

**BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ**

TOURISME

PLAN D' ACTIONS 2021

PLAN D' ACTIONS

TOUTES MARQUES

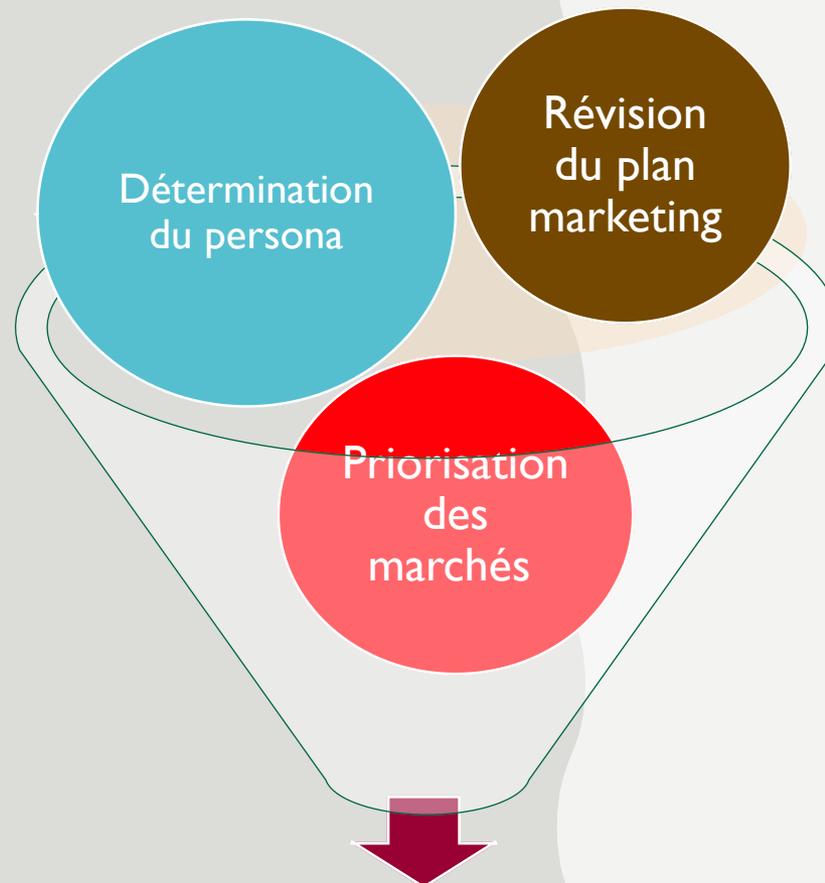
Montagnes du Jura
L'AUTRE VERSANT DE LA MONTAGNE

Designed by
Bourgogne



MASSIF DES VOSGES
mille envies de découvertes

Offre
Sud des Vosges



Plan d'actions
par destination

PLAN D' ACTIONS

TOUTES MARQUES

Montagnes du Jura
L'AUTRE VERSANT DE LA MONTAGNE

Designed by
Bourgogne



MASSIF DES VOSGES
mille envies de découvertes

Offre
Sud des Vosges



Marché français

Supports

Nouveau site web de destination

Magazine de destination

Actions de communication grand public

Campagnes de communication généralistes et filières thématiques

Actions digitales : SEA sponsoring réseaux sociaux

Production de contenus photo et vidéo

Actions presse

Démarchage auprès des rédactions

Communiqués de presse

Participation aux rencontres organisées par ADN Tourisme

Accueils de presse

Actions BtoB

Assistance à la diversification et à l'enrichissement de la programmation des agences réceptives et autocaristes

Éductours

PLAN D' ACTIONS

Montagnes du Jura
L'AUTRE VERSANT DE LA MONTAGNE

Designed by
Bourgogne



Marchés européens

Belgique et Pays-Bas



Actions de communication grand public

Campagnes de communication principalement digitales

Actions presse

Participation aux workshops d'Atout France

Démarchages

Accueils de presse

Actions BtoB

Participation aux workshops d'Atout France

Démarchages

Éductours

PLAN D' ACTIONS



Marchés européens



Allemagne

Actions de communication grand public

Campagnes de communication principalement digitales

Initialisation des réseaux sociaux

Actions presse

prospection par notre agence de presse

Participation au Médiateur d'Atout France et à l'IMM

Accueils de presse

Actions BtoB

Poursuite partenariat avec le grossiste autocariste Touren services

Organisation éducteur pour agences ciblées

Participation aux workshops d'Atout France

Suisse



Actions BtoB et presse

en collaboration avec Atout France pour la presse

et Touren Services pour le BtoB

PLAN D' ACTIONS

spécifique

Designed by
Bourgogne



Marchés lointains

Chine

Actions de communication grand public

Campagne de relance Europe d'Atout France pour les marques monde dont la Bourgogne

