

### DÉCIBELLES DATA

#### 🔗 Nouvelle rubrique "Actualité pour Dossiers de presse"

Le groupe de travail Dossier de presse mutualisé a décidé la création d'une rubrique spécifique dans tous les bordereaux de Décibelles Data, permettant aux Offices de Tourisme de renseigner les nouveautés de leur territoire tout au long de l'année. Ces informations une fois saisies permettront à chaque structure (BFCT, ADT/Agences d'attractivité, OT) de sélectionner les nouveautés qu'elles souhaitent mettre en valeur sur leur dossier de Presse. Le déploiement de cette rubrique se fera en mai. Une information accompagnée d'un tutoriel sera envoyée à tous les membres du réseau Décibelles Data.

#### 🔗 Collaboration avec l'IGN

Cette collaboration a permis d'augmenter la qualité des fiches Décibelles Data ainsi que leur diffusion sur Data Tourisme. En octobre l'IGN a récupéré 3800 Points d'intérêts de BFC sur Data Tourisme, en mars, 1000 de plus.

L'IGN a signé une convention avec le PNR Morvan début février pour la création d'une nouvelle carte Tour du Morvan qui est en cours de réalisation. Cette carte affichera les traces d'itinéraires cyclo, VTT, Equestres issus de Décibelles Data et récupérés via Data Tourisme.

### FABRIQUE À SITES

#### 🔗 Plusieurs sites web de partenaires sont en cours de finalisation :

**Le site de l'OT de Lure** : les maquettes d'intentions ont été présentées et devraient être validées très prochainement.

**Le site du PNR du Morvan** : les derniers éléments sont en cours de calage et les interventions techniques concernant la mise en ligne devraient se faire mi-mai.

**Le site du Musée de l'Abbaye de Saint-Claude** : les derniers ajustements sont en cours de réalisation pour une mise en ligne très bientôt.

### COMMUNICATION D'ENTREPRISE

#### 🔗 Webinaires Les Instantanés de BFC Tourisme

Notre programme de webinaires se poursuit avec des rendez-vous réguliers conçus pour informer, former et accompagner les professionnels du tourisme de la région.

Le programme est mis à jour en continu et accessible à tout moment sur [pros.bourgognefranche-comte.com](https://pros.bourgognefranche-comte.com)

Nos prochains rendez-vous :

- **Le 13 mai : Destination d'Excellence** : tout ce que vous devez savoir sur le label qui remplace Qualité Tourisme et découvrez comment BFC Tourisme peut vous accompagner pour obtenir ce nouveau label.
- **Le 5 juin : Développez votre activité grâce aux relations BtoB.** Découvrez comment les relations avec les TO, agences et autocaristes peuvent devenir un vrai levier de croissance. Des conseils concrets pour mieux comprendre le BtoB et en tirer parti.

Toutes les informations pratiques, inscriptions et replays sont disponibles sur la page dédiée : « [Webinaires Les Instantanés de BFC Tourisme](#) »

### RÉUNIONS STATUTAIRES 2024

**15 mai** : Assemblée Générale de **BFC Tourisme**

**19 juin** : Assemblée Générale de la **MASCOT**

### NOS PROCHAINS RENDEZ-VOUS

**7 mai** : participation de BFC Tourisme au Comité Technique du SRDTL

**12 mai** : CODIR Promotion / Presse BFC Tourisme

**13 mai** : CODIR BFC Tourisme

**15 mai** : conférence de presse en amont de l'AG de BFC Tourisme

**19 mai** : participation de BFC Tourisme aux 40 ans de l'Arc Jurassien

**19 mai** : réunion entre le CSE de BFC Tourisme et la direction

**20 mai** : CODIR digital BFC Tourisme

**20 mai** : réunion du groupe de travail Tourisme Durable de BFC tourisme

**22 mai** : participation de BFC Tourisme à l'Assemblée Générale d'ADN Tourisme

**23 mai** : participation de BFC Tourisme à l'Assemblée Générale de Côte-d'Or Attractivité

### DÉPART

**Maxence GIRAUD**, chargé de développement Œnotourisme et Tourisme Gourmand quittera ses fonctions à la fin du mois de mai. Il a choisi de prendre le large pour un projet personnel de voyage. Nous lui souhaitons plein de succès pour cette nouvelle aventure, riche en découvertes.

# À DESTINATION DES HABITANTS

## COMMUNICATION ONLINE & RESEAUX SOCIAUX

### DU CÔTÉ DES NEWSLETTER – 2 NEWSLETTERS PRÉVUES EN MAI

- **1 newsletter dédiée aux activités autour des vignobles**
  - Top des balades à pied et à vélo dans les vignes
  - Top des hébergements où dormir chez le vigneron
  - Idée sortie 1 journée à Beaune
  - Mise en avant des 10 ans des Climats : focus sur le mois des climats et la date anniversaire du 4 juillet
- **1 newsletter dédiée aux idées week-ends en couple**
  - 2 idées week-end en mode itinérance : à pied, à vélo
  - 2 idées week-end à la découverte du Patrimoine Unesco

### DU CÔTÉ DES RÉSEAUX SOCIAUX

- **INSTAGRAM & FACEBOOK**
  - Mise en avant d'idée week-end du mois : autour des Climats de Bourgogne, dans le cadre du mois des climats + - 1 idée sortie à Beaune + 1 post spécial Fêtes des Mères, créé avec la communauté.

