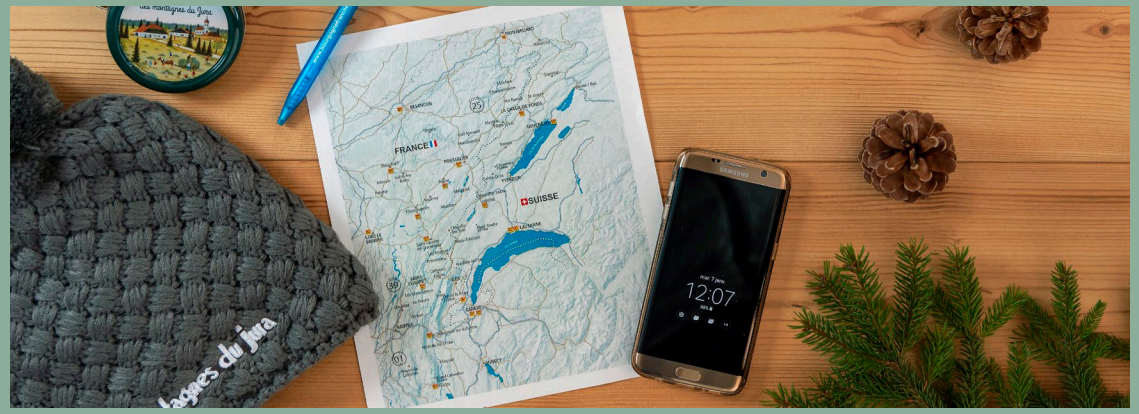
AIN
DOUBS
JURA

JOURNEE PARTENRIALE BFCT

PRE - BILAN 2023

ORIENTATIONS 2024

SOMMAIRE



INTRODUCTION

PRE BILAN 2023

ORIENTATIONS 2024

Destination

Montagnes du Jura

TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA

PRÉ BILAN 2023

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS
AIN
DOUBS
JURA

ACTIONS EN COURS NOVEMBRE ET DECEMBRE 2023

- ✓ DIFFUSION DU SPOT TV 4 SAISONS en TV replay et Pré-Roll vidéo jusqu'au 26 novembre 2023

- ✓ CAMPAGNE HIVER SEA + SOCIAL MEDIA
- ✓ CAMPAGNE HIVER SNCF CONNECT (3 stations du massif)
- ✓ OPERATION LE BEFORE (lancement de saison hiver) A PARIS

- ✓ CAMPAGNE SNCF CONNECT (Accès TGV & City Break)

- ✓ CAMPAGNE EXPLORE FRANCE Allemagne

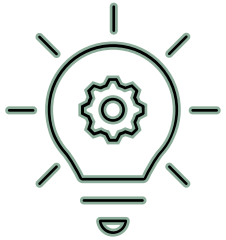
- ✓ CAMPAGNE EXPLORE FRANCE Suisse

- ✓ MAGAZINE MDJ
- ✓ GUIDE DE MARQUE

TEMPS D'ECHANGES

QUELLE EST VOTRE ACTION COUP DE COEUR ?

Expliquez pourquoi en quelques mots !



5 min

QUELLE EST VOTRE ACTION COUP DE COEUR ?

Retours atelier post'Its

- Reportage vidéo « 48h à » pour la valorisation des socios-pros
- Production photos/vidéo 48h car très utile pour les Offices de tourisme
- Prod 48h pour la mise en avant des territoires à travers des idées de séjours
- Les idées séjours et week-ends (48h ?) pour générer des flux de consommation sur les territoires adhérents à Montagnes du Jura
- Collab l'Equipe 21 : Spot TV et Pré-Roll (grand nbre de personnes touchées) + influenceur/personnalité invitée sur le territoire pour travailler la notoriété
- Partenariat Les Others « itinérance » co-financé avec le Pays Horloger
- Partenariat Les Others sur la GTJ pour la valorisation de plusieurs territoires, les fortes audiences et la cible urbain/aventurier
- La campagne Tout Un Monde et Vous : de belles images
- La campagne Tout Un Monde et Vous pour la mise en avant des partenaires à l'occasion des 20 ans
- Opération SNCF CONNECT « City Break » Besançon aux portes des Montagnes du Jura
- Opération SNCF CONNECT Mainstream (grand média de masse)
- Les actions ciblées trail
- Opération hiver le Before à Paris avec France Montagnes **citée 3 fois**
- Les 20 ans du collectif
- Accueils presse en Pays Horloger à poursuivre ☺

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA

ORIENTATIONS 2024

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA

ELEMENTS DE CONTEXTE
EVOLUTION DE LA FREQUENTATION

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS
AIN
DOUBS
JURA

Continuer d'installer la stratégie marketing de la destination en nous adaptant :

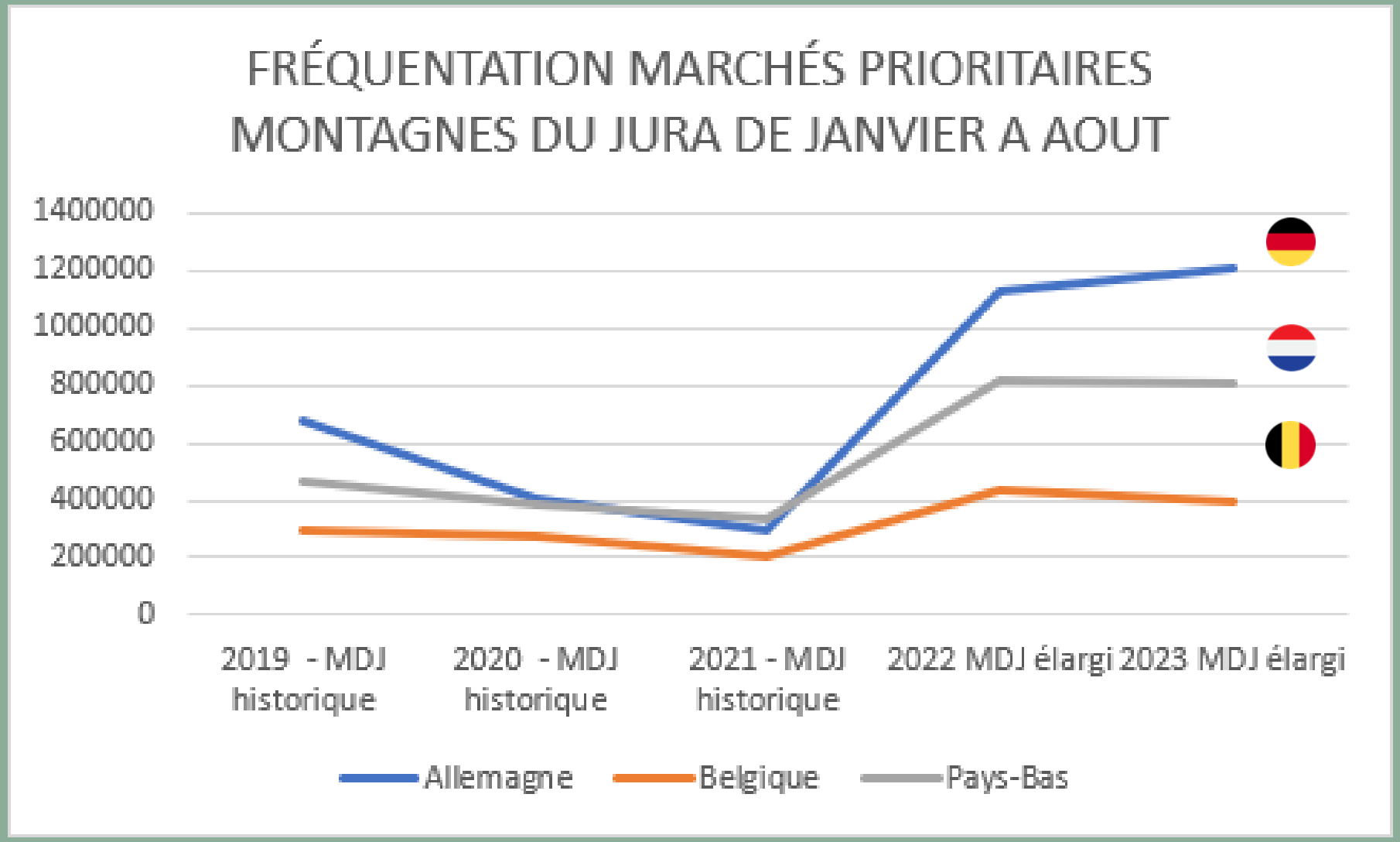
- aux contraintes financières
- au développement durable
- à l'inflation
- et aux conséquences des conflits armés aux portes de l'Europe

