

DÉCIBELLES DATA

- 🔗 **Le 29 janvier** : BFC Tourisme participe à la journée départementale des Offices de Tourisme de Côte-d'Or
- 🔗 Lors du COTECH de décembre, nous avons décidé de reporter le lancement du nouvel extranet professionnel, dans l'attente de la livraison de la fonctionnalité de saisie simplifiée, prévue pour une mise en service fin mars.
- 🔗 En janvier, les prestataires touristiques n'ayant pas mis à jour leurs informations d'ouverture et leurs tarifs 2026 feront l'objet d'une relance par les OT. Au 1er janvier, nous supprimerons l'ensemble des tarifs 2025. Un délai supplémentaire a toutefois été accordé pour la mise à jour des dates et horaires d'accueil.
- 🔗 **Les chiffres clés de 2025**
 - Plus de **220 sites web** diffusent aujourd'hui nos données
 - **30 nouveaux sites** connectés en 2025.
Voir la liste complète des sites [en cliquant ici](#)
 - Plus de **800 demandes techniques** ont été traitées par l'assistance Décibelles Data
 - **53 évolutions** ont été validées.
Découvrir le détail des évolutions [en cliquant ici](#)

FABRIQUE À SITES

- 🔗 L'agence **Thuria** a livré 2 nouveaux modules
 - La nouvelle version d'agenda : plus simple à utiliser, avec un préfiltre sur les dates proches,
 - Les blocs liés à l'itinérance, très attendus par le réseau.Comme toujours, ces nouveautés font l'objet d'une phase de tests (**recettage**) par les équipes de **BFC Tourisme** avant d'être mises à disposition de **l'ensemble des partenaires** de la Fabrique à Sites.
- 🔗 **À venir : Les nouvelles fiches SIT arrivent très bientôt !**
Après un léger retard d'une semaine dû à l'attaque d'un serveur, elles seront disponibles pour les partenaires dès le début de l'année 2026.

COMMUNICATION D'ENTREPRISE

- 🔗 **LES WEBINAIRES « LES INSTANTANÉS DE BFC TOURISME »**
Tous les replays sont toujours disponibles : [en ligne ici](#)
- 🔗 **LES RENDEZ-VOUS DU TOURISME 2026** (date en attente / 1^{er} semestre)
 - **Le 13 janvier** : BFC Tourisme et la Direction du Tourisme organisent le Campus des Rendez-Vous du Tourisme, une journée collaborative dédiée à la co-construction de la 2^{ème} édition des Rendez-Vous du Tourisme 2026. Cette journée aura lieu à Besançon.
- 🔗 **LE SITE PRO – CHIFFRES CLÉS AU 21 DÉCEMBRE**
 - 38 092 visites depuis le début de l'année.
 - 57 651 pages vues
 - un temps moyen de 1min36 passé par session
 - un taux de rebond de 61 %

VIE STATUTAIRE

- Le 17 mars** : Conseil d'Administration de BFC Tourisme
- Le 2 avril** : Assemblée Générale de BFC Tourisme

NOS PROCHAINS RENDEZ-VOUS

- Le 6 janvier** : BFC Tourisme participe au COPIL Décibelles Data
- Le 13 janvier** : réunion de travail Observatoire entre BFC Tourisme et les ADT
- Le 14 janvier** : présentation des vœux de Nabia Hakkar Boyer et Patrick Ayache à l'équipe de BFC Tourisme
- Le 15 janvier** : BFC Tourisme participe à la journée Direction du Tourisme en Côte-d'Or
- Le 19 janvier** : CODIR de janvier de BFC Tourisme
- Le 20 janvier** : participation de BFC Tourisme au Comité de Pilotage du pôle Nature Massif central Morvan
- Le 21 janvier** : CODIR Promotion / Presse BFC Tourisme
- Le 22 janvier** : BFC Tourisme participe au comité stratégique du collectif Vosges du Sud
- Le 22 janvier** : BFC Tourisme participe au China workshop à Paris
- Le 23 janvier** : réunion de travail entre BFC Tourisme et l'OT de Beaune
- Le 26 janvier** : réunion entre le CSE de BFC Tourisme et la direction
- Le 27 janvier** : BFC Tourisme participe aux rencontres régionales du Patrimoine proposée dans le cadre de la démarche d'animation de la filière patrimoine portée par la Région Bourgogne-Franche-Comté
- Le 29 janvier** : CODIR digital BFC Tourisme



