

LA FABRIQUE A SITES

- ↳ **Le 4 octobre** : réunion de lancement du nouvel appel d'offre avec Thuria. Il sera question du financement, des perspectives d'évolution, des nouvelles technologies à mettre en place.
- ↳ **Le 30 septembre et 1^{er} octobre** : migration des serveurs sous WordPress 6. A l'issue de ces 2 jours, tous les sites de la FAS bénéficieront des nouvelles fonctionnalités.

DÉCIBELLES DATA

- ↳ **Le 17 octobre** : Comité Technique Décibelles Data à Dijon (en présentiel)
- ↳ Après la Saône-et-Loire et le Doubs, l'ADT de l'Yonne connecte Décibelles Data à Cirkwi. D'ici quelques jours, chaque OT du département de l'Yonne retrouvera ses données Décibelles Data (itinéraires et points d'intérêts touristiques) sur un compte Cirkwi lui appartenant.
Cirkwi est un acteur connu et reconnu pour son écosystème d'outils permettant aux destinations de promouvoir de façon optimale leurs itinéraires touristiques.

COMMUNICATION D'ENTREPRISE

- ↳ **APERÇU DES CHIFFRES DE LA COMMUNICATION D'ENTREPRISE DE BFC TOURISME**
Du côté [du site professionnel](#) : avec **28 869 visites** sur les neuf premiers mois de l'année, le site affiche **une hausse de +12,4 %** par rapport à la même période de l'année précédente, confirmant un intérêt de la part des professionnels pour ce site.

La page LinkedIn [Bourgogne-Franche-Comté 360°](#) comptabilise aujourd'hui **5 294 abonnés**, soit + 10,6 % depuis janvier 2024.
Top 3 des posts au cours du 3^{ème} trimestre :
 1. **Le post du 16 septembre** : le séminaire de BFC Tourisme en Bourgogne du Sud qui comptabilise 2 128 impressions et 50 réactions [voir le post](#)
 2. **Le post du 3 septembre** : le bilan de l'activité touristique en BFC sur juillet et août. Ce post comptabilise 1 474 impressions et 43 réactions. [voir le post](#)
 3. **Le post du 6 septembre** : l'Appel à Manifestation d'Intérêt « Appui aux porteurs de projets ». Ce post comptabilise 1 474 impressions et 24 réactions. [voir le post](#)
- ↳ Le programme de webinaires « **Les Instantanés de BFC Tourisme** » se poursuit :
 - Le 1er octobre** : webinaire *Comment être plus visible grâce aux réseaux sociaux*
 - Le 8 octobre** : webinaire *Comment gagner en visibilité grâce aux marques de destination La Bourgogne et Montagnes du Jura*
 - Le 15 octobre** : webinaire *Faire ses 1ers pas avec l'Intelligence Artificielle*Le programme complet et les replays des webinaires de septembre sont [en ligne ici](#)

RÉUNIONS STATUTAIRES 2024

- 10 octobre** : Conseil d'Administration de BFC Tourisme à la CCI Saône-Doubs à Besançon
- 19 décembre** : Conseil d'Administration de BFC Tourisme (lieu à définir)

NOS PROCHAINS RENDEZ-VOUS

- 1^{er} – 2 octobre** : workshop Destination Vignobles à Angers
- 1^{er} octobre** : opération presse Tourisme d'Affaires à Paris
- 1^{er} octobre** : journée atelier patrimoine « Le musée en famille »
- 1^{er} octobre** : workshop Travel in France au Luxembourg
- 7 octobre** : CODIR promo-presse BFC Tourisme
- 8 octobre** : CODIR digital BFC Tourisme
- 8 octobre** : CODIR BFC Tourisme
- 9 octobre** : événement Attractivité Conseil Régional à Paris
- 10 – 11 octobre** : séminaire des CRT à Colmar
- 16 octobre** : comité opérationnel Montagnes du Jura
- 17 octobre** : journée d'audit interne de BFC Tourisme
- 17 octobre** : comité technique Décibelles Data
- 17 octobre** : club utilisateurs Fabrique à Sites
- 22 octobre** : réunion ADT / BFC Tourisme dédiée à l'ingénierie et l'observation
- 22 octobre** : comité stratégique Montagnes du Jura
- 24 octobre** : séminaire de direction entre BFC Tourisme et les ADT de la destination La Bourgogne



À DESTINATION DES HABITANTS

COMMUNICATION ONLINE & RESEAUX SOCIAUX

NEWSLETTER

Dans le cadre de notre gestion de relations clients, nous avons développé de nouveaux blocs d'inscription à la newsletter sur le site, plus incitatifs pour l'internaute. Une « newsletter de bienvenue » a également été créée et sera automatisée et envoyée à chaque nouvel abonné. Elle optimisera le parcours des prospects dès leur inscription et les invitera directement à découvrir les idées week-end thématiques (en famille, entre amis ou en couple).

- **Le 10 octobre** : envoi d'une newsletter mettant en avant le **Fascinant week-end** + idées d'escapades automnales, une sélection d'éco-gîtes Gîtes de France, ainsi qu'un focus sur la plateforme dédiée au tourisme d'affaires. Objectif : inspirer à "prendre l'air et savourer l'automne" avant les vacances de la Toussaint.

SOCIAL MEDIA

- **Campagne Fascinant Week-end pour la filière Oenotourisme.** Pour cette nouvelle campagne, plusieurs formats seront diffusés sur Facebook et Instagram :
 - Sponsorisation d'une vidéo à visionner ici : <https://youtu.be/la7hODgnjjo>
 - Diffusion de 2 carrousels créatifs pour mettre en avant les temps forts de l'événement.
 - Mise en ligne de tous les programmes des partenaires pour ce weekend / [voir ici](#)
- **Le 16 octobre** : mise en avant sur Facebook des films tournés en région dont les sorties sont prévues au mois d'octobre :
 - *Quand vient l'automne* de François Ozon - tourné à Cosne-Cours-sur-Loire (sortie le 2 octobre)
 - *C'est le monde à l'envers* de Nicolas Vannier - tourné dans le secteur de Vézelay (sortie le 16 octobre)
 - *Fario* de Lucie Prost - tourné à Ornans et Besançon (sortie le 30 octobre)
 - *Rivière* de Hugues Hariche - tourné à Belfort (sortie le 30 octobre)
- **Le 23 octobre** : sur Facebook partage de la série de podcasts "Envolées Contées" pour plonger dans des histoires des sites UNESCO de Bourgogne-Franche-Comté.

