

DÉCIBELLES DATA

- ↳ **Le 5 décembre** : réunion de travail avec la région Centre Val de Loire pour étudier la mise en place d'une passerelle permettant l'envoi des offres de la Nièvre vers le SIT de la région Centre-Val de Loire.
- ↳ **Le 6 décembre** : présentation de Hey Doubs par Doubs Tourisme
- ↳ **Le 10 décembre** : animation du webinaire "Booster votre visibilité avec Décibelles Data"
- ↳ **Itinérance** : mise à jour de la passerelle APIDAE pour récupérer tous les itinéraires de l'Ain et du Rhône. Etude de la mise en place d'une passerelle avec Géotrek pour récupérer les itinéraires du Jura, du Doubs et des Parcs du Haut-Jura et du Morvan.
- ↳ **Nouveau partenariat** avec le magazine **MAGVILLE** pour recenser les marchés de Noël et illumination pour parution dans un numéro des fêtes de l'édition de Mâcon.
- ↳ Envoi des conventions partenariales aux 8 départements et aux OTs avec les nouvelles annexes.
- ↳ Envoi des conventions passerelles Gîtes de France Bourgogne (58-21-89) et Haute-Saône. Arrêt de Feratel et import à partir de Cloudspire prévue le 6 janvier 2025

COMMUNICATION D'ENTREPRISE

↳ LES RENDEZ-VOUS DU TOURISME EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE 2024

Les 28 et 29 novembre, plus de **300 professionnels** du tourisme de la région ont participé à la 1^{ère} édition des Rendez-Vous du Tourisme en BFC, événement co-organisés par BFC Tourisme et la Direction du Tourisme.

Cet événement s'est déroulé en présence Marie-Guite Dufay Présidente de la Région Bourgogne-Franche-Comté et Nathalie Labosse, Vice-Présidente de BFC Tourisme

Coopération, innovation, tables rondes, ateliers créatifs, et partages d'expérience ont été les maîtres-mots de ces deux journées inspirantes et riches en échanges.

[Découvrez en images les moments forts de cet événement](#)

Une enquête de satisfaction est en cours, nous vous communiquerons les résultats ultérieurement.

Les bureaux de BFC Tourisme et de la MASCOT seront fermés du 21 décembre 2024 au 5 janvier 2025 inclus

RÉUNIONS STATUTAIRES 2024

- 9 décembre** : Conseil d'Administration de la MASCOT (en visio)
- 19 décembre** : Conseil d'Administration de BFC Tourisme (en visio)

NOS PROCHAINS RENDEZ-VOUS

- 3 décembre** : réunion avec les directeurs de CRT
- 3 décembre** : eductour en région Tourisme d'Affaires
- 3 décembre** : Les Rencontres régionales de l'International / Conseil régional BFC
- 3 et 4 décembre** : séminaire des relais territoriaux d'ADN Tourisme à Orléans
- 5 décembre** : déjeuner de presse Montagnes du Jura à Paris
- 5 et 6 décembre** : séminaire annuel du Club Ingénierie ADN Tourisme
- 6 décembre** : réunion avec les directeurs des OT
- 10 décembre** : réunion ADT / BFC Tourisme
- 11 décembre** : comité technique Pôle Campagnes Atout France
- 13 décembre** : 2^{ème} atelier sémantique
- 17 décembre** : CODIR promotion-presse Tourisme
- 17 décembre** : CODIR digital BFC Tourisme
- 17 décembre** : CODIR BFC Tourisme

VILLES ET VILLAGES FLEURIS 2024

Le 27 novembre dernier, la MASCOT et BFC Tourisme ont organisé la remise des prix régionaux des Villes et Villages Fleuris 2024.

Cette remise de prix a été le moment pour chaque commune ayant obtenu une fleur de se voir remettre un diplôme, un panneau et une plante offerts par BFC Tourisme.

Cet événement a été mis en lumière par la présence de **Nathalie LABOSSE**, vice-présidente de BFC Tourisme et Présidente du Jury Régional du label Villes et Villages Fleuris de Bourgogne-Franche-Comté,

23 communes ont été récompensées.

Par ailleurs, **Maurice CANAUX**, membre du jury régional et ancien directeur des parcs et jardins d'Aix-les-Bains, a partagé son expertise sur l'aménagement durable des espaces publics.

À DESTINATION DES HABITANTS

MARKETING

- Dans le cadre de la signature **Sortez Chez Vous en Bourgogne-Franche-Comté**, BFC Tourisme participe aux travaux menés par la Direction Générale des Entreprises (DGE) du ministère de l'Économie et des Finances dans le cadre de la mise en œuvre de la feuille de route de gestion des flux touristiques. Cette initiative vise à mieux intégrer les populations locales dans les stratégies touristiques en se concentrant sur les points suivants :
 - Prévenir et agir contre le rejet du tourisme et des touristes ;
 - Encourager les habitants à être fiers de leur territoire et leur permettre de profiter de l'offre culturelle, événementielle, etc. ;
 - Améliorer l'hospitalité des habitants en les impliquant dans l'élaboration des stratégies touristiques locales et en les informant des mesures adoptées localement pour gérer les flux touristiques.

Afin d'accompagner et inspirer dans le déploiement de dispositifs d'intégration des populations locales, la DGE met à disposition :

- Une fiche comprenant des éléments méthodologiques généraux ;
- Des fiches pratiques permettant de résumer les bonnes pratiques existantes.