À DESTINATION DES HABITANTS

COMMUNICATION ONLINE & RESEAUX SOCIAUX

DU CÔTÉ DES NEWSLETTERS (base de 30 000 abonnés) :

- **Le 15 janvier** : les nouvelles adresses gourmandes à tester : l'année 2026 sera placée sous le signe de la gastronomie !
- **Le 29 janvier** : sélection d'hébergements pour la Saint-Valentin, avec une offre spéciale « -15% pour la nuit du 14/02 avec le code SortezChezVous »

DU CÔTÉ DES RÉSEAUX SOCIAUX

- **INSTAGRAM** (47 700 abonnés)
 - **Le 2 janvier** : collaboration sites UNESCO : Les voûtes de la Grande Saline
 - **Le 7 janvier** : Reel Vin jaune - infos sur la percée du vin jaune
 - **Le 11 janvier** : publication pour annoncer l'année de la gastronomie
 - **Le 19 janvier** : collaboration sites UNESCO : focus sur les portes
 - **Le 29 janvier** : collaboration sites UNESCO : focus sur le toit de Ronchamp
- **FACEBOOK** (112 000 abonnés)
 - **Le 2 janvier** : collaboration sites UNESCO : Les voutes de la Grande Saline
 - **Le 7 janvier** : Reel Vin jaune - infos sur la percée du vin jaune
 - **Le 11 janvier** : publication pour annoncer l'année de la gastronomie
 - **Le 19 janvier** : collaboration sites UNESCO : focus sur les portes
 - **Le 29 janvier** : collaboration sites UNESCO : focus sur le toit de Ronchamp

PARTENARIAT AVEC LA DIRECTION DU TOURISME

- En janvier, mise en avant de l'idée de sortie « **Une journée dans 2 stations des Montagnes du Jura : Les Rousses & Métabief** » auprès des agents de la région, via leur intranet.

COMMUNICATION OFFLINE

PARTENARIAT RADIO

- **Planning des chroniques Ici Besançon**
 - **Le 4 janvier** : la Saint Vincent Tournante dans les Maranges
 - **Le 11 janvier** : une journée à Auxerre
 - **Le 18 janvier** : une journée à la station des Rousses
 - **Le 25 janvier** : la route gourmande de Fougerolles à Besançon

RETOUR SUR ...

RETOUR SUR L'ANNEE 2025

- **Côté réseaux sociaux :**
 - 70 publications Facebook
 - 118 publications Instagram
- **Une réussite sur notre site web**
 - 108 nouvelles pages mises en ligne sur le site : édito, listings tout confondu.
- **Côté Newsletter :**
 - 21 newsletters envoyées

Soit 179 158 ouvertures, 36,3% d'ouverture en moyenne, plus de 24 000 clics

VIE DU COLLECTIF

- **Le 7 janvier** : rendez-vous en visio avec Vincent Menseau / nouveau directeur de l'OT du Pays Horloger
- **Le 8 janvier** : BFC Tourisme participera à la réunion "Usagers de la nature" initiée par le Commissariat à l'Aménagement du Massif du Jura
- **Le 15 janvier** : rendez-vous en visio avec Clara Claudel et Mélanie Besson de l'OT du Val d'Amour

MARKETING

- **Un bel exemple de portage de la marque**
Les Grandes Traversées du Jura reprennent la campagne hiver partagée dans leur Eletter pro à destination de leur réseau d'hébergeurs et partenaires. Cette dynamique se prolonge également en ligne avec la publication d'un article web autour d'une idée de séjour « Exploration nordique à raquettes ». Ce contenu a été co-construit par l'ENJ, les GTJ et Montagnes du Jura, qui a par ailleurs pris en charge les frais de tournage.
- **Carte en relief des Montagnes du Jura** : le prestataire sélectionné est Dénivelés Edition.