Réseaux sociaux chinois (Wechat + Weibo) via Europass

Actions BtoB et presse

avec Atout France tant en Chine continentale qu'à Hong-Kong et à Taïwan

Animation club Chine

Bourgogne + biens UNESCO



PLAN D' ACTIONS

spécifique

Designed by
Bourgogne



Marchés lointains

États-Unis

Actions BtoB et presse

Démarchage et conférence de presse à New-York en collaboration avec Atout France

Démarchage et formation des agences de voyages

Participation au workshop France 360 organisé par Atout France

Japon/Brésil/Australie

Actions BtoB et presse

En partenariat avec d'autres destinations ou dans le cadre de projets transversaux comme la Vallée de la Gastronomie

Collaboration avec Atout France

PLAN D' ACTIONS

spécifique

Designed by
Bourgogne



Autres marchés

Multi-marchés

Supports

Ouverture des versions
GB du site web
de destination

Réimpression magazine
de destination
Designed by Burgundy

Italie



Actions BtoB et
presse

Étude par Atout
France du
potentiel de la
marque (et des
biens UNESCO)

Action-test auprès
de la presse

PLAN D' ACTIONS

SIGNATURE

« EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ »

PLAN D' ACTIONS AUPRES DES HABITANTS



Nouveau site web

Newsletters

Campagnes #Sortezchezvous

Pass découverte

Artips Les 100 merveilles

Fantastic Picnic les 11 et 12 sept 2021



PLANS D'ACTION DES FILIERES

4 FILIERES PRIORITAIRES :

PATRIMOINE / ITINERANCE / TOURISME D'AFFAIRES / OENOTOURISME

Animation

Installation des collectifs

Mise en place progressive des commissions thématiques pour chacun des collectifs

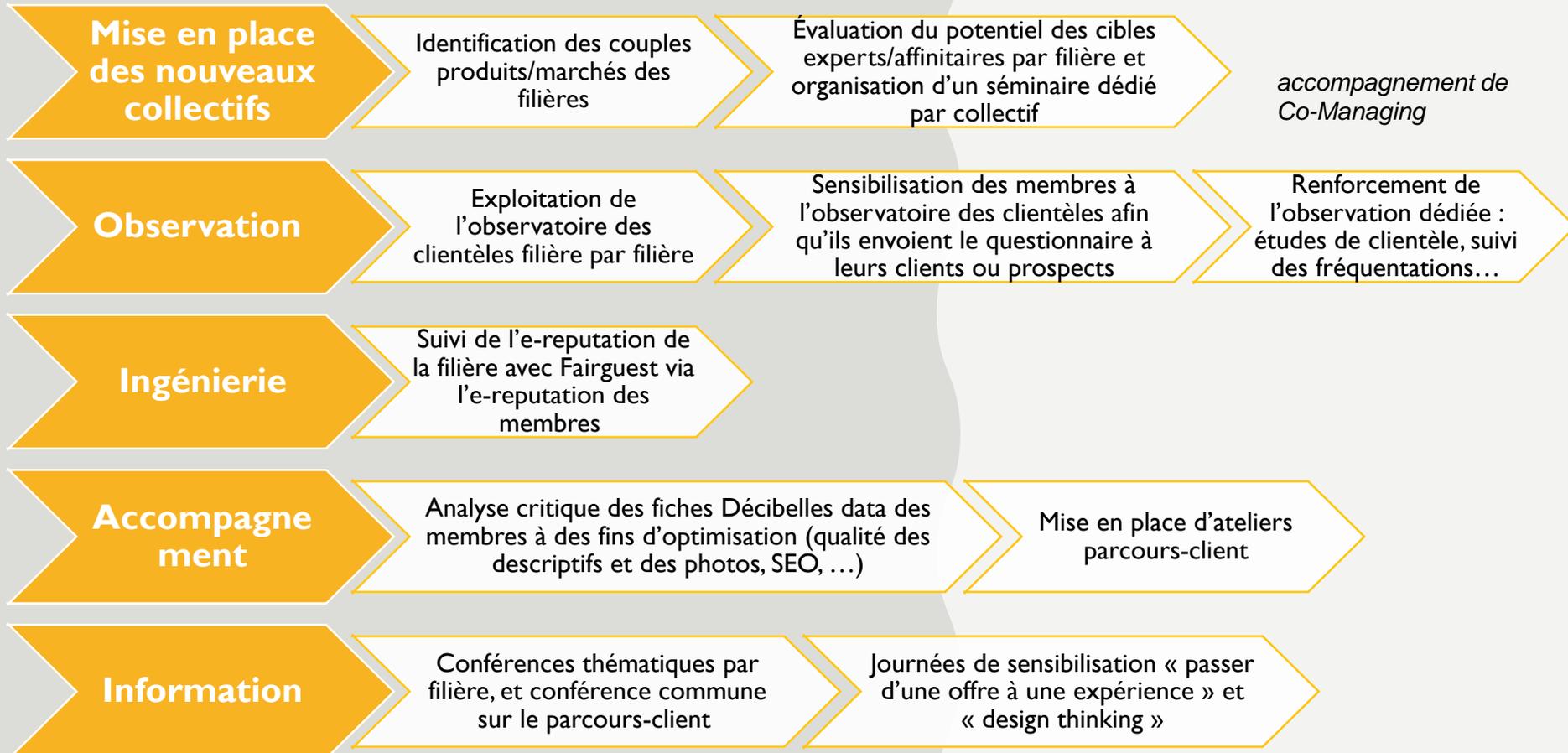
Animation régionale des labels qualité (le cas échéant)