CONTEXTE

- Se différencier et susciter l'envie de venir dans les Montagnes du Jura
- Conforter les bons résultats digitaux 2023
- Consolider la gamme d'offres touristiques pour la promouvoir auprès des prescripteurs (presse, TO, agences)
- Concentrer nos moyens sur les marchés, les cibles, grâce à des actions significatives pour donner de l'efficience à notre stratégie dans une période de contrainte budgétaire

ENJEUX

EVOLUTION DES NUITEES PAR MARCHES EUROPEENS

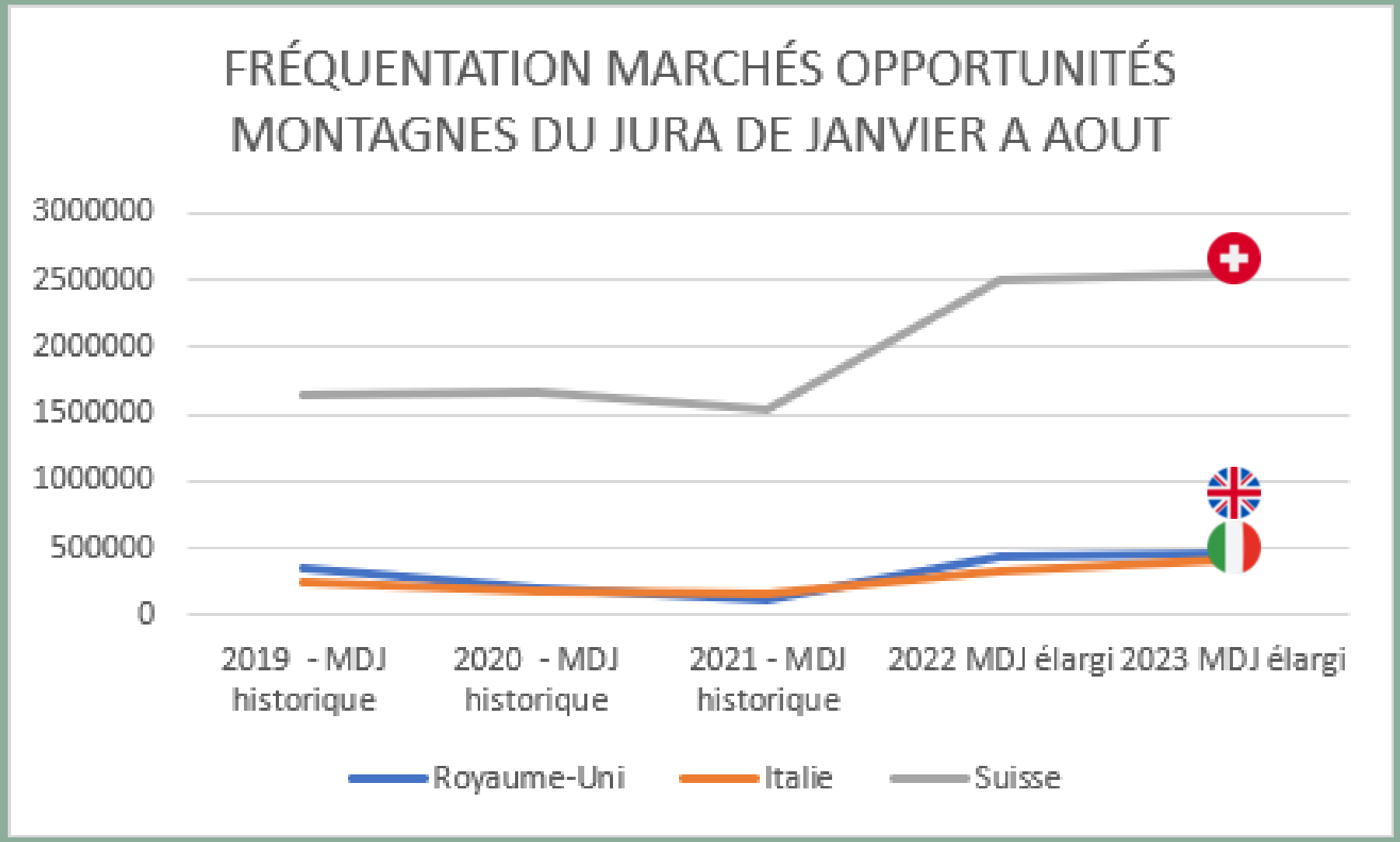


L'Allemagne est le marché qui évolue le plus entre 2022 et 2023 (+6,88% zonage élargi).
Le marché Belge perd 7,16% par rapport à 2022 sur le zonage élargi.
Le marché Néerlandais reste à peu près au même niveau de fréquentation.

