

COMMENT GAGNER EN VISIBILITÉ GRÂCE AUX MARQUES DE DESTINATION

LA BOURGOGNE ET MONTAGNES DU JURA

Webinaire
28 octobre 2025

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME

PRESENTATION

LES CHEFS DE PROJETS

Mylène Casado

m.casado@bfctourisme.com

Maud Humbert

m.humbert@bfctourisme.com


LA BOURGOGNE



Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME

01 Contexte : Stratégie BFCT

02 Les bénéfices pour les socios professionnels

03 Comment utiliser les marques ? Les outils à disposition

04 Des exemples concrets

05 Co-construction pour répondre aux besoins de la marque

06 Perspectives 2026

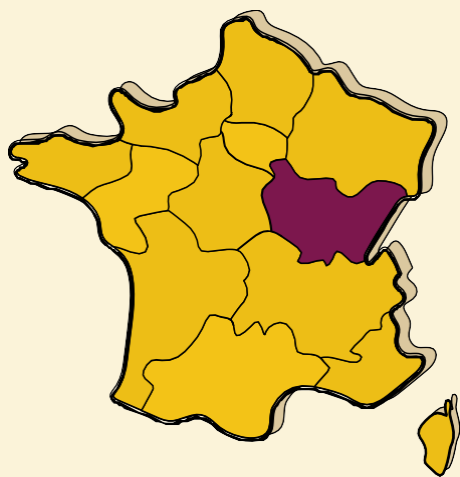
01

Stratégie de Bourgogne- Franche- Comté Tourisme

CARTE D'IDENTITÉ DE LA RÉGION

LE TERRITOIRE

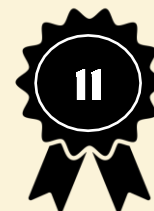
8 départements



9 % du territoire national



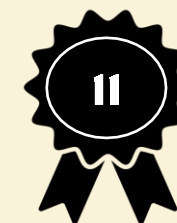
4,4 % de la population française métropolitaine



Densité de **69** habitants/km²



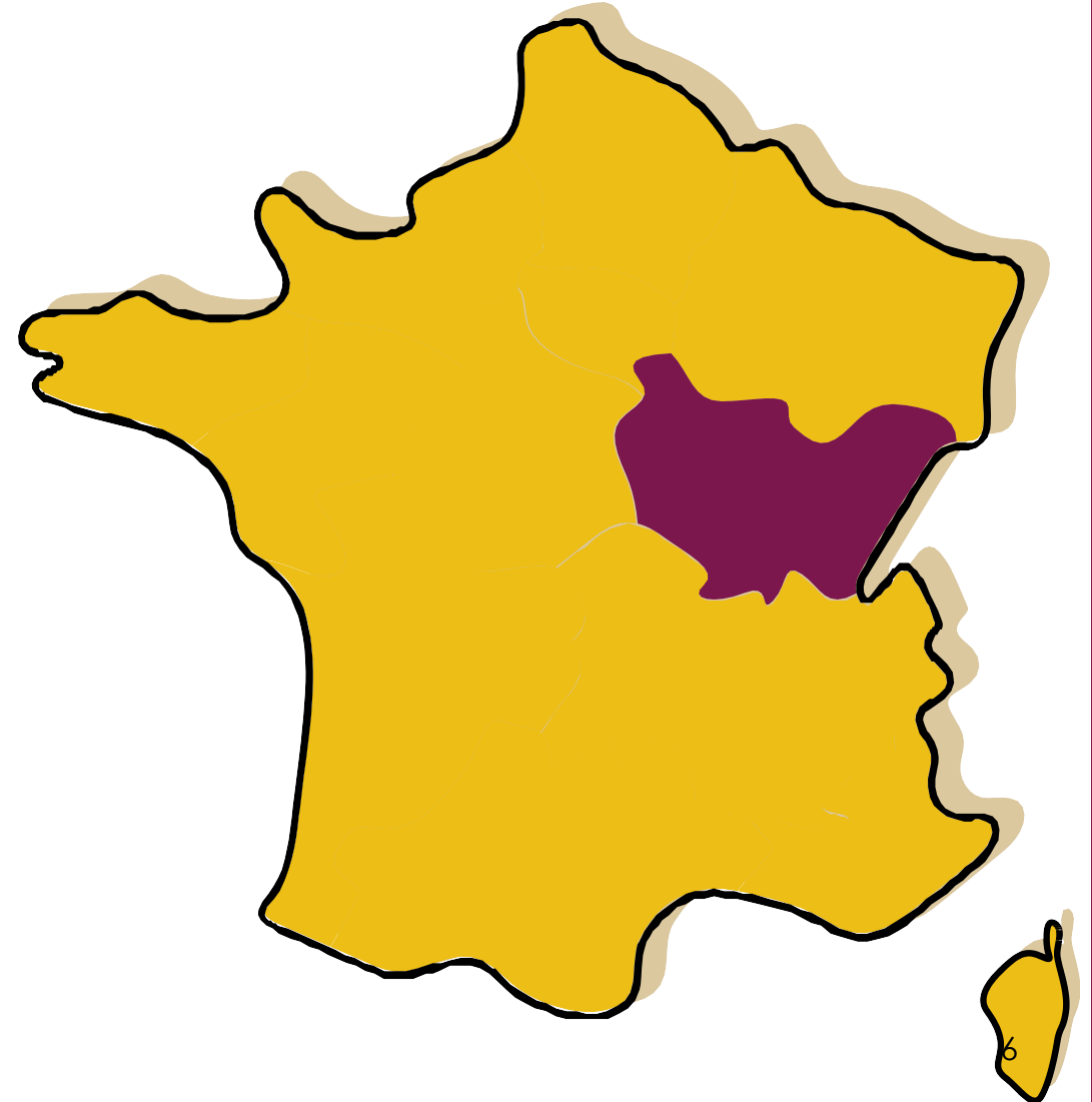
PIB/habitant
27 026 €



1 RÉGION TOURISTIQUE **DANS UN MARCHÉ TRÈS CONCURRENTIEL**

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

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



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



STRATÉGIE DE CONQUÊTE

Hors Région :

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



En Région :

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



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

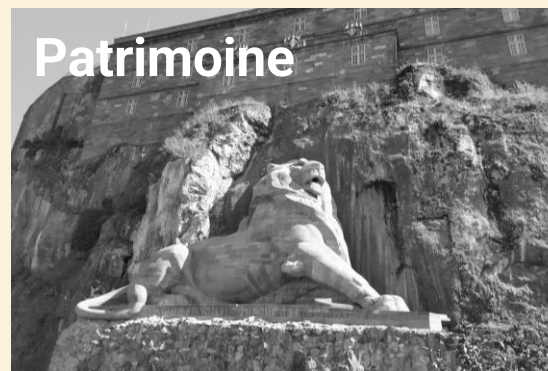
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME

Itinérance



Patrimoine



Tourisme
d'affaires



Œnotourisme /
Gastronomie



CHAQUE DESTINATION A

LA BOURGOGNE 

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS



1
**STRATÉGIE
SPÉCIFIQUE**

**1 BUDGET
DÉDIÉ**

1
**POSITIONNEMENT
PROPRE**

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

1 PERSONA
(CIBLES AFFINITAIRES)

NOS MARCHÉS

LA BOURGOGNE 

Montagnes du Jura

TOUT UN MONDE DEHORS


MASSIF DES VOSGES
MONTAGNE BUISSONNIÈRE

A CONFORTER

ALLEMAGNE

PAYS-BAS

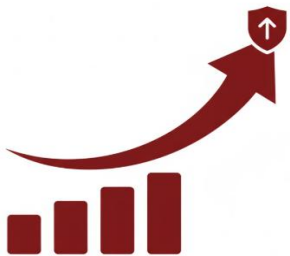
BELGIQUE

A (RE)CONQUERIR (LB)

