

LA FABRIQUE À SITES

- Office de Tourisme des 2 Vallées Vertes
Les maquettes de tendances comprenant les choix de couleurs, polices, éléments graphiques... ont été approuvées par l'OT
Le 18 juin, Les maquettes globales ont été présentées. Les travaux de développements vont bientôt commencer.
- Le 3 septembre** : réunion de présentation de la Fabrique à sites à l'OT Rives de Saône

DÉCIBELLES DATA

- NOUVELLES CONVENTIONS DECIBELLES DATA**
Tous les contributeurs et coordinateurs Décibelles Data ont reçu la nouvelle convention pour signature électronique. Cette convention a été établie pour une durée de 2 ans minimum.
NOUVEAU - Il est dorénavant obligatoire d'adhérer à BFCT ou à la MASCOT pour bénéficier de tous les outils.
- LANCEMENT DE LA CAMPAGNE DE MISE A JOUR POUR LES VITICULTEURS DE BOURGOGNE**
Le BIVB a lancé en juin sa campagne de mise à jour des informations pour toutes les caves de Bourgogne proposant une AOC Bourgogne.
- RESEAUX SOCIAUX**
Le COTECH a décidé d'ajouter LinkedIn comme moyen de communication pour tous les bordereaux. Dorénavant les sociétés disposant d'un compte LinkedIn pourront l'indiquer.
- PRODUITS DU TERROIR**
La liste a été enrichie grâce au thésaurus de Data Tourisme pour permettre une meilleure qualification et proposer une recherche plus précise. Parmi les nouveautés, on trouve maintenant : Escargots, Eaux, Plantes et produits dérivés, Safran...

RÉUNIONS STATUTAIRES 2023

10 octobre : Conseil d'Administration de BFC Tourisme
5 décembre : Conseil d'Administration de BFC Tourisme

NOS PROCHAINS RENDEZ-VOUS

1^{er} juillet : CODIR BFC Tourisme
2 juillet : journée attractivité régionale organisée par le Conseil Régional
3 juillet : Comité Opérationnel Montagnes du Jura
4 juillet : diffusion de la 1^{ère} note de conjoncture de l'été
5 juillet : Eductour pour les référents "Accueil Vélo" en Bourgogne
27 août : Comité Opérationnel La Bourgogne
28 août : diffusion de la 2^{ème} note de conjoncture de l'été

Tournées régionales
Villes et villages fleuris 2024

Département de l'Yonne : Du 15 au 19 juillet
Département du Jura : Du 15 au 18 juillet
Département de Haute-Saône : Du 15 au 17 juillet
Département du territoire de Belfort : Du 22 au 25 juillet
Département du Doubs : Du 23 au 25 juillet
Département de la Côte d'Or : Du 23 au 25 juillet

Le 26 juillet : réunion de synthèse à Dijon avec tous les membres du jury ayant participé aux visites et Nathalie LABOSSE, présidente VVF

COMMUNICATION D'ENTREPRISE

- BILAN DE LA COMMUNICATION D'ENTREPRISE POUR LE SECOND TRIMESTRE 2024**
Performance du site professionnel pros.bourgognefranche-comte.com : nous avons enregistré 8 838 visites soit **une progression impressionnante de 19 %** par rapport au trimestre précédent.

La page LinkedIn [Bourgogne-Franche-Comté 360°](https://www.linkedin.com/company/bourgogne-franche-comte-360) comptabilise aujourd'hui 5 185 abonnés, soit **+ 239 abonnés** entre le 1^{er} avril et le 27 juin 2024.
Top 3 des posts LinkedIn qui ont suscité de l'intérêt
 - Le post du 7 juin** : le séminaire du Pôle Destinations et Marchés qui comptabilise 5 145 impressions et 101 réactions [voir le post](#)
 - Le post du 17 juin** annonçant la sortie du Mémento du Tourisme 2024. Ce post comptabilise 2 221 impressions et 56 réactions et 51 clics vers le lien pour télécharger le mémento [voir le post](#)
 - Le post du 16 mai** : retour sur l'Assemblée Générale de BFC Tourisme. Ce post comptabilise 1 854 impressions et 40 réactions. [Voir le post](#)
Enewspro : 3 enewspro ont été envoyées au 2^{ème} trimestre à 23 100 professionnels du tourisme du territoire (à chaque envoi). **Le taux d'ouverture moyen de ces enewspro s'élève à 39 %** démontrant de l'intérêt des professionnels pour cette communication d'entreprise.



À DESTINATION DES HABITANTS

COMMUNICATION ONLINE & RESEAUX SOCIAUX

- **Campagne [idées weekend pour les couples](#):**
Du 14 juin au 31 août : campagne Google Ads. Les annonces renverront vers une page dédiée aux idées de week-ends pour les couples.
- **Campagne social media:** campagne multi-filières pour inviter les habitants à bouger dans leur région cet été en leur proposant des idées combinant des activités autour de l'oénotourisme, du Patrimoine et de l'itinérance :
 - En proposant des idées weekends reprenant toutes ces thématiques
 - En proposant des visites et excursions à la journée
 - En proposant des idées d'hébergements
- **Newsletter**
Les thèmes des newsletters prévues cet été seront :
 - Les sorties en amoureux dans la région (événements dans les lieux d'exception, apéro avec VUE dans les sites Unesco/ idées weekend couples)
 - Les sorties à faire en famille pour se rafraîchir pendant l'été : lieux de baignades adaptés, balades en bateau, le top des campings insolite pour une nuit en famille.
 - Une newsletter de bienvenue sera envoyée à chaque nouvel abonné en lui proposant déjà des offres.
 - Travail de réorganisation et mise à jour de nos fichiers prospects, en conformité avec le RGPD.
Objectif : obtenir de meilleurs résultats d'ouverture, de réactivité et de conversion.
- **Réseaux sociaux**
 - Publication de stories chaque vendredi mettant en avant des idées sorties du week-end : passage de la flamme olympique dans l'Yonne et en Côte-d'Or, Festival Panorama sonore à la Citadelle de Besançon; Les Zaccros d'ma rue à Nevers ; Le Festival Musique et Mémoire dans les Vosges du Sud ; Garçon, la Note à Auxerre ; Festival Tous Dehors à Saint-Amour ; Festival Lux Salina à la Saline Royale ; Festival Ideklik à Moirans-en-Montagne ; Festival des Mômes à Montbéliard.