PARTENARIAT AVEC LE MAGAZINE BIG BANG ET L'INFLUENCEUSE LOUBASKA / [voir son profil Instagram](#)

- Objectif : mettre en avant notre site et le faire connaître des habitants (les 34,9K abonnées de Loubaska résident essentiellement en Côte-d'Or et dans le Jura)
 - Mise en avant de notre site et de notre "machine à idées week-end" à travers des stories à la une.
 - Création d'un reel
 - Mise en avant sur son site web <https://www.loubaska.com/>

COMMUNICATION OFF LINE

PARTENARIAT RADIO

- **AVEC FRANCE BLEU BESANÇON** : poursuite du partenariat avec France Bleu Besançon. Chaque dimanche à 8h00 les équipes de BFC Tourisme invitent les auditeurs à découvrir la région avec chacun ses bons plans et confidences !
 - **Le 6 octobre** : une journée autour de Salins-les-Bains présenté par Nino
 - **Le 13 octobre** : vivez le fascinant week-end en Bourgogne-Franche-Comté présenté par Maxence
 - **Le 20 octobre** : se balader dans le Val de Consolation, présenté par Ludovic
 - **Le 27 octobre** : un week-end d'automne autour des cascades du Hérisson, présenté par Julie

PASS DECOUVERTE

- Envoi de deux mailings aux détenteurs du Pass Découverte :
 - **10 octobre** : week-end d'automne "Country Break à Autun et Sud Morvan"
 - **24 octobre** : le top 5 des activités à faire pendant les vacances de la Toussaint avec le Pass Découverte
- 2 notifications push envoyées en fonction des actualités du Pass Découverte :
 - **le 17 octobre** : notification pour les vacances de la Toussaint
 - **le 31 octobre** : notification pour Halloween



À DESTINATION DES HABITANTS

ÉVÉNEMENT – ATTRACTIVITÉ RÉSIDENIELLE

- Le 9 octobre à Paris, la région Bourgogne-Franche-Comté lance officiellement sa démarche partenariale d'attractivité résidentielle** et son service personnalisé d'accompagnement à l'installation. Une première à l'échelle de toute une région.

Cet événement presse baptisé « Le Grand Match » sera animé par la journaliste Fanny AGOSTINI, avec la participation de Marie-Guite DUFAY, Présidente de la Région Bourgogne-Franche-Comté et Patrick AYACHE, Vice-président aux ressources humaines, au tourisme, à l'attractivité de la région et à la promotion des terroirs. Parcours immersif autour de différentes thématiques, ponctué de nombreuses animations, pour mettre le journaliste dans la peau d'un futur habitant : tourisme, culture & loisirs, emploi & formations, artisanat, immobilier, gastronomie...

BFC Tourisme sera présent pour représenter l'attractivité touristique du territoire, et le dispositif Sortez Chez Vous dédié aux habitants de la région : parmi les activités proposées : un jeu "Connaissez-vous bien la région", présentation du Pass Découverte, remise d'une documentation « 1 région 3 destinations ». Un carnet de timbres collector UNESCO sera offert aux journalistes rencontrés.

RETOUR SUR ...

RETOUR SUR LES CAMPAGNES DE L'ETE SUR SORTEZ CHEZ VOUS

Campagne Google ADS « weekend en amoureux » du 14 juin au 31 août

Bilan:

6500 visites générées sur le site web, avec un taux de rebond à 66%, un temps de lecture à + de 1mn et 86 intérêts partenaire (1,33%)

Campagne de notoriété avec display et achat média du 15 juillet au 26 août / cible couple , persona « Touche à Tout Tendance » défini par les filières sur ces 3 axes :

- Un axe fort vidéo : mise en avant de [la vidéo Patrimoine](#) en lien avec l'intérêt des habitants pour les visites culturelles, selon les résultats de notre enquête.
- Un soutien en audio digital, avec la possibilité de cliquer sur une bannière pour driver du trafic sur site
- une présence en display in-app et webmobile (dans les applications mobiles et internet smartphone) avec des formats impactants pour optimiser le trafic sur site.

Bilan

+ de 3 millions de contacts publicitaires et 30 000 clics.

Sur le replay vidéo on constate un CPM légèrement supérieur à celui estimé (27,52€ vs 25€), mais avec un excellent taux de complétion au global avec 91% de vidéos vues à 100%. M6 a permis une très bonne diffusion de la campagne grâce à ses inventaires sur la cible couples, et présente le meilleur taux de complétion (98,33%).

Sur l'audio digital, le taux de complétion est des plus excellents, avec 96% des spots écoutés à 100%. Spotify a permis la meilleure distribution de contacts, quand Deezer présente un taux de complétion proche de 100%.

Concernant le display, le cadre de diffusion sur support mobile et sur les applications a permis d'apporter + de clics qu'attendus, avec 28 330 clics.

Trafic généré sur le site : (même si ce n'était pas l'objectif numéro 1 de la campagne de notoriété)

21 000 visites générées sur le site web avec un temps de lecture de + de 2mn et un taux de rebond à 80%.



LE BUREAU D'ACCUEIL DES TOURNAGES

VIE DU BUREAU D'ACCUEIL DES TOURNAGES

- **Le 09 octobre** : réunion avec Caroline Julliard-Mourgues - directrice adjointe du service attractivité du CNC
- **Le 11 octobre** : Assemblée générale ordinaire de l'association du Bureau d'Accueil des Tournages + Assemblée générale extraordinaire (fin de l'association) à Avallon
- **Le 17 ou le 18** : Présence sur l'événement "La Fabrique d'un film #5"

TOURNAGES

- Le calendrier des prochains tournages en région [est disponible ici](#)
- Si vous souhaitez participer à un casting [consulter cette page](#)
- Un **Guide d'Accueil des Tournages** à destination des collectivités territoriales, . est actuellement en préparation.