## PRODUCTION DE CONTENUS

- Rédaction pour mise en avant de **l'idée sortie « 1 journée à Beaune »** dans le cadre des actions à la carte du pack Communication Habitants / [consulter cette idée de sortie](#)

## ÉVÉNEMENT

### FANTASTIC PICNIC

- La nouvelle édition de Fantastic Picnic aura lieu **les 13 et 14 septembre**. Lancement du cahier des charges et finalisation des inscriptions des partenaires pour organiser un événement aux côtés de BFC Tourisme

## RETOUR SUR ...

### CAMPAGNE DE LEADS

- Campagne menée sur Facebook et Instagram du 24 février au 6 avril afin d'acquérir des abonnés à notre newsletter.
  - Ciblage : les habitants de la région
  - Stratégie
    - Un formulaire sur Facebook et Instagram
    - Des stories avec clics sortants pour inscription directement sur la page <https://www.bourgognefranche.com/restons-connectes/>
  - Bilan
    - 5 60 nouveaux prospects inscrits via le formulaire & 550 en direct sur le site
    - Concernant les prospects, 93% d'entre eux proviennent de Facebook et 7% d'Instagram; ce sont majoritairement des femmes (82,5%) que des hommes 16,4%.
    - Top 3 des prospects : les 55-64 ans (35,6%), les 65 ans et plus (33,2%) et les 45-54 ans (21,7%).

## VIE DU COLLECTIF

- **Le 15 mai** : Instant Montagnon #2 en visio (Atelier stratégie digitale partagée)
- **Le 22 mai** : rendez-vous terrain avec les partenaires du Territoire des Portes du Haut-Doubs

## MARKETING

### NOUVEL OUTIL

- Mise à disposition des cartes de situation prêts à l'emploi utilisables sur les supports print et digitaux des membres du collectif MDJ.

### OBJECTIFS

- Valoriser l'offre de chaque territoire infra dans la destination MDJ
- Fluidifier le parcours client
- Renforcer la cohérence des supports de communication

Pour télécharger ces cartes, [compléter ce formulaire](#).

Les cartes sont accessibles à partir du dossier « Carte de situation – Réservé OT collectif MDJ ».

**Attention : il y a un dossier par territoire**

## COMMUNICATION ONLINE

### CAMPAGNE SNCF CONNECT CITY BREAK

- Du 15 avril au 15 mai : une campagne de bannières web (homepage, page devis & itinéraires, page de confirmation, page billets) + formats natifs (HP et compte client) est en ligne sur le site et l'application SNCF CONNECT afin de promouvoir des idées de séjours accessibles en train.  
Ciblage : IP GEO Paris – Ile de France – Hauts de France + socio demo + 28 ans  
Objectif : 717 656 impressions

### CAMPAGNE LE PARISIEN

- Reconduction du partenariat de 2024 avec intégration de 3 nouveaux territoires pour l'année 2025. Campagne en fil rouge d'avril à novembre.  
**OBJECTIF** : s'appuyer sur un média à forte notoriété pour promouvoir des idées de séjours dans les Montagnes du Jura au printemps, en été et à l'automne.
  - Remise à jour et médiatisation articles existants : <https://www.leparisien.fr/voyage/montagnes-du-jura/>
  - Format Récit Molette : splitté en 3 selon 3 types de cibles (Couple, famille et grands sportifs) avec 3 campagnes médiatisation par cible
  - Post co-brandé 22 post ( 1 par destination) sur Facebook, et Instagram
  - Médiatisation Display avec remarketing sur la campagne N-1 + Natives ads.
  - Jeux concours.

## RESEAUX SOCIAUX

### TOP POST DU MOIS D'AVRIL

[Post photo sur Facebook](#)

29 792 vues

1 503 interactions

1 300 likes

66 commentaires

### COMPTE TIKTOK MDJ

Poursuite des publications sur TikTok (un lundi sur deux) / [Voir la dernière publication ici](#)

## PRESSE



### FRANCE

- Du 12 au 14 mai : accueil **USHUAÏA TV** dans les Montagnes du Jura  
 Gérald ARIANO, rencontré lors d'un rendez-vous à Paris, vient découvrir les MDJ pour l'émission **Bougez Vert**. Le concept de ce magazine dédié à l'écotourisme est simple. : chaque semaine, il propose une micro-aventure pour découvrir les plus beaux spots naturels, à deux pas de chez soi. Il va ainsi tester le cano-vélo sur la Loue avec Latitude Canoë dans le secteur d'Ornans et Cléron puis les forêts des Montagnes du Jura par le prisme de la Ferme Equitable à Mijoux où Nicolas Guitton lui présentera son activité agri-forestière et sa loge rénovée dans la forêt.  
 Entre caméra fixe et drone, les Montagnes du Jura vont bénéficier d'une belle mise en avant dans cette émission hebdomadaire qui compte 3,1 millions de téléspectateurs chaque mois.



### ALLEMAGNE

- Les 9 et 10 mai : accueil de **Antje ROSSLER**, journaliste freelance pour Reise-stories.de, Forum Wochenmagazin, Evangelisches Sonntagsblatt  
 Thème de l'accueil : arrivée en train depuis la Suisse, Antje visitera Morteau, découvrira les savoir-faire et fera de la randonnée.