COMMUNICATION OFF LINE

CAMPAGNE DE NOTORIÉTÉ

Objectif : augmenter la notoriété du dispositif SORTEZ CHEZ VOUS auprès des habitant

- **Entre le 25 juin et le 8 juillet :** 1ère vague d'affichage dans les villes de Besançon et de Dijon sur les arrières de bus, proposant de nouveaux visuels et un nouveau concept / création Agence Hula Hoop , et adaptés aux 3 cibles : couples/ entre amis/ en famille. (cf visuels en fin de la rubrique).
- 2ème vague de campagne (notoriété et multi-filières) en cours de réflexion pour l'été.

CAMPAGNE RADIO

Partenariat avec France Bleu Besançon

Les chroniques hebdomadaires Sortez Chez Vous se poursuivent :

- **Le 7 juillet :** Journée à Moirans-en-Montagne en famille pour le festival Ideklik
- **Le 14 juillet :** Une journée rafraichissante dans la Vallée de l'Ognon
- **Le 21 juillet :** Journée Pass Découverte et promenade aux Lacs des Mortes et de Bellefontaine
- **Le 28 juillet :** Journée à Mâcon avec le Pass Découverte
- **France Bleu Bourgogne**
Enregistrement en studio de 8 interviews de 2min30 en mode idées sorties/idées week-end qui seront diffusés chaque week-end de juillet et d'août.

FANTASTIC PICNIC - 7 & 8 SEPTEMBRE 2024

- 44 organisateurs répartis sur le territoire
- Un fil rouge et des animations autour du sport, de la santé et du bien-être prévues autour des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024
- Mise à jour de la page : [Fantastic Picnic](#) sur laquelle tous les Picnic seront en ligne à compter du 15 juillet.
- À partir de la mi-août, BFCT lancera un plan média pour atteindre 2 objectifs :
 - faire connaître l'événement à l'échelle régionale
 - inciter les visiteurs à choisir et réserver leur Fantastic
- Ce plan média comprendra :
 - des pages de landing pour le référencement naturel,
 - du référencement SEA via Google Ads,
 - des campagnes sur Facebook et Instagram,
 - un communiqué de presse
 - une newsletter envoyée à 42 000 contacts

À DESTINATION DES HABITANTS

PRODUCTION DE CONTENUS

- Poursuite de la refonte de la thématique itinérance
 - Pédestre**
 Rédaction d'idées de week-ends en mettant en avant les itinéraires d'excellence tels que la Grande Traversée du Jura (GTJ), la Via Francigena et la Via Vézelay.
 Refonte thématique, en élaborant 4 à 5 idées de week-ends autour d'itinéraires d'intérêt spécifiques.
 - Cyclo**
 Rédaction d'idées de week-ends pour encourager les habitants à voyager dans leur région (au moins 1 nuitée et des activités). 4 ou 5 idées week-end à vélo viendront alors compléter celles-déjà existantes.
- Création d'une landing page [Idée week-end en couple](#) qui servira de page de destination pour la campagne Google Ads.
 D'autres pages de destination comme celle-ci seront créées pour organiser des idées de week-end selon nos cibles, telles que les amis et les familles.

RETOUR SUR ...

DU CÔTÉ DES RESEAUX SOCIAUX

Facebook

- [La publication sur Château de Châteauneuf](#) a rencontré un franc succès. Mise en avant de la réouverture du site tout en proposant des événements à ne pas manquer.
 2 500 likes - 103 commentaires - 296 partages - 118 783 impressions.
- 2 jeux-concours ont également suscité l'engagement de la communauté :
 - Concours carnet de timbres collector dédiés aux sites UNESCO de Bourgogne-Franche-Comté** : ce concours a permis à 10 abonnés de gagner des carnets de timbres collector UNESCO. Il a obtenu 299 mentions "J'aime", 238 commentaires et 43 partages.
 - Concours places de cinéma** : les participants pouvaient remporter des places pour deux films tournés dans notre région : **EN ATTENDANT LA NUIT** et **LA PETITE VADROUILLE**, projetés au Pathé Dijon et au Mégarama Beaux-Arts de Besançon. Ces places ont été généreusement offertes par les deux cinémas. Résultats : 225 mentions "J'aime", 349 commentaires et 28 partages

Instagram

- Un nouveau style de publication Instagram est sorti : un carrousel mêlant photos, créations visuelles et vidéos. [Découvrir ce nouveau style de publication ici](#)

Fiche Google My Business

- En recherchant "Sortez Chez Vous" sur Google, vous pouvez maintenant en apprendre davantage sur Sortez Chez Vous. Nous mettons régulièrement à jour cette fiche avec des publications, des actualités, des événements (comme le Fantastic Picnic à venir), et des photos.

PASS DECOUVERTE

- Le 9 juillet** : rendez-vous Club Utilisateurs
- Partenariat avec France Bleu** tout l'été. Des Pass Découverte annuels seront offerts chaque semaine.
- Partenariat avec Pass France**, plateforme créée avec Otipass, regroupant différents city pass de France, notamment pour les JO. Le site Pass France permet d'acheter les pass touristiques de tous les partenaires en un seul endroit. L'objectif est d'augmenter les ventes et la visibilité des pass touristiques.

COMMUNICATION AUPRES DES DETENTEURS DU PASS

- Campagne d'emailing**
 - Le 4 juillet** : Idées de sorties à faire en couple avec le Pass Découverte
 - Le 18 juillet** : Le top des activités pour les enfants à faire pendant les vacances d'été
 - Le 1er août** : Idées de sorties à faire entre amis avec le Pass Découverte
 - Le 14 août** : Une journée à Beaune avec le Pass Découverte
 - Le 28 août** : Les sites "coup de cœur" à absolument faire avec le Pass Découverte
- 5 notifications push envoyées sur juillet et août en fonction des actualités du Pass Découverte

NOUVEAU PARTENAIRE

- 1 nouveau partenaire intègre le Pass Découverte SOGESTAR (39) qui propose une réduction de 20% sur son Parcours Commando Games.



LES NOUVEAUX VISUELS SORTEZ CHEZ VOUS EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

Création Agence Hula Hoop

**sortez
chez vous**
eh Bourgogne-Franche-Comté

Ce serait sympa de faire une

Q Activité avec les enfants

Sommet du Mont d'Or
Montagnes du Jura

Trouvez vos idées de sortie
près de chez vous sur
sortezchezvous.fr

REGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTE

**sortez
chez vous**
eh Bourgogne-Franche-Comté

Chéri.e, ça te dirait un petit

Q Week-end en amoureux

Rocher du Saussois
La Bourgogne

Trouvez vos idées de sortie
près de chez vous sur
sortezchezvous.fr

REGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTE

**sortez
chez vous**
eh Bourgogne-Franche-Comté

On se le fait ce petit week-end ?

