

BILAN D'ACTIVITÉ

2023



Côte-d'Or
ATTRACTIVITÉ

BILAN MORAL

Née depuis le 16 mai 2022, Côte-d'Or Attractivité a déployé des actions permettant de donner encore plus de visibilité à la Côte-d'Or et développer de nouvelles actions à destination des habitants actuels, futurs et potentiels, en plus de celles destinées aux touristes. L'année 2023 a également été la dernière année de la mise en œuvre du « Manifeste pour un tourisme 100 % durable ». Aussi, en synthèse, en voici les principaux résultats.

Les échanges avec le Conseil départemental sont très nombreux, et je tiens à le souligner, avec l'ensemble des Directions. Côte-d'Or Attractivité est sollicitée sur de nombreux projets et actions conduites par la collectivité et est associée à de nouvelles réflexions sur les projets structurants.

De nouveaux partenariats ont été conduits auprès d'organismes du monde touristique ou en lien avec l'attractivité, en matière d'assistances aux porteurs de projets touristiques, comme de prospects nouveaux arrivants. Ce sont ainsi plus de 835 assistances simples et complexes qui ont été faites par l'ensemble de l'équipe tout au long de l'année.

237 classements et labellisations ont été réalisés en 2023 :

- 123 meublés classés ou reclassés
- 41 prestataires labellisés (ou relabellisés) Accueil Vélo
- 8 prestataires labellisés Esprit Parc en Côte-d'Or
- 42 prestations labellisées Vignobles & Découvertes
- 7 prestations marquées Tourisme et Handicap
- 16 diagnostics tourisme durable du dispositif Ademe et 12 dossiers soldés

L'accompagnement des prestataires touristiques, des collectivités et des territoires a été poursuivi, avec un travail de terrain permanent, qui nous a conduit à travailler sur de nouveaux projets : par exemple, le volet tourisme autour du fluvial, l'aménagement paysager autour de la Route des grands crus, la visibilité de la voie Bleue avec maï à vélo.



Les démarches de moyen à long terme ont été naturellement poursuivies et développées, comme en particulier le travail autour de nos filières principales que sont l'oenotourisme et la gastronomie, la nature et le patrimoine mais aussi autour de la valorisation paysagère et du cadre de vie et de la transition écologique.

En matière d'attractivité résidentielle, en dix-huit mois, nous avons eu un contact direct avec près de 4000 personnes, qui ont pour projet de s'installer en Côte-d'Or ou qui se sont récemment installées dans le département.

Le site portail www.vivre-en-cotedor.com a été enrichi, il a compté 6500 pages vues. Un groupe Facebook «Vivre en Côte-d'Or» a été créé en mai 2023. Les outils existants ont été complétés par de nouveaux supports, notamment à l'échelle des territoires avec la création de kits nouveaux arrivants. Le partenariat avec Paris Je te quitte a été reconduit et doublé avec Top Départ pour les prospects hors Parisiens. Nous avons été présents à des manifestations comme le congrès des vétérinaires ou le salon de la nouvelle vie professionnelle.

Le deuxième évènement d'accueil des nouveaux arrivants, en partenariat avec le Conseil départemental a eu lieu le 29 septembre dans les Jardins du Département et a rassemblé plus de 300 participants.

En termes de visibilité de la Côte-d'Or en tant que destination touristique comme en tant que territoire de vie, une ambitieuse campagne de communication sur les médias nationaux (TV, radios, affichage digital, presse magazine, presse économique...) et sur les réseaux sociaux a eu lieu en mai et juin.



La campagne d'automne de La Bourgogne, en partenariat avec le CRT Bourgogne Franche-Comté et les quatre agences de la Côte-d'Or, l'Yonne, la Saône et Loire et la Nièvre a été reconduite.

Les partenariats avec les médias locaux l'ont été également, ainsi que la visibilité auprès de la presse nationale par des accueils ou des assistances auprès des journalistes.

La filière événementielle est devenue un axe en développement, avec l'organisation ou la participation à des manifestations conduites par le Conseil départemental ou des partenaires. Nous avons par exemple organisé le séminaire annuel du Club ingénierie d'ADN Tourisme à Beaune avec la présence de plus de 60 experts du tourisme français.

Pour le site grand public, www.lacotedorjadore.com, notre principal objectif en 2023 était de générer plus de trafic. Pour cela un gros effort sur le référencement a été effectué avec une agence spécialisée.

Le développement de la stratégie d'accroissement de nos communautés sur tous les réseaux et du travail sur les taux d'engagement s'est également poursuivi.

La nouvelle médiathèque est opérationnelle depuis avril.

Enfin, la nouvelle version de l'application Balades en Bourgogne, pour répondre aux évolutions de la technologie et aux attentes des utilisateurs, est sortie début mai. Avec plus de 200 balades et plus de 145.000 téléchargements, elle est toujours plébiscitée.

Marie-Claire Bonnet-Vallet

Présidente de Côte-d'Or Attractivité

Vice-présidente du Conseil départemental de la Côte-d'Or (canton d'Auxonne)

SOMMAIRE

Une année 2023 riche en actions – principaux indicateurs	6
Fréquentation touristique 2023 en Côte-d’Or	9

La Côte-d’Or un territoire 100 % durable

Une intelligence collective

Stratégie tourisme et attractivité	11
Le développement durable au service du tourisme	14
Accompagnement et assistance des acteurs publics et privés	16
Locations de vacances	18
Collectif tourisme La Bourgogne	19
Decibelles data	20
Veille, observatoire et études	21

Une nature haute qualité environnementale

Activités nature hors vélo	23
Cyclotourisme	25
Parc national de forêts, Parc naturel régional du Morvan	27
Valorisation paysagère	28

Un patrimoine d’exception

MuséoParc Alésia	30
Accompagnement des sites et monuments	31

Des savoir-faire 100% Côte-d’Or

Stratégie et structuration de l’offre œnotouristique	32
Route des grands crus et Climats du vignoble de Bourgogne - Patrimoine mondial UNESCO	36
Gastronomie et produits du terroir	38
Excellence artisanale, Savoir Faire 100% Côte-d’Or	40

La Côte-d’Or une destination 100 % désirable

Stratégie de communication	41
---	----

Production de contenus, ressources éditoriales, iconographiques, audios et vidéos	45
--	----

Opérations promotionnelles et événementielles	46
--	----

Relations avec la presse

Partenariats avec la presse, les radios locales, régionales et limitrophes	51
Relations presse au national	53

Communication print

Outils édités par Côte-d’Or Attractivité	56
--	----

Communication digitale

Application mobile Balades en Bourgogne	58
Site internet grand public	60
Réseaux sociaux et newsletters	61

Des fonctions supports en amélioration 100% continue

Vie statutaire	64
Ressources humaines et financières	65

UNE ANNÉE 2023 RICHE

PRINCIPAUX INDICATEURS

ATTRACTIVITÉ



- **3933 personnes** qui ont pour projet de s'installer en Côte-d'Or ou qui se sont récemment installées dans le département et touchées par nos sollicitations depuis le 1^{er} septembre 2022
- Plus de 450 adresses qualifiées lors de l'opération promotionnelle de Noël
- 84 personnes accompagnées individuellement dans le cadre de leur projet d'installation
- Une trentaine de contacts qualifiés suite au salon de la nouvelle vie professionnelle en novembre à Paris, en partenariat avec « Paris Je te quitte »
- 6500 pages vues sur le site web « Vivre en Côte-d'Or » depuis sa mise en ligne en mai 2023
- 1100 membres sur le groupe Facebook « Vivre en Côte-d'Or » ouvert le 4 mai 2023
- 2^e édition de l'évènement dédié aux nouveaux habitants : « Bienvenue en Côte-d'Or ! » qui a réuni plus de **300 personnes sur une soirée**

TOURISME DURABLE



- **16 diagnostics** effectués avec le Fonds Tourisme durable
- **12 dossiers soldés** dans le cadre du Fonds tourisme durable (établissements ayant réalisé les actions prévues en 2021 ou 2022 et ayant perçu la totalité de l'aide financière par l'ADEME)

LABELS ET MARQUES



- **490 meublés** en activité et classés (et/ou reclassés) au total dont 128 en 2023
- **110 prestataires** labellisés (ou relabellisés) **Accueil Vélo** dont 41 en 2023
- **26 prestataires** labellisés **Esprit Parc en Côte-d'Or** dont 8 en 2023
- **407 prestations** labellisées **Vignobles & Découvertes** dont 42 en 2023 : 39 sur la Route du Crémant de Bourgogne et 368 sur la Route des grands crus de Bourgogne Dijon – Beaune
- **11 sites** labellisés **Tourisme & Handicap**, dont 7 renouvelés en 2023

ASSISTANCES AU CONSEIL DÉPARTEMENTAL, ACCOMPAGNEMENT DES COLLECTIVITÉS, DES PORTEURS DE PROJET ET DES PRESTATAIRES



- **44 avis** et échanges avec le CD
- **8 sessions** d'information à la réglementation pour les meublés et chambres d'hôtes avec les secrétaires de mairie de 107 communes
- **837 assistances** aux porteurs de projets, à la presse et pros du tourisme (736 en 2022)
- **50 sites et monuments enquêtés** mensuellement
- **9 Info Flash** avec **210 participants**
- **10 733 visiteurs**, 15 598 sessions, **38 249 pages vues** et 4 483 documents PDF téléchargés sur le site professionnel
- **244 prêts de photos libres de droit**

VALORISATION PAYSAGÈRE



- **16 années** de labellisation « département fleuri »
- **67 communes** labellisées « **Villes et Villages Fleuris** » dont 3 nouvelles accessions en 2023
- **44 communes accompagnées** pour la préparation de la candidature au label « Villes et Villages Fleuris »
- **10 visites de contrôle** du label « Villes et Villages Fleuris »
- **100 % de réussite pour les 9 communes** qui ont candidaté à une 1^{re} fleur ou à une fleur supplémentaire
- **110 assistances** traitées
- **308 participants** à la dernière remise des prix départementale de la valorisation paysagère
- **38 passionnés** qui composent la commission départementale de valorisation paysagère
- **5 partenaires fidèles** avec qui nous mutualisons nos forces pour faire de la valorisation paysagère un axe de développement incontournable

EN ACTIONS

COMMUNICATION PRINT



- **70 000** exemplaires magazine **La Côte-d'Or J'adore**
- **70 000** exemplaires **carte touristique Côte-d'Or**
- **15 000** exemplaires **carte vélo**
- **500** carnets **Bienvenue en Côte-d'Or**

COMMUNICATION PUBLICITAIRE AU NATIONAL



- **14 insertions publicitaires** dans des magazines nationaux pour une audience de **6 747 000 lecteurs**
- **2 campagnes radios nationales** sur RTL / Europe 2 / RFM pour une audience de **8 000 000 auditeurs**
- **1 campagne TV** Sponsoring météo France 3 pour une audience de **30 000 000 contacts**