ACTUALITÉS DU RÉSEAU CINÉMA (structures, festivals)

- **Le 2 octobre** : sortie du film "Quand vient l'automne" de François Ozon - tourné à Cosne-Cours-sur-Loire
- **Le 6 octobre** : avant-première du film "Fario" au Cinéma Arletty à Autun
- **Le 11 octobre** : avant-première du film "Fario" au Cinéma Eldorado à Dijon
- **Le 16 octobre** : sortie du film "C'est le monde à l'envers" de Nicolas Vannier - tourné dans le secteur de Vézelay
- **Le 30 octobre** : sortie du film "Fario" de Lucie Prost - tourné à Ornans et Besançon
- **Le 30 octobre** : sortie du film "Rivière" de Hugues Hariche - tourné à Belfort

COMMUNICATION

- Refonte en cours du site internet <https://www.filmbourgognefranchecomte.com/> via La Fabrique à Sites
- Suivez le Bureau d'Accueil des Tournages sur les réseaux sociaux
 - [Facebook](#)
 - [Instagram](#)
 - [LinkedIn](#)

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

- Film France Talents (annuaire des techniciens et artistes-interprètes) : 9 rendez-vous avec des professionnels locaux (9 techniciens)
- Prestataire (annuaire régional) : 2 rendez-vous téléphoniques avec des profils de habilleurs/costumiers
- Partenariat avec les collectivités : travail autour d'un conventionnement avec les collectivités territoriales (campagnes de repérages et accueil des tournages)

RETOUR SUR ...

LES AVANT-PREMIERES EN RÉGION

- **Depuis janvier 2024, 9 films, réalisés en Bourgogne-Franche-Comté, sont sortis en salle.**
Près de **50 avant-premières ont été organisées** dans les cinémas de la **région**.
Les responsables du Bureau d'Accueil des Tournages interviennent régulièrement afin de présenter leurs missions d'accueil des tournages et de promotion. Leurs prises de paroles s'adressent majoritairement au grand public en rejoignant ainsi la signature "Sortez chez vous en Bourgogne-Franche-Comté".
Les salles sont combles, témoignant d'un vif intérêt pour le cinéma.
6 films tournés en région sortiront prochainement en salle.

VIE DU COLLECTIF

- **Le 16 octobre** : Comité Opérationnel à la Maison du Comté à Poligny

MARKETING

- **Le 8 octobre** : webinaire « Comment gagner en visibilité grâce aux marques de destination La Bourgogne et Montagnes du Jura ? »

COMMUNICATION OFFLINE

CAMPAGNE TV CLASSIQUE

- **Jusqu'au 21 octobre** : poursuite de la campagne TV classique, TV segmentée et Amazon prime

COMMUNICATION ONLINE

CAMPAGNE SEA AUTOMNE

- Poursuite de la campagne jusqu'au 31 octobre

CAMPAGNE DIGITALE YOUTUBE

- Poursuite de la campagne jusqu'au 21 octobre

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-dujura/>

- Médiatisation du quizz : Quel explorateur êtes-vous ? [voir ici](#)
- Les 1ers résultats
 - Les internautes sont conquis par les Montagnes du Jura : la section dédiée aux Montagnes du Jura sur le site leparisien.fr a atteint 1 239 974 impressions et généré 1 866 clics.
 - Sur les réseaux sociaux, les chiffres sont encore plus impressionnants : 17,5 millions d'impressions, 75 000 clics vers les articles et plus de 87 000 interactions.
 - Dans le cadre de la vague printemps : l'article « Week-end à deux dans la Vallée de la Loue » enregistre le plus de visites (6 700 visites.). Tandis que l'article consacré au territoire Porte du Jura a retenu l'attention des lecteurs avec un temps moyen de lecture de 4 minutes 35.
 - Dans le cadre de la vague été : l'article dédié au Haut-Doubs a enregistré 13 700 visites. Et l'article intitulé « 48H à Bourg-en-Bresse entre ville et montagne » a eu le temps de lecture le plus long, avec une moyenne de 5 minutes 06.
 - Enfin, le récit molette, conçu pour 3 profils (famille, couple, sportifs), a suscité un grand intérêt avec un temps de lecture moyen de près de 11 minutes, un véritable succès pour ce format innovant

CAMPAGNE FRANCE MONTAGNE/ATOUT FRANCE - TRIPADVISOR

- Lancement de la 2ème vague de la campagne TripAdvisor sur le marché domestique (3 vagues juin/juillet/août, septembre/octobre, vacances d'automne).

Objectif : encourager les voyageurs à découvrir la diversité des paysages des massifs français grâce à des activités attrayantes à l'automne.

La campagne cible les jeunes, les couples sans enfants et les familles Un espace dédié aux Montagnes du Jura a été mis en place pour valoriser des activités et visites incontournables. Une médiatisation via un quizz, des native boost et les réseaux sociaux complètent le dispositif. [Voir la version Été du dispositif](#)

ELETTER GRAND PUBLIC MDJ

- **Le 10 octobre** : envoi d'une Eletter automne (conversion). / Thématiques gastronomie, vignoble, itinérance

MISE EN LIGNE DU NOUVEAU SITE WEB france.fr

- Consultez [l'espace dédié MDJ](#)

