

DÉCIBELLES DATA

De nouvelles diffusions d'informations ont été mises à jour :

- La borne de l'OT de Chablis-Tonnerrois, installée sur le site de l'Abbaye de Pontigny et inaugurée le 17 juillet, propose désormais les données sous forme de carte touristique. Ces informations sont [également disponible en ligne](#)
- À la demande de l'OT de Sens, une convention a été signée avec la Communauté de Communes Yonne Nord pour la diffusion des informations sur leur site internet.
- Une convention a été conclue avec la SAS UNIVERSYDE afin de valoriser les fêtes et manifestations via **l'application mobile gratuite VIVOP**, plateforme collaborative de partage de bons plans et d'expériences.
- Les passerelles permettant la récupération des itinéraires saisis dans les Geotrek des départements du Jura et du Doubs ont été activées fin septembre évitant ainsi une double saisie dans Décibelles Data.

FABRIQUE À SITES

Nouveauté sur le mode de développement du projet.

En collaboration avec l'agence Thuria, nous avons mis en place une plateforme de développement collaborative permettant de synchroniser les travaux réalisés par BFC Tourisme et Thuria.

Jusqu'alors, certains développements - notamment sur des bugs mineurs - ne pouvaient pas être pris en charge directement par BFC Tourisme et nécessitaient l'intervention de Thuria, entraînant des délais supplémentaires. Avec ce nouvel outil, nous visons :

- une meilleure répartition des travaux entre BFC Tourisme et Thuria,
- une plus grande réactivité
- une réduction significative des délais et du nombre de dysfonctionnements liés aux évolutions de la Fabrique à Sites.

Présentation du projet Fabrique à sites à l'OT de Bourbon-Lancy afin de leur faire découvrir toutes les possibilités offertes par la solution et les avantages de l'adhésion.

Prochaine évolution : la refonte des listings Agenda.

Plus simples, plus rapides et plus pratiques pour les utilisateurs, ces nouveaux listings seront disponibles prochainement !

VIE DE LA STRUCTURE

Les webinaires « Les Instantanés de BFC Tourisme » continuent

Le 21 octobre : bilan de la saison estivale 2025 et perspectives pour l'arrière-saison

Le 28 octobre : boostez votre visibilité grâce aux marques de destination La Bourgogne et Montagnes du Jura

Le 13 novembre : Les Routes Gourmandes en BFC

Le 8 décembre : présentation du plan d'actions 2026

Découvrez le programme en détail [sur notre site professionnel](#)

VIE STATUTAIRE

Le Conseil régional a nommé **Nabia HAKKAR BOYER** au poste de 2e Vice-Présidente en charge du Tourisme, de l'Évaluation des politiques publiques, de la Déontologie et de l'Éthique.

Le 2 décembre : Conseil d'Administration BFC Tourisme

NOS PROCHAINS RENDEZ-VOUS

Les 1^{er} et 2 octobre : participation de BFC Tourisme au congrès d'ADN Tourisme

Le 7 octobre : CODIR de BFC Tourisme

Le 8 octobre : participation de BFC Tourisme au congrès des Stations Vertes

Le 9 octobre : participation de BFC Tourisme au CA du GPPR

Le 9 octobre : comité opérationnel MDJ

Le 13 octobre : réunion entre le CSE de BFC Tourisme et la direction

Le 16 octobre : rendez-vous avec la PQR à l'occasion du workshop Allemagne

Les 16 et 17 octobre : workshop Allemagne à Dijon

Du 17 au 19 octobre : Vignobles en Scène en BFC

Le 20 octobre : CODIR Promotion / Presse de BFC Tourisme

Le 21 octobre : CODIR digital de BFC Tourisme

Les 27 et 28 octobre : participation de BFC Tourisme au séminaire des directeurs de CRT



À DESTINATION DES HABITANTS

AGENDA

- **Le 1^{er} octobre** : intervention lors du congrès ADN Tourisme lors de l'atelier « **L'habitant, premier client, premier ambassadeur** » / présentation des actions portées de la signature Sortez Chez Vous en BFC
- **Le 30 octobre** : rendez-vous avec France 3 pour discuter de futurs partenariats

COMMUNICATION ONLINE & RESEAUX SOCIAUX

DU CÔTÉ DES NEWSLETTERS (base de 30 000 abonnés) : en octobre seront mis en avant :

- Vignobles en Scène – avec nos hébergements coups de coeur chez les vignerons de la région.
- Bon plan pour l'hiver : le Pass Nordique MDJ à prix réduit pour préparer la saison froide.
- Relais du questionnaire de l'Observatoire de BFC Tourisme
Objectif : recueillir des données essentielles sur les habitudes touristiques des habitants de notre territoire.

DU CÔTÉ DES RÉSEAUX SOCIAUX

- **INSTAGRAM** (47 700 abonnés)
 - Diffusion de la vidéo vignobles en scène
 - L'idée week-end du mois : carnet de voyage dans le Jura
 - Reel Mont d'Or
 - Sortie du film **Le Jour J** de Claude Zidi Jr. - tourné dans l'Yonne au Château de Maulnes
 - Hébergement au coeur du vignoble (partenariat Gîtes de France)
 - Nouvelle définition : focus sur le mot "Minon"
 - Photo l'art du tonneau
 - Brame du Cerf
- **FACEBOOK** (112 000 abonnés)
 - Podcast Ici Bourgogne – direction Beaune !
 - Vidéo Vignobles en Scène
 - Sortie du film **Le Jour J** de Claude Zidi Jr. - tourné dans l'Yonne au Château de Maulnes
 - Élection de la nouvelle photo de couverture
 - Nouvelle définition : focus sur le mot "Minon"
 - Changement de notre photo de couverture pour la version automnale

CAMPAGNE OFFRES GOURMANDES

- La campagne Offres Gourmandes se poursuit sur Google Ads et les réseaux sociaux.
 - **Jusqu'au 15 octobre** : focus spécial sur l'événement Vignobles en Scène et ses trois collections : Gustatives, Immersives et Créatives.
 - **Dès le 15 octobre** : la campagne sera enrichie de publications pour promouvoir en early booking les kits de dégustation de la prochaine Saint-Vincent Tournante dans les Maranges.