GRANDE-BRETAGNE

USA

CHINE



BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME

PRÉSENCE DIGITALE

1 site internet :

bourgogne-tourisme.com



Sur les réseaux sociaux :

Facebook : @bourgogne.tourisme

Instagram : @MyBourgogne

YouTube : @EnBourgogne



Le site web est disponible en 4 langues

(FR-GB-DE-NL)

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME

LA BOURGOGNE 



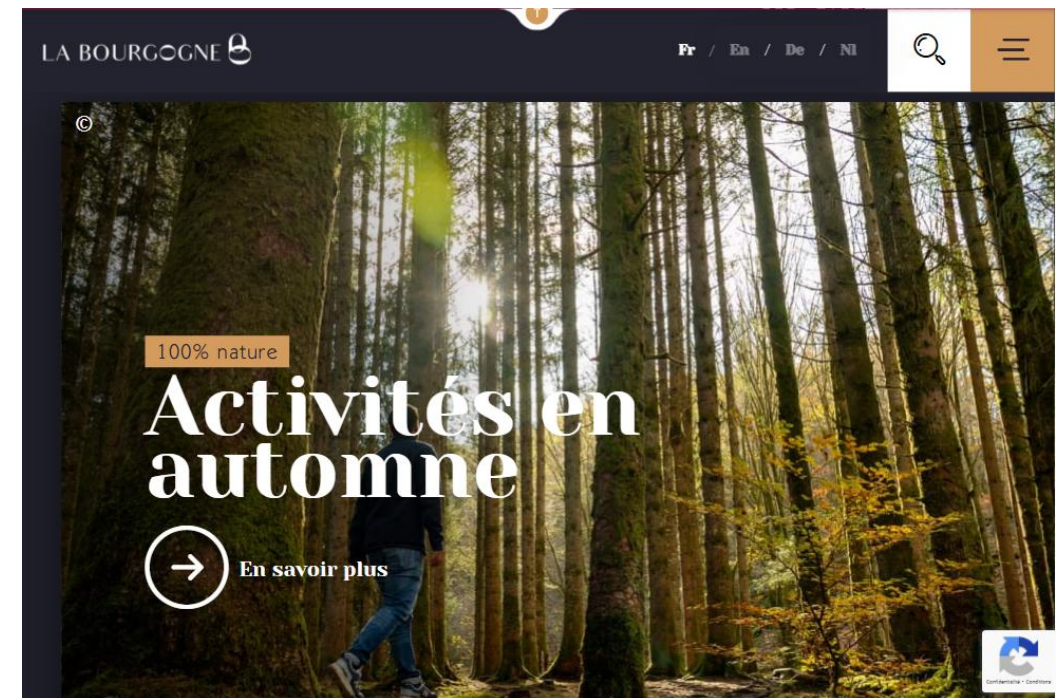
La Bourgogne

129 K followers • 205 suivie(s)

Message

Favoris

Rechercher



LES AUDIENCES DIGITALES DES MARQUES

LA BOURGOGNE 

Du 1er janvier au 21 octobre 2025

3 103 215 visites +22,6 %

31,2 % de taux de rebond -50%

169 093 intérêts partenaires *

** clics sur un n° de téléphone, un site web, un mail, les réseaux sociaux ou le bouton "contacter" d'un partenaire*

40 886 intérêts brochures *

** Demande d'envoi d'une brochure papier ou clic pour consulter une brochure en ligne*

76% du trafic est issu du référencement naturel

Depuis le 1er janvier 2025

Facebook

Vues 17,2 millions

Interactions avec le contenu 117 100

Abonnés + 3 300

Abonnés total 129 119

Visites de la page 50 900

Instagram

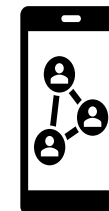
Vues 2,8 millions

Interactions avec le contenu 30 700

Abonnés + 3 100

Abonnés total 24 514

Visites du profil 19 900



PRÉSENCE DIGITALE

1 site internet :

www.montagnes-du-jura.fr

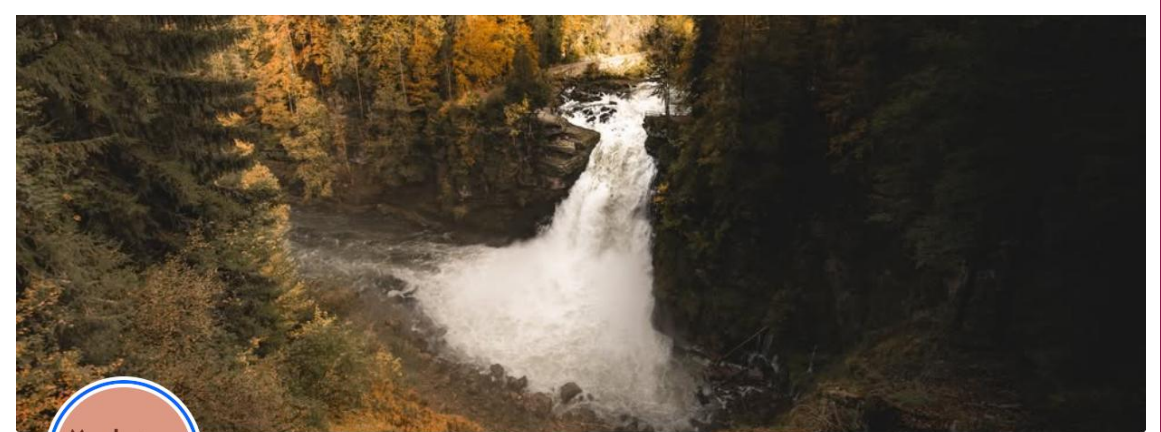
Sur les réseaux sociaux :

Facebook : @montagnedujura

Instagram : @montagnes-du-jura

LinkedIn : @montagnes-du-jura

Tik Tok : @montagnedujura



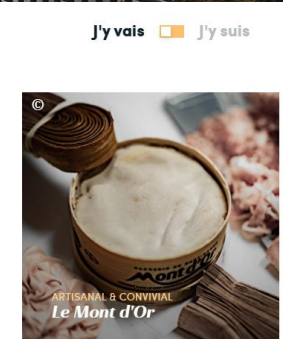
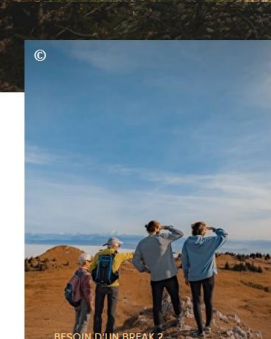
Montagnes du Jura

138 K followers • 193 suivi(e)s

Suivre

Message

Rechercher



BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

LES AUDIENCES DIGITALES DES MARQUES

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA

Du 1er janvier au 20 octobre 2025

1 538 429 visites + 15 %

44,6 % de taux de rebond

53 163 intérêts partenaires * + 18%

** clics sur un n° de téléphone, un site web, un mail, les réseaux sociaux ou le bouton "contacter" d'un partenaire*

68 107 intérêts brochures *

• Demande d'envoi d'une brochure papier ou clic pour consulter une brochure en ligne

76% du trafic est issu du
référencement naturel

Depuis le 1er janvier 2025

Facebook

Couverture 16,5 millions

Interactions 128 800

Abonnés + 2 400

Abonnés total 138 000

Visites de la page 70 000

Instagram

Interactions 37 900

Abonnés + 5 300

Abonnés total 47 100

Visites du profil 23 900

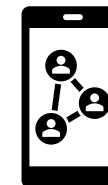
Tik Tok

13 millions de vues

Abonnés total 1 873

Mentions j'aime 20 000

Commentaires 425



02

Les bénéfices... Pourquoi s'appuyer sur les marques de ?