COMMUNICATION ONLINE

CAMPAGNE EXPLORE FRANCE AVEC ATOUT FRANCE - MARCHE NL

- **Partenariat avec ACSI** : le spécialiste des campings.
 - Publi-rédactionnel dans le magazine ACSI FreeLife.
 - Newsletter dédiée.
 - Article sur le blog Eurocampings avec un lien vers le site Montagnes du Jura.
 - Publication sur Facebook.
 - Bannière sur le site eurocampings.eu
- **Columbus Travel** : 10 numéros / an, tirage 215 000 exemplaires, magazine ciblant les passionnés de voyages authentiques et de nature. Site web : 200 000 pages vues et 80 000 visiteurs uniques.
 - Quiz en ligne sur le site de Columbus Travel et sur NS Dagje Uit.
 - Promotion du quiz via les réseaux sociaux de Columbus Travel et NS Dagje Uit.
 - Parution d'un article dans le numéro du 4 décembre (à la suite d'un accueil presse organisé par BFC Tourisme).
- **Komoot** : plateforme de référence pour les itinéraires vélo et randonnée.
 - Reprise des collections de la campagne 2023 sur le marché allemand, traduction en néerlandais et médiatisation.
- **NatureScanner** : le premier site néerlandais dédié à l'inspiration pour des voyages et activités en pleine nature, axé sur les voyages durables et la protection de la faune et de la flore.
 - Rédaction de deux nouveaux articles sur NatureScanner : un sur la randonnée et un sur le cyclotourisme dans les Montagnes du Jura (le média a déjà été accueilli dans les MDJ par BFC Tourisme)
 - Promotion des articles via les réseaux sociaux de NatureScanner.
- **SUR LE SITE [frankrijk.nl](https://www.frankrijk.nl)**
 - mise à jour d'un article déjà en ligne, avec diffusion via une newsletter (15 000 abonnés) et promotion

RESEAUX SOCIAUX

CAMPAGNE HIVER

- **Du 28 octobre au 2 décembre** : Darkposts, carrousels et reels 100% paid sur Facebook et Instagram.
- **Du 21 octobre au 18 novembre** : campagne de leads sur les réseaux sociaux pour recruter de nouveaux contacts pour la Eletter Grand Public de la marque.

TOP POST SEPTEMBRE

- [Reel sur la sortie du Mont d'Or le 10/09.](#)
28 000 vues - 12,900 impressions - 680 likes.

COMMUNICATION DÉDIÉE AUX FILIÈRES

FILIERE TRAIL

- Campagne de leads jusqu'au 21 octobre pour recruter de nouveaux prospects Trail & Outdoor



FILIERE PATRIMOINE

- **Le 14 octobre** : réunion de préparation pour le troisième et dernier tournage de **BOBINE Magazine**. Ce tournage aura lieu dans le Haut-Jura et portera sur le thème des savoir-faire, en collaboration avec l'OT Haut-Jura Saint Claude et l'Espace des Mondes Polaires de Prémanon.

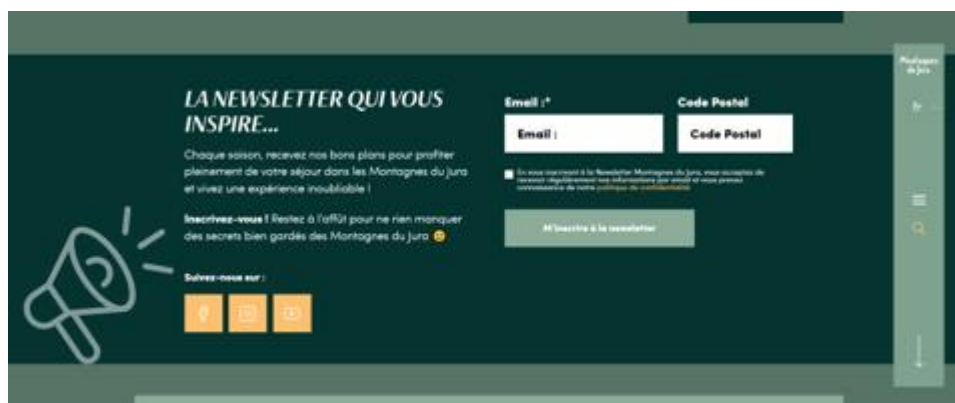
EDITIONS / PRODUCTIONS DE CONTENUS

REDACTION DE NOUVEAUX CONTENUS POUR LE SITE DE LA MARQUE

- Une dizaine de contenus sont en cours de rédaction d'ici la fin d'année sur différentes thématiques.

SUR www.montagnes-du-jura.fr

- Refonte de la nouvelle strate newsletter : placée en bas des pages, elle facilite l'inscription du visiteur.



PROMOTION



Luxembourg

- **Le 1^{er} octobre** : participation au workshop **Travel in France**, organisé par Atout France Belgique sous forme d'un afterwork (environ 30 invités attendus).

PRESSE



ALLEMAGNE :

- **Du 3 au 6 octobre** : accueil d'**Alexander TAUSCHER** pour des interviews dans le cadre de l'émission de tourisme sur **RADIOREISE** (1,5 millions d'auditeurs). Au programme : rencontres avec des personnalités locales à Montbéliard, Besançon et Dole pour découvrir les incontournables de chaque ville, tels que des personnages illustres, des monuments emblématiques et le savoir-faire local.

RETOUR SUR ...

RESULTATS ELETTER TRAIL ENVOYEE LE 23 AOUT

1 257 envois - 768 ouvertures cumulées - Taux de clic : 5.48% - Taux de désinscription : 0.40%
 Cette eletter a généré 102 visites sur www.montagnes-du-jura.fr. Durée moyenne sur le site : 1min 28.

RESULTATS ELETTER GP AUTOMNE ENVOYEE LE 5 SEPTEMBRE :

21 507 envois - 12 301 ouvertures cumulées - Taux de clic : 2.90% - Taux de désinscription : 0.44%
 Cette eletter a généré 895 visites sur www.montagnes-du-jura.fr. Durée moyenne sur le site : 1min 15



La base de contacts de la Eletter Grand Public a été mise à jour durant l'été. Les prospects inactifs ont été supprimés. Cette mise à jour permet de cibler des abonnés réellement intéressés par nos contenus.