Q Virée entre amies

Plateau des Mille Etangs
Massif des Vosges

Trouvez vos idées de sortie
près de chez vous sur
sortezchezvous.fr

REGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTE



LE BUREAU D'ACCUEIL DES TOURNAGES

VIE DU BUREAU D'ACCUEIL DES TOURNAGES

- **Le 4 juillet** : réunion mensuelle avec Réseau Film France-CNC

TOURNAGES

- Le calendrier des prochains tournages en région [est en ligne ici](#)
- Si l'idée de participer à un casting vous intéresse, [consulter cette page](#)
- Travail en cours sur un **Guide d'Accueil des Tournages** à destination des collectivités territoriales.

ACTUALITÉS DES FILMS (sorties nationales, projections ...)

- **LE CALENDRIER DES SORTIES POUR JUILLET ET AOÛT**
 - Le 4 juillet à Champagnole** : Avant-première "Le Roman de Jim"
 - Le 5 juillet à Lons-le-Saunier** : Avant-première "Le Roman de Jim"
 - Le 6 juillet à Saint-Claude** : Avant-première "Le Roman de Jim"
 - Le 31 juillet** : sortie nationale du film américain "Veuve Clicquot" - tourné dans le secteur de Tonnerre
 - Le 14 août** : sortie national du film "Le Roman de Jim" - tourné dans le Jura (Saint-Claude, Bellecombe...) et récompensé au Festival de Cannes.

ACTUALITÉS DU RÉSEAU CINÉMA (structures, festivals)

- **LES FESTIVALS CINEMAS DE L'ETE**
 - Du 21 au 28 juillet** : HISSEZ LES TOILES - (Sceni Qua Non)
 - Du 31 juillet au 4 août** : Festival Cinépause
 - Du 9 au 11 août & du 17 au 24 août** : Festival Les Conviviales 2024 (Conviviales Nannay)
 - Du 23 au 25 août** : Festival y'a Pas la mer Montmort/Toulon-sur-Arroux
 - Du 23 au 25 août** : Festival J'IRAI JOUER CHEZ VOUS (Qu'artz Association)

VALORISATION (Film France Talents, base des lieux de tournages, annuaires régionaux ...)

- **Film France Talents** : 2 rendez-vous avec des professionnels locaux (2 techniciens)
- **Annuaire régional des prestataires** : 20 nouveaux prestataires inscrits

COMMUNICATION

Sur le site www.bourgognefranchecomte.fr

- Mise en ligne de de la page « des festivals de cinéma en Bourgogne-Franche-Comté » / [voir la page](#)
- Suivez le Bureau d'Accueil des Tournages sur les réseaux sociaux
 - [Facebook](#)
 - [Instagram](#)
 - [LinkedIn](#)



VIE DU COLLECTIF

- **Le 3 juillet** : comité opérationnel à la Maison du Comté à Poligny.

COMMUNICATION ONLINE

PARTENARIAT MEDIA AVEC LE PARISIEN – FIL ROUGE 2024

- Voir l'espace dédié aux Montagnes du Jura sur le site du Parisien : <https://www.leparisien.fr/voyage/montagnes-du-jura/>
Rédaction d'articles thématiques automne.
- Quizz sur [leparisien.fr](https://www.leparisien.fr) : développement d'un quizz ludique et engageant pour attiser la curiosité de notre cible et l'inciter à en savoir plus sur les Montagnes du Jura.
 - ⇒ Piste d'angle éditorial : « Quel explorateur êtes-vous ? Faites le test pour découvrir le Jura qui vous ressemble »
 - ⇒ Redirection vers les contenus en ligne : article et récit molette
- Médiatisation :
 - ⇒ Display co-brandé en RG sur l'écosystème Le Parisien
 - ⇒ Branded posts Social Media via les réseaux sociaux du Parisien (Twitter, Facebook, Instagram)
- Jeu-concours
Le jeu a enregistré près de 2000 participations
- Post Test : envoi d'un questionnaire en ligne à la base de prospects du Parisien afin d'évaluer la campagne.

CAMPAGNE EQUIPE TV

- Diffusion des 2 articles (sujet évoqué dans la dernière lettre interne). La médiatisation est en cours via les réseaux sociaux et du display.
 - ⇒ [Article Outdoor](#)
 - ⇒ [Article slow](#)

ELETTER GRAND PUBLIC :

- Envoi d'une Eletter de relance aux prospects qui n'ont pas ouvert ou cliqué depuis plus d'un an afin de repartir sur une base de prospects active.
- Mise en place d'un bloc de mise en avant du formulaire d'inscription à la Eletter et refonte du bloc inscription pour le rendre plus séduisant et ainsi intensifier le recrutement depuis le site web de la marque.
- Une newsletter de bienvenue sera envoyée à chaque nouvel abonné

CAMPAGNE FRANCE MONTAGNES ETE

- Dans le cadre de la campagne été de France Montagnes la marque va bénéficier d'un accueil influenceurs. Entre le 14 et le 16/07, la Station des Rousses accueillera le couple breton [CloetClem](#) - 182 000 abonnés Instagram - 22 100 abonnés YouTube et plus de 3 500 000 vues - 27 000 followers sur Facebook
[Voir leur blog](#)

COMMUNICATION OFFLINE

CAMPAGNE FRANCE 24

- Enregistrement d'une émission sur le site de France 24 avec une interview de 3 à 6 minutes pour valoriser la destination Montagnes du Jura. Chaque émission est accompagnée d'un article de présentation détaillé sur une page dédiée avec des liens de redirection vers le site de la marque.
Diffusion hebdo : le site de France 24 (19 millions de visiteurs par mois) + site web Escapade (50 000 visiteurs par mois) + réseaux sociaux d'Escapade (9K).

RESEAUX SOCIAUX

- Campagne social média été : Suite et fin de la phase 2 de la campagne.
- **Du 1^{er} au 31 juillet** : darkposts 100% paid en format carrousel par cible (1 couples, 1 familles, 1 sportifs) + 1 carrousel global, avec objectif de trafic. Diffusion sur Facebook et Instagram.
- **Du 1^{er} au 31 août** : 2 Darkposts : 1 reel et 1 video avec objectif de notoriété. Diffusion sur Facebook pour la vidéo et Instagram pour le reel,
- Mise en place de nouveaux contenus créatifs sur Instagram diffusés cet été :

Format Top

- Top des Lacs
- Top des randos
- Top des Via Ferrata
- Top des hébergements au coeur de la Nature
- Top des meilleurs spots pour pique-nique
- Idée de séjour
 - Pays de Gex Station Monts Jura
 - Haut Doubs
 - Les Rousses
 - Dole
 - Haut-Bugey

EDITIONS / PRODUCTIONS DE CONTENUS

REDACTION EN COURS DE NOUVEAUX CONTENUS POUR LE SITE DE LA MARQUE

- Top des hébergements au coeur des Vignes
- Top des belles demeures
- Edito voyager avec son chien dans les Montagnes du Jura
- Le bivouac dans les Montagnes du Jura
- Intégration du 48h automne à Bourg-en-Bresse

TOURNAGE

- 48h en Bugey Sud : séjour estival avec les incontournables du territoire
- 48h dans la Haut Bugey sur la thématique dog friendly

AMELIORATION ET MISE A JOUR DE CONTENU

- Page dédiée aux groupes et scolaires / [voir la page](#)

COMMUNICATION DÉDIÉE AUX FILIÈRES

FILIERE TRAIL

- Le 22 août : envoi d'une Eletter dédiée au fichier outdoor/trail.