COMMUNICATION ONLINE

- **ENVOI ELETTER HIVER deuxième moitié de janvier** : Si vous avez des nouveautés qui peuvent intéresser le grand public n'hésitez pas à nous transmettre des infos et visuels de qualité.

CAMPAGNE VELO PAYS-BAS

- Campagne de notoriété : faire connaître les MDJ comme une Terre de cyclotourisme auprès des clientèles néerlandaises et belges flamandes (couple/famille mais surtout amateur confirmé de vélo.)
Plan média déployé aux Pays-Bas
 - Campagne vidéo sur les plateformes de streaming Disney+ et Prime Vidéo (SVOD).
 - Campagne display sous forme de "native ads" (publicités qui ressemblent à des articles avec une image et du texte)**Plan média déployé en Belgique Flamande**
 - Campagne vidéo AVOD, c'est-à-dire sur des plateformes gratuites financées par la publicité comme YouTube et Dailymotion.

RESEAUX SOCIAUX

CAMPAGNE HIVER COLLABORATIVE

- **Quelques chiffres sur la campagne hiver collaborative** :
3 Carrousels organiques en collaboration avec les stations (1 par station) :
[Carrousel dédié à la station Monts Jura](#)
[Carrousel dédié à la station des Rousses](#)
[Carrousel dédié à la station de Métabief](#)

Chiffres cumulés pour les 3 carrousels :

70 909 vues | 1 517 interactions (like, commentaire, partage...) dont 1 404 mentions j'aime | 32 enregistrements

Posts Facebook organiques en collaboration avec les stations (1 par station, en attendant celui de l'ENJ à venir) :

[Post dédié à la station Mont Jura](#)
[Post dédié à la station des Rousses](#)
[Post dédié à la station de Métabief](#)

Chiffres cumulés pour les 3 posts :

95 583 vues (environ 75% par des followers du compte) | 6574 interactions (like, commentaire, partage...)

COMMUNICATION DÉDIÉE AUX FILIÈRES

FILIÈRE OENOTOURISME

MARKETING

Déploiement des actions prioritaires retenues dans le cadre des ambitions marketing des Montagnes du Jura

PROMOTION - PRESSE



FRANCE

- **DECATHLON TRAVEL** : dans le cadre de nos actions de promotion, nous collaborons avec le TO français **Décathlon Travel** pour intégrer l'offre régionale dans leur catalogue général.
BFC Tourisme a transmis au TO une sélection de séjours proposés par les partenaires régionaux.
Certains prestataires dont l'offre correspond aux critères de Décathlon Travel ont été recontactés directement afin de compléter un formulaire.
Rappel important : la détention d'une licence Atout France est obligatoire pour permettre la commercialisation des produits.
- Envoi du communiqué de presse Hiver au fichier national presse tourisme & lifestyle. Mise en avant du Pass Métabief, de la Transju (nouvelle rando raquette ouverte à tous pendant la Transju + nouvelles adresses hiver cocooning dans les MDJ

PRODUCTION DE CONTENUS

- Poursuite de la rédaction des contenus cyclo + traduction dans le cadre de la campagne vélo aux Pays-Bas.
[Grand Tour du Doubs à vélo](#)
[Mégatour de la Montagne de l'Ain](#)
[Au pays de Brillat-Savarin à vélo](#)

RETOUR SUR ...

- **Le site web – chiffres clés au 14 décembre**
Près de **1,8 million de visites** (1 765 737) depuis le début de l'année.
3,1 millions de pages vues
Un temps moyen de **1min45** passé par session et un taux de rebond de **45,2 %**

Le site ne se contente pas de générer de l'audience, il crée des opportunités directes pour nos professionnels :
61 663 mises en relation directes ont été générées vers les sites de nos prestataires OT.
1 347 nouveaux abonnés à la Eletter grand public.

VIE DU COLLECTIF

- Consultez le bilan des actions menées en 2025 par le collectif La Bourgogne à partir de ce lien [bilan PAC La Bourgogne 2025](#)

COMMUNICATION DE LA DESTINATION

NOS ACTIONS À DESTINATION DU MARCHÉ BRITANNIQUE

La campagne ciblée sur le marché britannique a généré des résultats prometteurs, notamment grâce à **deux activations majeures** :

1. **The World of Fine Wine**

Print & Digital : présence sur trois éditions (sept. et déc. 2025, mars 2026), complétée par un article dédié, une newsletter exclusive, et une campagne de bannières numériques (69K visiteurs uniques/mois).

