

DÉCIBELLES DATA

- **Nièvre Attractive** a choisi de diffuser ses itinéraires touristiques sur l'application et le site [La Trace](#), spécialiste des vacances à vélo, en mettant en valeur la proximité des gares ainsi que les points d'intérêt touristiques.
- **Le PNR du Haut-Jura** devient contributeur-diffuseur de ses événements : la signature de la convention Décibelles Data lui permet de bénéficier d'un accès complet à l'interface lui permettant de sélectionner les offres à afficher sur les différents sites dont il a la charge, à savoir
<https://www.pays-haut-jura.com/>
<https://www.jurassicvelotours.fr/>
<https://www.parc-haut-jura.fr/>
- **Le Conseil départemental de l'Yonne** a sollicité la mise à disposition de flux Décibelles Data afin de valoriser les offres touristiques sur le futur site internet du Grand Site de Vézelay.
- Création d'une carte des restaurants situés à proximité du **Topo Athletic Bibracte Ultra-Trail® 2026**.
- Le 15 janvier dernier, présentation de **Décibelles Data** à l'Association Seize Mille (réseau d'art contemporain de Bourgogne-Franche-Comté), en vue de la diffusion des événements de leurs membres sur leur site internet.

FABRIQUE À SITES

- ↳ La création du site de **l'OT de Bourbon-Lancy** est officiellement lancée : la maquette d'intention a été présentée et va être déclinée avant le passage en phase de développement.
- ↳ **L'OT Val d'Amour** rejoint la FAS. Une première réunion de travail a déjà eu lieu en janvier.
- ↳ Reprise du projet **du site des 2 Vallées Vertes** : la création du site redémarre après avoir été mise en pause à la suite du changement de direction.
- ↳ Déploiement de 2 nouvelles fonctionnalités pour tous les clients FAS :
 - le listing Agenda
 - une toute nouvelle version des fiches SIT, plus optimisée et résolument dans l'air du temps.

VIE STATUTAIRE

Le 17 mars : Conseil d'Administration de BFC Tourisme

Le 2 avril : Assemblée Générale de BFC Tourisme

NOS PROCHAINS RENDEZ-VOUS

Le 4 février : BFC Tourisme participe au CA d'ADN Tourisme

Le 4 février : BFC Tourisme participe au Copil Rendez-Vous en France 2026

Le 4 février : BFC Tournage & Cinéma participe au séminaire du Réseau Film France CNC

Les 5 et 6 février : BFC Tournage & Cinéma participe au salon Paris Images Production Forum

Le 10 février : CODIR de février de BFC Tourisme

Le 10 février : BFC Tourisme participe au workshop presse à Amsterdam

Le 10 février : BFC Tourisme intervient auprès du Club Pro Bourgogne-Riviera

Le 11 février : comité de pilotage de la Fabrique à Sites

Le 12 février : BFC Tourisme participe au workshop presse à Bruxelles

Le 16 février : CODIR Promotion / Presse BFC Tourisme

Le 17 février : BFC Tourisme rencontre l'OT d'Auxerre

Le 18 février : temps d'échange entre BFC Tourisme / Direction du Tourisme + Patrick Ayache + Nabia Hakkar-Boyer

Les 23 et 24 février : BFC Tourisme participe à la Tournée Médiaque en Allemagne

Le 24 février : CODIR digital BFC Tourisme



À DESTINATION DES HABITANTS

COMMUNICATION ONLINE & RESEAUX SOCIAUX

CAMPAGNE SEA

- Une campagne d'annonces Google sera menée tout le mois de février pour mettre en avant nos 4 stations et profiter le temps d'une journée, d'un week-end, avec ou sans neige ! Métabief et Les Rousses dans les Montagnes du Jura, Planche des Belles Filles et Ballon d'Alsace dans les Vosges du Sud.

DU CÔTÉ DES NEWSLETTERS (base de 30 000 abonnés)

- 2 newsletters ce mois-ci viendront renforcer la campagne pour la mise en avant des activités dans nos 4 stations.

DU CÔTÉ DES RÉSEAUX SOCIAUX

▪ INSTAGRAM

- **Le 1 février** : recap des meilleurs photos du mois de janvier (ce post a pour but d'inciter les habitants à nous taguer dans leurs photos)
- **Le 8 février** : Reel sur La Maison de la Vache qui Rit
- **Le 11 février** : publication pour annoncer sortie du film Les Enfants de la Résistance de Christophe Barratier (réalisateur du film "Les Choristes"), tourné à Mailly-le-Château
- **Le 18 février** : Idée week-end au Ballon d'Alsace

▪ FACEBOOK

- **Le 11 février** : publication pour annoncer la sortie du film Les Enfants de la Résistance de Christophe Barratier (réalisateur du film "Les Choristes"), tourné à Mailly-le-Château.
- **Le 18 février** : partage de la vidéo réalisée par la filière patrimoine en collaboration avec Le Point sur La Saline Royale

PARTENARIAT AVEC LA DIRECTION DU TOURISME

- Partage d'idées sorties et week-ends dans les stations pour faire écho à la thématique prioritaire de ce mois-ci auprès des agents de la région, via leur intranet.