Zonage historique
Source : FVT données provisoires

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS
AIN DOUBS JURA

EVOLUTION DES NUITEES PAR MARCHES ET RANGERS D'OPPORTUNITES

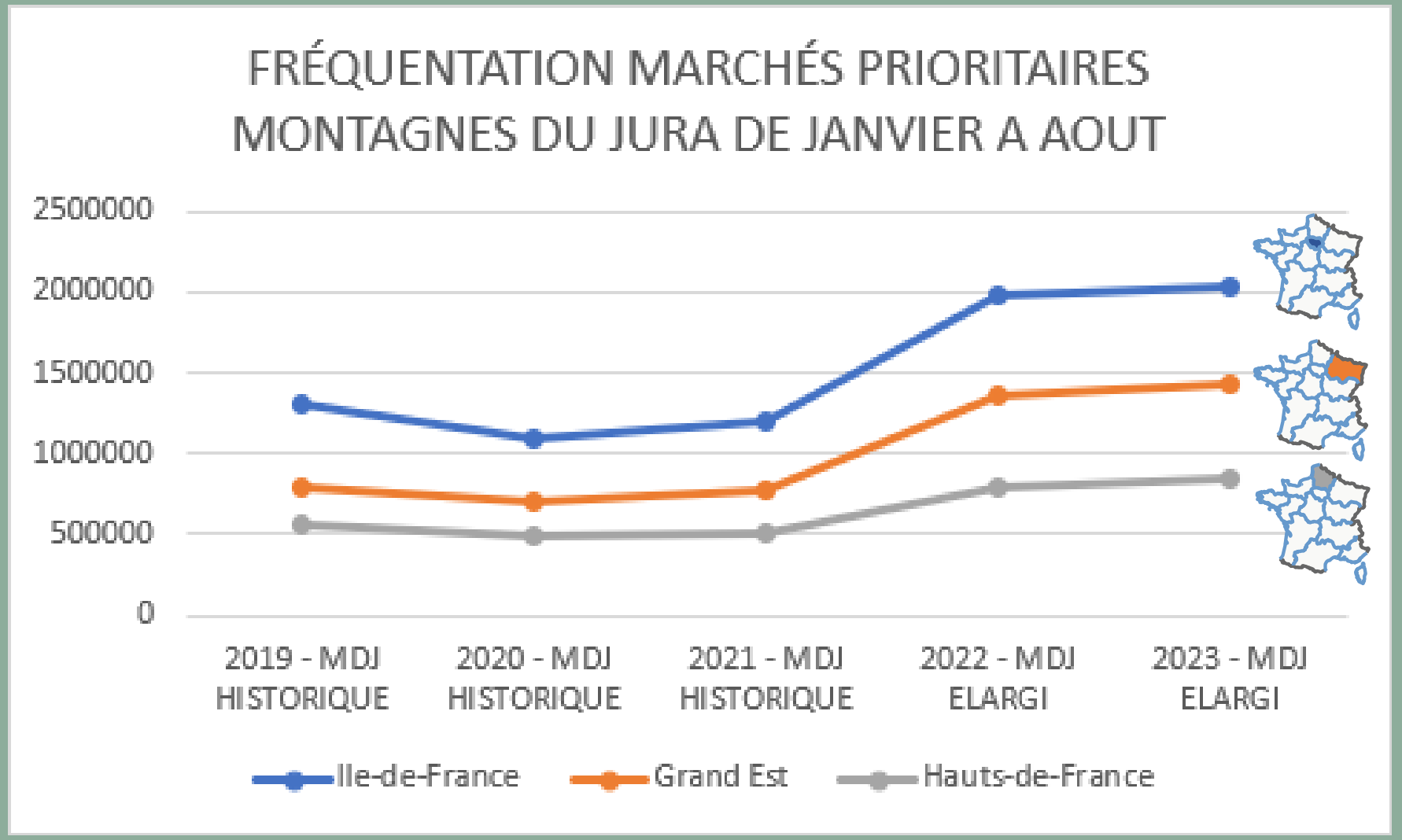


Le marché **Suisse** est le plus important, néanmoins pas de réelle rupture de fréquentation en 2020, il y a donc une base socle importante de nuitées qui sont effectuées régulièrement et il n'y a pas de réelles évolutions d'une année sur l'autre.
Les clientèles originaires du **Royaume-Uni** et de l'**Italie** sont plutôt stables, pas de grande évolution en 2023.

Zonage historique
Source : FVT données provisoires

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS
AIN DOUBS JURA

EVOLUTION DES NUITEES SUR LE MARCHE FRANCE



Le marché **Hauts-de-France** est celui qui affiche la plus grande progression entre 2022 et 2023