## COMMUNICATION DÉDIÉE AUX FILIÈRES

### FILIÈRE TOURISME D'AFFAIRES

- De nouveaux adhérents au sein du club BFC Séminaires & Events sont dorénavant référencés sur [seminaires.bourgognefranche-comte.com](https://seminaires.bourgognefranche-comte.com)

#### Lieux de séminaires

Domaine de la Pinte à Arbois (39) [VOIR LA FICHE](#)

Dinozoo à Etalans (25) [VOIR LA FICHE](#)

Camping la Roche d'Ully à Ornans (25) [VOIR LA FICHE](#)

## PRODUCTIONS DE CONTENUS

**SUR [www.montagnes-du-jura.fr](http://www.montagnes-du-jura.fr)**

- **EN ROUTES LES GOURMANDS** : lancé par BFC Tourisme, cette collection d'itinéraires thématiques invite à explorer les richesses gastronomiques et viticoles de la région. Accessibles en voiture, à vélo ou à pied, ces circuits mettent en lumière l'art de vivre local, entre traditions culinaires et patrimoine. Chaque itinéraire est structuré en parcours composés de plusieurs étapes, Plusieurs parcours sont d'ores et déjà en ligne !

[Besançon, à l'heure de la bistronomie](#)

[Dole, un régal de destination](#)

[Le parcours de Saint-Amour à Lons-le-Saunier](#)

**Les étapes**

[Saint-Amour](#)

[Beaufort-Orbagna](#)

[Lons-le-Saunier](#)

[Le parcours de Lons-le-Saunier à Salins-les-Bains](#)

**Les étapes**

[Lons-le-Saunier](#)

[Château-Chalon](#)

[Poligny](#)

[Arbois](#)

[Salins-les-Bains](#)

[Le parcours de Salins-les-Bains à Morteau](#)

**Les étapes**

[Salins-les-Bains](#)

[Pontarlier](#)

[Morteau](#)

[Le parcours de Morteau à Montbéliard](#)

**Les étapes**

[Morteau](#)

[Montbéliard](#)

- Mise à jour de 12 pages itinérance sur le site web (cartographie, ajout d'hébergements et de restaurants sur les parcours) conformément aux gabarits proposés par Think My Web.

## RETOUR SUR ...

- **Le 3 avril** : envoi d'une deuxième eletter printemps, "conversion" : [voir la eletter du 3 avril](#)

### Résultats

21 684 envois

13 321 ouvertures cumulées

Taux d'ouverture : 61,43%

Taux de clic : 3,93%

Taux de réactivité : 10,27%

Taux de désinscription : 0,37%

### Impact web

1 244 visites sur notre site web.

Taux de rebond : 22%

Durée moyenne passée sur le site : 1min 02sec

Taux d'intérêts partenaires : 4,10% (51 intérêts)

Taux d'intérêts brochures : 8,28% (103 intérêts)

## VIE DU COLLECTIF

- **Le 13 mai** : Instant Bourguignon #2 en visio (Atelier stratégie digitale partagée)

## COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

### CAMPAGNE DE PROMOTION DES TERRITOIRES PARTENAIRES

- A partir de mai, La Bourgogne lance une campagne digitale au long court dédiée aux contenus "48h à..." pour valoriser nos 15 destinations via des bannières animées diffusées sur des sites à forte audience.

Chaque territoire bénéficie de :

- 1 set de 6 formats de bannières (mobile & desktop)
- Un lien tracké renvoyant vers l'idée séjour dédiée sur le site de la destination La Bourgogne
- Un ciblage affiné sur nos personas, avec retargeting et optimisation continue

Une action de valorisation infra-territoriale, en lien direct avec les enjeux d'inspiration et de visibilité portés par la marque La Bourgogne, dans le cadre du fil rouge annuel.

## COMMUNICATION OFFLINE DE LA DESTINATION

### CAMPAGNE D'AFFICHAGE EN SUISSE

- La Bourgogne et le département de Saône-et-Loire s'associent pour une campagne d'affichage en Suisse, avec pour message : « En Bourgogne, la Saône-et-Loire, on vient de loin pour la voir ».

Le dispositif, 100 % offline, se déploie sur plusieurs supports à fort impact :

- Habillage du Tramway à Genève pendant 2 semaines
- Affichage dans le train Léman Express (50 faces dans les rames pendant 2 semaines)
- Affichage sur mobilier urbain à Douvaine, commune stratégique à 6 km de la frontière (16 faces pendant 1 semaine)

## RESEAUX SOCIAUX

### NOTRE COMMUNITY MANAGER A #CMONTHEBEACH 2025

- **Les 14 et 15 mai** : notre Community Manager représentera la marque à Toulon lors de l'édition 2025 de #CMontheBeach, l'événement incontournable dédié au marketing de contenu et au numérique dans le tourisme. Unique en France, cet événement rassemble professionnels du privé et représentants institutionnels pour échanger autour de pratiques concrètes et inspirantes. Au programme : atelier social media, IA, stratégie de contenu, et bien plus encore.

Une belle occasion de nourrir nos réflexions et d'enrichir nos actions digitales au service de La Bourgogne, avec en ligne de mire l'application des meilleures pratiques du secteur.

## PROMOTION



### ALLEMAGNE

- À l'occasion des 10 ans de notre partenariat, Touren Service a créé un nouveau programme dédié à La Bourgogne, mis en valeur en quatrième de couverture de la brochure 2026. Cet emplacement nous a été gracieusement offert.

## PRESSE



## FRANCE

- **Du 13 au 15 mai** : accueil **UN MONDE BLEU / BFM TV** Après son tournage dans les Montagnes du Jura au printemps 2024, Rémi Pelletier vient découvrir La Bourgogne pour son émission Un Monde Bleu.  
Thème de l'accueil : le Canal de Bourgogne (son aspect historique et économique avec la voûte de Pouilly-en-Auxois), le chantier naval de Saint-Jean-de-Losne, les lacs du Morvan, en particulier celui des Settons, pour leurs rôles de château d'eau de La Bourgogne.  
Diffusée chaque semaine sur BFM TV, Canal+ et disponible sur YouTube, UN MONDE BLEU s'intéresse aux enjeux maritimes et l'eau en général au 21ème siècle. Chaque semaine, un invité apporte son témoignage sur la protection des océans, des lacs et rivières, la biodiversité, la croissance bleue.