- Un article de 9 pages a été publié simultanément dans les magazines **LEVEN IN FRANKRIJK** (Pays-Bas) et **FRANKREICH MAGAZINE** (Allemagne), à la suite d'un voyage de presse NL dans les Montagnes du Jura, offrant ainsi une visibilité à la destination auprès de plus de 75 000 lecteurs néerlandais et allemands. Articles disponibles auprès de Véronique : v.beigenger@bfctourisme.com
- Assistance presse **Télé 7jours**
 Grâce à notre agence de presse et aux photos transmises, nous avons eu une belle visibilité. / [lire l'article](#)

VIE DU COLLECTIF

- **Le 24 octobre** : séminaire de travail ADTs / BFC Tourisme dédié aux nouvelles orientations 2025, au Moulin des Templiers à Pontaubert

MARKETING

- **Le 8 octobre** : webinaire « Comment gagner en visibilité grâce aux marques de destination La Bourgogne et Montagnes du Jura ? »

COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

 CAMPAGNE AUTOMNE

- Poursuite de la campagne avec la phase automne et Toussaint (cf lettre interne précédente)
- Partenariat avec le groupe Marie-Claire : le second dossier Marie Claire avec les 3 articles La Bourgogne est en ligne [Lire en ligne ici](#)
- Ci-dessous exemple de post paru sur Cuisine et Vins de France



CAMPAGNE #EXPLORE FRANCE 2024 – volet 2 : MARCHÉS NEERLANDAIS

- Partenariat éditorial avec COLUMBUS TRAVEL
 mise en ligne des articles sur : <https://dagjeuit.ns.nl/september-2024/bourgogne>
 mise en ligne du quizz dédié à la destination : <https://columbustravel.typeform.com/to/Fi61DePW>

COMMUNICATION OFFLINE DE LA DESTINATION

CAMPAGNE #EXPLORE FRANCE 2024 – volet 2 : MARCHÉ NEERLANDAIS

Publication de 12 pages dédiées dans le numéro d'octobre - pdf disponible auprès de m.casado@bfctourisme.com

RESEAUX SOCIAUX

CAMPAGNE AUTOMNE

- Après la phase été indien, la campagne collaborative « L'Automne c'est La Bourgogne » se poursuit sur les réseaux sociaux de la marque jusqu'à mi-novembre.
Les Instant experiences, carrousels et darks posts renverront vers des pages web composées d'offres dédiées (hébergements et activités) ciblant les couples en octobre et les familles pendant les vacances de Toussaint.



COMMUNICATION DÉDIÉE AUX FILIERES

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

- Lancement des labellisations 2025 au collectif affaires
- Vont rejoindre le collectif affaires en 2025 et sont en cours de labellisation :
Hôtel le Bellevigne à Chambolle Musigny (21)
Hôtel Epona à Sens (89)
Ecomusée de la Bresse Bourguignonne à Pierre de Bresse (71)
- Des rendez-vous sont prévus afin de présenter le collectif affaires :
HPVA Hotels à Dijon (21)
Team-Building Kel Je près de Charolles (71)
Les Gaties à Saint-Germain des Champs (89)
Hôtel de la Poste à Avallon (89)
- Revisite pour mise à jour de la charte qualité (a lieu tous les 3 ans):
La Bergerie à Dijon (21)

FILIERE PATRIMOINE

- **Partenariat avec le magazine de voyage en ligne BOBINE**
La publication de l'article consacré à Paray-le-Monial et au Creusot est prévue courant octobre. Cette publication sera accompagnée de posts sur les réseaux sociaux du média, ainsi que d'une mise en avant dans la newsletter d'octobre.

PROMOTION



ALLEMAGNE :

- **Le 10 octobre** : envoi d'un push mail aux TO et agences de voyage allemands, mettant en avant 3 partenaires clés du workshop du 18 juin à Francfort.



GRANDE-BRETAGNE

- **Du 14 au 16 octobre** : accueil de 5 TO (French Expressions holidays, Kirker Holidays, Ace Travel, Fine and Cultural, avec l'agence RP BSC Catherine Esling), en collaboration avec l'OT de Beaune. Valorisation de la destination avec ses nouveautés afin de développer la programmation auprès des tour-opérateurs britanniques.



Luxembourg

- **Le 1^{er} octobre** : participation au workshop **Travel in France**, organisé par Atout France Belgique sous forme d'un afterwork (environ 30 invités attendus).

PRESSE



FRANCE

- **Du 3 au 5 octobre** : 4 journalistes découvriront « L'Appel de l'Automne en Bourgogne » en Côte-d'Or et en Saône-et-Loire.
- **Du 10 au 12 octobre** : 4 journalistes découvriront « L'Appel de l'Automne en Bourgogne » dans la Nièvre et dans l'Yonne
⚠ Ces deux voyages presse s'inscrivent dans le prolongement direct de la soirée de présentation de la campagne « L'Appel de l'Automne en Bourgogne », organisée à Paris le 28 mai dernier."



ALLEMAGNE :

- **Du 29 octobre au 3 novembre** : tournage d'une émission TV de 90 minutes intitulée "Wunderschön" diffusée sur **ARD Reisen**, consacrée à la Bourgogne. Présence de l'animatrice Judith Rakers et son équipe (7 personnes).
Les frais de tournage de l'équipe sont pris en charge par ARD Reisen.



PAYS-BAS

- **Du 1er au 4 octobre** : accueil du magazine de voyages **TRAVELBOOK**
⚠ suite démarchage du début d'année et workshop presse
Thème de l'accueil : la Vallée de la Gastronomie France : visite de la Maison Doucet, du Charolais, de la Côte de Beaune, de la Côte de Nuits et de Dijon.
- **Du 14 au 18 octobre** : accueil d'un journaliste du blog dédié aux seniors actifs **Grisjopreis.nl** sur le nouvel itinéraire du Morvan des Sommets.
⚠ suite directe du workshop presse de début d'année à Amsterdam avec Atout France.

RETOUR SUR ...

- **Le 19 septembre** : envoi d'une enews intitulée «La Bourgogne, c'est LE partenaire idéal pour une escapade inoubliable cet automne ! ». Cette newsletter a été envoyée à l'ensemble de la base, soit 20 600 prospects et mettait en avant des hébergements « coups de cœur » pour profiter de l'été indien en Bourgogne, ainsi que des suggestions d'activités et de séjours dans le Morvan et en bord de Loire.
Les résultats :
Taux d'ouverture : 32 %
Visites sur le site : 1127
Taux intérêt partenaires : 4,63 %



VIE DU COLLECTIF

- **Le 24 octobre** : rencontre annuelle du collectif Massif des Vosges Tourisme à l'Espace François Mitterrand à Saint-Dié-des-Vosges

MARKETING

- Les logos des Vosges du Sud sont accessibles, [VIA CE FORMULAIRE](#) (lien à utiliser exclusivement car nous suivons les téléchargements). **N'hésitez pas à transmettre ce lien à vos partenaires lorsque vous avez des demandes.**

COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

- Choix du collectif concernant la campagne printemps Vosges du Sud 2025 : scénario du spot TV replay construit par Intuive et choix d'articulation de la campagne.
- Construction du spot TV à partir des rushs 2023 de l'agence Intuive
- Sollicitation des OT et partenaires du collectif afin d'identifier des contenus nouveaux en lien avec la campagne printemps 2025 (choix d'hébergements, d'activités, de lieux à découvrir au printemps pour augmenter le parcours client digital).