PLANS D'ACTION DES FILIERES

4 FILIERES PRIORITAIRES :

PATRIMOINE / ITINERANCE / TOURISME D'AFFAIRES / OENOTOURISME

Développement



PLAN D' ACTIONS

4 FILIERES PRIORITAIRES :

PATRIMOINE / ITINERANCE / TOURISME D'AFFAIRES / OENOTOURISME

Promotion

Cibles habitants

via dispositifs
signature « en BFC »

Cibles généralistes

via dispositifs
marques de
destination



PLAN D' ACTIONS

4 FILIERES PRIORITAIRES :

PATRIMOINE / ITINERANCE / TOURISME D'AFFAIRES / OENOTOURISME

Promotion

Cibles affinitaires/experts

Supports

Traitement des filières dans l'écosystème web du CRT (articles et/ou rubriques)

Réflexion faisabilité partenariats avec éditeurs supports print et plateformes digitales

Production de contenus : articles, photos, vidéos

Actions grand public

Identification des médias print ou on-line influenceurs

Achats d'espaces ou partenariats de communication

Actions presse

Identification des médias spécialisés

Démarchages, puis accueils de presse

Actions BtoB

Identification des TO spécialisés

Démarchages ou workshops* puis éducteurs

(*) ex : Destination Vignobles à Aix, workshop tourisme d'affaires en région...

PLAN D' ACTIONS

1 THÉMATIQUE À RENFORCER : LA GASTRONOMIE

VALLÉE DE LA
GASTRONOMIE

Poursuite du projet interrégional avec AURA et SUD **FRANCE**

Développement

Qualification des « offres gourmandes » et « expériences remarquables »

Animation du réseau : organisation d'une rencontre régionale des acteurs de la VG

Promotion

Réalisation de supports

Lancement Grand public en France et à l'étranger

Engagement d'une étude-concept pour la valorisation de la gastronomie à l'échelle de la région, en prolongement de la Vallée de la Gastronomie (car périmètre restreint)

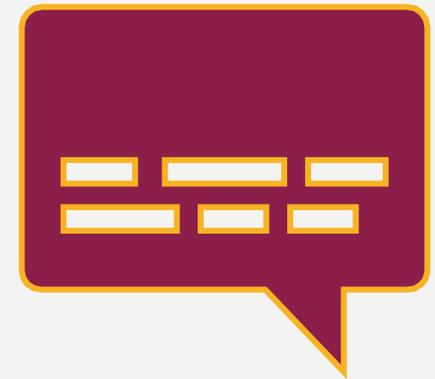
PLAN D'ACTION

LA COMMUNICATION D'ENTREPRISE (Corporate)