C'est quoi une destination ?

- C'est un espace identitaire (paysager, humain, valeurs) susceptible d'être un territoire de séjour qui présente des atouts en phase avec les attentes des consommateurs.
- Un espace de vie et d'échanges que les clientèles viennent découvrir et consommer; pour répondre à leurs envies.
- Un lieu de vacances identifié par le client qui lui s'affranchit des limites administratives.

A quoi sert une marque de destination ?

Une marque de destination touristique sert à promouvoir et identifier une région ou un lieu comme une destination attrayante pour les visiteurs. Elle vise à créer une image distinctive et attractive, renforcer la notoriété, et attirer des touristes en mettant en avant les atouts spécifiques du lieu (culture, paysage, activités, etc.).

La pertinence d'une marque de destination renvoie à l'adéquation entre l'image, perçue par les clients, et l'identité, vécue par la population.

Définition du marketing de destination :

Le marketing de destination désigne l'ensemble des moyens de communication utilisés pour promouvoir une destination touristique auprès de ses visiteurs potentiels et prescripteurs.

POURQUOI

S'APPUYER SUR LES MARQUES ?

- Parler d'une même voix à travers une identité commune
- Renforcer la reconnaissance de la destination au niveau national et international.
- Mutualiser des moyens pour exister
- Assurer une continuité dans le parcours client
- Positionner son offre auprès des consommateurs

LES BENEFICES

POUR LES PROS DU TOURISME

- S'inscrire dans une dynamique collective
- Bénéficier de l'image de marque de la destination
- Augmenter sa visibilité en s'appuyant sur les campagnes de la marque
- Apporter de la valeur ajoutée à sa propre communication

03

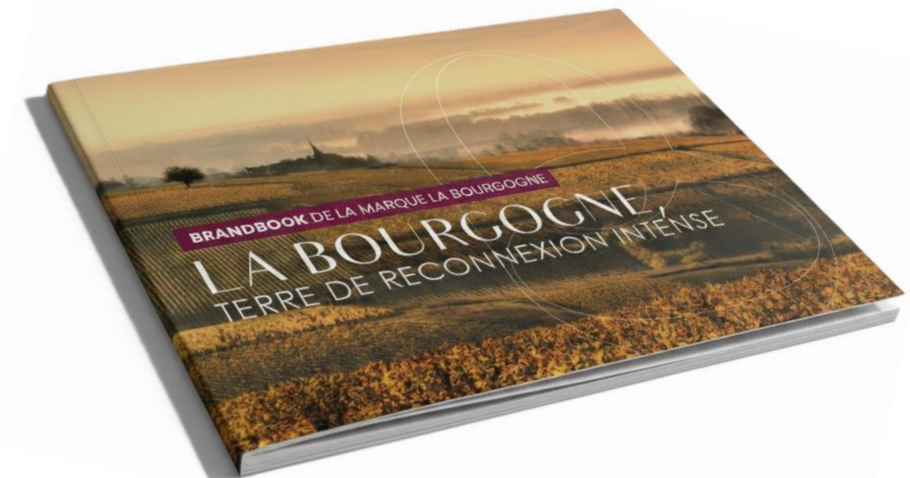
Comment utiliser les marques : des outils disponibles

DES OUTILS POUR LES PROS DU TOURISME

1 GUIDE DE MARQUE :

Véritable mode d'emploi conçu pour vous fournir toutes les informations essentielles sur la marque

Éléments de stratégie, positionnement, enjeux, personas, marchés prioritaires, charte éditoriale et graphique, plan d'actions....



DES OUTILS

POUR LES PROS DU TOURISME

1 MARQUEUR

Un logo qui permet aux socio professionnels de montrer leur appartenance à la dynamique de marque et devenir ainsi les 1ers ambassadeurs de leur destination

Reprise sur leurs propres outils de communication

EN
BOURGOGNE 



DES OUTILS POUR LES PROS DU TOURISME

RECEVOIR LES
MARQUEURS

VIA UN FORMULAIRE

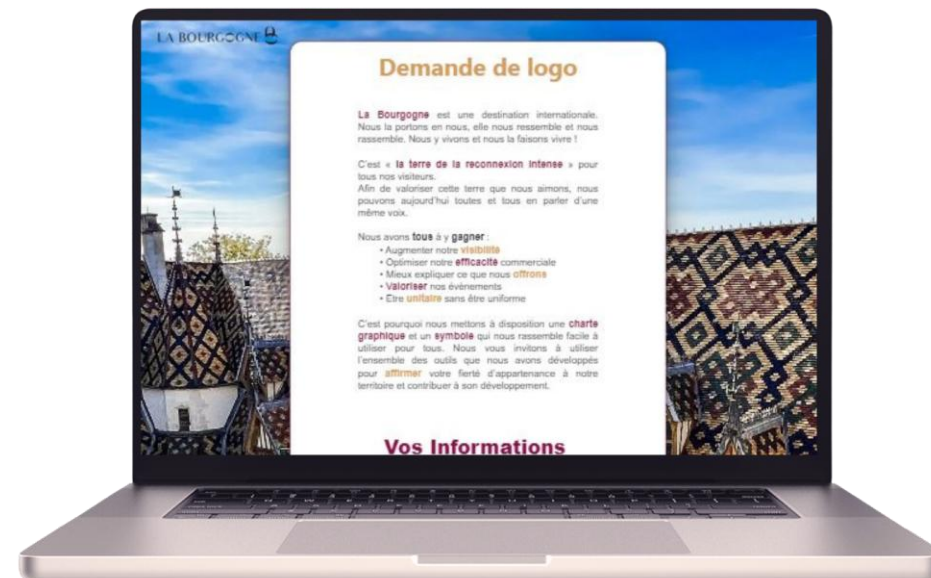
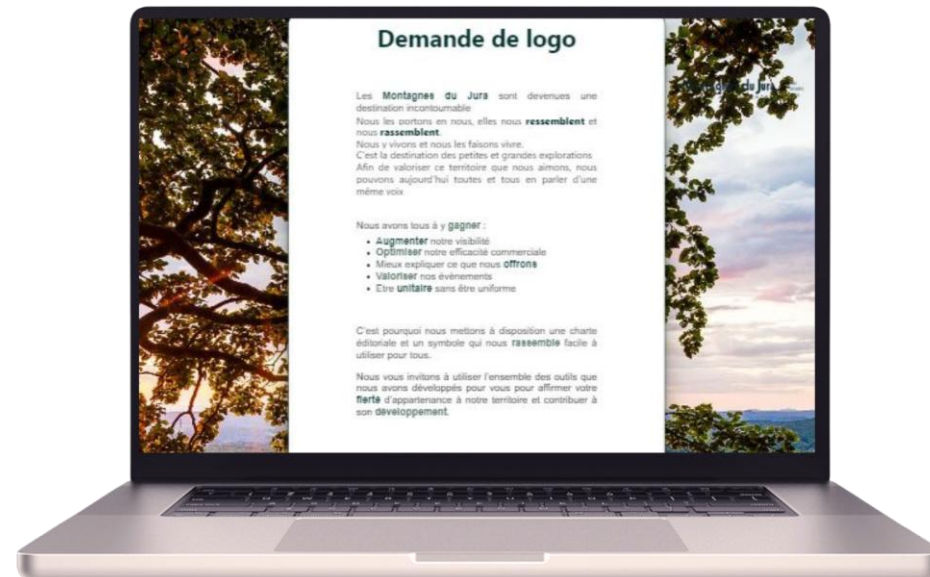


Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA



LA BOURGOGNE 



BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME

DES OUTILS POUR LES PROS DU TOURISME

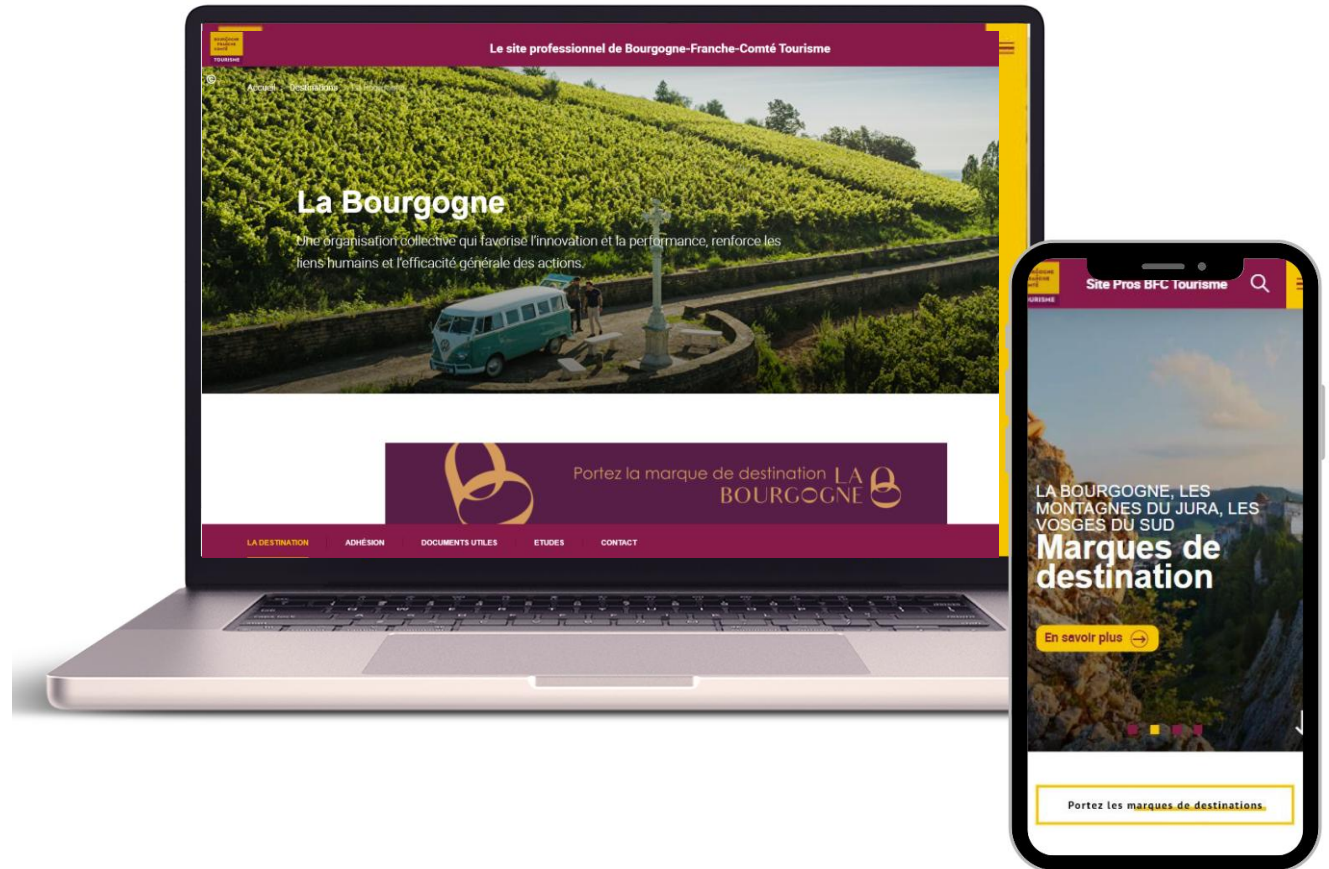
1 SITE INTERNET RESERVE AUX PROS

:

www.pros.bourgognefranche-comte.com

**1 RUBRIQUE DEDIEE AUX MARQUES DE
DESTINATION**

**1 ELETTER DEDIEE AUX PROS DU
TOURISME**



BOURGOGNE
FRANCHE
COMTE

TOURISME

04

Des exemples concrets d'appropriation des marques

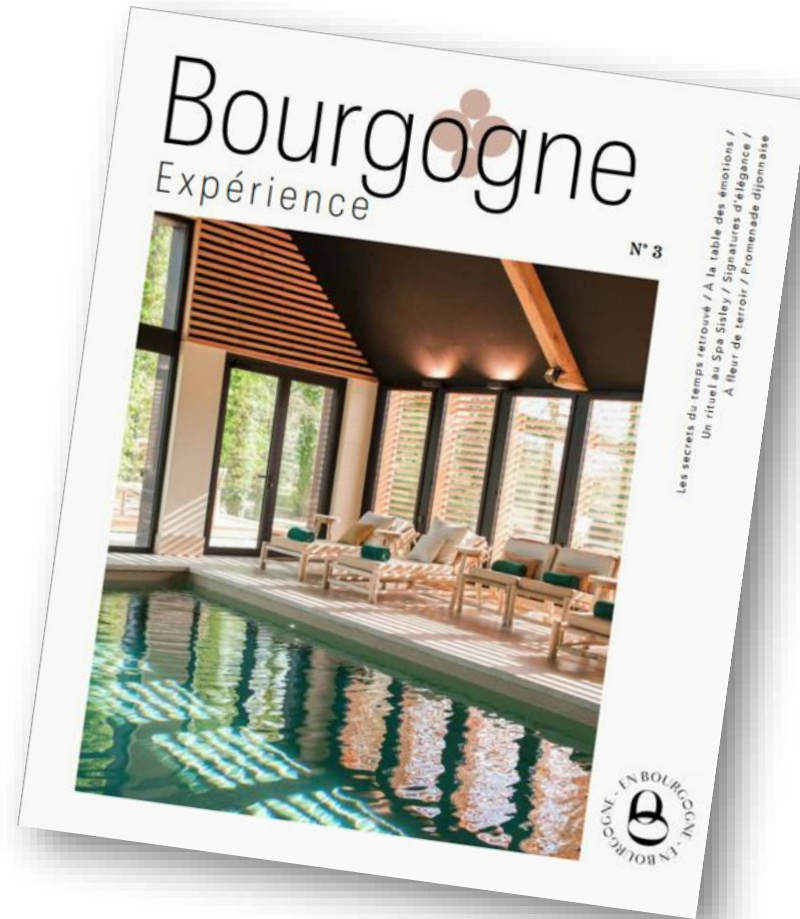
DES EXEMPLES D'APPROPRIATION

LA BOURGOGNE 

Hébergeurs

utilisation du marqueur

- sur le site,
- Dans des magazines,



BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME

DES EXEMPLES D'APPROPRIATION

LA BOURGOGNE 

Hébergeurs

utilisation du marqueur

- sur une banque d'accueil de salon,
- sur des objets pubs
- dans des salles de réunions



DES EXEMPLES D'APPROPRIATION

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA

Hôteliers

Utilisation de l'expression
Montagnes du Jura sur une banque
d'accueil de salon, tour de cou de la
marque, mention et # sur LinkedIn,
positionnement de son offre dans la
marque pour parler à la presse
locale...