COMMUNICATION OFFLINE

PARTENARIAT RADIO

▪ Planning des chroniques Ici Besançon

- **Le 1er février** : Route gourmande au fil du Doubs
- **Le 8 février** : Nos idées de sorties pour la Saint-Valentin
- **Le 15 février** : Sortie ciné : les enfants de la résistance
- **Le 22 février** : une journée à la Planche des Belles Filles

PRODUCTION DE CONTENUS

- Dans le cadre de la rubrique « **Quoi faire cet hiver** » dédiée aux activités neige et à la valorisation de nos stations, quatre nouvelles idées de week-end hivernal ont été rédigées :
 - [Week-end d'hiver romantique autour de la Planche des Belles Filles](#)
 - [Week-end en raquettes sur la GTJ](#)
 - [Week-end d'hiver autour de la Station des Rousses](#)
 - [Week-end entre potes et sans ski, au Ballon d'Alsace](#)
- Création d'une landing page pour la campagne SEA reprenant [6 idées Week-end](#)



À DESTINATION DES HABITANTS

RETOUR SUR ...

- La dernière newsletter dédiée aux nouveautés "à déguster", issues du dossier de presse 2026, a suscité un fort intérêt auprès des prospects et généré un excellent taux de contacts partenaires. [Consulter la newsletter](#)

Résultats

21 897 prospects touchés

9 519 ouvertures soit un taux d'ouverture de 43,47 %

taux de clics : 8,92%

605 visites générées sur sortezchezvous.fr

taux d'intérêts partenaires : 9,5%

VIE DU COLLECTIF

- **Le 2 février** : Comité Opérationnel à la Maison du Comté à Poligny
- **Le 5 février matin** : Rdv terrain avec l'équipe de l'OT du Pays Horloger
- **Le 5 février après-midi** : remise officielle de la marque **Valeurs Parc** à plusieurs prestataires touristiques du PNR du Doubs Horloger + signature du contrat de station éco-responsable du Doubs Horloger, en présence des élus de la Région Bourgogne Franche-Comté, du Département du Doubs, du Massif du Jura/de l'Etat et du Parc naturel régional.

MARKETING

- **Réalisation de la première note de conjoncture de la saison hiver 2025-2026** : [à consulter ici](#)
- **Carte en relief des Montagnes du Jura** : poursuite du travail, réunion de calage avec le cartographe et création du cartouche d'illustration Montagnes du Jura.

COMMUNICATION ONLINE

- **Le 20 février** : envoi d'une Eletter Trail

RESEAUX SOCIAUX

CAMPAGNE HIVER PARTAGÉE

- **Quelques chiffres sur la campagne hiver collaborative** :
La campagne hiver partagée côté organique :
 - 7 posts publiés par MDJ en collaboration avec **les 3 stations et l'ENJ + 4 Offices de Tourisme volontaires**
 - 28 posts supplémentaires postés par les partenaires du collectif sur le concept des souvenirs d'hiver.

Résultats :

- 362 459 vues
- 178 020 couverture
- 19 758 interactions

Ce bilan démontre une belle d'engagement du collectif.

➤ **Le bilan complet, incluant le volet payant, sera présenté lors du prochain Instant Montagnon.**

- **TOP POST DE JANVIER**
[Carrousel en collaboration avec l'OT Haut Jura Grandvaux](#) (toujours dans le cadre de la campagne hiver partagée)
20 500 vues | 778 interactions | 9 815 comptes touchés

COMMUNICATION DÉDIÉE AUX FILIÈRES

FILIÈRE PATRIMOINE

- À la suite des travaux d'étude sémantique sur la perception de la destination par les visiteurs, un plan d'actions de communication sur les réseaux sociaux a été déployé afin de répondre aux attentes de nos personae et de valoriser le patrimoine.
Lancement d'un nouveau format éditorial (publication trimestrielle) entièrement réalisé en interne : le premier post [« Explorations culturelles »](#) met en lumière trois expositions phares de la destination :
 - Résonance au Musée de l'Abbaye de Saint-Claude
 - La Caravane des gens à la Saline royale d'Arc-et-Senans
 - Corps à corps au Monastère royal de Brou
 D'autres formats sont également en cours de création pour alimenter notre communication sur les réseaux sociaux.