Bilan à date (2025) : 103 999 impressions et 877 clics.

2. **Le Shuttle et Atout France (Explore France).**

Dispositif Multicanal : belle visibilité digitale (landing page sur le site Le Shuttle), des newsletters croisées (bases Atout France et Le Shuttle), et une campagne conjointe sur les réseaux sociaux. Performances à date :

Campagne Paid Social : 1,63 million d'impressions pour 15 000 clics (avec un CPC très compétitif de 0,45 €).

E-mailing : Le mailing Le Shuttle a atteint 630 852 destinataires avec un excellent Taux d'Ouverture de 51%.

- Un nouvel article dédié à la destination est en ligne sur france.fr [lire l'article](#)
- Le site [burgundy-tourism.com](#) enregistre la plus forte progression en 2025 : **335 000 visites (+45 %) vs 2024**.

RÉSEAUX SOCIAUX

▪ **Bilan de la campagne « L'Automne, c'est La Bourgogne »**

La campagne a enregistré des résultats très positifs sur les réseaux sociaux. Les principaux indicateurs :

- + **5,5 millions d'impressions** générées
- + **30 % de clics sortants** soit **25 422 visites** sur [bourgogne-tourisme.com](#)
- Budget divisé par deux (- 50 %) par rapport à 2024
- Coût par clic : **0,23 €**, soit un niveau près de trois fois inférieur à celui de 2024 (0,78 €)

Dans le cadre de cette campagne partagée, un **kit de communication simplifié** a été mis à disposition des OT adhérents et volontaires, leur permettant de relayer et décliner la campagne à leur échelle.

Malgré le nombre d'OT impliqués et une baisse par conséquent logique du nombre de posts réalisés, les impressions et interactions totales sont en forte hausse.

- En 2026, dans le cadre de nos ambitions pour développer l'image du patrimoine- culture et la gastronomie auprès de nos communautés, nous allons produire de nouveaux contenus sur les réseaux sociaux pour présenter les rendez-vous en Bourgogne : Ça bouge en campagne, les top expos du moment, tutos recettes ...

- **À retenir du côté d'Instagram** : 25 400 personnes suivent désormais le compte @MyBourgogne

▪ **Rappel de nos rythmes de publication**

Plateforme	Compte	Rythme de Publication	Abonnés
Instagram	@MyBourgogne	2 publications / semaine	25 400
Facebook	@bourgogne.tourisme	1 publication / semaine	129 000

Les partenaires souhaitant valoriser leurs actions sont invités à contacter la **Community Manager** afin d'envisager un **post en collaboration**, dans le respect du **style et de la sémantique de la marque**.

PRODUCTION DE CONTENUS

- [Immersion au cœur du vignoble : dormir chez un vigneron](#)
- [FAQ à destination du marché néerlandais](#)
- [Le topo Athletic Bibracte Ultra Trail](#)
- Mise en place du maillage croisé entre le site de <https://www.routedesgrandsgrusdebourgogne.com/> et <https://www.bourgogne-tourisme.com/> pour que cette belle route des vins puisse profiter pleinement de la visibilité de notre site.

COMMUNICATION DÉDIÉE AUX FILIERES

FILIERE OENOTOURISME / GASTRONOMIE

▪ **MAGAZINE COURANTS D'AIR**

Parution d'un article en partenariat avec l'OT de Dijon : [lire l'article](#)

▪ **MARKETING**

Déploiement des actions prioritaires retenues dans le cadre des ambitions marketing de La Bourgogne

PROMOTION



FRANCE

- **DECATHLON TRAVEL** : dans le cadre de nos actions de promotion, nous collaborons avec le TO français **Déathlon Travel** pour intégrer l'offre régionale dans leur catalogue général.

BFC Tourisme a transmis au TO une sélection de séjours proposés par les partenaires régionaux.

Certains prestataires dont l'offre correspond aux critères de Déathlon Travel ont été recontactés directement afin de compléter un formulaire.