À DESTINATION DES HABITANTS

COMMUNICATION OFFLINE

PARTENARIAT RADIO

▪ AVEC ICI BESANÇON

Le partenariat se poursuit. Chaque dimanche à 8 h 00 les équipes de BFC Tourisme proposent des idées de sorties et des bons plans pour découvrir la région.

Au programme en octobre : mise en avant de l'événement Vignobles en Scènes, une journée entre Saône et Grosne, une journée autour de Pouilly-en-Auxois et mise en avant de la sortie du film **le Jour J** de Claude Zidi Jr. - tourné dans l'Yonne (Château de Maulnes).

▪ AVEC ICI MONTBÉLIARD

Du 29 septembre au 3 octobre : chroniques quotidiennes de 4 mn pour faire gagner un séjour en Bresse Bourguignonne lors des Glorieuses de Bresse en décembre prochain.

NOUVEAU PARTENARIAT MIS EN PLACE AVEC LA DIRECTION DU TOURISME

- Chaque mois, nous proposerons aux agents de la région, via leur intranet, une idée de sortie intitulée "Sortez chez Vous".

Pour le mois d'octobre : nous mettrons en avant l'événement Vignobles en Scènes qui aura lieu du 17 au 19 octobre.

PRODUCTION DE CONTENUS

Sur le site www.bourgognefranche-comte.com

- Ateliers de travail pour réorganiser ou consolider les contenus :
 - Neige
 - Autour de l'eau
 - Idées sorties journées/ étapes gourmandes

RETOUR SUR ...

Une tendance à retenir sur le site web pour juillet-août :

- La requête Google spontanée « sortez chez vous » progresse nettement par rapport à 2024 sur la même période : 535 recherches contre 355. Hausse encourageante montrant que notre slogan résonne de plus en plus auprès des internautes.
- Newsletter "4 hébergements coup de coeur" envoyée début juillet / [consulter la enews](#)
 Un très bon taux de réactivité de 21,51%
 Un bon taux d'intérêt partenaire de 3,37%
Fait marquant : les hébergements ciblant les couples ont suscité de l'intérêt. Ce résultat est en cohérence avec notre stratégie. Cette cible reste la première à privilégier des courts séjours dans la région.

VIE DU COLLECTIF

- **Le 1er octobre** : intervention lors du congrès ADN Tourisme lors de l'atelier « **Vivre sans neige, inventer l'hiver autrement** »
- **Le 2 octobre** : BFC Tourisme participe à l'événement « Qui veut battre des légendes » de la marque **AYAQ** / [en savoir plus sur l'événement](#)
- **Le 9 octobre** : Comité Opérationnel
- **Le 14 octobre** : BFC Tourisme participe à l'événement signature du Masterplan du Haut-Doubs
- **Fin octobre** : réunion de présentation de la campagne collaborative hiver aux membres des Instants Montagnons (visio)

MARKETING

- Mise en ligne des chiffres clés 2025 pour Montagnes du Jura : [à consulter ici](#)
- **Le 21 octobre** : webinaire « Bilan de la saison estivale 2025 et perspectives de l'arrière-saison » / [cliquez ici pour vous inscrire](#)
- **Le 28 octobre** : webinaire « Boostez votre visibilité grâce aux marques de destination La Bourgogne et Montagnes du Jura » / [cliquer ici pour vous inscrire](#)

COMMUNICATION ONLINE

CAMPAGNE DIGITALE MARCHÉ ALLEMAND

↳ Cette campagne vise à capitaliser sur l'image de nature préservée et d'expérience authentique qui correspond pleinement aux attentes du public allemand.

Objectifs

1. Accroître la notoriété de la marque Montagnes du Jura auprès du public allemand, particulièrement sensible à la nature, aux activités outdoor et au slow tourisme.
2. Générer du trafic qualifié vers notre site et nos offres grâce à des canaux digitaux performants / [consulter le site web en allemand](#)
3. Positionner la destination comme une alternative naturelle, authentique et préservée face à d'autres massifs plus connus.
4. Valoriser l'offre printemps/été.

Le dispositif

1. **Campagne Display** : diffusion de bannières sur des sites à forte affinité avec le voyage et la nature. Exemples des bannières qui seront diffusées :



2. **Sur YouTube** : diffusion de la vidéo conceptuelle « **Intraduisiblement beau** » auprès d'audiences ciblées par centres d'intérêt / [voir la vidéo](#)
3. **Preise und Reise** : campagne display visant une audience « d'actifs vacanciers » allemands.

COMMUNICATION OFFLINE

CAMPAGNE PRINT MARCHÉ ALLEMAND (en lien avec la campagne digitale)

- **Magazine Preise und Reise** : insertion print avec renvoi sur le site Internet de la marque via un Qrcode

Montagnes du Jura

UNÜBERSETZBAR SCHÖN

MONTAGNES DU JURA - FRANKREICH'S BESTGEHÜTTETES SOMMERGEHEIMNIS.

NUR 1,5 STD. VON FREIBURG ODER 3 STD. VON STUTTGART.
IDEAL FÜR FAMILIEN, NATURLIEBHABER & FEINSCHMECKER.

JETZT ENTDECKEN

Kühle Wälder, Tiefe Seen. Stille Reculées. Zwischen Alpen und Vogesen entdecken Sie ein Frankreich fernab der Massen: die Montagnes du Jura. Eine Region voller Naturwunder, regionaler Genüsse und langsamer Zeit. Ideal zum Wandern. Entspannen - und Durchatmen.

DE.MONTAGNES-DU-JURA.FR #MONTAGNESDUJURA

RESEAUX SOCIAUX

- **LES TOP POSTS DE SEPTEMBRE**

Le 10 septembre : post Facebook : nouvelle saison du Mont d'Or

2 697 interactions (like, commentaire, partage...)