ESTREPUBLICAIN.FR

Haut-Doubs. Saison touristique 2022 : « Les montagnes du Jura ont le vent en poupe »



Janice BENOIT • 2e

En formation en vue de l'obtentio...

+ Suivre



10 mois •

Retrouvez nous au Salon SITV de Colmar du 10 au 12 novembre 2023 !

Plongez dans notre bulle de détente et de relaxation en découvrant l' **Hôtel SPA Les Rives Sauvages ******.



Solène et moi serons ravies de vous présenter nos bons cadeaux exclusifs pour vous faire plaisir ou offrir du bonheur à vos proches tout au long de l'année !

Au plaisir de vous rencontrer !

STAND : 3F6 - Hall 3

#hôtel #spa #montagnesdujura #lacsaintpoint
#détente #relaxation #bonscadeaux

23

1 republication



J'aime



Commenter



Republier



Envoyer



Ajouter un commentaire...



BOURGOGNE
FRANCHE
COMTE

TOURISME

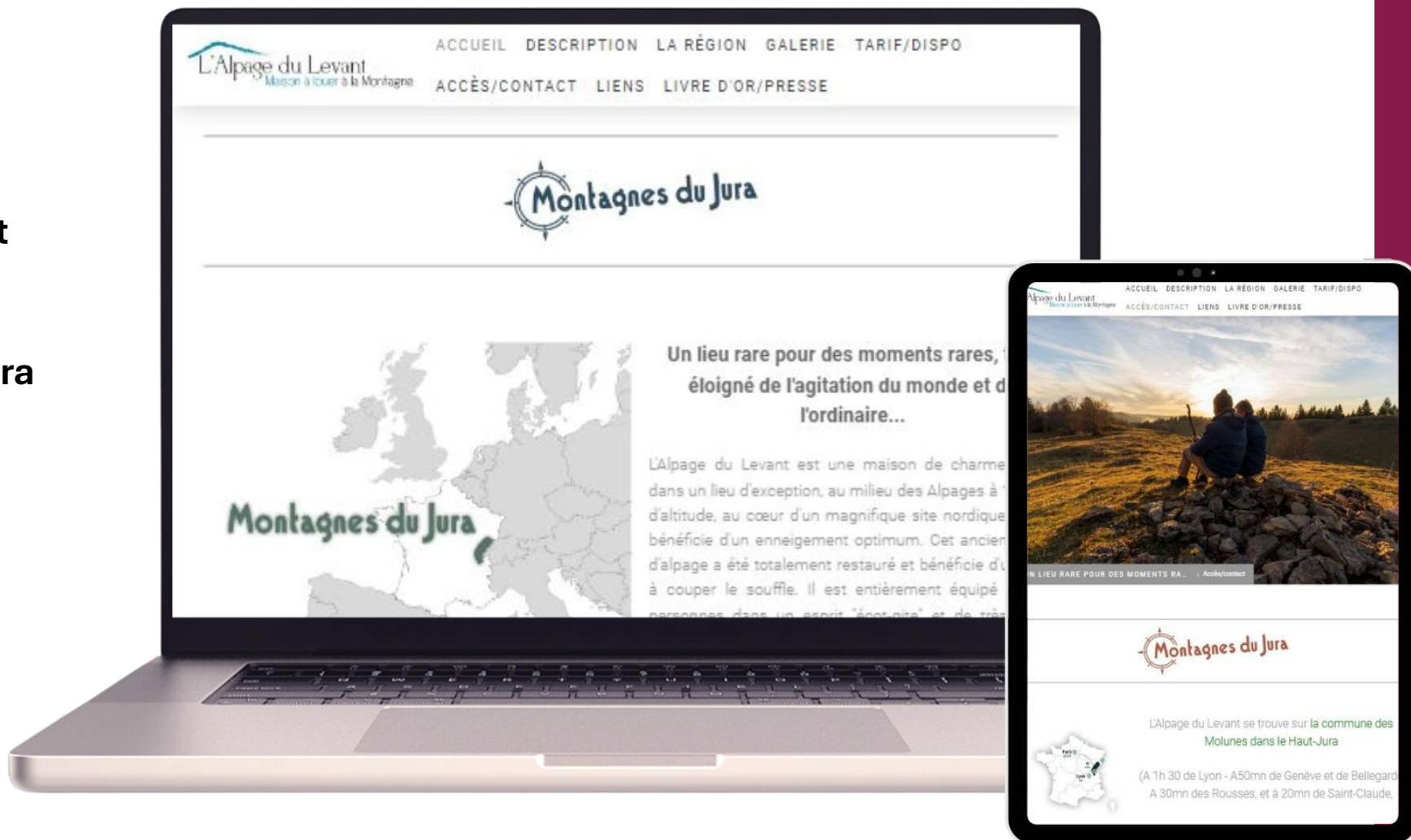
DES EXEMPLES D'APPROPRIATION

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA

Hébergeurs

Intégration du marqueur
partenaire sur le site Internet
Utilisation des cartes de
situation situer l'offre par
rapport aux Montagnes du Jura



BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME

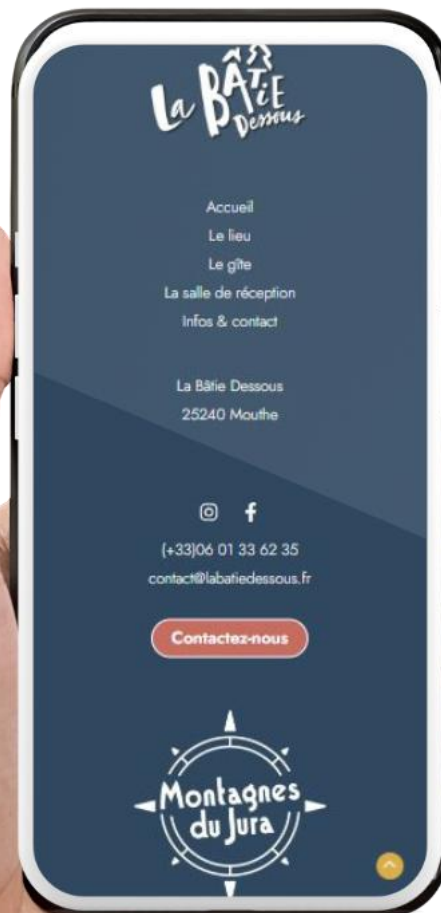
DES EXEMPLES D'APPROPRIATION

Hébergeurs

Affichage du marqueur
partenaire sur le site internet,
partage d'un article de la
marque sur Instagram avec
utilisation du #montagnesdujura
Et mention du compte de la
marque @montagnes_du_jura