**Dans le cadre de la Vallée de la Gastronomie**

- **Le 6 mai** : accueil de l'influenceuse **Margot Ducancel @rougeauxlevres** pendant 1 journée en Bourgogne. Matinée : découverte de la tonnellerie avec Art du Tonneaux et activité au coeur du vignoble.



## ALLEMAGNE

- **Du 14 au 18 mai** : accueil de 6 journalistes (rencontre annuelle de l'association de journalistes allemands avec Atout France Allemagne) en coopération avec le BOAT.
- **Du 22 au 25 mai** : accueil d'un groupe de 6 journalistes / accompagnement par l'agence Jörg Hartwig.  
Circuit -découverte des Territoires de Pouilly-Bligny, de la Bresse bourguignonne, Chalon sur Saône - programme incluant des expériences gourmandes, des visites de fermes/élevages et du patrimoine.

## COMMUNICATION DÉDIÉE AUX FILIERES

## FILIÈRE TOURISME D'AFFAIRES

- De nouveaux adhérents au sein du club BFC Séminaires & Events sont dorénavant référencés sur [seminaires.bourgognefranche-comte.com](http://seminaires.bourgognefranche-comte.com)

**Lieux de séminaires**

Domaine du Château d'Arcelot (21) [voir la fiche](#)

**Prestataires de Team-Building**

Enoculture (71) [voir la fiche](#)

Kelaventure - Séminaire en Bourgogne (58) [voir la fiche](#)

## FILIÈRE PATRIMOINE

- Bilan de la campagne d'achat média digital "Vacances d'hiver" avec Télérama, (4 mars au 1<sup>er</sup> avril) : "Les châteaux de Bourgogne, l'échappée historique dans un écrin vert".

Les performances de cette campagne ont largement dépassé les objectifs attendus :

- L'article dédié a enregistré 14 287 visites, soit une surperformance de +35,3 %. Les visiteurs sont restés en moyenne entre 2 et 3 minutes, témoignant d'un fort engagement. [Lire l'article](#)
- Réseaux sociaux Télérama  
La campagne a bénéficié d'une large exposition, avec un total de 2,6 millions d'impressions diffusées (display + réseaux sociaux)  
→ 276 000 personnes atteintes via les réseaux sociaux

## PRODUCTION DE CONTENUS

SUR [www.bourgogne-tourisme.com](http://www.bourgogne-tourisme.com)

- **RÉDACTION DE NOUVEAUX CONTENUS**

- [48 heures en Val de Saône](#)

- [48 heures dans le Val de Loire](#)

- **PRODUCTION DE CONTENU IMMERSIF POUR VALORISER L'EXPERIENCE HEBERGEMENT**

Cette année, la production de contenu se recentre sur les hébergements, avec un reportage terrain pour mettre en valeur ceux de nos territoires.

Photos, vidéos et reels seront réalisés par un photographe/reporter, pour capter l'expérience vécue sur place, au-delà des visuels classiques.

Chaque contenu sera ensuite décliné et sponsorisé sur les réseaux sociaux de la marque, avec des droits négociés pour l'OT partenaire.

Une nouvelle manière, plus vivante et plus authentique, de valoriser ce qui fait le charme de nos territoires.

- **EN ROUTE LES GOURMANDS**

Création de nouveaux itinéraires et nouvelles étapes gourmandes :

[Le parcours de Chalon-sur-Saône à Saulieu](#)

**Les étapes**

[Couches](#)

[Autun](#)

[Saulieu](#)

## RETOUR SUR ...

### SOIRÉE PRESSE LA BOURGOGNE A PARIS LE 1ER AVRIL

- La Bourgogne a convié une trentaine de journalistes spécialisés tourisme et lifestyle à une soirée exclusive au restaurant Terra, entièrement privatisé pour l'occasion.

**OBJECTIF** : dévoiler les nouveautés 2025 de la destination.

3 partenaires étaient présents pour l'occasion :

- l'OT Puisaye-Forterre, accompagné de l'artiste Sophie Bernert, a proposé un atelier permettant de découvrir la peinture avec ocres
- l'OT de Gevrey-Nuits présentait une expérience olfactive (cassis, Epoisses, truffe)
- La Cité des Climats & des Vins proposait une initiation à la dégustation des 4 cépages bourguignons.

La soirée a suscité de nombreux échanges et déjà inspiré plusieurs idées de reportages, les journalistes ayant été conquis par la richesse des expériences proposées.

Un voyage de presse prévu du 11 au 13 septembre viendra compléter cette présentation en accueillant une sélection de journalistes sur le terrain, au cœur de la Bourgogne.

### Dans le cadre de la Vallée de la Gastronomie

- Le 30 avril : accueil de **Loïc Ballet de Télé Matin** à la Cité de la Gastronomie et du Vin de Bourgogne avec un focus sur la cave de la Cité.



## COMMUNICATION ONLINE

### CAMPAGNE PRINTEMPS

- La campagne se poursuit jusqu'à la fin du mois de mai avec le dispositif Google Ads actif sur les pages clés du site : *Se ressourcer, Aventure, Sélections hébergements, Pause dans les Vosges du Sud et Week-ends de mai.*  
Des optimisations sont régulièrement mises en place afin de maximiser et diversifier les conversions qualifiées vers les partenaires locaux.