329 commentaires

9 enregistrements

COMMUNICATION DÉDIÉE AUX FILIÈRES

FILIÈRE TRAIL

- **Du 3 au 5 octobre : ultra trail des Montagnes du Jura**
Diffusion de vidéo chartée Montagnes du Jura sur la chaîne vidéo de l'évènement

FILIÈRE OENOTOURISME

- Consultez les offres Vignobles en Scènes - Montagnes du Jura : [en ligne ici](#)

FILIÈRE AFFAIRES

De nouveaux membres rejoindront le club BFC Séminaires & Events en 2026

- Audit de labellisation en visio
Agence événementielle : Daudey Organsiation à Bart (25) le 13/10
- Revisite + mise à Jour charte qualité
Le Kursaal et Micropolis Besançon (25)

FILIÈRE PATRIMOINE

- **CAMPAGNE DIGITALE** lepoint.fr
Début octobre : mise en ligne et médiatisation d'1 reportage terrain et d'1 article en brand content sur lepoint.fr pour les Montagnes du Jura (liens vers les articles dans la lettre de novembre).

PROMOTION



ALLEMAGNE

- **Du 15 au 17 octobre : workshop BtoB Allemagne à Dijon**
Nous organisons, en partenariat avec **Dijon Bourgogne Tourisme & Congrès** et **Atout France Allemagne**, ce grand rendez-vous BtoB qui réunira **38 tour-opérateurs et agences allemands et 40 professionnels français**.
Les professionnels bourguignons-francs-comtois présents :
 - Hôtels Bourgogne Qualité
 - HPVA Hotels Management
 - OT Besançon
 - OT Gevrey-Chambertin Nuits-Saint-Georges
 - Cité des Climats et des Vins
 - OT Beaune et Pays Beaunois
 - OT Dijon
 - BFC Tourisme

Au programme :

- **Le 14 octobre** : pré-tour dans les Montagnes du Jura avec une nuit à la Saline Royale d'Arc-et-Senans.
- **Les 16 et 17 octobre** : 2 demi-journées de workshops sous forme de rendez-vous préprogrammés.
- **Du 17 au 19 octobre** : post-tour pour 5 TO allemands dans les Montagnes du Jura : visites de Dole, la Maison du Comté et Besançon.

RELATIONS PRESSE



FRANCE

- Le dossier de presse « Vacances d'hiver dans les Montagnes du Jura 2025 / 2026 » est sorti. [Vous pouvez le consulter ici](#)



PAYS-BAS

- Du 2 au 6 octobre** : accueil de 2 journalistes du site www.theoutdoors.nl qui vont courir l'Ultra Trail des MDJ. Ils vivront l'événement de l'intérieur et feront des interviews des organisateurs mais aussi de trailers pour avoir leurs conseils de préparation avant le trail.
Accueil organisé en partenariat avec l'OT destination Haut-Doubs et le comité d'organisation de l'Ultra Trail.
⚠ Suite participation au workshop presse de février à Amsterdam

PRODUCTION DE CONTENUS

- Mise en ligne d'une page de présentation globale de Massif du Jura : [voir la page](#)
- Mise en ligne de nouveaux contenus
 - [Top des lieux les plus dépaysants dans les MDJ](#)
 - [Que faire quand il pleut ?](#)
 - [Entdecke das unübersetzbare](#) (landing campagne)
- Les contenus "En route les Gourmands" sont désormais tous traduits en anglais : [en ligne ici](#)
- En cours de rédaction et d'intégration : Exploration nordique en tribu, Roadtrip de 5 jours en couple, l'Echappée jurassienne à VTT, Grand Tour du Doubs à vélo, et d'autres contenus pour la campagne Pays Bas sur la thématique cyclo.
- Productions de contenus digitaux** (carrousels, vidéos, reels....) pour les futures campagnes

RETOUR SUR ...

- Le 19 septembre, Montagnes du Jura a participé pour la première fois au workshop presse organisé par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme.**
Ce workshop était l'occasion de présenter les nouveautés de la saison d'hiver 2025/2026.
L'événement a rassemblé plus de **140 journalistes tourisme, ski et lifestyle** venus préparer leurs sujets hiver.
À cette occasion, **nous avons pu rencontrer 25 journalistes**, dont les équipes des émissions **Échappées Belles et Météo à la carte**, mais aussi des pigistes collaborant pour **MAXI, Santé Magazine, Terre Sauvage** ou encore **Grands Reportages**.
Une première participation réussie, qui a permis aux Montagnes du Jura de gagner en visibilité et de se démarquer auprès de la presse nationale.

VIE DU COLLECTIF

- **Le 21 octobre** : webinaire « Bilan de la saison estivale 2025 et perspectives de l'arrière-saison » / [cliquez ici pour vous inscrire](#)
- **Le 28 octobre** : webinaire « Boostez votre visibilité grâce aux marques de destination La Bourgogne et Montagnes du Jura » / [cliquer ici pour vous inscrire](#)

MARKETING

- Mise en ligne des chiffres clés 2025 pour La Bourgogne : [à consulter ici](#)

COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

- **CAMPAGNE MARCHÉ BRITANNIQUE** - partenariat Le Shuttle / Explore France
L'article dédié à La Bourgogne est en ligne sur le site du Shuttle : [lire l'article](#)
- **CAMPAGNE MARCHÉ NÉERLANDAIS**
La campagne display a totalisé 1,8 M d'impressions, plus de 12 600 clics et 10 200 visites sur notre site en néerlandais.
Autour des thématiques vélo, tourisme durable et affinités Bourgogne/Pays-Bas, elle a suscité un fort engagement auprès des "Explorateurs Slow" et "Touche-à-tout tendance".
- **CAMPAGNE MARCHÉ BELGE**
Avec 1,18 M d'impressions, plus de 8 000 clics et 4 900 visites générées, la campagne a renforcé notre visibilité, principalement auprès des flamands.
Les trois entrées – automne en Bourgogne, séjours en famille et vignoble – ont trouvé un écho auprès des "Explorateurs Slow" et "Passionnés Esthètes".

