BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ TOURISME

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

BFC TOURISME, c'est quoi ?

NOTRE ORGANISATION

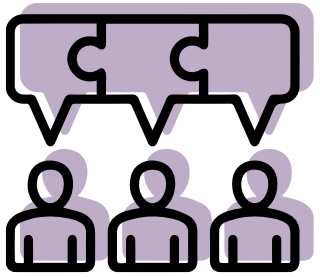
Une association loi 1901, créée en 2016 lors de la fusion des Régions.

5 métiers

- Observer
- Piloter
- Structurer
- Marketer
- Promouvoir

37 CDI

+ 1 CDD
+ 5 alternants



2 sites

- Besançon
- Dijon

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

NOS MISSIONS

NOS ENGAGEMENTS

- **Animer, faciliter, stimuler le tourisme régional** en cohérence avec le Schéma Régional de Développement du Tourisme et des Loisirs (SRDTL)
- **Proposer des diagnostics** et des accompagnements sur mesure
- **Mettre à disposition des données essentielles** et vérifiées
- **Valoriser tous les territoires touristiques** dans les stratégies de promotion et de communication
- **Être réactifs** et disponibles

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

Démarche de collaboration

Pour co-financer et co-construire le plan d'actions à nos côtés

LA CO-CONSTRUCTION

BFC Tourisme propose aux acteurs touristiques locaux de partager sa stratégie 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 le réseau**
6. **Faire du tourisme durable, le fil rouge de l'action régionale**

300 partenaires collaborent chaque année avec BFC Tourisme : Départements, ADTs/ CDTs, EPCIs, Offices de Tourisme, sites touristiques, prestataires d'activités, hébergeurs, restaurateurs et lieux de séminaires …

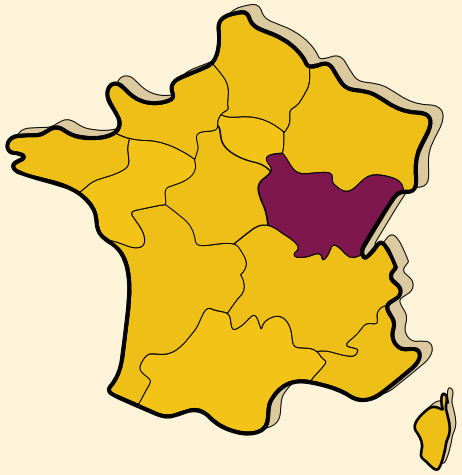
BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

CARTE D'IDENTITÉ **DE LA RÉGION**

Rang = Position de la région /13 régions

LE TERRITOIRE

8 départements



9 % du territoire national

5

4,4 % de la population française métropolitaine

11

Densité de **69 habitants/km²**

12

PIB/habitant

27 026 €

11

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

L'OFFRE
RICHE ET VARIÉE

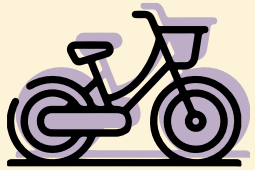
4 **parcs naturels régionaux** : Morvan, Haut-Jura, Ballons des Vosges, Doubs horloger

1 **parc national** : Parc national de forêts

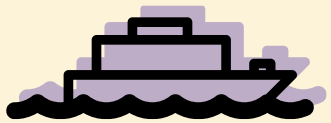
8 biens inscrits sur la liste du **Patrimoine mondial de l'UNESCO**

3 694 biens protégés au titre des Monuments historiques

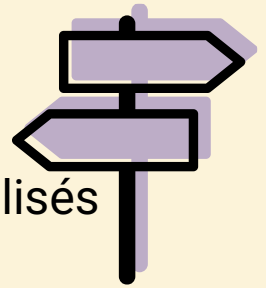
1 350 km de véloroutes et voies vertes



1 330 km de voies d'eau navigables

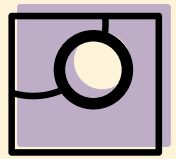


11 722km d'itinéraires pédestres balisés et entretenus par la FF Randonnée (dont 10 GR)

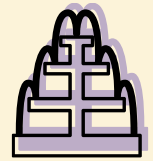


2 **stations de ski**

42 **stations vertes**



6 **stations thermales**



BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

LES CHIFFRES CLÉS
DU TOURISME BFC 2022

L' OFFRE

814 500 lits dont **26 %** de lits marchands et **74 %** de lits non marchands

LA FRÉQUENTATION

73,3 millions de nuitées totales dont **62 %** de nuitées françaises et **38 %** de nuitées étrangères

(Source Orange / FVT- 2022)

Les retombées économiques

4,6 milliards € de consommation touristique
(Source : INSEE – 2014)

39 900 emplois salariés liés au tourisme et en amont
(Source : INSEE – 2019)

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

1 RÉGION TOURISTIQUE
DANS UN MARCHÉ TRÈS CONCURRENTIEL

- **11e** région française pour sa capacité d'accueil

- **3,2 % du parc national d'hébergements marchands**

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

UNE STRATÉGIE DE CONQUÊTE

Pour développer la fréquentation touristique

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

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

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

STRATÉGIE
DE CONQUÊTE

Hors Région :

Toutes nos actions de communication auprès du grand public se font par nos 3 MARQUES DE DESTINATIONS TOURISTIQUES :

LA BOURGOGNE

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

MASSIF DES VOSGES
MONTAGNE BUISSONNIÈRE

En Région :

Le nom administratif de la Région est utilisé pour les actions de proximité auprès des habitants de la Région.