## PRODUCTIONS DE CONTENUS

- Rédaction d'une page hub expériences permettant de retrouver au fur et à mesure certaines expériences racontées en vidéo : [À consulter ici](#)
- Rédaction d'un top 3 des spots nature à découvrir autour de Belfort. [À consulter ici](#)
- Finalisation des pages "routes gourmandes" »  
[Parcours de Belfort à Fougerolles, le pays des 1000 étangs](#)
  - [Étape Belfort, belles découvertes, fortes en goût](#)
  - [Étape Déguster les saisons à Lure](#)
  - [Étape Fougerolles : quand cerises et gourmandises font la paire !](#)
  - [Étape Délices entre le Val d'Ajol et Saint-Bresson](#)

### [Parcours de Fougerolles à Luxeuil, un voyage gourmand](#)

- [Étape Luxeuil, une pause gourmande](#)

## RETOUR SUR ...

- Les box Vosges du Sud ont été aux rédactions ciblées, permettant de valoriser le territoire et de susciter l'intérêt pour de futures collaborations. Les médias destinataires : **Marie France / Esprit d'ici / Maxi / Version Femina / Télé Loisirs / France Info et Le Parisien / Carnets d'Ailleurs / Détours en France / Avantages / Biba.**
- Diffusion du réel "expériences" créé par le collectif régional sur Instagram du Massif des Vosges mi-avril, et "sponsorisé" auprès des audiences ciblées pour la campagne printemps. [À consulter ici](#)
- Chilowé a revalorisé et sponsorisé deux articles réalisés en 2024 sur Facebook et Instagram au mois d'avril : [3 idées week-end dans les Vosges du Sud](#) et [5 itinéraires à vélo dans les Vosges du Sud.](#)
- Diffusion en avril de l'expérience rédigée par le Massif des Vosges sur la base des éléments envoyés par les Offices de tourisme en 2024 (boucle des grandes fontaines retenue par le Massif et intégrée sur Outdooractive) / [À consulter ici](#)

# TOURNAGES & CINÉMA

## VIE DE BFC TOURNAGES & CINÉMA / AGENDA

- **Du 19 au 22 mai** : présence au Festival de Cannes  
Dans le cadre de la présence de BFC Tournages & Cinéma au Festival, un temps de networking est prévu afin de présenter la Bourgogne-Franche-Comté et ses trois destinations. Les échanges seront enrichis par les témoignages et anecdotes de grands témoins. **Rendez-vous : mercredi 21 mai à 17H30 au Pavillon Film France à Cannes**
- **Le 30 mai** : Teams mensuel - Film France

## TOURNAGES

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

## NOUVELLES DU RÉSEAU CINÉMA

- Chaque année, l'APARR organise des journées thématiques (Ateliers ou Fabrique d'un film) afin de renforcer les compétences de la filière et développer les liens entre les acteurs régionaux.  
Aujourd'hui, afin de répondre au mieux à vos attentes, l'APARR vous invite à partager vos idées et besoins, en répondant à ce court sondage : <https://framaforms.org/sondage-ateliers-et-rencontres-pro-2025-1741020902>

## EN SALLES EN CE MOMENT (actualités des films)

### TOUJOURS EN SALLES

- **LE GARÇON**
- **100 MILLIONS !**
- **LA FIN DE L'AGE DE FER**
- **LE MELANGE DES GENRES**

### SORTIES NATIONALES

- **Le 16 mai : DE MAUVAISE FOIS** de Albéric Saint-Martin - tourné à Paray-le-Monial et Dijon

## ZOOM SUR LES RESSOURCES (Film France Talents, Base des lieux de tournages, Annuaire régionaux ...)

- **FILM FRANCE TALENTS** (annuaire des techniciens et artistes-interprètes) : 1 rendez-vous avec des professionnels locaux (1 technicienne locale)
- **BASE DES LIEUX DE TOURNAGES FILM FRANCE** (nouveaux inscrits)  
[Atelier du 7<sup>ème</sup> art](#) (Nièvre)  
[L'Écrin](#) (Côte-d'Or)
- **ANNUAIRE REGIONAL DES FIGURANTS** : plus de 1 700 figurants inscrits
- **ANNUAIRE REGIONAL DES PRESTATAIRES** (nouveaux inscrits) :  
[Vidéo Star Communication](#) (Côte d'Or) : location de matériel  
[Dronoxair](#) (Yonne) : drones, prises de vues, montgolfière...

## COMMUNICATION

- Création d'un carnet d'inspiration à destination des sociétés de productions - distribué lors du Festival de Cannes
- Site internet : travail de refonte avec ThinkMyWeb
- Suivez Bourgogne-Franche-Comté Tournages & Cinéma sur les réseaux sociaux
  - [Facebook](#)
  - [Instagram](#)
  - [LinkedIn](#)

## RETOUR SUR ...

**COREPS** (Comité Régional des Professions du Spectacle) [voir le site web](#)

- Initié en 2022, par la DRAC (Direction Régionale des Affaires Culturelles) le COREPS se positionne comme une instance de dialogue social et territorial opérant à l'échelle régionale pour la filière "spectacle vivant" et la filière "cinéma et audiovisuel". Il est composé de trois groupes de travail : Emploi-Formation ; Production-Diffusion ; Conditions de travail.

Mercredi 16 avril a eu lieu la première réunion dédiée au cinéma et à l'audiovisuel. Les participants font partie de l'ensemble de l'industrie cinématographique et audiovisuelle, à savoir : VDH (production de documentaire), CIBFC (association des Cinémas Indépendants), professionnels du cinéma (auteurs, monteurs, chef électricien, preneuse de son), APARR (association de professionnels), Bureau d'accueil des tournages).