FILIERE NEIGE

- Mise en place d'une convention avec Nordic France dans le cadre de la sortie d'un ouvrage dédié à la filière nordique.
Ce « beau » livre, rédigé par Benoît Prato et publié aux éditions Glénat, retrace l'histoire du nordique en France et permet d'en comprendre l'organisation.
Dans les Montagnes du Jura, l'esprit nordique fait partie de l'ADN de la destination. Il ne se limite pas aux activités hivernales. Le nordique est avant tout un état d'esprit au sens « bonne santé et bien-être ». Les Montagnes du Jura offrent à leurs visiteurs la possibilité de se ressourcer en toute saison, dans une ambiance de vitalité nordique, mettant en avant des valeurs de liberté, de bien-être, de convivialité et de respect de la nature, dans de vastes espaces évoquant le Grand Nord canadien ou la Scandinavie.

FILIERE ITINÉRANCE

- **Partenariat avec Petaouchnok :**
Début juillet : accueil de Morgane, la créatrice de contenus Little Gipsy en partenariat avec le média d'influence Petaouchnok.
Morgane testera la GTJ VTTAE en compagnie de son animal de compagnie à 4 pattes.
Diffusion des contenus sur le média et sur les RS de Little Gipsy suite à cet accueil.

RELATIONS PRESSE



Lancement du travail pour le dossier de presse 2025 : coordination du projet avec les collectifs de marques et filières, lancement de la collecte des offres et des visuels, du chemin de fer. Ce dossier de presse sortira en 4 langues début 2025.



FRANCE

- **Du 22 juillet au 10 août** : accueil d'une famille de 2 journalistes et leurs 2 ados. Ils viendront tester la GTJ à pied et découvrir les Montagnes du Jura en été pour <https://www.voyageons-autrement.com>. Accueil réalisé avec l'aide technique de la GTJ.
⚠ Cet accueil est une retombée de la soirée presse organisée pour MDJ en mars dernier à Paris.



BELGIQUE

- **Du 8 au 12 juillet** : accueil du magazine **PASAR** (spécialisé vélotourisme) sur les nouveaux points noeuds en lien avec Doubs Tourisme. 1 journaliste et 1 photographe viennent tester ce nouveau concept bien connu dans les Flandres. Reportage de 8 pages parution prévue en mai 2025, Tirage : 25 000 exemplaires



PAYS-BAS

- **Du 30 mai au 4 juin** : accueil de 2 journalistes pour le magazine **HOOGTELIJN** (spécialisé montagne et randonnées) sur la GTJ à pied. Accueil réalisé avec l'aide technique de la GTJ.
⚠ Cet accueil est une retombée du démarchage de novembre 2023

RETOUR SUR ...



FRANCE

- Envoi du communiqué de presse Un été au frais loin de la foule dans les Montagnes du Jura
- **Le 11 juin** : envoi d'une newsletter grand public Eté : [Des vacances pas comme les autres](#)
54 889 envois – 11 539 ouvertures cumulées - Taux de clic : 1.75%
Taux de réactivité : 13.21% - Taux de désinscription : 0.18%

Cette newsletter a généré 1 190 visites sur www.montagnes-du-jura.fr entraînant les résultats suivants pour le trafic web :

- Taux de rebond : 64%
- Durée moyenne sur le site : 1 minute et 21 secondes
- Taux d'intérêts partenaires : 2,27% (soit 27 intérêts)
- Taux d'intérêts brochures : 11,43% (soit 136 intérêts)

- **Campagne printemps SEA + social média :**

La campagne a généré :

- 23 240 visites sur le site de la marque
- 675 intérêts partenaires
- 1 344 intérêts brochure.

VIE DU COLLECTIF

- **Le 27 août** : comité opérationnel dédié à la campagne automne réunissant les ADTs et OTs

COMMUNICATION ONLINE
DE LA DESTINATION **CAMPAGNE AUTOMNE : PHASE TEASING**

- La campagne annuelle "L'Automne c'est La Bourgogne" est lancée :
Campagne SEA : nous sommes sur un très bon début de campagne. Cette campagne se poursuit jusqu'à mi-juillet et vise à sécuriser :
 - les requêtes de fidélisation pour assurer la meilleure conversion sur des internautes qui cherchent La Bourgogne
 - les requêtes de conquête pour répondre aux internautes qui cherchent un week-end ou des vacances en automne mais qui n'ont pas identifié La Bourgogne.

RESEAUX SOCIAUX

 **CAMPAGNE AUTOMNE : PHASE TEASING**

- La première phase de la campagne se prolonge jusqu'au 8 juillet.
L'idée est de personnaliser La Bourgogne : imaginez que La Bourgogne vous invite à un rendez-vous avec des photos attrayantes, une description détaillée, et une localisation précise... Un swipe à droite et c'est un match ! La Bourgogne nous contacte pour répondre à l'Appel de l'Automne.
Cette phase a pour objectif de casser les codes et de rajeunir la cible.
- Différentes prises de paroles prévues avec du contenu 100% paid : vidéo TikTok, Reel Instagram, IE Facebook + Dark post avec renvoi vers la page "[adresses secrètes pour partir partir la rentrée](#)"
- Une vidéo TikTok et un Reel Instagram en 100% paid. : [à découvrir ici](#)
- **CAMPAGNE LEADS**
La campagne pour augmenter notre base de prospects se poursuit également jusqu'au 10 juillet. Ces prospects seront intégrés dans notre base pour recevoir les e-news de la marque avec les coups de cœur et nouveautés de La Bourgogne.
De manière organique la programmation continue avec les posts mettant en valeur les territoires des membres des collectifs et les actualités estivales.