COMMUNICATION PRESSE AU NATIONAL ET EN PROXIMITÉ



- **567** dossiers de presse **diffusés**
- **13** communiqués de presse
- **11 accueils** de journalistes nationaux
- **42 assistances** auprès de journalistes de la presse nationale
- **200 articles de presse** au national



- Près de **100 chroniques & interviews radio** sur Autoroute info, France bleu Bourgogne, RCF et K6FM
- **6 partenariats** avec les radios locales
- **24 prestataires partenaires** sur les jeux-concours mis en valeur sur 24 semaines de jeu et de promotion de la Côte-d'Or, réparties sur 4 radios locales et 14 radios nationales
- **15 partenariats** pub et publi-rédactionnels avec la presse locale et limitrophe

COMMUNICATION DIGITALE



- **Site grand public** www.lacotedorjadore.com : **195 147 utilisateurs**, 202 079 sessions et **413 880 pages vues** – 30 744 visites grâce aux newsletters et QR Code des différentes campagnes
- **Décibelles Data** : **17 653 offres référencées** dans la base de données dont 3 357 offres créées et 3678 offres consultées et en partie mises à jour. **300 assistances** aux OTSI sur Décibelles data



- **79 000 abonnés sur la page Facebook**
La Côte-d'Or J'adore
Audience totale : **13 430 000 impressions** soit une progression de 68 %



- **21 900 abonnés sur Instagram**
Audience totale : **2 980 000 impressions** soit une progression de 260 %



- **4500 abonnés sur la page LinkedIn** -
Audience totale : **153 000 impressions** soit une progression de 61 %.
Les comptes pros Twitter et Facebook pro ont été basculés sur LINKEDIN qui devient notre seul canal de communication vers les acteurs du territoire, élus, et médias.
- **430 posts** en 2023 sur tous nos réseaux



- **37 newsletters** à destination du **grand public**
- **8 newsletters** à destination de plus de 10 000 acteurs du tourisme en Côte-d'Or



- **201 balades** disponibles sur l'appli Balades en Bourgogne dont 3 nouvelles en 2023 **dont** :



158 balades à pied



21 balades à vélo



10 balades en voiture



6 balades en canoë



5 parcours à VTT



1 parcours à cheval



- **Plus de 145 500 installations** depuis sa création dont 21 732 installations en 2023 et 33 665 balades téléchargées

COMMUNICATION ÉVÈNEMENTIELLE



- **1^{er} infolash** à destination des prestataires touristiques sur le **thème de l'événementiel**, avec plus de 22 participants
- **46 assistances** aux organisateurs d'événements grand public ou professionnels de Côte-d'Or
- **1 événement socio-professionnel phare** : l'organisation du séminaire annuel du club ingénierie d'ADN Tourisme
- **12 organisations** ou participations à des **événements grand public**, en local et au national
- **1 workshop** et **1 démarchage** à destination des organisateurs de séjours pour promouvoir la Côte-d'Or

FONCTIONS SUPPORTS

- **Effectif** en ETP (équivalent temps plein) en 2023 : **19.22**
- **Age moyen** : 41 ans et 4 mois

FRÉQUENTATION TOURISTIQUE 2023 EN CÔTE-D'OR

Les nuitées touristiques

Flux Vision Tourisme est une solution d'observation de la fréquentation touristique basée sur la téléphonie mobile. Cette méthode comptabilise l'ensemble des nuitées touristiques d'un territoire donné, sans distinction **entre les hébergements marchands et non-marchands**



En 2023, la Côte-d'Or a accueilli plus de 15,2 millions de nuitées touristiques totales (15 264 098, soit une augmentation de 7,8% par rapport à 2022 avec 14 millions de nuitées touristiques).

Ce niveau de fréquentation est le plus élevé des 7 dernières années. Il est porté par le retour des étrangers qui avait déjà augmenté de 13% de 2021 à 2022 et de 13% de 2022 à 2023, soit 7 683 508 nuitées touristiques étrangères en 2023 (50% de la fréquentation totale).

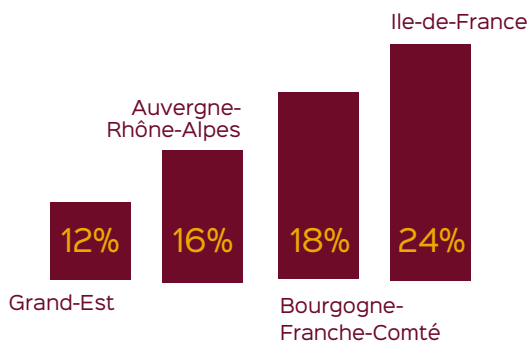
Du côté des nuitées françaises, on enregistre 7 580 590 nuitées en 2023, soit une fréquentation stable avec +3% par rapport à 2022. La clientèle française représente 50 % de la fréquentation totale en 2023.

Ce rapport se rapproche des résultats obtenus en 2019, avant la crise sanitaire avec un nombre de nuitées françaises qui représentait 48%, contre un nombre de nuitées étrangères qui représentait 52%.

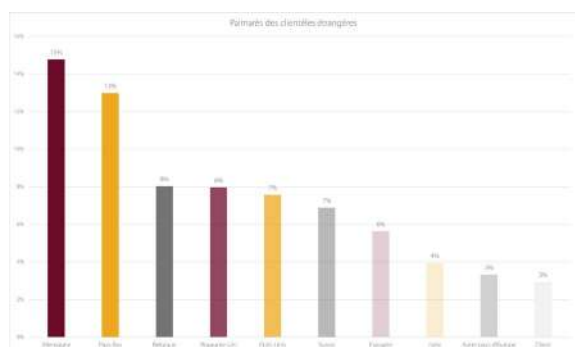


L'origine des nuitées françaises

En 2023, 4 grandes régions totalisent, comme en 2022, près des ¾ des nuitées touristiques françaises :

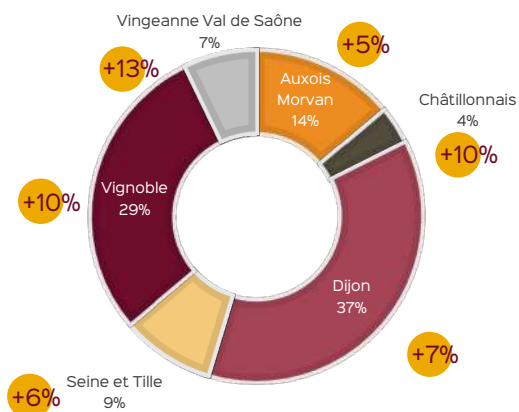


L'origine des nuitées étrangères



L'Allemagne et les Pays-Bas sont les deux premières clientèles étrangères. Globalement, les 10 premiers pays émetteurs sont identiques à ceux de 2021 et 2022, à la différence que la Chine revient cette année dans le palmarès comme en 2019.

Où dorment les touristes en 2023 ?



Chaque territoire enregistre une hausse de fréquentation en 2023. L'augmentation la plus significative est de +13% sur le territoire de Vingeanne Val de Saône, suivi du Vignoble et du Châtillonnais avec +10%. Le nombre de nuitées touristiques sur le territoire de Dijon Métropole a augmenté de +7%, Seine et Tilles Plaine Dijonnaise de +6%, et enfin +5% pour l'Auxois Morvan.

La répartition des nuitées touristiques sur les différents territoires est sensiblement identique à celles des années précédentes.

L'hôtellerie en Côte-d'Or

Source : enquête hôtelière INSEE / Secrétariat d'État au tourisme, avec le soutien financier de BFC Tourisme et de l'état. Traitement par Côte-d'Or Attractivité

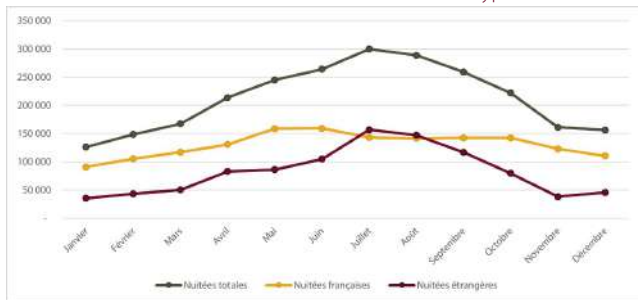
2 551 825 nuitées totales dans les hôtels en Côte-d'Or

+1% par rapport à 2022

39% de nuitées étrangères Soit 987 098 nuitées

61% de nuitées françaises Soit 1 564 727 nuitées

Évolution des nuitées dans l'hôtellerie en 2023 selon le type de clientèle



La part de la Côte-d'Or dans le tourisme de la région est stable avec 50,8% en 2023 contre 50,5% en 2022.

En Côte-d'Or, le nombre de nuitées total dans les hôtels en 2023 est de 2 551 825 nuitées, soit +1% par rapport à l'année 2022.

Les nuitées hôtelières françaises sont en hausse de janvier à juin 2023 par rapport à l'année précédente. Avec 1 564 727 nuitées, le nombre de nuitées françaises reste stable par rapport à 2022.

Les nuitées hôtelières étrangères sont en hausse toute l'année 2023 par rapport à l'année 2022, sauf durant l'été (-10,8% en juillet, -10,8% en août). Avec 987 098 nuitées, on note une hausse de 2,6% par rapport à 2022. La haute saison touristique est très marquée pour la clientèle étrangère, contrairement à la clientèle française qui est globalement présente de mai à septembre.

L'hôtellerie de plein air en Côte-d'Or

Source : enquête hôtelière INSEE / Secrétariat d'État au tourisme, avec le soutien financier de BFC Tourisme et de l'état. Traitement par Côte-d'Or Attractivité

452 098 nuitées totales dans les campings en Côte-d'Or

+10,3% par rapport à 2022

56% de nuitées étrangères Soit 254 904 nuitées

44% de nuitées françaises Soit 197 194 nuitées

En 2023, ce sont 199 193 touristes qui se sont rendus en hôtellerie de plein air, (+11,1%) contre 179 349 en 2022. Les touristes ont ainsi effectué 452 098 nuitées et ont séjourné 2,27 jours en moyenne (2,29 en 2022).

En 2023, les touristes français ont effectué 197 194 nuitées contre 176 645 en 2022 (+11,6%). On constate une forte évolution en avril et septembre (+26,1% et +29,1%).

Les nuitées étrangères sont, elles aussi, en hausse avec 254 904 nuitées en 2022 contre 233 416 en 2019 (+9,2%). Les nuitées sont en hausse tous les mois, à l'exception du mois de janvier. Les touristes étrangers sont surtout présents de mai à septembre.

Le top 10 des lieux de visites

Sources : Enquête Sites & Monuments 2023 en Côte-d'Or.