- **Le 31 mars** : avant-première **LE MELANGE DES GENRES** de Michel Leclerc. Deux salles combles pour cette avant-première régionale. Intervention de BFC Tournages & Cinéma, ainsi que Christine Martin (2<sup>ème</sup> adjointe en charge de la culture de la Ville de Dijon), et du réalisateur. De nombreux professionnels et figurants ont pu se voir sur grand-écran.
- **Le 24 avril** : l'équipe de BFC Tournages & Cinéma a animé un webinaire dans le cadre du programme de webinaires « Les Instantanés de BFC Tourisme ». Thème du webinaire : Et si votre site devenait un décor de film ? Mode d'emploi pour réussir l'accueil d'un tournage. 85 participants.

# FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

## FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

### VIE DU COLLECTIF

- Des nouveaux adhérents au sein du collectif Tourisme d'Affaires sont dorénavant référencés sur [seminaires.bourgognefranchecomte.com](https://seminaires.bourgognefranchecomte.com)

#### DESTINATION MONTAGNES DU JURA

##### Lieux de séminaires

Domaine de la Pinte à Arbois (39) [VOIR LA FICHE](#)

Dinozoo à Etalans (25) [VOIR LA FICHE](#)

Camping la Roche d'Ully à Ornans (25) [VOIR LA FICHE](#)

#### DESTINATION LA BOURGOGNE

##### Lieux de séminaires

Domaine du Château d'Arcelot (21) [VOIR LA FICHE](#)

##### Prestataires de Team-Building

Enoculture (71) [VOIR LA FICHE](#)

Kelaventure - Séminaire en Bourgogne (58) [VOIR LA FICHE](#)

### PROMOTION / COMMUNICATION

#### COMMUNICATION

- Référencement sur le nouveau site internet pour le tourisme d'affaires d'Atout France afin de pouvoir mieux répondre aux attentes des cibles à l'international. Il sera lancé lors de l'IMEX Frankfurt qui aura lieu du 20 au 22 mai 2025. La région et la plateforme seront mises en valeur ainsi qu'un contact pour toutes demandes de conseils MICE.
- Site web : création de nouveaux contenus qui seront utilisés pour la campagne LinkedIn du mois de juin : landings La Bourgogne, Montagnes du Jura et Vosges du Sud avec des idées séjours et création d'un nouveau top Insolite et mises à jour des Tops Eco-Responsables et étoilés avec nos nouveaux adhérents.

#### BtoB

- Le 15 mai** : Eductour régional à la découverte de l'offre affaires de la destination Belfort - Au programme visite du Novotel Atria, Déjeuner à la Citadelle avec un représentant des cabanes des Grands Reflets, activité Team Building, Viste du Grand Hôtel du Tonneau d'Or - avec la collaboration de Belfort Tourisme -Sont invités à cette action, les entreprises, fédérations, associations, institutions et agences événementielles organisatrices d'événements professionnels en région BFC.

#### PRESSE

- Le dossier de presse « Les nouveautés MICE des partenaires » est en ligne : [A CONSULTER ICI](#)

### RETOUR SUR ...

- Le déjeuner MICE #2 à Lyon le 17 avril** : ce déjeuner a réuni 26 décideurs issus d'entreprises, d'associations et d'agences événementielles, venus à la rencontre de BFC Tourisme et de 11 partenaires régionaux. Cet événement a permis aux participants de découvrir des idées de lieux pour leurs futurs événements et affiner certains projets en cours. Un rendez-vous apprécié tant par les participants que par les partenaires, notamment pour la qualité des échanges et des mises en relation.
- Le 11 avril** : envoi d'une newsletter à 940 prospects. Taux d'ouverture : 35 %. [Consulter la newsletter ici](#).

# FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

## FILIERE PATRIMOINE

### DEVELOPPEMENT

- **Le 20 mai** : Pré-audit Destination d'Excellence du Château de Bussy-Rabutin dans le cadre de son adhésion au collectif Patrimoine.
- **Fin mai** : réunion de lancement de l'accompagnement du diagnostic marketing avec l'équipe du Château de Bussy-Rabutin

### PROMOTION / COMMUNICATION

#### COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

##### DESTINATION MONTAGNES DU JURA

- Afin de valoriser la thématique Patrimoine sur les réseaux sociaux, nous lançons un nouveau type de création de contenus sous une approche "La culture, façon itinéraire touristique". Réalisée entièrement en interne, la première production de contenus se consacrera à l'itinéraire "Sur les traces de Gustave Courbet à Ornans".

#### COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE HABITANTS

##### ACTIONS DEPLOYEES DANS LE CADRE DE LA SIGNATURE **SORTEZ CHEZ VOUS EN BFC**

##### NEWSLETTER

- 1 newsletter dédiée aux idées week-ends à faire en couple avec 2 idées week-end à la découverte du Patrimoine Unesco, sera envoyée en mai.

#### COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- Bilan de la campagne d'achat média digital "Vacances d'hiver" avec Télérama (4 mars au 1<sup>er</sup> avril) : "**Les châteaux de Bourgogne, l'échappée historique dans un écrin vert**".

Les performances de cette campagne ont largement dépassé les objectifs attendus :

- L'article dédié a enregistré **14 287 visites**, contre 10 560 prévues, soit une surperformance de +35,3 %. Les visiteurs sont restés en moyenne entre 2 et 3 minutes, témoignant d'un fort engagement. [Lire l'article](#)
- Réseaux sociaux Télérama

La campagne a bénéficié d'une large exposition, avec un total de 2,6 millions d'impressions diffusées (display + réseaux sociaux), pour 1,6 millions vendues, soit 1 million d'impressions offertes.