Rappel important : la détention d'une licence Atout France est obligatoire pour permettre la commercialisation des produits.

RETOUR SUR ...

- **Le 27 novembre** : envoi de la enews [La Bourgogne pour vos week-ends de détente et de plaisir en novembre](#)
Les résultats
Envois : 22 597 - Taux d'ouverture : 30,8 % - Taux de clic : 6,58 %
Impact web : 923 visites sur notre site web et un taux intérêts partenaires de 5,53 %
- **Le 11 décembre** : envoi de la enews [Une dernière dose d'évasion avec de se retrouver en 2026](#)
Les résultats
Envois : 22 335 - Taux d'ouverture : 29,3 % - Taux de clic : 6,64 %
Impact web : 1 109 visites sur notre site web et un taux intérêts partenaires de 4,15 %



BELGIQUE

- **Les 17 et 18 décembre** : démarchage presse à Bruxelles et Anvers : rendez-vous avec des journalistes des rédactions de Reiskrant, De Zondag, Car & Bus, De Nieuwsblad, Pasar, Reisreporter afin de leur présenter nos nouvelles Routes Gourmandes et décrocher des articles ou des accueils presse en 2026.
- **La Bourgogne-Franche-Comté à l'honneur en Belgique pour le Réveillon !**
Le 31 décembre, de 11h à 14h, notre région était la star de la radio belge RTBF (Vivacité). L'émission « **Invitation au Voyage** » a consacré 3 heures de direct avec comme fil conducteur nos Routes Gourmandes.
La Maison Doucet, l'OT Puisaye-Forterre et l'OT Gevrey-Nuits ont pris la parole pour faire rayonner leurs destinations.
À cette occasion, BFC Tourisme et ses partenaires offraient un séjour complet :
 - 3 nuits à l'hôtel Bellevigne à Chambolle-Musigny (21)
 - des expériences gourmandes sur le territoire de Gevrey-Nuits,
 - entrées et déjeuner à Guédelon,
 - une soirée romantique à la Maison Doucet.
 Une opération séduction d'envergure pour renforcer notre notoriété sur ce marché prioritaire !



VIE DU COLLECTIF

- **Le 9 janvier** : participation de BFC Tourisme au travail avec les référents techniques sur le programme d'actions Massif des Vosges
- **Le 22 janvier** : Comité Stratégique du collectif régional Vosges du Sud à Héricourt (centre d'affaires Pierre Carmien)

CAMPAGNE ONLINE DE LA DESTINATION

▪ CAMPAGNE CHILOWÉ

Préparation du programme d'accueil du média Chilowé fin mars-début avril sur la base des retours et orientations effectués lors des réunions mi-décembre par les partenaires du collectif.

RESEAUX SOCIAUX

- Travail sur les formats de posts à intégrer dans la campagne, issus de l'angle créatif "ratez - respirez - recommencez" à partir des hébergements sélectionnés par les partenaires du collectif régional Vosges du Sud.

PROMOTION



FRANCE

- **DECATHLON TRAVEL** : dans le cadre de nos actions de promotion, nous collaborons avec le TO français **Décathlon Travel** pour intégrer l'offre régionale dans leur catalogue général. BFC Tourisme a transmis au TO une sélection de séjours proposés par les partenaires régionaux. Certains prestataires dont l'offre correspond aux critères de Décathlon Travel ont été recontactés directement afin de compléter un formulaire.
Rappel important : la détention d'une licence Atout France est obligatoire pour permettre la commercialisation des produits.

PRODUCTION DE CONTENUS

- **Pages en cours de construction**
 - Comment venir et se déplacer dans les Vosges du Sud ?
 - Les contenus pour la campagne printemps : mise à jour et enrichissement des contenus existants, création de pages d'atterrissage dédiées à la campagne code promo.
- **Mi-janvier**
 - Point d'étape sur les nouveaux contenus à produire et la refonte de pages existantes, afin d'améliorer le référencement et la visibilité des offres Vosges du Sud,
 - Échanges sur le relais de la campagne « code promo » via Sortez Chez Vous.
- Sur la base des suggestions d'hébergements des partenaires du collectif et des besoins de la campagne, un brief est en cours de préparation avec les créateurs de contenus. Un tournage est envisagé en février sur plusieurs hébergements intégrés au dispositif code promo.
- Adaptation du spot Vosges du Sud pour YouTube et déclinaisons en formats courts, en cohérence avec les objectifs de la campagne.