PAYANT	1. Musée de l'Hôtel-Dieu de Beaune	460 143	GRATUIT	6. Musée François Rude à Dijon	121 049
GRATUIT	2. Musée des Beaux-Arts de Dijon	290 458	GRATUIT	7. Abbaye de Flavigny à Flavigny-sur-Ozerain	105 611
GRATUIT	3. Casino de Santenay	191 466	PAYANT	8. MuséoParc Alésia à Alise-Sainte-Reine	83 377
GRATUIT	4. Jardin de l'Arquebuse à Dijon	166 013	PAYANT	9. Abbaye de Fontenay à Marmagne	81 876
GRATUIT PAYANT	5. Pôle culturel de la Cité internationale de la gastronomie et du vin à Dijon	139 293	PAYANT	10. Château du Clos de Vougeot à Vougeot	55 265

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



MANIFESTE POUR UN TOURISME
100% DURABLE EN CÔTE-D'OR

Une intelligence collective

STRATEGIE TOURISME ET ATTRACTIVITE

CIBLES

Partenaires et prestataires
Conseil départemental

Objectif : Pour Côte-d'Or Attractivité, nous tenir au quotidien au service de notre actionnaire, que ce soit les élus et les services, autour de la politique touristique et d'attractivité du département, des partenariats structurants, de l'aménagement du territoire, de la valorisation des filières, des événementiels et de certaines opérations exceptionnelles.

- ✓ Mise en œuvre du Manifeste pour un tourisme durable et de la stratégie d'attractivité dans le cadre de la convention pluriannuelle entre le Conseil départemental et Côte-d'Or Attractivité
- ✓ Travail sur la stratégie d'attractivité et du tourisme 2024 – 2028 en partenariat avec les principales directions du CD, notamment l'aménagement du territoire, le pôle solidarité, la direction communication
- ✓ Expertise autour des projets structurants
- ✓ Avis d'opportunité sur les actions touristiques pour lesquelles le CD est sollicité
- ✓ Accompagnement des démarches portées par le Conseil départemental, comme Petites Villes de Demain, et CRTE « Plan Marshall » à laquelle Côte-d'Or Attractivité est associée
- ✓ Contribution aux partenariats du CD menés avec les têtes de réseaux ou les territoires en matière touristique et travail sur de nouveaux partenariats autour des écosystèmes liés au tourisme et à l'attractivité. Prise de contact avec différents partenaires et organismes :
 - RV avec M. BOSSAVIT, directeur de Dijon Invest le 25/01
 - RV avec M. POLLIN, Directeur Attractivité et Partenariats à la Communauté d'agglomération Beaune Côte et Sud et Mme FELL, directrice de l'OT Beaune le 1er/02
 - RV avec Mme PORTE, Conseillère départementale du canton de Montbard et M. BECARD, Président de la Communauté de communes du Montbardois le 9/02
 - Signature de la convention de partenariat avec le Crédit Agricole le 22/02 et déploiement
 - RV avec Mme NOMBLOT, directrice de Pôle Emploi le 13/03
 - RV avec M. CHIAOUI, directeur de l'Association des Maires de Côte-d'Or le 15/03
 - RV avec M. BRIGAND, Président de la communauté de communes de Châtillonnais le 22/03
 - RV avec Mme HOURNE-RAUBET, directrice du pôle Développement Ressources Humaines et relations sociales, et M. LESPRIT, son adjoint, au Conseil départemental de la Côte-d'Or le 29/03
 - RV avec M. LOIRE et M. BENTAYEB, chargés de Mission Attractivité au Conseil Régional le 4/04
 - RV avec M. MIREPOIX, Président de l'École des Métiers et Mme DELIDAI, directrice le 12/04
 - RV avec M. PETREAU, Président de la Communauté de communes Terres d'Auxois le 9/05
 - Participation à l'atelier attractivité territoriale en santé au PETR VDSV le 25/05
 - RV avec M LADISA – Dijon Bourgogne Invest le 01/06
 - RV avec Mme KOLB, directrice du MEDEF le 12/06

- RV avec M. GRAPPIN, Président de la Communauté de communes Gevrey – Nuits le 14/06
 - RV avec le PETR Seine et Tilles et la CTPS 21/52 le 11/08 pour la journée du 01/12/2023
 - RV avec M SIX, secrétaire général CPME le 23/08
 - Participation à la démarche « Vivons plus Haut » sur les Hautes Côtes avec la Communauté d'agglomération de Beaune Côte et Sud et l'OT de Beaune et pays Beaunois le 26/08
 - RV avec M BONNEVIE – responsable et Mme PERESTRELO, MSA Services le 05/09
 - RV avec M REIGNIER – délégué régional APEC le 11/09
 - RV avec Mme MICHELOT – Chargée de mission territoire et attractivité de la Communauté de communes Gevrey-Chambertin – Nuits-St-Georges le 12/09
 - RV avec M ESPINOSA de la Communauté de communes de la Plaine dijonnaise le 20/09
 - RV avec le Crédit Agricole Champagne Bourgogne pour réfléchir au renouvellement du partenariat pour 2024, le 14/09
 - Participation à la première réunion du GAL Val de Saône Vingeanne dans le cadre du programme Leader 2023 – 2027, le 19/10
 - Intervention auprès de la branche commerce de la CPME autour de l'attractivité et des grands projets le 28/11
 - RV avec Carine LISBERNEY – Pays Beaunois, sur les Contrat locaux de santé et l'éco-système de la santé, le 05/11
 - RV avec la Chambre d'agriculture le 16/11 (voir les actions avec participation à des sessions de formation organisées par la Chambre d'agriculture)
 - RV avec l'équipe de conseillers de la BGE le 20/12
- ✓ Développement du guichet unique afin de valoriser les services existants ou se développant :
- Développement du site internet grand public dédié à l'attractivité » www.vivre-en-cotedor.com
 - Campagnes de communication sur les médias nationaux (TV, radios, affichage digital, presse magazine...) et réseaux sociaux sur « la destination Côte-d'Or pour un jour ou pour toujours »
 - Création d'un groupe Facebook ouvert « Vivre en Côte-d'Or » pour diffuser les infos et attirer les nouveaux habitants
 - Partenariat avec Paris je te quitte et avec Top Départ
 - Création d'une mini web série de témoignages de nouveaux habitants (diffusables sur tous les supports digitaux)
 - Carnet « nouveaux arrivants »
 - Kit nouveaux arrivants sur une première communauté de communes, CAP Val de Saône
 - Envoi de mailings réguliers par courrier sur les adresses « nouveaux habitants » pour les inviter à s'inscrire aux newsletters existantes et leur donner de l'information sur les sites www.lacotedorjadore.com et www.vivre-en-cotedor.com
 - Etude de partenariats de communication spécialisés attractivité
 - Participation à des salons dédiés au changement de vie : Le Salon de la Nouvelle Vie professionnelle à Paris le 21/11
 - Edition 2023 de la soirée des nouveaux arrivants à l'automne (présentation de la Côte-d'Or et de la marque Savoir-Faire 100 % Côte-d'Or) le 29/09 dans les jardins du Département
 - Participation au webinaire APEC sur l'attractivité de Dijon, avec Dijon Bourgogne Invest et le CRT BFC le 14/09 (140 inscrits venant d'Ile de France, Haut de France et Grand Est)
 - Participation au séminaire du Congrès technique des vétérinaires le 19/10
 - Participation à la journée attractivité à destination de la filière médicale organisée par le Pays Seine et Tilles et le CPTS 21/52 le 1^{er}/12
 - Participation aux travaux de la démarche portée par la MASCOT BFC avec Laou pour la démarche d'attractivité régionale en lien avec les OT volontaires de Bourgogne – Franche-Comté
- ✓ Evènement d'accueil des nouveaux arrivants en Côte-d'Or (en partenariat avec le Conseil départemental)
- Organisation d'un forum autour des thématiques : tourisme & découverte, les services départementaux, emploi et milieu associatif, architecture et immobilier, visite de la salle des séances..., et d'une soirée conviviale dans les Jardins du Département. Plus de 300 participants sont ainsi passés rencontrer Côte-d'Or Attractivité et ses partenaires présents entre 16h et 22h30, le 29/09.



- ✓ Transfert du nom de domaine www.investincotedor.fr appartenant à la CCI Côte-d'Or/Saône et Loire au profit de Côte-d'Or Attractivité
- ✓ Intégration de la valorisation paysagère et de la qualité du cadre de vie au profit de l'attractivité
- ✓ Concertation territoriale et avec les services du CD sur la filière événementielle : dépôts de candidatures pour recevoir des congrès et événements d'envergure nationale ou internationale ; échanges avec le CD pour l'attribution d'aides financières ; réflexion globale à l'échelle du territoire sur la filière ; conseil aux porteurs de projets dans ce domaine

Attractivité pour des filières spécifiques, en lien avec le Conseil départemental

- ✓ Concernant les vétérinaires, les travaux amorcés dès 2022 avec le Groupement technique vétérinaire de BFC (participation à leur congrès à Beaune) se sont réitérés le 16/10. Ceci devrait s'intensifier avec l'adoption par le Conseil départemental d'un plan de lutte contre la désertification vétérinaire en milieu rural. COA accompagnera ce programme avec un plan de communication en direction des écoles vétérinaires pour valoriser le Département de la Côte-d'Or.

Le soutien apporté par Côte-d'Or Attractivité se traduira aussi au travers de son guichet unique tant auprès des vétérinaires (et de leur famille) qui s'installeraient en Côte-d'Or, qu'auprès des stagiaires vétérinaires.

- ✓ En ce qui concerne les médecins, COA a également été présent sur le forum de la médecine générale le 24/10 et par le PÉTR Seine et Tilles pour être présent lors de leur journée d'attractivité de territoire à destination des internes le 1^{er} /12.
- ✓ Un travail a été initié avec le Conseil départemental autour d'une méthodologie commune pour l'accueil des professions médicales.

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Objectif : Intégrer le développement durable à tous les niveaux de l'activité touristique et développer un tourisme responsable soucieux de la préservation de l'environnement, de la biodiversité et des ressources naturelles et patrimoniales.