COMMUNICATION DÉDIÉE AUX FILIERES

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

- De nouveaux partenaires sont dorénavant référencés seminaires.bourgognefranche-comte.com

Lieux de séminaires

La Maison de Vincent à Romanèche-Thorins (71) : [voir la fiche](#)

Cité des climats et vins Beaune (21) : [voir la fiche](#)

Château de Quincey (21) : [voir la fiche](#)

La Tour d'Auxois à Semur-en-Auxois (21) : [voir la fiche](#)

FILIERE PATRIMOINE

- Partenariat avec le magazine de voyage en ligne **BOBINE** <https://www.bobine-magazine.com/>

Un reportage sera réalisé sur le thème de la Route de la Céramique, en partenariat avec l'OT de Creusot-Montceau et l'OT de Paray-le-Monial.

La spécificité de ce magazine en ligne BOBINE est de mettre en valeur des portraits d'hommes et de femmes

PRODUCTION DE CONTENUS

Tournage « 48 h à ... »

- Les 13 et 14 juillet** autour du canal du nivernais à l'occasion des joutes nautiques de Clamecy

Rédaction de contenus

- Mise à jour complète de la page [Nos adresses de charme de l'automne](#)
- Mise à jour de la page [Vivre de belles d'automne à la Toussaint](#)
- Création d'une page [Les beaux spas de Bourgogne](#)
- Création d'une landing page [Vivre des moments festifs en Bourgogne](#)
- Mise à jour de la page [Notre Top des festivals en Bourgogne](#)
- Reprise d'une page du site de Nièvre Attractivité sur l'épopée des flotteurs de bois via l'entrepôt édito de la Fabrique à Sites / [voir la page](#)
- Reprise d'une page du site de Nièvre Attractivité sur le canal du nivernais à vélo via l'entrepôt édito de la Fabrique à Sites / [voir la page](#)
- Reprise d'une page du site SCV via l'entrepôt édito de la Fabrique à Sites sur l'architecture surprenante / [voir la page](#)

PRESSE



Lancement du travail pour le dossier de presse 2025 : coordination du projet avec les collectifs de marques et filières, lancement de la collecte des offres et des visuels, du chemin de fer.
Ce dossier de presse sortira en 4 langues début 2025.



ALLEMAGNE

- Du 7 au 11 juillet** : accueil de **Heiner SIEGER** rédacteur en chef du site web [REISE-STORIES.de](https://reise-stories.de)
Thème de l'accueil : découverte de Dijon Beaune Chalon-sur-Saône et Tournus sur le thème des expériences gourmandes.



PAYS-BAS

- Du 6 au 20 juillet** : accueil du magazine **FIETS** (magazine spécialisé vélo - tirage 48 000 exemplaires) sur la GTMC en gravel pour le collectif itinérance.
1 journaliste viendra parcourir l'itinéraire complet de la GTMC.
La Bourgogne accueillera le journaliste du 6 au 9 juillet. Puis il poursuivra l'itinéraire en AURA et en Occitanie.
⚠ Cet accueil fait suite à l'envoi du dossier de presse annuel dans lequel cette nouveauté était valorisée + suite échanges lors du workshop presse d'Atout France de janvier dernier.

RETOUR SUR ...

ENEWS

- **Le 6 juin** : envoi d'une enews dédiée aux offres touristiques du Morvan : "**Envie de vous évader dans le Morvan en Bourgogne cet été ?**" regroupant des idées pour dormir, des événements à ne pas louper, des nouveautés et des activités à tester, sans oublier un focus sur les des 48h dans le Morvan en famille et entre amis.
[Enews envoyée à l'ensemble de la base.](#)
 Taux d'ouverture : 24,3 %
 Visite sur le site : 911
- **Le 13 juin** : envoi d'une enews : "**Découvrez nos belles adresses pour l'été indien en Bourgogne en exclu !**" mettant en avant les offres sélectionnées dans Décibelles Data dans le cadre phase teasing 1 de la campagne automne 2024.
[Enews envoyée uniquement aux ouvreurs des enews de la campagne d'automne 2023.](#)
 Taux d'ouverture : 47,33 %
 Visite sur le site : 501
- **Le 20 juin** : envoi d'une enews : « **Découvrez nos belles adresses pour l'été indien en Bourgogne en exclu !** » mettant en valeur les offres sélectionnées dans Décibelles Data dans le cadre phase teasing 1 de la campagne automne 2024.
[Dans le cadre d'une mise à jour de notre fichier de prospects une enews a été envoyée le 20/6 aux non-ouvreurs des derniers 12 mois .](#)



FRANCE

- **Du 17 au 24 juin** : accueil de **L'INVITATION AU VOYAGE (ARTE)** - émission de découverte, de culture et de voyage. 2 sujets dans la rubrique Inspiration consacrés au Voyage de Robert Desnos en Bourgogne et à la vie de Buffon en Bourgogne.



PAYS-BAS

- **Du 12 au 14 juin** : accueil du magazine **AUTOWEEK** (hebdomadaire – 521 000 lecteurs / numéro) sur les territoires du Jovignien et de Coeur de Loire.
Thème de l'accueil : Nostalgie sur la RN6 et RN7 au volant d'une voiture électrique.
 Parution prévue avant la fin du mois de juin pour inciter les lecteurs à prendre les chemins de traverse lors de leur passage dans la région.



MARKETING

- **Le 4 juillet** : rencontre avec les représentants de la Colline Notre-Dame du Haut et de ses partenaires pour faire le point sur les projets actuels et à venir avec les collectifs Vosges du Sud et Patrimoine.

COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

PARTENARIAT CHILOWÉ

- **Le 9 juillet** : envoi d'une newsletter dédiée aux Vosges du Sud valorisant les articles produits par le média lors de la campagne printemps, à savoir :
 - 3 idées Week-end dans les Vosges du Sud
 - 5 itinéraires à vélo dans les Vosges du Sud
 - Nos bonnes adresses gourmandes dans les Vosges du Sud
 - week-end rando-vélo au coeur des Vosges du Sud
 - Les savoir-faire dans les Vosges du Sud

PRODUCTIONS DE CONTENUS

- Les 1ères pages "référencement" sont en cours de finalisation (relectures OT) sur le site Internet du Massif des Vosges :
 - La plateau des 1000 étangs
 - Visiter Belfort
 - Visiter Luxeuil : parenthèse bien-être et patrimoine
 - Visiter Ronchamp et vivre son histoire
 - Que faire à Fougerolles ?
- La production des autres pages et les échanges avec les Offices de Tourisme se poursuivront pendant l'été.

RETOUR SUR ...

