BILAN PLAN D'ACTIONS 2024

COLLECTIF OENOTOURISME

- Bilan 2024
- Réflexion plan d'actions 2025

Cave de la Cité de la Gastronomie et du Vin - Dijon
07 novembre 2024

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

SOMMAIRE

01 Retour sur l’année 2024

Action de développement

- **Actions de marketing** : ateliers personae et accompagnement des destinations Vignobles & Découvertes
- **Action d’observation** : étude « fréquentation de l’oenotourisme dans le vignoble Français » par Atout France, Fairguest, ….
- **Animation du label Vignobles & Découvertes :** cotisations fédération V&D, commissions FWE, développement du Fascinant Week-end 2024
- **Supports de communication :** reportages photos, développement des contenus VisitFrenchWine,

Actions de promotion / communication « cible expert »

- **BtoC :** Campagne de communication « Terre de vins » en partenariat avec les trophées de l’oenotourisme 2024
- **BtoB :** Workshop « Destination Vignobles » et prétour, eductour agences réceptives à la suite du workshop à Paris, évènement presse et BtoB à Londres

Actions de promotion / communication « cible explorateur et tendance » avec les marques de destination La Bourgogne et les Montagnes du Jura ainsi que la signature Sortez chez vous.

02 Pistes de réflexion actions 2025 : nouvelle formule

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

Composition du collectif

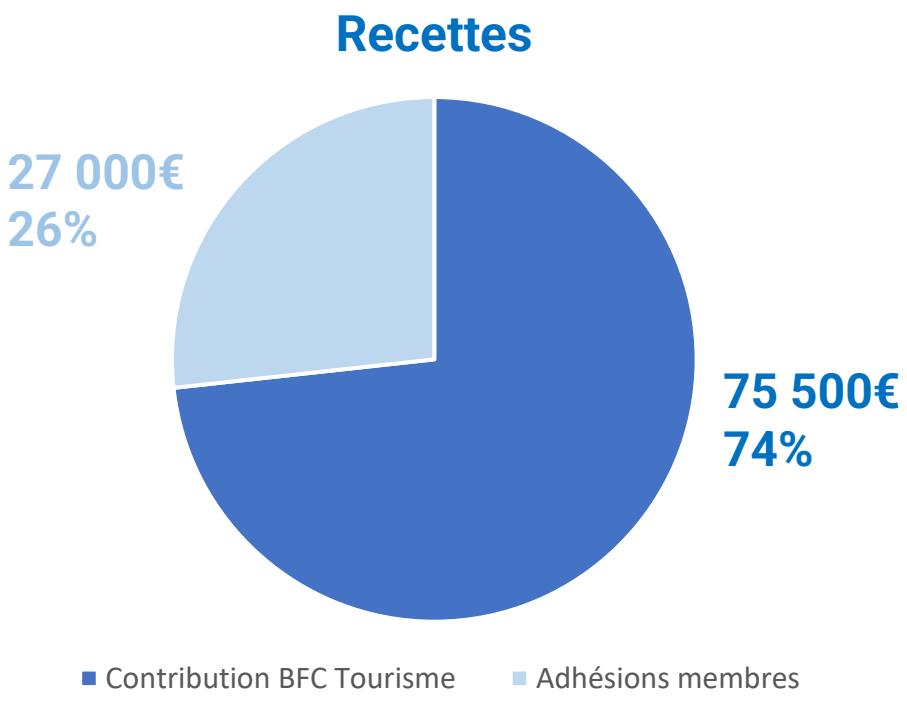
33 membres dont :

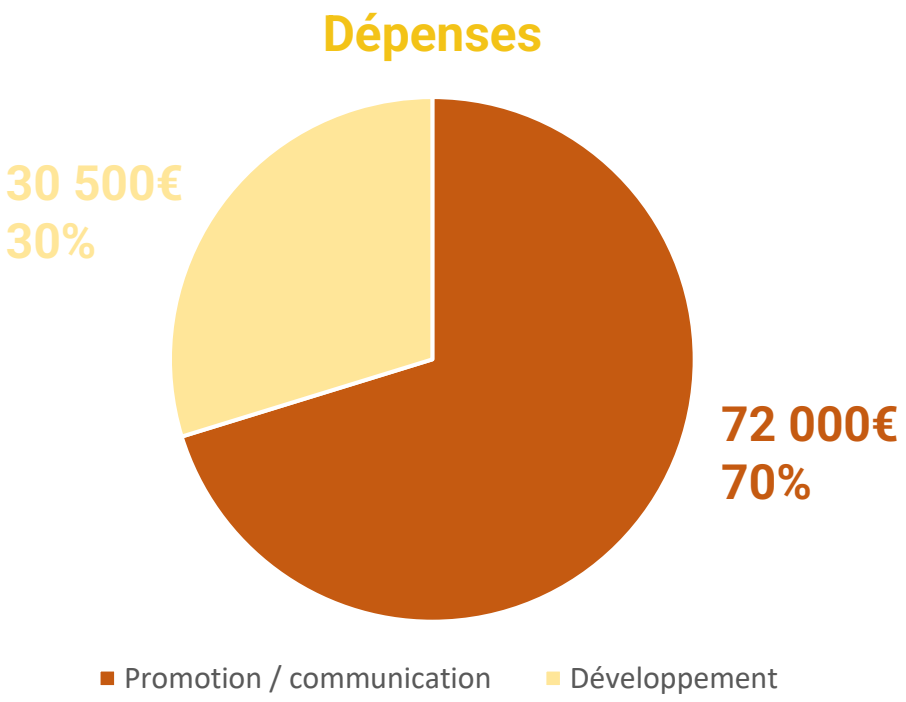
- **5 destinations Vignobles & Découvertes** : *Route des vignobles de l'Yonne, Vignoble du Jura, Route du Crémant de Bourgogne, Route des Grands Crus, Couchois Côte Chalonnaise et Mâconnais*
- **28 prestataires Vignobles & Découvertes** dont :
  - 12 domaines viticoles : *Gavignet, la Croix Montjoie, Olivier Leflaive, Château du moulin-à-Vent, Prosper Maufoux, Château de Pommard, Jean Loron, Château Philippe Le Hardy, La Chablisienne, Domaine Rion, Chanzy, Domaine Gueguen*
  - 6 hébergements : *Divines Bourgogne, Le Richeboug, Hostellerie de Levernois, Cèdre & Spa, Les Sarments, Château de la Villeneuve*
  - 2 sites de visites : *Cités des Climats et vins de Bourgogne, Ferme Fruirouge*
  - 2 réceptifs : *Divignes Bourgogne, Active Tours*
  - 6 offices de tourisme : *Beaune & Pays Beaunois, Tournus, Gevrey-Nuits, Dijon, Cœur de Loire, Grand Chalon*

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

Budget du collectif

Budget global : 102 500€





BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

01

Retour sur
le plan d'actions 2024

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ
TOURISME

Actions de développement

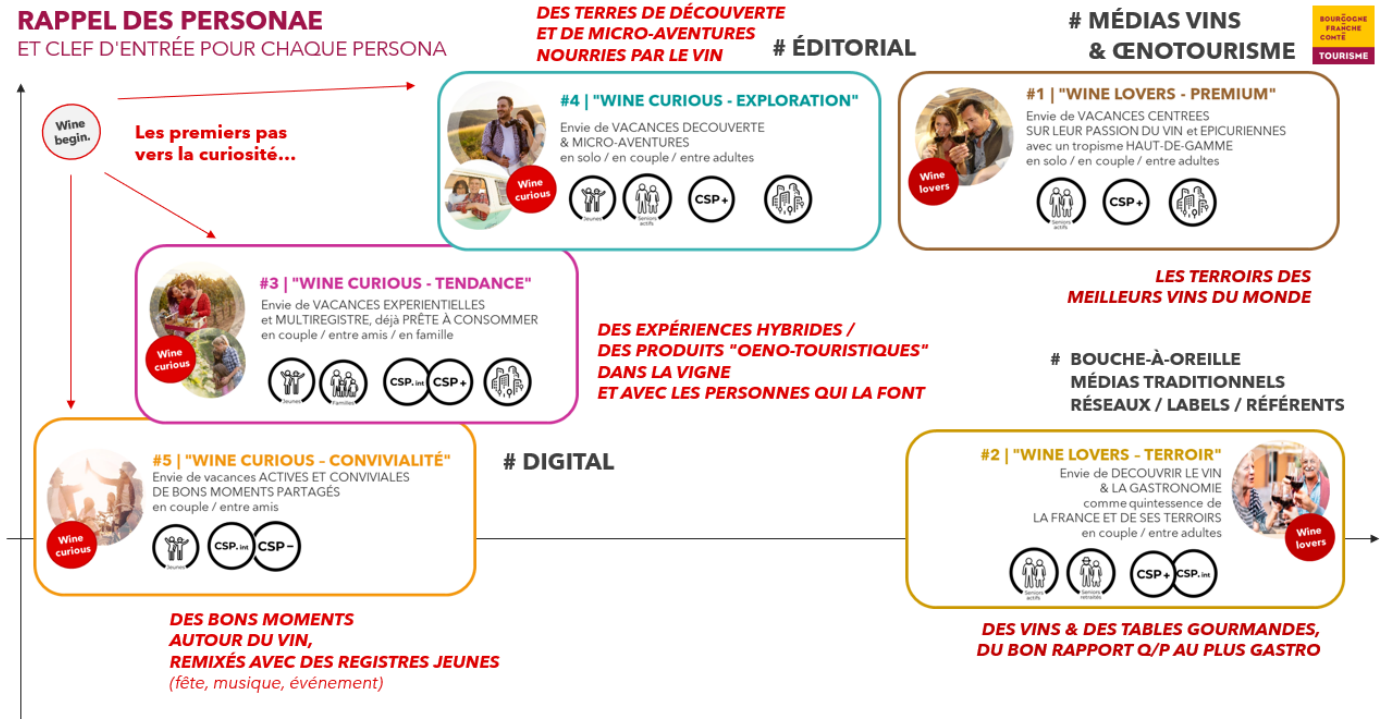
MARKETING

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

Marketing

Ateliers de preuves par persona – suite étude « positionnement des destinations V&D de BFC »

