

**BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ**  
**TOURISME**

**GUIDE DE L'ADHÉRENT**  
**DE BFC TOURISME**

**2025**

version du 23 juin 2025

# EDITO

## Patrick Ayache, Président de BFC Tourisme

Chers partenaires,

Bienvenue dans ce guide de l'adhérent, véritable reflet de nos engagements, de nos ambitions et de notre mission.

**Notre raison d'être** repose sur une volonté claire : stimuler l'économie touristique pour la rendre plus forte et pérenne. À travers une équipe passionnée, nous fédérons et animons l'ensemble des acteurs touristiques régionaux.

**Notre ambition** est d'être une expertise touristique au service des territoires et des acteurs, avec pour objectif de développer la fréquentation régionale tout en valorisant nos richesses naturelles, patrimoniales et culturelles.

« *Merci pour votre confiance  
et votre engagement  
à nos côtés en 2025.*



**Nos missions**, confiées par le Conseil régional, s'articulent autour de deux axes majeurs :

- **La promotion touristique**, en France et à l'international, pour nos destinations phares : La Bourgogne, Les Montagnes du Jura et le Massif des Vosges et les filières clés comme le tourisme d'affaires, l'œnotourisme, l'itinérance et le patrimoine.
- **Le développement touristique**, l'ingénierie, l'observation, la professionnalisation et la labellisation.

Portés par des **valeurs fortes** – engagement, solidarité, adaptabilité, disponibilité et fiabilité – et des **principes clairs** – réalisme, efficacité, co-construction et partenariats – nous travaillons chaque jour avec vous pour conquérir, satisfaire et fidéliser des visiteurs en quête d'authenticité et d'excellence.

Ce guide est conçu pour vous accompagner et vous permettre de collaborer pleinement avec notre structure. Ensemble, nous pouvons relever les défis et construire un tourisme régional à la hauteur de vos ambitions.

# NOTRE PARTI PRIS

**Une démarche  
de collaboration  
avec les institutionnels,  
les groupements et  
les socioprofessionnels.**

## LA COLLABORATION

BFC Tourisme vous propose de partager sa stratégie  
avec comme fil rouge le tourisme responsable pour :

- 1 Séduire et conquérir** des clients
- 2 Créer du lien**, bénéficier d'un réseau  
et devenir des ambassadeurs des destinations
- 3 Recruter ensemble** des clients
- 4 Bénéficier de l'image** des destinations  
pour valoriser les offres
- 5 Profiter des événements**  
organisés par BFC Tourisme



**300**

partenaires  
ont collaboré  
à nos côtés  
en 2024

« Soyons encore  
plus nombreux  
en 2025 ! »



01

**BFC TOURISME**

**C'EST QUOI ?**

# BFC TOURISME

## C'EST QUOI ?

### NOTRE ORGANISATION

Une association loi 1901,  
créée en 2016 lors de la fusion des Régions.



**5 métiers**

- Observer
- Piloter
- Structurer
- Marketer
- Promouvoir



**39 CDI**  
**+ 5**  
**alternants**



**2 sites**  
- Besançon  
- Dijon

### NOTRE STRATÉGIE MARKETING

#### 1 RÉGION / 3 DESTINATIONS

1

#### région

Bourgogne-Franche-Comté

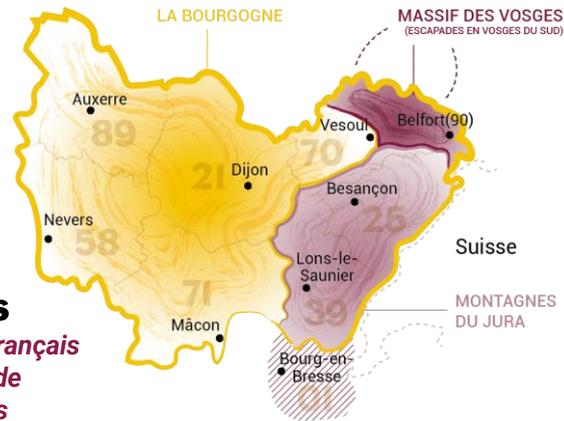
3

#### destinations

La Bourgogne  
Montagnes du Jura  
Massif des Vosges

#### = 3 personnalités

*pour séduire les clients français  
et internationaux autour de  
4 thématiques prioritaires*