COMMUNICATION OFFLINE DE LA DESTINATION

- **CAMPAGNE MIXTE SUR LE MARCHÉ ALLEMAND**
Le 3 octobre : parution d'un publidédactionnel dans le **magazine Reise & Preise** (77 500 exemplaires en Allemagne, Autriche et Suisse)



RESEAUX SOCIAUX

■ CAMPAGNE AUTOMNE

En octobre, la campagne paid **L'Automne c'est La Bourgogne** se poursuit en Belgique wallonne, en Île-de-France, dans le Grand Est et le bassin lyonnais.

Objectif : donner envie de (re)découvrir La Bourgogne à travers des contenus engageants, générateurs de trafic vers notre site.

Deux séries de carrousels créatifs de 7 écrans mettent l'astrologie à l'honneur :

Partie 1 : Bélier, Taureau, Cancer, Vierge... chacun son style pour explorer La Bourgogne !

Partie 2 : Balance, Scorpion, Capricorne, Verseau... les astres ont encore soufflé 6 belles idées d'activités.

Le tout avec une accroche complice : **"Alors, quelle Bourgogne es-tu ?"** 

Autre temps fort : un carrousel "météo & humeur", qui joue sur l'envie de déconnexion et révèle 5 bonnes raisons de craquer pour La Bourgogne en automne.

En parallèle, des dark posts continuent de valoriser nos thématiques phares : patrimoine, hébergements, activités, vignobles et gastronomie.

■ Instagram séduit et inspire

Les premiers déplacements sur le terrain pour valoriser l'offre d'hébergement des adhérents du collectif La Bourgogne portent déjà leurs fruits.

Pour toucher une audience plus jeune et dynamique, la photographe **Anna Bakurova** a enrichi notre médiathèque et créé plusieurs **reels Instagram** qui rencontrent un bel accueil auprès de notre communauté.

Ces vidéos mettent en lumière des hébergements et le charme de nos territoires. Quelques exemples ci-dessous

[Mama Shelter à Dijon](#)

[La chambre d'hôtes Madame à Branges en Bresse bourguignonne](#)

[Chez Trésors à Sens](#)

PRODUCTION DE CONTENUS

Créations de nouveaux articles sur le site www.bourgogne-tourisme.com

- [Nouvelle idée séjour avec un week-end autour de Pouilly-Bligny](#)

COMMUNICATION DÉDIÉE AUX FILIERES

FILIÈRE OENOTOURISME / GASTRONOMIE

- Sur le site www.bourgogne-tourisme.com : mise à jour de la page [Vignobles en Scène](#)
- **MAGAZINE COURANTS D'AIR**
Publication + relai d'un article digital en partenariat avec l'OT de Gevrey-Chambertin Nuits-Saint-Georges

FILIÈRE TOURISME D'AFFAIRES

- Les labellisations des nouveaux membres pour 2026 sont lancées.
- **Visites terrain prévues en octobre pour labellisation**
Lieux de séminaires : Château de Chailly à Chailly-sur-Armançon (21) / Hôtel Parc Adeline à Montagny les Beaune (21) / Domaine Goichot à Beaune (21) / Ibis Dijon Sud à Perrigny-les-Dijon (21) / Kyriad Dijon Gare (21) / Château de la Resle à Montigny la Resle (89)
- **Mises à jour de la charte du tourisme d'affaires**
Abbaye de Reigny (89), Logis Saint-François (89), Hôtel Darcy à Dijon (21) et Ethic Etapes Dijon (21)

FILIÈRE ITINÉRANCE

- L'accueil du magazine **An Bord** initialement prévu en septembre est reporté du 25 au 27 octobre. Le programme est inchangé (découverte de la Seille).

PROMOTION



ALLEMAGNE

- **Du 15 au 17 octobre : workshop BtoB Allemagne à Dijon**

Nous organisons, en partenariat avec **Dijon Bourgogne Tourisme & Congrès** et **Atout France Allemagne**, ce grand rendez-vous BtoB qui réunira **38 tour-opérateurs et agences allemands** et **40 professionnels français**.

Les professionnels bourguignons-francs-comtois présents :

- Hôtels Bourgogne Qualité
- HPVA Hotels Management
- OT Besançon
- OT Gevrey-Chambertin Nuits-Saint-Georges
- Cité des Climats et des Vins
- OT Beaune et Pays Beaunois
- OT Dijon
- BFC Tourisme



ROYAUME-UNI

- **Du 6 au 10 octobre : accueil d'ABERCROMBIE & KENT**, TO haut de gamme spécialisé sur les clientèles britanniques et américaines individuelles.

Trois collaborateurs du service commercial basé au Royaume-Uni seront en Bourgogne entre Dijon et Beaune, afin de rencontrer des partenaires avec qui ils travaillent déjà et mais aussi rencontrer de nouvelles structures à fort potentiel.

Objectif : renforcer et diversifier l'offre bourguignonne dans leur programmation.

PRESSE



ALLEMAGNE

- **Le 15 octobre** : démarchage de plusieurs rédactions à Hambourg. Action organisée par notre agence de relations presse, Jörg Hartwig.

Objectif : présenter les nouveautés et les incontournables de la Bourgogne.

Présentation de la destination par Jörg Hartwig et l'OT de Puisaye-Forterre.



FRANCE

- **Du 8 au 10 octobre** : accueil de l'équipe de **Bougez Vert (USHUAIA TV)** dans le Morvan. Accueil co organisé avec l'agence presse AirPur pour Mission Tourisme 71 afin de valoriser 2 micro-aventures originales dans le Morvan :
 - une randonnée avec des rapaces, aux côtés de Maud de l'Échappée Morvan d'ailes,
 - une découverte du massif forestier et du lac des Settons, avec Philippe de Feel Single Track.
 Au programme également : initiation au bike packing et découverte de la GTMC en Gravel.