Rappel des « nouveaux » personae prioritaires :



3 ateliers :

- **Terroir** – 06/03/24
- **Tendance** – 30/05/24
- **Convivialité** – 07/11/24

Objectif des ateliers : élaborer un **"cahier de preuves" pour chaque persona**, recensant les expériences à vivre correspondant aux attentes de la cible dans chaque destination Vignobles & Découvertes et vous permettre de vous approprier ces nouvelles personae

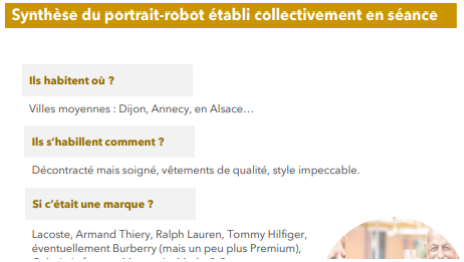
Les livrables « Terroir » et « Tendance » ont été transmis aux membres du collectif.

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

Marketing

Ateliers de preuves par persona – suite étude « positionnement des destinations V&D de BFC »

Présentation de la persona



BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

Recensement d'offres

Marketing

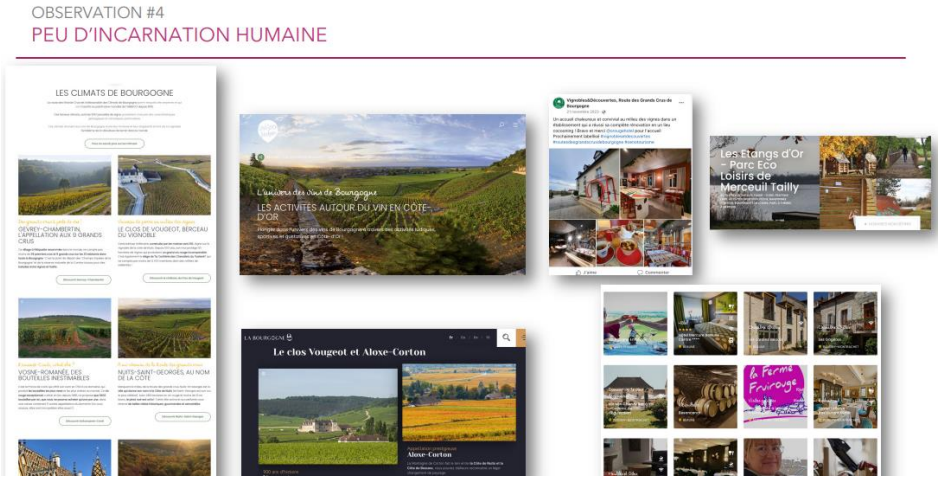
Accompagnement des destinations V&D à s'approprier les conclusions de l'étude « positionnement marketing V&D »

Au programme pour chacune des destinations volontaires :

1. **Choix de la persona prioritaire** en cohérence avec le positionnement de la destination
2. **Analyse des outils de communication** de la destination pour toucher la persona choisie
3. **Réflexion sur des actions à mettre en œuvre** pour conquérir la persona choisie

Accompagnement des destinations V&D volontaires (cofinancé à 50-50 entre les destinations et le collectif) :

- **Route des Grands Crus de Bourgogne -** *persona « tendance »* (finalisé)
- **Couchois, Côte Chalonnaise et Mâconnais -** *persona « tendance »* (finalisé)
- **Sancerre – Pouilly – Giennois -** *persona « convivialité » et « terroir »* (en cours)



BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

Actions de développement

OBSERVATION

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

Observation

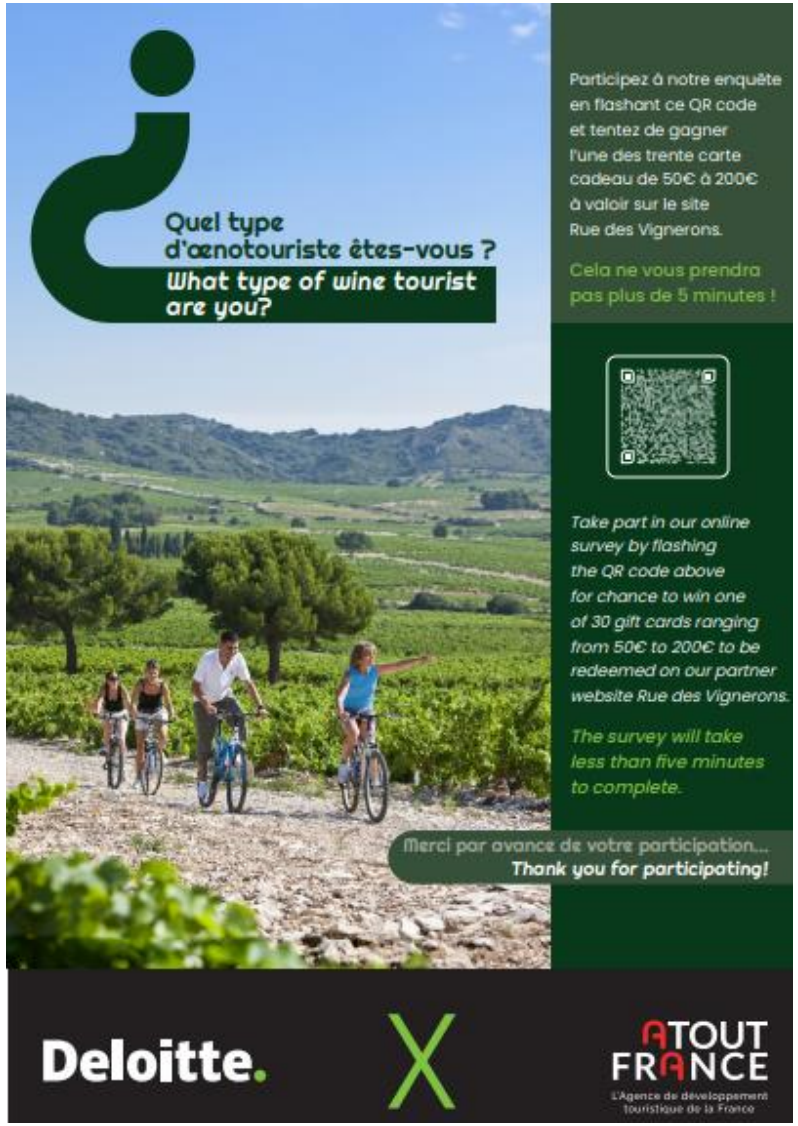
Avec Atout France : étude de fréquentation de l'oenotourisme dans les vignobles français

Objectif : disposer de données actualisées des flux oenotouristiques en France, lisibles nationalement et par grandes régions viticoles.