Une intelligence collective

LE DEVELOPPEMENT DURABLE AU SERVICE DU TOURISME

CIBLES

Collectivités
Porteurs de projets publics
Habitants et visiteurs
Associations

- ✓ Poursuite du déploiement du Fonds Tourisme Durable, dans le cadre du plan Destination France et du partenariat entre Côte-d'Or Attractivité et l'ADEME, qui porte ce dispositif. Celui-ci permet d'accompagner les hébergements et les restaurants sur leur transition écologique au travers de diagnostics qui pourront aboutir à la mobilisation d'aides. L'objectif est de 15 diagnostics réalisés et 8 dossiers déposés entre janvier et décembre 2023. Au 31/12/2023 : 16 diagnostics et 1 dossier déposé. Même si l'objectif 2023 n'est pas atteint (pour plusieurs raisons), un avenant à la convention avec l'ADEME a été signé pour 2024 afin de poursuivre l'accompagnement et permettre aux établissements intéressés de bénéficier du dispositif.
- ✓ Suivi, communication et accompagnement sur l'Appel à Projets Formes émergentes de Tourisme (slowtourisme, écotourisme) avec l'ADEME et ADN Tourisme entre début juin et fin octobre 2023.
- ✓ Participation aux comités régionaux de suivi du Fonds Tourisme Durable avec l'ADEME Bourgogne-Franche-Comté et les autres partenaires sur la région. Réunion d'information sur les Certificats d'Economies d'Energie le 28/02. Réunion de suivi le 9/05 et le 13/12.
- ✓ Participation avec l'ADEME BFC à un événement du Comité Régional du tourisme le 16/11 pour valoriser le Fonds tourisme durable.
- ✓ Promotion du Fonds Tourisme Durable et des différentes actions liées au développement durable à travers la newsletter professionnelle, les réseaux sociaux professionnels et la page dédiée au tourisme durable sur le site professionnel, les partenaires et têtes de réseaux, ex : via l'UMIH 21. Publication dans le Côte-d'Or Mag' du mois de mai.
- ✓ Assistance globale aux professionnels ayant des projets s'inscrivant dans une démarche durable.
- ✓ Organisation d'Infos Flash, sous forme de visioconférence, liés au tourisme durable à destination des professionnels. Info Flash le 19/01 pour présenter le Fonds Tourisme durable avec témoignage de deux hébergeurs, avec 15 participants. Info Flash sur les économies d'eau dans la végétalisation le 11/05, avec 17 participants.
- ✓ Organisation de journées d'échanges sur la thématique du tourisme durable en présentiel avec différents intervenants et ateliers (ADEME, AFNOR, Conseil Départemental, Pôle Energie Bourgogne-Franche-Comté, labellisés Clef verte, etc) :
 - Une journée a eu lieu le 28/03 au Château d'Arcelot avec 28 participants
 - Une demi-journée a été organisée le 5/12 à Dijon avec 30 participants



- ✓ Organisation d'un après-midi au centre pédagogique Infineo à Ste-Marie-la-Blanche : présentation du Fonds Tourisme durable et visite sur le thème des déchets et de l'économie circulaire, le 16/03, 14 personnes présentes.
- ✓ Interventions lors de réunions prestataires organisées par les offices de tourisme sur les actions à mettre en place pour développer un tourisme durable et les aides financières disponibles :
 - Intervention le 16/03 lors de la rencontre des prestataires touristiques de la Communauté de Communes Cap Val de Saône – 10 participants
 - Intervention lors d'une table – ronde organisée par l'OT Beaunois avec une dizaine de restaurateurs sur la gestion des biodéchets et les évolutions de la réglementation le 21/03
 - Présentation des aides financières existantes dont le Fonds Tourisme durable lors de la « Journée Pros Tourisme » de la CC Ouche et Montagne le 7/04
- ✓ Mise en valeur de « La Côte-d'Or, destination durable » sur le site grand public et les réseaux sociaux, dans le but de communiquer plus concrètement sur la position de la Côte-d'Or auprès du grand public
- ✓ Redéploiement de la marque Tourisme & Handicap en Côte-d'Or :
 - Suivi et audit des sites en attente de renouvellement : 7 labellisations renouvelées
 - Communication sur la marque pour labelliser de nouveaux sites
 - Création d'une page sur le site professionnel pour présenter la marque
 - Communication pour trouver de nouveaux bénévoles accompagnateurs et évaluateurs sur les audits
 - Rendez-vous le 6/06 avec la start-up dijonnaise Toolib
 - Rendez-vous le 4/09 avec le service Accessibilité de la DDT
 - Participation aux commissions régionales organisées par le CRT : 25/04 – 27/06 et 9/11



Objectif : Accompagner les collectivités et les prestataires du département dans leurs projets d'investissement touristique ou d'attractivité et leur stratégie de territoire. Rechercher des synergies et favoriser des partenariats.

Une intelligence collective

ACCOMPAGNEMENT ET ASSISTANCE DES ACTEURS PUBLICS ET PRIVÉS

CIBLES

Collectivités
Partenaires et prestataires publics et privés
Conseil départemental
Porteurs de projets
Têtes de réseaux

- ✓ Accompagnement personnalisé des porteurs de projets d'équipement touristique : selon son état d'avancement, son actualité ou la demande du porteur de projet, Côte-d'Or Attractivité se positionne en tant qu'accompagnement plutôt autour de l'ingénierie ou plutôt autour de la communication ou autour de ces deux sujets. Certains projets peuvent être portés, en alliant nos compétences et nos domaines d'actions, avec la CCI dans le cadre d'une démarche partenariale
- ✓ Accompagnement du Conseil Départemental dans ses projets de développement touristique
- ✓ Accompagnement des projets publics et privés d'investissement en matière de méthodologie, connaissance des clientèles, législation, classement, labellisation
- ✓ Réalisation de schémas locaux de développement touristique
- ✓ Participation aux réunions des partenaires et têtes de réseaux :
 - Conseil d'administration de BFC Tourisme le 30/03, 5/10, 30/11
 - Forum tourisme organisé par Philippe Bertrand le 31/03
 - AG des Gîtes de France au château de Sully le 06/04
 - Assemblée générale de l'OT du pays châillonnais le 24/04
 - Assemblée générale de l'UMIH 21 le 26/04
 - Assemblée générale de BFC Tourisme le 4/05
 - Assemblée générale des Gîtes Côte-d'Or et Nièvre le 6/05
 - AG Mascot le 22/06
 - CA BFC Tourisme le 05/10
 - CA Destination Bourgogne le 27/11
 - Rencontres du Tourisme de la région BFC le 07/12
- ✓ Programme de valorisation et d'optimisation de la taxe de séjour. Poursuite des sessions de sensibilisation des secrétaires de mairies sur les obligations et la réglementation pour les meublés et chambres d'hôtes. En 2023, des sessions ont été faites sur le territoire des EPCI suivants : Norge et Tilles, Plaine dijonnaise, Tille et Venelle, Mirebellois – Fontenois, Ouche et Montagne, Rives de Saône, Forêts Seine et Suzon, Vallées de la Tille et de l'IGNON, Saulieu et Terres d'Auxois (2 sessions). Soit en 2023, 103 communes et EPCI (99 personnes).
- ✓ Organisation des Rencontres des offices de tourisme et EPCI et de la bourse d'échange de documentation le 6/04 à Is-sur-Tille, en collaboration avec l'office de tourisme des Vallées de la Tille et de l'IGNON

- ✓ Contributions autour du Schéma Régional de Départemental du Tourisme et des Loisirs et des thématiques en découlant (oenotourisme, itinérance, patrimoine et affaire). Mutualisation des outils communs entre Agences de développement touristique/attractivité et Bourgogne Franche-Comté Tourisme : réunions le 18/01 et le 5/04
- ✓ Rencontres régulières des prestataires sur le territoire
- ✓ Poursuite des Infos Flash sous forme de visioconférences autour de thématiques spécifiques : un webinaire par mois, hormis en juillet et août : 9 Infos Flash et 210 personnes touchées
- ✓ ADN Tourisme :
 - Démarche de progrès continue en matière d'outils mis à disposition, que ce soit par ADN Tourisme via le Club ingénierie ou nos ressources propres accessibles sur le site professionnel



- Organisation et accueil du séminaire annuel du Club Ingénierie à Beaune : 58 participants et 34 structures accueillies.

- ✓ Développement et animation du site internet à destination des professionnels et des partenaires www.cotedor-attractivite.com
- ✓ Mise à disposition de la photothèque aux prestataires et partenaires : nouvel outil via la médiathèque en avril
- ✓ Diffusion sur les réseaux sociaux (LinkedIn) et outils en ligne
- ✓ Envoi d'une newsletter régulière à destination de l'ensemble des professionnels présents dans la base de données : une newsletter par mois, hormis en juillet et août => 8 newsletters envoyées en 2023

CÔTE-D'OR ATTRACTIVITÉ à votre service
la newsletter de l'attractivité et du tourisme en Côte-d'Or
SEPTEMBRE 2023

ÉVÈNEMENT
L'AUTOMNE C'EST LA BOURGOGNE

Dès cette semaine et pour la 6^{ème} année, « L'automne c'est la Bourgogne », l'opération de communication du Collectif tourisme en Bourgogne* et des offices de tourisme, occupe le web, les réseaux sociaux et très bientôt la télévision en replay. Et pour la 1^{ère} année, « l'automne c'est la Bourgogne » s'affichera sur France 2 tous les matins du 9 au 22 octobre dans l'émission phare TéléMatin.

* Le Collectif tourisme Bourgogne regroupe Côte-d'Or Attractivité, Nièvre Attractivité, Destination Saône et Loire Tourisme, Yonne Tourisme et Bourgogne Franche-Comté Tourisme, sous la marque La Bourgogne.

Un objectif majeur pour une opération d'envergure : comme les années précédentes, conquérir des parts de marché auprès des clientèles françaises sur la saison automne, en cherchant à installer "l'idée réflexe" que l'automne est une période magique et privilégiée en Bourgogne.

L' AUTOMNE, C'EST LA BOURGOGNE Une visibilité maximale via une campagne digitale et TV de septembre à novembre avec le #l'automneestlabourgogne, partagée par tous les acteurs du tourisme.

Côte-d'Or Attractivité participe activement à cette opération :

- > En renouvelant son site internet www.lacotedorjadore.com et en créant des landing pages* dédiées aux offres d'automne,
- > En produisant des contenus spécifiques pour les réseaux sociaux,
- > En créant des newsletters mettant en avant les prestations automnales.

*Pages de destination

L'APPEL
L'AUTOMNE C'EST LA BOURGOGNE

[LIRE LA VIDÉO](#)

Partagez #l'automneestlabourgogne, sur toutes vos publications pour faire de cette campagne partagée une réussite collective !

[EN SAVOIR PLUS](#)

CONTACTEZ-NOUS

Vous aussi, vous souhaitez participer à « L'automne c'est la Bourgogne », vous avez besoin d'informations, vous souhaitez habiller vos visuels, vous voulez partager des contenus ?

+ À NE PAS MANQUER

ACTUALITÉS TOURISTIQUES

CONSULTER

NOTE DE CONJONCTURE

LIRE

DERNIERS REPORTAGES

VOIR

RESTONS EN CONTACT

www.cotedor-attractivite.com

[facebook](#)

[linkedin](#)

www.lacotedorjadore.com

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable

©Gites de France



Objectif : Accompagner les propriétaires de meublés et chambres d'hôtes dans leurs projets d'investissement, de développement et de qualification de leur offre.