- **Les 17 & 18 octobre** : accueil en Puisaye de la journaliste freelance **Patricia Kadujevic** pour le magazine **Rustica**.

⚠ Suite afterwork Bourgogne à Paris.



BELGIQUE

- **Du 12 au 16 octobre** : accueil de Willy OST pour le magazine belge **Vlaamse Kampertoeristen** (dédié aux campeurs).
Thème de l'accueil : dans les traces des Ducs de Bourgogne.

RETOUR SUR ...

- **Le 4 septembre** : envoi de la enews [!\[\]\(e43e4b1050bbff3ab0579ed9f5c72143_img.jpg\) Septembre en Bourgogne : escapades, découvertes et surprises à gagner !](#)

Les résultats

- ↳ Envois : 22 303
- ↳ Taux d'ouverture : 33 %
- ↳ Taux de clic : 9 %

Impact web

- ↳ 1 429 visites sur notre site web et un taux intérêts partenaires de 7,63%



VIE DU COLLECTIF

- **Le 17 octobre** : commission Communication du Massif des Vosges
- **Le 21 octobre** : webinaire « Bilan de la saison estivale 2025 et perspectives de l'arrière-saison » / [cliquez ici pour vous inscrire](#)
- **Le 31 octobre** : journée du Massif des Vosges au palais des congrès de Gérardmer

COMMUNICATION ONLINE DE LA DESTINATION

- Préparation des premiers éléments de la campagne printemps 2026 avec les partenaires du collectif Vosges du Sud, qui vont être intégrés à différentes demandes pour :
 - Actualiser certains contenus de campagne (nouveaux partenaires notamment)
 - Travailler sur le scénario de venue du média Chilowé pour la campagne printemps
 - Identifier des socio-professionnels par territoire à mobiliser - entre autres - dans le cadre du "test code promo" décidé en Comité Opérationnel.
- Diffusion du contenu automne Vosges du Sud sur le site Internet du Massif des Vosges créé dans la prochaine newsletter Massif des Vosges.

COMMUNICATION DÉDIÉE AUX FILIÈRES

FILIÈRE PATRIMOINE

- **CAMPAGNE DIGITALE** lepoint.fr
Début octobre : mise en ligne et médiatisation des 2 reportages terrain et des 2 articles en brand content sur lepoint.fr pour les Montagnes du Jura et les Vosges du Sud. (liens vers les articles dans la lettre de novembre).

PRODUCTION DE CONTENUS

- Création et/ou mise à jour de plusieurs pages sur le site Internet du Massif des Vosges :
 - Top des cascades à découvrir dans les Vosges du Sud,
 - Pages expériences sur la base des vidéos réalisées en 2024 concernant des activités,
 - Top 3 des villes à découvrir cet automne dans les Vosges du Sud (pour la newsletter).

RETOUR SUR ...

- **Le 25 septembre** : participation au COTECH Vosges piloté par Destination 70
- **Le 29 septembre** : présentation à BFC Tourisme de l'articulation de campagne printemps sur la base des demandes du collectif (Comité Opérationnel de juin).
- Mise en ligne des chiffres clés 2025 Vosges du Sud : [à consulter ici](#)



TOURNAGES & CINÉMA

AGENDA

- **Le 2 octobre** : réunion mensuelle Film France
- **Le 3 octobre** : rendez-vous de partenariat avec la Ville de Dijon (service des affaires générales)

TOURNAGES

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

COMMUNICATION

- Suivez Bourgogne-Franche-Comté Tournages & Cinéma sur les réseaux sociaux
 - [Facebook](#)
 - [Instagram](#)
 - [LinkedIn](#)

ACTUALITÉS DES FILMS

- **Les 11 et 12 octobre** : avants premières régionales de "**Jour-J**" de **Claude Zidi Jr.** - tourné dans l'Yonne (Château de Maulnes) - séance spéciale en présence des équipes - [pour connaître les cinémas où auront lieu les avants premières, cliquez ici](#)
[Sortie nationale le 15 octobre.](#)
- **Le 19 octobre** : avant-première à Champagnole de "**L'incroyable femme des neiges**" de **Sébastien Betbeder** - tourné dans les Montagnes du Jura (Métabief) - [en savoir plus](#)
[Sortie nationale le 12 novembre](#)

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

- **FILM FRANCE TALENTS** (annuaire des techniciens et artistes-interprètes) : 2 rendez-vous avec des techniciens locaux
- **ANNUAIRE REGIONAL DES FIGURANTS** : 1845 figurants enregistrés
- **ANNUAIRE REGIONAL DES PRESTATAIRES** (nouveaux inscrits) : Voitures d'antan - [consulter la fiche](#)

RETOUR SUR ...

- À l'occasion de la réunion du **COREPS Bourgogne-Franche-Comté**, nous avons échangé avec Nicolas RICOUD (délégué aux antennes et aux contenus - France 3), ouvrant la voie à de futures collaborations autour des tournages.
- **Du 17 au 19 septembre, participation au Festival de la Fiction TV de La Rochelle**, un temps fort qui nous a permis de renforcer notre visibilité et de capter des opportunités concrètes au sein de la filière audiovisuelle.
Les moments clés :
 - Participation à la réunion mensuelle du réseau Film France-CNC en présence de 25 bureaux d'accueil présents,
 - Organisation de 10 rendez-vous avec des producteurs et réalisateurs,
 - Participation à la présentation de l'étude du CNC sur le marché de la fiction audiovisuelle en 2024 - [consulter l'étude ici](#) - ainsi qu'au Grand Débat Politique sur la circulation des œuvres.
- **Les 25 et 26 septembre : participations aux Rencontres régionales APARR'té.** Plusieurs temps forts :
 - Présentation de l'outil Film France Talents lors d'un atelier pour les techniciens locaux et du speed-meeting entre comédiens régionaux et réalisateurs/directeurs de casting
 - Intervention auprès des étudiants et nouveaux arrivants pour présenter nos orientations scolaires et professionnelles, ainsi que le rôle de notre structure.
 - Prise de parole lors de l'avant-première du film "**L'Incroyable femme des neiges**", afin de présenter nos missions.
 Une implication qui témoigne de notre volonté d'accompagner les professionnels de la filière à chaque étape de leur parcours.