sortez chez vous
en Bourgogne-Franche-Comté

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

CHAQUE **DESTINATION A**

LA BOURGOGNE

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

MASSIF DES VOSGES
MONTAGNE BUISSONNIÈRE

1 STRATÉGIE SPÉCIFIQUE

1 BUDGET DÉDIÉ

1 POSITIONNEMENT PROPRE

1 MESSAGE PUBLICITAIRE ET UNE CHARTE GRAPHIQUE ADAPTÉS

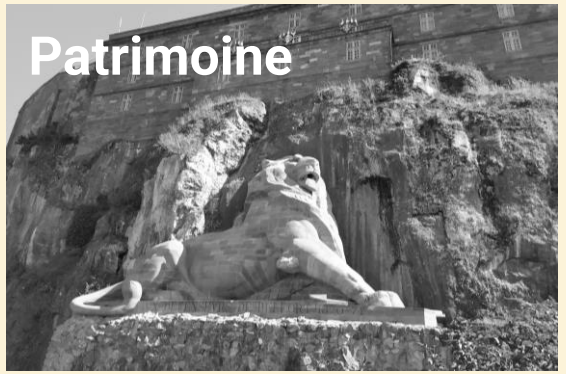
1 PERSONA

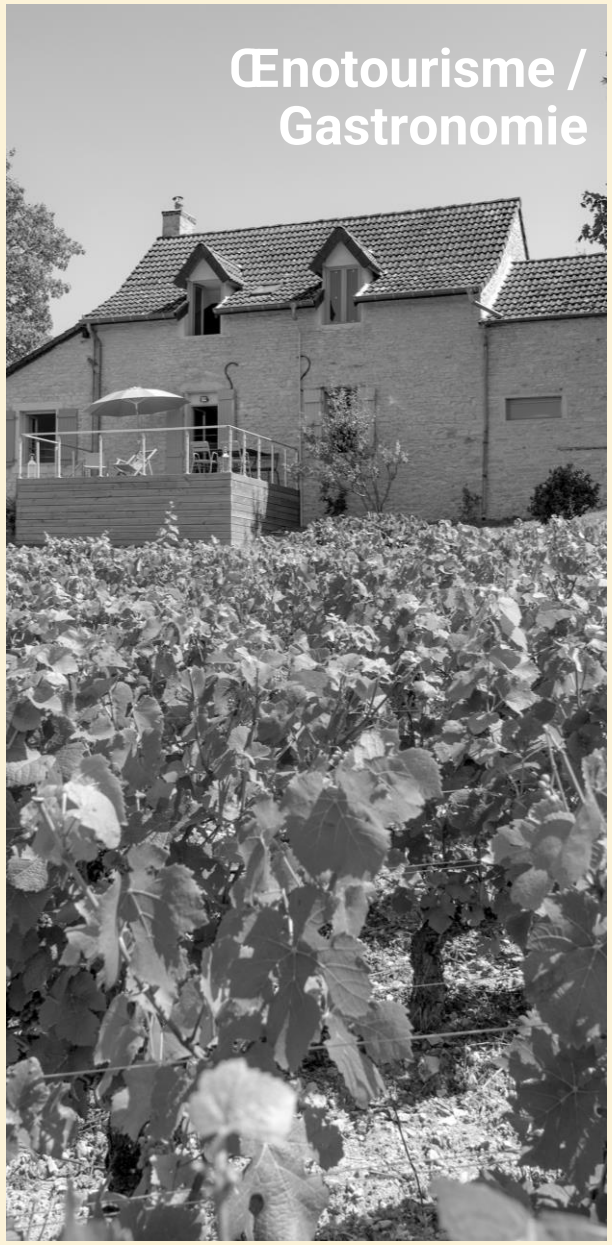
(CIBLES AFFINITAIRES)

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

4 filières **PRIORITAIRES**

Pour nourrir nos stratégies de communication et pousser des offres adaptées aux attentes des consommateurs touristiques **généralistes et affinitaires.**





4 filières thématiques

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

LA STRATÉGIE DE CONQUÊTE

HORS REGION

Pour développer la fréquentation touristique

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

DESTINATION
LA BOURGOGNE

LA BOURGOGNE

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

LA BOURGOGNE

- 1 marque de destination pilotée par Bourgogne-Franche-Comté Tourisme
- 1 stratégie partagée et cofinancée par les **4 départements Côte-d'Or, Nièvre, Saône-et-Loire et Yonne**
- **1 contrat de destination Atout France, Une marque monde**

La Bourgogne pèse pour près des 2/3 de l'activité touristique régionale *

* Offre en hébergements, emplois et consommation touristique à l'échelle de la région BFC

LES ENJEUX
DE LA DESTINATION

Assurer le portage de la marque par l'ensemble des socio-pros de la destination

Rajeunir autant la clientèle que l'image de la destination

Installer La Bourgogne comme la destination de référence à l'automne

Incarner le positionnement

« reconnexion-intense »

toute l'année

Contribuer à engendrer des retombées économiques touristiques sur l'ensemble de la destination Bourgogne

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

LA BOURGOGNE

LE POSITIONNEMENT
LA RECONNEXION INTENSE

Venir en Bourgogne, c'est :

- Découvrir une terre de traditions, d'histoire et d'innovation, une terre productive et nourricière
- Plonger dans un univers singulier, sans luxe ni fioriture, sans chichi, ni flonflon…: Un grand classicisme qui s'impose comme toile de fond
- Visiter une petite destination touristique à l'échelle des régions françaises mais qui regorge d'un patrimoine bâti et historique très riche et de produits nobles et de qualité…
- Venir se reconnecter à la nature, à ses sens, à ses émotions, s'y ressourcer, prendre soin de ses proches : renforcer les « liens intimes »

Voir, découvrir, déambuler, visiter, naviguer, déguster,…

C'est vivre autant d'expériences qui génèrent une intensité dans la reconnexion à ses proches.

LE PERSONA
LE CLASSIQUE NATUREL

État d'esprit & attitudes

- Ils sont engagés dans leur travail qui leur prend trop de temps
- Ils sont attentifs à la qualité de leur nourriture (achat de produits bio, font les marchés) mais ne sont pas consom'acteurs
- Ils veulent conserver les traditions familiales. Ils aiment les réunions de famille
- Ils aiment prendre du temps avec leurs amis
- Ils apprécient les belles choses. Ils sont sensibles aux objets, aux intérieurs « chics et élégants »
- Ils font attention à l'élégance de leur apparence

Habitudes / Activités / Passions

- Ils aiment pratiquer des activités Sportives régulièrement dans un cadre naturel : vélo, footing, randonnée,...
- Ils aiment découvrir de nouvelles activités sportive de pleine nature
- Ils s'intéressent à l'histoire et visitent le patrimoine

Comportement touristique

- Ils aiment les hébergements confortables, dans un environnement calme
- Ils évitent les endroits où il y a de la foule – location maison
- Ils visitent quelques musées – des sites patrimoniaux.
- Et se renseignent par prescription (recommandations, influenceurs), magazines et réseaux sociaux