- **Le 21 juin** : lors du Comité Opérationnel Vosges du Sud, la Communauté de Communes des Vosges du Sud a officialisé son arrivée au sein du collectif. A cette occasion, le bilan de la campagne printemps (réseaux sociaux et Google Ads) a été présenté. Voici les chiffres cmés
 - 7,6 millions d'impressions des contenus Vosges du Sud produits (vidéos, posts...)
 - 45 700 visites sur le site Internet (et les contenus Vosges du Sud)
 - Plus de 3 400 conversions vers des partenaires

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

VIE DU COLLECTIF

- Des nouveaux adhérents au sein du collectif Tourisme d'Affaires sont dorénavant référencés sur seminaires.bourgognefranchecomte.com

POUR LA DESTINATION LA BOURGOGNE

Lieux de séminaires

La Maison de Vincent à Romanèche-Thorins (71) : [voir la fiche](#)

Cité des climats et vins Beaune (21) : [voir la fiche](#)

Château de Quincey (21) : [voir la fiche](#)

La Tour d'Auxois à Semur-en-Auxois (21) : [voir la fiche](#)

- Des revistes seront prévues dans l'été avec les établissements suivants afin de mettre à jour leur charte qualité:

Lieux de séminaires

Hôtel Darcy à Dijon (21)

La Bergerie à Dijon (21)

Château de Barbirey (21)

Domaine du Lac à Plombières les Dijon (21)

Le Duchet à Nanchez (39)

- Lieux de congrès / expositions**

L'Eduen à Autun (71)

PROMOTION / COMMUNICATION

ELETTER

- Création de nouveaux modèles de newsletter :
 - Newsletter de bienvenue : Envoyée à tous les nouveaux abonnés pour les informer sur le contenu qu'ils pourront découvrir et la fréquence de nos envois.
 - Newsletter de relance : Envoyée aux abonnés inactifs avant de nettoyer notre base de prospects.
 - Optimisation Du bloc d'inscription newsletter sur les pages du site seminaires.bourgognefranchecomte.com

SITE WEB : seminaires.bourgognefranchecomte.com

- Optimisation de nos différentes pages de destination affaires : Vosges du Sud, Montagnes du Jura et La Bourgogne.
- Création de nouvelles idées de séminaire à Beaune et Dijon
- Poursuite de la création de notre page FAQ

ACTIONS DE PROMOTION

- Le 2 juillet** : 2^{ème} éductour régional à destination des entreprises, agences événementielles, associations régionales qui organisent des événements en région. Pour cet éductour, c'est l'offre Destination Affaires Beaune qui sera mise en avant. Au programme : découverte de l'hôtel Le Cep, des caves Patriarches, déjeuner à Loiseau des Vignes, activité de cohésion d'équipe sur la voie des vignes à vélo et trottinettes électriques avec Active Tours et fin de journée visite de La Cité des climats et Vins de Bourgogne autour d'une dégustation et d'une pause gourmande- 11 participants sont inscrits.
- Le 7 juillet** : envoi d'un pushmail BtoB valorisant des offres automne de La Bourgogne
- Qualification et enrichissement du fichier de prospects TA selon 2 démarches :
 - Identifier des entreprises régionales qui organisent des événements en région
 - Enrichir le fichier avec des agences de voyages qui proposent des produits MICE par le biais d'un e-mailing et/ou du phoning

FILIÈRE TOURISME D'AFFAIRES

DÉVELOPPEMENT

- Réalisation du baromètre semestriel qui relate le ressenti des membres du collectif Tourisme d'Affaires depuis le début de l'année
- **Retour sur ...**
le 11 juin s'est tenu un webinaire de présentation de l'observatoire du tourisme d'affaires auprès des membres du collectif. Le replay et le support de présentation sont disponibles sur demande

RETOUR SUR ...

- **Le 18 juin, déjeuner MICE à Strasbourg** : BFC Tourisme et 9 membres du club Bourgogne-Franche-Comté Séminaires & Events ont rencontré des décideurs strasbourgeois pour présenter leurs offres de tourisme d'affaires. Parmi eux, il y avait : Hostellerie Le Cèdre & Spa, le Musée des Ursulines, La Cité des Climats & Vins de Bourgogne, Gevrey-Chambertin-Nuits Saint-Georges Tourisme, l'Office de tourisme de Beaune et pays Beaunois, le Relais Bernard Loiseau, le Village vacances Le Duchet, le Fort des Rousses, et le complexe Le Lac. BFCT a présenté la démarche du club et la plateforme.
19 entreprises, incluant des agences événementielles, des agences de voyages avec un département tourisme d'affaires, et des associations, ont répondu présentes. Elles ont ainsi pu découvrir de nombreuses idées de destinations et de lieux, et pour certaines, avancer dans des projets concrets.
- Envoi d'un communiqué de presse sur les chiffres clés du Tourisme d'Affaires en BFC à une sélection de journalistes de la presse MICE, économique et professionnelle.
Cet envoi a généré une retombée immédiate dans Tour Mag [lire l'article](#)
- **Fiche Google My Business** : nous mettons régulièrement à jour cette fiche avec des publications sur nos partenaires, les actualités du club et des suggestions de séminaires dans la région.
Quelques chiffres clés :
 - 613 recherches, soit une augmentation de 25 % par rapport à la période de juillet à décembre 2023.
 - 4 404 vues, soit une augmentation de 5 % par rapport à la période de juillet à décembre 2023.
 - 382 actions (visites du site web, appels et demandes d'itinéraires), soit une augmentation de 7 % par rapport à la période de juillet à décembre 2023.

PUBLICATION LINKEDIN

- Retour sur la publication du 20 juin : [Anticiper votre séminaire cet automne en Bourgogne](#)
Résultats : 3 956 impressions - 25 réactions - 147 clics vers la page dédiée / [voir la page](#)

FILIERE PATRIMOINE

VIE DU COLLECTIF

- **Le 4 juillet** : rencontre avec les représentants de la Colline Notre-Dame du Haut et de ses partenaires pour faire le point sur les projets actuels et à venir avec les collectifs Patrimoine et Vosges du Sud.

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DES HABITANTS

Mise en avant de certains partenaires du Collectif Patrimoine dans le cadre du dispositif [Sortez Chez Vous](#)

INSTAGRAM

Publication de stories chaque vendredi sur des idées sorties du week-end

- Les 11,12 et 13 juillet : Festival Panorama sonore à la Citadelle de Besançon
- Entre juillet et août : Le Festival Musique et Mémoire dans les Vosges du Sud ; Festival Tous Dehors à Saint-Amour ; Festival Lux Salina à la Saline Royale

PARTENARIAT AVEC FRANCE BLEU BESANCON : des chroniques hebdomadaires Sortez Chez Vous sont diffusées chaque dimanche sur France Bleu Besançon

- **Le 2 juin** : la Ligne des Hirondelles
- **Le 9 juin** : Journée en Saône-et-Loire avec le pass découverte
- **Le 16 juin** : découverte du Mois des Climats
- **Le 23 juin** : visite du château de Joux et déambulation dans Pontarlier : berceau de la fée verte (Route de l'Absinthe)

PASS DÉCOUVERTE RÉGIONAL DE BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

- Poursuite du partenariat avec France Bleu Besançon (avec Pass Découverte annuel offerts)
- Campagnes e-mailing :
 - Le 4 juillet : Idées de sorties à faire en couple avec le Pass Découverte
 - Le 18 juillet : Le top des activités pour les enfants à faire pendant les vacances d'été

COMMUNICATION ONLINE

- **Campagne [idées weekend pour les couples](#)**:

Du 14 juin au 31 août : campagne Google Ads. Les annonces renverront vers une page dédiée aux idées de week-ends pour les couples.