Dans le contexte de crise :

Continuer à **valoriser l'action du CRT** auprès des acteurs du tourisme

Positionner le CRT comme un **centre de référence et de ressources** pour les professionnels du Tourisme



PLAN D' ACTIONS

LA COMMUNICATION D'ENTREPRISE (Corporate)

Les actions que nous conduirons :

Refonte complète du **site pro**

Production de contenus : vidéos, portraits, témoignages, analyse, veille, benchmark

Cellule de crise : informations en continu pour les acteurs du tourisme régionaux

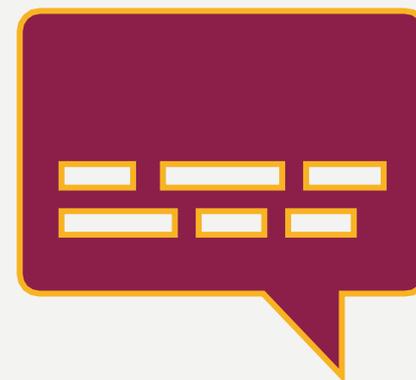
E-letter pro bimensuelle

Lettre d'information adhérents mensuelle

Guide de la plateforme de service

Animation des réseaux sociaux pro
BFC360°

Relations presse en région et presse pro
tourisme



PLAN D' ACTIONS

Observation (ORT)

Ingénierie (Délégation Atout France)