Méthode : deux questionnaires en ligne permettant de collecter des données concernant à la fois l'offre et la demande :

- Un **questionnaire Offre/Acteurs** diffusé à l'ensemble des caves et musée du Vin labélisés Vignobles & Découvertes
- Un **questionnaire Demande/Œnotouristes** visant à interroger des œnotouristes volontaires visitant les caves et musée du Vin labélisés Vignobles & Découvertes

Résultats attendus avant la fin 2024



BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

Observation
Fairguest

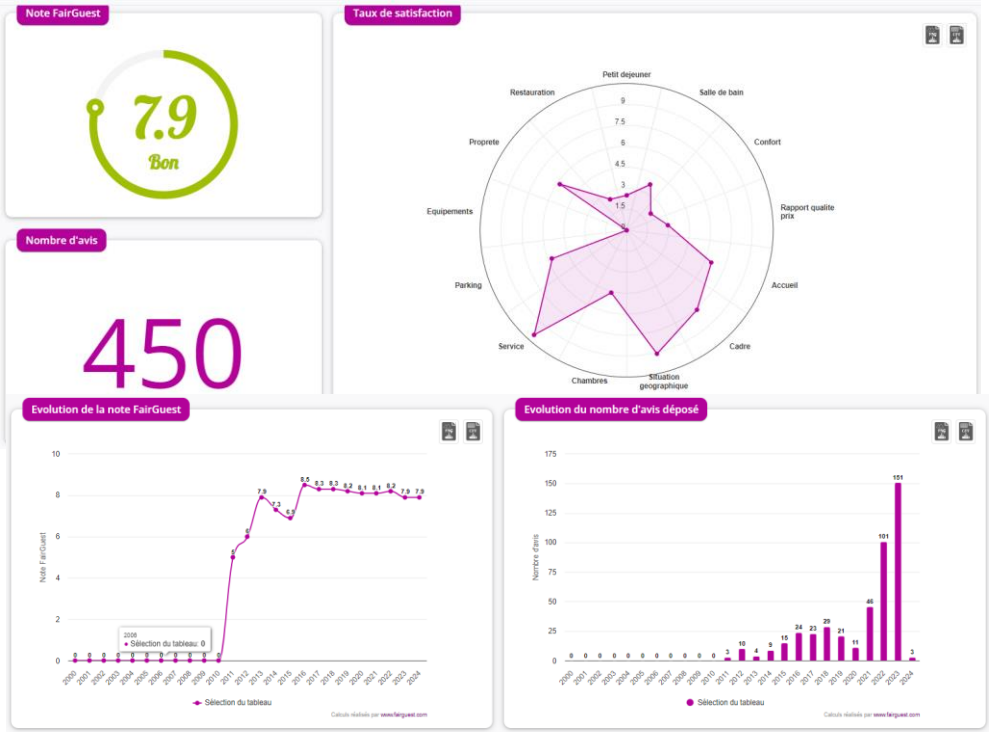
FAIRGUEST

Suivi de votre e-réputation

Outil mis à disposition (compte start) de l'ensemble des membres : accès à votre tableau de bord Fairguest

Suivi de l'e-réputation V&D :

De chaque destinations V&D par typologie de labellisés



NOTE FAIRGUEST AOUT 2023-AOUT 2024

	NOTE GLOBALE	HOTEL	CAMPING	HEB LOCATIFS	VILLAGES VACANCES	RESTAURANTS	ACTIVITES	SITE DE VISITE	DEGUSTATIONS	ORGANISMES
V&D BFC	**8,7**	**8,4**	**8,4**	**9,3**	**9,3**	**8,5**	**9,2**	**9,2**	**9,2**	**9,1**
V&D Route des Grands Crus de Bourgogn	8,6	8,3	NC	9,4	9,4	8,3	9,3	9,3	9,1	8,9
V&D Route du Crémants de Bourgogne	8,8	8,6	8,7	8,8	NC	8,6	8,6	9,4	9,9	
V&D Vignoble du Jura	8,8	8,5	NC	NC	9,3	8,9	7,2	9,2	8,8	9
V&D Couchois, Côte Chalonnaise, Mâcon	8,9	8,7	NC	9,3	9,8	8,8	9,4	9,2	9,4	8,9
V&D Vignoble de l'Yonne	8,7	8,4	8,4	8,7	NC	8,7	9,4	9,4	9,4	9,7
BFC	**8,3**	**8**	**8,6**	**9,2**	**8,7**	**8,5**	**9,1**	**9,1**	**9,2**	**9,1**

FRANCHE COMTÉ TOURISME

Actions de développement

ACCOMPAGNEMENT DES MEMBRES

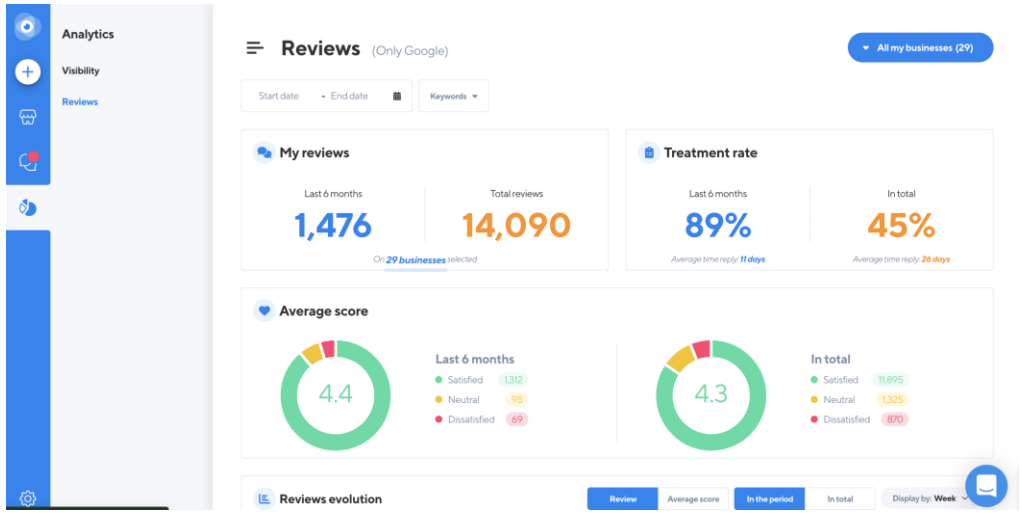
BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

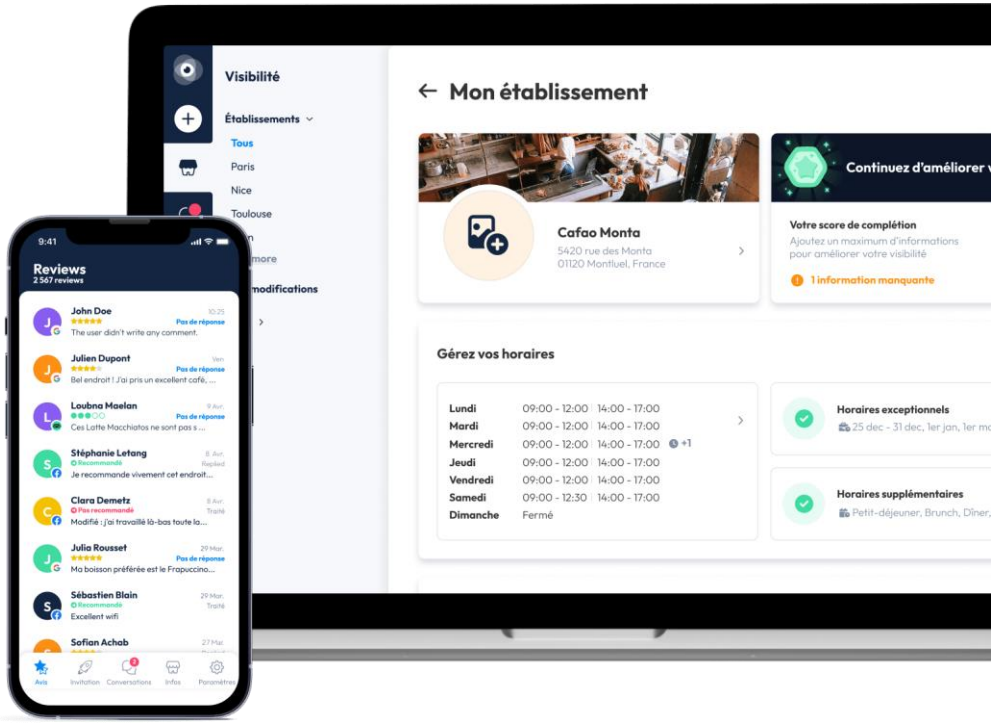
Accompagnement des membres
Partoo

PARTOO

Optimisation de votre visibilité digitale

Ouverture d’un compte Partoo à l’ensemble des membres du collectif pour être mieux référencé sur Google.





BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

Actions de développement

ANIMATION DU LABEL VIGNOBLES & DÉCOUVERTES

vignobles & découvertes

France

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ

TOURISME

Animation du label Vignobles & Découvertes

Fédération Vignobles & Découvertes

- **Prise en charge par le collectif œnotourisme d'1/3 du montant des adhésions des destinations V&D à la fédération nationale.**
- Avec les porteurs de destinations Vignobles & Découvertes de BFC, **participation aux commissions de la fédération V&D** :
  - Evolution du label Vignobles & Découvertes (Marie Antoine, Route des Grands Crus)
    - Les demandes d'évolution (passage de la durée du label de 3 à 5 ans, création d'un socle qualitatif commun pour les domaines viticoles, segmentation de l'offre, renforcement des attendus pour les autres catégories de labellisés) ont été transmises au ministère dans l'attente d'un retour.
  - Promotion / communication de la fédération nationale Vignobles & Découvertes :
    - Promotion de l'évènement national Fascinant Week-end
    - Développement des réseaux sociaux de la fédération Vignobles & Découvertes
    - Création d'un site internet dédié à la fédération Vignobles & Découvertes pour le grand public (présentation du label, des destinations V&D, des labellisés et du Fascinant Week-end)
  - Animation du label V&D (Antoine Poirier, Couchois, Côte Chalonnaise et Mâconnais et Lucile Bassard, Vignoble du Jura)
    - Organisation du séminaire des destination V&D de France
    - Mise en place d'une newsletter interne au réseau
    - Création d'un centre de ressource à destination des labellisés Vignobles & Découvertes

Animation du label Vignobles & Découvertes

Organisation et promotion du Fascinant Week-end

Le Fascinant Week-end : 11ème édition du 18 au 20 octobre 2024 avec pour objectif **d'animer le label Vignobles & Découvertes** avec un évènement national regroupant de **nombreuses activités pour faire découvrir le vignoble français**.