[Consultez le lien de la DGE sur cette thématique](#)

[Lien vers l'exemple Sortez Chez Vous](#)

COMMUNICATION ONLINE & RESEAUX SOCIAUX

DU CÔTÉ DE NEWSLETTER

- **Le 3 décembre** : envoi d'une newsletter dédiée aux marchés de Noël de la région et les recettes à partager pour des moments conviviaux

DU CÔTÉ DES RÉSEAUX SOCIAUX :

- Focus sur les sorties de films soutenus par le Bureau d'Accueil des Tournages
 - **Le 1er décembre** (Instagram) : mise en avant dans le format "Les sorties du mois" [voir ici](#)
 - **Le 11 décembre** (Facebook) : promotion de la sortie du film Vingt Dieux.
 - Partage des bandes-annonces en story et ajout en mise « À LA UNE », afin de valoriser les actions du BAT et les tournages en région.
- **Facebook**
 - **Le 4 décembre** : publication de recettes locales pour Noël.
 - **Le 15 décembre** : élection de la nouvelle photo de couverture pour la saison à venir.
 - **Le 18 décembre** : changement officiel de la photo de couverture.
 - **Le 25 décembre** : vœux pour 2025 et sondage pour connaître les attentes de la communauté pour l'année à venir.
- **Instagram**
 - **Le 1er décembre** : jeu concours à l'occasion de la sortie du film Vingt Dieu - en partenariat avec Pyramide Film - des places de cinéma sont à gagner pour aller voir le film
 - **Le 18 décembre** : top des lacs et cascades pour des balades hivernales
 - **Le 25 décembre** : rétrospective des posts les plus likés en 2024.
 - **Le 29 décembre** : vœux pour 2025 et sondage pour connaître les attentes de la communauté pour l'année à venir.



À DESTINATION DES HABITANTS

COMMUNICATION OFF LINE

PARTENARIAT RADIO

- **AVEC FRANCE BLEU BESANÇON** : poursuite du partenariat avec France Bleu Besançon. Chaque dimanche à 8 h 00 les équipes de BFC Tourisme proposent des idées de sorties et des bons plans pour découvrir la région !
 - **Le 1er décembre** : une journée à Luxeuil-les-Bains.
 - **Le 8 décembre** : les marchés de Noël de la région.
 - **Le 15 décembre** : escapade à Poligny autour du Comté, et la sortie du film Vingt Dieux.
 - **Le 22 décembre** : la station de Métabief et ses activités hivernales.
 - **Le 29 décembre** : balades autour des lacs en hiver



COMMUNICATION À DESTINATION DES FILIÈRES

FILIERE OENOTOURISME

- **Retour sur la campagne Fascinant Week-End / Sortez Chez Vous – du 4 au 18 octobre 2024**

Campagne exclusivement sur Facebook et Instagram, avec des publicités payantes. Trois types de contenus ont été diffusés auprès des habitants de la région :

1. Des vidéos de teasing
2. Des carrousels présentant des destinations
3. Des carrousels mettant en avant des offres thématiques.

Bilan global de la campagne :

Impressions totales : 826 420

Couverture (nombre de personnes touchées) : 260 845

Clics sortants (vers un lien externe) : 3 302

Nombre de vues complètes des vidéos (thruplays) : 27 460

Public principalement touché :

Femmes de 55-64 ans : 48 497 personnes

Femmes de 65 ans et + : 45 298 personnes

Femmes de 45-54 ans : 36 788 personnes

Résultats du post Facebook dédié à "Fascinant Week-end" :

Impressions : 125 783

Couverture : 65 307

Interactions totales : 8 421 (comprenant 764 réactions, 22 commentaires)

Clics sur un lien : 199

Partages : 119

À DESTINATION DES HABITANTS

PASS DECOUVERTE

- Envoi de 2 newsletters aux détenteurs du Pass Découverte :
 - **Semaine du 3 décembre** : newsletter « le top des musées à faire cet hiver avec son Pass Découverte ».
 - **Semaine du 16 décembre** : newsletter « le top 5 des sites à faire pendant les vacances de Noël avec son Pass Découverte ».
- Envoi de 2 notifications push en fonction des actualités du Pass Découverte :
 - **Semaine du 9 décembre** : notification pour inciter à rechercher une prochaine sortie avec son Pass Découverte".
 - **Semaine du 16 décembre** : notification pour inciter à utiliser son Pass Découverte durant les vacances de Noël

PRODUCTION DE CONTENUS

- Poursuite du diagnostic itinérance avec la refonte de plusieurs pages
 - Refonte de la page « à vélo »
 - Refonte du hub "en bateau »

RETOUR SUR ...

1. Campagne de Leads (20 septembre - 15 octobre 2024)

Deux types de campagnes ont été lancés :

- Facebook : un formulaire pour récolter des contacts pour la newsletter avec deux visuels en test A/B.
- Instagram : une campagne de trafic redirigeant vers notre page "Restons connectés" sur le site.

Résultat : plus de 3 000 nouvelles adresses récoltées venant enrichir la base de prospects.

2. Campagne Multi-Filières (9 septembre - 15 octobre 2024)

Cette campagne visait plusieurs secteurs (patrimoine, itinérance, œnotourisme) via des bannières animées et vidéos. Elle a atteint des résultats supérieurs aux attentes :

- CTR (taux de clics) : 0,3 % contre 0,16 % prévu, avec 21 231 clics au lieu des 1 267 estimés.
- CPM (coût pour mille impressions) : 1,36 € au lieu de 12 €, avec 7 013 592 impressions au lieu des 816 667 prévues.

Les retombées sur le site [Sortez Chez Vous en BFC](#) ont généré 19 400 visites, mais avec un taux de rebond de 86 %, un temps de visite de 32 secondes et 7 intérêts partenaires (clics sur numéro de tél/adresse e-mail/site web).

Ce résultat vise à être amélioré en proposant des offres plus concrètes afin d'obtenir plus de clics vers les partenaires.

3. Réseaux sociaux

Sur Instagram, utilisation de nouveaux formats tels que [les tops éditoriaux](#) ou [le top post du mois](#) qui a suscité de nombreux commentaires.

Quelques chiffres :

41 412 impressions

3 028 likes

99 enregistrements

36 commentaires

71 nouveaux abonnés

168 visites du profil



LE BUREAU D'ACCUEIL DES TOURNAGES

TOURNAGES

- Le calendrier des prochains tournages en région [est disponible ici](#)
- Si vous souhaitez participer à un casting [consulter cette page](#)

COMMUNICATION

- Sourcing pour la création d'une page "Cinéma dans les Montagnes-du-Jura" pour le site de MDJ
- Insertion publicitaire mettant en avant le BAT dans le hors-série Productions du magazine **ECRAN TOTAL** (magazine nationale des professionnels du cinéma)
- Suivez le Bureau d'Accueil des Tournages sur les réseaux sociaux
 - [Facebook](#)
 - [Instagram](#)
 - [LinkedIn](#)

RETOUR SUR ...