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

VIE DU CLUB

- Les labellisations des nouveaux membres pour 2026 sont lancées.
- De nouveaux membres rejoindront le club en 2026

Destination La Bourgogne

- Visites terrain pour labellisation prévues en octobre

Lieux de séminaires : Château de Chailly à Chailly-sur-Armançon (21) / Hôtel Parc Adeline à Montagny les Beaune (21) / Domaine Goichot à Beaune (21) / Ibis Dijon Sud à Perrigny-lès-Dijon (21) / Kyriad Dijon Gare (21) / Château de la Resle à Montigny la Resle (89)

- Mises à jour de la charte du tourisme d'affaires

Abbaye de Reigny (89), Logis Saint-François (89), Hôtel Darcy à Dijon (21) et Ethic Etapes Dijon (21)

Destination Montagnes du Jura

- Audit de labellisation en visio

Agence événementielle : Daudey Organsiation à Bart (25)

- Revisite + mise à jour de la charte qualité

Le Kursaal et Micropolis Besançon (25)

PROMOTION / COMMUNICATION

PROMOTION

- **Du 30 septembre au 1^{er} octobre :** éductour national pour découvrir l'offre du Club BFC Séminaires & Events en Sud Bourgogne.

Au programme : L'Académie, le Hameau Dubœuf, le Château des Broyers, l'Hôtel Panorama 360, la Cité des Climats de Mâcon, le Musée des Ursulines et le Château de Couches. 2 activités de team building sont prévues dans ce programme afin de mettre les participants en situation de séminaires.

Sont inscrits 8 personnes représentant 4 entreprises, 2 agences de voyages avec un secteur MICE et 2 agences de communication.

- **Le 9 octobre :** déjeuner MICE #3 à Paris La Défense. BFC Tourisme sera accompagné de 10 partenaires du club :

- **Pour la destination La Bourgogne :** Conciergerie de la Cité de la Gastronomie, Hôtel La Gentilhommière, Hôtels Bourgogne Qualité, Hôtel Bellevigne, Hôtel Le Cep, Hôtel Le Prieuré, La Cité des Climats et Vins de Bourgogne

- **Pour la destination Montagnes du Jura :** Camping La Roche d'Ully-Ornans, agence MAd in Com

- **Pour la destination Vosges du Sud :** Destination Belfort

Sont attendu entre 30 et 40 décideurs (dirigeants d'entreprises, responsables d'associations, agences événementielles) du bassin parisien et plus spécifiquement du secteur de La Défense, lieu stratégique où se concentre un grand nombre d'entreprises.

- Courant octobre :

- Envoi d'un pushmail offres automne de La Bourgogne au fichier de prospects nationaux et régionaux
- Envoi d'un pushmail à une sélection de nouveaux prospects régionaux entreprises identifiés

ACTIONS DIGITALES ET SOCIAL MEDIA

- **Les publications LinkedIn prévues en octobre :**

- TOP 10 de nos lieux de séminaire originaux
- La Conciergerie de la Cité de la Gastronomie
- Retour sur l'eductour La Bourgogne - vidéo
- Le Domaine du Roncemay

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

PROMOTION / COMMUNICATION

ACTIONS DIGITALES ET SOCIAL MEDIA

- **Le 7 octobre** : envoi d'une newsletter de conquête aux prospects de Meet & Travel Mag (création graphique et rédaction en interne).
Au sommaire :
 - Mise en avant des destinations affaires La Bourgogne, Montagnes du Jura et Vosges du Sud et de notre plateforme dédiée
 - Partage de notre vidéo de présentation
 - Valorisation de nos brochures
 - Lien direct vers notre page LinkedIn
 Cette newsletter comprend un bloc d'inscription permettant d'inciter les prospects à s'abonner à notre newsletter.
- **Le 9 octobre** : envoi d'une newsletter Mon Event Ma Région, à destination des prospects régionaux.
Au sommaire :
 - Nos actions à l'échelle régionale
 - Un focus sur la destination La Bourgogne, avec présentation du prochain éductour dans le Charolais-Brionnais qui aura lieu le 13 novembre + un formulaire pour s'inscrire

RETOUR SUR ...

▪ Campagne LinkedIn

Cette campagne marque une nette montée en puissance par rapport à l'an dernier. En combinant notoriété et trafic, elle a renforcé la visibilité de la filière MICE Bourgogne-Franche-Comté et généré un trafic qualifié vers le site. La stratégie en 2 temps s'est avérée efficace : une phase de notoriété pour toucher une audience large et qualifiée, suivie d'un retargeting ciblé pour inciter au clic. L'absence de ciblage de fonctions a permis à l'algorithme d'optimiser la diffusion, validant l'intuition initiale.

Les posts liens ont été les plus performants pour le trafic, tandis que les carrousels et vidéos ont efficacement complété le dispositif. L'A/B testing a permis d'optimiser en temps réel, en concentrant le budget sur les contenus les plus efficaces et en maintenant d'excellents résultats : couverture large, coût par clic compétitif et indicateurs au vert.

Quelques chiffres

- Coût par vue de notre vidéo à 0,01€
- Impressions : 241 741 (soit +387% par rapport à N-1)
- Clics : 4 785 (contre 371 en N-1)
- Coût par clic : 0,73€ (contre 2,70€ en N-1)

Si vous souhaitez télécharger des visuels de campagne, [cliquez sur ce lien](#)

▪ Bilan de la newsletter du 5 septembre

Envoi d'une newsletter dédiée aux séminaires écoresponsables. Pour cet envoi, 2 audiences distinctes ont été ciblées :

- Notre base de prospects habituels
- Une base de diffusion achetée auprès de Promo Services

Résultats

- Newsletter adressée à la base achetée : 17,71 % de taux d'ouverture / 263 clics, soit 30,50 %
- Newsletter adressée avec notre base habituelle : 35,2 % de taux d'ouverture / 156 clics, soit 12,84 %

Analyse

Cette newsletter a permis de conquérir de nouveaux prospects avec un taux de clic supérieur à nos précédents envois. L'achat de base s'est révélé rentable : même si le taux d'ouverture est légèrement inférieur à notre moyenne. Les clics montrent que ces nouveaux prospects sont qualifiés et qu'ils pourraient générer de nouvelles intentions d'événements professionnels dans la région.