Avec les porteurs de destinations Vignobles & Découvertes, **mobilisation d'activités dans les destinations V&D de la région** :

- Participation de **5 destinations Vignobles & Découvertes de BFC à l'évènement** (39 offres) :
  - Couchois, Côte Chalonnaise et Mâconnais : 9 offres
  - Route des Grands Crus : 23 offres
  - Vignoble du Jura : 1 offres
  - Route des vignobles de l'Yonne : 3 offres
  - Route du Crémant de Bourgogne : 3 offres

Le Fascinant Week-end

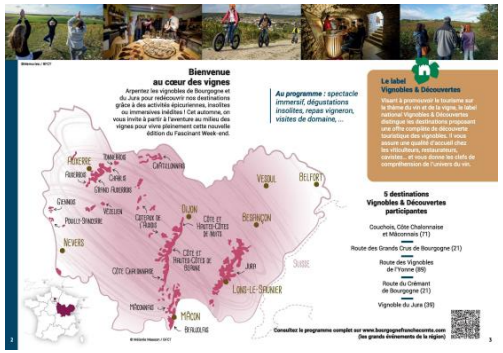
Animation du label Vignobles & Découvertes

Organisation et promotion du Fascinant Week-end

Outil de communication : à destination des participants et des offices de tourisme

#1 Création d'un teaser dédié à l'évènement

#2 Création d'un programme des animations



#3 Diffusion d'un kit de communication aux participants afin de communiquer sur leur évènement

Animation du label Vignobles & Découvertes

Organisation et promotion du Fascinant Week-end

Communication régionale : réalisée par BFCT dans le cadre de la signature Sortez chez vous

#1 Une page web dédiée sur le site

4 JOURS DE DÉCOUVERTES ŒNOLOGIQUES UNIQUES !

Bienvenue au cœur des vignes

Du 19 au 22 octobre, le vin sera à l'honneur ! Et avec lui, tout le **savoir-faire** qui fait la **renommée** des vignobles de Bourgogne et du Jura. Bienvenue au cœur des vignes : arpentez les vignobles de Bourgogne et du Jura pour redécouvrir nos destinations grâce à des activités inédites ! **Cet automne**, on vous invite à **partir à l'aventure au milieu des vignes** pour vivre pleinement cette nouvelle édition du Fascinant Week-end. Au programme, *soirée de gala, spectacle immersif, balade à vélo dans les vignes, dégustations insolites...*

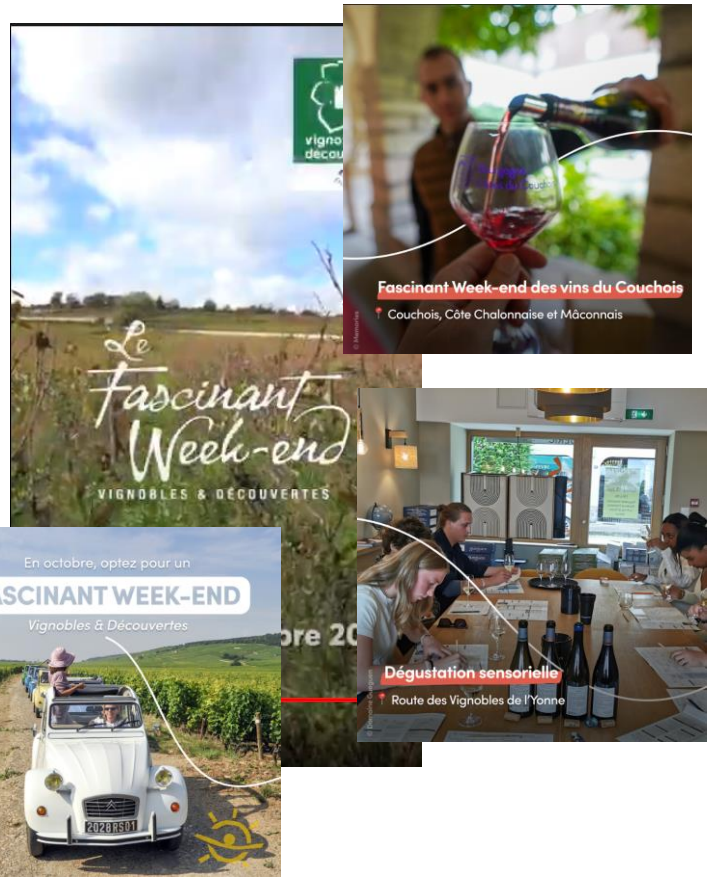
« Vivez nos destinations Vignobles & Découvertes le temps d'un week-end Fascinant »

Tous les événements

Statistiques (depuis fin août) :

- 3 059 vues
- 43 s passées sur la page
- 6,4% d'interaction sur la page

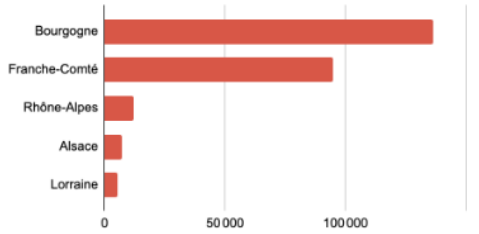
#2 Campagne sponsorisée

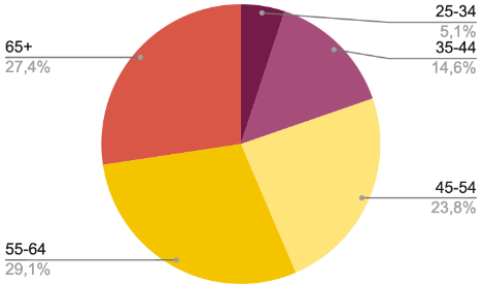


Statistiques (depuis fin août) :

- 826 420 impressions totales
- 3 302 clics sortants
- 27 460 Thruplays

Les personnes touchées :





Animation du label Vignobles & Découvertes

Organisation et promotion du Fascinant Week-end

Communication nationale : réalisée par BFCT dans le cadre de la marque La Bourgogne

#1 Une page web dédiée sur le site

Statistiques (depuis fin août) :

- 1 082 vues
- 52 s passés sur la page
- 12,8% d'interaction sur la page

#2 Prise de parole dans la campagne « automne en Bourgogne » des évènements qualifiés automne

#3 Diffusion du teaser dédié sur les réseaux La Bourgogne

Actions de développement

SUPPORTS DE COMMUNICATION

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

Supports de communication
Reportage photos / vidéos œnotourisme

Objectif : créer des contenus animés, immersifs, et axés sur des expériences originales, mettant en scène des "touristes" pour rendre ces contenus inspirants et attractifs, en lien avec nos personae.

Supports de communication
Publication d'articles sur Visitfrenchwine

Site internet mis en place par Atout France pour **promouvoir l'œnotourisme français auprès des Français mais aussi des touristes internationaux** (39% de visiteurs internationaux). Les articles sont publiés obligatoirement en FR et en GB

- **4 articles en ligne cette année** : Ferme Fruirouge, domaine Céline & Frédéric Gueguen, Paulée de la Côte Chalonnaise et Bar à vins en Bourgogne

La Côte chalonnaise vibre au rythme de la Paulée

Trois jours de festivités pour célébrer la fin des vendanges

Escapade fruitée à la Ferme Fruirouge

Une ferme fruiticole 100% bio qui célèbre les richesses du terroir bourguignon

Situé à cheval entre le vignoble de Chablis et le vignoble de l'Auxerrois, le Domaine Céline & Frédéric Gueguen cultive une multitude de climats avec une seule et même passion pour la richesse du territoire viticole chabilisien.

Né de la vendange de 2013, le **Domaine Céline & Frédéric Gueguen** met du cœur à l'ouvrage pour faire rayonner la **panoplie de cépages** plantés sur ses 36 hectares d'exploitation. Le **sauvignon**, **l'aligoté**, la **sacy**, le **pinot noir** et le **césar** s'épanouissent en effet dans les rangées de vignes de la propriété, sans oublier bien entendu le roi du vignoble, le fameux **chardonnay** !