Entrevues - festival international du film

Les événements régionaux permettent de développer et animer le réseau cinéma au niveau régional avec la Région Bourgogne-Franche-Comté, APARR, Cinémas Indépendants de Bourgogne Franche-Comté, ...

Des avant premières/projections de courts métrages sont organisées en présence de réalisateurs, producteurs technicien, comédiens...

Cette année, le long-métrage « **La Fin de l'Âge de Fer** » réalisé par Clément Schneider, produit par Les Films d'Argile a été mis à l'honneur. Ce film a été tourné en Côte d'Or et en Saône-et-Loire et a reçu le soutien de la Région Bourgogne-Franche-Comté et du département de Saône-et-Loire et a été accompagné par le Bureau d'Accueil des Tournages. Séance spéciale en présence du réalisateur.

Le festival **Parcours Nouveaux Talents**, labélisé Talents en Court, est développé par le CNC. Ce dispositif vise à repérer et accompagner des nouveaux talents cinéma. Il aide les créateurs amateurs à passer à l'univers professionnel. C'est l'APARR, en partenariat avec le Festival Entrevues de Belfort, qui coordonne cette opération. Lors de cet événement, les 2 lauréats 2025 ont été sélectionnés : Irina Bert et Bruno Coulon.

En savoir plus : <https://www.aparr.org/parcours-nouveaux-talents>

ACTUALITÉS DES FILMS

(sorties nationales, projections ...)

- Le 3 décembre** : avant-première du film "Vingt Dieux" au Cinéma Darcy de Dijon
- Le 8 décembre** : avant-première du film "Le Garçon" de Zabou Breitman au Cinéma Darcy de Dijon
- Le 11 décembre** : sortie nationale du film "Vingt-Dieux" de Louise Courvoisier

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

- Film France Talents (annuaire des techniciens et artistes-interprètes) : 9 rendez-vous avec des professionnels locaux (6 techniciens et 3 comédiens).
- Base des Lieux de Tournages Film France (Base décors) : 5 décors enregistrés (création et mise à jour)
- Annuaire régional des figurants : plus de 1 600 figurants validés

COMMUNICATION ONLINE

CAMPAGNE SEA HIVER

- Du 1er novembre au 31 décembre : communication neige et hors neige

ELETTER GRAND PUBLIC MDJ

- **Le 12 décembre** : envoi de la 2^{ème} Eletter hiver / conversion

CAMPAGNE HIVER AVEC FRANCE MONTAGNES

- La campagne digitale sur le site [L'equipe.fr](https://www.lequipe.fr) a débuté le 18 novembre : pour l'instant, c'est une campagne générique « La montagne, ça vous gagne France Montagnes / Explore France »
Du 15 février au 15 avril : visibilité digitale sur le site de L'Equipe avec diffusion d'une vidéo et des bannières dédiées aux Montagnes du Jura.

COMMUNICATION ONLINE

CAMPAGNE HIVER AVEC FRANCE MONTAGNES

- La campagne TV est lancée depuis le 18 novembre : pendant 2 mois, sponsorship sur « L'Equipe de Greg » (émission de 18h30 à 21h) avec le même clip Hiver généraliste France Montagnes que l'année dernière.
- **Le 17 novembre** : parution d'un dossier de 12 pages sur la montagne française dans le quotidien.
- **Le 23 novembre** : sortie du Guide de l'hiver (magazine Outdoor de L'Equipe) / [à consulter ici](#)

RESEAUX SOCIAUX

CAMPAGNE HIVER

- Poursuite de cette campagne social média Hiver lancée le 15 novembre jusqu'au 19 décembre 2024 (dark posts et carrousels).



- **Adaptation des pages "48h en station"** pour les Rousses, Métabief et Monts Jura en carrousels créatifs, qui seront publiés cet hiver

COMMUNICATION DÉDIÉE AUX FILIÈRES

FILIÈRE PATRIMOINE

- **Les 16 et 17 décembre, l'Office de Tourisme Haut-Jura Saint-Claude accueillera une équipe du Magazine de voyage BOBINE.**

Une équipe de tournage viendra explorer les forêts, découvrir les artisans du bois et les spécialités locales. Ce reportage donnera lieu à un article en ligne, un podcast de 20 minutes, des publications sur les réseaux sociaux et une centaine de photos qui seront ajoutées à notre médiathèque.

FILIÈRE ITINÉRANCE

- Travail en cours en interne sur la question de la remontée des itinéraires rando et vélo sur le site Montagnes du Jura. Questionnement concernant la technologie Géotreck et une possible passerelle.

EDITIONS / PRODUCTIONS DE CONTENUS

- **REDACTION DE NOUVEAUX CONTENUS POUR LE SITE DE LA MARQUE**

[Vos vacances d'hiver dans les Montagnes du Jura](#)

[Un hiver sans la neige, l'Hi-Vert autrement](#)

[Week-end hivernal en Pays Horloger](#)

[GR 59 des Vosges au Jura](#)

[Top des Fermes auberges dans les Montagnes du jura](#)

[Voyager responsable dans les Montagnes du Jura](#)

[Nos activités pour s'aventurer dans le vignoble du Jura](#)

[48 h en amoureux dans le Bugey Sud](#)

- **BASE DE DONNÉES TOURISTIQUES**

Il est possible aujourd'hui de saisir les **Bike Park** dans le bordereau "Activités sportives, culturelles et formules itinérantes". Il suffit de sélectionner "Équipement de loisirs / Site VTT / Bike Park ».

Le Site Montagnes du Jura va répertorier et mettre en avant ces sites alors si vous en avez sur votre territoire, n'attendez plus !

- **OFFRE DURABLE**

La coche offre durable est sélectionnée par les départements (ADTs) sur la base d'un label.