Zonage historique

Source : FVT données provisoires

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS
AIN DOUBS JURA

Montagnes du Jura

TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA

AUDIENCES WEB

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA

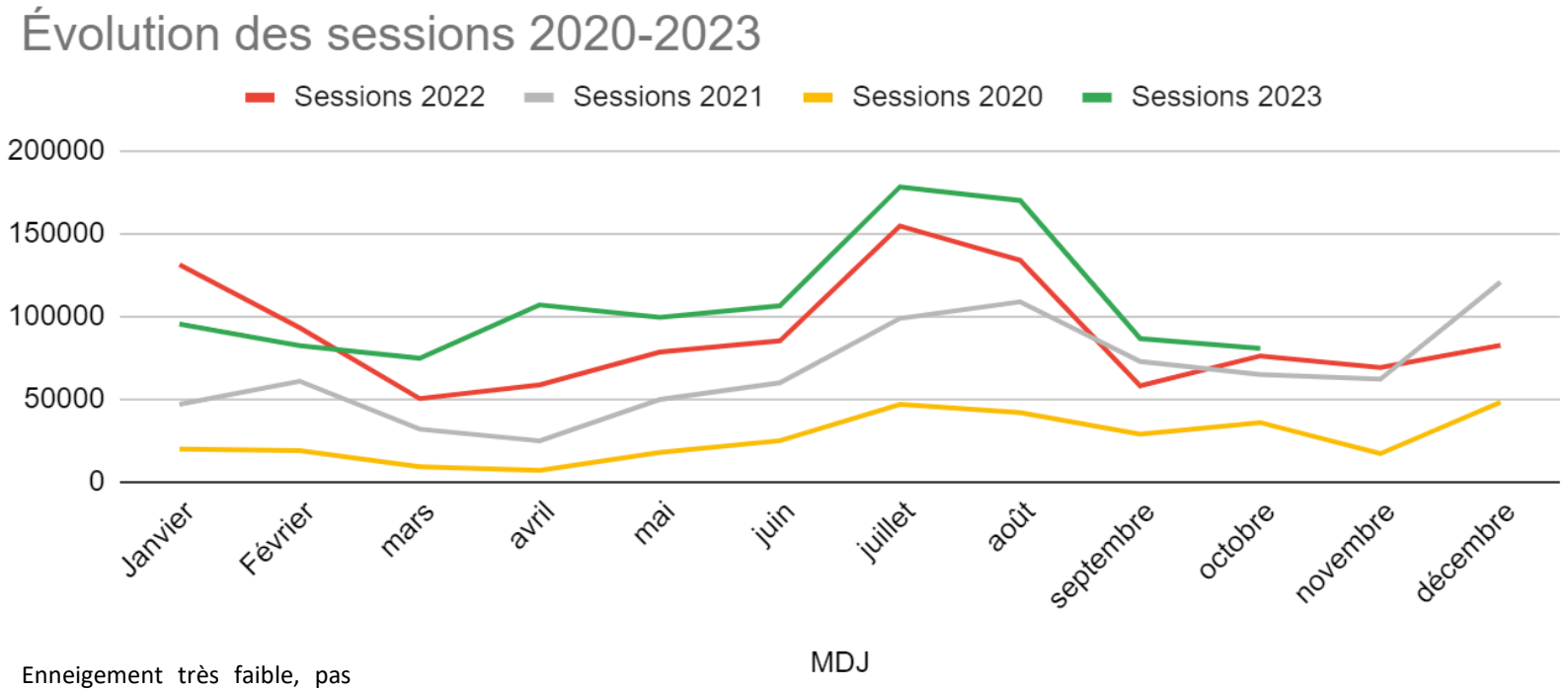
1er janvier au 31 octobre 2023

1 082 694 visites + 17,5 %

38 654 intérets partenaires + 74 %

Le site web poursuit sa progression en 2023

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS
AIN
DOUBS
JURA



Enneigement très faible, pas de campagne SEA ni média mais le référencement naturel est toujours en hausse, la baisse de trafic correspond à la baisse des campagnes hiver quasi absentes en 2023.