Céline & Frédéric Gueguen
5 bis, rue Jules Rathier
89800 Chablis

Tél. : 03 86 81 52 56
E-mail : welcome@chablis-gueguen.fr

EN SAVOIR PLUS
› Domaine Céline & Frédéric Gueguen

Refonte 2025 :
remise à plat de la stratégie du site internet VisitFrenchWine.com
Possible refonte du site, orientation autour des réseaux sociaux, …

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

Supports de communication

Développement des contenus sur nos sites web

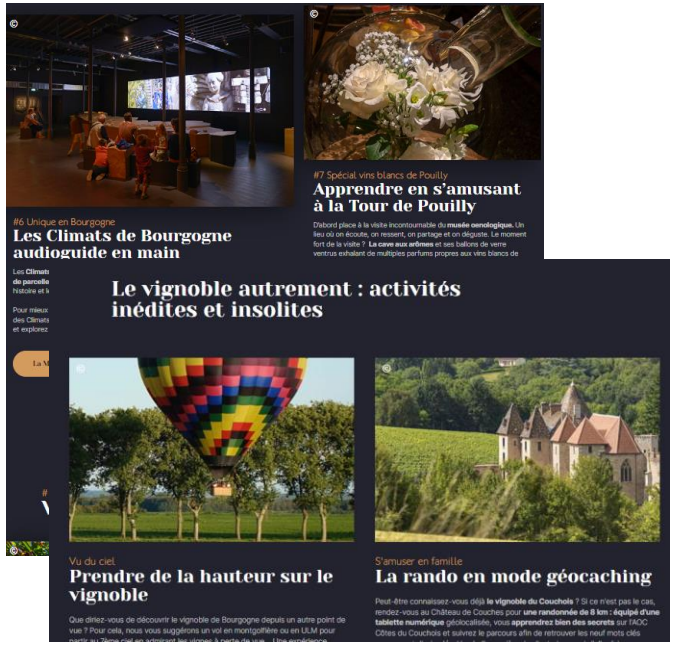
LA BOURGOGNE

Refonte des pages destinations V&D pour mieux mettre en avant les labellisés :

- Couchois, Côte Chalonnaise et Mâconnais
- Route des Grands Crus de Bourgogne
- Route du Crémant de Bourgogne
- Sancerre-Pouilly-Giennois
- Route des Vignoble de l'Yonne

Création de contenus inspirants en lien avec la persona « explorateur »

- 10 visites pour devenir incollable sur les vins de Bourgogne
- Le vignoble de Bourgogne, des activités pour tous
- Les 10 caves incontournables



Contenus multithématiques

- Il pleut ! Que faire en Bourgogne ?
- Il fait trop chaud ! Que faire en Bourgogne ?
- Les copines d'abord, en Bourgogne Coeur de Loire !

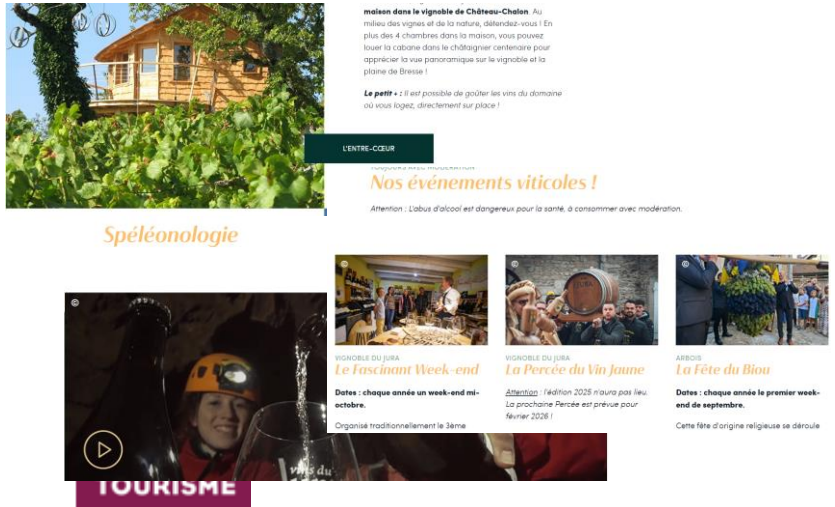
Supports de communication

Développement des contenus sur nos sites web

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

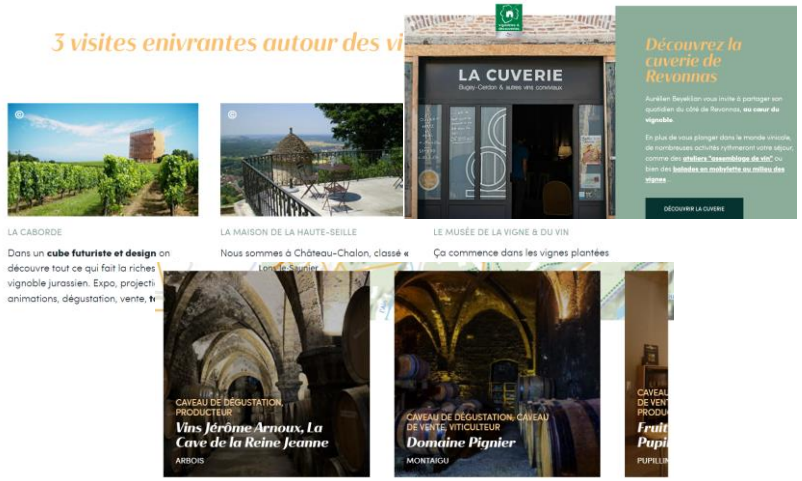
Création de contenus dédiés à l'oenotourisme :

- Top des hébergements dans le vignoble
- Spéléo-fondue, une aventure unique
- En cours : nos activités pour s'aventurer dans le vignoble du Jura
- En cours : Destination Vignobles & Découvertes du Vignoble du Jura
- Top des évènements gourmands



Refonte de page « vins et gastronomie » pour y ajouter des offres touristiques

- Le vin de paille, le nectar du Jura
- Le Macvin du Jura : vin de liqueur subtil
- Le vin jaune, l'or du jura
- Vins du Bugey : confidentiels et exceptionnels
- Entrez dans les secrets du Cerdon
- Visites gourmandes autour de nos produits locaux



Contenus multithématiques :

- Week-end entre vignobles et reculées du Jura
- Week-end balade, rencontres et dégustation dans le Jura
- Week-end vin, gastronomie et visites au cœur du Jura

Supports de communication

Développement des contenus sur nos sites web

sortez chez vous en Bourgogne-Franche-Comté

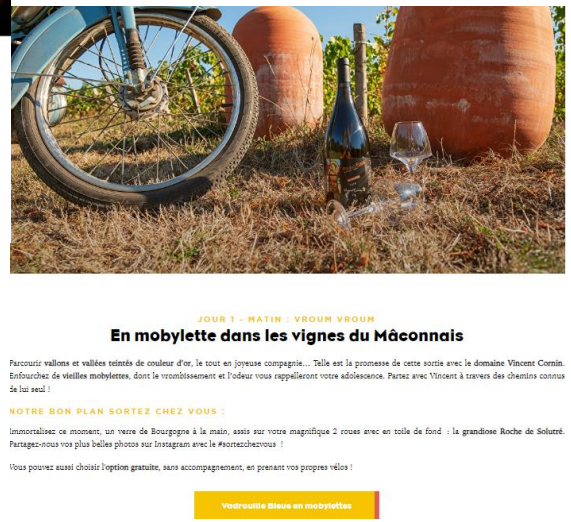
Création de contenus dédiés à l'oenotourisme :

- Activités autour du vin
- A pied dans le vignoble
- A vélo dans le vignoble
- Dormir chez le vignoble
- Top des restaurants dans le vignoble
- Evènement 100% épicuriens

COMTÉ TOURISME

Contenus multithématiques :

- Escapade familiale sur le Tour de Bourgogne à vélo
- Week-end épicurien en Bourgogne du Sud
- Quoi faire les jours de pluie ?



Actions de

PROMOTION/COMMUNICATION

CIBLES AFFINITAIRES

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

Actions de communication BtoC

PARTENARIAT Terre de Vins

Modalités de partenariat :

- Soutien des **Trophées de l'oenotourisme 2024 à La Cité des Climats et des vins de Bourgogne** à Beaune pour la 1ère fois en région BFC.
  - Résultats : 5 lauréats régionaux sur les 18 prix décernés.
  - Belles reconnaissances et mises en lumière pour le vignoble de Bourgogne et du Jura

- **½ pages dédiés dans le magazine Terre de Vins** de juin 2024 dédié à l'oenotourisme.

- **1 pack BtoC** comprenant un article sponsorisé sur le site Terredevins.com, 1 post facebook, 1 story instagram et 1 bannière newsletter

- **1 pack jeu** comprenant une newsletter dédiée au jeu concours (66 000 destinataires), présence dans la rubrique du site, 1 post facebook et 1 post instagram

[Publi-Info] Dans nos terres de vins de Bourgogne et du Jura, l'automne a du goût

Dans nos terres de vins, le temps a du goût.

Amoureux de la France et de ses terroirs, prenez le temps de savourer chaque seconde passée dans les terres de vins de Bourgogne et du Jura. Car ici le temps a façonné les vignobles, préservé de somptueux paysages, consacré un patrimoine historique remarquable et une gastronomie aussi riche que variée.

Partez à la rencontre de femmes et d'hommes passionnés qui font la renommée de nos pépites au fil des saisons : parcours dans les vignes, visite de caves ou d'une tonnellerie, dégustation de vins d'une exceptionnelle diversité aromatique et gustative.