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA



BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME

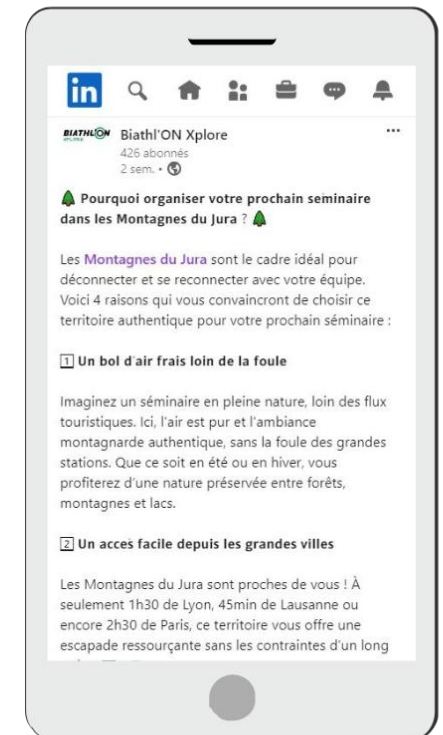
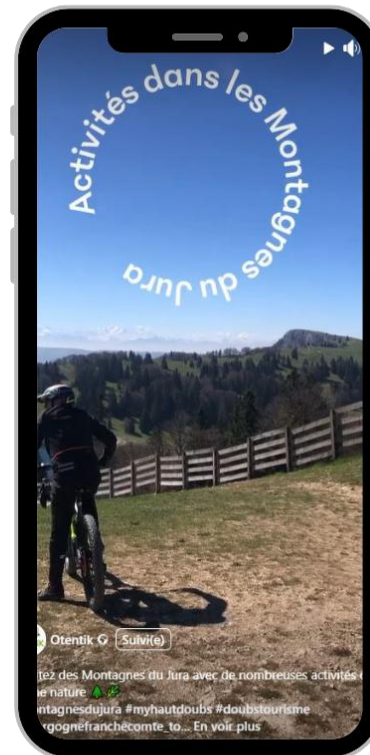
DES EXEMPLES D'APPROPRIATION

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA

**Prestataires d'activités,
Organisateurs de
séminaires,
Organisateurs
d'événements**

**Utilisation de l'expression
Montagnes du Jura dans
une vidéo, dans un
wording ou dans un post
sur les réseaux sociaux, et
mention du compte des
Montagnes du Jura**



DES EXEMPLES D'APPROPRIATION

LA BOURGOGNE 

Producteurs, prestataires d'activités

utilisation du marqueur

- sur le site,
- pour du packaging



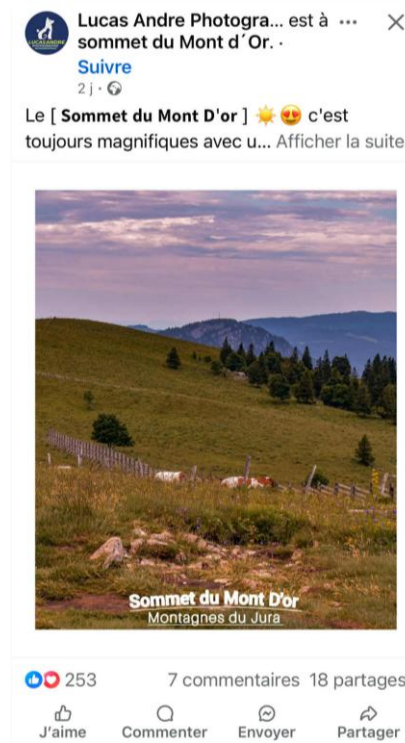
DES EXEMPLES D'APPROPRIATION

Producteurs, prestataires d'activités

Reprise de la marque pour
du packaging

Utilisation du marqueur
sur affiche

Reprise par un
photographe sur les
réseaux sociaux



Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA



BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME

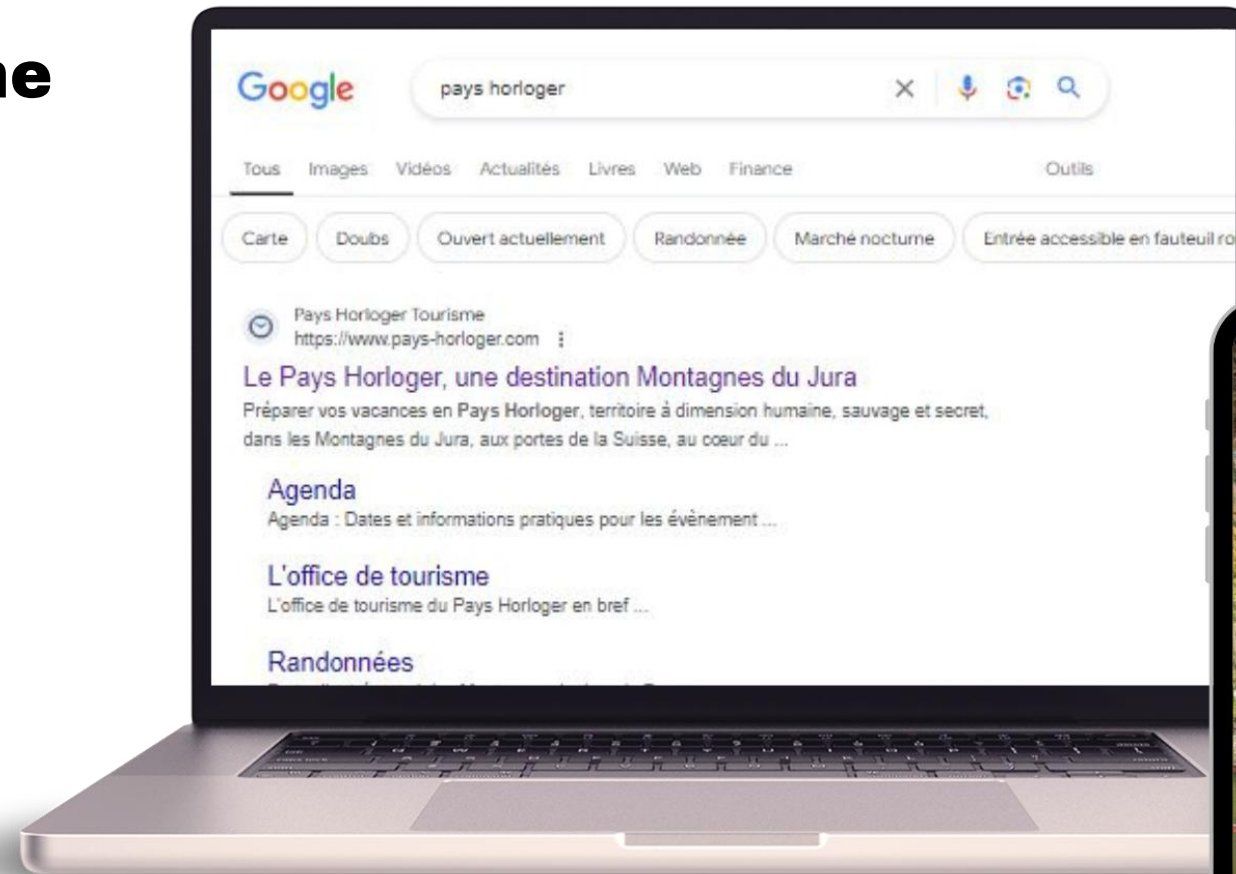
DES EXEMPLES D'APPROPRIATION

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA

Offices de Tourisme

Mention de la marque
dans le titre du site
Internet pour un meilleur
référencement naturel sur
google, utilisation du
marqueur en dessous du
logo de l'OT