COMMUNICATION DÉDIÉE AUX FILIÈRES

FILIÈRE ITINERANCE

- Travail d'éditorialisation des circuits pédestres et cyclo/VTT sur le site web : mise en place de propositions de filtres et de pages thématiques pré-filtrées, construites à partir des résultats de recherche sur les attentes des pratiquants et des personae Montagnes du Jura.
Valorisation des parcours VTT à fort potentiel touristique dans le Doubs : sélection et mise en avant des meilleurs itinéraires à la suite de l'évaluation menée par Damien MATHIEU, chargé de développement VTT dans le Doubs.
- Bonne nouvelle** : depuis fin janvier sur montagnes-du-jura.fr les tracés des itinéraires issus d'APIDAE sont récupérés dans Décibelles data et affichés sur le site / [à consulter ici](#)

PROMOTION - PRESSE



ALLEMAGNE

- Les 23 et 24 février** : participation à la tournée médiatique organisée par Atout France, dans les villes de Hambourg et Düsseldorf. Rencontre en présentiel avec des journalistes allemands pré-sélectionnés par Atout France. Diffusion du dossier de presse 2026 « En routes les gourmands ».
- Le 16 février** : envoi d'un communiqué de presse sur la thématique des Routes Gourmandes des Montagnes du Jura aux marchés germanophones.



BELGIQUE

- Le 12 février** : participation au workshop presse organisé par Atout France. Diffusion du dossier de presse 2026 « En routes les gourmands ».
- Du 21 au 24 février** : accueil de 2 journalistes du magazine PASAR pour une découverte des Routes Gourmandes.
- ⚠️ Accueil suite démarchage presse organisé pour La Bourgogne le 18 décembre à Anvers avec Atout France.



PAYS-BAS

- Le 10 février** : participation au workshop presse organisé par Atout France. Diffusion du dossier de presse 2026 « En routes les gourmands ».

PRODUCTION DE CONTENUS

- Poursuite de la rédaction des contenus
 - [Que faire quand il pleut dans les Montagnes du Jura ?](#)
 - [La vache montbéliarde, reine du fromage !](#)
 - [Tout savoir sur le comté, emblème gourmand des Montagnes du Jura](#)
 - [Les lacs de Bellefontaine et des Morts](#)
- Création de contenus créatifs pour diffusion social média : projet hébergement

RETOUR SUR ...

- Le 26 janvier** : réunion de coordination avec Jura Tourisme autour des RP et du travail de l'agence Silfra commune aux deux structures
- Le 6 janvier** : **diffusion du communiqué de presse hiver**, par notre agence de relations presse Silfra Communication. Envoi à un fichier ciblé de 425 contacts. En amont des fêtes, celui-ci avait déjà été transmis aux médias dits « chauds » (TV, radio et sites internet) afin d'annoncer l'arrivée de la neige et de valoriser les offres hiver, dont le Pass'Méta.
- Envoi d'un communiqué de presse dédié au savoir faire des Montagnes du Jura en lien avec les lunettes portées par le Président, Emmanuel Macron.

VIE DU COLLECTIF

- **Le 10 février** : BFC Tourisme interviendra auprès du Club Pro Bourgogne-Riviera
- **Le 17 février** : rendez-vous avec l'OT d'Auxerre

COMMUNICATION DÉDIÉE AUX FILIERES

FILIÈRE PATRIMOINE

- Suite à nos travaux d'étude sémantique sur la perception par les visiteurs touristiques de la destination, nous avons mis en oeuvre un plan d'action de communication sur les réseaux sociaux, répondant aux attentes de nos personae et valorisant le patrimoine. Entièrement réalisé en interne, le premier post intitulé « Cultur'et toi" présentera 3 expositions phares :

- Le Chant des ondes au Château de Bussy-Rabutin,
- Lamartine et Aix-les-Bains, une histoire devenue culte, au Musée des Ursulines à Mâcon
- Relever Notre Dame au Musée du Compagnonnage à Romanèche-Thorins.

[Voir le post Instagram](#)

Ces posts "Cultur'et toi" seront désormais un rendez-vous trimestriel récurrent, valorisant des événements phares (festivals, expos...) de la destination.

D'autres formats sont également en cours de création pour alimenter notre communication sur les réseaux sociaux.

FILIÈRE TOURISME D'AFFAIRES

- **Du 11 au 13 février** : accueil de **Anne GOLEC** pour **le magazine Meet & Travel Mag** pour un dossier de 6 pages sur l'offre Tourisme d'affaires de Dijon, de Beaune et de Mâcon + mise en lumière du poids économique de la filière en Bourgogne.