- **Le 17 septembre** : revisites du parc des Expositions l'Eduen Autun et du Parc des expositions de Charolles. La charte des 2 lieux est toujours en conformité. Ces 2 partenaires sont adhérents en tant que lieux de séminaires et lieux de congrès.

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE PATRIMOINE

DEVELOPPEMENT

- **Le 2 octobre** : participation de BFC Tourisme au Congrès ADN Tourisme à Auxerre : participation à 2 ateliers intéressant pour la filière patrimoine : "Carte d'identité : valoriser les autres et renforcer mon attractivité", "Innovation dans la sobriété : faire mieux avec moins".
- **Le 9 octobre** : restitution du diagnostic marketing réalisé pour le Musée du Jouet à Moirans-en-Montagne
- **Le 10 octobre** : atelier de travail en interne autour des ambitions sur l'image souhaitée par nos marques de destinations : après une analyse sémantique social média mesurant l'écart entre les champs lexicaux observés sur les réseaux sociaux et le positionnement des Marques la Bourgogne et Montagnes du Jura, les responsables des marques et filières vont travailler ensemble à identifier les offres pertinentes répondant aux ambitions des marques, au regard des attentes de nos cibles prioritaires.
Les thématiques Culture et patrimoine y seront largement mises en avant.

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTES

DESTINATION LA BOURGOGNE

- **Allemagne** :
Le 15 octobre : démarchage de plusieurs rédactions à Hambourg. Action organisée par notre agence de relations presse, Jörg Hartwig.
Objectif : présenter les nouveautés et les incontournables de la Bourgogne.
Présentation de la destination par Jörg Hartwig et l'OT de Puisaye-Forterre.

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERT

DESTINATION MONTAGNES DU JURA – VOSGES DU SUD

- **CAMPAGNE DIGITALE** lepoint.fr
Début octobre : mise en ligne et médiatisation des 2 reportages terrain et des 2 articles en brand content sur lepoint.fr pour les Montagnes du Jura et les Vosges du Sud. (liens vers les articles dans la lettre de novembre).

RETOUR SUR ...

RETOMBÉES PRESSE ALLEMAGNE

- Le communiqué de presse envoyés à de journalistes allemands sur le thème des savoir-faire (focus sur Solutré et le musée du Compagnonnage) a déjà généré 2 articles online :
 - **TRAVEL COUNTER** : [Lire l'article](#)
 - **FRANKFURT LIVE** : [Lire l'article](#)

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE ITINÉRANCE

AGENDA

- **Le 8 octobre** : réunion du groupe travail Tourisme fluvial à Saint-Jean-de-Losne.
Au programme : échanges autour du bilan de la saison du tourisme fluvial, du lexique de VNF, de la hiérarchisation des sujets à travailler au sein de ce groupe, de la création de liens avec les animateurs de contrat de canaux et avec les capitaineries/responsables de port (Lab' tourisme fluvial).
Éductour : présentation des équipements du port de Saint-Jean-de-Losne et de leur gestion
- **Le 15 septembre** : groupe de travail sensibilisation & formation animé par le réseau Vélo & Marche
- **Le 15 octobre** : invitation par le département du Doubs à participer à la rencontre des acteurs de la randonnée dans le Doubs

DEVELOPPEMENT

- Organisation de réunions de bilan 2025 et échanges sur les perspectives 2026 par thématique (Fluvial / Rando / Vélo / EV6).
- Remaniement du Guide de Com' axe 4.3 du schéma régional de l'itinérance.

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTES

DESTINATION LA BOURGOGNE

ALLEMAGNE

- L'accueil du magazine **AN BORD** initialement prévu en septembre est reporté du 25 au 27 octobre. Le programme est inchangé (découverte de la Seille).

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERTS

- Finalisation de la campagne vélo en partenariat avec Komoot, dans le cadre des actions du pack à la carte Vélo et EV6.
- Elaboration des plans d'actions 2026 à destination des cibles affinitaires de l'itinérance et des cibles généralistes en transversalité avec les marques et signatures de BFC Tourisme.

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE OENOTOURISME

AGENDA

- **Le 9 octobre** : participation de BFC Tourisme au Conseil d'Administration du GPPR

DEVELOPPEMENT

- **Les 7 et 8 octobre** : accueil presse USA dans le cadre de la Vallée de la Gastronomie
- **Le 10 octobre** : diffusion de l'interview dédié à Vignobles en Scène sur Ici Besançon

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTES

DESTINATION LA BOURGOGNE

- Sur le site www.bourgogne-tourisme.com : mise à jour de la page [Vignobles en Scène](#)
- **MAGAZINE COURANTS D'AIR**
Publication + relais d'un article digital en partenariat avec l'OT de Gevrey-Chambertin Nuits-Saint-Georges

RETOUR SUR ...