Lorsque cette coche est renseignée alors une pastille s'affiche sur la photo de la fiche DD en haut à droite

[Voir exemple 1](#) et [Voir exemple 2](#)

Le champ texte offre durable est quant à lui rempli par les OTs ou prestataires (labellisés ou non mais déjà engagé dans une démarche éco-responsable). **Lorsque ce champ est renseigné, un encart "démarche durable" remonte à l'intérieur de la fiche DD / [Voir exemple](#)**

PRESSE



France

2 actions organisées par l'agence SILFRA / agence presse de BFC Tourisme

- **Le 5 décembre : déjeuner de presse à Paris** sur le thème : Les Montagnes du Jura en mode hiver, avec ou sans neige ». 9 journalistes présents représentant des supports tels que l'Équipe, Le Figaro, le Nouveau Voyageur, BFM TV, Femme Actuelle...
- **Du 12 au 14 décembre** : accueil de 4 journalistes, accompagnés par SILFRA. **Thème de l'accueil** : découverte du Jura et de l'Ain en ce début d'hiver : biathlon, musée de la Boissellerie ou du Jouet, cuivrierie de Cerdon, nouvelles lodges ou lac Genin, balade en calèche, randonnée aux cascades du Flumen, fondue improvisée, Monastère de Brou ...



PAYS-BAS

- **Du 27 décembre au 1^{er} janvier** : accueil de **Larissa HENDRICKS** (venue au printemps) pour découvrir les Montagnes du Jura en mode hiver pour 3 plateformes tourisme.

RETOUR SUR ...

- **RESULTATS ELETTER GRAND PUBLIC HIVER #1 ENVOYÉE LE 7 NOVEMBRE**
23 186 envois – 11 024 ouvertures cumulées - Taux de clic : 2,19 % - Taux de réactivité : 7,78 % - Taux de désinscription : 0,37 %
- **RETOUR SUR CAMPAGNE TV CLASSIQUE, TV SEGMENTEE, VOD ET YOUTUBE**
Diffusion du spot TV 4 saisons (20 ans)
1,4 K impression YouTube
498 K impressions Amazon Prime
330 K impressions TV segmentée
Un taux de complétion excellent sur la TV segmentée et Amazon Prime : entre 97% et 98%
- **BILAN CAMPAGNE TV QUOTIDIEN**
Entre le 30 septembre et le 11 octobre, campagne publicitaire pendant l'émission Quotidien. Diffusion de 11 spots programmés, majoritairement en 1ère partie d'émission, avec pour objectif d'atteindre 10,71 GRP et 2 091 762 contacts publicitaires. Finalement, nous avons obtenu 8,45 GRP et 1 646 996 contacts, ce qui est légèrement en dessous de l'objectif. Cette baisse est due à une diminution de l'audience de l'émission pendant cette période de rentrée, y compris pour les spots diffusés en seconde partie, qui étaient censés attirer plus de téléspectateurs.
- **Top post du mois de novembre**
[Publication Instagram Les plus belles cascades des MDJ cet automne](#)
21 606 vues – 1 689 likes - 115 enregistrements du post
Pas de sponsorship

MARKETING

- **Le 13 décembre** : 2eme atelier sémantique. Pour rappel, ce projet, financé et mis en place par BFC Tourisme, explore de manière innovante l'analyse sémantique des marques La Bourgogne et Montagnes du Jura à l'aide de l'IA. L'objectif est de faciliter le travail de scénarisation des contenus pour La Bourgogne, en cohérence avec son positionnement et les cibles à séduire.

COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

CAMPAGNE SEA HIVER

- Une campagne Google ADS sera lancée autour des offres weekend et séjours à vivre pendant la saison d'hiver. La campagne renverra sur 2 landing pages :
[Des idées week-ends d'hiver à deux ou en famille](#)
 Les « Bonnes raisons de venir en Bourgogne » (en cours de construction)

RESEAUX SOCIAUX

- On poursuit notre mise en valeur des thématiques de fin d'année, des nouveautés, marronniers et des membres des collectifs sur les réseaux sociaux. C'est l'occasion de proposer des nouvelles tendances créatives sur Facebook et Instagram.

PROMOTION



ALLEMAGNE

- **Du 1^{er} au 5 décembre** : éductour à destination de 13 membres de la CORDEE REISEN, grossiste allemand spécialisé sur la destination France et basé à Karlsruhe.
Objectif : leur faire découvrir une sélection des principaux sites de La Bourgogne inclus ou à inclure dans leur programmation et ainsi mieux conseiller leurs clients.
- **Le 10 décembre** : envoi d'un 3ème push-mail présentant 3 partenaires de La Bourgogne ayant participé au workshop du 18 juin 2024 : l'Office de Tourisme de Saulieu Morvan, Le Cassissium et l'Office de Tourisme de Gevrey Nuits Saint Georges, sur le thème de la gastronomie. Push-mail envoyé aux tour-opérateurs, agences de voyage, autocaristes et associations allemandes.



USA

- **Du 11 au 15 novembre** : La Bourgogne a organisé, en collaboration avec Atout France et le TO GT Expérience, une mission de promotion aux Etats-Unis.
Objectif : former les nouveaux contacts BtoB à la destination, les aider à programmer La Bourgogne. Nous avons aussi revu des contacts qui programment déjà notre destination et nous leur avons suggérer de nouvelles idées pour leurs clients. Les partenaires présents ont pu nouer des relations commerciales pour les années à venir. Quelques échanges ont également eu lieu avec des journalistes américains.
 La mission en quelques chiffres :
 5 jours
 3 villes : Boston, Philadelphie, New York
 7 partenaires bourguignons
 416 contacts rencontrés

PRODUCTION DE CONTENUS

- **REDACTION DE CONTENUS SUR www.bourgogne-tourisme.com**
Reprise de la page "Evadez-vous au fil de la Loire en Bourgogne" issue de l'entrepôt éditorial.
[Envie de sensations fortes](#)
[Les meilleurs spots pour une sortie en famille](#)
- **EN ROUTES LES GOURMANDS**
Création de nouveaux itinéraires et nouvelles étapes gourmandes :
[Parcours Semur-en-Auxois / Auxerre](#)
[Etape Avallon](#)
[Etape Vézelay](#)
[Parcours Auxerre / Sens](#)
[Etape Sens](#)
[Etape Joigny](#)

RETOUR SUR ...

- **Campagne Meta Atout France Morvan**
La campagne dédiée au Morvan, diffusée sur Facebook/Instagram du compte @NL.ExploreFrance., proposait 4 publications sponsorisées sur la base de contenus existants avec un lien de renvoi vers le site La Bourgogne. Cette campagne a su susciter près de 2 500 visites vers les pages dédiées au PNR sur le site de la destination. En termes de création, c'est le visuel 'activités' qui a su charmer le plus d'internautes, suivi par le visuel 'hébergement'.