Une intelligence collective

LOCATIONS DE VACANCES

CIBLES

Propriétaires de meublés de tourisme et de chambres d'hôtes
Porteurs de projets

Meublés de tourisme

- ✓ Assistance aux propriétaires et aux porteurs de projets – 107 assistances en 2023 (comprenant des demandes d'information sur le classement)
- ✓ Classement des meublés volontaires : 128 visites pour l'année 2023 – classement 1 étoile : 35 meublés de tourisme / classement 2 étoiles : 29 meublés de tourisme / classement 3 étoiles : 46 meublés de tourisme / classement 4 étoiles : 15 meublés de tourisme / classement 5 étoiles : 3 meublés de tourisme. A la suite du classement, les propriétaires sont invités à renseigner leurs informations sur la plateforme Décibelles Data pour qu'ils soient visibles sur nos outils de communication.
- ✓ Sensibilisation des meublés de tourisme au classement et renouvellement des classements : des informations sur les avantages sont envoyées aux propriétaires des nouveaux meublés de tourisme (visibilité accrue, calcul de la taxe de séjour plus aisé...). La sensibilisation est axée sur les zones Accueil Vélo et Vignoble & Découvertes afin qu'ils soient valorisés grâce à ces outils.
- ✓ Promotion dans les newsletters de Côte-d'Or Attractivité et les supports de communication web
- ✓ Travail avec des partenaires autour des hébergements et du tourisme durable : mise en relation des Offices de tourisme avec les propriétaires des meublés de tourisme lors des visites de classement. Rencontre d'organismes et de réseaux autour de l'hébergement touristique. Contact avec les services du territoire (conciergeries, labels,...) et mise à jour de l'information sur le site professionnel.

Chambres d'hôtes

- ✓ Assistance aux propriétaires et aux porteurs de projets – 15 assistances en 2023
- ✓ Le Conseil d'administration de Côte d'Or Attractivité du 3/04 a validé le déploiement de la qualification Chambre d'hôtes Référence sur le département, afin d'apporter la possibilité aux chambres d'hôtes de garantir à leurs clients la qualité de leur prestation tout en contribuant à l'amélioration de la qualification de l'offre d'hébergement touristique de la destination. Chambre d'hôtes référence n'a pas vocation à concurrencer les marques existantes, mais pourra être une solution pour les exploitants soucieux de qualifier leur offre et ne souhaitant pas adhérer à un label.
- ✓ Cette qualification ne bénéficie pas d'un réseau de promotion ou de commercialisation national, mais nous permettra prioritairement d'étoffer notre parc de chambres d'hôtes souhaitant obtenir les marques Accueil Vélo ou Vignobles & Découvertes qui exigent en prérequis un label, une marque ou qualification comme Chambre d'hôtes Référence.
- ✓ Déploiement de la qualification : Rédaction et signature d'une convention tri-partite avec la Mascot et ADN Tourisme, rédaction des documents réglementaires, administratifs et utiles aux visites de qualification, mise en place d'une commission d'attribution, information des offices de tourisme et sollicitation pour faire des visites, extractions et listages des prospects éligibles à Accueil Vélo ou Vignobles & Découvertes, pour se faire qualifier au préalable Chambre d'hôtes référence.

LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% durable



Objectif : Capitaliser sur la marque La Bourgogne pour attirer ou fidéliser les clientèles. Mutualiser des budgets avec nos partenaires pour déployer des opérations conjointes et des campagnes de communication.

Une intelligence collective

COLLECTIF TOURISME LA BOURGOGNE

CIBLES

Visiteurs

- ✓ Développement d'une stratégie de focalisation sur des activités spécifiques aux territoires et/ou à leur expertise, et de mutualisation d'actions permettant à la fois d'avoir un impact beaucoup plus fort, tout en réduisant les coûts
- ✓ Réunions entre directeurs et mutualisation des outils communs entre ADT et BFCT :
 - Journée La Bourgogne le 21/06
 - Réunion directeurs ADT BFC le 19/09
 - ADT CRT Bourgogne au Hameau du Vin à Romanèche-Thorins le 17/10
 - Journée partenariale CRT BCFT le 16/11
 - Réunion directeurs ADT BFC le 28/11
- ✓ Travail autour de la marque La Bourgogne :
 - Réunions stratégiques le 29/03, le 5/04, le 19/10 et le 19/12
 - Groupe de travail autour du digital pour optimiser la visibilité de notre territoire sur les réseaux sociaux notamment et via des contenus web dédiés
 - Campagnes de communication La Bourgogne sur le marché France
 - Reconstitution de l'opération #lautomnecestlabourgogne : réunions de préparation avec le CRT BFC, les autres ADT, et des OTSI de Côte-d'Or dès le printemps, sélection des offres d'automne à mettre en avant, réalisation d'une landing page automne intégrée dans les newsletters de l'automne, habillage des réseaux sociaux aux couleurs de la campagne #lautomnecestlabourgogne, création et programmation des publications spécifiques dédiées sur nos réseaux ainsi des publications partagées avec les partenaires.
- ✓ Contribution aux travaux collectifs liés à l'oenotourisme, au patrimoine, au tourisme d'affaire et à l'itinérance
- ✓ Partenariat ou intégration de groupes de travail sur la filière événementielle

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Objectif: Offrir au client final, une information touristique de qualité et à jour pour répondre à sa demande. Uniformisation, développement et diffusion de la donnée touristique de la base de données régionale. Autonomie des OTSI sur l'utilisation de l'outil. Sensibilisation des prestataires touristiques à la saisie de leurs données sur Décibelles data.

Une intelligence collective

DECIBELLES DATA

CIBLES

OTSI21 et partenaires (GDF, BIVB...)
Prestataires touristiques et partenaires

Coordination départementale

- ✓ Poursuite de l'accompagnement des OTSI pour la maîtrise de Décibelles data notamment pour la création de fiches, la modération et toutes les dimensions de la gestion de la base de données afin qu'ils gèrent l'ensemble en toute autonomie
- ✓ Information des acteurs concernés, dont les OTSI de Côte-d'Or, des évolutions techniques décidées par le COTECH (dont Côte-d'Or Attractivité fait partie)
- ✓ Assistance technique auprès des OTSI et formation continue des OTSI à Décibelles data
- ✓ Participation à l'évolution technique de Décibelles data pour répondre à de nouveaux besoins
- ✓ Mise à jour des chaînes et labels
- ✓ En interne, renforcement de l'équipe de COA sur Décibelles data : chaque responsable de filière participe à la mise à jour et à la qualification de la base de données et l'accompagnement des OT
- ✓ Réflexion autour d'un changement de gouvernance régionale à l'horizon 2024

Mise à disposition des contenus

- ✓ Mise en place par COA de flux Décibelles data pour les sites web des OTSI et les prestataires touristiques qui en font la demande
- ✓ Poursuite de la mise en place de flux depuis Décibelles data vers le site web de Côte-d'Or Attractivité pour offrir tous les listings SIT nécessaires aux visiteurs
- ✓ Mise en place d'ateliers auprès des OT et des partenaires pour les sensibiliser à la qualité de la donnée
- ✓ Mise en place d'outils auprès de nos partenaires (CD) pour leur faciliter la saisie d'informations (les événements entre autres) dans la base de données
- ✓ Contribution au projet d'opendata mené par le CD21

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Objectif : La Côte-d'Or se doit d'adapter sans cesse son offre. L'observatoire constitue donc un outil générique destiné à renseigner Côte-d'Or Attractivité et ses clients sur les évolutions de son environnement.

Une intelligence collective

VEILLE, OBSERVATOIRE ET ETUDES

CIBLES

Partenaires
Prestataires
Porteurs de projets

Observation de l'activité touristique

- ✓ Réalisation de bilans touristiques et de chiffres clés par secteur d'activité en fin d'année
- ✓ Réalisation d'une enquête mensuelle et annuelle de fréquentation auprès des sites et monuments et des évènements
- ✓ Etude des flux en temps réel en Côte-d'Or avec Orange et participation aux webinaires organisés par Flux Vision Tourisme pour maîtriser l'outil et son nouveau rapport dynamique
- ✓ Analyse de la fréquentation des sites internet de Côte-d'Or Attractivité
- ✓ Mise en place d'une note de conjoncture régulière sur les tendances et faits marquants
- ✓ Etude de nouveaux outils d'analyse de données et exploitation éventuelle
- ✓ Réflexion autour de l'intégration de France Tourisme Observation ; cette plateforme mise en place par Atout France et ADN Tourisme doit permettre de structurer et valoriser les données touristiques au profit d'une meilleure connaissance du secteur par ses acteurs.
- ✓ Acquisition du Baromètre 2023 – Raffour : Courts séjours, vacances et e-tourisme / Bilan 2022, intentions de départ 2023 et nouvelles tendances
- ✓ Participation aux réunions organisées par le CRT sur l'observatoire et les démarches mutualisées

Veille

- ✓ Veille personnalisée sur les toutes les dimensions de l'activité de COA

Travaux d'ADN Tourisme

- ✓ Suivi des travaux du Conseil d'administration dont la Présidente de COA est membre : participation aux CA le 17/01, 6/04 et le 07/12
- ✓ Participation à la convention Hospitalité et à l'assemblée générale les 11 et 12/05 à Tours
- ✓ Participation au congrès les 26 et 27/09 au Puy du Fou
- ✓ Intégration le cas échéant des formations, journées ou groupes de travail pouvant intéresser la Côte-d'Or : actuellement membre du groupe national « Club ingénierie » : journées Techniques, à Paris, les 20 et 21/06
- ✓ Accueil du séminaire annuel de club Ingénierie les 30/11 et 1er/12 à Beaune
- ✓ Suivi des travaux et services proposés par ADN Tourisme

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Objectif : Valoriser et partager les espaces naturels, lieux de multiples pratiques sportives et de loisirs pour tous les publics, en favorisant l'émergence d'infrastructures et services afin d'en faire un réel atout touristique et d'attractivité, en cohérence avec la stratégie départementale de développement durable.

Une nature haute qualité environnementale

ACTIVITES NATURE HORS VELO

CIBLES

Les collectivités, les porteurs de projets publics, les porteurs de projets privés

ESI/CDESI

- ✓ Développer les sites inscrits au Plan départemental des espaces, sites et itinéraires (PDESI) et au Plan départemental des itinéraires de promenade et de randonnée (PDIPR) et encourager l'inscription des Espaces naturels sensibles (ENS)
- ✓ Travail sur la randonnée pédestre, les lieux de baignade, les sites d'escalade, de canoë-kayak et autres activités nature le cas échéant
- ✓ Travail autour de la structuration de l'offre, de l'accompagnement et de la mise en réseau des acteurs
- ✓ Accompagnement des porteurs de projets privés ayant des activités de plein air
- ✓ Sensibilisation des acteurs locaux à la clientèle nature
- ✓ Mise à jour des sentiers et sites et espaces dans nos outils de communication

Randonnée pédestre

- ✓ Participation à l'Assemblée générale du CDRP le 4/03 et réunion le 2/05
- ✓ Participation au salon Destination Nature à Paris en mars (avec le collectif itinérance) et au Salon du Randonneur à Lyon en mars

Fluvial

- ✓ Présentation du réaménagement de la gare d'eau et salon fluvial le 29/04 à Saint Usage
- ✓ Participation aux travaux de la Charte fluviale de Rives de Saône.
- ✓ Participation aux travaux sur les études pour la définition d'une stratégie de développement entre VNF et Dijon Métropole le 27/11.
- ✓ Participation à la réunion de lancement de l'étude pour la Charte fluviale de la Plaine dijonnaise le 13/12.