#### + en région

une signature  
dédiée aux habitants



# BFC TOURISME

## C'EST QUOI ?

### 3 DESTINATIONS



**I STRATÉGIE  
SPÉCIFIQUE**

**I BUDGET  
DÉDIÉ**

**I MESSAGE PUBLICITAIRE  
ET UNE CHARTE GRAPHIQUE ADAPTÉS**

**I POSITIONNEMENT  
PROPRE**

**DES CIBLES  
AFFINITAIRES**

### 4 FILIÈRES PRIORITAIRES

**Patrimoine  
Itinérance  
Enotourisme  
Tourisme d'affaires**

— pour nourrir les destinations avec des offres adaptées aux attentes des **consommateurs touristiques généralistes**

— pour cibler des clientèles plus spécifiques, passionnées par ces thématiques.



# BFC TOURISME

## C'EST QUOI ?

### NOS CIBLES AFFINITAIRES

Ciblages affinitaires : des portraits « robot » multi-registres (croisant les approches filières) pour nourrir les stratégies de communication de nos 3 marques de destination.



# BFC TOURISME

## C'EST QUOI ?

### NOS MARCHÉS

#### DES MARCHÉS HISTORIQUES À CONFORTER

**Allemagne**  
Les 3 destinations



**Pays-Bas**  
La Bourgogne  
Montagnes du Jura



**Belgique & Luxembourg**  
La Bourgogne  
Montagnes du Jura



#### DES MARCHÉS À RE-CONQUÉRIR

**Royaume-Uni**  
La Bourgogne  
Montagnes du Jura



**Chine / USA**  
La Bourgogne



#### DES MARCHÉS À SOUTENIR

**Italie**  
La Bourgogne  
Montagnes du Jura



**Suisse**  
La Bourgogne



Pour ces 2 marchés, BFC Tourisme interviendra **UNIQUEMENT** en appui d'actions engagées par des partenaires.

02

**NOS SERVICES**

**GRATUITS**

# NOS SERVICES GRATUITS POUR TOUS

## NOS SERVICES GRATUITS SONT

- des outils et des sources d'informations utiles à tous
- une mise à disposition de données essentielles et vérifiées pour fiabiliser les démarches et les investissements de tous.

## EN SYNTHÈSE

- **L'accès au site professionnel de BFC Tourisme**
  - . l'accès aux données publiées sur ce site : les chiffres clés de votre secteur d'activité via l'Observatoire Régional du Tourisme
  - . des notes de conjoncture, bilans de saison, chiffres clés
  - . l'actualité de BFC Tourisme
  - . des e-news mensuelles
  - . la veille et les informations réglementaires
- **Un guichet unique**
  - . d'information,
  - . d'orientation et de conseils à destination des prestataires et des porteurs de projets
- **Accéder à des bases de données régionales**
  - . Décibelles Data pour la diffusion de votre offre sur nos sites, les sites locaux, départementaux et régionaux et en open data sur toutes les plateformes nationales
  - . la médiathèque pour accéder à une banque d'images photos libres de droit
- **Améliorer votre offre**
  - . participer au programme de webinaires tendances et actualités
  - . programme de formation Booster Tourisme
  - . participer aux Rendez-Vous du Tourisme en Bourgogne-Franche-Comté
- **Bénéficier d'outils prêts à l'emploi**
  - . les kits écogestes de l'ADEME

03

**BFC TOURISME, J'ADHÈRE**

**└ POUR QUI ? POUR QUOI ?**

**ADHÉRER**



**POUR QUI ?**

# BFC TOURISME

## POUR QUI ?

### LES INSTITUTIONNELS, LES GROUPEMENTS DE PROFESSIONNELS



Régions, CRTs, Départements, ADTs, EPCIs,  
Offices du Tourisme ou collectivités territoriales,  
PNR, PN, GTJ, Destination Bourgogne Le Club,  
BIVB, Vive la Bourgogne-Franche-Comté, GPPR,  
Route du Comté, Gîtes de France, FRHPA, ENJ,  
Clés Vacances, UMIH ...

### LES SOCIO-PROFESSIONNELS



Hébergeurs, restaurateurs, activités de plein air,  
prestataires MICE, sites et lieux de visites ...