- **Le 14 novembre** : envoi de la newsletter « Laissez-vous surprendre par les pépites insolites de La Bourgogne ». Cette newsletter a été envoyée à l'ensemble de la base, soit plus de 20 200 prospects. Elle mettait en avant : l'architecture surprenante en Bourgogne, La Bourgogne, terre de cinéma, le Parc national de forêts et 3 nouveaux hébergements.
Un focus a également été fait sur La Bourgogne en tant que destination affaires via une belle mise en valeur des offres du collectif tourisme d'affaires.
Les résultats :
Taux d'ouverture : 36 %
Visites sur le site : 1411 plus 93 visites sur le site du tourisme d'affaires
Taux intérêt partenaires : 4,3 %

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

VIE DU COLLECTIF

- Poursuite des labellisations 2025
- **Le 2 décembre** : point tourisme d'affaires avec l'agence MWT Meetings
- **Le 5 décembre** : labellisation Hôtel de Bourgogne à Mâcon en tant que lieu de séminaire
- **Le 9 décembre** : labellisation Hôtel le Central à Beaune en tant que lieu de séminaire

DEVELOPPEMENT

- **Le 4 décembre** : atelier co-animé par les agences Think My Web et My Destination sur le thème « Le contenu, au cœur du parcours client digital : sur-cyclage, diffusion et performance »
Objectif : ces agences donneront les clés pour répondre à la problématique de l'optimisation et la durée de vie d'un contenu digital. Comment capitaliser sur la production d'un contenu pour optimiser ses déclinaisons en différents formats, sur différents leviers et pour toucher les prospects sur l'ensemble des points de contacts digitaux.
Elles détailleront par exemple comment une interview d'un prestataire ou d'un lieu peut être déclinée et diffusée sur les réseaux sociaux, comment faire du lien vers le site web et comment mettre en scène et capitaliser sur ce contenu sur le site web du prestataire et de tourisme d'affaires.
- **Le 12 décembre** : workshop stratégique avec My Destination

PROMOTION / COMMUNICATION

PROMOTION

- **Le 3 décembre** : eductour régional dans l'Yonne - Au programme découverte du Campus Mana à Champignelles, du domaine du Roncemay avec une activité Team Building organisée par MGM événement-
- Sortie du dossier spécial Bourgogne-Franche-Comté dans le magazine French Touch / [Consulter en ligne ici](#)
- En décembre : sortir du 2ème article Traces Ecrites sur les séminaires dans les Montagnes du Jura

ACTIONS DIGITALES

- **Poursuite de la création d'idée de séminaire à travers la région** : en décembre, une nouvelle proposition de séjour dans l'Yonne verra le jour. Pour cette idée de séminaire, nous nous inspirons des programmes d'éductours afin de les adapter et de les transformer en concepts de séminaires.
- **Campagne 100% PAID sur LinkedIn** : ce mois-ci, nous diffusons la vidéo de présentation de notre plateforme dédiée au tourisme d'affaires [voir la vidéo](#)
Pour clôturer l'année en beauté, nous avons décidé d'ajuster notre stratégie en sponsorisant cette vidéo à l'échelle nationale, plutôt que de cibler uniquement nos cibles habituelles. Ce "test and learn" nous permettra d'identifier de nouveaux marchés potentiels à exploiter pour nos communications en 2025.
- Poursuite des campagnes SEA jusqu'au 15 décembre

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

RETOUR SUR ...

- **Le 21 novembre** : envoi d'une newsletter dédiée aux Montagnes du Jura, mettant en valeur la destination Besançon et 4 lieux pour organiser son séminaire ainsi qu'un de nos prestataires de team building.
951 personnes - 45,40 % de taux d'ouverture un record - 3,32 % taux de clic
- Notre campagne Tourisme d'Affaires sur [Sortez Chez Vous en BFC](#) s'est terminée le 18 novembre dernier. Les chiffres définitifs seront partagés en janvier 2025, mais en attendant, nous avons déjà enregistré 2 307 visites sur notre site. Un résultat prometteur, d'autant plus que le tourisme d'affaires ne correspond pas à la cible habituelle de Sortez Chez Vous. Ce premier retour nous montre qu'explorer d'autres réseaux sociaux, au-delà de LinkedIn, peut être un levier précieux pour développer notre notoriété et soutenir notre évolution.
- **Le 7 novembre** : 3ème déjeuner MICE à Paris - 10 partenaires du Club Bourgogne-Franche-Comté Séminaires Events ont présenté leurs offres aux 29 décideurs présents (19 entreprises, 7 agences événementielles, 3 associations / institutions).
- **Retour sur des concrétisations suite à différentes actions TA**
 - Suite à L'Eductour national : concrétisation d'un événement à Dijon par l'agence événementielle CARCO
 - Suite au déjeuner MICE Paris : RP events, partenaire du Club Tourisme d'affaires est en cours de finalisation d'une offre auprès de la FNAC
 - Suite à l'Eductour de l'agence Magnific Escapades : Mise en avant de l'offre de séminaires en Bourgogne sur le site internet de l'agence
 - Nombre d'assistances TA en 2024 : 98 au 25/11
- Mise en ligne de l'idée séjour [Un séminaire en mode roadtrip entre La Bourgogne et Les Montagnes du Jura](#)

FILIERE PATRIMOINE

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

PARTENARIAT AVEC LE MAGAZINE DE VOYAGE EN LIGNE BOBINE

- **Les 16 et 17 décembre, l'Office de Tourisme Haut-Jura Saint-Claude accueillera une équipe du Magazine de voyage BOBINE.**

Une équipe de tournage viendra explorer les forêts, découvrir les artisans du bois et les spécialités locales. Ce reportage donnera lieu à un article en ligne, un podcast de 20 minutes, des publications sur les réseaux sociaux et une centaine de photos qui seront ajoutées à notre médiathèque.

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE HABITANT

- **Campagne Multi-Filières (9 septembre - 15 octobre 2024)**

Cette campagne visait plusieurs secteurs (**patrimoine**, itinérance, œnotourisme).