Empty nester

Entre amis

En couple

En famille

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

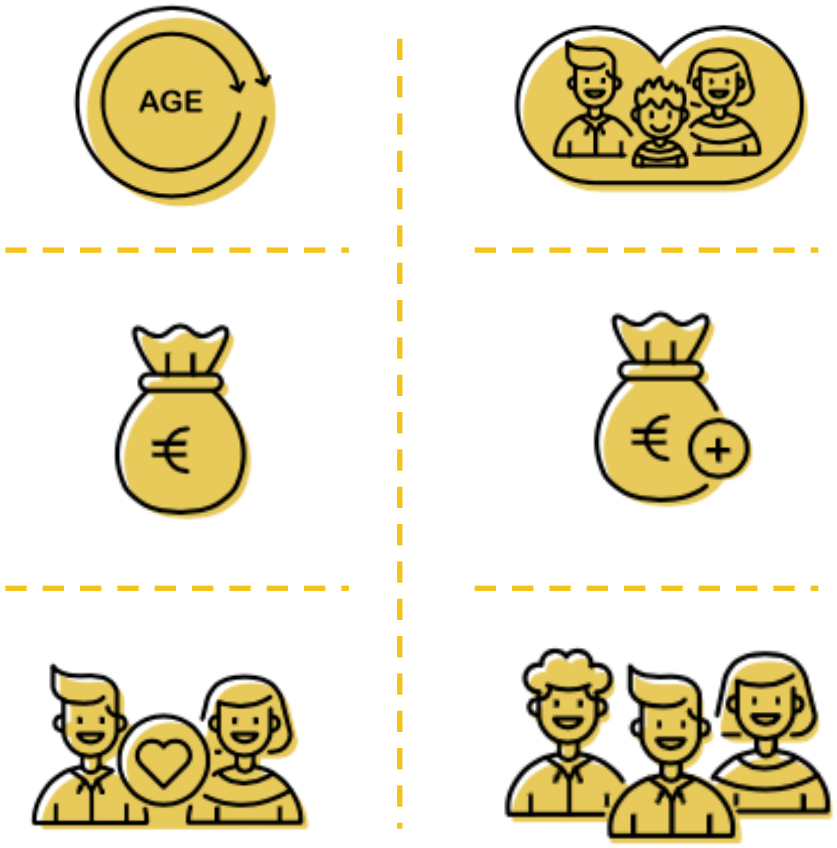
LA BOURGOGNE

LES CIBLES

LE « CLASSIQUE NATUREL »

4 déclinaisons

- **Segment 1** : 35-50 ans / en famille / revenus moyens + & aisés
- **Segment 2** : 25-40 ans / en couple / revenus moyens + & aisés
- **Segment 3** : 50-65 ans / en couple / revenus aisés
- **Segment 4** : 25-40 ans / en couple et entre amis / revenus aisés

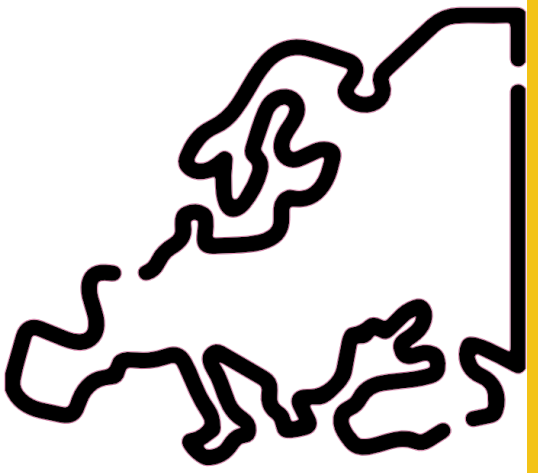


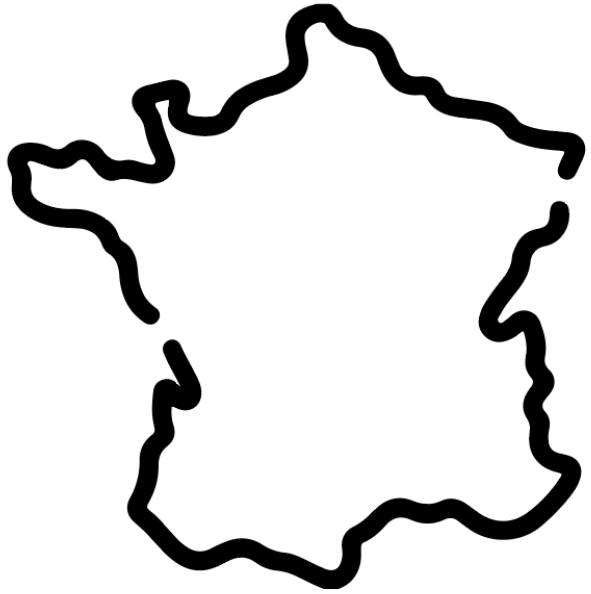
LES MARCHÉS **PRIORITAIRES**

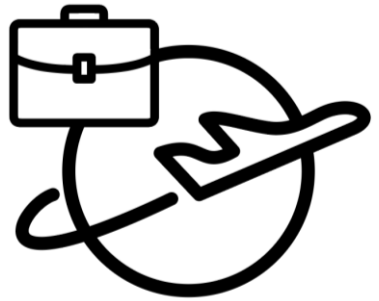
En France : Grand Paris, bassin lyonnais, Grenoble et les métropoles du Grand Est (Strasbourg, Metz, Nancy)

En Europe : Allemagne, Belgique, Pays-Bas, Suisse – Grande-Bretagne

Marchés lointains : En partenariat avec Atout France et les autres régions françaises en fonction des opportunités conjoncturelles (Chine, Japon, Etats-Unis, Brésil)







PRÉSENCE **DIGITALE**

1 site internet :

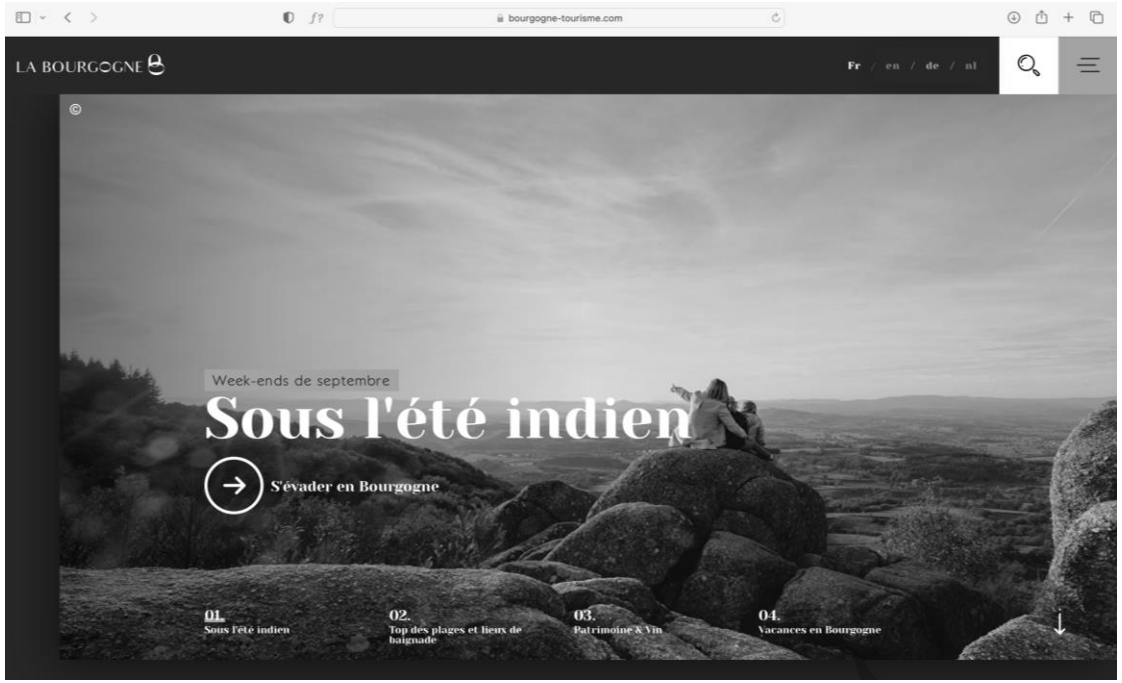
bourgogne-tourisme.com

Sur les réseaux sociaux :

