COLLECTIF PATRIMOINE

BILAN 2024 – PISTES 2025

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

01 Chiffres clés

02 Bilan de nos actions de développement

03 Communication « SCV »

04 Communication à destination des cibles généralistes

05 Communication « Cibles affinitaires »

06 Focus Sites UNESCO

07 Presse & BtoB

08 Les grandes lignes du Plan d’action 2025

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

01

COLLECTIF PATRIMOINE :

CHIFFRES CLÉS

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

#1

CHIFFRES CLÉS

53 membres

36 LIEUX de visite

dont 9 sites unesco et 5 sites incontournables

12 offices de tourisme

2 Routes et réseaux

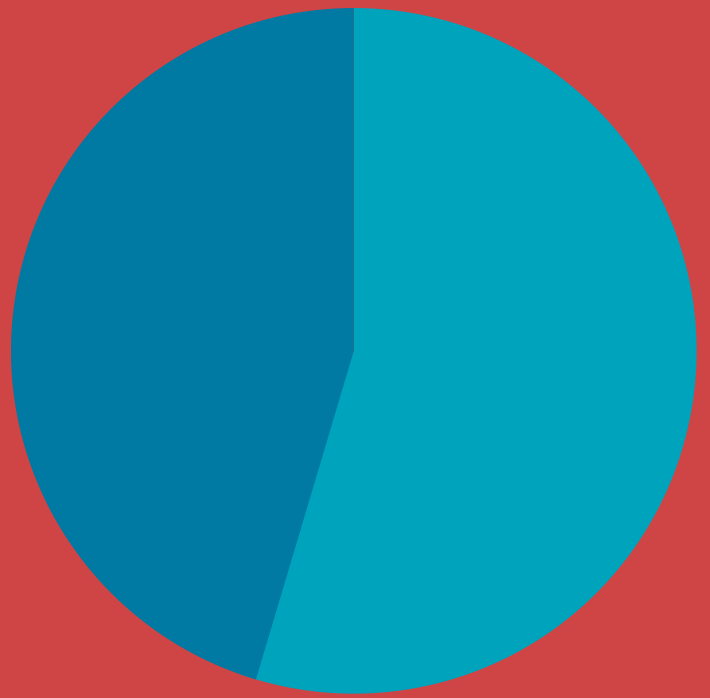
#1

CHIFFRES CLÉS

recettes

CONTRIBUTION BFC TOURISME :

133 000 €



ADHÉSIONS MEMBRES :

160 000 €

#1

CHIFFRES CLÉS

dépenses

PROMOTION / COMMUNICATION

235 000 €

80%

DÉVELOPPEMENT

58 000 €

20%

02

BILAN DE NOS ACTIONS DE DÉVELOPPEMENT

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

ACTIONS DE DÉVELOPPEMENT

Observatoire des clientèles patrimoine (AID)

- ✓ 3 vagues d'enquêtes : 2021 / 2022 / 2023
- ✓ Clientèle ayant répondu « *Découverte du patrimoine* » et/ou « *Visite de villes et villages* »
- ✓ 2 635 questionnaires étudiés
- ✓ Présentation du rapport : en webinaire (17 janvier 2024)
- ✓ Pistes de réflexion / exploitation des données

Typologie de la clientèle
Les séjours touristiques
Les dépenses durant le séjour
Les activités durant le séjour
La satisfaction
Les motivations de séjour

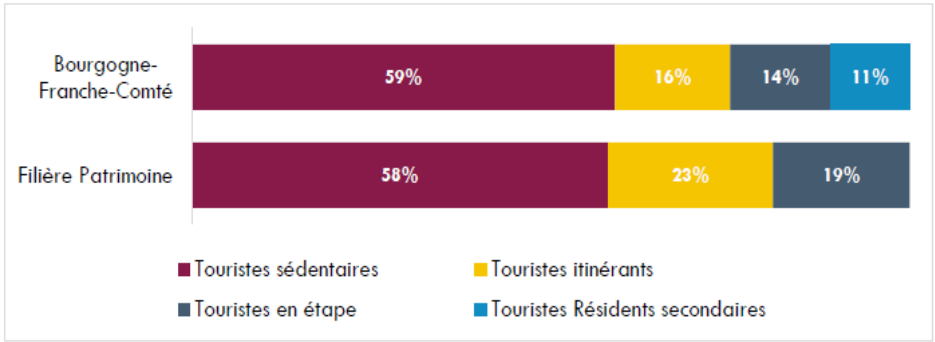
BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

4 TYPOLOGIE DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE

4.1 Typologie des touristes

59% des séjours de la région sont des séjours sédentaires (hors résidence secondaire) sur la région, comme pour les touristes de la filière patrimoine. On note que 23% des touristes de la filière patrimoine sont des touristes itinérants contre 16% à l'échelle régionale. On ne retrouve pas de touristes en résidence secondaire car ce n'est pas la motivation principale de la filière patrimoine pour venir en Bourgogne Franche-Comté.

Typologie de touristes :



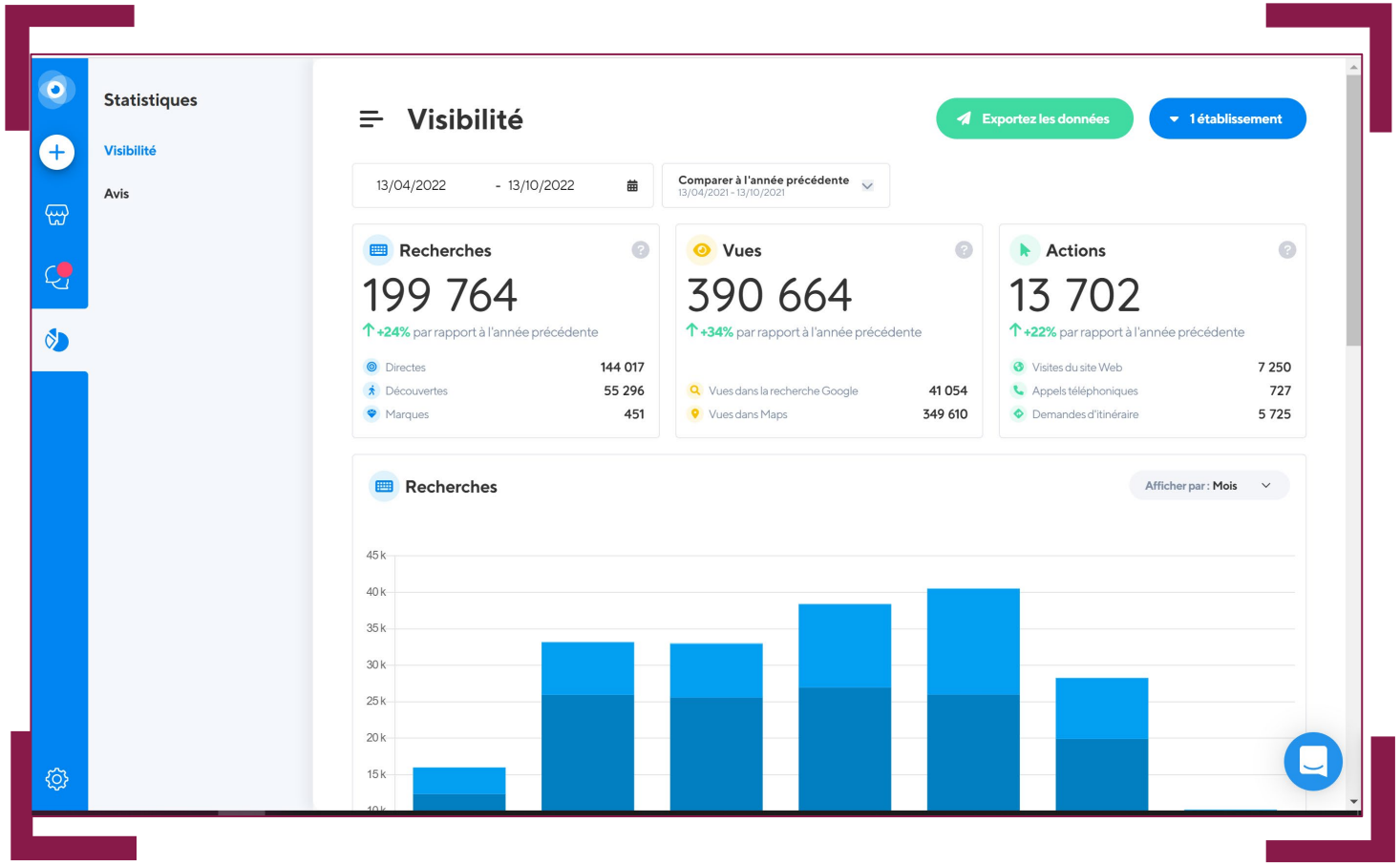
La région Bourgogne-Franche-Comté : une étape pour 17% des touristes de la filière patrimoine.

PARTOO

Optimisez votre visibilité digitale

- ✓ Partenariat avec Atout France
- ✓ Mise en place : juin 2022
- ✓ Google My Business

- ✓ Améliore la présence en ligne sur plusieurs plateformes



BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

GUESTVIEWS

Le livre d'or numérique

Bilan du 01/10/23 au 18/11/24

- ✓ 12 sites participants
- ✓ 2 100 commentaires obtenus
- ✓ Net Promoter Score : 60%
- ✓ 983 emails collectés

GUESTVIEWS

- ✓ Moyenne : 6 participants / jour
- ✓ 53% de visiteurs de BFC
- ✓ 67,5% primo-visiteurs
- ✓ Intéressés par : visites culturelles, nature, gastronomie