Puis, d'un terroir à l'autre, appréciez les spécialités qui incarnent l'essence même de nos traditions culinaires : volaille de Bresse, bœuf charolais, escargots, truffes, saucisse de Morteau, Époisses, Morbier, pain d'épices, chocolats... Chaque produit reflète un savoir faire local mûri avec le temps et transmis de génération en génération.

Dans nos bonnes tables, de la plus champêtre à la plus gastronomique, ne manquez pas de déguster des œufs en meurette, de goûter au jambon persillé ou de vous délecter d'un soufflé au Comté...

Prenez le temps de prendre le temps et capturez l'âme de nos vignobles et de nos terroirs : authenticité, goût et passion vous attendent !

LA BOURGOGNE

jura

1er bilan :
- Article BtoC : 113 clics depuis l'article
- Instagram : 804 impressions
- Facebook : 3502 impressions

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

Action de promotion BtoB – multi marché

Eductour agences réceptives parisiennes (suite opé 2023)

Pourquoi ?

- Continuité de la soirée promotion et presse dédiée au collectif œnotourisme 2024
- Présenter aux réceptifs nos partenaires régionaux présents lors de l'opération

Participants :

- Servitours : https://servitours.fr/
- Meeting the French : https://www.meetingthefrench.com/
- Panda Voyages : http://www.pandavoyages.com/
- Kuoni GTS Tumlare : www.kuonitumlare.com
- Lafayette Trave : www.lafayette-travel.com
- La Seine Tours : www.laseinetours.com

Programme : Du 12 au 15 février 2024

12/02 : Route des Vignobles de l'Yonne (Chablisien, Auxerrois, Vézelien)

13/02 : Route des Grands Crus (Dijon, Beaune)

14/02 : Route des Grands Crus (Gevrey, Puligny) et Couchois, Côte Chalonnaise et Mâconnais (Tournugeois)

15/02 : Vignoble du Jura

Bilan :

Kuoni : Création d'un séjour Bourgogne pour l'été 2025 + rédaction article « Bourgogne » sur le site Kuoni

En attente du bilan des autres tour-opérateurs

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

Action de promotion BtoB– multi marché

Destination Vignobles 2024

2 Pré-tours :

1/ De Dijon à Mâcon sur la Vallée de la Gastronomie :

5 TOs accueillis :

Alacarta (**Espagne**), B-Tours (**Belgique**), CRIL PRIVEE ET CIE (**Japon**), PPTMOTORTOUR (**Corée du Sud**), TTWGROUP (**Brésil**)

Programme :

- **Route des Grands Crus de Bourgogne** : ville de Dijon, Cité de la Gastronomie et du Vin, Domaine Rion, Fromagerie Gaugry, Cassissium, Cité des Climats et vins de Bourgogne
- **Couchois, Côte Chalonnaise et Mâconnais** : château de Besseuil, château de la Greffière

2/ Du confidentiel vignoble du Jura aux célèbres vignobles de l'Yonne

7 TOs accueillis :

Croatia Active (**Croatie**), Eturia (**Roumanie**), Freya Tours (**Japon**), Kuonitumlare (**Corée du Sud**), Via Travel (**Georgie**), Wine Voyages (**USA**), Grape escapes (**UK**)

Programme :

- **Vignoble du Jura :** maison du comté, domaine de la Pinte, auberge de Chavannes, Dole, Arbois
- **Route des Vignobles de l'Yonne** : domaine de la Croix Montjoie, Château de Vault de Lugny, Chablis et sa Cité des Climats

Workshop Destination Vignobles – 1er et 2 octobre 2024 - Angers :

- **160 tour-opérateurs invités de 50 pays** leur offrant l'opportunité de découvrir les destinations viticoles françaises.
- **37 tour-opérateurs rencontrés lors de rendez-vous personnalisés** pour promouvoir nos destinations et recueillir leurs attentes.
- 18 partenaires bourguignons et jurassiens présents sur l'espace dédié à la Bourgogne et au Jura

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

Action de promotion BtoB / Presse – marché UK

Opération à Londres – 26/11

Au programme :

- **De 16h30 à 19h : Evènement networking** dédié au collectif œnotourisme BFC organisé avec Atout France :

Lieu : The Westin London City Hotel (bar privatisé)

Objectif : 25 à 30 tour-opérateurs et presse mobilisés

- Présentation par Cécile des vignobles de Bourgogne et du Jura ainsi que celle des partenaires présents.
- Echanges des invités avec les partenaires : chaque partenaire dispose d'une table afin d'échanger avec les invités dans un format assez court. Il faut que les invités puissent voir un maximum de partenaires.
- Dégustation dans le même temps de vins de Bourgogne (crémant, rouge et blanc).

- **De 19h à 21h : Accès / participation à la soirée de noël TRAVYULE** (une cinquantaine de journalistes présents)

Lieu : 1 Moorgate Place London

- Présentation par Atout France de la région BFC.
- Networking (libre et debout, chacun va discuter et rencontrer les journalistes proactivement lors de la soirée)

Les partenaires inscrits :

- Active Tour
- Château du Moulin-à-Vent
- Cité des Climats et Vins de Bourgogne
- Domaine Armelle & Bernard Rion
- Domaine de la Croix Montjoie
- Gevrey-Chambertin Nuits-Saint-Georges Tourisme
- Hôtel Cèdre & Spa – Beaune
- Vignoble du Jura
- Prosper Maufoux – Château de Saint-Aubin
- Bourgogne-Franche-Comté Tourisme

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

Actions de

PROMOTION / COMMUNICATION

CIBLE HABITANTS

sortez chez vous

en Bourgogne-Franche-Comté

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ

TOURISME

Cible habitants

Social média – action multi-filières

Objectif de la campagne : proposer aux habitants de la région des idées de week-ends et excursions multithématique.

Cibles prioritaires :

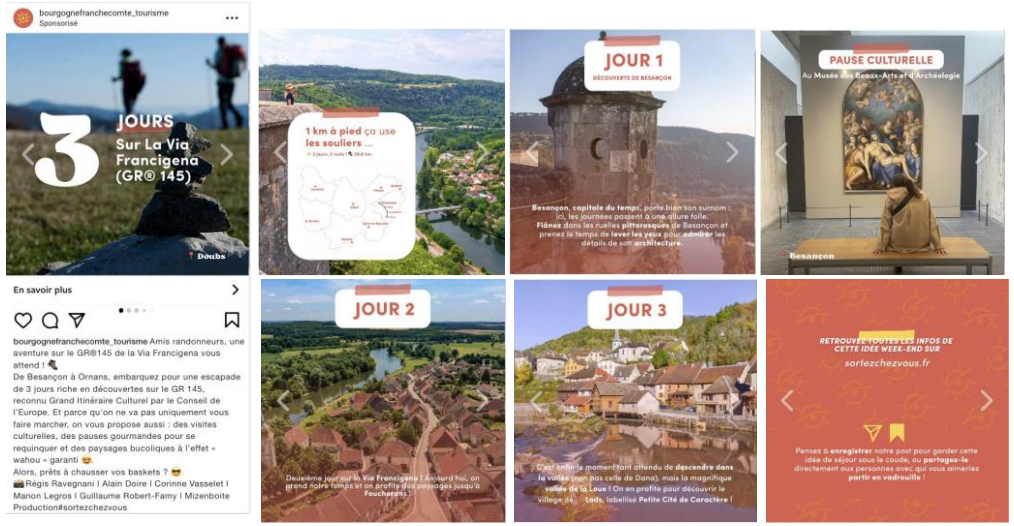
- **Touche à tout tendance :** valoriser tout ce qui fait expérience et travailler la cible familles
- **Sport & convivialité :** toucher les plus jeunes autour de l'outdoor et du festif

Campagne 100% paid instagram du 3 juillet au 23 août

Budget : 5 750€

6 stories ont été diffusées, chacune contenant 2 écrans et montrant différentes idées d'activités et de week-ends

7 carrousels ont été diffusés avec à chaque fois la mise en avant des idées de week-end, d'activités, de sorties ou d'hébergements.



BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

Cible habitants

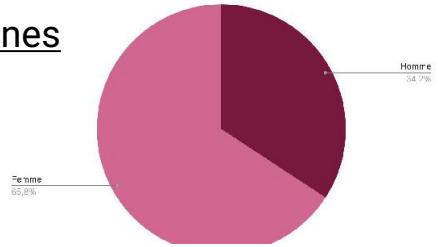
Social média – action multi-filières

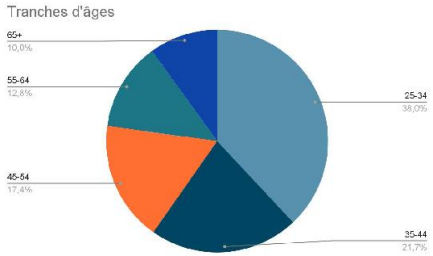
Bilan : Campagne diffusée du 3 juillet au 23 août

- Bilan global :

IMPRESSIONS TOTALES DES POSTS	COUVERTURE	CLICS SUR UN LIEN	PARTAGES (CARROUSELS)
1 661 695	337 385	14 547	1 047

- Qui sont les personnes touchées ?