Dispositif Qualité Tourisme

Autres labels

Tourisme durable

PLAN D' ACTIONS

OBSERVATION

Exploitation d'enquêtes ou de sources nationales

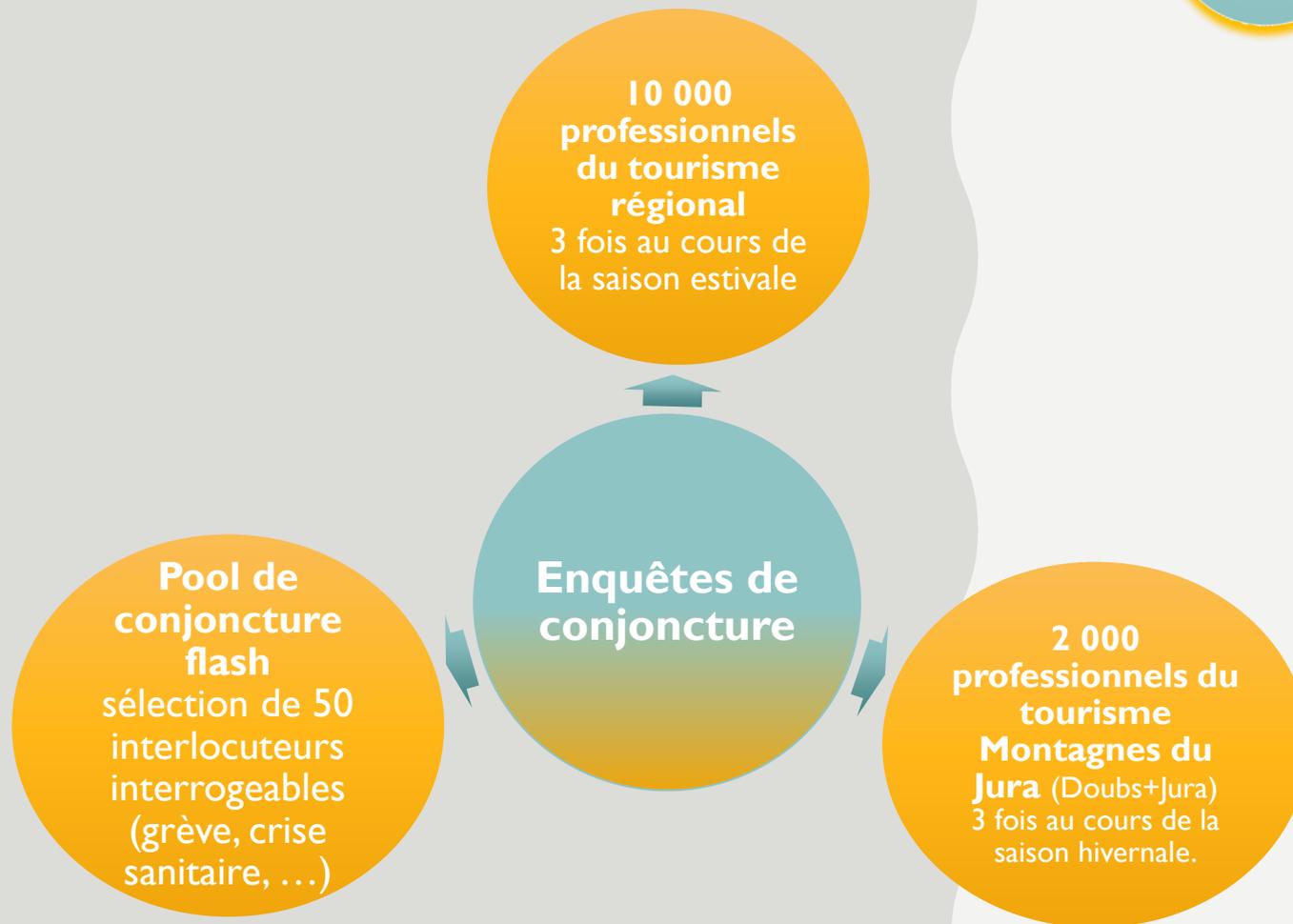


- Extension de l'échantillon et exploitation des résultats de l'enquête hôtelière de l'INSEE
- Exploitation des enquêtes hôtellerie de plein air et hébergements collectifs de l'INSEE
- Acquisition note de conjoncture issue du suivi des déplacements touristiques des Français de Kantar et exploitation des résultats
- Présentation et diffusion des exploitations du suivi des déplacements touristiques des Français de Kantar relatives aux excursionnistes
- Souscription à **Flux Vision Orange** et exploitation des résultats
- Souscription à **AirDNA**, plateforme d'exploitation des statistiques de fréquentation des locations Airbnb, Homeaway, Abritel, VRBO et Expedia
- Acquisition des données régionales relatives aux **résidences secondaires** possédées par des étrangers