Dispositif 100% display avec différents cadres de diffusion via des bannières animées et de la vidéo pour toucher nos cibles dans des univers différents et optimiser la diffusion sur les univers les plus performants.

Offres Patrimoine proposées : idées week-end en couple / Idées week-end en famille / Top des sorties pour les curieux en famille.

Bilan :

Les indicateurs principaux de la campagne montrent de très bons résultats par rapport aux prévisions :

- CTR (taux de clics) : 0,3 % contre 0,16 % prévu, avec 21 231 clics au lieu des 1 267 estimés.
- CPM (coût pour mille impressions) : 1,36 € au lieu de 12 €, avec 7 013 592 impressions au lieu des 816 667 prévues.

Cette surperformance est due en majorité au faible CPM que nous avons réussi à avoir en display bannières.

Les retombées sur le site [Sortez Chez Vous en BFC](#) ont généré 19 400 visites, mais avec un taux de rebond de 86 %, un temps de visite de 32 secondes et 7 intérêts partenaires (clics sur numéro de tél/adresse e-mail/site web) sur les tops en famille curieux ou à vélo. Ce résultat vise à être amélioré en proposant des offres plus concrètes afin d'obtenir plus de clics vers les partenaires.

RETOUR SUR ...

- **Le 14 novembre** : déjeuner de presse dédié au Club UNESCO au Café Lapérouse à Paris. Les 9 représentants des sites inscrits sur la liste du Patrimoine mondial de l'UNESCO ont rencontré 24 journalistes de la presse Culture / Patrimoine / Beaux-Arts mais aussi une presse plus généraliste.
4 articles de presse ont déjà été écrits et d'autres idées de sujets émergent.
[Article paru sur tourmag.com](#)
[Article paru sur mistertravel.news](#)
[Article paru sur sortiz.com](#)
- **Le 14 novembre : démarchage Arts & Vie à Paris** : un séjour de 8 jours/7 nuits sur le thème "Culture et Nature dans les Montagnes du Jura" est en cours de préparation pour 2025.
- **Le 19 novembre** : présentation du bilan du plan d'actions Patrimoine 2024 et des perspectives pour 2025, aux membres du collectif. Le document de présentation leur a été envoyé en PDF.
- **Le 21 novembre à la Saline Royale d'Arc-et-Senans** : participation aux rencontres "Patrimoine et numérique", organisées par la Direction de la Culture du Conseil régional. L'objectif de cette journée, qui a réuni une soixantaine de participants malgré la neige, était de montrer comment le numérique peut :
 - Contribuer à l'attractivité du patrimoine
 - Dynamiser l'expérience des visiteurs
 - Valoriser et recontextualiser le patrimoine

Les participants ont pu découvrir des solutions numériques innovantes, recevoir des conseils méthodologiques et échanger leurs expériences dans des ateliers, dont un animé par Marie Boularess, qui a présenté des solutions pour améliorer sa visibilité sur Internet grâce à Décibelles Data



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE ITINÉRANCE

VIE DU COLLECTIF

- **Le 4 décembre** : Copil Voie Bleue à Vesoul. L'ordre du jour de cette séance de travail prévoit notamment un point d'actualités sur les actions menées en 2024, la présentation des résultats de l'étude services/socio-professionnels, ainsi que les modalités partenariales pour la période 2025/2027.
- **Le 12 décembre** : Copil final de l'étude d'identité du Canal du centre
- **Le 13 décembre** : séminaire de Grandes Traversée du Jura, Présentation de l'enquête réalisée auprès des clientèles GTJ puis finalisation d'une charte commune d'engagements pour le réseau, GTJ.
- **Le 17 décembre** : Cotech de l'Échappée Jurassienne.
- **Les 18 et 20 décembre** : formation à l'accompagnement pour l'obtention du label Destination d'Excellence des prestataires tourisme, notamment des haltes fluviales

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

Destination La Bourgogne



USA

- **Du 11 au 15 novembre** : La Bourgogne a organisé, en collaboration avec Atout France et le TO GT Expérience, une mission de promotion aux Etats-Unis.
Objectif : former les nouveaux contacts BtoB à la destination, les aider à programmer La Bourgogne.
À cette occasion, des croisiéristes ont pu être démarchés et ont signifié leur intérêt pour un webinaire de formation sur l'offre autour de la grande Saône.

Destination Montagnes du Jura

- Travail en cours en interne sur la question de la remontée des itinéraires rando et vélo sur le site Montagnes du Jura. Questionnement concernant la technologie Géotreck et une possible passerelle.

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE HABITANT

- **Campagne Multi-Filières (9 septembre - 15 octobre 2024)**
Cette campagne visait plusieurs secteurs (patrimoine, itinérance, œnotourisme).
Un dispositif 100% display avec différents cadres de diffusion à l'aide de bannières animées et de la vidéo a été mise en oeuvre, pour toucher nos cibles dans des univers différents, et optimiser au mieux la diffusion sur les univers les plus performants.
Les offres proposées : idées week-end en couple / Idées week-end en famille / Top 10 des visites pour les gastronomes en famille / Top des sorties pour les curieux en famille / A vélo sur nos voies vertes en famille
Bilan :
Les indicateurs principaux de la campagne montrent de très bons résultats par rapport aux prévisions :
 - CTR (taux de clics) : 0,3 % contre 0,16 % prévu, avec 21 231 clics au lieu des 1 267 estimés.
 - CPM (coût pour mille impressions) : 1,36 € au lieu de 12 €, avec 7 013 592 impressions au lieu des 816 667 prévues.
 Cette surperformance est due en majorité au faible CPM que nous avons réussi à avoir en display bannières.

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- Suite aux ateliers de brainstorming des packs à la carte 2025, qui a eu lieu vendredi 15 novembre, approfondissement des actions à la carte identifiées comme prioritaires, pour la construction des packs thématiques rando, vélo et fluvial.

