

BIENVENUE

RÉGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME



LES

RENDEZ-VOUS DU TOURISME

EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ



28-29 NOVEMBRE 2024

DOMAINE DE L'ABBAYE DE MAIZIÈRES À SAINT-LOUP-GÉANGES (71)

ENSEMBLE, CONSTRUISONS LE TOURISME RÉGIONAL DE DEMAIN

LES

RENDEZ-VOUS DU TOURISME

EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ



Atelier œnotourisme

RÉGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME



Thème :

- ✓ Les perspectives et orientations 2025 – Quelle coopération avec les acteurs et les territoires ?

Objectifs de la séquence :

- ✓ Point d'actualités sur le schéma régional de l'œnotourisme et le plan d'actions de la filière du CRT
- ✓ Partage entre acteurs avec des mini-retours d'expériences
- ✓ Atelier de co-construction : quel avenir et quelle coopération sur la promotion / communication, l'ingénierie et l'organisation ?



LE SCHEMA REGIONAL DE L'OENOTOURISME

CONSTAT : Au 4ème rang national (16,2% de parts de marché après Bordeaux à 18%, Champagne à 17,2%, Alsace à 16,9%)

PROPOSITION : Passer d'un oenotourisme d'initiés et d'animation territoriale à un oenotourisme plus qualitatif pour les différentes parties prenantes

POSITIONNEMENT : un oenotourisme d'excellence

- Le positionnement fort à assumer à travers ce schéma régional de l'oenotourisme en Bourgogne Franche-Comté, **c'est la notion d'excellence**. Au-delà d'une posture classique pour une destination de rechercher un nombre toujours plus croissant de touristes, il s'agit de **se positionner sur une nouvelle forme de leadership autour d'un oenotourisme à impacts positifs où l'excellence sera le maître mot**, que ce soit dans les offres à proposer, la qualité de service mais aussi dans la manière de travailler au quotidien entre institutions et professionnels ou dans la manière de faire du design et de la promotion des offres.



LE SCHEMA REGIONAL DE L'OENOTOURISME

UNE STRATEGIE EN 3 AXES

AXE 1 : Vers une haute notoriété œnotouristique - *marketing de la demande et promotion*

- Une stratégie marketing
- Des outils numériques d'informations touristiques performant
- Des hébergements œnotouristiques d'excellence

AXE 2 : Pour un œnotourisme à impacts positifs - *qualité et design de l'offre*

- Professionnalisation des acteurs
- Accompagnement des investisseurs avec des subventions régionales
- Accompagner les grands projets (cités des vins, de la gastronomie, OIV)

AXE 3 : Leadership et anticipation des changements - *gouvernance & influence*

- Gouvernance, influence
- Œnotourisme responsable : écoconditions des aides, labellisation
- Observation, veille



LA FILIERE OENOTOURISME DE BFC TOURISME

UN PLAN D' ACTIONS 360° afin de répondre aux enjeux du SRO et la stratégie marketing de BFCT

Quelques actions faites en 2024

33 membres dont 5 destinations Vignobles & Découvertes et 28 prestataires

1/ DEVELOPPEMENT

Marketing : Ateliers de preuves par persona → élaborer un "cahier de preuves" pour chaque persona (terroir, convivialité et tendance), recensant les expériences à vivre correspondant aux attentes de la cible + **Accompagnement des destinations volontaires Vignobles & Découvertes** à mettre en œuvre les conclusions de l'étude : *Couchois, Côte Chalonnaise et Mâconnais, Route des Grands Crus, Sancerre-Pouilly-Giennois*

2/ PROMOTION / COMMUNICATION

Affinitaire :

Btob – multi-marché : Workshop Destination Vignobles (37 tour-opérateurs rencontrés lors de rendez-vous personnalisés) + **2 pré-tours**

BtoB / Presse – marché UK : Opération à Londres → avec des partenaires de la filière, rencontre des tour-opérateurs et journalistes spécialisée lors d'un workshop afin de les inciter à programmer et écrire sur le vignoble de Bourgogne et du Jura.