Borne indoor (iPad + socle)
connectée en WiFi ou en 4G

Nouveauté 2024

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

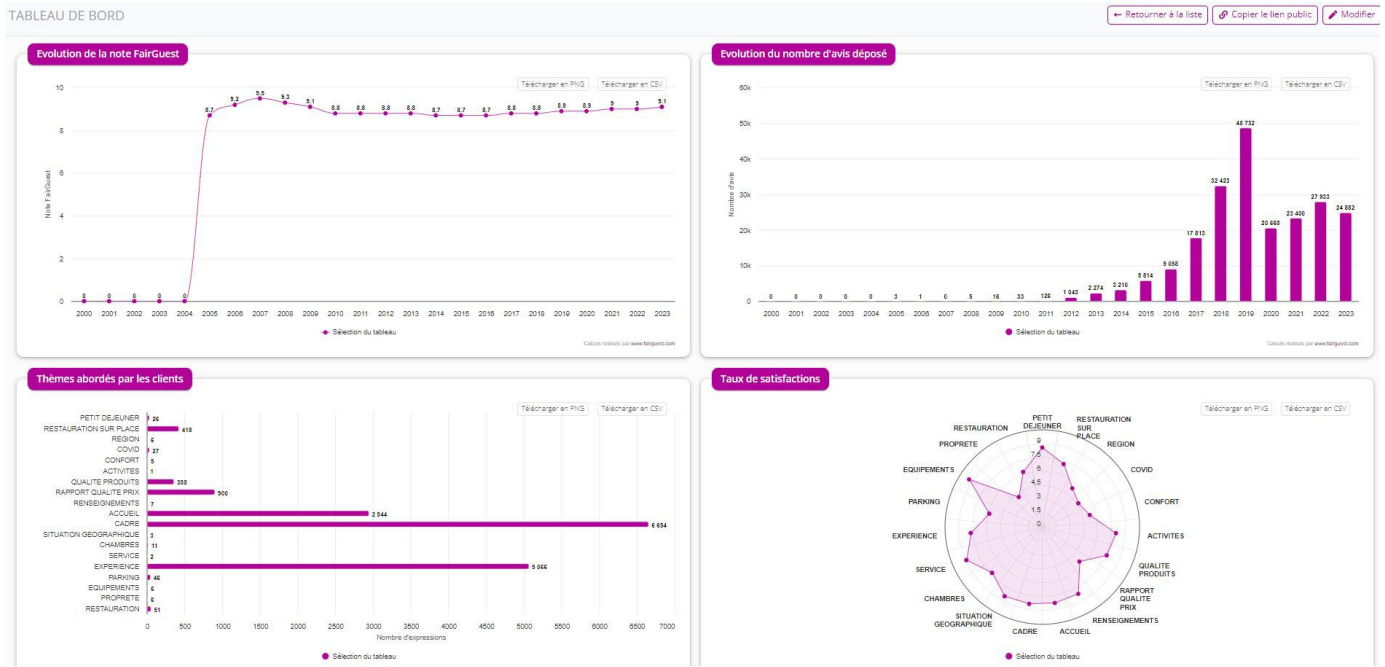
FAIRGUEST

SUIVI DE VOTRE E-RÉPUTATION

- ✓ Cadre magnifique
- ✓ Visite intéressante
- ✓ Très bon accueil
- ✓ Prix raisonnable

- ✓ Parking payant
- ✓ Horaires
- ✓ Température (confort)
- ✓ Mauvais accueil

- ✓ 354 établissements observés
- ✓ 22 630 avis récoltés
- ✓ 95% avis Google
- ✓ 5% avis Tripadvisor
- ✓ Note moyenne : 9,2 (+ 0,1 !)



BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

DIAGNOSTICS MARKETING

Focus Marketing

- ✓ **Etat des lieux** : programmation, communication, fréquentation, positionnement, fonctionnement, chiffres-clés, points forts / points faibles
- ✓ Benchmark
- ✓ Potentiel de développement
- ✓ Enjeux et pistes de réflexion

2 diagnostics de sites :

- ✓ Verrerie de La Rochère
- ✓ Roche de Solutré

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

PROFESSIONNALISATION

18 octobre 2024

Webinaire : « *Patrimoine, culture & événements : un levier structurant pour attirer de nouvelles clientèles dans nos destinations ?* »

SYNTHÈSE

des enseignements des 12 diagnostics marketing de sites culturels et patrimoniaux (2019/2024)

PISTES D'ACTION

- ✓ Problématique et enjeux transverses
- ✓ Identification de leviers pour une attractivité forte auprès d'une clientèle multi-registres

35 participants

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

FOCUS MARKETING

ACCOMPAGNEMENT A LA LABELLISATION

Destination France
Plan de reconquête et de transformation du tourisme

Qualité Tourisme devient Destination d'Excellence

QUALITÉ TOURISME

A partir de septembre 2024

DESTINATION D'EXCELLENCE

- ✓ Promotion communication
- ✓ Demande d'information
- ✓ Acheminement
- ✓ Espace d'accueil
- ✓ Prise en charge du visiteur
- ✓ Services annexes
- ✓ Écoute client
- ✓ management
- ✓ **Développement durable**

Renforcement du niveau d'exigence en matière **d'écoresponsabilité** et d'information des publics en situation de **handicap**

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

PROFESSIONNALISATION

Journée atelier: « *Le musée en famille* »

FRAC - Besançon
1er octobre

MATIN

La Très Grande Satisfaction client et la **Gestion des Relations Clients :** des concepts clés pour fidéliser ses publics et améliorer l'expérience de visite.

APRÈS-MIDI

Le musée ouvert : un espace de vie pour les familles :

- ✓ Cas d'usages
- ✓ Interventions
- ✓ Ateliers
- ✓ Groupes de projets

35 participants

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

PROFESSIONNALISATION

Partenariat avec le Conseil régional

Arc-et-Senans
21 novembre

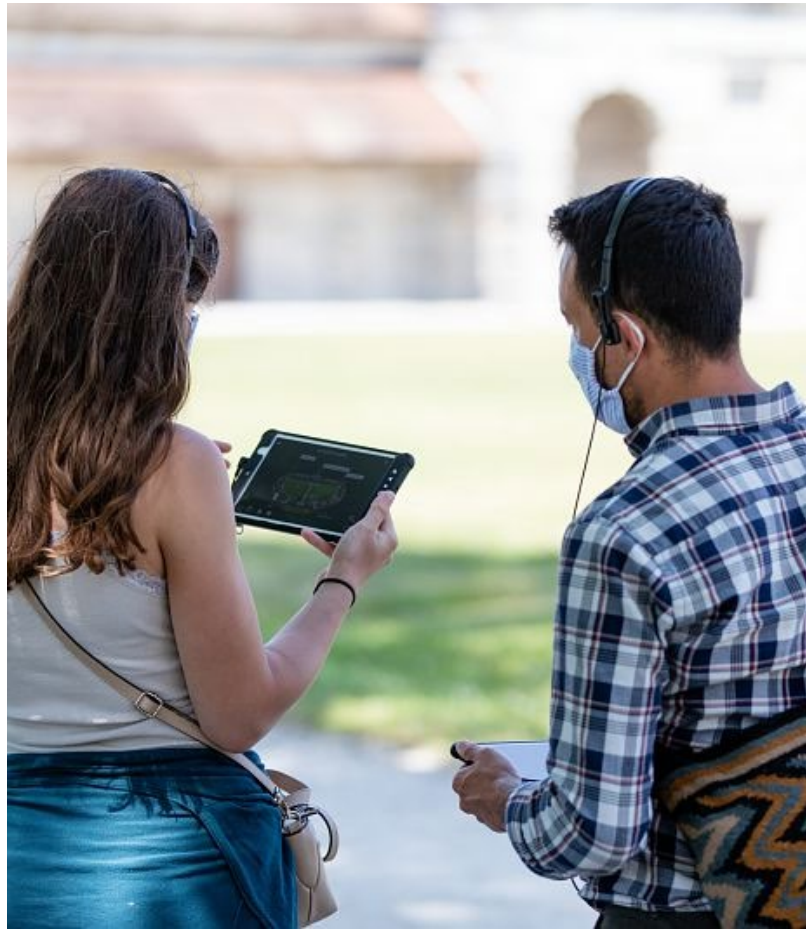
« Rencontre *Patrimoine et numérique* »

COMMUNICATION

- ✓ Enjeux de la visibilité sur Internet
- ✓ E-réputation
- ✓ Présence sur les réseaux sociaux
- ✓ Décibelles Data

MÉDIATION

- ✓ Dispositifs de visite, applications, parcours immersifs, solutions innovantes…
- ✓ Carte régionale des outils / projets
- ✓ Dispositifs de financement



Revue de projets

Témoignages

Démonstrations

Stands

Tables rondes

Ateliers méthodologiques

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

REPORTAGES PHOTOS

Médiathèque BFCT

Externe

Vosges du Sud :

- Belfort (marché Fréry, Citadelle, Lion, vieille ville)
- Grès rose de Vosges
- Fougerolles (Kirsch)
- Passavant la Rochère
- Luxeuil-les-Bains
- Ronchamp

Externe

La Bourgogne :

- Marché de St-Christophe
- Paray le Monial (basilique, musée Paul Charnoz, mosaïste)
- Montceau-les-Mines (usine Aillot, musée de Blanzy)
- Manufacture de Digoin

Montagnes du Jura : *(en cours)*

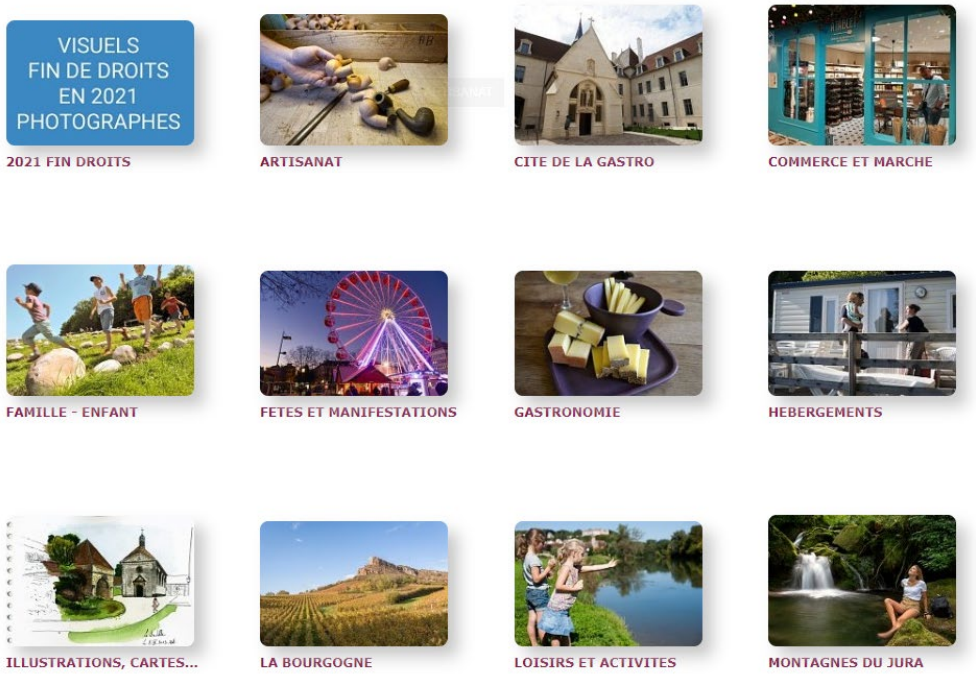
- Greniers forts
- Musée du Jouet
- Musée de la pipe et du diamant
- Tavaillons, bois…
- Gastronomie

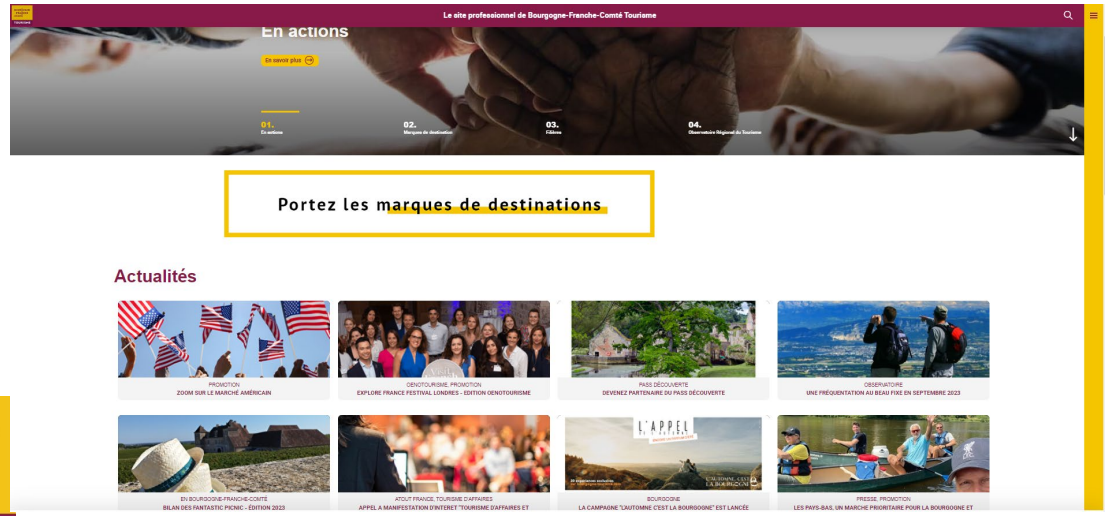
Interne

- Tourisme et Handicap
- Musée de Champlitte
- Vieille ville de Belfort

NOS AUTRES OUTILS
A VOTRE DISPOSITION

- ✓ Les réseaux sociaux pro **BFC 360°**
- ✓ La newsletter pro
- ✓ La lettre d'info mensuelle
- ✓ Le site pro : www.pros.bourgognefranchecomte.com





- ✓ La médiathèque
- ✓ Décibelles Data
- ✓ l'Observatoire régional du Tourisme

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

BILAN DE NOS ACTIONS

03

sortez chez vous en Bourgogne-Franche-Comté

A DESTINATION DES HABITANTS

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

SITE INTERNET

bourgognefranchecomte.com

sortez chez vous en Bourgogne-Franche-Comté

Enrichissement des contenus édito :

- ✓ Grands événements, festivals de musique
- ✓ Sites religieux
- ✓ Sites archéologiques
- ✓ Sorties culturelles avec enfants (petits / grands)
- ✓ Châteaux et forteresses
- ✓ Trains touristiques
- ✓ Art et architecture
- ✓ Personnages célèbres

JURA

Le Musée du Jouet

Le musée du Jouet de **Moirans-en-Montagne** propose aux petits comme aux plus grands une **découverte sensorielle et interactive** de l'histoire du jouet ! Pendant les vacances scolaires, profitez de nombreuses animations et de spectacles immersifs pour plonger dans le monde du jouet !

***Le +** : chasse au trésor, escape game, jeux vidéos... vous trouverez forcément de quoi occuper vos grands enfants au musée du jouet !*

POUR ALLER PLUS LOIN...

Retrouvez juste ici de nombreux sites et lieux qui proposent des visites et animations à destination de vos enfants. Trouvez la visite idéale pour passer des moments en famille !

LE FESTIVAL MUSIQUE ET MÉMOIRE

OÙ ? dans les Vosges du Sud

QUAND ? en Août

Découvrez le festival Musique et Mémoire, un **évènement immanquable de la scène baroque française** et devenu référence dans l'agenda culturel de ...s à **vivre une épopée musicale** ?

...e et Mémoire

LE FESTIVAL INTERNATIONAL DE MUSIQUE DE BESANÇON

OÙ ? Besançon dans le Doubs

QUAND ? en Septembre

Venez assister à plus de 30 concerts de musique classique programmés à Besançon, au théâtre comme à la Citadelle, pendant 15 jours en septembre. Il n'attend plus que vous pour inaugurer une nouvelle année d'expériences musicales majestueuses !

Découvrir le festival

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

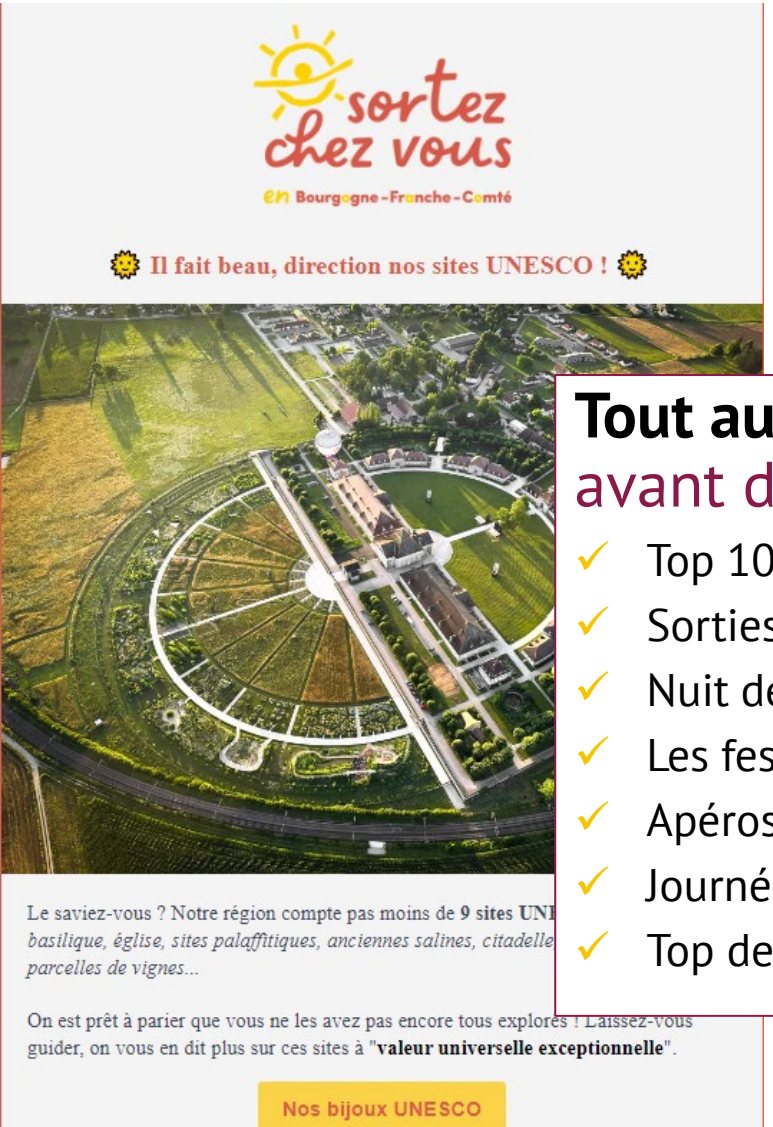
COMMUNICATION DIGITALE

Campagnes e -letters

ARTIPS

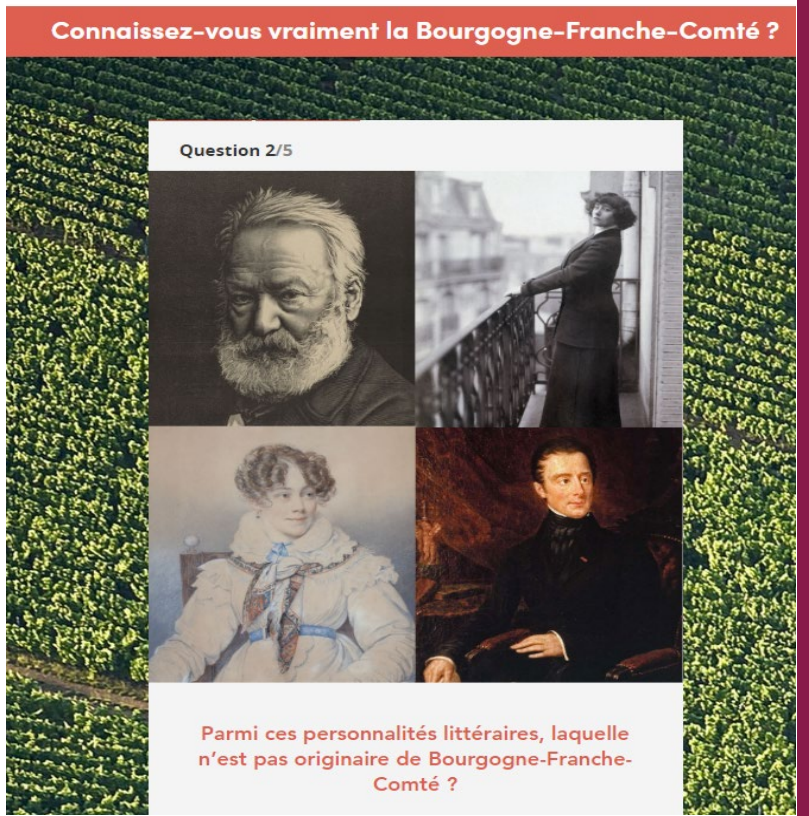
Juin : quizz Patrimoine :

- ✓ Renvoi vers la plateforme des 100 merveilles de BFC
- ✓ Communication via nos réseaux sociaux et la communauté ARTIPS
- ✓ 5 questions (QCM)



Tout au long de l'année : mise en avant de thématiques Patrimoine

- ✓ Top 10 des musées les plus visités
- ✓ Sorties avec enfants pendant les vacances
- ✓ Nuit des musées
- ✓ Les festivals de l'été
- ✓ Apéros avec V.U.E.
- ✓ Journées européennes du Patrimoine
- ✓ Top des entreprises de savoir-faire



COMMUNICATION DIGITALE

Instagram, Facebook

Tout au long de l'année : posts, stories, réels, carrousels :

- ✓ Nuit des musées
- ✓ Apéros avec V.U.E.
- ✓ Timbres-Poste Unesco
- ✓ Mois des Climats
- ✓ Festival Musique et mémoires
- ✓ Château de Châteauneuf
- ✓ Vidéo Unesco
- ✓ Idées week-ends en couple
- ✓ …

Communauté

Facebook : 112k
Instagram : 44,8k

SOCIAL MEDIA

Action multi -filières

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

Campagne 100% paid instagram du 3 juillet au 23 août

Cibles prioritaires :

- **Touche à tout tendance :** valoriser tout ce qui fait expérience et travailler la cible familles
- **Explorateur slow :** toucher les cibles en recherche d'authenticité, durable

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.