- ✓ Participation aux réflexions du CD sur le fluvial avec VNF : le CD a adopté une convention-cadre de partenariat avec VNF le 26/06 qui courra sur la période 2023 – 2027. Le projet de convention identifie cinq thèmes, constituant une véritable approche à 360 degrés des enjeux attachés aux voies d'eau :

- la résilience environnementale et la ressource en eau,
- la valorisation du patrimoine,
- le tourisme et les loisirs,
- la solidarité et le développement territoriaux,
- les solidarités humaines.

Le CD a souhaité associer COA en lui proposant de porter certaines fiches actions, en rapport avec ses missions. Ce travail sera mené de manière étroite avec les services du CD, VNF et d'autres partenaires comme le CAUE.

COA, au cours des années à venir, interviendra plus particulièrement sur les fiches suivantes en animant le travail avec les services du CD et les partenaires, mais également en mobilisant divers membres de son équipe :

- La valorisation paysagère des abords des voies d'eau, en liaison avec les communes
- Les maisons éclusières
- La valorisation du patrimoine historique et industriel,
- La feuille de route Communication sur le fluvial,
- Le développement de manifestations associatives, culturelles et sportives au bord de la voie d'eau,
- Garantir le maintien et les conditions favorables à l'activité des péniches hôtels,
- Le label Tourisme & Handicap.

Participation au COTECH de lancement le 05/12 et RV avec les partenaires pour lancer le travail sur les fiches pour lesquelles COA est chef de file.

Autres actions autour de la filière nature

- ✓ Réflexion autour de la promotion de nouvelles pratiques (trail, course d'orientation)
- ✓ Participation à la réunion du Pays Seine et Tille concernant la Charte Forestière de Territoire thématique « Activités en forêt » le 16/10
- ✓ Réalisation d'outils de communication (*voir chapitre La Côte-d'Or une destination 100% désirable*)

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Une nature haute qualité environnementale

CYCLOTOURISME

CIBLES

Collectivités : par le développement des infrastructures
Prestataires : par la marque Accueil vélo
Visiteurs avec une offre qualifiée

Objectif : Le Conseil départemental est maître d'ouvrage d'un réseau de 400 kilomètres de véloroutes et voies vertes. Dans le prolongement, Côte-d'Or Attractivité accompagne les prestataires et les territoires dans le développement de la filière vélo.

Véloroutes et voies vertes - infrastructures :

- ✓ Accompagnement du Conseil départemental, des porteurs de projets privés et publics, sur les aménagements et les projets relatifs à la clientèle vélo.
- ✓ Intégration dans nos outils de communication et valorisation des nouveaux itinéraires développés dans le cadre du Schéma Cyclable du Conseil Départemental 2022-2032
- ✓ Travail sur l'itinéraire au départ des Sources de la Seine, pour rejoindre Troyes et plus avant le Havre. Deux parcours sont imaginés, un à l'Est et un à l'Ouest, sur des routes à faible circulation.

Accueil vélo :

- ✓ Structuration du réseau, accompagnement des labellisés et labellisation de nouveaux marqués
- ✓ Déploiement de la marque Accueil Vélo et renouvellement des labellisés dont la marque a expiré ou va expirer. Mise en place d'une stratégie de prospection afin de développer le réseau Accueil Vélo à travers l'envoi de mailings, la prise de contact par téléphone et les déplacements terrain. Ouverture de la marque Accueil Vélo sur de nouveaux itinéraires comme la voie verte du Canal de Bourgogne Sud – 54 visites de labellisation faites ou en cours au 20/11.
- ✓ Etat des lieux des labellisés Accueil Vélo le long de la voie verte du Canal de Bourgogne et de la Voie Bleue et développement d'un fichier de prospection pour les potentiels labellisés Accueil Vélo (voie verte Canal de Bourgogne et Voie Bleue)
- ✓ Organisation d'un info flash à destination des prestataires pour présenter la marque Accueil Vélo
- ✓ Création d'un nouvel outil de promotion de la marque Accueil Vélo : argumentaire à destination des labellisés
- ✓ Participation à un Eductour Accueil Vélo avec le CRT le 26/09
- ✓ Intervention le 21/11 lors du club pro Rives de Saône pour informer les professionnels sur l'existence de la marque

Promotion :

- ✓ Test et promotion du nouveau tronçon Dijon-la Saône sur les réseaux sociaux avec la volonté de mettre en avant l'intermodalité (train et vélo) au départ de Dijon jusqu'à Seurre.
- ✓ Organisation d'une journée avec Autoroute Info le 12/05 pour faire la promotion de l'itinéraire de la Voie Bleue, du label Accueil vélo et du mois de mai à vélo
- ✓ Développement et promotion de l'opération « Mai à vélo le long de la Saône et ses canaux » en partenariat avec l'ADT 70 et le CDT 39 ainsi que les offices de tourisme concernés et la Voie Bleue
- ✓ Interventions lors d'une réunion prestataires organisée par la communauté de communes d'Ouche-et-Montagne sur l'itinérance et les mobilités douces
- ✓ Mise en valeur des divers itinéraires, chacun avec leurs spécificités (La Voie Bleue – Moselle-Saône à Vélo, Voie des vignes, Canal de Bourgogne, Canal entre Champagne et Bourgogne). Participation aux travaux des Comités d'itinéraire lorsqu'ils existent : Voie Bleue, GTMC

VTT

- ✓ Développement du VTT :
 - Intégration des sentiers inscrits au PDESI dans l'application Balades en Bourgogne
 - Poursuite du travail avec la communauté de communes du pays châillonnais et le PNF pour inscription au PDESI des sentiers du châillonnais
 - Poursuite du travail avec la communauté de communes Gevrey-Chambertin Nuits-Saint-Georges
 - Participation aux travaux du comité d'itinéraire de la GTMC
- ✓ Réalisation d'outils de communication (*voir chapitre La Côte-d'Or une destination 100% désirable*)

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Une nature haute qualité environnementale

PARC NATIONAL DE FORETS PARC NATUREL REGIONAL DU MORVAN

CIBLES

Parc national de forêts
Parc naturel régional du Morvan
EPCI/communes/OTSI
Prestataires touristiques
Porteurs de projets

Objectif : Avec l'émergence du Parc national de forêts et le parc naturel régional du Morvan, Côte-d'Or Attractivité s'est positionné en accompagnement autour de l'Ingénierie ou autour de la communication, selon les attentes de nos partenaires.

Parc national de forêts

- ✓ Accompagnement du Parc national de forêts sur le volet touristique
- ✓ Déploiement de la marque Esprit parc national. Participation aux commissions d'attribution de la marque : Commission le 24/01 suivi le 27/03 de l'accompagnement du cabinet de curiosités les Z'uns possible
- ✓ Travail sur les sports et loisirs de nature, la filière événementielle
- ✓ Participation à la bourse d'échanges de documentation le 16/05 à Chatillon-sur-Seine
- ✓ Co-organisation du premier éductour du parc avec les Offices de tourisme concernés et l'Agence d'Attractivité de Haute-Marne, le 03/10 avec la présence de 38 prestataires de Côte-d'Or et de Haute-Marne
- ✓ Présence sur un temps d'échanges avec les élus et les techniciens à la foire internationale et gastronomique de Dijon le 7/11
- ✓ Partenariat publicitaire pour le prochain guide du Routard dédié au Parc national de forêts.



Parc naturel régional du Morvan

- ✓ Accompagnement du Parc naturel régional du Morvan sur le volet touristique
- ✓ Travail sur les sports et loisirs de nature

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Objectif : Pour les habitants comme pour les visiteurs, contribuer à préserver des paysages et des communes avec un cadre de vie de qualité.

Une nature haute qualité environnementale

VALORISATION PAYSAGERE

CIBLES

Communes de Côte-d'Or
Conseil départemental
Visiteurs et habitants
EPCI

Le label « Villes et Villages Fleuris » au niveau national

- ✓ Participation à la réunion annuelle des réseaux départementaux et régionaux à Paris le 25/05
- ✓ Participation au jury national du label « Villes et Villages Fleuris » qui attribue et contrôle les communes 4 fleurs (le niveau le plus élevé) du 20 au 22/06 en Ile-de-France et dans les Hauts de France
- ✓ Séance plénière des membres du jury national le 13/09 à Paris
- ✓ Rencontre annuelle des départements labellisés « Départements fleuris » à Paris le 14/11

L'échelon régional du label « Villes et Villages Fleuris »

- ✓ Tournées du jury conjoint Département/Région du 25 au 27/07. Participation à la réunion de synthèse régionale le 28/07
- ✓ Remise des prix régionale du label « Villes et Villages Fleuris » le 16/11 à Dijon

La valorisation paysagère en Côte-d'Or

- ✓ Travail en concertation avec le Conseil départemental, le CAUE, l'Association des climats et les communautés de communes concernées, sur l'élaboration du cahier des charges et le suivi de l'étude qui vise à l'amélioration du traitement paysager de la Route des grands crus et de la zone des climats. Réunions le 2/02 et le 1^{er}/3, le 3/10. Ateliers de travail avec les Maires et les ODG de la zone les 12 et 13/10 pour recenser leurs attentes. COPIL le 20/10.
- ✓ Réunion avec Dijon Céréales pour le partenariat annuel le 13/02
- ✓ Lancement de la formation des employés communaux des petites communes rurales avec le CNFPT à Alise-Sainte-Reine (le 31/01) et Pontailler-sur-Saône (le 01/02) : formation de base théorique et pratique de 18 journées sur deux ans à raison d'une journée par mois
- ✓ Conseil aux communes pour l'obtention ou le maintien du label « Villes et Villages Fleuris » en avril

- ✓ Participation à l'inauguration de la Foire aux plantes à Bézouotte le 13/05
- ✓ Organisation des Rendez-vous de la valorisation paysagère : réunions de sensibilisation des élus, des agents communaux et des bénévoles (en partenariat avec le CAUE et le groupe Dijon-Céréales) : au Golf de Norges le 27/06, à Châteauneuf le 21/09 et à Chaignay le 26/09
- ✓ Accompagnement des 9 communes candidates au label « Villes et Villages Fleuris » en 2023 (Auxonne, Chambolle-Musigny, Combertault, Drée, Flagey-lès-Auxonne, Genlis, Ladoix-Serrigny, Meursault et Trochères) pour les aider à préparer la venue du jury conjoint.
- ✓ Concours des petits jardiniers de Côte-d'Or sur le thème « Autour des céréales »
- ✓ Tournées départementales de valorisation paysagère sur la première quinzaine de juillet
- ✓ Le 5/10 : participation et accueil à Quetigny d'une cinquantaine de personnes participant au voyage d'étude « Villes et Villages Fleuris » organisé par Doubs Tourisme
- ✓ Le 11/10 : rendez-vous avec Claude SEGUIN, Président de la SONOFEP pour une visite de l'entreprise et la présentation de son activité et de ses projets.
- ✓ Voyage d'études à Belfort le 26/10 avec les personnes partenaires qui aident Côte-d'Or Attractivité en matière de conseil en valorisation paysagère
- ✓ Tournées d'automne de conseil aux communes en octobre et novembre
- ✓ 14/11 : réunion annuelle des « Départements Fleuris » à Paris
- ✓ 24/11 : réunion de travail avec Bourgogne Franche-Comté Tourisme et les autres départements de notre région pour la gestion conjointe du label « Villes et Villages Fleuris »
- ✓ Remise des Trophées départementaux de la valorisation paysagère le 14/12 dans le cadre du Salon des Maires à Dijon, avec une formule renouvelée et moderne

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Un patrimoine d'exception

MUSÉOPARC ALÉSIA

Objectif : avec le Muséoparc Alésia, capitaliser sur un projet phare du Conseil départemental pour promouvoir une offre touristique côte-d'orienne différente de celle qui est traditionnellement mise en avant.