- **Le 22 septembre** : envoi d'un communiqué de presse Vignobles en Scène à la PQR (154 contacts de la presse régionale)
- **Le 30 septembre** : insertion de l'actualité Vignobles en Scène + annonce de l'ouverture des inscriptions aux trophées de l'oenotourisme dans la enewspro de BFC Tourisme à 25 000 professionnels du tourisme régionaux.
- **Le 30 septembre** : présentation de l'étude positionnement + persona à la destination Sancerre/Pouilly/Giennois.
- **MAGAZINE COURANT D'AIR**
Publication de l'article digital sur Chalon-sur-Saône + relais dans leur e-news (septembre) : [lire l'article](#)



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

OBSERVATION / ORT

- **Le 13 octobre** : réunion observation ADT/CDT/BFCT
- **Le 14 octobre** : COPIL Observatoire national du tourisme fluvial
- **Le 14 octobre** : participation de BFC Tourisme au webinaire national d'Orange Flux Vision Tourisme
- **Le 21 octobre** : animation par l'équipe Observation de BFC Tourisme du webinaire « Bilan de la saison estivale 2025 et perspectives de l'arrière-saison » / [cliquez ici pour vous inscrire](#)

MEMENTO

- Début du travail pour la refonte du document en 2026, réunions de concertation entre l'équipe de l'observatoire, les graphistes et les responsable de Destinations et des Filières

CHIFFRES CLES 2025

- Diffusion de l'édition papier des chiffres clés 2025

CONJONCTURE

- Parution de la note de conjoncture de fin de saison été 2025, sur la période mai à septembre.

DISPOSITIF DES BILANS D'EMISSIONS DE GAZ A EFFET DE SERRE

- Début de la mise à jour du BEGES et des formations ADN Tourisme

INGÉNIERIE

- **Le 2 octobre** : participation au webinaire Atout France - France Tourisme Ingénierie : présentation du groupe "Les Sources" dont l'ouverture d'un établissement est prévue en 2026 en Bourgogne-Franche-Comté
- **Le 3 octobre** : réunion de travail suite au lancement de l'étude sur le tableau de bord de l'investissement touristique régional conduite en partenariat avec Atout France
- **Le 9 octobre** : restitution du diagnostic marketing réalisé pour le Musée du Jouet dans le cadre du collectif Patrimoine de BFC Tourisme
- **Semaine du 13 octobre** : réunion de lancement de la mission de sourcing des opportunités foncières en Bourgogne-Franche-Comté

DESTINATION D'EXCELLENCE

- **Le 1^{er} octobre** : pré-audit Destination d'Excellence du Château de Ray-sur-Saône en association avec Destination 70
- En partenariat avec la Direction de la Culture du Conseil régional, un article a été publié sur le site Patrimoine de la Région. Il présente le label Destination d'Excellence, ses modalités d'obtention ainsi que l'accompagnement technique et financier proposé par BFC Tourisme.
Lire l'article : [Obtenir le label Destination d'Excellence](#)

DÉCIBELLES DATA

- ↳ **Le 2 octobre** : participation de la MASCOT au congrès ADN Tourisme
- ↳ Lancement d'un groupe de travail avec les OT pour la création d'un onglet "Satisfaction Visiteurs" en octobre.
- ↳ Test en cours du nouvel EXTRANET pro (livraison prévue fin 2025.)
- ↳ Réalisation d'un état des lieux sur l'utilisation de Décibelles Data auprès des OT : usages, besoins en formation, inventaire des supports de formation, proposition d'accompagnements / formations

RETOUR SUR

- ↳ **Le 19 septembre** : la Mascot a réuni 30 OT lors d'une visio pour préparer le COTECH du 30 septembre. Les participants ont salué le fait d'être consultés en amont et ont partagé de nombreuses suggestions pour l'évolution de la base de données.

Parmi les points évoqués :

- Une forte attente de l'EXTRANET pro, très attendu également par les sociospro.
- L'intégration des itinéraires bus,
- La simplification de la catégorie "Tarifs",
- La création d'un onglet "Satisfaction visiteurs" dans le bordereau Prospects,
- Des suggestions de passerelles avec d'autres BDD (monparcourshandicap.fr...),
- Création de nouveaux Items...
- Leurs attentes en matière d'accompagnement et de formation (Module Accueil, Statistiques).

FORMATION

- ↳ **Le 13 octobre** : commission formation MASCOT afin de définir les thèmes de formations prioritaires pour le réseau en 2026.
- ↳ **Le 16 octobre** : la MASCOT organisme de formation certifié Qualiopi propose une formation Attractivité résidentielle en lien avec la charte d'accueil des potentiels nouveaux habitants qui répond au référentiel du label "Point accueil nouvel habitant".

ATTRACTIVITÉ RÉSIDENTIELLE

- ↳ **Le 1^{er} octobre** : la MASCOT fera une intervention en atelier au Congrès ADN, sur le thème de l'attractivité pour présenter sa démarche de professionnalisation des OT à l'accueil et à l'installation des potentiels nouveaux habitants.
- ↳ **Le 2 octobre** : la MASCOT participera à la journée Attractivité Résidentielle organisée par le service Attractivité du Conseil régional, à destination des chargés d'accueil des EPCI afin de représenter les OT.

AUTRES ACTIPNS

↳ LABEL VILLES ET VILLAGES FLEURIS

Le Conseil National des Villes et Villages Fleuris a dévoilé son palmarès 2025 : en Bourgogne-Franche-Comté les communes qui renouvellent leur 4^{ème} fleur sont :

- Éhuns (Haute-Saône)
- Luze (Haute-Saône)
- Montbéliard (Doubs)
- Nevers (Nièvre)

Un grand bravo à Nevers (58) et Montbéliard (25) qui obtiennent la fleur d'or – symbole d'excellence

La fleur d'or souligne le travail exceptionnel de la commune dans les différentes thématiques du label. Ce prix millésimé est valable un an et décerné à une commune une seule fois pendant une période de six ans.

La remise régionale des prix se déroulera **le 5 décembre à Dijon.**

GLOSSAIRE



A/B Testing : 'A/B testing consiste à comparer deux versions d'un même contenu (visuel, texte, email, etc.) auprès de publics similaires afin d'identifier celle qui obtient les meilleurs résultats.

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.

CTA ou Call to Action

Bouton d'appel à l'action, invitant l'utilisateur à réaliser une action spécifique comme "En savoir plus" ou "Acheter".

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.

Instant Experience

Publicité interactive sur Facebook ou Instagram qui s'ouvre en plein écran sur mobile. Elle combine images, vidéos, textes et boutons cliquables pour offrir une expérience fluide et captivante, qui donne envie d'agir.

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.