- Analyse :

1/ Les carrousels ont généré **982 enregistrements** ! Un très bon chiffre qui prouve que la cible a trouvé les idées d'activités intéressantes et qu'elles souhaitent les consulter plus tard.

2/ La tranche d'âge ayant été majoritaire est celle des **25-34 ans**, une très bonne nouvelle car cela remplit l'objectif de rajeunissement de la cible.

Bilan des stories

Nom de la story	Thématique	Impressions	Couverture	Visites du profil IG	Coût par résultat
Visites des châteaux et forteresses	Patrimoine	92 152	53 948	**1000**	**0,26 €**
Les vignobles en mode insolite	Activités en plein air	71 005	40 431	**877**	**0,30 €**
À pied dans les vignobles	Œnotourisme	78 427	47 359	**780**	**0,34 €**
Des sites pour devenir incollable sur le vin	Œnotourisme	82 240	47 335	**717**	**0,37 €**
Flâner dans les musées	Histoire culturelle	79 970	37 487	**688**	**0,39 €**
Une balade poétique en Bourgogne du sud	Activités	57 102	38 263	**633**	**0,42 €**

Les enseignements : Patrimoine et oeno ont le mieux fonctionné, photos de bonne qualité et lieux connus qui fonctionne le mieux.

Bilan des carrousels

Nom du carrousel	Thématique	Clics sur un lien	Visites du profil IG	Coût par résultat	Enregistrements
5 hébergements pour s'évader le temps d'un we	Hébergements	2 626	2 360	**0,26 €**	**243**
Un we entre vignobles et reculées du Jura	Patrimoine, œnotourisme, hébergements	1 768	1 760	**0,35 €**	**240**
Un we sportif à Baume-Les-Dames et ses environs	Activités de plein air	1 577	1 549	**0,40 €**	**180**
2 jours d'évasion au vert autour de Besançon	Activités de plein air	1 252	1 233	**0,50 €**	**142**
2 jours à Beaune	Œnotourisme, cyclotourisme, hébergements	1 192	1 150	**0,54 €**	**67**
Sites UNESCO	Patrimoine	1 016	994	**0,62 €**	**110**
3 jours sur la Via Francigena	Activités de plein air	444	(Objectif changé)	**0,99 € (clics sur un lien)**	**65**

Les enseignements : Les hébergements fonctionnent le mieux, on aime avoir les infos pratiques dans ce type de contenus

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

Cible habitants

Campagne display – action multi-filières

Du 09/09 au 11/10

Objectif de la campagne :

Trafic sur le site bourgognefranchecomte.com

Cibles prioritaires :

Persona **"Tendance"** :

- En couple
- En familles

Déroulement de la campagne :

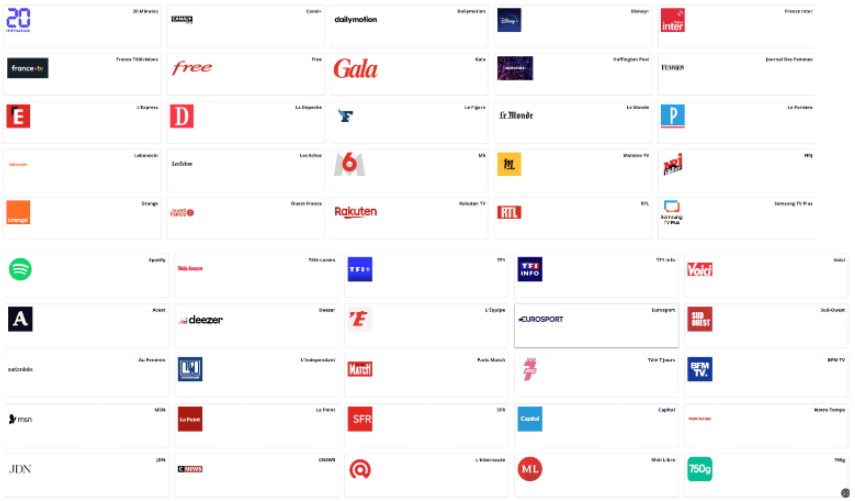
Diffusion de 4 bannières animées :

- 1 bannière thématique couples : idées weekend en couple
- 3 bannières thématiques famille : Vélo ; Gourmande ; Curieux.

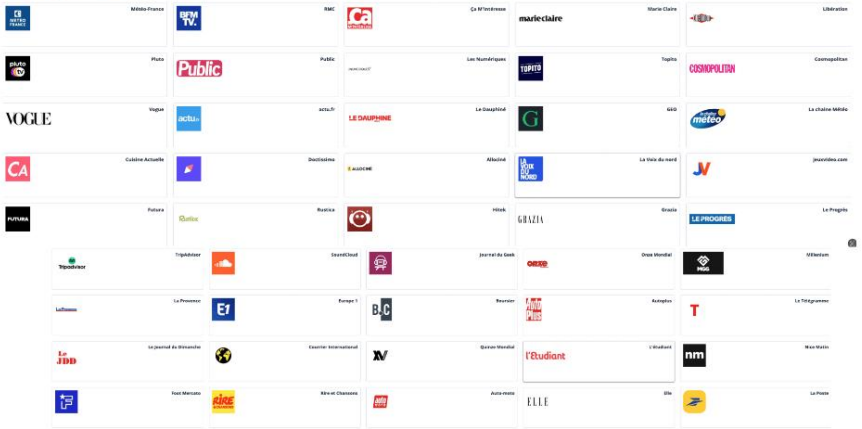
Puis **campagne de « remarketing »** afin de renvoyer de la pub aux personnes ayant déjà vu les 1ères bannières

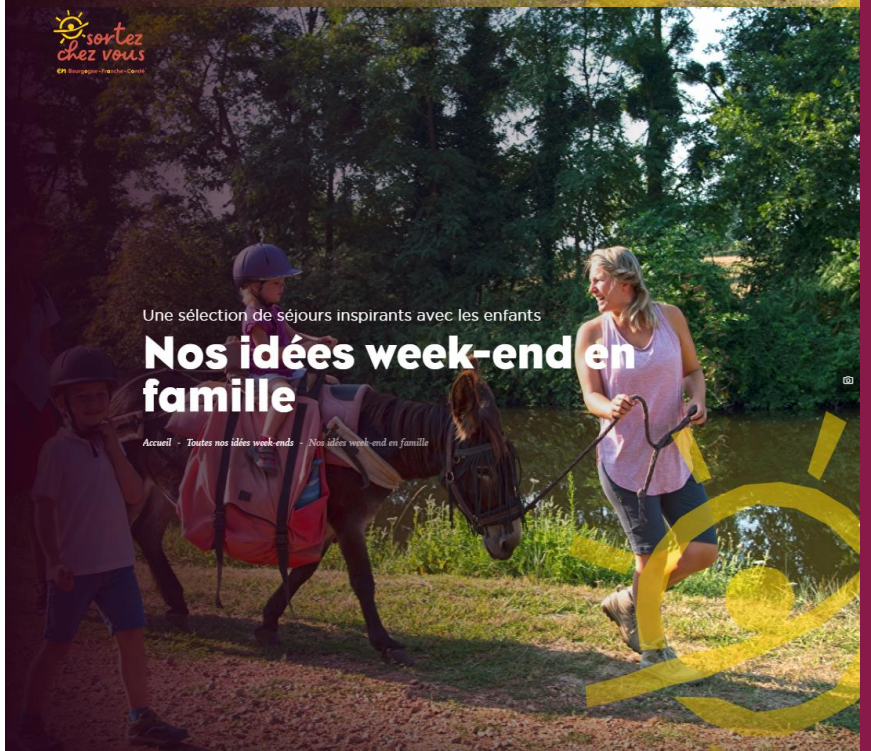
DISPLAY

Exemples d'éditeurs de l'offre targeter SP500+ :



DISPLAY





Actions de

PROMOTION / COMMUNICATION

CIBLE GÉNÉRALISTES

VIA LES MARQUES DE DESTINATIONS LA BOURGOGNE ET MONTAGNES DU JURA

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ
TOURISME

Cibles généralistes

Production de contenus – action multi-filières

- **Production de contenus pour les réseaux sociaux** (Instagram) + sites de marques de destination ***: posts, stories, reels***

- **3 micro-destinations à forte composante patrimoine / culture :** qui ouvre ensuite au **multi-registre** : balade nature ou urbaine, gastronomie, œnotourisme, hébergements cosy, mobilité slow et durable

- **Destinations retenues** :
  - **L'Auxois :** Abbaye de Fontenay (UNESCO) + canaux, cyclo, Semur-en-Auxois
  - **Le Doubs : Besançon et la Vallée de la Loue** MDJ
    Culture et nature : Saline royale (UNESCO) et Pôle Courbet + gastronomie)
  - **Le Jura : la nature, les terroirs / routes gourmandes** (gastronomie dont Comté et vignoble + artisanat + patrimoine) MDJ
- **Livrables** : Photos + vidéos courtes
  + pictos & icones et animations (motion design)
  + templates, posts, stories, réels