**ADHÉRER**

**POUR QUOI ?**

# LES BÉNÉFICES DE L'ADHÉSION

## LES BÉNÉFICES ÉCONOMIQUES

- réduire vos coûts en accédant à des services à la carte
- augmenter votre chiffre d'affaires
- faire émerger votre offre et la mettre en marché

## POUR PLUS D'AUDIENCE ET DE VISIBILITÉ

- accroître votre visibilité en France et à l'étranger pour séduire et conquérir des clients
- bénéficier de l'image des destinations pour valoriser vos offres et vos produits

## EN S'APPUYANT SUR DES EXPERTISES

- apport de ressources (études, tendances...)
- accès à des formations
- conseils et accompagnements

# 3.1 L'ADHÉSION DE BASE À BFC TOURISME

# L'ADHÉSION DE BASE À BFC TOURISME

## EN SYNTHÈSE

- **Participer à la vie de la structure**
  - . participer à l'Assemblée Générale
  - . recevoir chaque année le rapport d'activité
- **Améliorer votre offre**
  - . être accompagné au dispositif Destination d'Excellence et au classement tourisme.
- **Participer à des actions à la carte**

## TARIF

L'ADHÉSION ANNUELLE

EST FIXÉE À

**100 €**

POUR 2025



L'adhésion à BFC Tourisme est un prérequis pour accéder aux actions des destinations et des filières, ainsi qu'aux services à la carte.

# 3.2

## LA PARTICIPATION AUX COLLECTIFS DE DESTINATION

RÉSERVÉE AUX OFFICES DE TOURISME  
ET AUX GROUPEMENTS DE PROFESSIONNELS

# LA PARTICIPATION AUX DESTINATIONS

## 2 MODALITÉS PARTENARIALES

### LE MODÈLE

#### « COLLECTIF »

le partenaire s'acquitte d'une adhésion annuelle pour bénéficier d'un plan d'actions global

### LE MODÈLE

#### « À LA CARTE »

le partenaire achète une ou plusieurs actions proposées à la carte dans le plan d'actions annuel

# L'ADHÉSION À UN COLLECTIF DE DESTINATION

## EN SYNTHÈSE

### — Suivre l'actualité de la destination

- . plan marketing et tableaux de bord de suivi et d'analyse
- . analyses des chiffres clés de la destination, études, mémento, suivi de l'e-réputation des prestataires de la destination
- . bénéficiaire de certaines actions de communication, de promotion BtoB et relations presse en France et à l'international (workshops, démarchages accueils...)

### — Participer au comité éditorial partagé (Instants Bourguignons, Instants Montagnons)

- . production de contenus (vidéos, photos, articles, carnets de voyages...)
- . ateliers de collaboration et d'idéation (ateliers d'idées séjours)
- . une réunion de partage des plans d'actions (CRT / ADT / OT)

### — Bénéficiaire d'outils et kits de communication prêts à l'emploi

- . des marques de destination / portage des marques de destination
- . présentation flash pour CA / AG / rendez-vous personnalisé

### — Bénéficiaire de tarifs préférentiels sur le catalogue des actions à la carte

## TARIF

### POUR LES ADTs

(ou collectivités territoriales de tutelle)

la contribution financière est fixée annuellement dans le cadre d'une convention d'objectifs et de moyens

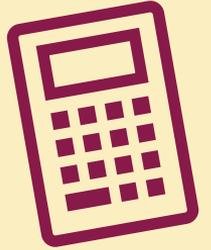
### POUR LES GROUPEMENTS PROFESSIONNELS ET LES PNR / PN

la contribution financière est fixée annuellement :  
**2 000 €** en 2025

### POUR LES OFFICES DE TOURISME ou EPCI en fonction d'un INDICE (comparé) D'INTENSITÉ TOURISTIQUE

Rappel : L'Adhésion à un collectif de destination ouvre droit à des tarifs préférentiels sur le catalogue des services et actions à la carte

# LES CRITÈRES DE CALCUL DE L'INDICE D'INTENSITÉ TOURISTIQUE



Chaque OT est noté  
**sur 6 critères** pour  
arriver à une note  
globale sur 100