RETOUR SUR ...

- **Mi-décembre** : envoi d'un communiqué de presse auprès de journalistes allemands pour présenter les offres Vosges du Sud printemps sous l'angle gastronomie à l'approche de Noël, à partir des nouveautés du dossier de presse 2026 (suite à cet envoi, des premières réactions directes avec une venue éventuelle au printemps d'une journaliste en cours de programmation et d'autres relais envisagés).



TOURNAGES & CINÉMA

AGENDA

- **Le 8 janvier** : réunion mensuelle Film France / CNC

TOURNAGES

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

COMMUNICATION

- **Refonte du site internet** : rédaction web, validation des maquettes et pré-production - travail avec Think My Web et La Fabrique à Site
- Suivez Bourgogne-Franche-Comté Tournages & Cinéma sur les réseaux sociaux
 - [Facebook](#)
 - [Instagram](#)
 - [LinkedIn](#)

EN SALLES EN CE MOMENT

- **AVANT-PREMIÈRE**
Les enfants de la Résistance de Christophe Barratier - tourné en Bourgogne (Mailly-le-Château - Yonne)
 Rendez-vous dans vos cinémas pour des séances spéciales.
[Voir la bande annonce](#)
 Le film sera en sortie nationale le 11 février

RETOUR SUR ...

- **Le 4 décembre** : dans le cadre de **notre partenariat avec Grand Besançon Métropole**, une première session de formation dédiée à l'accueil de tournages a été organisée.
 Très appréciée des participants, elle a permis de partager des bonnes pratiques et des conseils concrets. pour transformer nos territoires en décors de cinéma.
 Cette collaboration ouvre de nouvelles perspectives pour renforcer l'attractivité de la Bourgogne-Franche-Comté en tant que territoire de tournage.
 Prochaines étapes de ce partenariat : présence sur un salon professionnel et repérages



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

VIE DU CLUB

- Bienvenue aux 17 nouveaux partenaires qui ont d'ores et déjà rejoint le club BFC Séminaires & Events en 2026 !

En Bourgogne

14 lieux de séminaires/réception :

Le Château de la Resle (89) - Le Château de Chailly (21) - Le Kyriad Dijon Gare (21) – Ibis Dijon Sud Domaine de Beauregard (21) - Les Clavendiers & l'Hostellerie Saint-Vincent à Nuits-St-Georges (21) - l'Ibis Dijon Sud (21) - l'Hôtel Parc Adélie à Montagny les Beaune (21) - le Dorr aine Goichot et l'Alfred Hôtel à Beaune (21) - Parlons Vins à la Chapelle de Guinchay (71) - Ibis Mâcon Sud Crèches (71) - Le Cinéma Pathé à Mâcon - le Domaine sur-Valot à Beaubery (71)

Dans les Montagnes du Jura

2 lieux de séminaires/réception :

Le Domaine de Bournel à Cubry (25) et le Parc et Monastère de Consolation (25)

1 agence événementielle : Daudey Organisation (25)

Tous ces partenaires sont référencés sur notre site affaires <https://seminaires.bourgognefranche.comte.com>

- Pour les partenaires souhaitant renouveler leurs adhésions, vous pouvez le faire **avant le 30 janvier 2026**.
- Pour les nouveaux partenaires, envoi du bulletin d'engagement **avant le 31 mars 2026** suivi d'une visite de labellisation pour valider l'adhésion.

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION

▪ Du côté de LinkedIn

En ce début d'année 2026, la programmation LinkedIn prévoit :

Le 1^{er} janvier : même pour souhaiter la bonne année aux organisateurs d'événements professionnels

Le 8 janvier : surcyclage d'un carrousel Vosges du Sud, réalisé par MyDestination en 2025, dans le cadre d'une campagne

Le 15 janvier : publication à définir

Le 20 janvier : même à tonalité humoristique

Le 22 janvier : surcyclage d'un carrousel La Bourgogne, réalisé par MyDestination en 2025, dans le cadre d'une campagne

Le 29 janvier : surcyclage d'un carrousel Montagnes du Jura, réalisé par MyDestination en 2025, dans le cadre d'une campagne

▪ Du côté de la newsletter

Fin janvier, diffusion d'une newsletter thématique pour présenter nos nouveaux partenaires.