Contexte d'inflation, météo pluvieuse aux vacances d'automne

1 083 762 visites en 2022

1 082 694 visites au 31 octobre 2023

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS
AIN
DOUBS
JURA

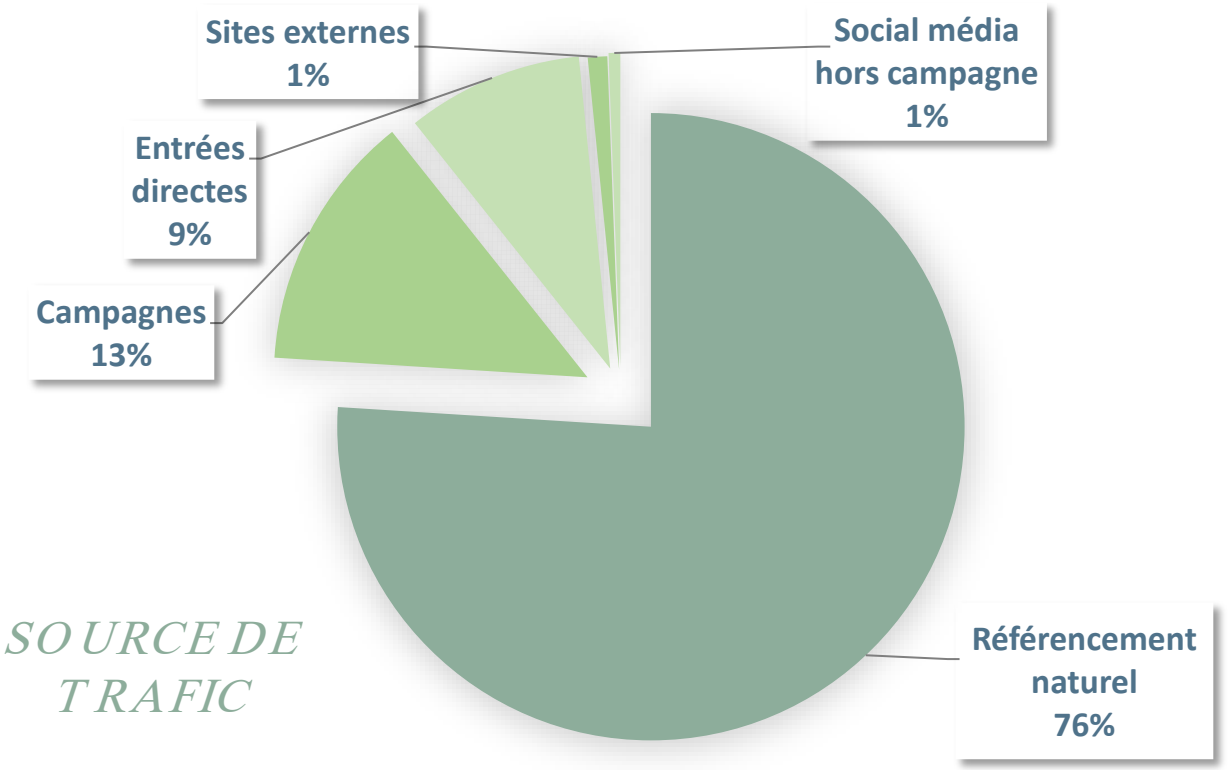
2023

LE SITE WEB

EN 4 LANGUES

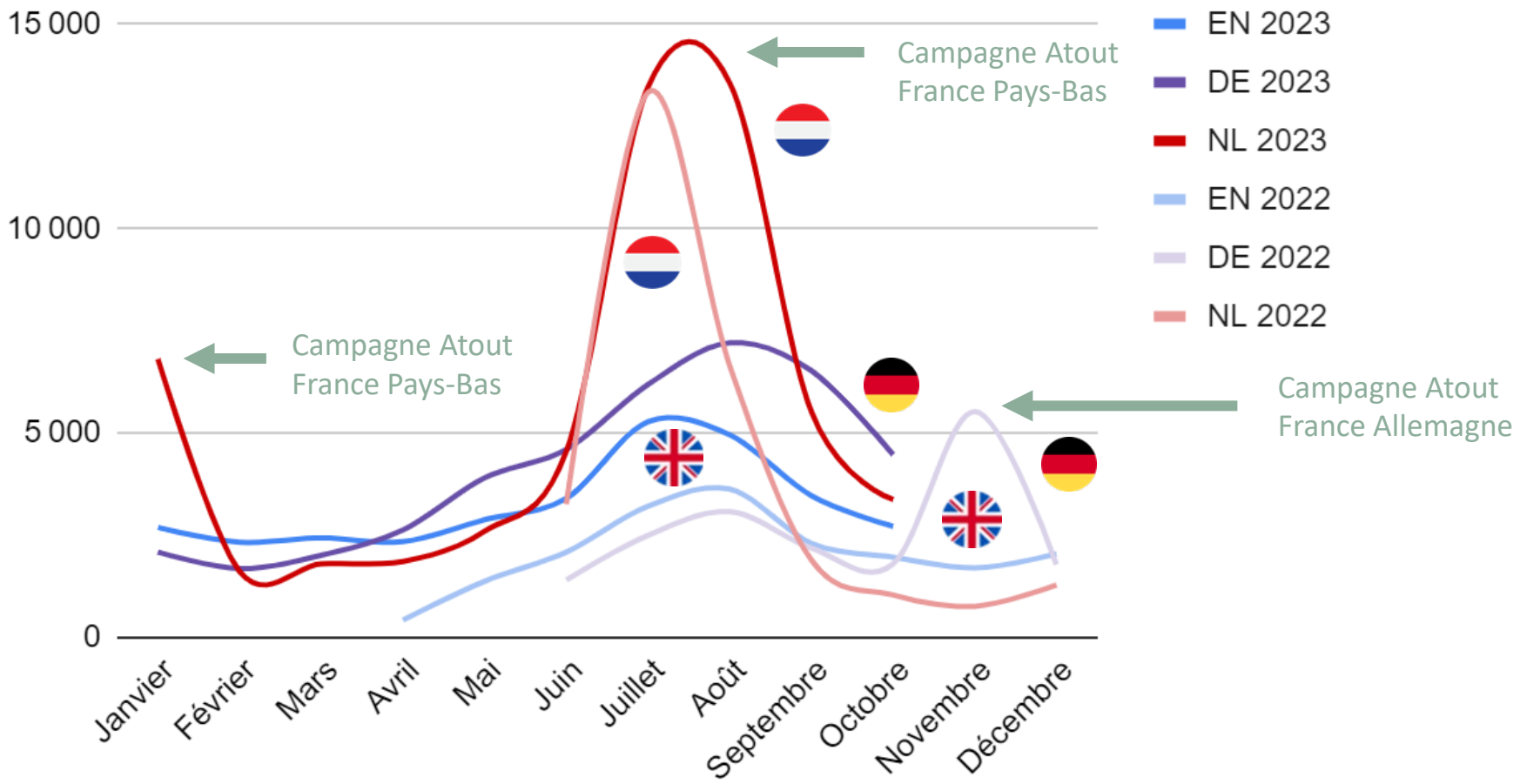
WWW.MONTAGNES-DU-JURA.FR

SOURCE DE TRAFIC



Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA



Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA

PAC PREVISIONNEL 2024

PRODUCTIONS DE CONTENUS

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS
AIN
DOUBS
JURA

DES CONTENUS DE QUALITE

LA QUALITE DE LA PRODUCTION DE CONTENUS MDJ = LA FORCE DU COLLECTIF !

- ACHAT DE REPORTAGES PHOTOS/VIDEOS A L'ANNEE

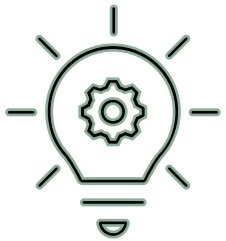
= alimenter les réseaux sociaux de la marque (réels, stories, contenus tendances…)

- POURSUITE DE LA CREATION DE CONTENUS INSPIRATIONNELS 48H A

= permet d'alimenter les prises de paroles de la marque pour les thématiques Itinérance, Patrimoine, Oeno gastro et offre durable sur plusieurs leviers (eletter, social media, SEA/SEO, presse, média, campagne multi marchés…).
= permet d'incarner le positionnement « Petites et Grandes Explorations »

QUELLE THEMATIQUE / SUJET TRAITER POUR LES PROCHAINS 48H A ?

Donnez quelques arguments (sites, territoire concerné) !



5 min

QUELLE THEMATIQUE / SUJET TRAITER POUR LES PROCHAINS 48H A ?

Retours atelier post'Its

- 48h à la belle étoile
- 48h à vélo
- Talents et savoir-faire
- Les visites d'entreprises
- Entre amis
- En van
- Quand il fait chaud
- Que faire quand il pleut ?
- La moto
- 48h sur la Via Francigena
- 48h vivre la destination avec des gens d'ici pour comprendre leurs valeurs et comment ils vivent leur territoire
- 48h d'éco-tourisme
- Développement durable/écologie
- Séminaire nature
- 48h sur l'Echappée Jurassienne
- Séjours Patrimoine + Itinérance
- Site de Consolation
- Activités Outdoor en itinérance, Festival Grandes Heures Natures
- Eté : météo abordable, automne: art de vivre, hiver : temps forts, printemps : environnement préservé
- Savoir-faire et artisanat, art, évènements, programmation culturelle, balade accompagnée
- Développer le tourisme ludique : escape Game, explore Game, musée du Jouet
- Déconnexion, retour à la nature
- « Sites non incontournables » en été
- Temps Forts à Haut Jura Saint Claude : 40 ans de la Fraternelle, Festival Inter Nature, Expo Paysages gelés au musée de l'Abbaye
- Offres et idées avec les tout petits
- Offres sans voiture
- Nature + Culture

ACTIONS COM

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS
AIN
DOUBS
JURA

PRIVILEGIER LES ACTIONS DIGITALES

- 1 CAMPAGNE DIGITALE PAR SAISON (SEA + SOCIAL MEDIA)
- DIFFUSION DU SPOT TV EN DIGITAL (YOUTUBE OU REPLAY)

= capitaliser sur la création du spot + effet répétition

- 1 CAMPAGNE DIGITALE AVEC LE PARISIEN de mai à nov 2024

= capitaliser sur les 48h à et pousser les filières itinérances et patrimoine sur un média de grande notoriété

- CAMPAGNE DE COM FRANCE MONTAGNES (FOCUS PRINTEMPS)
- SALON DESTI NATURE

= opé mutualisée de la filière itinérance

PRESSE & PROMO

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS
AIN
DOUBS
JURA

NOTORIETE DE LA MARQUE

- RECRUTEMENT D'UNE AGENCE RP A L'ECHELLE DU CRT

= développer des partenariats avec des **émissions TV thématiques tourisme**.

- 1 VOYAGE PRESSE GROUPE ET DES ACCUEILS PRESSE INDIVIDUELS

- 1 OPERATION PRESSE DEDIEE A PARIS POUR LE LANCEMENT DE LA SAISON PRINTEMPS (Déjeuner presse ou autre)

- ACCUEILS PRESSE + 1 DOSSIER DE PRESSE DEDIE AUX NOUVEAUTES MDJ

1 extract du DP BFCT + 1 CP PAR SAISON & 1 trail

- PROMO (entretien auprès des autocaristes)

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS
AIN
DOUBS
JURA

INFLUENCE ET REFERENCEMENT

STOPPER LES ACCUEILS INFLUENCEURS INDEPENDANTS

IMPORTANCE DE CAPITALISER SUR DES MEDIAS D'INFLUENCE DE TYPE CHILOWE, LES OTHERS, PETAOUCHNOK, LE BONBON…

ARTICLES PERMANENTS QUI TRAVAILLENT LE REFERENCEMENT

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

Stats matomo du 1er janvier 2021 au 30 septembre 2023

COM MARCHES EUROPEENS

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS
AIN
DOUBS
JURA

INTENSIFIER NOS ACTIONS SUR LES MARCHES EUROPEENS

1 CAMPAGNE DIGITALE MULTIMARCHE #EXPLORE FRANCE

AVEC PRESSION SUR LES MARCHES DE NL ET BE

Thématique : Tout un monde dehors au Printemps dans les Montagnes du Jura (Nature et outdoor (Rando, cyclo, culture), Art de vivre, City Break au vert : Besançon, Dole et Bourg en Bresse)

objectif de notoriété et de conversion vers les sites en langue

PRESSE ET PROMO MARCHES EUROPEENS

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS
AIN DOUBS JURA

INTENSIFIER NOS ACTIONS SUR LES MARCHES EUROPEENS

ETUDE MARCHE ETRANGERS

Etude d'identification et d'évaluation du potentiel des marchés étrangers « prioritaires » post covid pour les destinations de la région