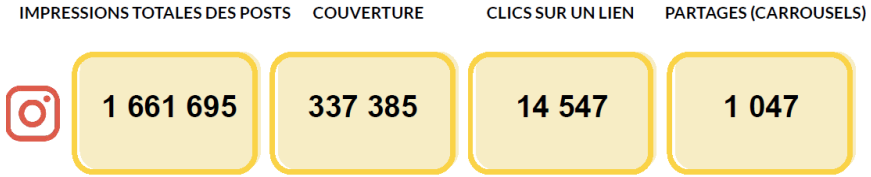
BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

SOCIAL MEDIA

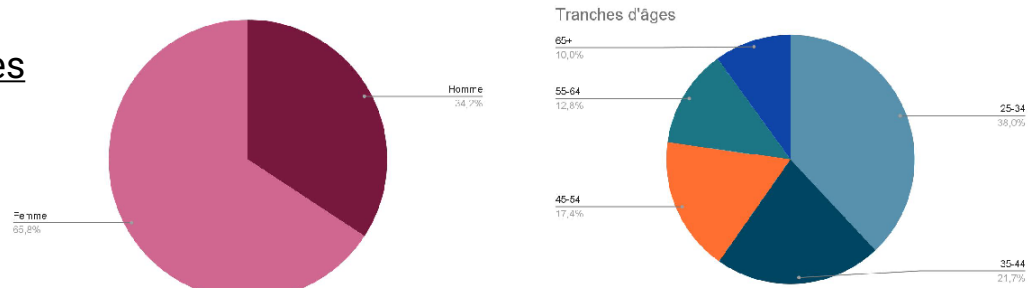
Action multi -filières

Bilan : Campagne diffusée du 3 juillet au 23 août

- Bilan global :



- 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.

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

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

CAMPAGNE DISPLAY

Action multi -filières

Du 09/09 au 11/10

Objectif de la campagne :

Trafic sur le site bourgognefranchecomte.com

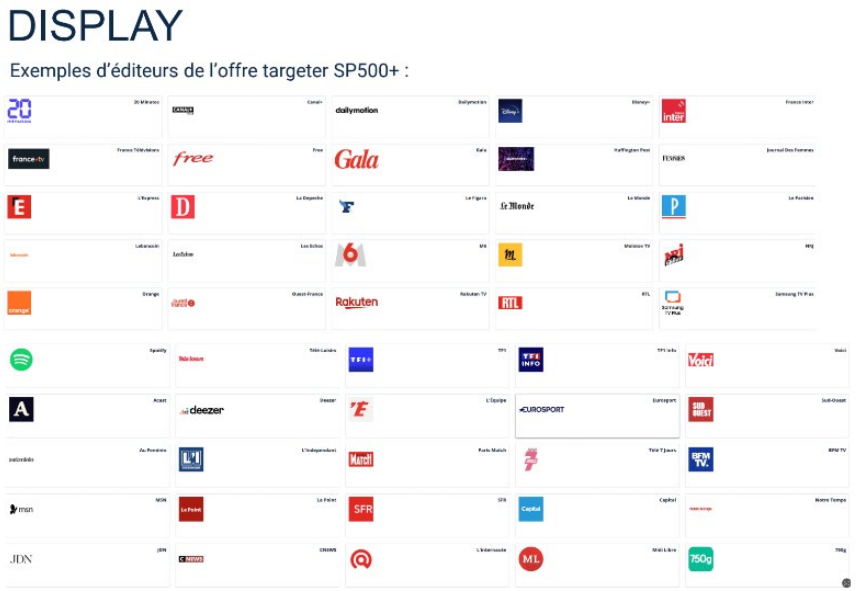
Cibles prioritaires :

Persona **"Tendance"** :
- En couple
- En familles

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

Déroulement de la campagne :

Diffusion de 4 bannières animées :
- 1 bannière thématique couples : idées weekend en couple
- Bannières thématiques famille : Top 10 des visites pour les curieux



Il n'y a pas d'âge pour faire de grandes découvertes !

Top des sorties pour les curieux

Accueil - Activités - Avec les enfants - Idées de sorties avec les plus grands…

Embarquez pour une **escapade familiale mémorable** grâce à notre sélection de **visites adaptées aux goûts variés des plus grands**. Participez à des ateliers créatifs, des animations dynamiques, des chasses au trésor envoûtantes, des escape games passionnants et même des visites costumées pour une immersion totale dans des lieux mémorables !

1 YONNE

Cuédelon

C'est en forêt de Guédelon en **Puisaye**, au cœur d'une ancienne carrière, que les œuvriers bâtissent chaque jour, sous vos yeux, un **château-fort du XIIIe siècle**. Partez librement à la découverte de **Guédelon** et de tous ses métiers.

***Le +** : et si vous participiez à un atelier en famille ? Découvrez l'art de la taille de pierre ou même de la réalisation de fouilles archéologiques !*

2 DOUBS

Musée de Plein Air des Maisons Comtoises

Rendez-vous à Nancray aux portes des Montagnes du Jura pour une visite unique à travers un **parcours immersif** composé de **35 authentiques bâtiments comtois**. Le musée prend des airs de **petite ferme** avec la présence dans les pâtures et enclos de nombreux animaux !

***Le +** : deux Escape Games différents sont proposés pour animer la visite des enfants dès 12 ans ! Entre la Mission Comté et le Mystère Familial ; plongez en famille dans une enquête palpitante !*

COMMUNICATION OFF LINE

Bing Bang magazine

Publication de 8 pages de publirédactionnel dans l'édition de juin.

Thématiques :

- ✓ Profiter d'une journée en famille
- ✓ Passer en mode "zen" dans la région
- ✓ Des nouveautés à découvrir toute l'année
- ✓ Des idées week-end pour bouger sur tout le territoire

Magazine L'Essentiel

1 page d'insertion publicitaire.

Diffusion dans toute la Franche-Comté et à Dijon, Beaune, Chalon-sur-Saône, Mâcon.

75

▲ Diverti'Parc : labyrinthe de pierres © A. DOIRE / BFC Tourisme

sortez chez vous en Bourgogne-Franche-Comté

Familles, on vous aime

Il n'y a pas d'âge pour faire de grandes découvertes. Top des sorties pour les curieux de 7 à 77 ans, **Guédelon**, en Puisaye, avec ses ateliers qui feront le bonheur des fous de châteaux forts, **la citadelle de Belfort et son escape game spécial famille**, le **musée du Jouet de Moirans en Montagne**, dans les Montagnes du Jura, et bien d'autres, qui invitent à un voyage dans le temps et l'espace.
Pour ceux et celles qui ont l'esprit plus aventureux, tyrolienne, luge d'été ou via ferrata. **Métabief, Planche des Belles Filles, Vallées de la Loue et du Lison**, prenez de la hauteur, sensations garanties.
Faim de découvertes culinaires ? **La Maison du Comté ou celle de la Vache qui Rit dans le Jura, le célèbre Tuyé du Papy Gaby dans le Doubs, la Maison du Charolais en Saône-et-Loire**, sans oublier, encore plus près de chez vous, **la Fabrique des Anis de Flavigny.** On goûte, on hume, on évoque des souvenirs ou on s'en fabrique pour demain.

www.sortezchezvous.fr

▲ Le lion de Belfort et la Citadelle © L. CAILLOT Intuive / BFC Tourisme

▲ Musée du jouet © Alain DOIRE / BFC Tourisme

COMMUNICATIN OFF LINE

France Bleu

Chroniques diffusées dimanche en radio

Thématiques Patrimoine:

- ✓ Février : Grande Saline de Salins, Espace des mondes polaires
- ✓ Avril : Châteauneuf, la Puisaye
- ✓ Mai : réouverture du château de Châteauneuf, ligne des Hirondelles
- ✓ Juin : Mois des Climats

Affichage

Juin - juillet : Affichage premium sur 16 panneaux sucettes à Besançon

04

BILAN DES ACTIONS

« Cibles généralistes »

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

ACTIONS MULTI-FILIÈRES

Contexte

2021 : travail sur la définition de personae :

- ✓ Patrimoine lovers
- ✓ Patrimoine curious
  - ➢ Création d'offres adaptées : idées Week-ends, 48 heures à, city breaks…
  - ➢ Communication ciblée : magazines Beaux-Arts, Histoire, archéologie…

Enjeux 2024

Pour la communication des marques de destination :

- ✓ **Ouverture** : élargir et enrichir les perceptions actuelles pour traduire la réalité des destinations et territoires, dans leur diversité.
- ✓ **Conquête** : recruter de nouvelles clientèles et diversifier leur profil
- ✓ **Changement de point de vue** : adopter une approche par la cible et décloisonner les filières

Car…

La réalité du « touriste » est **ouverte** : il est **multi-registre** et souhaite la plupart du temps expérimenter et **vivre une destination dans son ensemble** en profitant de ses **différentes facettes**.

=> 2 cibles prioritaires

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

Explorateurs slow

Couples de tous âges
(jeunes adultes, parents s'offrant une escapade à deux, seniors actifs)

7% des Français +/- Européens

31% des séjours (WE / vacances)

Découverte / Itinérance

Terroirs vivants

Escapade / Évasion

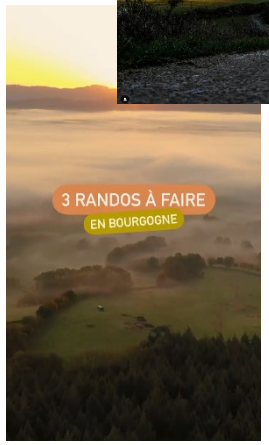
Authenticité / Quête de Sens / Durable

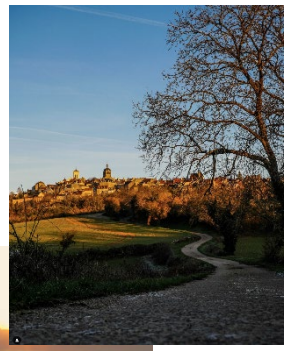
Beau, bon, bien-vivre / Qualitatif

Large univers des possibles / multiregistre
(culture & patrimoine, balade / randonnée, outdoor / nature / itinérance, bistronomie, œnotourisme, événements, artisanat & producteurs)

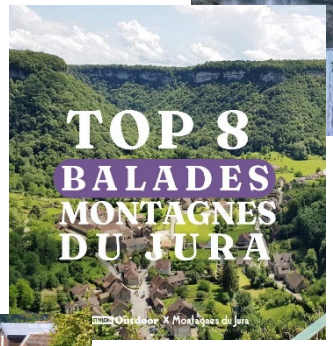
WE & courts –séjours 4 saisons

Balade, randonnée / Outdoor

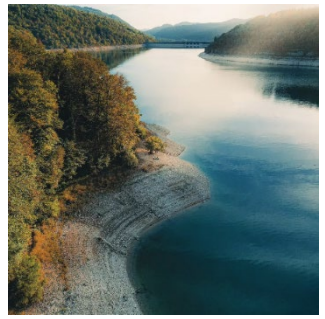


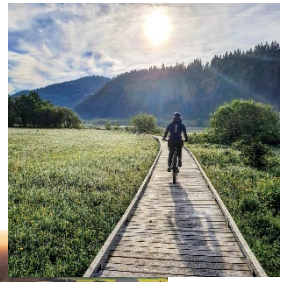


Nature
(paysage, faune & flore, espaces préservés, forêt, lac, cascades, rivières)