TOURNAGE & CINÉMA

- **Le 11 février** : Sortie nationale du film « Les Enfants de la Résistance de Christophe Barratier (réalisateur du film "Les Choristes"). Ce film a été tourné à Mailly-le-Château. Il a été accompagné par l'équipe BFC Tournage & Cinéma. [Voir la bande annonce](#)

PROMOTION - PRESSE

- **Le 15 février** : envoi d'un communiqué de presse aux journalistes néerlandophones sur la thématique des Routes Gourmandes de Bourgogne.
- **Le 16 février** : envoi d'un communiqué de presse aux journalistes francophones sur la thématique des Routes Gourmandes de Bourgogne



ALLEMAGNE

- **Les 23 et 24 février** : participation à la tournée médiatique organisée par Atout France, dans les villes de Hambourg et Düsseldorf. Diffusion du dossier de presse 2026 « En routes les gourmands ».



BELGIQUE

- **Le 12 février** : participation au workshop presse organisé par Atout France. Diffusion du dossier de presse 2026 « En routes les gourmands ».



PAYS-BAS

- **Le 3 février** : participation en visio à la présentation médiatique du marché néerlandais organisée par le service presse d'Atout France.
- **Le 10 février** : participation au workshop presse organisé par Atout France. Diffusion du dossier de presse 2026 « En routes les gourmands ».



ROYAUME-UNI

- **Du 23 au 26 février, accueil de Mark JACKSON -pour Travelbeginsat40.** Visites du Creusot et de Beaune.

PRODUCTION DE CONTENUS

PRODUCTION DE CONTENUS PHOTO ET VIDEO

- La photographe Anna Bakurova, basée en Bourgogne, a réalisé 16 reportages au sein des territoires membres du collectif La Bourgogne. Chaque reportage met en valeur un hébergement, sélectionné en lien avec l'office de tourisme concerné.
À ce jour, près de 800 photographies ont été intégrées à la médiathèque. Chaque reportage a également donné lieu à la production de rushs vidéo et à la création d'un reel dédié, mis en avant sur Instagram selon la saisonnalité.
L'ensemble de ces contenus sera mis à disposition des offices de tourisme et des hébergeurs, après leur diffusion sur les réseaux sociaux de la destination

FOIRE AUX QUESTIONS (FAQ)

- Une rubrique FAQ est désormais en ligne sur la version anglaise du site La Bourgogne, afin de répondre aux questions les plus fréquentes de la clientèle britannique. [Consulter la rubrique FAQ](#)
Ce format est à la fois utile pour l'inspiration des visiteurs et performant en termes de référencement et de visibilité, notamment dans les outils d'intelligence artificielle.
Une déclinaison en version allemande est prévue prochainement.

RETOUR SUR ...

UNE FIN D'ANNEE 2025 EXCEPTIONNELLE POUR LA BOURGOGNE !



BELGIQUE

- Les 17 et 18 décembre** : grâce au service presse d'Atout France des rendez-vous presse individuels ont été organisés à Bruxelles et Anvers avec six journalistes représentant des supports influents : **De Zondag, Reiskrant, Car&Bus, Reisreporter, Check – le supplément de Het Nieuwsblad, et Pasar**. La présentation des **Routes gourmandes**, a suscité un vif intérêt de la part des journalistes. Déjà **5 demandes d'accueils presse** et un article à paraître en février.
- Le 31 décembre** : La Bourgogne était à l'honneur pendant 3h sur Vivacité (RTBF). Les Routes gourmandes ont été mises à l'honneur auprès d'un large public, à travers témoignages, interviews et partage de bonnes adresses. Un jeu-concours a ponctué l'émission, permettant à un couple de remporter un séjour sur la Côte de Nuits. Un grand merci aux partenaires mobilisés (OT Gevrey-Nuits, OT Puisaye-Forterre et Maison Doucet) pour leur participation aux interviews en direct, contribuant à la valorisation de leurs territoires et de la destination Bourgogne.



FRANCE

- Le 25 décembre** : dans l'émission Bonjour la matinale ! sur TF1, Gérald Ariano a rediffusé les séquences phares de **Bougez Vert**. Les téléspectateurs ont pu (re)découvrir **Bibracte et la randonnée Morvan d'Ailes**. Une **belle mise en avant de la destination** diffusée le jour de Noël, à une heure de grande écoute.