- 1** La population (nb habitants – INSEE/2019) = **sur 20 points**
- 2** La capacité d'accueil en hôtels (nb lits – INSEE/2019) = **sur 20 points**
- 3** La capacité d'accueil en autres hébergements marchands (nb lits – INSEE/2019) = **sur 10 points**
- 4** La capacité d'accueil en résidences secondaires (nb lits – INSEE/2019) = **sur 10 points**
- 5** La fréquentation (nb nuitées - FVT Orange/2019 ou 2022) = **sur 20 points**
- 6** La dynamique d'investissement (moyenne annuelle des investissements touristiques 2017-2019 – MKG/2021) = **sur 20 points**

# 3.3 L'ADHÉSION PREMIUM

RÉSERVÉE AUX SOCIO-PROFESSIONNELS

# L'ADHÉSION PREMIUM C'EST...

**... nouer une relation privilégiée  
avec un interlocuteur désigné au  
sein de l'équipe de BFC Tourisme.**

- visiter votre établissement à la 1ère adhésion
- vous rencontrer pour faire le point
- vérifier et améliorer la/les fiches Décibelles Data de votre établissement, et vous informer sur les fonctionnalités (accès aux statistiques de consultation, configuration d'un widget, ...)
- répondre à vos questions, le cas échéant en renvoyant vers le contact interne ou les contacts externes adéquats,
- recueillir vos besoins en matière d'accompagnement

# L'ADHÉSION PREMIUM

## EN SYNTHÈSE

### Participer à la vie de réseau :

- . participer à la présentation du PAC du collectif de destination vous concernant
- . participer aux ateliers d'offres organisés par le collectif de destination vous concernant et recevoir les livrables

### Bénéficiaire d'outils ou de dispositifs :

- . recevoir les chiffres-clés de votre destination
- . disposer d'un compte Start Fairguest pour le suivi de votre e-reputation
- . bénéficier en priorité d'un pré-diagnostic Destination d'Excellence
- . avoir la possibilité de vous faire labelliser BFC Séminaires & Events : condition sine qua non pour être référencé sur le site dédié au tourisme d'affaires niveau 1 : [seminaires.bourgognefranchecomte.com](http://seminaires.bourgognefranchecomte.com)

### Être accompagné pour :

- . le portage optimal de la marque de destination qui vous concerne

### Être informé et obtenir des conseils :

- . sur les marchés européens
- . sur les cibles affinitaires
- . sur les bonnes pratiques en Social Media
- . sur les relations presse et BtoB

### Bénéficiaire de tarifs préférentiels sur le catalogue des actions à la carte

## TARIF

L'ADHÉSION PREMIUM

EST FIXÉE À

**200 €**

dont 100 € d'adhésion  
à BFC Tourisme



### Rappel

L'adhésion Premium ouvre droit à des tarifs préférentiels sur le catalogue des services et actions à la carte.

# 3.4 LA PARTICIPATION AUX FILIÈRES

# LA PARTICIPATION AUX FILIÈRES

## 2 MODALITÉS PARTENARIALES

### LE MODÈLE

#### « COLLECTIF »

le partenaire s'acquitte d'une adhésion annuelle pour bénéficier d'un plan d'actions

**Filière Tourisme d'affaires** : maintien du modèle « collectif » existant en 2024

**Filière Patrimoine** : maintien du collectif mais réservé aux sites et lieux de visites uniquement

### LE MODÈLE

#### « À LA CARTE »

le partenaire achète une ou plusieurs actions proposées dans le plan d'actions annuel

**Filière Oenotourisme**

**Filière Patrimoine** (pour les Offices de Tourisme)

**Filière Itinérance**

# LA PARTICIPATION AUX FILIÈRES

## SPÉCIFICITÉS FILIÈRES ITINÉRANCE & OENOTOURISME

### ÉVOLUTION DES MODALITÉS PARTENARIALES

En raison des schémas sectoriels portés par le Conseil Régional, BFC Tourisme propose de piloter :

- **un socle d'actions d'intérêt général** (en lien avec le Conseil Régional), pour les acteurs volontaires de la filière, sans appel à contribution financière
- **des « actions à la carte »** : le partenaire achète une ou plusieurs actions proposées à la carte dans le plan d'actions annuel de BFC Tourisme



# LA PARTICIPATION À UNE FILIÈRE

## EN SYNTHÈSE

### Participer à la vie de réseau

- . être associé à l'élaboration du plan d'actions de la filière et au bilan de sa mise en œuvre
- . participer aux ateliers consacrés à la filière et recevoir les livrables