PLAN D' ACTIONS

OBSERVATION

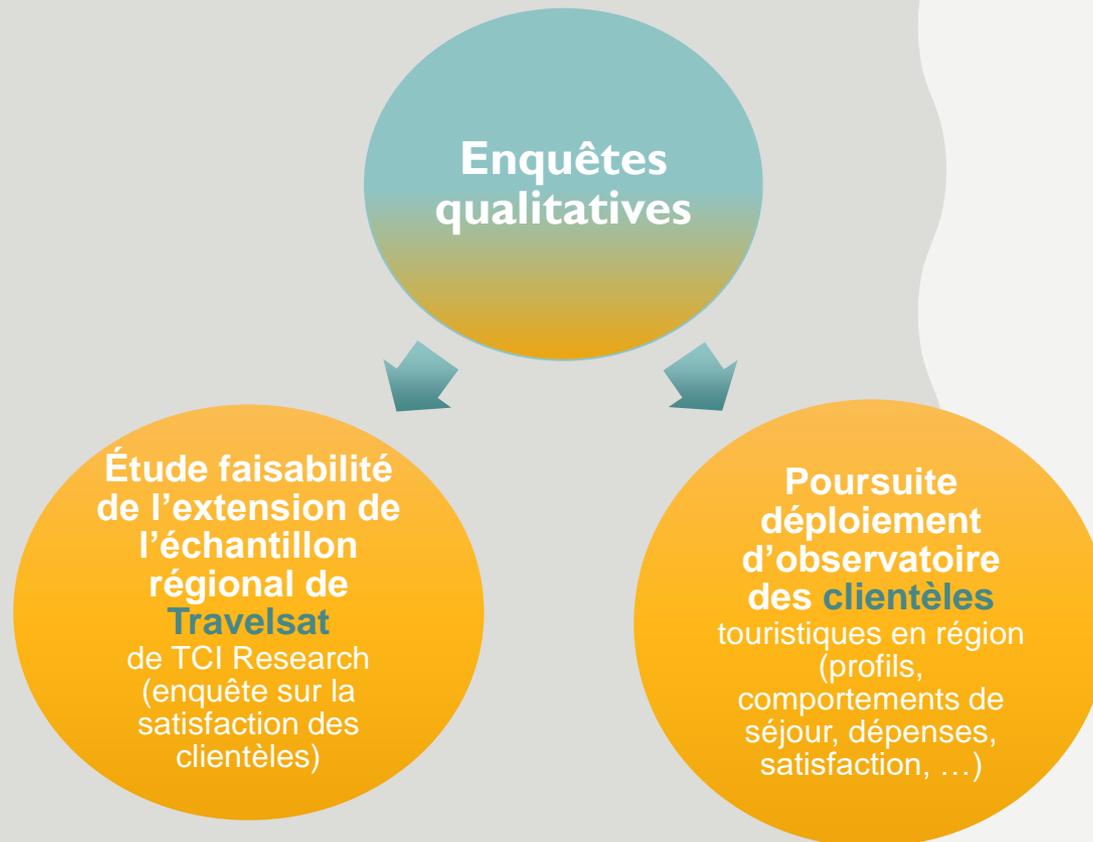
Mise en œuvre d'enquêtes régionales



PLAN D' ACTIONS

OBSERVATION

Mise en œuvre d'enquêtes régionales



PLAN D' ACTIONS

OBSERVATION

Développement des observatoires thématiques : cf filières

Diffusion des données

- Impression de **chiffres-clés** (BFC, Bourgogne et MDJ + VDS ?)
- Publication de synthèses des résultats des **sondages de notoriété et études d'image** (BFC, Bourgogne et MDJ)
- **Bilans** de saison
- **Notes** de conjoncture
- **Fiches** thématiques (marchés, filières, ...)
- **Visit data**, entrepôt de données facilitant le traitement des données issues de Orange Flux Vision Tourisme ainsi que de l'enquête hôtelière INSEE
- Diffusion des résultats de l'étude réactualisée par l'Agence des chemins de Compostelle sur leurs clientèles



PLAN D' ACTIONS

INGENIERIE : DELEGATION ATOUT FRANCE



ETUDES

Études nationales avec focus régional

Étude économique sur les rendements des sites oenotouristiques

Études régionales

Tableau de bord des investissements touristiques selon nouvelle méthodologie et avec intégration d'indicateurs de développement durable (test avec la BFC)

Étude sur les enjeux du tourisme fluvial en BFC au regard de l'évolution de l'entretien des voies d'eau

PLAN D' ACTIONS

INGENIERIE : DELEGATION ATOUT FRANCE



ACCOMPAGNEMENT

du CRT

Étude-concept pour la valorisation de la gastronomie à l'échelle de la région, en prolongement de la Vallée de la Gastronomie (car périmètre restreint)

AMO pour des expertises spécifiques

des (membres des) collectifs filières

Étude diagnostic marketing des grands sites (4 en 2021)

des (membres des) collectifs de destination

AMO pour la rédaction des contrats de destination

des porteurs de projet

Suivi du dispositif France Tourisme Ingénierie

AMO pour des projets d'investissement suite à des demandes du Conseil régional

PLAN D' ACTIONS

QUALITE TOURISME



Développement

- **Audit blancs** Qualité Tourisme + audits blancs de classement tourisme
- **Aide au financement** des audits Qualité Tourisme pour les prestataires engagés dans le dispositif (70% en adhésion, 50% en renouvellement).
- **Organisation des rencontres annuelles** (sur le thème du développement durable)

Communication

- Diffusion des **plaques** aux prestataires nouvellement labellisés à des fins d'affichage extérieur
- Diffusion de **kits** de communication grand public à l'ensemble des prestataires labellisés : gourmet bag, sets de table
- **Campagne** publicitaire pour sensibiliser le grand public à la marque Qualité Tourisme

PLAN D' ACTIONS

AUTRES LABELS

Animation des commissions régionales



**Villes et Villages
Fleuris**



**BOURGOGNE
FRANCHE
COMTE
TOURISME**

**Séminaires
& Events**

PLAN D' ACTIONS

TOURISME DURABLE

Développement

- Restitution de l'étude **Future Thinking**
- Enrichissement de la plateforme **Artips** (saison 2)
- Intégration des **indicateurs de développement durable** dans le tableau de bord des investissements touristiques réalisé par Atout France (région-test)
- Partenariat avec **Vaover** : journées de sensibilisation
- Partenariat avec **Teragir** : webinaire sur le label Clé Verte