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

RETOUR SUR ...

- **CAMPAGNE 100 % PAID LINKEDIN**

Pour clôturer l'année 2025, Nous avons déployé une dernière micro-campagne 100% paid sur la page LinkedIn. Elle mettait en avant la vidéo tutorielle de la plateforme, diffusée via 5 A/B testings, auprès des cibles prioritaires, avec des objectifs de trafic et de notoriété.

Résultats à mi-décembre (3/4 de la campagne)

- 37 988 vues
- 69 563 impressions
- 96 clics
- Taux de clic : 0,14 %
- Coût par résultat : 0,01 €
- 77 conversions (très bon résultat)

- **Le 15 décembre** : promotion de l'offre MICE des partenaires du Club Bourgogne-Franche-Comté Séminaires & Events auprès des agences parisiennes
BFC Tourisme a rencontré 28 contacts lors de cette soirée

- **RETOUR SUR L'ANNEE 2025 :**

Côté LinkedIn : 54 publications

Côté newsletters : 7 newsletters envoyées

2 816 ouvertures - 30% d'ouvertures en moyenne et 1 400 clics.

Sur seminaires.bourgognefranchecomte.com : 16 nouvelles pages édito.



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE PATRIMOINE

VIE DU COLLECTIF

- **Début janvier** : envoi aux membres adhérents, du bilan des actions 2025 menées dans le cadre du collectif Patrimoine
- **Les 13 et 14 janvier** : Salon Museum Connection dédié aux sites patrimoniaux, Paris Expo Porte de Versailles. Programme, exposants, inscriptions : <https://www.museumconnections.com/paris-2026/fr>
- **Campagne d'adhésion au Collectif Patrimoine pour 2026** : [consulter le plan d'actions prévisionnel 2026 de BFC Tourisme](#)
[Lien vers le formulaire d'adhésion au Collectif Patrimoine](#)
- **Le 19 janvier** : visite d'adhérents au Collectif Patrimoine : L'Atelier des savoir-faire à Ravilloles et le Musée de l'Abbaye à Saint-Claude.

DEVELOPPEMENT

- **2^{ème} quinzaine de janvier** : Webinaire "Stratégies pour booster la fréquentation de votre site et présentation de l'événement de la Nuit des Châteaux. Animé par Dartagnans, les "Mousquetaires du Patrimoine".
Ce webinaire invite les acteurs du tourisme à explorer de nouvelles manières de valoriser leurs sites patrimoniaux en s'appuyant sur des événements à fort pouvoir d'attraction, comme la Nuit des Châteaux et la Nuit des Monuments. À travers des retours d'expérience concrets, il montre comment ces rendez-vous nocturnes peuvent devenir de véritables leviers de visibilité, de fréquentation et d'émotion, tout en s'inscrivant dans une dynamique collective à l'échelle régionale.
- **Le 27 janvier** : rencontres régionales du Patrimoine proposée dans le cadre de la démarche d'animation de la filière patrimoine portée par la Région Bourgogne-Franche-Comté. Maison Régionale de l'Innovation (Dijon).
Thème de la journée : "Le patrimoine face à la transition écologique : adaptation et nouveaux usages".
Programme et inscription disponibles prochainement.

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE HABITANTS

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

- Post Facebook
 - **Le 14 janvier** : reprise de la capsule vidéo Le Point x BFC Tourisme - Zoom sur le FRAC de Besançon
 - **Le 28 janvier** : diffusion podcast Besançon - Belfort



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE ITINÉRANCE

AGENDA

- **Le 15 janvier** : CoTech PromoCom de la Voie Bleue : plan d'actions promotion-communication 2026, actualités

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

DESTINATION MONTAGNES DU JURA

▪ CAMPAGNE VELO PAYS-BAS

Campagne de notoriété : faire connaître les MDJ comme une Terre de cyclotourisme auprès du public néerlandais et belge flamant, couple/famille mais surtout amateur confirmé de vélo.