RELATIONS PRESSE

- Finalisation et montage des boîtes de produits Vosges du Sud en prévision des rendez-vous de novembre avec les journalistes.

PRODUCTION DE CONTENUS

- Envoi de la newsletter automne du Massif des Vosges à la base de prospects, intégrant un renvoi vers une page Vosges du Sud.

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

VIE DU COLLECTIF

- Lancement des labellisations 2025
- Vont rejoindre le collectif en 2025 et sont en cours de labellisation :
Hôtel le Bellevigne à Chambolle Musigny (21)
Hôtel Epona à Sens (89)
Ecomusée de la Bresse Bourguignonne à Pierre de Bresse (71)
- Des rendez-vous sont prévus afin de présenter le collectif :
HPVA Hotels à Dijon (21)
Team-Building Kel Je près de Charolles (71)
Les Gaties à Saint-Germain des Champs (89)
Hôtel de la Poste à Avallon (89)
- Revisite pour mise à jour de la charte qualité (cette revisite a lieu tous les 3 ans) :
La Bergerie à Dijon (21)

DEVELOPPEMENT

Site.seminaires.bourgognefranche.comte.com

- Intégration sur les pages stratégiques du nouveau bloc newsletter pour inciter à l'inscription
- Refonte de la page Séminaires près de chez vous sous la bannière « Mon Event, Ma Région en Bourgogne-Franche-Comté »
- Création d'une page spécifique tourisme d'affaires sur le site de Massif des Vosges :
[Consultez la page](#)

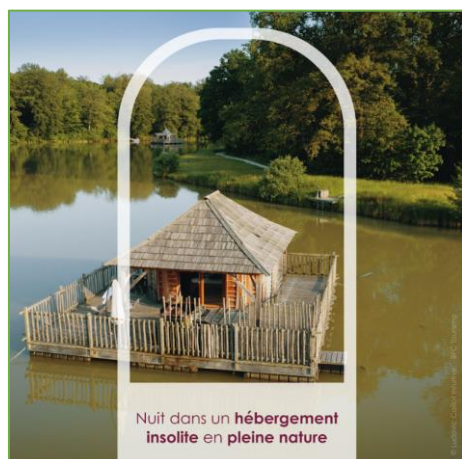
PROMOTION / COMMUNICATION

PRESSE

- **Le 1^{er} octobre** : événement "Happy Hour" à Paris. Rencontre de la presse spécialisée Tourisme d'Affaires, professionnelle, économique et féminine afin de présenter les nouveautés du tourisme d'affaires en Bourgogne-Franche-Comté notamment celles des 6 partenaires présents à nos côtés : Le Coupet, Le Duchet, Besançon Congrès, Destination Affaires Mâcon, Dijon Bureau Congrès et les Cités des Climats et Vins de Bourgogne.

CAMPAGNES

- **Du 30 septembre au 14 octobre** : première vague des campagnes display avec mise en avant de notre nouvelle bannière (display in-app et mobile sur sites affinitaires TA - display vidéo et display sémantique).
- Poursuite de la campagne de gestion de leads sur LinkedIn pour obtenir de nouveaux abonnés à notre newsletter
- **Du 3 octobre jusqu'au 17 octobre** : lancement de notre campagne de retargetting (voir lettre interne de septembre pour plus de détail).
- Poursuite de la campagne d'achats de mots clés sur les cibles régionale et nationale



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

PROMOTION / COMMUNICATION

PROMOTION

- **Les 15 et 16 octobre** : éductour national de découverte de La Bourgogne et des Montagnes du Jura - 14 entreprises, associations, fédérations et agences événementielles des bassins parisiens, lyonnais et strasbourgeois seront présentes.

NEWSLETTERS

- Dans la continuité du plan d'action lié à la GRC : lancement de **3 nouvelles newsletters automatisées** :
 - **La newsletter de bienvenue** optimisera le parcours des prospects affaires dès leur inscription. Dès la confirmation, ces nouveaux abonnés seront invités à découvrir les 3 destinations phares pour le tourisme d'affaires : Les Montagnes du Jura, La Bourgogne et les Vosges du Sud. Par ailleurs, une vidéo témoignage leur permettra de s'inspirer et de visualiser concrètement les possibilités offertes par ces destinations.

BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ
SÉMINAIRES & EVENTS

Attention, vous risquez d'être inspiré !

Avant de recevoir nos meilleures sélections d'établissements pour vos réunions ou congrès, nos coups de ♥ team-buildings insolites et idées de séminaires inspirants... Pourquoi ne pas en découvrir un peu plus sur nos destinations ?

Parce qu'en Bourgogne-Franche-Comté, c'est 3 destinations pour 3 fois plus de choix !

Montagnes du Jura	La Bourgogne	Vosges du Sud
À seulement 2h30 de Paris et 1h de Lyon.	À 2h30 de Paris et 1h de Lyon.	Une destination à moins de 2h de Strasbourg.
Avec ses paysages enchanteurs, la quiétude de ses espaces préservés et une palette d'activités sportives, c'est la destination idéale pour vos grands rendez-vous d'affaires !	Entre vignes millénaires et villes historiques, La Bourgogne vous offre un cadre unique pour vos séminaires. Mention spéciale pour l'Automne en Bourgogne, aka la meilleure saison !	Séminaires, réunions intimistes, congrès, team building... Suffit être moderne, traditions, savoir-faire et nature pour le plus grand plaisir de vos équipes ! Découvrez par vous-même.
Tout un monde d'expériences	Le goût et l'art de vivre	Inspiration business

- **La newsletter de conquête** en partenariat avec [deplacementspros.com](https://www.deplacementspros.com), 1er média francophone dédié aux mobilités professionnelles, couvrant l'actualité du business travel, du fleet management, du travel management, du MICE et de l'événementiel d'entreprise. Cette communication ciblée via ce média touchera 25 000 professionnels déjà intéressés par le tourisme d'affaires. Ils recevront une newsletter réalisée en interne mettant en avant les 3 destinations affaires et les offres MICE uniques (séminaires au cœur des vignes, à la montagne, dans des lieux d'exception...).
- **La newsletter de fidélisation**
Le 3 octobre : cette newsletter sera envoyée à tous les prospects et sera dédiée aux offres MICE de la destination affaires Vosges du Sud.