Facebook : 176 000 personnes touchées

Instagram : 100 000 personnes touchées

Les RS ont provoqué 12 220 engagements avec :

- 1 846 réactions
- 52 commentaires
- 107 enregistrements !
- 53 partages
- 10 162 clics sur la publication

Si on tient compte de l'engagement par rapport au volume d'impression, on avoisine 1,85% d'engagement soit un niveau nettement supérieur à la moyenne des campagnes comparables dans le benchmark Télérama, qui se situe autour de 0,5 %.

- Le display quant à lui a permis d'apporter 11 287 clics vers l'article, d'où les nombreuses visites sur article et 157 clics vers [Top 10 des châteaux à visiter absolument](#)

Grâce à cette campagne, cette page éditoriale s'est hissée au 8e rang des pages les plus consultées sur notre site durant la période. La durée moyenne de consultation dépasse les 2 minutes.

Enfin, le taux de clic vers l'article atteint 0,57 %, un résultat nettement supérieur à la moyenne observée sur d'autres campagnes Télérama, généralement autour de 0,25 %.

# FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

---

## FILIERE PATRIMOINE

### RETOUR SUR ...

- **Le 8 avril** : l'opération BtoB "Œnotourisme et Sites Unesco" organisée à Paris a rencontré un franc succès. Les sites Unesco présents ont eu l'opportunité d'échanger avec 47 représentants d'agences de voyages réceptives ayant répondu à notre invitation. Une dizaine de journalistes étaient également présents. La rencontre s'est clôturée par une dégustation de vins et un moment convivial autour d'un buffet.

# FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

---

## FILIÈRE ITINÉRANCE

### VIE DE LA FILIÈRE

- **Le 12 mai** : participation de BFC Tourisme au Comité Technique « Étude de développement touristique Saône »
  - **Le 19 mai** : participation de BFC Tourisme à la réunion de projet promotion et développement du tourisme équestre en région BFC
- 

### DÉVELOPPEMENT

- **TOURISME FLUVIAL** : publication du bilan 2024 de l'activité des professionnels de la filière en Bourgogne-Franche-Comté
  - **Le 23 mai** : participation de BFC Tourisme au webinar de présentation des résultats de l'enquête réalisée par l'association des Grandes traversées du Jura à l'été 2024
- 

### PROMOTION / COMMUNICATION

#### COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

##### DESTINATION VOSGES DU SUD

- Chilowé a revalorisé et sponsorisé deux articles réalisés en 2024 sur Facebook et Instagram au mois d'avril : 3 idées week-end dans les Vosges du Sud et 5 itinéraires à vélo dans les Vosges du Sud.
- Diffusion en avril de l'expérience rédigée par le Massif des Vosges sur la base des éléments envoyés par les Offices de tourisme en 2024 (boucle des grandes fontaines retenue par le Massif et intégrée sur Outdooractive).

[À consulter ici](#)

#### COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- Mise en place d'un partenariat avec le média Altitude Rando :
  - Insertion dans la base Altitude Rando de 5 itinéraires trek
  - Création de la page "5 mini treks en BFC à Faire Absolument"
  - Création de 3 pages "Destinations" (MDJ, LB et VDS)Suivra ensuite une période de médiatisation et un reportage terrain au cours des mois suivants.
- Préparation des contenus pour : la campagne RS fluviale, le partenariat avec An Bord et celui avec Vélo Vert.

# FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

---

## FILIERE OENOTOURISME

### DEVELOPPEMENT

- Lancement en lien avec le BIVB d'une interrogation auprès des caves et des sites de visite oenotouristiques sur leur activité 2025

### PROMOTION / COMMUNICATION

#### COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- **ACTION AVEC LE MAGAZINE COURANTS D'AIR**  
Publication des 10 pages dédiées à l'œnotourisme dans les vignobles de Bourgogne et du Jura dans le numéro du mois de mai présentation des destinations Vignobles & Découvertes, mises en avant d'offres de dégustation, d'activités insolites dans le vignoble, d'hébergements au coeur du vignoble et de restaurants). La campagne est accompagnée de 3 bannières web et d'une page de pub dans le magazine.
- **ACTION AVEC LE MAGAZINE DESIR DE VOYAGE**  
Préparation des 6 pages à paraître dans le magazine de juin, afin de toucher la cible **TERROIR**.
- Préparation d'une campagne display autour des 6 destinations Vignobles & Découvertes de Bourgogne et du Jura pour toucher la cible **CONVIVIALITÉ**

## FILIERE GASTRONOMIE

### VIE DU COLLECTIF

- 1 nouvelle offres gourmande est en ligne sur [valleedelagastronomie.com](http://valleedelagastronomie.com)  
Val d'Or, restaurant dans la côte chalonaise [voir l'offre](#)

### DÉVELOPPEMENT

- EN ROUTES LES GOURMANDS** : création de nouveaux itinéraires et nouvelles étapes gourmandes :

SUR [www.bourgogne-tourisme.com](http://www.bourgogne-tourisme.com)

#### [Le parcours de Chalon-sur-Saône à Saulieu](#)

Les étapes

[Couches](#)

[Autun](#)

[Saulieu](#)

SUR [www.montagnes-du-jura.fr](http://www.montagnes-du-jura.fr)

[Besançon, à l'heure de la bistronomie](#)

[Dole, un régal de destination](#)

#### [Le parcours de Saint-Amour à Lons-le-Saunier](#)

Les étapes

[Saint-Amour](#)

[Beaufort-Orbagna](#)

[Lons-le-Saunier](#)

#### [Le parcours de Lons-le-Saunier à Salins-les-Bains](#)

Les étapes

[Lons-le-Saunier](#)

[Château-Chalon](#)

[Poligny](#)

[Arbois](#)

[Salins-les-Bains](#)

#### [Le parcours de Salins-les-Bains à Morteau](#)

Les étapes

[Salins-les-Bains](#)

[Pontarlier](#)

[Morteau](#)

#### [Le parcours de Morteau à Montbéliard](#)

Les étapes

[Morteau](#)

[Montbéliard](#)

- SITE VALLEE DE LA GASTRONOMIE**

Refonte de la page internet "devenez acteur" des questionnaires de candidatures pour intégrer la Vallée de la Gastronomie en lien avec les nouveaux critères pour devenir "offre gourmande" ou "expérience remarquable".