FILIERE OENOTOURISME

VIE DU COLLECTIF

- **Le 5 décembre** : rencontres des labellisés Vignobles & Découvertes de la Route des Grands Crus
- **Le 4 décembre** : présentation du nouvel événement national de promotion du label Vignobles & Découvertes (anciennement Fascinant Week-end)
- **Le 10 décembre** : commission Vignobles & Découvertes "promotion / communication" : objectif : faire le bilan du Fascinant Week-end 2024
- **Le 17 décembre** : poursuite de l'accompagnement de la destination Sancerre-Pouilly-Giennois pour s'approprier le positionnement oenotouristique défini pour la destination et élaborer des pistes d'actions afin de travailler un persona prioritaire.

RETOUR SUR

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE HABITANTS

- **Campagne Multi-Filières (9 septembre - 15 octobre 2024)**

Cette campagne visait plusieurs secteurs (patrimoine, itinérance, **oenotourisme**).

Un dispositif 100% display avec différents cadres de diffusion à l'aide de bannières animées et de la vidéo a été mise en oeuvre, pour toucher nos cibles dans des univers différents, et optimiser au mieux la diffusion sur les univers les plus performants.

Les offres proposées : idées week-end en couple / Idées week-end en famille / Top 10 des visites pour les gastronomes en famille / Top des sorties pour les curieux en famille / A vélo sur nos voies vertes en famille

Bilan :

Les indicateurs principaux de la campagne montrent de très bons résultats par rapport aux prévisions :

- CTR (taux de clics) : 0,3 % contre 0,16 % prévu, avec 21 231 clics au lieu des 1 267 estimés.
- CPM (coût pour mille impressions) : 1,36 € au lieu de 12 €, avec 7 013 592 impressions au lieu des 816 667 prévues.

Cette surperformance est due en majorité au faible CPM que nous avons réussi à avoir en display bannières.

- **Campagne Fascinant Week-End / Sortez Chez Vous – du 4 au 18 octobre 2024**

Campagne exclusivement sur Facebook et Instagram, avec des publicités payantes. Trois types de contenus ont été diffusés auprès des habitants de la région :

4. Des vidéos de teasing
5. Des carrousels présentant des destinations
6. Des carrousels mettant en avant des offres thématiques.

Bilan global de la campagne :

Impressions totales : 826 420

Couverture (nombre de personnes touchées) : 260 845

Clics sortants (vers un lien externe) : 3 302

Nombre de vues complètes des vidéos (thruplays) : 27 460

Public principalement touché :

Femmes de 55-64 ans : 48 497 personnes

Femmes de 65 ans et + : 45 298 personnes

Femmes de 45-54 ans : 36 788 personnes

Résultats du post Facebook dédié à "Fascinant Week-end" :

Impressions : 125 783

Couverture : 65 307

Interactions totales : 8 421 (comprenant 764 réactions, 22 commentaires)

Clics sur un lien : 199

Partages : 119

FILIERE GASTRONOMIE

VIE DU COLLECTIF

- **Le 4 décembre** : groupe de travail offre Vallée de la Gastronomie --> retravailler le questionnaire de candidature pour intégrer la Vallée de la Gastronomie (valeur, storytelling, ...), méthodologie pour renouvellement des offres dont le contrat a expiré.
- **Le 12 décembre** : COPIL Vallée de la Gastronomie : définition des orientations 2025

DEVELOPPEMENT

EN ROUTES LES GOURMANDS

Création de nouveaux itinéraires et nouvelles étapes gourmandes :

[Parcours Semur-en-Auxois / Auxerre](#)

[Etape Avallon](#)

[Etape Vézelay](#)

[Parcours Auxerre / Sens](#)

[Etape Sens](#)

[Etape Joigny](#)

Vallée de la Gastronomie

➤ Nouvelles offres gourmandes : Ferme des Pontécys (vins et fromage de chèvre du Mâconnais) : [Voir l'offre](#)

Calendrier éditorial Instagram Vallée de la Gastronomie :

- **Le 1^{er} décembre** : Restaurant Le Charlemagne
- **Le 7 décembre** : Maison milletruffes
- **Le 22 décembre** : Vitteaut Alberti (Crémant)
- **Le 29 décembre** : Restaurant Lameloise

RETOUR SUR ...

- **Les 12 et 13 novembre** : en partenariat avec les OT de Dijon et de Gevrey-Nuits Saint-Georges, accueil du couple d'influenceur américains : @theplaceiwastellingyouabout
Au programme : découverte de Dijon (balade gourmande, Pré aux Clercs, Tour Philippe Le Bon, chaix urbain et dîner à La Fine Heure) puis la destination de Gevrey-Nuits (Château du Clos de Vougeot, Hôtel Bellevigne, SPA Le Richebourg, Domaine Henri Gouges). Fin de séjour en AURA

OBSERVATION / ORT

Montagne :

- **Le 12 décembre** : participation à la réunion observation organisée par le PNR Haut Jura
- **Le 16 décembre** : publication de la note de conjoncture de l'Observatoire National des Stations de Montagne faisant état des prévisions pour la saison hiver 2024/2025

Patrimoine :

- Validation avec les partenaires du nouveau questionnaire pour l'enquête des sites et lieux de visite 20

FLUVIAL

- Préparation de l'interrogation pour la saison 2024

CONJONCTURE

- Note de conjoncture sur l'automne en Bourgogne 2024

ETUDES

- **Le 19 décembre** : participation à la réunion organisée par l'INSEE pour l'étude sur l'emploi salarié lié au tourisme en Bourgogne-Franche-Comté.

DISPOSITIF CLIENTELE

- **Le 5 décembre** auprès des gestionnaires de campings lors de leur assemblée générale et **le 6 décembre** auprès des directeurs des OT : présentation des bases du futur dispositif clientèles régional de BFC Tourisme.