RETOUR SUR ...

PARTENARIAT www.tracesecritesnews.fr

- Nous avons un partenariat via BFC Tourisme avec ce support. Le lectorat est composé de CSP+, dirigeants d'entreprises et cadres supérieurs en majorité, d'agents de collectivités tournés vers le monde des entreprises, de responsables d'agence économique, d'organisations professionnelles, d'acteurs économiques régionaux au sens large.
 - Audience : entre 30 000 et 35 000 visiteurs uniques par mois sur www.tracesecritesnews.fr
 - En moyenne 2.5 pages vues par visiteurs par visite (ce qui correspond à nos 2 à 3 articles quotidiens)
 - Temps de lecture d'un peu plus de 4 minutes (un public captif et intéressé)
 - Environ 1800 abonnés annuels au site et plus de 13 000 à la newsletter quotidienne
 - Une répartition 70% BFC et 30% Grand Est

Ce partenariat comprend 4 articles.

Le 1^{er} article est paru le 20 septembre et mettait en avant la plateforme : [Lire l'article](#)

FILIERE PATRIMOINE

VIE DU COLLECTIF

- **La Cité des Horlogers**, qui ouvrira ses portes en 2026 au Château Pertusier à Morteau., **rejoint le collectif Patrimoine**. Après des travaux de restauration, ce lieu réunira les collections du musée de l'Horlogerie de Morteau et du musée de la Montre de Villers-le-Lac. Grâce à cette adhésion, le futur musée peut dès à présent participer aux actions du collectif, notamment en matière d'ingénierie et de développement.

DEVELOPPEMENT

- **Le 1^{er} octobre** : atelier au FRAC Franche-Comté (Besançon) animé par Guestviews autour de 2 thématiques : La très grande satisfaction et L'accueil des familles au musée avec l'intervention de nombreux témoins (Philharmonie des enfants, Planète Pilote, Atelier Rodin, Orsay en fête, Quai des petits, Bienvenue au cantonnement ...).
- **Le 18 octobre** : restitution du diagnostic marketing Culture / Patrimoine
 - Synthèse des enseignements des 12 diagnostics de sites culturels et patrimoniaux réalisés
 - Mise en lumière des problématiques et enjeux transverses aux différents sites
 - Identification de leviers pour une attractivité forte des destinations La Bourgogne, Montagnes du Jura, Vosges du Sud, auprès de clientèles multiregistres avec un intérêt pour les sites culturels et patrimoniaux
 - Partage et échanges sur le diagnostic, les perspectives et les voies d'actions partagées au sein du collectif Patrimoine
- **Le 18 octobre**: réunion avec la Direction de la Culture / patrimoine du Conseil régional pour finaliser la préparation de la rencontre régionale "Patrimoine et numérique" qui aura lieu le 21 novembre à la Saline royale d'Arc-et-Senans. BFC Tourisme participera à une table ronde et à un atelier sur l'amélioration de sa visibilité sur Internet grâce à Décibelles Data.

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

PARTENARIAT AVEC LE MAGAZINE DE VOYAGE EN LIGNE BOBINE

Destination La Bourgogne

- **Courant octobre** : publication de l'article consacré à Paray-le-Monial et au Creusot. Cette publication sera accompagnée de posts sur les réseaux sociaux du média, ainsi que d'une mise en avant dans la newsletter d'octobre.

Destination Montagnes du Jura

- **Le 14 octobre** : réunion de préparation du troisième et dernier tournage de BOBINE magazine. Ce tournage aura lieu dans le Haut-Jura autour du thème des savoir-faire, en collaboration avec l'OT Haut-Jura Saint Claude et l'Espace des Mondes Polaires de Prémanon.

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE HABITANTS

RESEAUX SOCIAUX / FACEBOOK

- **Le 23 octobre** : partage de la série de podcasts "Envolées Contées" pour plonger dans des histoires des sites UNESCO de Bourgogne-Franche-Comté.



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE ITINERANCE

VIE DU COLLECTIF

- **Le 1^{er} octobre** : réunion des animateurs des contrats de canaux : présentation de l'évolution de la politique de valorisation touristique des voies navigables de la Région et présentation des contrats par les animateurs.
- **Le 17 octobre** : réunion EuroVélo 6 : "Quelles suites collectives à l'étude marketing?"

DEVELOPPEMENT

- **Le 8 octobre** : participation au COPIL de l'Observatoire National du Tourisme Fluvial.

Objectif :

- dresser le bilan de la saison 2024,
- préparer l'enquête pour 2025,
- travailler sur les prochaines publications nationales et sur les avancées du projet de collecte de données via France Tourisme Observation.

RETOUR SUR ...

CAMPAGNE FLUVIALE (sponsorisation du 26/08 au 07/10)

- **Bilan au 27 septembre.**
 - Impressions (nombre de personnes qui ont vu l'IE) : 1 019 765
 - Couverture (nombre de personnes uniques touchées) : 445 788
 - Vues de page de destination : 18 370 : Le nombre important de vues de page de destination (18 365) montre que les liens ont bien été consultés et démontre une nouvelle fois l'intérêt que porte la cible envers cette IE itinéraire fluvial
 - Coût par vue de page de destination : 0,09 €, ce qui est excellent, le ciblage est bon et la pub plait.
 - Clics sur un lien : 19 922
 - Durée de visionnage de l'IE : 15 secondes, ce qui est un très bon score
 - Pourcentage de visionnage de l'IE : 52 %
 - Coût par clic sur un lien : 0,08 €

FILIERE OENOTOURISME

VIE DU COLLECTIF

- **Le 8 octobre** : Commission Promotion et Communication de la Fédération Vignobles et Découvertes
- Co-financement et lancement de l'étude "actualisation des chiffres de fréquentation de l'œnotourisme" par Atout France. Relais de celle-ci auprès des labellisés Vignobles et Découvertes de BFC.