Autour du Muséoparc, 19 sites et monuments de la Haute Côte-d'Or, du sud de l'Yonne et de la Nièvre, se sont fédérés dans le réseau #EpiquesEpoques animé par Côte-d'Or Attractivité. L'objectif est de capitaliser sur la dynamique impulsée depuis plusieurs années.

CIBLES

SPL Muséoparc Alésia
Prestataires touristiques
Porteurs de projets
Professionnels des membres du réseau
#EpiquesEpoques
Visiteurs (meilleure lisibilité de l'offre)

- ✓ Lancement de saison du Muséoparc Alésia : participation à la conférence de presse le 14/02 et présence au lancement de saison, sur site, le 17/02
- ✓ Rencontre de M BOURDEREAU, nouveau directeur du Muséoparc le 22/03
- ✓ Participation aux réunions avec le Muséoparc sur le projet de développement de boucles pédestre les 16/05 et 30/06
- ✓ Renouvellement des partenariats avec les médias locaux, mise en avant dans les supports de communication de COA - Emission Autoroute Info, sur site, le 05/07
- ✓ Participation à la structuration et la mise en réseau des structures touristiques autour du Pays Auxois, du Morvan, et du Châtillonnais avec les frontaliers proches: Réunion pour coconstruire le plan d'action le 06/02, au château de Commarin
- ✓ Mise en avant des sites sur les réseaux sociaux dans le cadre d'opérations avec les comptes puissants spécialisés dans le patrimoine
- ✓ Événement dans les jardins du Département pour allier culture et patrimoine le 24/06
- ✓ Création de vidéos à 360° visionnables sur des casques de réalité virtuelle pour 2 des sites (Muséoparc Alésia et Abbaye de Fontenay)
- ✓ Participation à l'inauguration du château de Bussy-Rabutin à la suite des travaux le 4/04
- ✓ Participation à la présentation des travaux au Château de Châteauneuf en Auxois le 23/05
- ✓ Visite de l'Abbaye de Fontenay pour découvrir la nouvelle partie viticole le 1^{er}/06
- ✓ Réalisation des outils de communication (voir chapitre *La Côte-d'Or une destination 100% désirable*)



LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Objectif: Accompagner des sites et monuments pour développer de nouvelles formes de médiation et d'animation pour compléter l'expérience du visiteur.

Un patrimoine d'exception

ACCOMPAGNEMENT DES SITES ET MONUMENTS

CIBLES

Partenaires et prestataires
Visiteurs

Relais et appui des actions du service Culture du Conseil Départemental

- ✓ Encouragement du développement de qualifications et de labels comme Plus beaux Villages de France et Cités de caractère de Bourgogne-Franche-Comté
- ✓ Structuration et développement du tourisme industriel en Côte-d'Or
 - Accompagnement de la micro-brasserie des Meix
 - Accompagnement de la vinaigrerie artisanale de Beaune
- ✓ En lien avec le Conseil Départemental, réalisation de films 3D au MuséoParc Alésia, à l'Abbaye de Fontenay, au château de Bussy-Rabutin et aux Hospices de Beaune
- ✓ Actions de communication dédiées (*voir chapitre La Côte-d'Or une destination 100% désirable*)
- ✓ Exposition itinérante de photos sur la Côte-d'Or dans les sites et monuments du territoire
- ✓ Rencontre de Mme ALLARD SAINT ALBIN, responsable du musée de l'Hôtel Dieu de Beaune le 23/01
- ✓ Rencontre avec Julie GIRY, Responsable du développement des publics à la ville de Beaune pour la promotion de la première édition du Festival Belen le 28/08
- ✓ Demande d'assistance de l'Abbaye de Molesme concernant le ou les statuts juridiques à mettre en place pour une ouverture au public le 27/09

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Objectif : Accompagner les acteurs de notre filière ambassadrice dans leurs projets de développement et dans leur communication. Valoriser le label Vignobles & Découvertes et favoriser la mise en réseau des prestataires.

Des savoir-faire 100 % Côte-d'Or

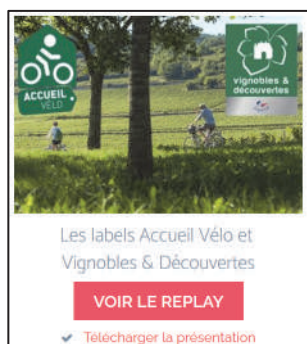
STRATEGIE ET STRUCTURATION DE L'OFFRE OENOTOURISTIQUE

CIBLES

Professionnels de la filière vin et tourisme
Visiteurs

Label Vignobles & Découvertes

- ✓ Structuration du réseau, accompagnement des labellisés et labellisation de nouveaux adhérents
- ✓ Point avec les offices de tourisme des deux destinations pour la prospection de l'offre oenotouristique à labelliser : début avril et début juillet
- ✓ Info Flash sur le label Vignobles & Découvertes et le label Accueil Vélo le 4/05 : 17 participants (41 inscrits) ; 3 demandes de rdv par la suite



Vignobles & Découvertes Route des grands crus de Bourgogne Dijon-Beaune

- ✓ 50 visites de prestations oenotouristiques pour la candidature au label => entrée de 40 prestations oenotouristiques au label, sortie de 4 prestations (cessations d'activités ou changement de propriétaire)
- ✓ 32 remises de panneaux Vignobles & Découvertes
- ✓ 10 visites de renouvellement au label
- ✓ Réalisation d'un mapping de la répartition géographique des prestations labellisées sur la destination avec My Maps.
- ✓ Rencontre des labellisés V&D Route des grands crus Dijon-Beaune le 05/12 à la Cité des Climats & des Vins à Beaune

Vignobles & Découvertes Route du Crémant de Bourgogne

- ✓ Reprise du label en janvier
- ✓ Renouvellement de la labellisation de la destination validé par le CSO le 18/04 à la suite de l'audition du 20/01
- ✓ 1 visite de prestation œnotouristique pour la candidature au label => entrée d'une prestation œnotouristique au label
- ✓ 1 remise de panneau Vignobles & Découvertes
- ✓ 7 visites pour le renouvellement au label
- ✓ Rencontre des labellisés V&D Route du Crémant de Bourgogne : Le 05/06 à l'Oenocentre Ampélopolis à Massingy : 10 participants



- ✓ Emission Autoroute Info le 06/10 : la Route du Crémant de Bourgogne, le vignoble du Châtillonnais et le label Vignobles & Découvertes à l'Oenocentre Ampélopolis à Massingy.
Accueil par le Domaine Brigand, présence de Côte-d'Or Attractivité, domaine Bouhélier, domaine Henri Mutin, Château de Courban, Le Sabot de Vénus, Office de tourisme du Châtillonnais => 901 146 auditeurs.



Fédération nationale Vignobles & Découvertes

- ✓ Présence d'Isabelle COROND-PEINTRE, depuis octobre, au sein du Bureau et du CA, en remplacement de Pascale FELL, afin de représenter les destinations V&D de Bourgogne, en accord avec l'ensemble des partenaires institutionnels du territoire : participation au Bureau du 10/10
- ✓ Membre de la commission technique « Evolution du label » : réunions de travail le 13/01, propositions au Conseil d'administration du 24/01, et le 27/02
- ✓ Participation aux rencontres de la Fédération : Assemblée générale d'ADN Tourisme à Paris le 28/06, Séminaire V&D les 8 et 9/11 à Sète
- ✓ Accueil du Président, Michel Chapoutier, et du vice-président, Ludovic Walbaum, du 19 au 21/11 sur la Route des grands crus de Bourgogne : pilotage et organisation de l'accueil en concertation avec les partenaires.

Fascinant week-end

- ✓ Accompagnement des prestataires pour l'élaboration d'offres et d'expériences avec les partenaires :
 - Travail en concertation avec le collectif œnotourisme et les destinations V&D de BFC : élaboration du cahier des charges les 26/01, 22/02, 9/03, 6/04, 10/05 ; travail sur l'accompagnement des prestataires et les offres : les 9/03, 15/03, 23/03, 29/03, 6/04, 27/04, 9/05, 10/05, 30/05 ; travail sur la communication les 30/05, 18/07 ; mise en place d'une action presse les 15/06, 11/07
 - 43 offres proposées en Bourgogne-Franche-Comté : <https://www.bourgognefranche-comte.com/fascinant-week-end/>
 - 30 en Côte d'Or : <https://www.lacotedorjadore.com/fascinant-week-end-automne-bourgogne/>
 - 7 dans l'Yonne
 - 5 en Saône-et-Loire
 - 1 dans le Jura
- ✓ Participation à l'élaboration d'un dossier de presse régional
- ✓ Communication sur le Fascinant week-end
 - Une page dédiée sur le site internet : <https://www.lacotedorjadore.com/fascinant-week-end-automne-bourgogne/>
 - Une insertion dans la newsletter grand public
 - Réseaux sociaux : un post dédié via @la_cote_dor_jadore : <https://www.facebook.com/lacotedorjadore> et https://www.instagram.com/la_cote_dor_jadore/

Mise en avant de l'œnotourisme, du label Vignobles & Découvertes, de l'appellation Bourgogne Côte-d'Or et de la destination Route des grands crus de Bourgogne au national

- ✓ Accueil du Président d'Atout France, Christian Mantéi par François Sauvadet, Président du Département de la Côte-d'Or et Marie-Claire Bonnet-Vallet, Présidente de Côte d'Or Attractivité au Domaine Cluny et au Castel de Très Girard le 12/01