Facebook : @bourgogne.tourisme

Instagram : @MyBourgogne

YouTube : @CRTBourgogne



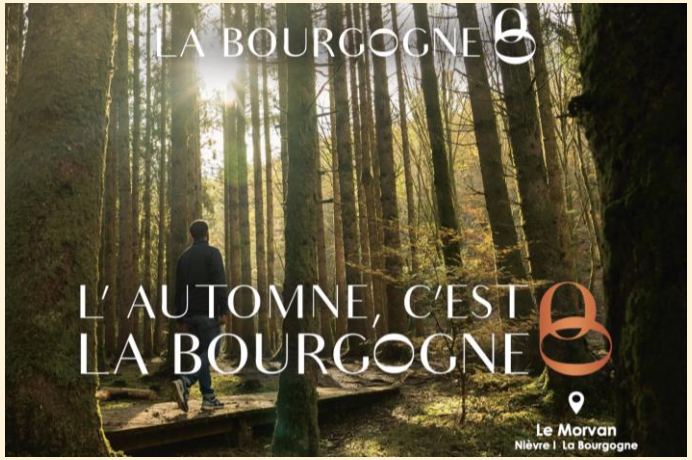
Le site web est disponible en 4 langues

(FR-GB-DE-NL)

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

LA BOURGOGNE

LA BOURGOGNE



BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

DESTINATION
MONTAGNES DU JURA

Montagnes du Jura

TOUT UN MONDE DEHORS

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

MONTAGNES DU JURA

- 1 marque de destination pilotée par Bourgogne-Franche-Comté Tourisme
- 1 marque transrégionale **BFC/AURA**
- 1 stratégie partagée et cofinancée par les 3 départements : **Ain – Doubs - Jura**
- 1 contrat de destination avec Atout France , 1 marque **Europe**
- Un partenariat avec France Montagnes

LES ENJEUX
DE LA DESTINATION

Développer l'offre « toute l'année »

4 saisons

continuer à développer l'image de la destination

Intégrer dans l'offre les actifs d'entrée de la destination

(Dole-Besançon-Bourg-en-Bresse)

Fluidifier la mise sur le marché des offres touristiques et intensifier à l'international

Développer les outils de pilotage et de suivi de l'activité touristique au sein de la destination

Assurer la dynamique collective de l'ensemble des acteurs de la destination

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

LE POSITIONNEMENT

Il doit inclure l'ensemble des facettes de son identité : la dimension active et sportive, patrimoniale et culturelle, gastronomique et pastoralisme, montagnarde et urbaine, paysagère et urbanistique… en valorisant la dimension « ensemble ».

Montagnes du Jura est un territoire de connexion et de déambulation : un territoire d'exploration.

Le positionnement des Montagnes du Jura est sa définition du « voyage » ou du séjour : l'exploration.

Ce positionnement permet de conserver la signature « Tout un monde dehors ! » qui exprime bien cette idée de petites et grandes explorations que les visiteurs vont pouvoir découvrir dans la destination.

Ensemble, faisons de petites et grandes explorations

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

LE PERSONA

ESPRIT EXPLORATION EN COUPLE ET EN FAMILLE

Etat d'esprit & attitudes

- recherche à rencontrer des acteurs locaux
- ne recherche pas l'innovation technologique, voire la rejette
- refuse le consumérisme

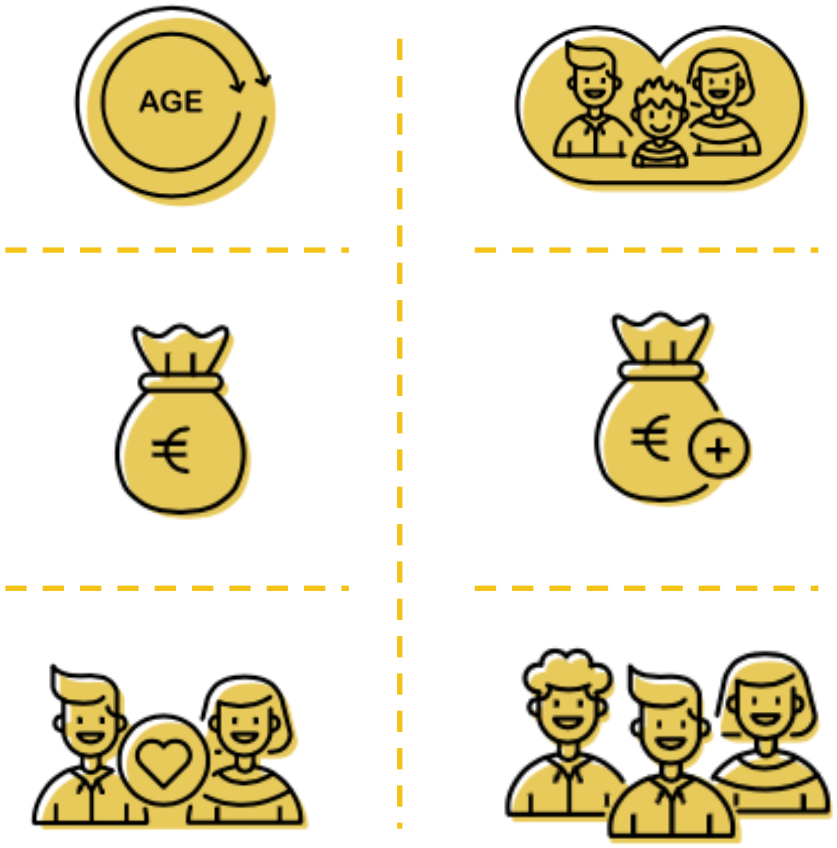
- est très sensible à l'environnement : les beaux paysages, les grands espaces
- veut des choses simples et authentiques
- est attentif au « made in France » et aux labels qualité (AOC, IGP,…)

LES CIBLES

ESPRIT EXPLORATION EN COUPLE ET EN FAMILLE

4 déclinaisons

- **Segment 1** : 25-35 ans / en couple / revenus moyens et moyens +
- **Segment 2** : 35-50 ans / en famille / revenus moyens et moyens +
- **Segment 3** : 35-50 ans / en couple et entre amis / revenus moyens et moyens +
- **Segment 4** : 60-70 ans / en couple et parfois entre amis / revenus aisés



BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

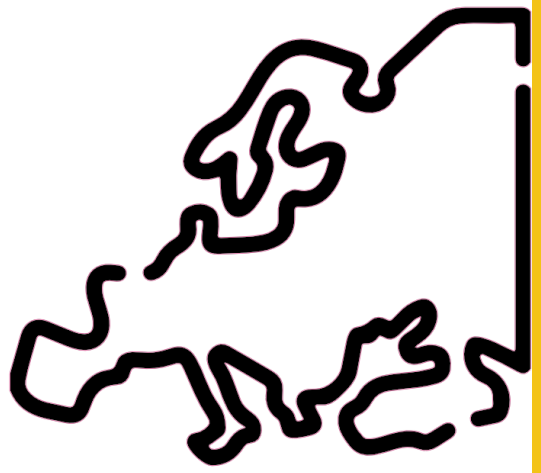
Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

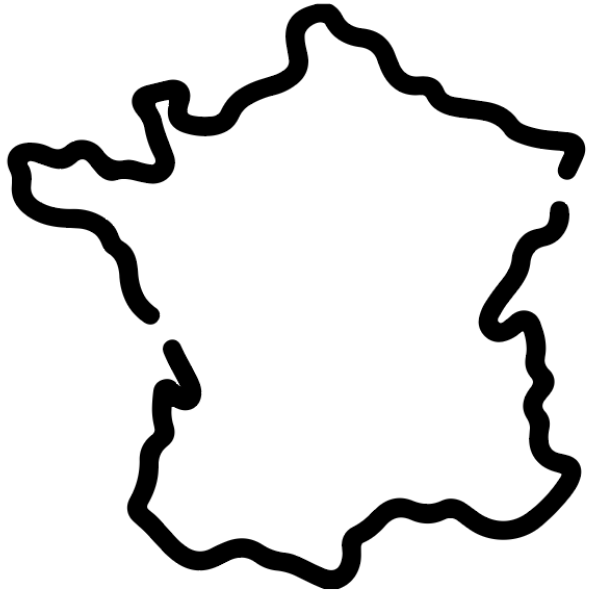
Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

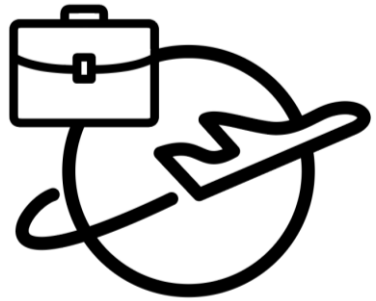
LES MARCHÉS PRIORITAIRES

En France : Grand Paris, les Hauts de France et Grand-Est

En Europe : l'Allemagne, la Belgique, les Pays-Bas, la Suisse alémanique







BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

PRÉSENCE **DIGITALE**

1 site internet :

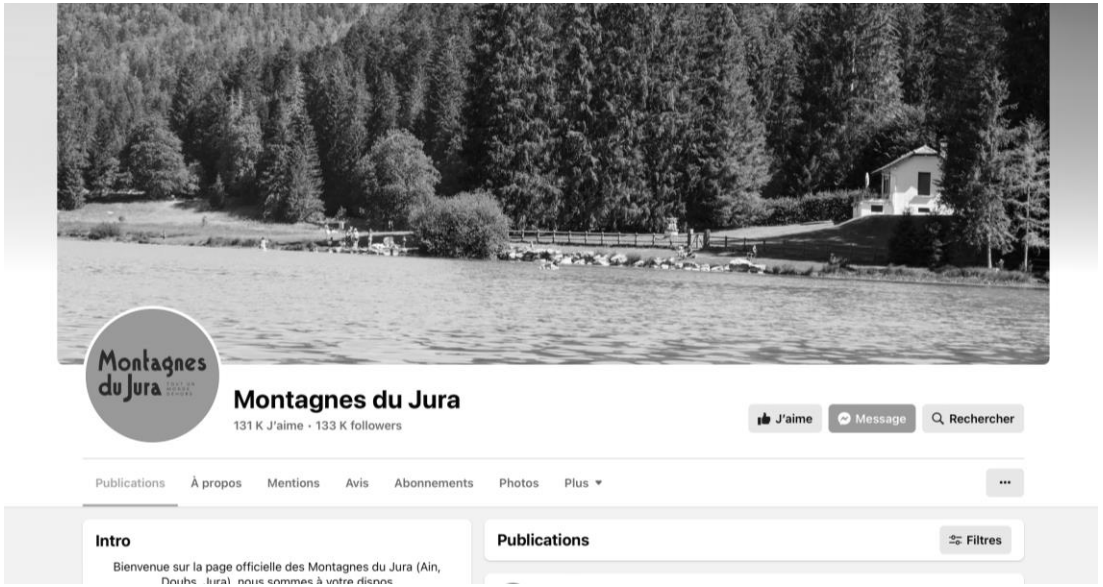
www.montagnes-du-jura.fr

Sur les réseaux sociaux :

Facebook : @montagnedujura

Instagram : @montagnes-du-jura

LinkedIn : @montagnes-du-jura



Le site web est disponible en 4 langues

(FR-GB-DE-NL)

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

Montagnes du Jura

TOUT UN MONDE DEHORS

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

DESTINATION
MASSIF DES VOSGES

MASSIF DES VOSGES
MONTAGNE BUISSONNIERE

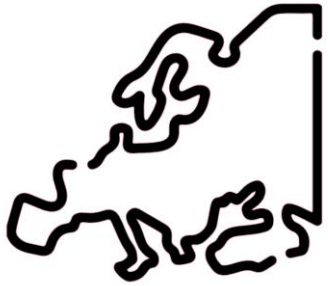
BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

MASSIF DES VOSGES
MONTAGNE BUISSONNIERE

MASSIF
DES VOSGES

- 1 marque pilotée par la région Grand Est
- 1 marque transrégionale : Grand Est / BFC
- 1 contrat de destination avec Atout France, 1 marque **Europe**

ATOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France



BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

ESCAPADES
EN VOSGES DU SUD

Notre déclinaison en région pour des actions de communication complémentaires sur les marchés de proximité, pilotées par BFC Tourisme.