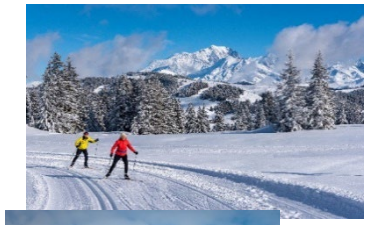


Itinérance

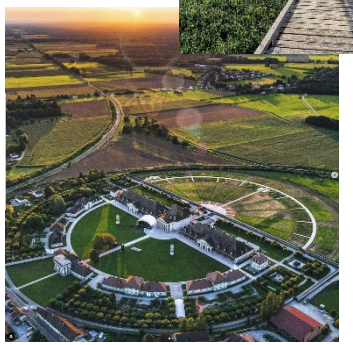




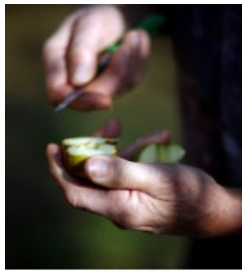
Diversité d'activité

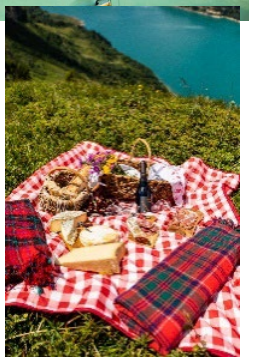


Patrimoine & Culture



Authenticité / Terroirs / Artisans & producteurs





Engagement / Sens / Tourisme Autrement / Durable

Gastronomie & Vin

Événements sportifs, nature, culturel

CIBLE #1

LES EXPLORATEURS SLOW

3 CARNETS DE VOYAGE EN 2024

PRINCIPE CRÉATIF DU CARNET DE VOYAGE

- **Raconter un City & Country Break multi-registre dans une micro-destination au sein d'une des destinations marques** (LB / MDJ / VDS) **en utilisant les registres qui parlent à la cible « Explorateurs slow »** le voyage / la micro-aventure en autonomie, pour :
  - **Inspirer, favoriser leur projection** sur la destination et **la concrétisation de courts séjours hors saisons**…
  - et **enrichir l'image de la destination** : destination durable, de sens, pour des moins jeunes et des plus jeunes, en couple, ayant soif de découvrir des territoires d'exploration
- **Codes visuels et scénaristiques du carnet de voyage** :
  cartes, collages, icônes / tampons, vintage, photos type Polaroïd…
- **Production de contenus en 1er lieu pour les réseaux sociaux et surtout Instagram, média phare pour cette cible : post, story, réel** (soit photos, importante pour cette cible et vidéos courtes)
  (+ alimentation de la médiathèque pour sites Internet et autres RS)
- **Promesse / storytelling adapté à cette cible : *Retrouvez-vous***
  dans une destination en phase avec vos aspirations profondes

PRODUCTION 2024

- **3 micro-destinations à forte composante patrimoine / culture :**
  en particulier les sites UNESCO et remarquables, (en phase avec la cible) **qui ouvre ensuite au multi-registre** : balade nature ou urbaine, gastronomie, hébergements cosy, mobilité slow et durable, festival / cultures urbaines
- **Destinations retenues** *(détail ci-après)* :
  - **L'Auxois :** Patrimoine / Culture avec l'Abbaye de Fontenay – UNESCO + autres registres **LB**
  - **le Doubs : Vallée de la Loue**
    (culture et nature : Arc-et-Senans – UNESCO et Pôle Courbet + gastronomie) **MDJ**
  - **le Jura : les terroirs / routes gourmandes**
    (gastronomie dont Comté et vignobles + artisanat + patrimoine) **MDJ**
- **Livrables** : Photos + vidéos courtes
  + pictos & icones et animations (motion design)
  + templates, posts, stories, réels

Touche-à-tout tendance

Jeunes et familles avec jeunes enfants, urbains CSP intermédiaires & CSP +

9% des Français +/- Européens

8% des séjours (WE / vacances)

Expérientiel / Prêt à consommer

Tendance / insolite / instagrammable

Bénéfices / Customer centric

Touche-à-tout / Curieux / Zappeur

Co-création

Activités avec enfants

Courts et plus longs séjours 3 saisons

Activités variées

(outdoor, culturelles, oenotouristiques)

Fun

Prêt à consommer

Familles / enfants

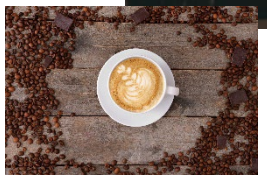
Ludique

(escape game, chasse au trésor)

Diversité

Médiation

Nouvelles expériences / Insolite



Surprise

Hébergement cosy / insolite

Nouvelles tendances

(Yoga, qi gong, Pilates, bien-être, culture, tiers-lieux…)

Cocooning

Gastronomie tendance et jeunes / familles

(food truc, burger, végie / vegan, poke / fusion / pique-nique chic / barista)

Événements

Vie nocturne

CIBLE #2

LES TOUCHE-À-TOUT TENDANCE

2 FILMS EXPÉRIENTIELS, EN 2024

PRINCIPE CRÉATIF DU FILM EXPÉRIENTIEL

- **Raconter un City & Country Break multi-registres dans une micro-destination au sein d'une des destinations marques** (LB / MDJ / VDS) **en utilisant les registres qui parlent à la cible « Touche-à-tout tendance »** : le séjour expérientiel et « prêt à consommer » avec des bénéfices tangibles pour chacun :
  - **Donner à voir des expériences / séjours prêts à consommer, riches en bénéfices et instagrammables qui déclencheront l'envie de faire de même, de cliquer / transformer**
  - Et **enrichir l'image de la destination** : destination tendance, pour les couples et les familles avec enfants en bas âge, en recherche d'activités provoquant des émotions, des sensations, un plaisir partagé…destination dans l'air du temps où vivre des expériences instagrammables.
- **Production de contenus vidéos, LE format de référence de cette cible, de différents formats** (courts et longs) **pour différents supports : sites Internet et réseaux sociaux** (réel / story) **+ call to action.**
- **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.
- **Promesse / destinations adapté à cette cible : des destinations V&D expérientielles et multi-registre : patrimoine / culture et vin** et une promesse : **Le Temps a du goût**

PRODUCTION 2024

- **2 micro-destinations à forte composante patrimoine / culture et expérientielle, via les offres oenotouristiques**
- **Destinations retenues** :
  - **le Mâconnais** (Roche de Solutré – Grand Site de France + destination V& D (Domaine Lafarge) + gastronomie +/- activités enfants) **LB**
  - **le Vézelien** (basilique de Vézelay – UNESCO + Noyers-sur-Serein + destination V& D (Domaine Lacroix Montjoie) **LB**
- **Livrables** : Fourniture des rushs + vidéos par destination (pour relais par les institutionnels et socio-pro),
  par marque (pour LB + MDJ), multi-destinations (pour SCV), par cible

DESTINATION LA BOURGOGNE

LA BOURGOGNE

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

Site bourgogne-tourisme.com

Création de contenus

- ✓ Top 10 des entreprises et ateliers à visiter
- ✓ 48 heures en Bresse bourguignonne
- ✓ 48 heures en cœur de Loire
- ✓ Le château de Bussy Rabutin
- ✓ S'évader en Bourgogne pendant les JO (idées week-ends, city breaks)

Lumière sur le made in La Bourgogne

10 entreprises et ateliers à visiter absolument !

Poussez les portes des entreprises et ateliers de Bourgogne ! Petits ou grands, découvrez la destination sous une autre facette. SEB, la saboterie du Morvan, la faïencerie de Nevers, la fabrique de chaussettes Perrin, la manufacture de parapluie Neyrat, la poterie de Puisaye... Entrez dans les coulisses du « made in France » bourguignon entre savoir-faire d'hier et industrie d'aujourd'hui ! Cocorico !

#1
Temple de la chaussette française
Manufacture Perrin

Vous aimez le *Made in France* ? Alors, la visite de la **manufacture Perrin, dernier**

Structuration, enrichissement

- ✓ Chantier médiéval de Guédelon
- ✓ Hôtel Dieu des Hospices de Beaune
- ✓ Abbaye de Cluny
- ✓ Charolles
- ✓ Ville de Cluny

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

Site bourgogne-tourisme.com

Campagnes digitales

- ✓ **Promotion des « 48 heures à… »** : display de juin à octobre (19 millions d'impressions, 46 600 visites sur le site LB) dans les principaux titres de presse (Le Parisien, Le Figaro, Télérama…) sur IDF, Grand Est, bassin lyonnais
- ✓ **Communication printemps :** multi-filières dont patrimoine (JO, Tour de France…) (4 500 visites sur le site LB)
- ✓ **Campagne automne** : multi-filières dont Patrimoine sur cible « *classique naturel* » : teasing en juin (newsletters, Google Ads, social Ads…) puis phase automne (newsletter, Google Ads, social Ads…)

Résultats côté site LB (à date)

- ➢ **70 000** visites générées
- ➢ **1 500** intérêts partenaires (2,12 %)

Campagne

#Explore France BOURGOGNE

- ✓ **Période** : de juillet à octobre
- ✓ **Thématiques** : patrimoine, gastronomie, art de vivre, durable, œnotourisme…
- ✓ **Dispositif** : contenus web et RS, campagne display, quizz en ligne, newsletter, achat d'espace via Atout France ***Allemagne*** et ***Pays-Bas***
- ✓ **Cible** : couples sans enfants