VIE DU COLLECTIF

- **Le 13 février** : participation de BFC Tourisme à la commission communication du Massif des Vosges

CAMPAGNE ONLINE DE LA DESTINATION

▪ CAMPAGNE PRINTEMPS

Déploiement de la campagne printemps Vosges du Sud avec :

- Diffusion début février des vidéos reels pause déclinées du spot 30 secondes créé en 2025.
- Lancement fin février des premières annonces Google Ads pour capter les intentions de recherche naissantes concernant des envie de printemps, de nature, de bien-être.
- Travail des posts carrousels selon l'angle créatif en préparation de la phase de conversion (valorisation des hébergements, activités et/ou expériences associées...)
- Poursuite du travail lié au programme d'accueil Chilowé, sur la base des propositions des partenaires du collectif

PRESSE



ALLEMAGNE

- **Du 24 au 27 février** : accueil de Hilke Maunder, journaliste francophile (pré-programme : Belfort, Luxeuil-les-Bains, Ronchamp). Réalisation d'un article destiné à son site meinfrankreich.com (plus de 5 millions de visiteurs par an) et publication dans le magazine **Écoute** (publication en langue française à destination d'un public allemand apprenant le français).
- Envoi d'un Communiqué de presse "**Vivez l'étape 14 du tour de France dans les Vosges du Sud au printemps**" avec les points de passage de l'étape situés dans les Vosges du Sud.

PRODUCTION DE CONTENUS

- **Pages en cours de construction ou modifiées pour optimisation**
 - Comment venir et se déplacer dans les Vosges du Sud ?
 - Une pause dans les Vosges du Sud
 - Mise à jour des pages de sélection hébergements nature et bien-être
- **Pages à venir**
 - Pages "Week-end en avril dans les Vosges du Sud" et "week-end en mai dans les Vosges du Sud" dupliquée en A/B testing pour améliorer les réponses apportées via Google Ads
 - Pages thématiques dédiées à la valorisation des hébergements partenaires du dispositif "code promotionnel" (sur la base des hébergements "test" sélectionnés cette année en accord avec les membres du collectif).
- **Lancement du tournage photos-vidéos** (fin février) dans les Vosges du Sud destiné à la production de visuels spécifiques « hébergements » pour alimenter la campagne, conformément au cahier des charges transmis au prestataire retenu.

RETOUR SUR ...

- La diffusion du questionnaire observatoire en décembre a permis de **récolter plus de 250 nouvelles réponses pour les Vosges du Sud.**



TOURNAGES & CINÉMA

AGENDA

- **Le 4 février** : participation au séminaire Film France CNC
- **Les 5 et 6 février** : présence au salon Paris Images Production Forum (salon des lieux de tournages) - Parc Floral de Vincennes

TOURNAGES

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

EN SALLES EN CE MOMENT

▪ SORTIE NATIONALE

Le 11 février : Les enfants de la Résistance de Christophe Barratier

Ce film a été tourné à Mailly-le-Château. Il a été accompagné par notre équipe (recherche de décors, dont une place de village - mise en relation avec des techniciens, diffusion d'annonce casting...)

[Voir la bande annonce](#)

ZOOM SUR LES RESSOURCES (Film France Talents / Base des Lieux de Tournages / Annuaire régionaux)

- **FILM FRANCE TALENTS** : (annuaire des techniciens et artistes-interprètes) : 5 rendez-vous avec des professionnels locaux (4 techniciens locaux et 1 artiste)



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

VIE DU CLUB

- **Le 19 février** : webinaire « **Les bonnes pratiques en matière de communication, promotion, LinkedIn et observatoire** ». Les nouveaux partenaires du club pourront également se présenter à cette occasion.
- **Des stickers/vitrophages** seront remis à l'ensemble des partenaires du club affaires. Ces supports permettront de valoriser l'appartenance au club affaires et à la marque de destination (La Bourgogne, Montagnes du Jura et Vosges du Sud) et créeront une passerelle visuelle immédiate entre tourisme d'affaires et loisirs, pour encourager la tendance du « **bleisure** » (business + loisirs).
- Plusieurs rendez-vous de présentation du club ont été organisés à la suite de l'envoi du PAC de BFC Tourisme :
 - la Fraternelle à Saint-Claude
 - Divertiparc à Toulon-sur-Arroux
 - la Mairie de Chablis pour la salle le Kimméridgien
 - le Clos des Fougères à Montoillot

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION

- **Du côté de LinkedIn**
En février, Bourgogne-Franche-Comté Séminaires & Events se met en mode Saint-Valentin avec le lancement d'un nouveau concept éditorial. 2 publications sous forme de carrousels créatifs, inspirés de l'application de rencontre Tinder, seront diffusées.
Le 5 février : série Tinder « Choisir sa destination ». Le carrousel met en scène et personnifie trois destinations affaires de la région.
Le 12 février : vidéo interview d'Alexandra Degoix de la Gentilhommière (mise en ligne sur Youtube, et sponsorship de la publication).
Le 19 février : série Tinder « Trouver le spot parfait ». Dans la continuité du premier, ce carrousel personnifie les villes d'affaires pour aider à trouver le lieu idéal
Le 26 février : mise en avant de Bourgogne Aventure via un carrousel créatif réalisé suite à une interview par mail.
- **Site web**
En février, un gros travail d'actualisation est programmé suite aux renouvellements des adhésions :
 - Idées de séminaires
 - Landing
 - Hub destinations affaires
 Les partenaires de niveau 2 seront valorisés de manière prioritaire sur nos contenus édités et nos actions RS.

PROMOTION - PRESSE

- **Du 11 au 13 février** : accueil de **Anne GOLEC** pour le magazine **Meet & Travel Mag** pour un dossier de 6 pages sur l'offre tourisme d'affaires de Dijon, de Beaune et de Mâcon + mise en lumière du poids économique de la filière en Bourgogne.
- **Organisation des Déjeuners MICE 2026**
Suite à la consultation lancée en janvier, l'**agence PARTANCE** a été retenue pour assurer l'organisation de ces rencontres tout au long de l'année 2026. À noter que le club a déjà collaboré avec cette agence.

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE TOURISME D'AFFAIRES

RETOUR SUR ...

- **QUELQUES KPI DU CLUB AFFAIRES DU 15/12/2025 AU 15/01/2026**
 - **Assistances/conseils auprès des organisateurs d'événements** : 8 demandes depuis le site web + 3 en direct (dont 2 depuis le site Bourgogne)
 - **Nombre de contacts qualifiés rencontrés** : 27 contacts d'agences événementielles rencontrés lors l'atelier MICE du 15/12/2025
 - **Nombre de demandes de devis/renseignements auprès des partenaires depuis le site** : 7 formulaires de demandes de devis et 82 intentions de contacts
 - **Nombre de sessions sites web** : 2 100 visites (+ 12 %)
- Bilan de la newsletter envoyée le 22 janvier : [Consulter la newsletter "Et si votre prochain séminaire prenait un temps d'avance ?"](#)
 - 38.43% d'ouverture
 - 90.82% des ouvreurs ont cliqué dans notre newsletter
 - Taux de clics : 34.9% (à noter qu'un bon taux de clic se situe entre 15 et 25%)
- Mise en ligne de 4 nouveaux contenus édités en janvier :
 - [Nouveautés événementielles 2026](#)
 - [Offre spéciale à l'Ibis Beaune Sud - La Ferme aux Vins](#)
 - [5 lieux de séminaires 4 étoiles, avec plus de 100 chambres](#)
 - [Promo à la Gentilhommière](#)



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE PATRIMOINE

VIE DU COLLECTIF

- **Le 3 février** : rendez-vous terrain avec la Tour élévatrice de Saussy (21)
- **Le 5 février** : rendez-vous terrain avec l'OT et la ComCom Ouche et Montagne en vue d'une adhésion pour le Château de Mâlain
- **Le 10 février** : rendez-vous terrain avec le Musée des Ursulines à Mâcon (signature de la charte Tourisme d'Affaires)
- **Le 12 février** : rendez-vous terrain avec Maison royale de Pesmes qui intègre le Collectif Patrimoine
- Bienvenue au Musée de la Boissellerie à Bois d'Amont qui intègre le Collectif Patrimoine.

DEVELOPPEMENT

- **Le 13 février** : réunion interne Marques × Filières pour définir les productions de contenus photo et vidéo qui alimenteront les posts sur les réseaux sociaux et les pages éditoriales des sites de marques, tout en valorisant les adhérents du collectif Patrimoine
 - **Le 26 février** : webinaire « **Comment travailler efficacement avec la presse quand on est un site patrimonial ?** » Avec l'intervention de l'agence Presse Silfra, cet atelier présentera les bases pour travailler avec la presse : communiqués, dossiers, accueil de journalistes...
- Objectif** : partager des bonnes pratiques simples pour gagner en visibilité facilement.

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE HABITANTS

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

- **Le 18 février** : partage de la vidéo réalisée par la filière patrimoine en collaboration avec Le Point sur La Saline Royale / Post Facebook
- **Le 8 février** : Reel sur La Maison de la Vache qui Rit / Post Instagram

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

ACTIONS DEPLOYÉES DANS LE CADRE DE LA DESTINATION LA BOURGOGNE

- À la suite des travaux d'étude sémantique sur la perception par les visiteurs touristiques de la destination, nous avons mis en oeuvre un plan d'action de communication sur les réseaux sociaux, répondant aux attentes de nos personae et valorisant le patrimoine. Entièrement réalisé en interne, le premier post intitulé [Cultur'et toi](#) présente 3 expositions phares :
 - Le Chant des ondes au Château de Bussy-Rabutin,
 - Lamartine et Aix-les-Bains, une histoire devenue culte, au Musée des Ursulines à Mâcon
 - Relever Notre Dame au Musée du Compagnonnage à Romanèche-Thorins.
 Ces posts "Cultur'et toi" seront désormais un rendez-vous trimestriel récurrent, valorisant des événements phares (festivals, expos...) de la destination.
 D'autres formats sont également en cours de création pour alimenter notre communication sur les réseaux sociaux.

ACTIONS DEPLOYÉES DANS LE CADRE DE LA DESTINATION MONTAGNES DU JURA

- À la suite des travaux d'étude sémantique sur la perception de la destination par les visiteurs, un plan d'actions de communication sur les réseaux sociaux a été déployé afin de répondre aux attentes de nos personae et de valoriser le patrimoine. Entièrement réalisé en interne : le premier post [Explorations culturelles](#) présente 3 expositions phares :
 - Résonance au Musée de l'Abbaye de Saint-Claude
 - La Caravane des gens à la Saline royale d'Arc-et-Senans
 - Corps à corps au Monastère royal de Brou
 D'autres formats sont également en cours de création pour alimenter notre communication sur les réseaux sociaux.



FILIERE PATRIMOINE

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

ACTIONS DEPLOYÉES DANS LE CADRE DE LA DESTINATION VOSGES DU SUD



ALLEMAGNE

- **Du 24 au 27 février** : accueil de Hilke Maunder, journaliste francophile (pré-programme : Belfort, Luxeuil-les-Bains, Ronchamp). Réalisation d'un article destiné à son site meinfrankreich.com (plus de 5 millions de visiteurs par an) et publication dans le magazine **Écoute** (publication en langue française à destination d'un public allemand apprenant le français).

RETOUR SUR ...

- Webinaire « **Attirez plus de visiteurs grâce à l'événementiel nocturne** » organisé en partenariat avec l'Agence Dartagnans et la filière Oenotourisme de BFC Tourisme : [replay et présentation à consulter ici](#)
- **Le 15 janvier** : présentation de Décibelles Data à l'**Association Seize Mille (réseau d'art contemporain de Bourgogne-Franche-Comté)**, en vue de la diffusion des événements de leurs membres sur leur site internet.



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE ITINÉRANCE

VIE DE LA FILIÈRE

- **Nièvre Attractive** a choisi de diffuser ses itinéraires touristiques sur l'application et le site [La Trace](#), spécialiste des vacances à vélo, en mettant en valeur la proximité des gares ainsi que les points d'intérêt touristiques.

VIE DE LA FILIÈRE

- **Le 13 février** : réunion interne Marques × Filières pour définir les productions de contenus photo et vidéo qui alimenteront les posts sur les réseaux sociaux et les pages éditoriales des sites de marques tout en valorisant la filière Itinérance.
- **Accompagnement Focus Marketing**
Création de moodboards par itinéraire d'excellence surlignant leurs atouts pour les personae prioritaires des marques de Destination. Création de tronçons-produits exploitables par les marques de destination.

PROMOTION / COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE HABITANTS

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

- **Le 2 février** : Chronique Route gourmande au fil du Doubs / dans le cadre du partenariat Ici Besançon

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE GÉNÉRALISTE

ACTIONS DEPLOYÉES DANS LE CADRE DE LA DESTINATION MONTAGNES DU JURA

- Travail d'éditorialisation des circuits pédestres et cyclo/VTT sur le site web : mise en place de propositions de filtres et de pages thématiques pré-filtrées, construites à partir des résultats de recherche sur les attentes des pratiquants et des personae Montagnes du Jura.
Valorisation des parcours VTT à fort potentiel touristique dans le Doubs : sélection et mise en avant des meilleurs itinéraires à la suite de l'évaluation menée par Damien MATHIEU, chargé de développement VTT dans le Doubs.

FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

FILIERE OENOTOURISME

VIE DE LA FILIÈRE

- **Le 3 février** : BFC Tourisme participe à la Commission Tourisme des Climats du Vignobles de Bourgogne

DÉVELOPPEMENT

VISITES TERRAIN

- **Le 5 février** : Château de Chamirey suite à ré-adhésion Tourisme d'Affaires 2026
- **Le 11 février** : Maison Jean Loron suite à adhésion premium BFCT
- **Le 18 février** : Active Tour suite à adhésion au Tourisme d'Affaires 2026

PROMOTION - COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE HABITANTS

ACTIONS DÉPLOYÉES DANS LE CADRE DE LA DESTINATION LA BOURGOGNE

RESEAUX SOCIAUX

- Publication Instagram 6 auberges trendy : [voir la publication](#)
- Publication Instagram Road trips gourmands dans le charolais (programmé)

ACTIONS DÉPLOYÉES DANS LE CADRE DE LA DESTINATION MONTAGNES DU JURA

RESEAUX SOCIAUX

- Publication + stories Instagram vin jaune et percée du vin jaune : [voir la publication](#)

FILIERE GASTRONOMIE

VIE DE LA FILIÈRE

VALLE DE LA GASTRONOMIE

- **Le 2 février** : réunion du Groupe Offre de la Vallée de la Gastronomie sur actions 2026
- **Le 10 février** : Copil Vallée de la Gastronomie plan d'actions 2026

DÉVELOPPEMENT

VALLE DE LA GASTRONOMIE

- Candidature Expérience Remarquable (en attente de validation)
 - Wine Tour découverte de l'Hôtel Le Richebourg (21) <https://www.hotel-lerichebourg.com/produit/wine-tour/>
- Candidature Offre Gourmande
 - Candidature Allex Chocotalier (71)
 - Candidature Domaine Philippe Gavignet (21)
 - Candidature Lamandine (21)

VISITES TERRAIN

- **Le 6 février** : Biacelli Cafés pour présentation Vallée de la Gastronomie + indexation offre gourmande
- **Le 18 février** : Sab's spirit pour présentation Vallée de la Gastronomie + indexation offre gourmande

PROMOTION - COMMUNICATION

COMMUNICATION À DESTINATION DE LA CIBLE HABITANTS

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

- **ICI Besançon** : enregistrement d'interviews radios pour valoriser 2 routes gourmandes en BFC :
 - [Route Gourmande de Fougerolles à Besançon](#)
 - [Route gourmande au fil du Doubs](#)



FILIÈRES ET DEVELOPPEMENT

OBSERVATION / ORT

- Préparation de la note de conjoncture « veille des vacances d'Hiver dans les Montagnes du Jura » / sortie prévue le 15 février
- Poursuite des travaux pour les éditions Chiffres clés et Mémento 2026
- Poursuite de l'étude investissements touristiques par Ancoris
- Lancement de l'appel d'offres pour recruter un cabinet qui traitera et analysera les retours de questionnaires du dispositif clientèles
- **Le 6 février** : COPIL FTO

INGÉNIERIE

- **Le 6 février** : participation à la réunion du groupe de travail "Process" du Club Ingénierie ADN Tourisme
- **Le 18 février** : réunion avec le cabinet Ancoris pour la sélection des opportunité foncières et immobilières dans le cadre de la mission "Sourcing d'opportunités foncières et immobilières à fort potentiel en Bourgogne-Franche-Comté"
- **Le 26 février** : réunion du COTECH de l'étude "tableau de bord de l'investissement touristique en Bourgogne-Franche-Comté"

DESTINATION D'EXCELLENCE

- **Le 27 janvier** : participation de BFC Tourisme à l'Assemblée Générale de la FRHPA à Besançon afin de présenter le dispositif Destination d'Excellence
- Sur 2026, 43 structures ont demandé à ce jour le renouvellement et le remplacement du label Qualité Tourisme en Destination d'Excellence (accompagnement en cours)
- **Deux nouvelles adhésions** :
 - La Maison Georges à Flavigny-sur-Ozerain / 21
 - Le Camping du Surchauffant à Orgelet / 39
- **Trois audits en cours** :
 - Le Moulin de la Coudre à Venoy (classement 3* et DEX) / 89
 - Le Château de Grandvaux à Varennes-sous-Dun / 71
 - Les Divines Bourgogne à La Rochepot, / 21

VIE STATUTAIRE

- ↳ **Le 17 mars** : Conseil d'Administration
- ↳ **Le 2 avril** : Assemblée Générale

ACCOMPAGNEMENT DES OT

SADI

- ↳ **Le 4 février** : 3^{ème} journée d'accompagnement SADI pour l'OT Verts Vallons Sud Bourgogne
- ↳ **Le 9 février** : 3^{ème} journée d'accompagnement SADI pour l'OT de Matour

DESTINATION D'EXCELLENCE

- ↳ **Le 5 février** : accompagnement Destination d'Excellence de l'OT du Pays de Montbéliard.
- ↳ Suite et fin de la formation à la conduite d'un audit Destination d'Excellence pour la salariée en charge des accompagnements auprès des OTs. (4 jours de formation entre janvier et février 2026).

FORMATION

- ↳ Le plan de formation pour les OT est en cours de préparation. Celui-ci sortira en mars.

DÉCIBELLES DATA

- ↳ **Le 17 février** : formation BRIDGE en collaboration avec DN Consultants dans les locaux de BFC Tourisme
- ↳ Adaptation des fiches Décibelles Data des formations MASCOT pour cadrer avec Qualiopi .

AUTRES ACTIONS

- ↳ Présentation du label Destination d'excellence aux élèves en BTS tourisme 2^{ème} année de l'école Ozanam de Mâcon dans le cadre de leurs cours en Marketing et Gestion de la relation client.

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.