### Bénéficier des datas

- . accéder aux études réalisées par le pôle Observation et Ingénierie de BFC Tourisme en lien avec la filière
- . être destinataire des tableaux de bord d'analyse et d'évaluation (KPI's) de la filière

### Se professionnaliser

- . participer à des formations (en présentiel ou en visio) dédiées à une problématique de la filière

### Bénéficiaire (via l'adhésion globale au collectif ou l'achat d'une action à la carte, selon modèle partenarial de la filière) d'une visibilité "+" en termes de promotion et communication

- . être visible dans les rubriques relatives à la filière sur les sites web de BFC Tourisme
- . participer à une ou plusieurs actions dédiées à la filière

## TARIFS



### COLLECTIF PATRIMOINE

#### Cotisations des socio-pros :

de **300 €** (site de moins de 2 000 visiteurs)  
à **5 000 € TTC** (bien UNESCO).

### COLLECTIF TOURISME D'AFFAIRES

#### Cotisations des socio-pros :

de **300 €** (prestataire team-building) à **850 € TTC**  
(Palais des Congrès ou Parc des Expositions)

#### Cotisations des institutionnels :

**2 000 €** pour un OT et **2 500 € TTC** pour une ADT

### Nota bene

L'adhésion des socio-pros aux collectifs Patrimoine et/ou Tourisme d'Affaires comprend l'adhésion premium.

Pas d'adhésion requise pour les filières Itinérance et Oenotourisme.

# À RETENIR

## EN SYNTHÈSE

	Adhésion Premium	Adhésion aux collectifs de destination (La Bourgogne ou Montagnes du Jura ou Vosges du Sud)	Adhésion aux collectifs filières		* Actions à la carte
			Patrimoine	Tourisme d'Affaires	
Les socio-professionnels	200 €	NON	À partir de 300 €	À partir de 300 €	OUI
Les groupements	NON	2 000 €	NON	NON	OUI
Les Offices de Tourisme	NON	Tarif en fonction de l'indice de touristicité	NON	2 000 €	OUI

Tous les tarifs indiqués comprennent l'adhésion à BFC Tourisme de 100 € et sont en TTC

### RAPPEL

L'adhésion à BFC Tourisme est un prérequis pour bénéficier des adhésions Premium / Destinations / Patrimoine et Tourisme d'Affaires et des actions à la carte.

### \* Actions à la carte

- Des tarifs préférentiels sont accordés aux adhérents Premium, Destinations, Patrimoine et Tourisme d'Affaires

### Remarque

- Les filières Oenotourisme et Itinérance ne font plus l'objet d'un collectif ; seules des actions à la carte seront proposées.

# 04 LE PLAN D' ACTIONS 2025

# EN 2025

---

**Le plan d'actions 2025** proposé sera ajusté et actualisé tout au long de l'année, nous mettons à jour régulièrement les actions conduites en fonction des partenariats et des enveloppes budgétaires disponibles.

Le programme d'actions à la carte est disponible dans le plan d'actions 2025 accessible sur le site professionnel de BFC Tourisme [pros.bourgognefranchecomte.com](https://pros.bourgognefranchecomte.com)



# LE PLAN D'ACTION 2025

## CONCERNENT LES TYPOLOGIES D'ACTION SUIVANTES :

La communication auprès du grand public

La promotion BtoB

Les relations presse

Décibelles Data

La Fabrique à Sites

La médiathèque

Le Bureau d'Accueil des Tournages

Observation

Développement

Ingénierie

Destination d'Excellence (Qualité Tourisme)

### Deux types d'actions sont présentées dans le plan d'actions 2025 :

Les actions qui sont portées par BFC Tourisme dans le cadre de sa mission de droit et à travers les marques de destination et les filières thématiques.

Les actions à la carte auxquelles les acteurs du tourisme de la région sont invités à s'inscrire.

# SUIVEZ-NOUS SUR NOS RÉSEAUX SOCIAUX

LinkedIn : @Bourgogne-Franche-Comté Tourisme 360°

Facebook : @BFC Tourisme 360°

YouTube : @bfctourisme 360



et sur notre site professionnel  
[pros.bourgognefranchecomte.com](http://pros.bourgognefranchecomte.com)

Avec le soutien financier du Conseil régional  
de Bourgogne-Franche-Comté

RÉGION  
BOURGOGNE  
FRANCHE  
COMTÉ