Résultats côté site de la destination

21 100 visites générées

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

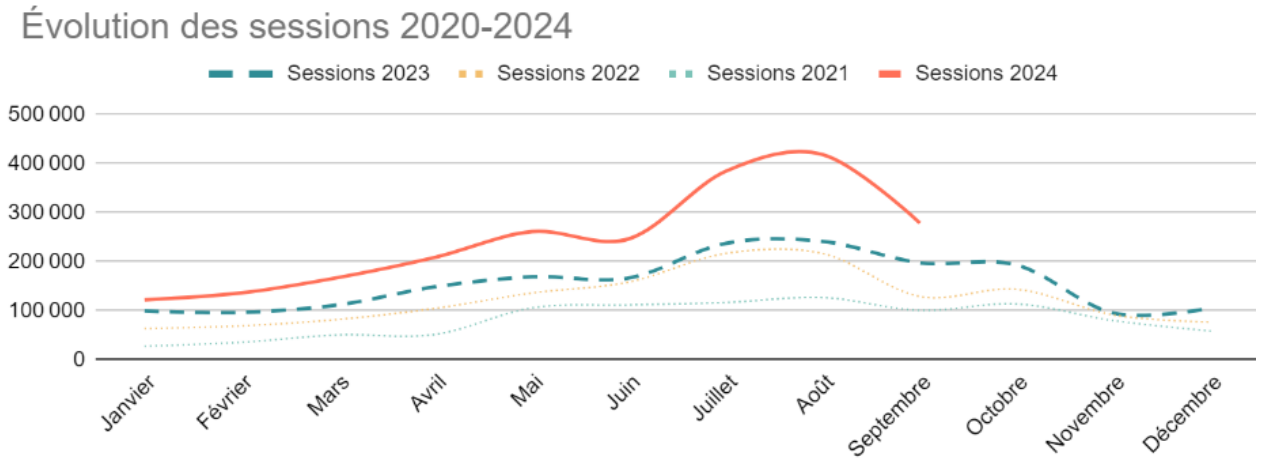
Site bourgogne-tourisme.com

Audiences web

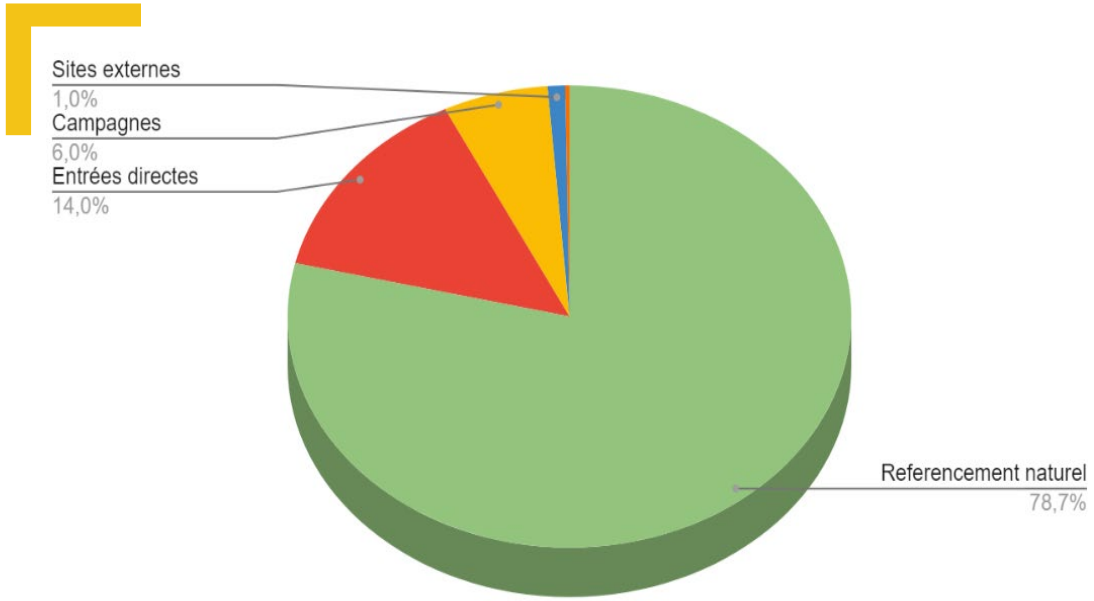
2 382 000 visites
+49 % 2023

116 300 intérêts partenaires
+40% 2023

Du 1er janvier au 20 octobre 2024



Sources de trafic



BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

Site montagnes-du-jura.fr

Création de contenus, Structuration, enrichissement

- ✓ Les MDJ, terre de résistance
- ✓ Ornans
- ✓ 48 heures à : Les portes du Jura
- ✓ Vidéo sites Unesco

« Est-ce cette géologie fantasque marquée par des paysages sauvages et préservés, qui a fait naître dans les Montagnes du Jura, tant d'hommes au caractère fort et entier ? »

DES MONTAGNES DE GRANDS HOMMES

Ces sites symboles de la Liberté

Grands penseurs, artistes idéalistes, libertaires engagés... Tous ont oeuvré avec leur propres armes pour **défendre une liberté et des droits menacés**. Retrouvez leur histoire dans trois sites emblématiques.

BESANÇON

Maison natale de Victor Hugo

Ni musée, ni lieu de mémoire, cette maison célèbre de manière vivante, les principaux combats sociaux, idéologiques

LA CLUSE-ET-MIJOUX

Château de Joux

Étape phare de la **Route des Abolitions de l'Esclavage**, le château de Joux est devenu un lieu de pèlerinage du monde Noir depuis que la dépouille de **Toussaint**

FERNEY

Château de Voltaire

À la fois château, maison d'écrivain et lieu de mémoire, on y retrouve les nombreux engagements du plus emblématique philosophe du Siècle des Lumières :

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

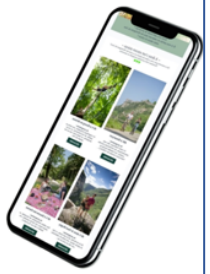
AIN
DOUBS
JURA

1er janv au 31 octobre 2024

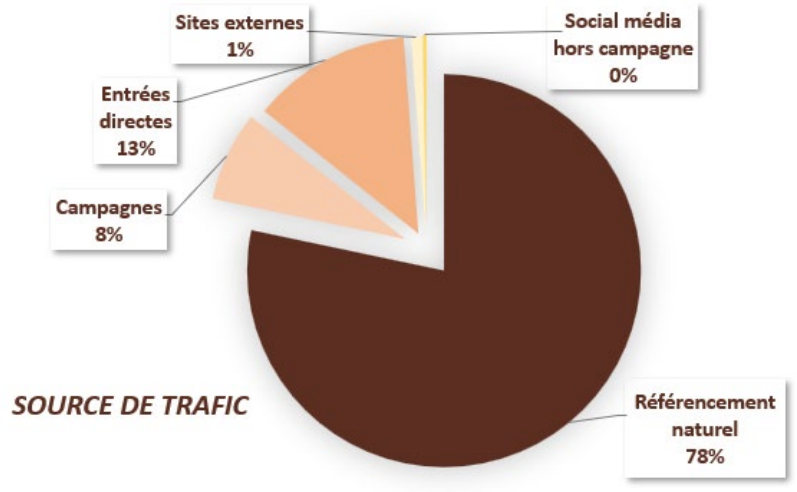
1 529 851 visites **+ 41,3 %**

49 057 intérêts partenaires* **+ 27 %**

76 239 intérêts brochures** **+ 26,9 %**



* clics sur un n° de téléphone, un site web, un mail, les réseaux sociaux ou le bouton "contacter" d'un partenaire
** Demande d'envoi d'une brochure papier ou clic pour consulter une brochure en ligne



Communication

Campagnes digitales

- ✓ **Campagne SNCF Connect**: novembre / décembre + avril / mai
- ✓ **Campagne SEA et social media :** chaque saison
- ✓ **Campagne TV TMC + TV segmentée** : septembre / octobre sur les 4 saisons
- ✓ **Campagne d'influence Petaouchnok**: photos, vidéos, RS, web sur offre famille

Le Parisien

- ✓ **Période** : d'avril à novembre
- ✓ **Thématiques** : patrimoine, activités, durable…
- ✓ **Dispositif** : contenus digitaux sur le site web Le Parisien, RS et newsletters Le Parisien (30 000 contacts), dossier print de 4 pages dans Le Parisien Week-end (223 000 exemplaires) + version digitale

CHIFFRES CLÉS

Site web : *130 510 visites => 2 032 381 impressions*

RS : + *de 21,5 millions d'impressions => 114 000 clics vers l'article*

E-letter : *Taux d'ouverture 34% et 47 %*

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

DESTINATION

MASSIF DES VOSGES

MASSIF DES VOSGES

MONTAGNE BUISSONNIERE

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ

TOURISME

Massif-des-vosges.fr

Création de contenus

Structuration, enrichissement de pages :

- ✓ « Le massif des Vosges, une destination touristique incontournable : Patrimoine des Vosges du Sud »

Campagne chilowé

- ✓ **Dispositif** : 2 articles CHILO-LIST : « *3 idées week-end dans les Vosges du Sud* » + « *5 ateliers DIY avec des artisans des Vosges du Sud* » + 1 newsletter dédiée + posts dédiés Insta + FB
- ✓ **Période** : mars + juillet
- ✓ **Thématiques** : patrimoine, savoir-faire, art de vivre, durable…

CHIFFRES CLÉS

Article ID WE: *total 356 000 impressions, temps de lecture moyen : 57 sec.*

Article DIY *: total 309 000 impressions, temps de lecture moyen : 58 sec.*

E-letter : *32 000 reach*

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

05

BILAN DES ACTIONS

COMMUNICATION
Cibles « affinitaires »

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

COMMUNICATION DIGITALE

BOBINE magazine

Média lancé en 2021 célébrant les terroirs et savoir-faire français, à travers une revue papier, un site Internet, des podcasts et une e-letter.

CARNET N°7 | AOUT 2024

bobine part en vacances !

BOBINE

LE REPORTAGE DU MOIS

La vie en rose

Destination aux influences multiples, les Vosges du Sud se distinguent par la richesse de son patrimoine naturel et architectural. Ici, le grès rose, pierre emblématique de la région, façonne non seulement les paysages mais aussi l'âme de ses habitants. Reportage au coeur d'un territoire qui vous fera voir la vie en rose.

LIRE L'ARTICLE

Livrables pour chaque sujet commandé :

- 1 reportage de 3 jours sur le terrain
- 1 podcast de 20 minutes
- Production d'un article web
- Pack de 100 photos
- Réels Instagram
- Posts Instagram, LinkedIn et Facebook
- 1 newsletter

COMMUNICATION DIGITALE

BOBINE Magazine

NOUVEAUTÉ 2024

3 reportages sur 3 saisons :

- ✓ **Printemps** : ***Vosges du Sud*** => « La vie en rose » : thématique du grès : Luxeuil-les-Bains, Belfort, Fougerolles, les Chalots… Diffusion début août + relai RS et e-letter Bobine

- ✓ **Automne** : ***La Bourgogne*** => Vallée de la Céramique : Paray-le-Monial, Le Creusot Montceau, musée Paul Charnoz, atelier de mosaïste… Diffusion mi-octobre

- ✓ **Hiver : *Montagnes du Jura*** => le bois, tournerie, Comté, maitres-pipiers, jouets coopératifs…

bobine

→ Jour 2 – Luxeuil-les-Bains

Voir la vie en grès rose à *Luxeuil-les-Bains*

Ce matin de juin, nous rejoignons Charline Désaunay, assistante du patrimoine à la ville de Luxeuil-les-Bains. Réputée pour ses sources thermales, Luxeuil est également connue pour ses nombreux bâtiments en grès rose des Vosges, une pierre extraite des carrières locales qui confère une identité visuelle unique à la commune. *« On dit souvent que Luxeuil a 2000 ans d'histoire. Dès l'Antiquité, on va utiliser le grès pour construire des bâtiments, pour les premiers remparts, pour sculpter des stèles funéraires… »*, détaille Charline.