- **Campagne social media**: campagne multi-filières pour inviter les habitants à bouger dans leur région cet été en leur proposant des idées combinant des activités autour **du Patrimoine**, de l'oenotourisme, et de l'itinérance :
 - En proposant des idées weekends reprenant toutes ces thématiques (exemple un weekend à vélo, avec des **visites de villes et musées** ... mais aussi des dégustations ou autre activité pour redécouvrir nos vignobles...)
 - En proposant des visites et excursions à la journée (balade en bateau, top des châteaux à visiter, les expositions à ne pas manquer, top des dégustations ...)
 - une newsletter sera programmée pour renforcer les propositions d'idées weekends et sorties pour les couples dans la région (événements dans les lieux d'exception, apéro avec VUE dans les sites Unesco)

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE PATRIMOINE

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- Partenariat avec le magazine de voyage en ligne BOBINE <https://www.bobine-magazine.com/> spécialisé dans la mise en valeur des portraits d'hommes, de femmes et des territoires.
Un reportage sera réalisé sur le thème de la Route de la Céramique, en partenariat avec l'OT de Creusot-Montceau et l'OT de Paray-le-Monial.
- Réunion de travail avec l'agence Presse SILFRA afin d'organiser l'opération presse UNESCO à Paris prévue en fin d'année.
Cette opération presse se déroulera dans un restaurant parisien, autour d'un brunch, où nous présenterons les sites UNESCO et leurs nouveautés. Ensuite, un temps sera consacré à des échanges individuels entre les journalistes présents et les représentants des sites.

RETOUR SUR ...



ALLEMAGNE

- **Le 13 juin** : envoi d'un communiqué de presse Spécial UNESCO à plus de 1.000 journalistes (quotidiens régionaux et nationaux, magazines, radio, TV ...).
Nous avons déjà reçu plusieurs retours, notamment Oliver Wessel, freelance, qui se rendra en Bourgogne dans quelques jours. Jo Wagner, du journal Wochenblatt Karlsruhe, est intéressé pour découvrir la région.
2 articles ont déjà été publiés :
 - genussmaenner.de / [lire l'article](#)
 - www.frankfurt-live.com / [lire l'article](#)

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE ITINERANCE

VIE DU COLLECTIF

- **Le 5 juillet** : Eductour pour les référents "Accueil Vélo" en Bourgogne

DÉVELOPPEMENT

- **Le 1er juillet** : COPIL étude positionnement marketing EV6 France (restitution de la dernière phase / pistes d'actions promo com communes)

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

Destinations La Bourgogne



PAYS-BAS

- **Du 6 au 20 juillet** : accueil du magazine **FIETS** (magazine spécialisé vélo - tirage 48 000 exemplaires) sur la GTMC en gravel pour le collectif itinérance.
1 journaliste viendra parcourir l'itinéraire complet de la GTMC.
La Bourgogne accueillera le journaliste du 6 au 9 juillet. Puis il poursuivra l'itinéraire en AURA et en Occitanie.
⚠ Cet accueil fait suite à l'envoi du dossier de presse annuel dans lequel cette nouveauté était valorisée + suite échanges lors du workshop presse d'Atout France de janvier dernier.

COMMUNICATION À DESTINATION DES HABITANTS

- **Poursuite de la refonte de la thématique itinérance dans le cadre du dispositif [Sortez Chez Vous](#)**
Pédestre
Rédaction d'idées de week-ends en mettant en avant les itinéraires d'excellence tels que la Grande Traversée du Jura (GTJ), la Via Francigena et la Via Vézelay.
Refonte thématique, en élaborant 4 à 5 idées de week-ends autour d'itinéraires d'intérêt spécifiques.
Cyclo
Rédaction d'idées de week-ends pour encourager les habitants à voyager dans leur région (au moins 1 nuitée et des activités). 4 ou 5 idées week-end à vélo viendront alors compléter celles-déjà existantes.

RETOUR SUR

- Finalisation de la création des fiches Décibelles Data pour les Itinéraires d'Excellence et d'Intérêts du Schéma Régional de l'Itinérance Touristique.

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE OENOTOURISME

VIE DU COLLECTIF

- **Destinations Vignobles 2024** : clôture des inscriptions, 15 acteurs des vignobles de Bourgogne et du Jura inscrits (8 socio-pros, 7 structures institutionnelles)

DÉVELOPPEMENT

- **Le Fascinant Week-End 2024**
 - finalisation d'un teaser de l'évènement
 - relance des différentes destinations pour avoir des nouvelles offres lors de l'évènement.
 - mise à jour du site national du Fascinant Week-end.
 - édition digitale d'un programme pour le Fascinant Week-end à remettre aux destinations pour impression si demandée
- **Destination Vignobles 2024** : finalisation des programmes des 2 pré-tours : Vallée de la Gastronomie et Jura-Chablis-Pouilly-Fumé. Les TO peuvent s'inscrire à cet événement depuis fin juin.
- **Opération btob / presse Grande-Bretagne 2024** : préparation de l'opération courant de l'été pour lancer les inscriptions en septembre.
- Création de nouveaux contenus sur visitfrenchwine.com

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- Préparation de la campagne digitale **TERRE DE VINS** qui paraîtra à l'automne.

FILIERE GASTRONOMIE

VIE DU COLLECTIF

VALLÉE DE LA GASTRONOMIE

- **Le 19 juillet** : Comité Technique Vallée de la Gastronomie

ROUTES GOURMANDES

- **Le 2 juillet** : conférence de presse de Mission Tourisme pour présenter les routes gourmandes.