3 objectifs :

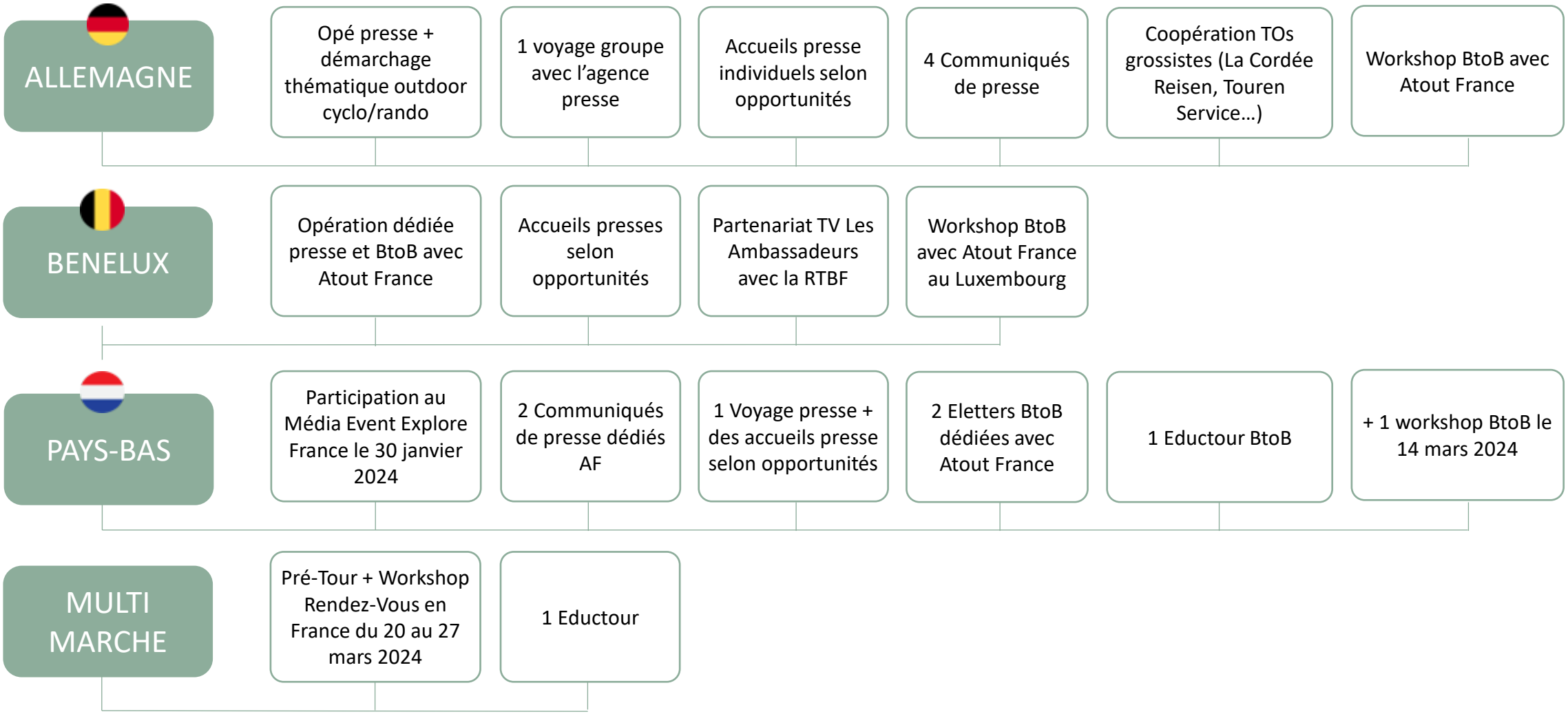
① Apprécier le potentiel :

- de **3 marchés européens** (Grande Bretagne, Italie et Suisse) pour La Bourgogne et les Montagnes du Jura
- de **6 marchés lointain**s (USA, Brésil, Canada, Chine, Japon et Australie) pour la Bourgogne

② Prioriser et traiter en profondeur 5 marchés

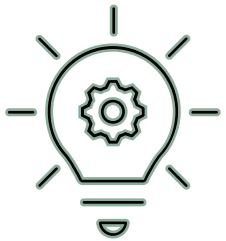
③ Préconiser les leviers de conquête des cibles

PRESSE ET PROMO MARCHES EUROPEENS



D'AUTRES IDEES D'ACTIONS DE COMMUNICATION A PROPOSER ?

Précisez pourquoi en quelques mots !



5 min

D'AUTRES IDEES D'ACTIONS DE COMMUNICATION A PROPOSER ?

Retours atelier post'Its

- Des séjours à faire gagner
- 2024 : quid des JO, quelle place dans la stratégie de com MDJ ?
- Communication Points nœuds, très peu développé en France, à développer
- Participation au SITV de Colmar ?
- Participation à IFTM à Paris ?
- Top spots de visites et lieux de tournage à mutualiser
- Produits séjours autour du train reliant les différentes destinations infra
- Davantage communiquer et porter le Tourisme durable, pas assez présent actuellement

PORTAGE DE MARQUE

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS
AIN
DOUBS
JURA

DEPLOYER LA MARQUE

L' objectif

Animer et déployer le référentiel utilisateur de la marque

L' enjeu

Faire « connecter » les acteurs dans un grand jeu collectif

Comment ?

- Mise en place de séances de travail avec les opérateurs touristiques

quelles formes ? atelier storytelling ?

- Diffusion d'outils pédagogiques (vidéo tuto « *c'est quoi la marque La Bourgogne* »)

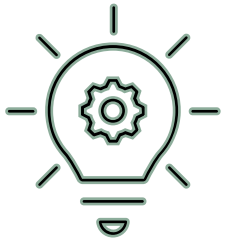
d'autres outils ?

- Trophée des ambassadeurs de la marque

Montagnes du Jura

DE QUELS OUTILS AVEZ-VOUS BESOIN POUR PORTER LA MARQUE ?

Précisez pourquoi en quelques mots !



5 min

DE QUELS OUTILS AVEZ-VOUS BESOIN POUR PORTER LA MARQUE ?