### PROMOTION / COMMUNICATION

#### Dans le cadre de la Vallée de la Gastronomie

- Le 30 avril** : accueil de **Loïc Ballet de Télé Matin** à la Cité de la Gastronomie et du Vin de Bourgogne avec un focus sur la cave de la Cité.
- Le 6 mai** : accueil de l'influenceuse **Margot Ducancel @rougeauxlevres** pendant 1 journée en Bourgogne. Matinée : découverte de la tonnellerie avec Art du Tonneaux et activité au coeur du vignoble.



## FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

### OBSERVATION / ORT

#### OENOTOURISME

- Lancement en lien avec le BIVB d'une interrogation auprès des caves et des sites de visite oenotouristiques sur leur activité 2025

#### FLUVIAL

- Publication du bilan 2024 de l'activité des professionnels de la filière en Bourgogne-Franche-Comté

#### ITINÉRANCE

- **Le 23 mai** : participation de BFC Tourisme au webinar de présentation des résultats de l'enquête réalisée par l'association des Grandes traversées du Jura à l'été 2024

#### DISPOSITIF D'ENQUETE EN LIGNE

- Organisation des réunions de lancement du dispositif et de sensibilisation des partenaires afin de les faire adhérer au dispositif :
  - 19 mai : département du Jura
  - 20 mai : départements de Haute-Saône et du Territoire de Belfort
  - 21 mai : département de la Côte-d'Or
  - 22 mai : département du Doubs
  - 26 mai : département de la Saône-et-Loire
  - 27 mai : département de la Nièvre
  - 3 juin : département de l'Yonne
- **Le 15 mai** : sortie des Chiffres Clés du tourisme en Bourgogne-Franche-Comté et du Mémento 2025

### INGÉNIERIE

- **Le 23 mai** : réunion de lancement de l'étude « Tableau de bord des investissements touristiques » réalisée en lien avec Atout France par le bureau d'étude Ancoris.  
Ce dispositif, vise à mesurer l'évolution des investissements touristiques en France, avec une déclinaison régionale, afin d'identifier les tendances majeures de la filière et anticiper les dynamiques à venir.

#### FRANCE TOURISME INGENIERIE

- **6 mai** : participation de BFC Tourisme au webinar de présentation et d'échanges avec Pascal Bataillé, PDG et fondateur du groupe Adonis Hôtels et Résidences
- **Fin mai** : réunion de lancement de l'accompagnement de la Halte fluviale de Fouchécourt (70)

#### DANS LE CADRE DES DIAGNOSTICS MARKETING DE BFC TOURISME

- **Fin mai** : réunion de lancement de l'accompagnement avec l'équipe du Château de Bussy-Rabutin

### DESTINATION D'EXCELLENCE

- **Le 13 mai** : BFC Tourisme organise un webinar de présentation du label national Destination d'Excellence.  
[Pour en savoir plus sur ce webinar cliquez ici](#)  
[Pour s'inscrire cliquez ici](#)
- **Pré-audit Destination d'Excellence**
  - Le Château de Bussy-Rabutin (21)
  - La Maison du Canal à Clamerey (21)
  - Domaine de l'Ocreey à Pourrain (89)
  - La Maison Py à Vergisson (71)

## DATES À RETENIR

---

- ↳ **Le 19 juin** : Assemblée Générale

## ACCOMPAGNEMENT DES OT

---

### SADI

- ↳ **Le 13 mai** : la MASCOT présentera le dispositif SADI (Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'information) à l'équipe de BFC Tourisme lors de son Quoi de Neuf mensuel.

## FORMATION

---

- ↳ Le plan de formation MASCOT 2025 est sorti. Il est ouvert aux salariés des OT, CRT, ADT/CDT et relais départementaux des Gîtes de France de la région.  
Pour découvrir la programmation, les coûts et les modalités d'inscription [cliquez ici](#)

## AUTRES ACTIONS

---

### VILLES ET VILLAGES FLEURIS

- ↳ Du 23 juin au 11 juillet, la MASCOT organisera les tournées régionales.  
58 communes seront visitées dans 7 départements.

## RETOUR SUR ...

---

### VILLES ET VILLAGES FLEURIS

Dans un souci de mutualisation des moyens et d'harmonisation des connaissances, une réunion d'information a été organisée à Quétigny **le 17 avril**, à destination des membres des jurys régionaux et départementaux du label Villes et Villages Fleuris.

Au programme de cette rencontre :

- Présentation du fonctionnement des institutions impliquées et du label VVF
- Rappel des critères d'évaluation
- Présentation de la charte du jury
- Préparation logistique et méthodologique des visites
- Retours d'expériences
- Échanges libres et questions diverses

Les animatrices départementales et plus de 50 membres du jury ont participé à cette réunion.

Cette rencontre a facilité les échanges et permis de préparer au mieux les membres du jury aux visites sur le terrain.

# GLOSSAIRE

**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.