ESCAPADES EN
VOSGES DU SUD

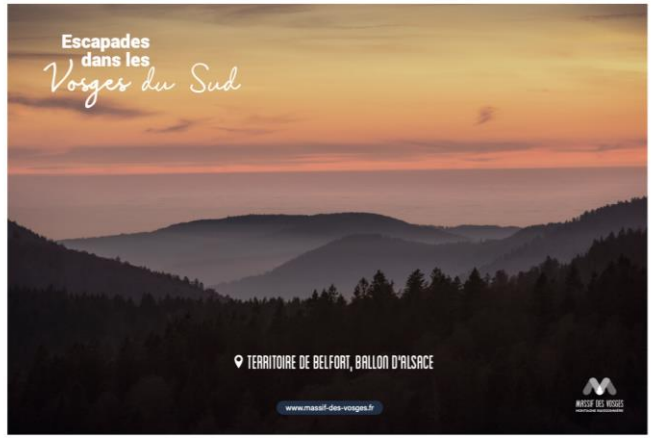
Un plan d'action partagé et cofinancé avec les Départements de la Haute-Saône et le Territoire de Belfort

- Nos actions de communication Vosges du Sud s'inscrivent totalement en déclinaison de la marque supra Massif des Vosges
- Un positionnement sur le tourisme de proximité
- Les marchés de proximité prioritaires :
  - Ile de France
  - Hauts de France
  - Allemagne

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

ESCAPADES EN
VOSGES DU SUD

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ
TOURISME



VALLÉE DE LA GASTRONOMIE

FRANCE

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

1 CONTRAT DE DESTINATION THÉMATIQUE

- **La Vallée de la Gastronomie**

Contrat transrégional avec :

2 régions : AURA et BFC

1 département : Bouches du Rhône

piloté par AURA

LA STRATÉGIE DE CONQUÊTE

EN REGION

Pour développer le tourisme de proximité ou interrégional

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

1 SIGNATURE :
SORTEZ CHEZ VOUS

Pour communiquer exclusivement en région auprès des habitants

« SORTEZ CHEZ VOUS EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ »

Objectif : faire voyage l'habitant dans sa propre région

Un dispositif original REFLEXE pour l'habitant : l'inspirer dès qu'il voudra bouger, sortir, se dépayser

2 axes :

- **proposer une offre touristique large et accessible (filières d'excellence, mobilité, Pass Découverte …)**

- **développer le sentiment d'appartenance et de fierté**

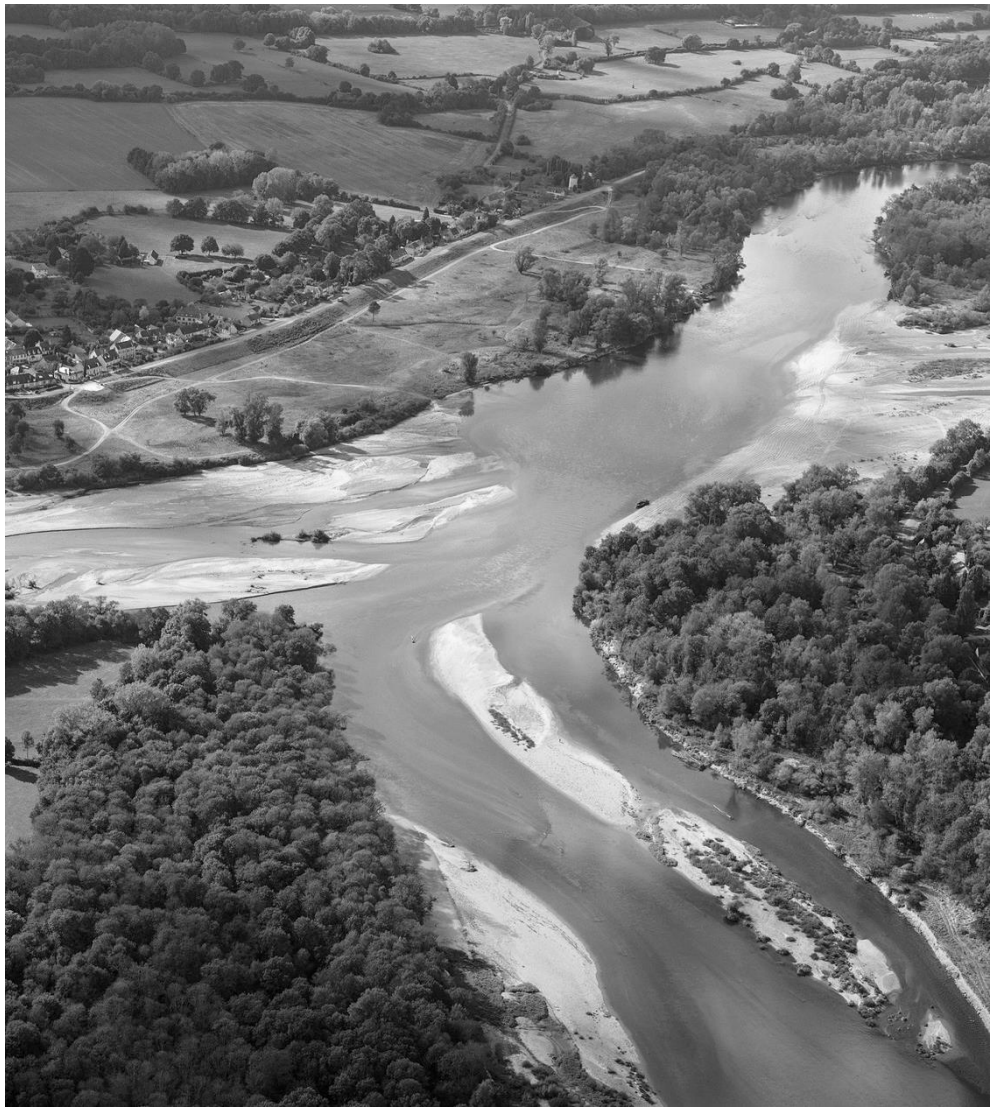
POIDS TOURISTIQUE
DES HABITANTS

2,8 millions d'habitants :
un réservoir de clientèles à mobiliser

Les habitants représentent près de

29 % des séjours des Français dans la région,

soit près **de 14 millions de nuitées touristiques**



PRÉSENCE **DIGITALE**

1 site internet :

bourgognefranchecomte.com

Sur les réseaux sociaux :