→ Luxeuil-les-Bains

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

COMMUNICATION

FRANCE

Achat d'espace *digital* : **TÉLÉRAMA**

« ***Les plus beaux châteaux de Bourgogne » :***

- Article en Brand content (Châteauneuf, Ray-sur-Saône, Pierre de Bresse, Bussy Rabutin) sur le site sur-affinitaire *Télérama.fr*
- 1 post FB dédié
- 1 post Insta dédié

Médiatisation sur 4 semaines au premier trimestre 2025 (vacances scolaires d'hiver)

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

Télérama

ALLEMAGNE

Achat d'espace *print* : **FRANKREICH MAGAZIN**

Article de **6 pages** présentant une idée de week-end culturel par destination (2 pages / desti) :

- **LB** : Dijon, Les Climats du Vignoble de Bourgogne, Abbaye de Fontenay
- **MDJ** : Besançon, Citadelle Vauban, FRAC Franche-Comté, Musée des maisons comtoises, Saline Royale, Grandes Salines.
- **VDS** : Belfort (Lion, musées, Citadelle), Chapelle ND du Haut à Ronchamp, Luxeuil-les-Bains, l'&cclesia.

Parution 1er trimestre 2025.

FRANKREICH magazin

06

FOCUS

SITES UNESCO

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

Collector Timbres - Poste

Partenariat

- ✓ 8 000 exemplaires
- ✓ Prix de vente 2024 : 13€
- ✓ **Diffusion** : *bureaux de Poste, facteurs, buralistes, partenaires (Relais commerçants ou Agence postale) de BFC, site laposte.fr*

Collector Timbres - Poste

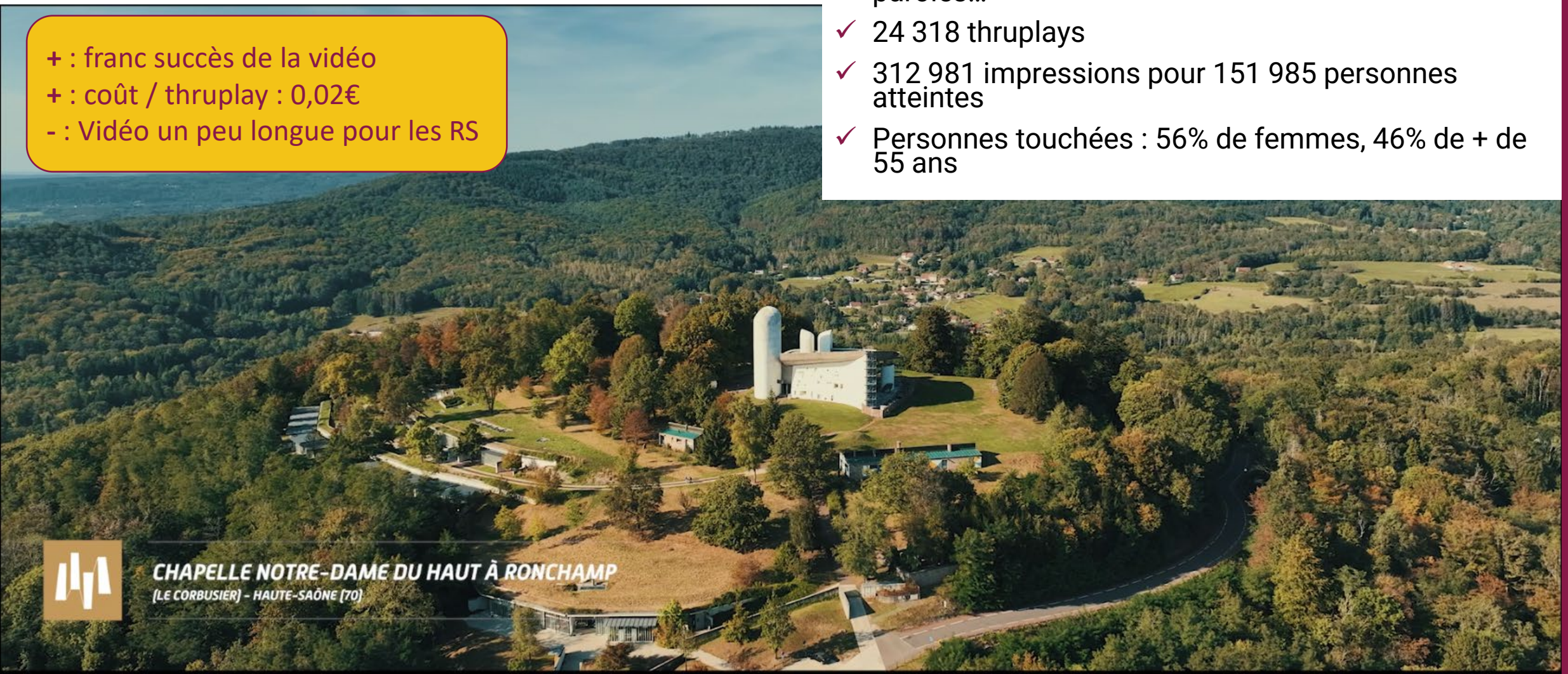
- ✓ **16/05** : Conférence de presse le (AG du CRT) en présence de 30 journalistes et de la Présidente de Région
  => *au moins 6 articles en PQR + radios*
- ✓ **17/05** : Info sur le site pro BFCT (« Actualités »)

- ✓ **21/05** : newsletter dédiée Unesco avec Focus Timbres
- ✓ **05/06** : Post Facebook avec jeu pour gagner des carnets (*292 likes, 245 commentaires, 37 partages*)
- ✓ **30/06** : Info dans le DP spécial Unesco 2024
- ✓ Post linkedIn BFC 360° (5 185 abonnés)

Vidéo de promotion

- ✓ Durée : 3 min 30
- ✓ Format horizontal + vertical (RS)
- ✓ Traduction en anglais (voix off)
- ✓ Déclinaison marques (MDJ, LB)
- ✓ Diffusion : **sponso** YouTube, réseaux sociaux, sites des marques de destination, sites UNESCO, prises de paroles…
- ✓ 24 318 thruplays
- ✓ 312 981 impressions pour 151 985 personnes atteintes
- ✓ Personnes touchées : 56% de femmes, 46% de + de 55 ans

+ : franc succès de la vidéo
+ : coût / thruplay : 0,02€
- : Vidéo un peu longue pour les RS



PRODUCTION DE CONTENUS - PUBLICS ENFANTS

ENVOLÉES CONTÉES

Série de 9 podcasts :

- 1 par site UNESCO
- Décliné sur 9 semaines, du 03/06 au 29/07
- Disponible sur les plateformes de téléchargement (Apple, Deezer…)
- Posts Facebook (reels) sur plusieurs mois
- Ajout sur les pages des sites (SCV)
- Info dans le DP spécial UNESCO

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

ACHATS D'ESPACE FRANCE

4 pages dans le magazine ESCAPADES:

- Magazine de voyage (format papier)
- 60 000 exemplaires
- Lectorat : 250 000
- Site Internet (diffusion sur 1 mois)
- 1 newsletter
- Bannière de renvoi depuis le site TV5 Monde

PRESSE MULTI-MARCHÉS

Dossier de Presse annuel de BFCT Nouveautés 2024 :

LES 8 MERVEILLES DE BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

SPÉCIAL PATRIMOINE MONDIAL DE UNESCO

BASILIQUE SAINTE-MARIE-MADELEINE DE VÉZELAY

Au sommet de la colline dite éternelle, la basilique de Vézelay est le reflet de la dévotion humaine à travers les âges. Sa luminosité empreinte de spiritualité émerveille chaque année des milliers de visiteurs et pèlerins sur les chemins de Saint-Jacques de Compostelle. Chef d'œuvre de l'art roman, elle abrite une profusion de détails sculptés un peu partout en son cœur : tympans, chapiteaux, portails... un ensemble remarquable et particulièrement original !

UN PHÉNOMÈNE UNIQUE AU MONDE

Il y a 900 ans, en multipliant les ouvertures pour laisser pénétrer la lumière, les bâtisseurs ont accompli une prouesse ! Chaque année pendant les solstices d'été et d'hiver, le soleil forme dans la nef, de somptueux chemins de lumière à la géométrie parfaite.

La restauration de la basilique, débutée en 2014, se poursuit. Après le chevet, le chœur, les transepts, la tour Saint-Antoine, la façade occidentale et l'avant-nef, c'est désormais au tour de la nef et des bas-côtés d'être restaurés. Fin des travaux prévue en 2025 2026. Mais pas d'inquiétude : la basilique reste accessible pendant toute la durée du chantier !

SORTIE 2024

Le **carnet collector de 8 timbres-poste spécial « Sites UNESCO de Bourgogne-Franche-Comté ».** Disponible début 2024.

LA CHAPELLE NOTRE-DAME DU-HAUT À RONCHAMP

Icône de l'art sacré du XX[e] siècle, elle est bien plus qu'un lieu de pèlerinage dédié à la Vierge Marie. Cette œuvre d'art architecturale de Le Corbusier transcende le religieux pour devenir un symbole d'innovation, d'émotion et d'inspiration. Deux autres architectes de renommée internationale ont depuis exercé leurs talents sur la colline de Ronchamp : Jean Prouvé en 1975 et Renzo Piano en 2011.

SECONDE JEUNESSE POUR LA CHAPELLE

Le site de la Colline à Ronchamp est en pleine effervescence depuis 2022, date de lancement des premiers travaux de restauration. Fin 2024, la chapelle aura retrouvé éclat et santé !

LA CITADELLE ET LES FORTIFICATIONS VAUBAN DE BESANÇON

Le pouvoir incarné... Cette imposante forteresse, dominant la ville de Besançon et épousant ses reliefs, est un exemple exceptionnel de fortification militaire du XVII[e] siècle. Pièce maîtresse des fortifications de Vauban, elle est considérée comme l'une des plus belles de France.

C'EST NOUVEAU

Après 15 ans de réflexion et 3 ans de travaux, le **Musée de la Résistance et de la Déportation** dévoile enfin son nouveau visage : un parcours permanent de visite entièrement repensé et riche de nouveaux objets phares, un espace d'exposition temporaire et, trésor du musée enfin accessible à tous : le fonds d'art en déportation, l'un des plus riches d'Europe !

Le Jardin de Vauban, premier d'une belle série, est un nouvel espace qui se visite comme un livre d'histoire. Un lieu où nature, biodiversité et passé se conjuguent à merveille.