DEVELOPPEMENT

- **FASCINANT WEEK-END**
 - Mise en ligne du teaser Fascinant week-end sur les sites bourgogne-tourisme.com et bourgognefranchecomte.com
 - Mise à jour des pages dédiées à l'évènement.
 - Création d'un kit de communication et d'un programme des animations pour le Fascinant Week-end

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- Campagne online [Terres de Vins](#) à l'automne :
 - 1 article dédié sur le site + Facebook, instagram et newsletter
 - 1 jeu concours (à gagner : une dégustation vin & truffe au domaine Rion) relayé dans une newsletter dédiée et sur les réseaux sociaux
- Préparation de l'opération dédiée au collectif œnotourisme à Londres et envoi des invitations aux membres du collectif pour participer à l'évènement. **L'action aura lieu le 26 novembre 2024.**

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE HABITANTS

- **Campagne Fascinant Week-end** : pour cette nouvelle campagne, plusieurs formats seront diffusés sur Facebook et Instagram :
 - Sponsorisation d'une vidéo à visionner ici : <https://youtu.be/la7hODgnjjo>
 - Diffusion de 2 carrousels créatifs pour mettre en avant les temps forts de l'évènement.
 - Mise en ligne de tous les programmes des partenaires pour ce weekend / [voir ici](#)

FILIERE GASTRONOMIE

PROMOTION



PAYS-BAS

- **Du 1er au 4 octobre** : accueil du magazine de voyages **TRAVELBOOK**
 ⚠️ suite démarchage du début d'année et workshop presse
Thème de l'accueil : la Vallée de la Gastronomie France : visite de la Maison Doucet, du Charolais, de la Côte de Beaune, de la Côte de Nuits et de Dijon.

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

OBSERVATION / ORT

TOURISME FLUVIAL

- **Le 8 octobre** : participation au COPIL de l'Observatoire National du Tourisme Fluvial. L'objectif sera de dresser le bilan de la saison 2024, de préparer l'enquête pour 2025, ainsi que de travailler sur les prochaines publications nationales et sur les avancées du projet de collecte de données via France Tourisme Observation.
- **Le 22 octobre** : réunion CRT/ADT-CDT sur les thèmes de l'ingénierie et de l'observation, afin de faire le point sur les dossiers en cours et de préparer l'année 2025.
- Réalisation de la note de conjoncture de fin de saison estivale 2024, pour un bilan de saison à fin septembre/début octobre.
- Participations aux webinaires liés à la démarche du BEGES (Bilan des Emissions de Gaz à Effet de Serre) dans le domaine du tourisme.

INGÉNIERIE

- **Le 18 octobre** : restitution du diagnostic marketing Culture / Patrimoine
 - Synthèse des enseignements des 12 diagnostics de sites culturels et patrimoniaux réalisés
 - Mise en lumière des problématiques et enjeux transverses aux différents sites
 - Identification de leviers pour une attractivité forte des destinations La Bourgogne, Montagnes du Jura, Vosges du Sud, auprès de clientèles multiregistres avec un intérêt pour les sites culturels et patrimoniaux
 - Partage et échanges sur le diagnostic, les perspectives et les voies d'actions partagées au sein du collectif Patrimoine

RETOUR SUR ...

- **Le 26 septembre** : COPIL France Tourisme Ingénierie
-

QUALITE TOURISME

- Nouveaux labellisés en Bourgogne-Franche-Comté
 - Restaurant L'Anversis à Lamoura,
 - la Maison du Parc à Saint-Brisson,
 - le Musée Vauban à Saint-Léger-Vauban
 - le Musée du Temps à Besançon,
 - le Musée de l'Élevage et du Charolais à Moulins-Engilbert,
 - le Mémorial de Dun-les-Places,
 - la Maison du Patrimoine Oral de Bourgogne à Anost,
 - la Maison du Haut à Saint-Lothain, l
 - Les Cité des Climats et Vins de Bourgogne
 - le Vini Hôtel à Beaune,
 - le Parc Dino-Zoo à Charbonnières-les-Sapins,
 - la Vieille Auberge du Lac à Saint-Agnan,
 - le Musée des Beaux-Arts et d'Archéologie de Besançon
 - le Domaine Park & grill à Couches.

ACCOMPAGNEMENT DES OT

QUALITÉ

- ↳ **Le 11 octobre** : temps d'échange pour détailler les nouveaux référentiels Destination d'excellence avec ADN

FORMATION

- ↳ **Le 4 octobre** : webinaire sur la thématique RSE pour mettre en avant les actions de formations programmées sur cette thématique. Organisé par la MASCOT et l'AFDAS dans le cadre de Booster Tourisme
- ↳ **Le 8 octobre** : commission formation dont l'objectif sera de définir les thèmes de formation prioritaires pour le réseau des OT / ADT / CRT et relais des gîtes de France en BFC pour l'année 2025.
- ↳ **RAPPEL**
Le plan de formation MASCOT 2024 est ouvert aux salariés des OT, CRT, ADT/CDT et relais départementaux des Gîtes de France de la région. Vous pouvez [consulter le plan de formation MASCOT 2024 ici](#).
Pour en savoir plus, contacter Céline Barbier / c.barbier@mascotbfc.com

AUTRES ACTIONS

ATTRACTIVITE RÉSIDENIELLE

- ↳ **Le 1er octobre** : participation à la soirée de lancement du site internet "Venez vivre en Bourgogne Franche-Comté, c'est Franchement bien" organisé par la région.
- ↳ **Le 23 octobre** : réunion des relais territoriaux de 2024.
- ↳ **Le 24 octobre** : journée de formation à l'OT du Pays de Montbéliard pour toute l'équipe sur SADI / Attractivité Résidentielle / Décibelles Data.

**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.