Retours atelier post'Its

- Kit Photos MDJ best of
- Des cartes postales
- Kit et ateliers pour que les socios pros s'approprient la destination
- Analyse des différents publics, suivi des actions de communication, partage des plans d'actions, mutualisation des connaissances marchés, mise en commun
- Gravel Tour ou Bike pack tour pour vidéo youtube passant par tous les lieux importants
- Réfléchir à ce que les socios pros portent la marque : vêtements, objets, nappes des hôtes…
- Cartes MDJ
- Mise à disposition de catalogues MDJ, colliers pour badges, vestes MDJ pour représenter la marque sur des salons (Colmar, Lyon, Paris)
- Des minis goodies : autocollants, posters
- 1 présence terrain 1 fois par an pour rencontrer les membres des Ots et connaître leurs nouvelles activités

OBSERVATION ET EVALUATION

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS
AIN DOUBS JURA

PILOTER NOS ACTIONS

PARTICIPATION AU PROJET NATIONAL PORTE PAR ATOUT FRANCE ET ADN : FRANCE TOURISME OBSVERVATION

DEPLOIEMENT ET EXPLOITATION DE L'OBSERVATOIRE EN LIGNE DES CLIENTELES (AID).

MISE A JOUR DES EDITIONS : MEMENTO DU TOURISME ET CHIFFRES CLES

PRESENTATION ET DIFFUSION DES RESULTATS DES OUTILS/SUPPORTS DE L'ORT (Enquête TNS, INSEE, Flux Vision Tourisme, enquête de conjoncture…)

PROCHAINES GRANDES ETAPES

Réunion du Comité stratégique des Montagnes du Jura le 28 mars 2024

Passation de présidence du collectif Montagnes du Jura

De Patrick Ayache à Béatrix Loizon (Doubs Tourisme)

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA

OUTILS PARTAGES

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS
AIN
DOUBS
JURA

LE SIT…

DECIBELLES DATA (+ passerelle APIDAE)
LES BONNES PRATIQUES

Les critères obligatoires pour qu'une fiche Decibelles Data remonte sur le site web Montagnes du Jura.

- ✓ NOM-RAISON SOCIALE
- ✓ Le champ Adresse 1 de renseigné
- ✓ Le champ « Description commerciale »
- ✓ Avoir au moins un moyen de communication
- ✓ Information/Réservation
- ✓ Au moins une photo
- ✓ Avoir signé les CGU

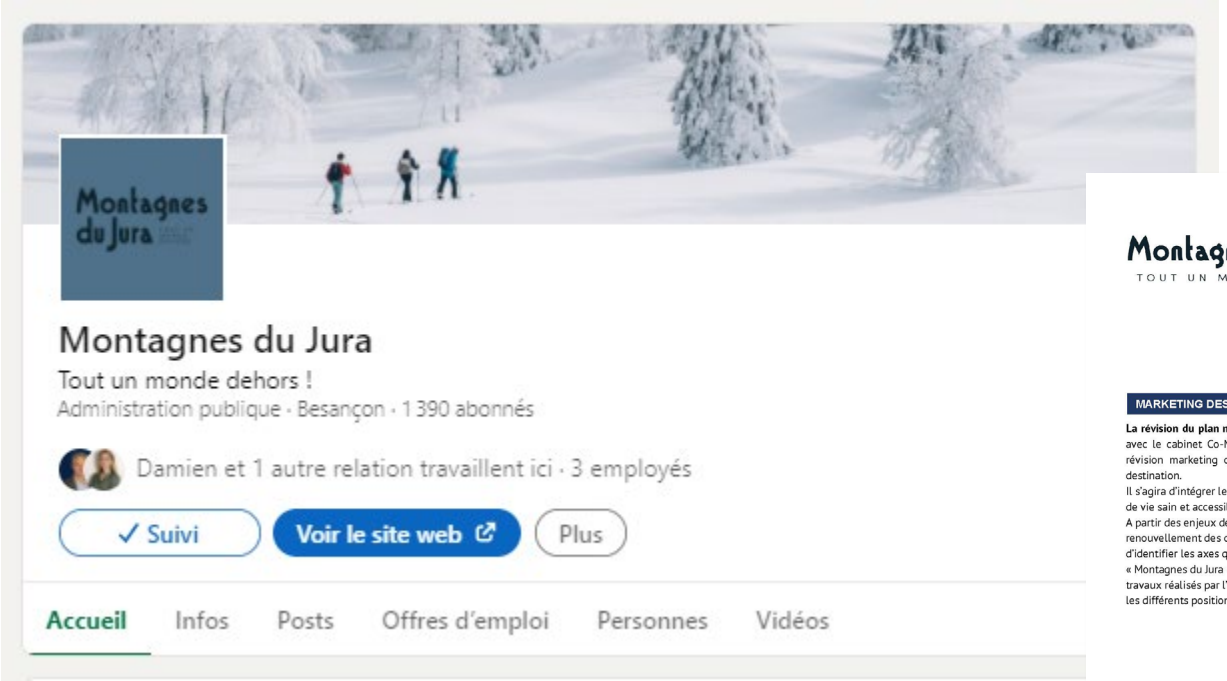
décibelles data
plus de résonance pour nos destinations

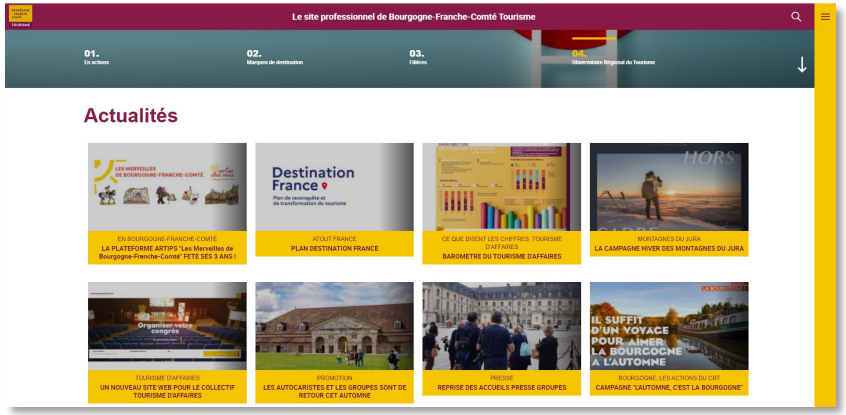
Je contrôle les informations et les mets à jour régulièrement !

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS
AIN
DOUBS
JURA

REPORTING

LinkedIn
Site Pro
Lettre interne…





MONTAGNES DU JURA I LETTRE INTERNE I AVRIL 2021

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

MARKETING DESTINATIONS ET MARCHES

La révision du plan marketing de la marque Montagnes du Jura se poursuit avec le cabinet Co-Managing. Après avoir défini le persona, le travail de révision marketing continue avec la définition du positionnement de la destination.
Il s'agira d'intégrer le positionnement de la région et voir comment le mode de vie sain et accessible se décline à l'aune des Montagnes du Jura.
A partir des enjeux définis dans le diagnostic réalisé dans le cadre du renouvellement des conventions avec les destinations, il conviendra d'identifier les axes qui permettent de singulariser la façon dont les « Montagnes du Jura » se racontent. Enfin, nous nous appuierons sur les travaux réalisés par l'agence de communication sur la réflexion menée sur les différents positionnements de communication et partis pris.