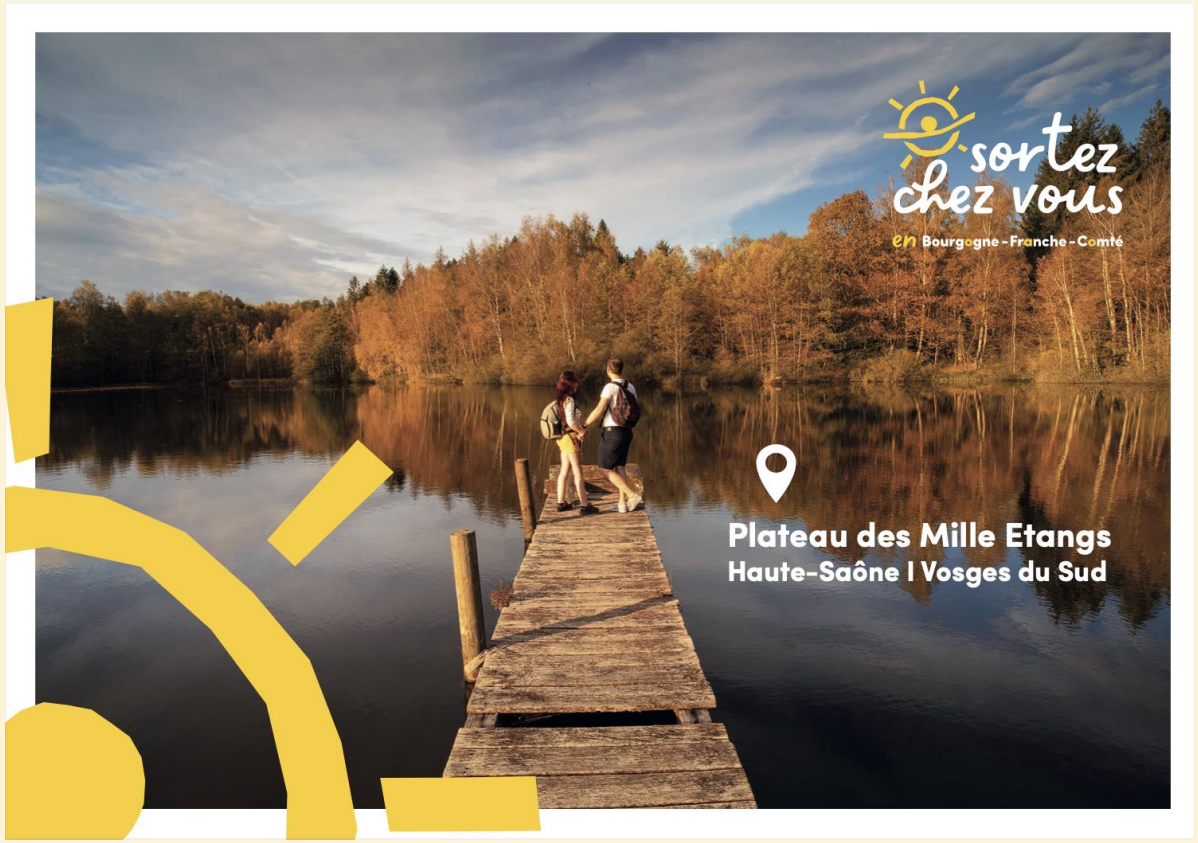
Facebook : @bourgognefranchecomte.tourisme

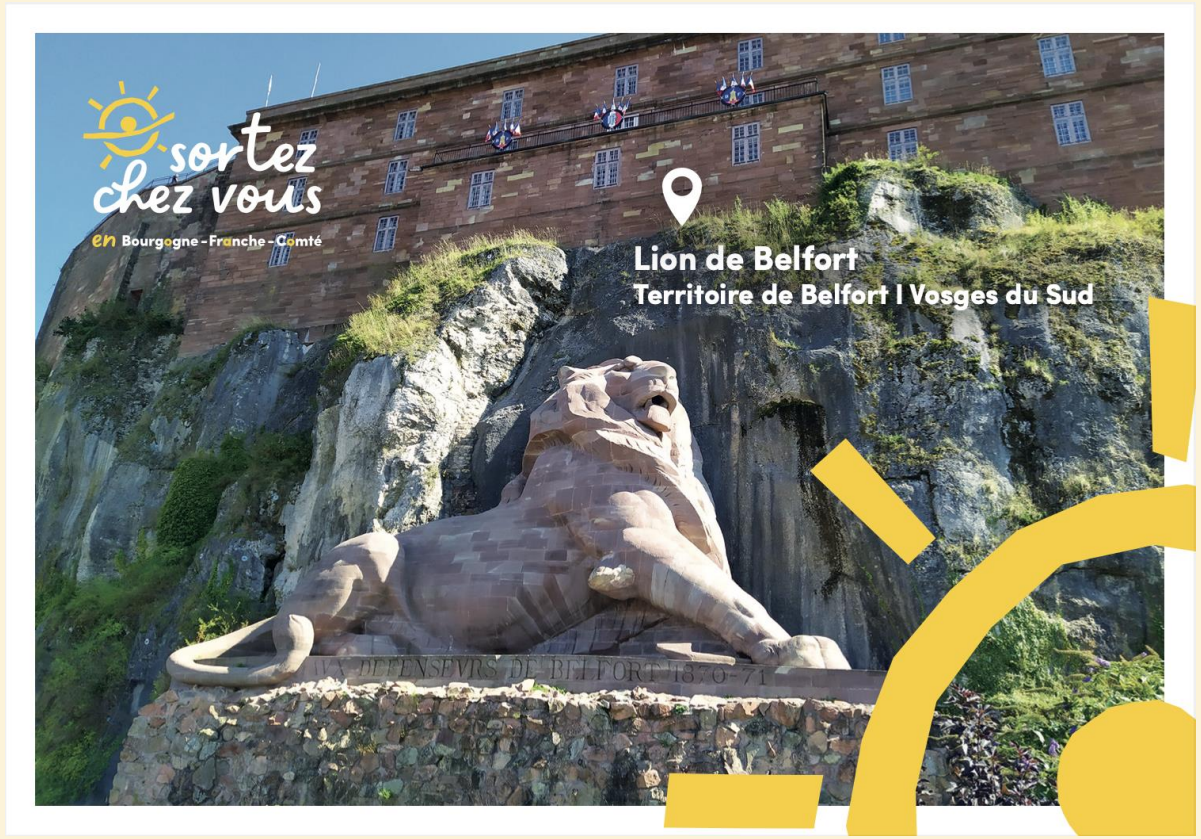
Instagram : @ bourgognefranchecomte_tourisme

YouTube : @BFC_Tourisme

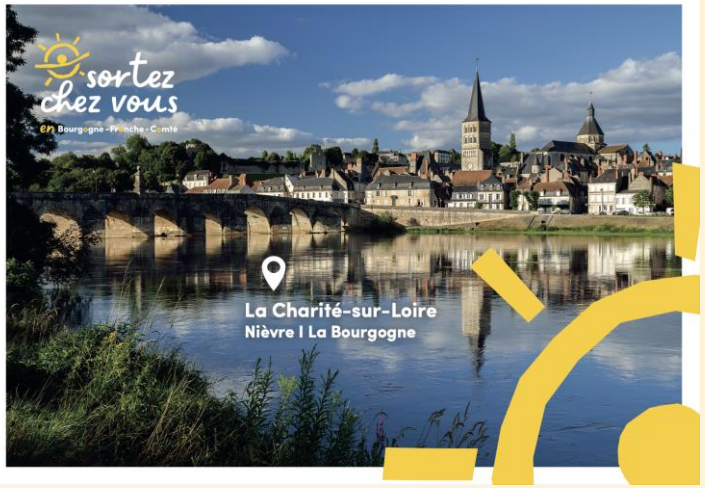
BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

sortez chez vous en Bourgogne-Franche-Comté





sortez chez vous
en Bourgogne-Franche-Comté



BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ
TOURISME

LE DÉVELOPPEMENT

Pour accompagner la professionnalisation des opérateurs touristiques de la région

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

LE DEVELOPPEMENT

NOS MISSIONS

L'OBSERVATION

1 observatoire régional

Partenariat F.T.O.