HAUT
BUGEY
TOURISME
Montagnes du Jura



BOURGOGNE
FRANCHE
COMTE

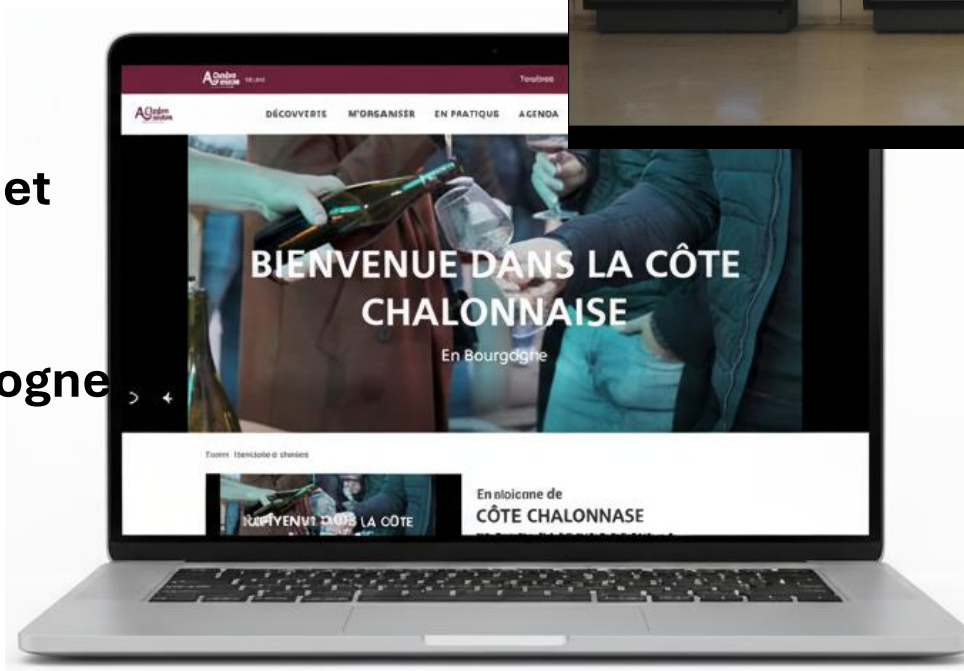
TOURISME

DES EXEMPLES D'APPROPRIATION

LA BOURGOGNE 

Offices de Tourisme

- Intégration du mot Bourgogne,
- utilisation du marqueur dans les campagnes de communication,
- dans les supports online et offline
- Intégration du mot Bourgogne dans la signature,



BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME

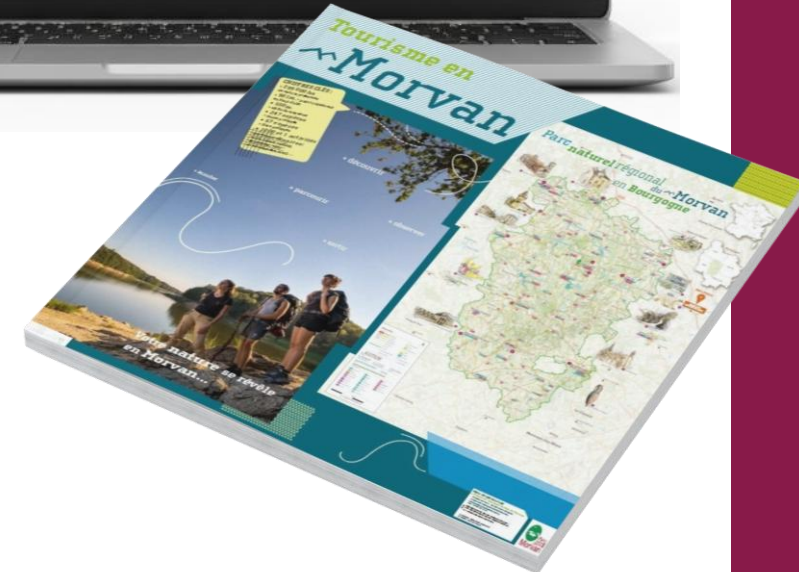
DES EXEMPLES D'APPROPRIATION

LA BOURGOGNE 

Parc du Morvan

utilisation du marqueur

- sur le site
- Sur les supports print type carte
- Sur le magazine



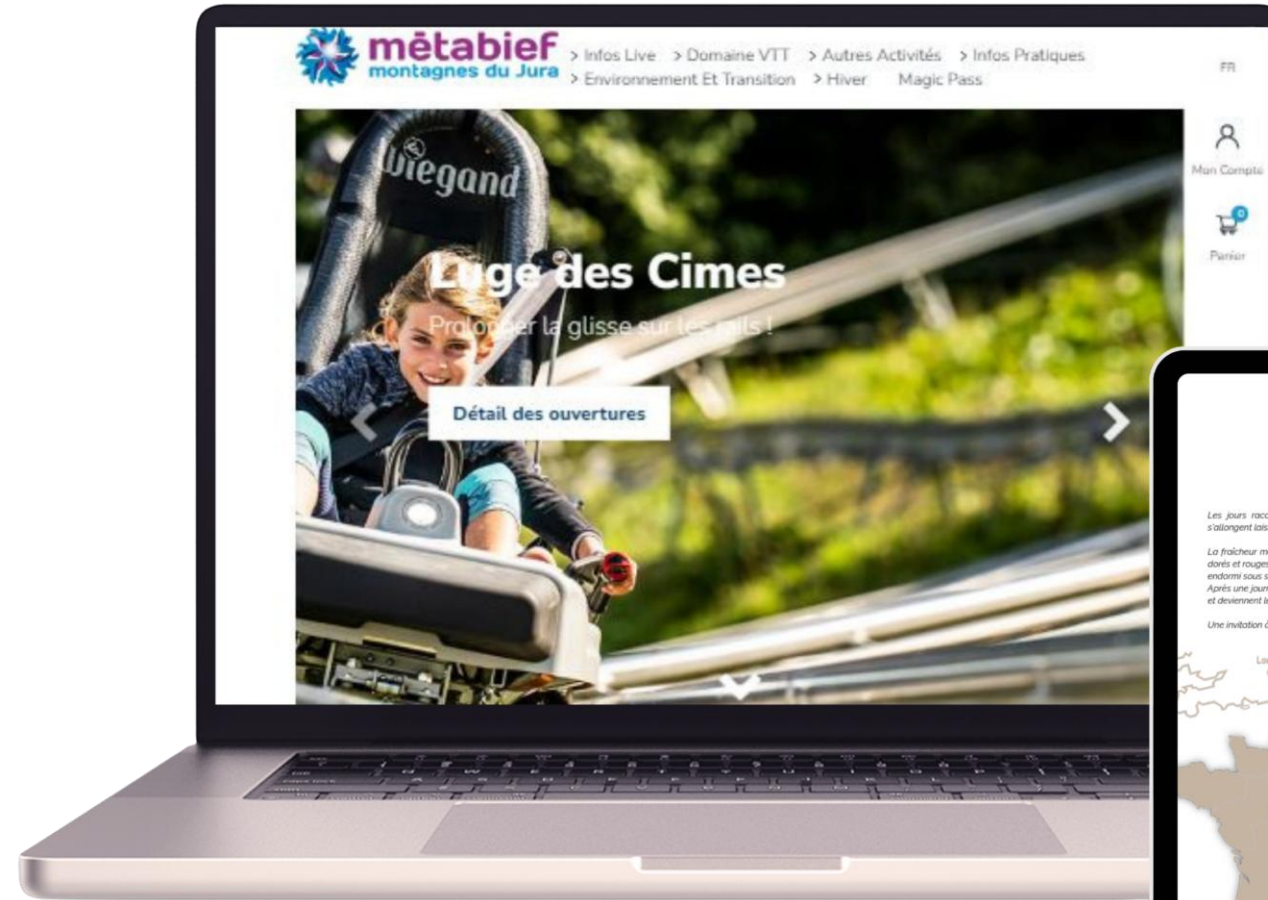
DES EXEMPLES D'APPROPRIATION

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA

Offices de Tourisme et station

Intégration de l'expression
Montagnes du Jura dans le
logo, utilisation de la
marque dans les textes du
site Internet pour situer le
territoire.



BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME

DES EXEMPLES D'APPROPRIATION

LA BOURGOGNE 

Agences départementales

Campagne d'affichage mutualisée

avec mission tourisme 71

à Genève



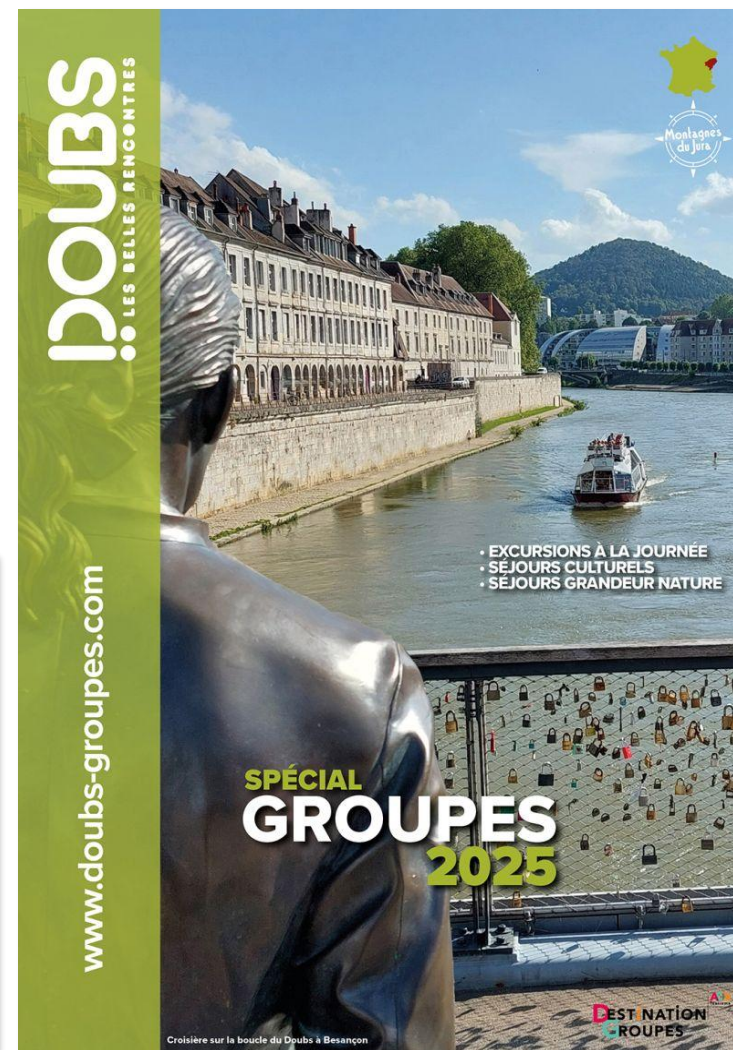
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME

DES EXEMPLES D'APPROPRIATION

Agences départementales

Intégration de l'expression
Montagnes du Jura dans le logo,
utilisation de la marque dans
les outils de communication et
sur les réseaux sociaux



Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME

DES EXEMPLES D'APPROPRIATION

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA

La campagne hiver

- Reprise du concept de com
« Vos souvenirs d'hiver se
cachent ici... »
- Habillage des covers,
- Posts en collaboration
- Reprise de gifs et mise à
jour de la bio instagram



05

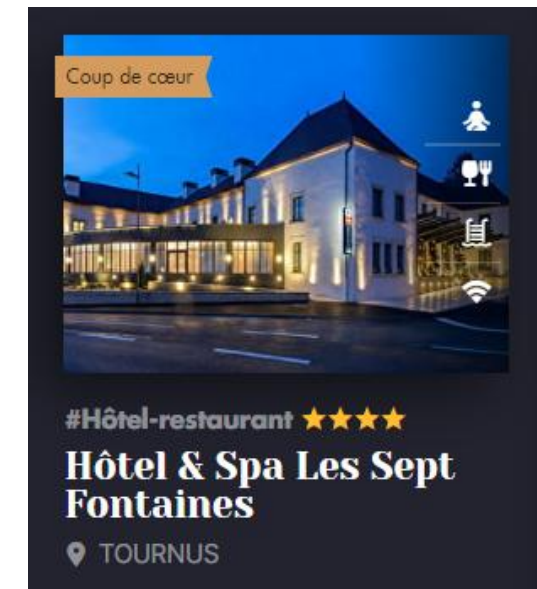
Co-construction pour répondre aux besoins des marques

LES BESOINS DES MARQUES

- De jolis visuels pour le digital et le print
- Des fiches SIT (base de données touristique Décibelles Data ou Apidae) correctement complétées et à jour

Exemple Montagnes du Jura

Exemple La Bourgogne



06

Perspectives 2026

LES PERSPECTIVES 2026

DES MARQUES

Des budgets en baisse

- Une nécessaire optimisation des moyens et des actions

Une communication 100 % digitale

- Priorité aux canaux les plus efficaces et mesurables

Une stratégie recentrée sur l'international

- Moins de présence sur le marché français
- D'où l'importance de **mutualiser nos efforts et nos ressources**

Ensemble, on va plus loin !

- En rejoignant les marques **La Bourgogne** et **Montagnes du Jura**, vous bénéficiez d'une visibilité amplifiée et d'outils mutualisés.

LES PERSPECTIVES 2026

DES MARQUES

Valorisation des offres
« gastronomie /terroir »



440 J'aime

mybourgogne 🌸 Aujourd'hui, c'est la 1^{ère} gastronomie... et on te propose une pépé de chez nous : la pôchouse, tu connais ?

Afficher les 4 commentaires

18 avril



LES PERSPECTIVES 2026

DES MARQUES

WEBINAIRE EXCLUSIF
PRÉSENTATION DU PLAN D' ACTIONS 2026
Lundi 8 décembre à 14h30

Préparez 2026 avec nous !

Découvrez les grandes lignes de notre **Plan d'Actions 2026**, conçu pour accompagner **tous les acteurs du tourisme** en Bourgogne-Franche-Comté : hébergeurs · restaurateurs · offices de tourisme · prestataires d'activités...

Ce plan s'inscrit dans la continuité du **Schéma Régional du Tourisme et des Loisirs** du Conseil régional.

Notre plan d'actions proposera :

Des **actions portées par BFC Tourisme** dans le cadre de ses missions

Des **actions à la carte**, ouvertes à la participation des professionnels

Au programme :

Présentation des **grandes lignes du plan 2026**

Identification des **axes de collaboration possibles**

Échanges avec l'équipe BFC Tourisme

 *Webinaire animé par **Sophie Ollier-Daumas**, BFC Tourisme*

SUIVEZ NOTRE ACTUALITÉ

Sur les réseaux sociaux

LinkedIn : @Bourgogne-Franche-Comté Tourisme

YouTube : @bfctourisme 360

Sur notre site professionnel

pros.bourgognefranchecomte.com

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