INGÉNIERIE

- **Du 4 au 6 décembre** : participation au séminaire annuel du Club Ingénierie ADN Tourisme.
Thématique des rencontres : du changement dans le monde du tourisme et comment adapter nos métiers en ingénierie pour accompagner au mieux les porteurs de projets.
- **AMI "Appui aux porteurs de projet"** : poursuite des auditions des candidats et début des travaux avec les projets retenus

QUALITE TOURISME / DESTINATION D'EXCELLENCE

- **Le 5 décembre** : participation à l'Assemblée Générale de la Fédération Régionale de l'Hôtellerie de Plein Air de Bourgogne Franche-Comté.
BFC Tourisme présentera la nouvelle procédure de labellisation Destination Excellence
Comme annoncé, le label de qualité "Destination d'Excellence", remplace progressivement le label "Qualité Tourisme". Ce nouveau label met l'accent sur la qualité de l'accueil, le développement durable et la protection de l'environnement.
Depuis le 1er mai 2024, Atout France assure la gestion opérationnelle et la promotion du dispositif de labellisation « Destination d'Excellence » et souhaite poursuivre le travail avec tous les acteurs qui s'engagent depuis de nombreuses années au service de la qualité.
BFC Tourisme vient de conventionner avec Atout France pour déployer le dispositif en région à partir de 2025.
À l'identique du dispositif « Qualité Tourisme », nous devons nous organiser avec nos relais locaux pour effectuer l'accompagnement des professionnels à l'attribution du label.
Les premiers accompagnements pourront se dérouler dès le printemps avec les premières labellisations.

AGENDA

- ↳ **Les 3 et 4 décembre** : participation au séminaire des relais territoriaux d'ADN Tourisme à Orléans
- ↳ **Le 6 décembre** : réunion avec les directeurs des OT / BFC Tourisme
- ↳ **Le 9 décembre** : Conseil d'Administration en visio

ACCOMPAGNEMENT DES OT

SADI

- ↳ **OT du Pays de Montbéliard** : finalisation de l'accompagnement suite à notre dernière journée de travail du 24 octobre 2024.

CONFIDENCES

- ↳ La MASCOT va rencontrer un nouveau partenaire potentiel pour la diffusion des confidences du réseau : la société Prairy.

QUALITÉ

- ↳ La MASCOT suivra une formation pour maîtriser les nouveaux référentiels "Destination d'excellence", notamment en ce qui concerne le nouveau pilier écoresponsable.

FORMATION

- ↳ Travail en cours sur la rédaction de l'appel à propositions pour le plan de formation 2025. La prochaine commission permettra de sélectionner les organismes de formation retenus.

AUTRES ACTIONS

ATTRACTIVITÉ RÉSIDENTIELLE

- ↳ La MASCOT continue chaque semaine l'accompagnement des 27 territoires (EPCI et Office de tourisme) intégrés à la démarche régionale pour le paramétrage et l'activation du lien entre Décibelles Data et le tableau de bord de l'agence LAOU.
- ↳ Brochure "Cadre de vie" : Une couverture dynamique de la brochure et les derniers paramétrages sont en cours de développement par la société gestionnaire du logiciel d'édition de brochures à la volée. L'ensemble devrait être opérationnel pour la mi-décembre.

MELTING'POT 2025

- ↳ **Le 12 décembre** : réunion du groupe de travail.

DECIBELLES DATA

- ↳ En prévision de 2025, la MASCOT travaille à l'élaboration d'un calendrier de formation à Décibelles Data et ses modules connectés. Une présentation du programme sera prochainement envoyée et mise à disposition sur le site internet de la MASCOT.
- ↳ La MASCOT continue son assistance quotidienne individuelle et personnalisée via la plateforme d'assistance : <https://asssistance.decibelles-data.com>

**Cross média**

Combinaison de différents supports de communication (web, relations presse, vidéo, publicité, web 2.0...) autour d'un concept global, pour améliorer la visibilité.

Display

C'est la version en ligne de la publicité classique

Dispositif off-line

Désigne l'ensemble des techniques marketing utilisées en dehors d'Internet (journaux, TV, radio...).

Dispositif on-line

Désigne l'ensemble des techniques marketing utilisées sur Internet.

Google ads

Google Ads est la régie publicitaire de Google. C'est ce qu'on appelle le référencement payant ou SEA : cela consiste à payer pour être mis en avant sur les pages de résultats du moteur de recherche.

Impressions (web)

Exposition publicitaire dans le domaine de la publicité digitale. Il s'agit du nombre de fois où une publicité s'affiche au sein d'une page web consultée par un visiteur.

Cet indicateur s'approche de la notion d'occasion de voir utilisée dans le domaine de l'affichage.

Landing page ou page d'accueil

Désigne la page web d'accueil sur laquelle arrive un internaute après avoir cliqué sur un lien (commercial, email, bandeau publicitaire, etc.).

Lead ads

Format d'annonce sur Facebook qui permet aux annonceurs de capturer l'intérêt des utilisateurs ciblés sans les rediriger vers une page de destination en dehors de l'application.

Publi-rédactionnel

Un publi-rédactionnel est une forme de publicité qui présente en détail les caractéristiques d'une offre ou d'un produit, son contenu est rédigé sous le contrôle de l'entreprise qui le finance

Opt'in

Une adresse email opt-in est une adresse pour laquelle le destinataire a donné de manière explicite son consentement pour recevoir des emails à vocation commerciale.

Reel ou Instagram Reel

Contenu vidéo de courte durée auquel on ajoute de la musique, des effets créatifs et de jouer avec des outils amusants (filtres ou autres).

Retargeting

Bannière publicitaire utilisée dans le cadre d'une campagne display. Elle n'est pas toujours bien perçue car elle démontre implicitement l'existence d'un tracking effectué sur le site marchand.

SEA ou « Référencement payant »

Désigne les actions publicitaires permettant d'obtenir une visibilité sur les moteurs de recherche contre rémunération, le paiement s'effectuant la plupart du temps aux enchères et lorsque le lien promotionnel est cliqué.

SEO ou « Référencement naturel »

Technique qui consiste à positionner favorablement un site web sur les premiers résultats naturels ou organiques des moteurs de recherche correspondant aux requêtes visées des Internautes.

Social média

Le social media regroupe l'ensemble des réseaux sociaux et des médias sociaux. Il définit donc les sites internet permettant de mettre en relation des internautes qui vont communiquer et échanger via différents outils.

Taux de réactivité

Le taux de réactivité est un indicateur de performance des campagnes d'emailing.

Le taux de réactivité se calcule en comparant le nombre de clics uniques obtenus au nombre de messages ouverts.

Tracking

Le tracking est l'action qui consiste à "pister" l'internaute sur Internet. Le tracking permet notamment d'identifier des centres d'intérêt et des comportements.