L'INGÉNIERIE

La Délégation Atout France

Accompagnement des prestataires et des territoires et labellisation

Partenariat F.T.I.

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

EN SYNTHESE :

Ce qu'il faut retenir

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

Ce qu'il faut retenir

EN SYNTHÈSE

1 REGION ADMINISTRATIVE : Bourgogne-Franche-Comté

3 DESTINATIONS TOURISTIQUES :

LA BOURGOGNE — Montagnes du Jura, TOUT UN MONDE DEHORS — MASSIF DES VOSGES, MONTAGNE BUISSONNIERE

4 FILIÈRES THEMATIQUES :

- Tourisme
- Patrimoine
- Itinérance
- Œnotourisme et Gastronomie

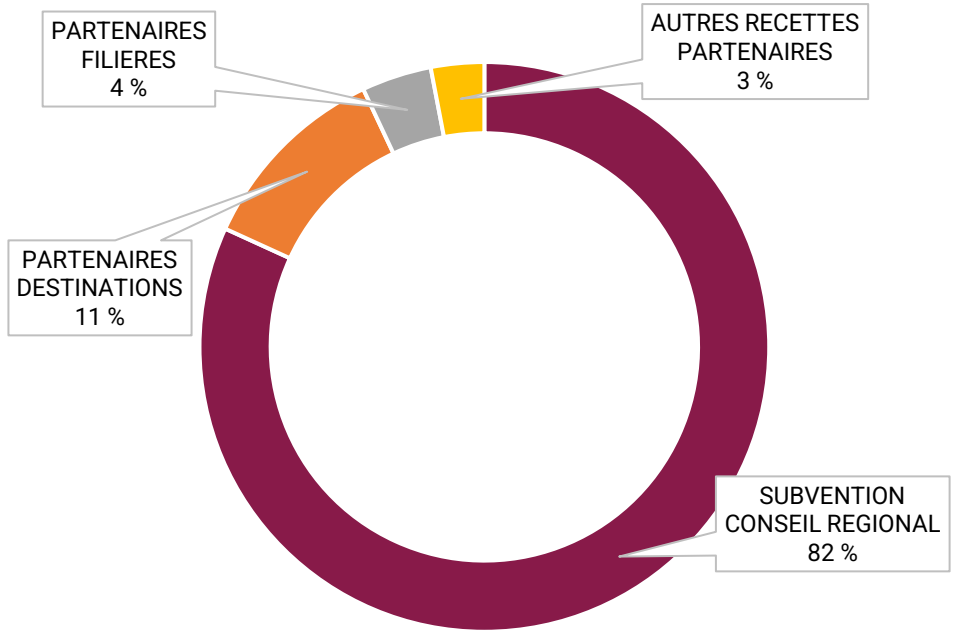
1 SIGNATURE A DESTINATION DES HABITANTS DE LA REGION :
« Sortez chez vous en Bourgogne-Franche-Comté »

… pour des actions de conquête et de conversion via des campagnes dédiées de marques de destinations ou de filières thématiques.

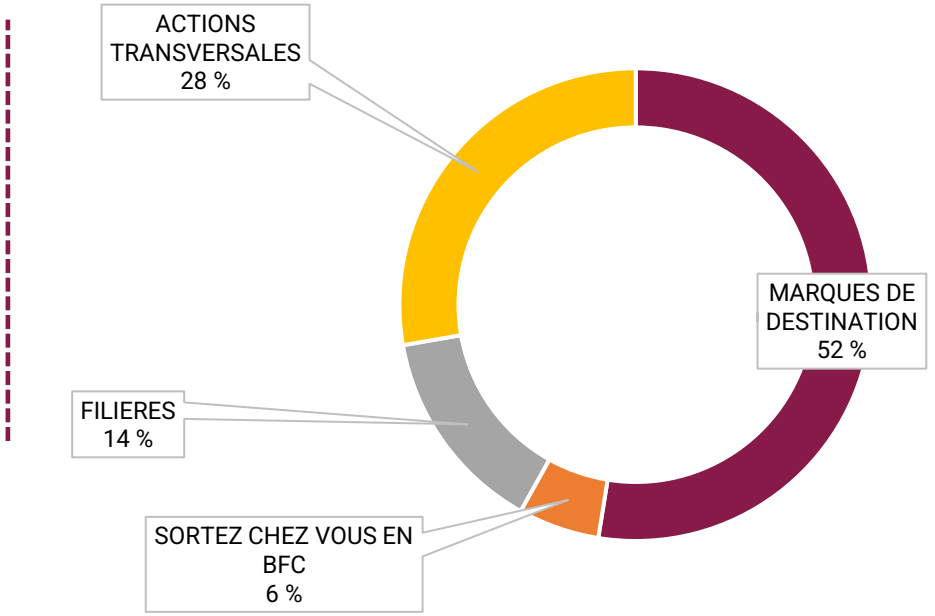
BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

NOS MOYENS D'ACTION

NOS RECETTES



RÉPARTITION DES ACTIONS (HORS FRAIS DE PERSONNEL ET DE FONCTIONNEMENT)



BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

DES OUTILS COLLABORATIFS
POUR GARDER LE LIEN

6 outils structurants :

- 1 site pro : pros.bourgognefranchecomte.com
- 1 newsletter professionnelle pour tenir informés les professionnels
- 1 « écosystème digital » au service des acteurs du tourisme, « 1 fabrique à sites et 1 entrepôt éditorial »
- 1 banque d'images à disposition des professionnels et des partenaires
- 1 base de données touristique régionale
- 1 observatoire régional du tourisme

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

VOS CONTACTS

Sophie OLLIER-DAUMAS
Directrice générale

Émilie ROLANDEZ
Directrice adjointe
en charge du pôle Destinations et Marchés

Yann BELLET
Directeur adjoint
en charge du pôle Filières, Observation et Ingénierie

Emmanuelle HÉZARD
Directrice de la promotion commerciale et de la presse

BOURGOGNE FRANCHE COMTÉ TOURISME

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

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

RÉGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