DEVELOPPEMENT

ROUTES GOURMANDES

- Poursuite de la rédaction des pages étapes et parcours sur les sites www.bourgogne-tourisme.com et www.montagnes-du-jura.fr

VALLÉE DE LA GASTRONOMIE

- 1 nouvelle offre gourmande
 - Visite Techniques et Gourmandes de la ferme bressane GAEC LDC LAURENCY (activité volailles de Bresse)
- 1 nouvelle expérience remarquable
 - Une journée à la ferme au domaine de Rymska

PROMOTION



USA

- **Le 10 juillet** : webinaire de formation pour les agences **Virtuoso** en collaboration avec Atout France USA et AURA Tourisme.

Ce webinaire comprendra un rappel des fondamentaux, la présentation d'offres gourmandes et d'expériences remarquables, ainsi que des agences réceptives labellisées "Vallée de la Gastronomie" pouvant proposer des packages tout compris.

Objectif : continuer à promouvoir cet itinéraire auprès des tour-opérateurs et de les aider à élaborer des programmes pour leurs clients.

PROMOTION

- 2 articles de presse ont été publiés après l'accueil de presse Europe du 21 au 25 mai :
 - Elle à Table Belgique
 - Ilgiornale.it
 Si vous êtes intéressés, vous pouvez obtenir ces articles auprès de Véronique Beigenger / v.beigenger@bfctourisme.com



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

OBSERVATION / ORT

CONJONCTURE

- **Le 4 juillet** : diffusion de la 1ère note de conjoncture de l'été sur le ressenti des professionnels du tourisme pour le début de la saison et les perspectives pour la suite de la saison.
- **Le 28 août** : diffusion de la 2ème note de conjoncture de l'été reprenant les informations depuis le début de la saison et les perspectives pour l'automne.

TOURISME D'AFFAIRES

- Réalisation du baromètre semestriel qui relate le ressenti des membres du collectif Tourisme d'Affaires depuis le début de l'année.
- **Retour sur**
Le 11 juin s'est tenu un webinaire de présentation de l'observatoire du tourisme d'affaires auprès des membres du collectif. Le replay et le support de présentation sont disponibles sur demande

DISPOSITIF D'ENQUETE EN LIGNE - ASSISTANCE A MAITRISE D'OUVRAGE

attribution du marché à Focus Marketing. Début des entretiens avec les partenaires (bilan du dispositif précédent et recueil des attentes).

RETOUR SUR ...

- **Le 25 juin** : réunion de présentation du nouveau dispositif d'observation de la filière Oenotourisme d'Atout France

INGÉNIERIE

- **Le 9 juillet** : présentation de l'étude réalisée pour les Carrières d'Aubigny (89) par BFC Tourisme et Atout France. L'objectif est d'aider le site dans son développement en réalisant un état des lieux / diagnostic et une étude de faisabilité de leur projet avec des préconisations
- Lancement de l'appel à manifestation d'intérêt - **APPUI AU PORTEUR DE PROJET** - en collaboration avec Atout France. Les objectifs sont de favoriser l'émergence de projets en matière de tourisme pérenne dans la Région, aptes à renforcer le positionnement des marques « La Bourgogne », « Montagnes du Jura » et « Massif des Vosges / Vosges du Sud » et faciliter les enjeux d'investissement des opérateurs touristiques.

ACCOMPAGNEMENT DES OT

SADI

- Géraldine LAFOND va suivre une formation au SADI (Schéma d'Accueil et Diffusion de l'Information) afin de pouvoir accompagner les Offices de Tourisme en incluant l'accueil des nouveaux habitants.

QUALITÉ

- Géraldine LAFOND suit les actualités sur les avancées des travaux sur le référentiel pour les OT de la nouvelle marque Destination d'excellence qui viendra à terme remplacer la marque Qualité Tourisme.
ADN TOURISME organise un webinaire sur ce nouveau label: **"Tout savoir ou presque sur le nouveau label Destination d'excellence afin de favoriser la meilleure transition avec la marque Qualité Tourisme"**.
Le replay sera prochainement disponible sur le site <https://www.adn-tourisme.fr/>

DÉCIBELLES DATA

- Pendant l'été, c'est l'heure du grand nettoyage !
Au programme :
 - Suppression progressive des onglets A TRIER / POUBELLE / INFOS FC
 - Réorganisation du bordereau PRODUITS - SEJOURS
 - Réorganisation des structures de coordination technique de Haute-Saône
- WARNING** : pendant l'été, un service de maintenance sera assuré du lundi au vendredi. En raison des congés, les délais de traitement pourraient être légèrement allongés. Pour demander de l'aide sur Décibelles Data, veuillez utiliser le lien suivant : <https://assistance.decibelles-data.com>

ATTRACTIVITÉ RÉSIDENTIELLE

- Le 2 juillet** : journée attractivité régionale organisée par le Conseil Régional.
- Le 4 juillet** : la MASCOT participera à une journée Fab Lab Habitants organisée par la MONA.
- Dans le cadre de son partenariat avec la région, la MASCOT poursuit ses reportages photos "Attractivité" sur les territoires engagés dans la démarche aux cotés de la région BFC.

AUTRES ACTIONS

VILLES ET VILLAGES FLEURIS

- Cette année, 50 communes de Bourgogne-Franche-Comté recevront la visite des jury régionaux.
 - Département de Saône-et-Loire : du 26 au 28 juin
 - Département de l'Yonne : Du 15 au 19 juillet / 8 communes visitées
 - Département du Jura : Du 15 au 18 juillet / 12 communes visitées
 - Département de Haute-Saône : Du 15 au 17 juillet / 5 communes visitées
 - Département du territoire de Belfort : Du 22 au 25 juillet / 13 communes visitées
 - Département du Doubs : Du 23 au 25 juillet / 5 communes visitées
 - Département de la Côte d'Or : Du 23 au 25 juillet / 7 communes visitées

Le 26 juillet : réunion de synthèse à Dijon avec tous les membres du jury ayant participé aux visites et Nathalie LABOSSE, présidente VVF

RETOUR SUR ...

- Le 6 juin** : notre réseau s'est réuni à l'hôtel Mercure Clémenceau de Dijon pour sa rencontre annuelle (le Melting p'OT) autour de la thématique du "Tourisme durable / responsable - Comment faire moins mais mieux ?".
Nous étions 74 participants issus de 32 offices de tourisme et 6 instances départementales et régionales.
Étaient également présents : Antoine Angeard, Directeur général d'ADN TOURISME et l'ADEME de Bourgogne-Franche-Comté
Les échanges ont été riches, constructifs et très appréciés par les participants.
Un article proposant des pistes de continuité sera prochainement envoyé au réseau.
À cette occasion, **les OT de Joigny, (89) Lure (70) et Cosne-sur-Loire (58) ont été labellisés "Point Accueil Nouvel Habitant"** par l'agence LAOU pour valoriser leur travail sur l'accueil des potentiels nouveaux habitants via leurs canaux de communication.

**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.