VIE DU COLLECTIF

Le 6 avril : 1ER INSTANT MONTAGNON 2021
Les Offices de Tourisme partenaires de la marque de destination Montagnes du Jura sont conviés à ce temps d'échanges.
Le travail collaboratif avec les OT partenaires portera cette année, et en raison du contexte sanitaire, en priorité, sur la production de contenu dédié on et off line (articles, photos, vidéos…) et sur leur diffusion (via sponsorisation) sur le digital (site web, moteur de recherche – adwords, réseaux sociaux…).
La collaboration à la création de contenus permettra de gagner en efficacité et en visibilité autour d'un planning éditorial partagé.
Le 28 avril : Comité opérationnel du Collectif des Montagnes du Jura. Définition du positionnement.

COMMUNICATION DE LA DESTINATION ONLINE

Le site web Montagnes du Jura passe en mode printemps avec une sélection d'articles en home page. Ces articles sont axés nature, itinérance, produits du terroir, sélection d'hébergements….

RESEAUX SOCIAUX

La sponsorisation trail continue en avril sur les réseaux sociaux à travers la promotion de posts vidéos avec un objectif de vues de vidéos pour constituer des audiences, pour un budget de 400€. Mais aussi du 100% paid vidéo pour un budget de 200€ et du 100% paid lien d'article avec un objectif de trafic pour un budget de 400€.

COMMUNICATION DEDIEE FILIERE

FILIERE TRAIL / Partenariat Xavier THEVENARD
En 2020 la destination Montagnes du Jura a contracté une convention de partenariat avec le sportif de haut niveau et traileur mondialement reconnu, Xavier THEVENARD originaire des Montagnes du Jura. Cette convention de partenariat d'une durée de 1 an est reconduite pour l'année 2021 conformément à l'article 2 de la convention. L'Objectif de ce partenariat est de s'appuyer sur l'image et la notoriété du sportif Xavier THEVENARD pour promouvoir la destination mdj à travers la production de contenus vidéos dans lesquels le sportif présente la destination et son attachement au territoire. Ces vidéos sont sponsorisées sur les réseaux sociaux et le site web Montagnes du Jura pour faire connaitre la marque comme une destination trail d'excellence. De nouvelles vidéos seront donc produites en 2021 dans le cadre de ce partenariat.

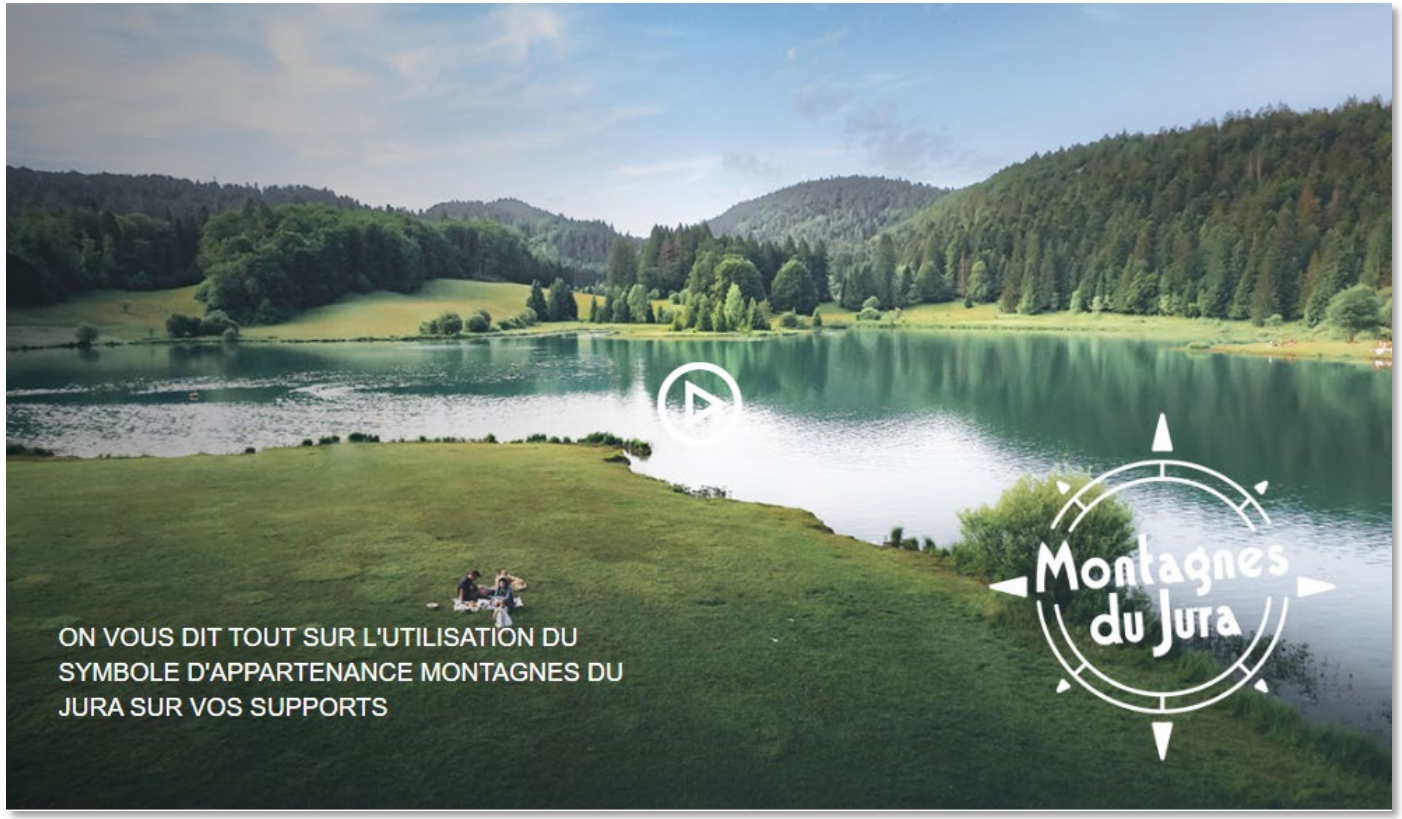
Découvrez les vidéos 2020 ici : Xavier Thevenard #1 – Xavier Thevenard #2 – Xavier Thevenard #3

LA BOITE A OUTILS

Site Pro BFCT

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA



Aujourd'hui, pour affirmer votre fierté d'appartenance à ce territoire et contribuer à son développement, nous mettons à votre disposition **un "symbole d'appartenance" identifiable par tous et facile à utiliser sur vos supports de communication.**

Pour recevoir ce symbole d'appartenance, **compléter ce formulaire** .

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA

MERCI DE VOTRE ECOUTE !

Votre contact : Maud HUMBERT
m.humbert@bfctourisme.com
maud.humbert@montagnes-du-jura.fr
Tél. :+33 (0)6 30 62 13 29 - +33 (0)3 81 25 08 02