Nouveau nom, nouvelle déco et nouveau concept pour le restaurant de la Citadelle : ouvert 7j/7, le **Momentum** affiche une carte de saison mettant en avant les produits frais.

SAVE THE DATE

Voyage à travers le temps les 22 et 23 juin 2024, à l'occasion du **Week-end Grand Siècle** organisé cette année sur le thème de l'alimentation.

56

- ✓ 3 pages dédiées Spécial Unesco
- ✓ 4 langues : français, anglais, allemand, néerlandais
- ✓ Consultable en ligne (site pro)
- ✓ Format papier distribué sur les opé presse BFCT
- ✓ Envoi Suisse : 285 contacts (Taux d'ouverture : 32,18%)
- ✓ Envoi Belgique + Pays Bas : 244 destinataires (Tx ouv. : 43,17%)

PRESSE FRANCE

Dossier de Presse Spécial UNESCO

- ✓ Thème : nouveautés 2024
- ✓ 12 pages (digital)
- ✓ Envoi à 1.230 contacts
- ✓ Cibles : presse patrimoine / culture, tourisme / loisirs, famille / enfants, Radio, TV généralistes
- ✓ Taux d'ouverture : 38%

PRESSE FRANCE

PARIS
14 novembre
Café Lapérouse

Opé Presse : Le brunch des sites Unesco

- ✓ Cocktail déjeunatoire dans un restaurant privatisé
- ✓ Thème : les sites Unesco en perpétuelle évolution
- ✓ Format : => 1 prise de parole globale : actions 2024 du collectif / Club Unesco
  => 1 présentation de chaque site
  => échanges individuels sites / journalistes
- ✓ Diffusion de la vidéo promotionnelle
- ✓ Mini-ateliers : podcasts, lunettes réalité augmentée
- ✓ Appui sur le DP 2024 spécial Unesco

24 journalistes présents

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

PRESSE ALLEMAGNE

Communiqué de Presse journalistes germanophones

- ✓ Thème : « des sites Unesco en perpétuel renouvellement »
- ✓ Envoi le 13 juin
- ✓ 1.000 journalistes (quotidiens régionaux et nationaux, magazines, radio, TV…)

=> Contacts presse suite au CP

=> 1 article Frankfurt-live.com

=> 1 article genussmaenner.de

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

genussmaenner.de
Das Online-Magazin für die größte Randgruppe der Gesellschaft.

12.08.2024

Weihnachten
Auto & Mobiles
Bücher
Gewinnspiele
Kommentar
Küche & Keller
Kunst & Kultur
Lifestyle
Männerleben & Vaterleben
Reisen
Der FrankenwaldSteig
Découvrir la France
Genussvolles Stubai
Potsdam - wo Preußen zuhause ist
Ein Monat Madeira
Mein Leipzig lob ich mir
Montafon - Min Weag
Rügen spielt auf
Wirtschaft & Recht

NEU AUF GENUSSMAENNER.DE
- DER GARMONT VETTA SYNTH GTX
- Herbst im Lechtal
- Die 7 Pfade zu guten Entscheidungen
- Das Elektroauto versichern
- Wandern und Wellness
- Morgengruß von Helmut Harff: Olympische Gedanken – Teil 5
- Mehrheit würde Verbrenner-Verbot ersatzlos streichen
- CD der Woche: "I Saw You I Saw Myself"
- Täglich neue Erlebnisse auf den endlosen Weiten der Ozeane
- Motorisierte Meisterwerke in Medici-Atmosphäre

Home » Reisen

Vorherigen Artikel lesen **Nächsten** Artikel lesen

Burgund, Südvogesen und Juragebirge

Schlaglicht auf das Weltkulturerbe in Bourgogne-Franche-Comté

Die Reiseziele Burgund, Südvogesen und Juragebirge liegen alle in der französischen Region Bourgogne-Franche-Comté. Dort gibt es neun Stätten des UNESCO-Welterbes zu bewundern, von insgesamt 52 in ganz Frankreich. Der Erhalt dieser Orte und deren Erfüllung mit Leben ist ein wichtiges Anliegen der Region. Neuerungen und hochkarätige Veranstaltungen vor historischer Kulisse ziehen auch in diesem Sommer zahlreiche Touristen in ihren Bann.

Romanische Kunst auf dem ewigen Hügel

Auf dem sogenannten ewigen Hügel spiegelt die Basilika von Vézelay die Frömmigkeit durch alle Zeiten hindurch wider. Ihre von Spiritualität geprägte Ausstrahlung begeistert jedes Jahr Tausende von Besuchern und Pilgern auf dem Jakobsweg. Sie ist ein Meisterwerk der romanischen Kunst und birgt eine reiche Ornamentik. Nach der Apsis, dem Chor, den Querschiffen, dem Turm Saint-Antoine, der Westfassade und dem Vorschiff sind nun das Kirchenschiff und die Seitenschiffe an der Reihe, restauriert zu werden. Geplanter Abschluss der Arbeiten: 2025-2026. Die Basilika bleibt während der gesamten Bauzeit zugänglich.

PRESSE et BtoB Allemagne

- Push mail (brève) sur les nouveautés Unesco + nouvelle vidéo : 336 contacts
  Taux d'ouverture : 40,18%
- 05/04 : inauguration à Haus Burgund Mayence, de l'expo « *Notre Dame du Haut Meisterwerk von Le Corbusier in Ronchamp* » : présence 4 journalistes et 2 TO, présentation des offres des Vosges du Sud par BFCT
- 18/06 : workshop promo et presse à Francfort

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

07

PRESSE

B TO B

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

PRESSE

France et étranger

- ✓ Janvier : parution du Dossier de presse BFCT (nouveautés 2024

  Workshop Atout France à Amsterdam (LB)

  Mars : API Le journal du médecin (Belgique) sur Pasteur
- ✓ Avril : API magazine néerlandais NAVENANT (City break à Dijon)
- ✓ Mai : API journaliste allemande « Front Row Society » sur l'horlogerie à Besançon + Visite historique de Belfort
  AP TV belge RTBF : découverte de Besançon
  Api 3 journalistes IDF sur Belfort, Ronchamp, Luxeuil
- ✓ Juin : AP journaliste freelance allemande : découverte Via Salina, Saline royale, Besançon
  AP journalistes voyage grijsopreis.nl sur la route de l'Absinthe
  AP « L'invitation au voyage » (ARTE) sur la vie de Buffon en Bourgogne
  Juillet : envoi d'un CP « nouveautés dans les sites UNESCO » journalistes culture
- ✓ Septembre : AP 5 journalistes allemands sur culture et savoir-faire (Nevers, Vézelay, la Charité)
- ✓ Octobre : AP journaliste allemand Radioreise sur les personnages illustres (Besançon, Dole)

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

B TO B

France et étranger

- ✓ février : ***China workshop*** Paris (LB)
  Webinaire TO US « GT Expérience (Dijon, Beaune, Vézelay) (LB)
  Sourcing TO Japonais JTB Royal sites patrimoine des MDJ
- ✓ Mars : éductour TO ***Touren Service*** « les incontournables de la région)

  Workshop B2B avec Atout France « Rendez-vous en France » à Toulouse (750 TO)
- ✓ Arts et Vie : accompagnement à la programmation

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

08

PLAN D'ACTION 2025

LES GRANDS AXES
(pistes de réflexion)

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

Filière patrimoine

Evolution des modalités partenariales

Deux évolutions notables :

- **Vers un fonctionnement mixte :**

- Maintien du ***modèle « collectif »*** pour les lieux de visite : les sites s'acquittant de leur adhésion continueront de bénéficier du plan d'actions global de développement et de promotion de la filière (actions comprises dans l'adhésion)

- Passage à un ***modèle « transactionnel »*** pour les OTs : certaines actions du collectif, notamment des actions de com', leur seront proposées à la carte

- Ouverture de certaines actions, notamment des actions de développement, à des sites non membres

- **Réduction du montant des adhésions les plus élevées** (bien UNESCO, Grand site de France, site de 60 000 visiteurs et plus), pour permettre aux sites concernés d'acheter des actions proposées à la carte (presse/BtoB) par les collectifs-destination.

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

Filière patrimoine
Enjeux 2025 - 2026

LES ENJEUX

Marques de destinations (LB, MDJ & VDS)

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

Spécifique Filière patrimoine

- Accroître et promouvoir la qualité d'expérience au sein des sites patrimoniaux et culturels ainsi que des événements et développer leur notoriété
- Porter en communication la diversité et la modernité des offres et expériences patrimoniales et culturelles, en complément des actions menées par chacun des sites, des réseaux et des destinations infra

LES CIBLES

LES CONTRIBUTIONS DE LA FILIERE

- Identifier/sourcer des offres axe de com' par axe de com'
- Nourrir la communication des marques, en produisant des contenus multi-registres (financement inter-filières), autour notamment du patrimoine, de la culture et des événements
- Déployer des dispositifs de com' ciblés, par axe/thématique, toujours sous les marques de destination

Filière patrimoine

PAC 2025 prévisionnel

Actions de développement :

- **Animation** : club UNESCO, partenariat Conseil régional
- **Observation** : mise à jour pages patrimoine du Mémento, conception focus patrimoine du nouveau dispositif d'observation des clientèles, suivi e-reputation, analyses Guestviews,…
- **Marketing** : accompagnement à l'appropriation des personas

- recensement/qualification des offres patrimoine – culture aspirationnelles pour chaque persona prioritaire
- définition concertée d'un **vocabulaire éditorial** partagé patrimoine – culture (registres, mots-clefs, ton, images, codes visuels… communs +/- spécifiques à chacune des 3 destinations), qui permettrait d'adresser de façon cohérente les personas prioritaires et de les inspirer.

- **Ingénierie** : pré-audits qualité Destination d'excellence (ex Qualité Tourisme), diagnostics marketing, mise à disposition Guestviews, …
- **Professionnalisation** : ateliers, webinaires, …
- Partenariat avec **BFC Tournages & Cinéma** (BAT) / volet développement

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

Filière patrimoine

PAC 2025 prévisionnel

Actions de promotion/communication :

- **Production de contenus** multi-registres par destination pour les cibles Explorateurs/slow ou Touche à tout/tendance (financement inter-filières)
- Achats d'espaces tourisme de savoir-faire (*/**)
- Achats d'espaces cible Esthètes x offres « arty » (**)
- Achats d'espaces cible familles x offres expérientielles de visite (**)
- PAC biens UNESCO (***)
- Partenariat avec BFC Tournages & Cinéma (BAT) / volet communication

(*) actions proposées à la carte aux entreprises ouvertes à la visite non membres du collectif

(**) actions proposées à la carte aux OTs

(***) PAC socle pour tous les biens UNESCO + actions supplémentaires à la carte pour les biens UNESCO intéressés

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

Catherine
DEMOLY

c.demoly@bfctourisme.com

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**