Plan média déployé aux Pays-Bas

Campagne vidéo sur les plateformes de streaming Disney+ et Prime Vidéo (SVOD).

Campagne display sous forme de "native ads" (publicités qui ressemblent à des articles avec une image et du texte)

Plan média déployé en Belgique Flamande

Campagne vidéo AVOD, c'est-à-dire sur des plateformes gratuites financées par la publicité comme YouTube et Dailymotion.

- Poursuite de la rédaction des contenus cyclo et traduction dans le cadre de la campagne vélo aux Pays-Bas.

[Grand Tour du Doubs à vélo](#)

[Mégatour de la Montagne de l'Ain](#)

[Au pays de Brillat-Savarin à vélo](#)

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE EXPERT

- Collection Komoot EuroVelo 6 Entre Rhin et Loire à Vélo est en ligne : [à consulter ici](#)

La collection BFC à vélo est toujours en cours de rédaction par l'équipe Komoot.

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE OENOTOURISME

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTES

DESTINATION LA BOURGOGNE

- **MAGAZINE COURANTS D'AIR**

Parution d'un article en partenariat avec l'OT de Dijon : [lire l'article](#)

- **MARKETING**

Déploiement des actions prioritaires retenues dans le cadre des ambitions marketing de La Bourgogne

DESTINATION MONTAGNES DU JURA

- **MARKETING**

Déploiement des actions prioritaires retenues dans le cadre des ambitions marketing de Montagnes du Jura



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

OBSERVATION / ORT

- Première note de conjoncture de l'hiver 2025-2026 dans les Montagnes du Jura
- Lancement de l'interrogation des lieux de visites sur leur activité 2025
- **Le 13 janvier** : réunion Observatoire BFCT/ADT/CDT
- Lancement du processus d'édition des chiffres clés et mémento 2026

INGÉNIERIE

- **Le 6 janvier** : comité de pilotage Phase 1 / mission «Sourcing» d'opportunités foncières et bâties en Bourgogne-Franche-Comté
- **Le 8 janvier** : participation au groupe de travail "Hôtel" piloté par Nièvre Attractive
- **Le 16 janvier** : comité de pilotage Tableau de Bord de l'Investissement Touristique
- **Le 27 janvier** : comité de pilotage "Hôtel" piloté par Nièvre Attractive

ACCOMPAGNEMENT DES OT

SADI

- ↳ **Le 26 janvier** : 2^{ème} jour de formation SADI pour l'OT Verts Vallons Sud Bourgogne

DESTINATION D'EXCELLENCE

Accompagnement Destination d'Excellence des OT :

- **Le 12 janvier** : Grand Chalon
- **Le 13 janvier** : Grand Dole
- **Le 22 janvier** : Paray-le-Monial

FORMATION

- ↳ **Formation des OTs** :
Le 26 janvier : formation Gagner en efficacité avec le module GRC / accueil Décibelles Data aura lieu.

DÉCIBELLES DATA

- ↳ **Les 12 et 13 janvier** : présentation de Décibelles Data aux étudiants section Tourisme du lycée Saint Bénigne Dijon
- ↳ **Le 15 janvier** : atelier "Onglet questionnaire de satisfaction visiteurs"
- ↳ **Le 29 janvier** : journée départementale des Offices de Tourisme de Côte-d'Or en association avec Côte-d'Or Attractivité

AUTRES ACTIONS

CAMPUS DES METIERS ALIMENTATION, GOUT, TOURISME BFC

- ↳ **Le 8 janvier** : groupe de travail Tourisme
- ↳ **Le 20 janvier** : COPIL
- ↳ **Le 27 janvier** : groupe de travail Tourisme

RETOUR SUR ...

- ↳ La MASCOT a participé à la journée "**Impulsion 2030**", dans le cadre du tour de France d'ADN Tourisme, organisé en Bourgogne-Franche-Comté par BFC Tourisme et Côte-d'Or Attractivité. Une journée riche en échanges avec les 3 échelons territoriaux, afin d'exprimer les besoins et attentes et alimenter une réflexion collective autour de la fédération nationale.

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.