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

CIBLE #1

LES EXPLORATEURS SLOW

3 CARNETS DE VOYAGE EN 2024

PRINCIPE CRÉATIF

- **Codes visuels et scénaristiques du carnet de voyage** : Cartes, collages, icônes, tampons, vintage, photo Polaroïd…

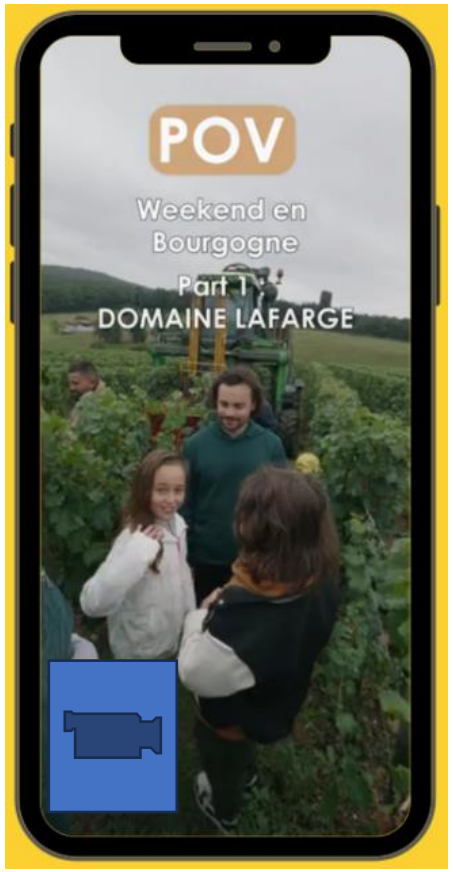
Action multi-filières
Production de contenus

2 FILMS EXPÉRIENTIELS EN 2024

- **Production de contenus vidéos :** différents formats (courts et longs) pour différents supports : **sites web et réseaux sociaux** (réel / story) **+ call to action.**

- **Country break dans** 2 micro-destinations à forte composante **patrimoine / culture et expérientielle,** via les offres oenotouristiques et gourmandes
- **Promesse : « Le temps à du goût ».**
- **Destinations retenues :**
  - **le Mâconnais :** Roche de Solutré – Grand Site de France +voie verte + destination V& D (Domaine Lafarge) + gastronomie +/- activités famille / enfants) LB
  - **le Vézelien :** Basilique de Vézelay (UNESCO) + destination V& D (Domaine La Croix Montjoie + Noyers-sur-Serein LB
- **Livrables :** rushs + vidéos par marque de destination (pour LB + MDJ), multi-destinations (pour SCV), par cible

- **Approche « consumer centric »** pour faire de nos touristes, friands de réseaux sociaux, les **héros de la communication et valoriser les expériences** qu'ils vivent **:** caméra subjective, go pro, selfie. Séjours **prêts à consommer** et instagrammables



BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

CIBLE #2

LES TOUCHE À TOUT TENDANCE

02

Pistes / réflexions

Actions 2025 : nouvelle formule d'adhésion

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

Filière œnotourisme

Evolution des modalités partenariales

Les raisons principales :

- **Raison n°1 :** La feuille de route du Schéma régional de développement de l'oenotourisme, dont certains chantiers sont à maitrise d'ouvrage de BFCT et pour lesquels BFCT est attendu par le Conseil régional pour travailler avec l'ensemble de la communauté d'acteurs, sans distinction

- **Raison n°2 :** Des signaux de part et d'autre (ADTs, OTs, pros, …) d'une « mauvaise » interprétation de notre modèle « collectif » : mobiliser une enveloppe financière - composée d'une contribution de BFCT et des adhésions de membres - pour mettre en œuvre un plan d'actions global de développement et de promotion de la filière, dont de fait chacune des actions n'assure pas une visibilité propre ou un bénéfice direct à tous les membres

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

Filière œnotourisme

Evolution des modalités partenariales

Le nouveau modèle : passage du **modèle « collectif »** au **modèle « transactionnel »**

- **Un socle d'actions d'intérêt général** proposé par BFCT (en lien avec le CR), qui associera en tant que de besoin les acteurs volontaires de la filière, sans appel à contribution financière

- **Quelques actions à la carte,** moyennant contribution financière : les acteurs intéressés « achèteront » un bénéfice direct ou une visibilité propre

→ pour qui ?

L'ensemble **des labellisés V&D** répondant aux cahiers des charges nécessaires pour participer à l'action.

Certaines actions seront ouvertes uniquement aux porteurs des destinations V&D, d'autres aux Offices de Tourisme, d'autres aux socio-professionnels et certaines à tout ou partie des acteurs (OTs, porteurs de destinations et socio-professionnels).

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

Filière œnotourisme
Enjeux 2025 - 2026

LES ENJEUX

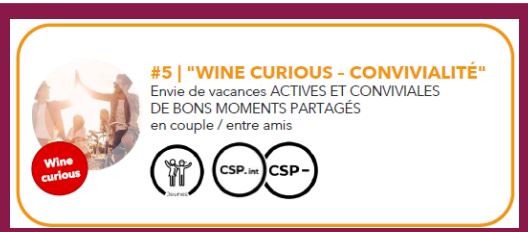
Marques de destinations (LB et MDJ)

- Renouvellement/modernisation de l'image
- Diversification/rajeunissement des clientèles
- Incarnation du positionnement

Filière œnotourisme

- Développer la notoriété des destinations V&D (et celle du label)
- Les installer comme des références en matière d'oenotourisme (diversité de l'offre, qualité de l'expérience, originalité, …)
- Communiquer autour de la promesse spécifique à l'oenotourisme « le temps a du goût », en complément des actions menées par chacune des destinations V&D

LES CIBLES



LES CONTRIBUTIONS DE LA FILIERE

- identifier/sourcer des offres (travaux entamés lors des ateliers 2024)
- Nourrir la communication des marques, en produisant des contenus multi-registres (financement inter-filières) autour notamment du vin, des vignobles et des expériences oenotouristiques
- Déployer des dispositifs de com' ciblés, toujours sous les marques de destination

Piste / réflexion

Plan d'actions 2025 prévisionnel

Budget prévisionnel = 75 000€ sous réserve subvention annuelle régionale

Les actions qui continuent en 2025

Type d'actions	Actions	Enveloppe CRT	Ouvert à la carte ?	Pour qui ?	Montant
Développement Professionnalisation	Programme de webinaires / ateliers	4 000€	Non	Ensemble des labellisés V&D	0€
Développement Marketing	Accompagnement destination V&D (1)	1 800€	Oui	Destinations V&D Jura, Yonne ou Crémant	1 800€
Promo / Com BtoC	Communication Fascinant Week-end	2 000€	Non	L'ensemble des Fascinant Week-end	0€
Promo / com BtoB	Eductour marché GB suite opé 2023-2024	10 000€	Non		
Promo / Com BtoC	Production de contenus multi-registres La Bourgogne	10 000€	Non		
	Production de contenus multi-registres Montagnes du Jura	7 500€	Non		

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

Piste / réflexion

Plan d'actions 2025 prévisionnel

Les nouvelles actions en 2025

Type d'actions	Actions	Enveloppe CRT	Ouvert à la carte ?	Pour qui ?	Montant
Promo / com BtoB	Opération BtoB réceptifs parisiens multi-marchés dédiée à la filière oeno	12 000€	Oui	Destis V&D, OTs V&D, pros V&D	Desti V&D : 1 000€ (1 200€ si pas adhérent à la marque) / OTs V&D : 500€ (700€ si pas adhérent à la marque) / Pros V&D : 300€
Promo / com BtoC	« Le temps a du goût » cible terroir	7 500€	Oui	Destis V&D, OTs V&D, pros V&D	Desti V&D : 1 000€ (1 200€ si pas adhérent à la marque) / OTs V&D : 500€ (700€ si pas adhérent à la marque) / Pros V&D : 300€
Promo / com BtoC	« Le temps a du goût » cible convivialité	7 500€	Oui	Destis V&D, OTs V&D, pros V&D	Desti V&D : 1 000€ (1 200€ si pas adhérent à la marque) / OTs V&D : 500€ (700€ si pas adhérent à la marque) / Pros V&D : 300€
Promo / com BtoC	Dossier thématique oeno Bourgogne – Jura dans une presse généraliste	10 000€	Oui	Destis V&D, OTs V&D	Desti V&D : 1 000€ (1 200€ si pas adhérent à la marque) / Ots V&D : 500€ (700€ si pas adhérent à la marque)
Développement	Autre action de développement	2 700€			

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

03

A vous de jouer

Les actions attendues pour 2025

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

CONTACT

Maxence GIRAUD

m.giraud@bfctourisme.com
06 28 37 25 41

MERCI POUR VOTRE ATTENTION !

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

SUIVEZ-NOUS

Découvrez toutes nos actualités, sur :

pros.bourgognefranchecomte.com

et sur les réseaux sociaux :

LinkedIn : **@Bourgogne-Franche-Comté Tourisme 360°** Facebook : **@BFC Tourisme 360°** YouTube : **@bfctourisme 360**