Généraliste :

BtoC – multi-filières : Production de contenus → 3 carnets de voyage pour les réseaux sociaux pour toucher la cible « explorateur » et 2 films expérientiels pour différentes utilisations pour toucher la cible tendance (web, réseaux sociaux)

Habitants :

BoC – multi-filières : Social média → proposer aux habitants de la région des idées de week-ends et excursions multithématique.

Filière œnotourisme

Enjeux 2025 - 2026



LES ENJEUX

Marques de destinations (LB et MDJ)

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

Spécifique filière œnotourisme

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

LES CIBLES



LES CONTRIBUTIONS DE LA FILIERE

- Identifier/sourcer des offres (travaux entamés lors des ateliers 2024)
- Nourrir la communication des marques, en produisant des contenus multi-registres (financement inter-filières) autour notamment du vin, des vignobles et des expériences œnotouristiques

- Déployer des dispositifs de com' ciblés, toujours sous les marques de destination



LA FILIERE OENOTOURISME DE BFC TOURISME

LES PERSPECTIVES 2025

1/ UN SOCLE D' ACTIONS D'INTÉRÊT GÉNÉRAL pour l'ensemble des labellisés Vignobles & Découvertes

Développement :

- Programme de formations / webinaires / ateliers
- Accompagnement destination(s) Vignobles & Découvertes

Promotion / Communication :

- Production de contenus multi-registre La Bourgogne et Montagnes du Jura
- Eductour marché UK
- ...

2/ DES ACTIONS A LA CARTE pour les volontaires intéressés par une / des action(s)

Promotion / Communication :

- Multi-marché : Opération BtoB à pris pour inciter les réceptifs parisiens à programmer les vignobles de Bourgogne et du Jura
- FR : Communication « Le temps à du goût » cible terroir → campagne print / digital pour retranscrire le positionnement oeno dans une action de communication
- FR : Communication cible convivialité
- Dossier thématique oeno dans la presse généraliste
- ...

LES

RENDEZ-VOUS DU TOURISME

EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ



*Donnons la
parole aux
acteurs*

RÉGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME



DONNONS LA PAROLE AUX ACTEURS

ANTOINE POIRIER - Mission Tourisme 71

Porteur de la destination Vignoble & Découvertes Couchois, Côte Chalonnaise et Mâconnais
Accompagnement marketing Vignobles & Découvertes

PAUL ROMPLER – Office de tourisme Gevrey-Chambertin Nuits-Saint-Georges

Office de tourisme labellisé Vignobles & Découvertes
Actions de promotion BtoB (pré-tour Destination Vignobles, opé Londres)

SOPHIE VOILLEZ – Domaine de la Croix Montjoie

Domaine viticole labellisé Vignobles & Découvertes
Atelier de preuves par persona + production de contenus

LES

RENDEZ-VOUS DU TOURISME

EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ



*Atelier de
co-construction*

RÉGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME



Objectifs de ce temps de co-construction :

- ✓ Définir les besoins en termes de communication et promotion pour alimenter les stratégies du CRT
- ✓ Définir les besoins en ingénierie : aides régionales, accompagnement de nos services, ...
- ✓ Définir les besoins en temps collaboratif (Lab, ateliers, réseau, ...) et les sujets pour travailler collectivement lors de ces instances de coopération



Promotion / communication	Ingénierie	Organisation
Qu'attendez-vous en termes de communication ? En termes de promotion ?	Qu'attendez-vous en termes d'aide régionale ? Quel accompagnement ? Quels webinaires, formations ? Problématique de la mobilité	Quelle organisation pour l'œnotourisme ? Un lab ? Mise en réseaux ? Quels besoins en intervention extérieure ? Quel(s) thème(s) travailler en intelligence collective ?

Une couleur de post-it par thématique :

- Jaune = promotion / communication
- Vert = Ingénierie
- Bleu = Organisation

LES

RENDEZ-VOUS DU TOURISME

EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ



*Merci pour votre
contribution
active*

RÉGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME