



*Présidé par Loïc NIPECERON, Bourgogne-Franche-Comté Tourisme, le Comité régional du Tourisme (CRT), lance une démarche de soutien aux socio-professionnels grâce à de nouveaux outils pour continuer à promouvoir efficacement l'offre de la région et se projeter dans un dispositif de sortie de crise.*

## **UN PLAN DE RELANCE : #SORTEZCHEZVOUS...**

**Les acteurs touristiques de la Bourgogne-Franche-Comté se mobilisent pour la relance économique et touristique, sous l'impulsion du Comité Régional du Tourisme, en appelant les habitants à se mobiliser et à redécouvrir leur région à partir du 9 juin 2020.**

« Nous voulons inciter les habitants à privilégier des séjours vers les destinations de la grande région pour relancer l'économie et le tourisme local. Cette campagne de grande ampleur se base sur un principe simple : confiance lucide et optimisme ! » déclare Loïc Niepceron.

En effet, l'objectif, c'est avant tout de donner envie à chacun de (re)découvrir les merveilleux atouts et les nombreuses ressources dont dispose notre belle région.

### **Une action d'envergure régionale, à portée locale.**

Cette action se veut avant tout collégiale : c'est un manifeste qui associe toutes les instances régionales et départementales, les chambres consulaires, les têtes de réseaux.

Pour mettre en valeur les acteurs régionaux qui rythment la vie touristique de la région. Ces derniers auront le rôle principal à jouer dans l'incarnation et la diffusion des différents messages.

Un appel de tous les acteurs de la région soutenu, à date, par le Conseil régional, les 8 Agences départementales du Tourisme, les Marques Montagnes du Jura et Designed by Bourgogne, les Gîtes de France, le Club Hôtelier de Beaune Côte et Sud, le GPPR – Groupement de Promotion des Produits Régionaux, Fédération de l'hôtellerie de Plein air de Bourgogne-Franche-Comté – HPA, les Logis de Bourgogne, la CCIR – Chambre de Commerce et d'industrie Régionale, Clévacances le Clos Vougeot, le Musée des Maisons

Comtoises de Nancray, le Grand Besançon, Bibracte, le Musée de l'Aventure Peugeot, l'UMIH – Union des métiers de l'industrie hôtelière, la Distillerie Devoille.

Parmi tous les soutiens exprimés, voici 4 témoignages :

**Etienne Pascal**

**Président de la Fédération régionale de l'hôtellerie de Plein Air**

**Propriétaire du Camping de la Roche d'Ully à Ornans**

Toute la Fédération voit cela d'un très bon œil : **#sortezchezvous** correspond à l'ADN de l'hôtellerie de plein air : redécouvrir les plaisirs et l'herbe verte de sa propre région ! Depuis quelques années déjà la clientèle très régionale est de plus en plus présente (pour le camping de la Roche D'Ully à Ornans, elle est devenue la 2<sup>ème</sup> clientèle derrière l'Alsace).

Les gens sont très attachés à leur terroir mais le connaissent très mal donc c'est l'occasion de tout à chacun de se réapproprier son territoire et son patrimoine local. Sans oublier l'impact écologique = moins on va loin moins et moins on a d'impact sur l'environnement.

Cette campagne **#sortez chez vous** c'est l'assurance que la région travaille sur l'épanouissement des campings.

**Christelle Veaux-Coulon**

**Directrice**

**Belfort Tourisme**

Marcel Proust disait : « Le véritable voyage de découverte ne consiste pas à chercher de nouveaux paysages, mais à avoir de nouveaux yeux ». **#sortezchezvous** est une invitation à porter un nouveau regard sur notre si belle Région. C'est également un message fort, marquant le soutien envers tous les prestataires touristiques qui font rayonner la Bourgogne Franche-Comté.

**Marie Beneux**

**Directrice**

**Groupe de Promotion des Produits régionaux**

Cela fait vraiment écho à cette envie de faire ou refaire connaître au citoyen régional tous les savoir-faire de leurs voisins : manger local, s'approvisionner local, rencontrer les acteurs du tourisme gourmand.

Le GPPR se retrouve complètement dans cette dynamique en mutualisant le manifeste **SORTEZ ET GOUTEZ CHEZ VOUS !**

**Arnaud Orsel**

**Château du Clos Vougeot**

**Intendant Général de la Confrérie des Chevaliers du Tastevin**

Ce qui va être important avec la campagne **#sortez chez vous** c'est d'inciter les habitants à « sortir chez nous » : mettre en place de nouvelles formules rapides pour inviter à aller visiter nos sites.

8 départements, autant de sites classés : pourquoi ne pas imaginer des circuits thématiques impactants ?

Ou encore organiser des visites nocturnes sur de nombreux sites de manière commune.

## **Un déploiement en deux phases**

**1.** La première constituera un grand appel à l'optimisme et à la solidarité pour expliquer notre démarche. Il impliquera la création d'un logo et d'une identité visuelle forte, repérable facilement pour fédérer un maximum de soutiens.

Cet appel, relayé via un site internet créé pour l'occasion : **sortezchezvous.fr**, prendra la forme d'un texte engagé et d'un film manifeste qui mettront en avant les points forts et les acteurs du tourisme de la région. Les messages seront également déclinés sur les réseaux sociaux et sous forme de bannières web.

**2.** La deuxième phase mettra en scène la diversité des socio- professionnels du territoire.

Cette deuxième phase prendra la forme d'une série de 25 **mini-reportages** qui présenteront différentes figures du tourisme local via leur témoignage et la visite de leur établissement.

D'abord diffusés sur le site **sortezchezvous.fr**, ces reportages seront ensuite relayés par l'ensemble des acteurs et des institutions via leurs propres réseaux et moyens de communication.

## **Des outils de communication comme signes de ralliement.**

Des kits de communication seront téléchargeables pour permettre à chaque acteur qui le souhaite de relayer le dispositif et de témoigner de son engagement dans cette dynamique de relance. Ces outils comprendront l'appel rédigé et le film-manifeste ainsi que kits prêts à l'emploi pour les réseaux sociaux.

**Grâce à cette importante campagne de réassurance, Bourgogne-Franche-Comté Tourisme et ses partenaires espèrent que la solidarité régionale soutienne l'économie locale en faisant émerger de nouvelles habitudes de consommation touristique, plus proches et plus heureuses.**