Communication

- Auprès des prestataires
- Auprès du grand public



PLAN D' ACTIONS

Eco-système web

PLAN D' ACTIONS

ECOSYSTÈME WEB



Observatoire
SEO Régional



En lien avec
Décibelles Data



Fabrique à Sites
Au service des acteurs
touristiques du territoire



Projet
« Confidences »



Entrepôt Editorial
Régional Partagé

- Une Fabrique au service de l'économie touristique régionale
- Des sites Internet performants
- Un accompagnement technique & webmarketing
- Une approche centrée client

PLAN D' ACTIONS

DÉPLOIEMENT DE LA FABRIQUE À SITES

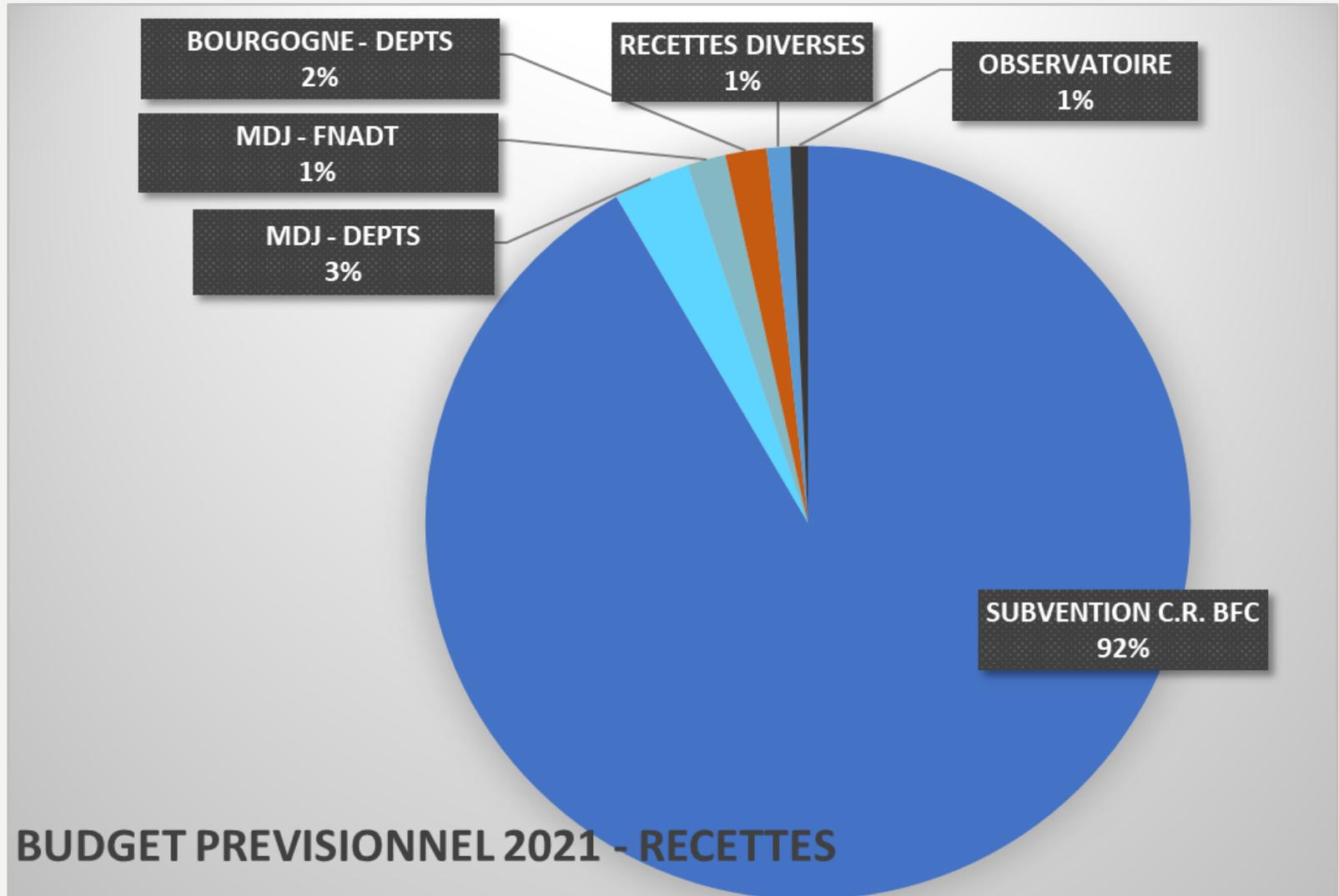
EN 2020



EN 2021

- 9 ADT/CDT et OT
- Site Internet pro du CRT
- Site Internet de la MASCOT
- Site canal : Canal du Nivernais

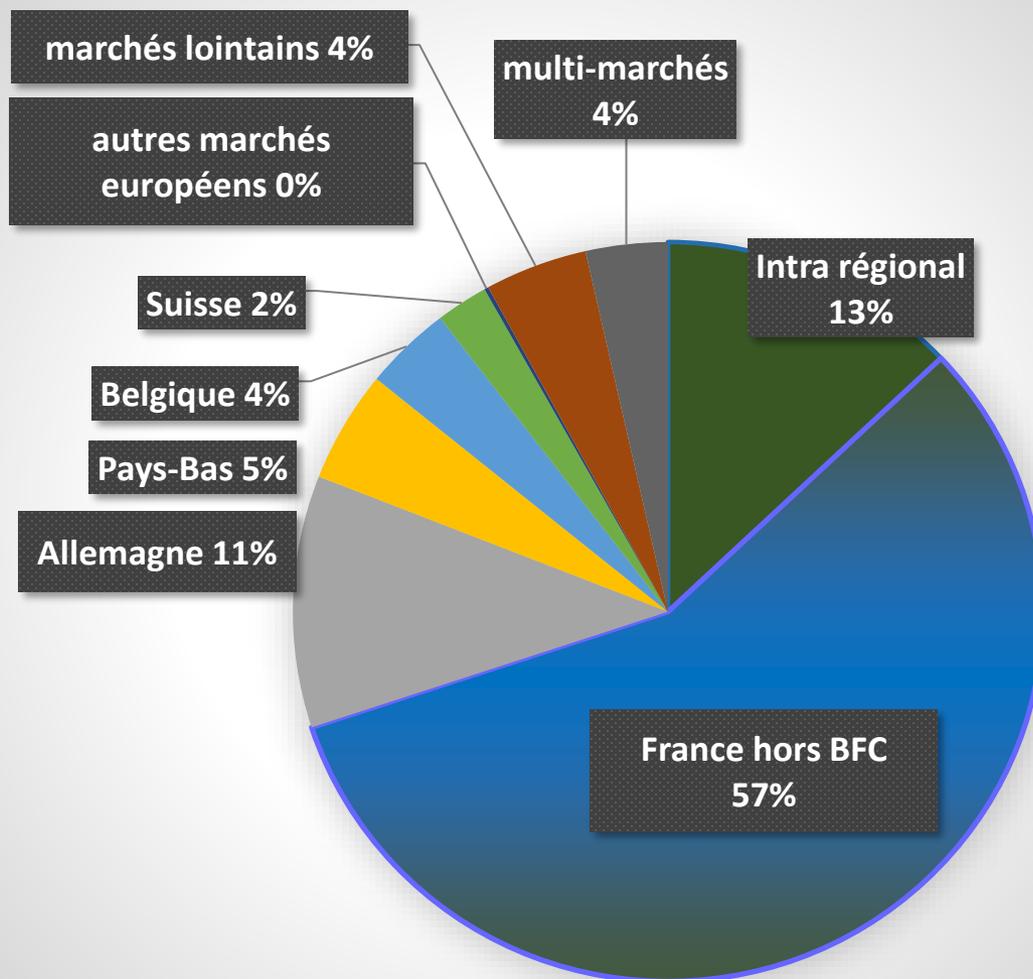
POINT BUDGET 2021



BUDGET PREVISIONNEL 2021 - RECETTES

POINT BUDGET 2021

ACTIONS PAR MARCHÉ



BUDGET ACTIONS 2021 PAR MARCHÉ