- ✓ Accueil d'Olivia Grégoire, Ministre déléguée chargée des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme par François Sauvadet, Président du Département de la Côte-d'Or et Marie-Claire Bonnet-Vallet, Présidente de Côte d'Or Attractivité le 3/06



Cité des vins de Beaune

- ✓ Participation à l'inauguration le 16/06
- ✓ Visibilité sur l'espace Côte-d'Or : mise en place d'une fresque d'image avec le Conseil Départemental



- ✓ Contribution aux actions de promotion et presse lors du lancement
- ✓ Relais et accompagnement

Collectif œnotourisme et schéma œnotourisme

- ✓ Contribution aux actions du collectif œnotourisme mis en place à l'échelle de la Bourgogne et du Jura. Participation aux réunions du Collectif œnotourisme le 6/03 au Richebourg à Vosne-Romanée
- ✓ Participation à l'étude sur le positionnement marketing des destinations Vignobles & Découvertes :
 - Lancement de l'étude le 16/01
 - Ateliers workshop sur les deux destinations les 27 et 28/03
 - Réunion entre porteurs des destinations, CRT et OTs les 5 et 19/07 : restitution des suites à proposer aux professionnels le 06/11
 - Accompagnement pour la mise en place du positionnement marketing de la destination Route des grands crus : réunion de lancement le 6/12
- ✓ Suivi et contribution au schéma régional œnotourisme
- ✓ Participation au groupe de travail œnotourisme de l'office de Tourisme Beaune & pays Beaunois les 2/02, 28/03, 24/10 et 12/12 : mise en place de la stratégie régionale à travers des actions locales
Travail sur la conception d'offres expérientielles, d'ateliers référencement SEO et e-brochure V&D
- ✓ Réalisation d'outils de communication (*voir chapitre La Côte-d'Or une destination 100% désirable*)

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Objectif : Référent pour le tourisme et la communication, le Conseil départemental a délégué cette mission à Côte-d'Or Attractivité sur le plan technique, afin de sensibiliser, fédérer, mettre en valeur, qualifier et valoriser l'activité touristique liée aux Climats du vignoble de Bourgogne. Dans ce cadre, la Route des grands crus est un sujet principal de la stratégie, et un plan ambitieux est en construction.

Des savoir-faire 100 % Côte-d'Or

ROUTE DES GRANDS CRUS ET CLIMATS DU VIGNOBLE DE BOURGOGNE PATRIMOINE MONDIAL UNESCO

CIBLES

Association des Climats du vignoble de Bourgogne, Mission Climats
Conseil départemental
Prestataires touristiques
Collectivités
Professionnels filière vin et tourisme
Visiteurs

Route des grands crus de Bourgogne

- ✓ Travail sur la stratégie globale et sur l'animation de la Route des grands crus de Bourgogne
 - Réunion de travail pour rédiger le cahier des charges de l'étude d'aménagement paysager de la route le 01/03
 - Réunion présidée par le Président SAUVADET, au Conseil Départemental le 27/06



- Réunion technique Conseil Départemental et Côte-d'Or Attractivité le 19/07
 - Point avec le cabinet URBICAND, en charge de l'étude d'aménagement paysager le 31/08
 - Réunion technique avec la chargée de projet Route des grands crus le 06/09
 - COTECH pour l'étude d'aménagement paysager de la route le 03/10 et le 01/12
 - Ateliers avec les ODG et les maires du territoire le 12/10 à Gevrey-Chambertin et le 13/10 à Beaune
 - COPIL pour l'étude d'aménagement paysager de la route le 20/10
 - Ateliers de concertation
 - 18/12 sur la côte de Nuits
 - 21/12 sur la côte de Beaune
 - Réunion de suivi entre la chargée de mission Route des grands crus et Côte-d'Or Attractivité chaque mois
- ✓ Appel à Manifestation d'Intérêt, Destinations digitales pour la « Route des grands crus, au cœur des Climats du vignoble de Bourgogne » d'Atout France : mise en œuvre des premières actions
 - ✓ Candidature à l'Appel à Manifestation d'Intérêts « Parcours clients » : sans suite

- ✓ Suivi et encadrement d'un projet tuteuré réalisé par des étudiants du master MATC pour mesurer l'impact des Climats du vignoble de Bourgogne sur le territoire depuis l'inscription en 2015
- ✓ Concertation et coordination des actions de communication liées au tourisme, conduites par les partenaires autour de la Route des grands crus, du label Vignobles & Découvertes et des Climats du vignoble de Bourgogne
- ✓ Relais de la visite virtuelle de la Route des grands crus réalisée à l'aide de casques de réalité virtuelle, disponible également sur Google Maps
- ✓ Ajout de POI (Points d'Intérêts) sur Google pour référencer l'ensemble des prestataires labellisés le long de la route

Climats du vignoble de Bourgogne

- ✓ Aux côtés du Conseil départemental, contribution à la nouvelle convention multi-partenariale 2022 – 2026. Réunion le 24/03
- ✓ Participation aux conférences territoriales, commissions techniques permanentes, aux conférences territoriales et aux travaux menés par d'autres commissions (mobilité) pour les Climats. Assemblée générale le 24/05
- ✓ Etude de tous les projets et travaux concourant à la visibilité de l'inscription au Patrimoine mondial
- ✓ Animation de la commission tourisme et communication. Réunions le 1^{er}/03 et le 21/09
- ✓ Participation à la réflexion autour de la médiation en fonction des différents publics visés
- ✓ Promotion des événements « ombrelle » Mois des Climats et Fascinant week-end, participation aux COPIL
- ✓ Greeters : suivi du réseau
- ✓ Mise à jour et impression de la carte Climats, à frais partagés
- ✓ Réalisation d'outils de communication (*voir chapitre La Côte-d'Or une destination 100% désirable*)

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Des savoir-faire 100% Côte-d'Or

GASTRONOMIE ET PRODUITS DU TERROIR
MARQUE SAVOIR FAIRE 100% CÔTE-D'OR

Objectif : La gastronomie dont les produits du terroir, est l'un de des principaux atouts de la Côte-d'Or. Il s'agit de conforter son image de destination gastronomique de référence, de valoriser les savoir-faire et métiers de la restauration ainsi que les productions locales, notamment par la marque Savoir-faire 100% Côte-d'Or – le Département.

CIBLES

Prestataires et réseaux locaux



Marque Savoir-Faire 100% Côte-d'Or

- ✓ Participation aux comités d'agrément de la marque le 24/02, le 8/06 et le 30/11
- ✓ Mise en lumière des producteurs locaux estampillés « Savoir-faire 100 % Côte-d'Or - le Département ». Partage des actions et outils déclinés par le Conseil départemental sur nos outils web et print
- ✓ Opérations conjointes, comme la visibilité autour du Salon International de l'Agriculture les 27 et 28/02 ou sur des événements en Côte-d'Or et hors Côte-d'Or
- ✓ Participation à l'inauguration du 14^{ème} marché Bienvenue à la Ferme à Beaune en mai
- ✓ Communication régulière autour des chefs et restaurants dans les supports en partenariat
- ✓ Présence à l'inauguration des marchés 100% Côte-d'Or proposés par le Conseil Départemental dans les jardins du Département
- ✓ Présence sur le stand du Conseil départemental lors de la Foire internationale gastronomique de Dijon en novembre et participation à la Nocturne « Soirée anniversaire » des quatre ans de la marque Savoir-Faire 100% Côte-d'Or

Autres actions en lien avec la gastronomie

- ✓ Mise en valeur d'établissements et séjours gastronomiques en Côte-d'Or très régulièrement via des émissions et/ou des opérations jeux sur les radios locales, limitrophes et nationales
- ✓ Accompagnement pour la valorisation de manifestations telle que la Fête de l'Escargot à Chevigny-Saint-Sauveur
- ✓ Présence à la conférence de Presse du Championnat du monde de l'œuf en meurette au Château du Clos Vougeot le 27/03

- ✓ Participation aux réunions du CRT autour des « Routes Numériques Gourmandes » avec la volonté de développer la visibilité et la promotion de la « Route des Grands crus », de la « Route de la Truffe », de la « Route du Crémant » et de toutes nos routes gourmandes et oenotouristiques
- ✓ Poursuite de la valorisation de la Route de la truffe de Bourgogne
- ✓ Participation à la première édition de la Fête de la truffe Impériale le samedi 28/10 à Châtillon-sur-Seine, événement lors duquel la marque du Conseil Départemental est particulièrement visible avec un « Marché 100% Côte-d'Or », et à la Fête de la Truffe à Is-sur-Tille le samedi 14/10.

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Objectif : Accompagner les artisans de la marque l'Excellence Artisanale et les artisans 100% Côte-d'Or dans leurs projets d'ouverture vers les visiteurs et leur mise en valeur.

Des savoir-faire 100% Côte-d'Or

**EXCELLENCE ARTISANALE
MARQUE SAVOIR FAIRE 100% CÔTE-D'OR**

CIBLES

Artisans bénéficiant
des marques



Marque Savoir-Faire 100% Côte-d'Or

- ✓ Participation aux comités d'agrément de la marque le 24/02, le 8/06 et le 30/11 et aux actions (cf page précédente)
- ✓ Mise en lumière des producteurs locaux estampillés « Savoir-faire 100 % Côte-d'Or - Le Département ». Partage des actions et outils déclinés par le Conseil départemental sur nos outils web et print
- ✓ Mise en lumière des producteurs locaux estampillés Savoir-faire 100 % Côte-d'Or – Le Département
- ✓ Sensibilisation des artisans d'arts à la marque Savoir-Faire 100% Côte-d'Or
- ✓ Appui aux actions de communication : mise en valeur de la marque sur les supports de communication et des actions de promotion de Côte-d'Or Attractivité

Autres actions en lien avec les savoir-faire

- ✓ Relais lors de la bourse d'échange de Côte-d'Or
- ✓ Appropriation des outils de Côte-d'Or Attractivité
- ✓ Promotion de la balade des artisans dans l'application Balades en Bourgogne
- ✓ Participation de Côte-d'Or Attractivité aux Journées des métiers d'arts, du 1^{er} au 2/04, à Beaune

LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Stratégie de communication

**STRATEGIE DE COMMUNICATION
TOURISME ET ATTRACTIVITE**

Objectif : Toutes nos actions visent à mettre à l'esprit des grands urbains en priorité et des habitants la destination Côte-d'Or, à travers notre marque La Côte-d'Or J'adore. Installer la Côte-d'Or comme 1^{ère} destination Nature et Patrimoine entre Paris et Lyon reste le leitmotiv de notre communication touristique, c'est un travail de fond sur plusieurs années, qui sert également l'attractivité, en vue de capter de nouveaux arrivants pour vivre en Côte-d'Or.

En ce qui concerne le volet touristique, Côte-d'Or Attractivité a fait le choix de pérenniser le concept et le slogan créés en 2020 « En Côte-d'Or, l'histoire est dans notre nature », mais également de mettre en avant le positionnement « 1^{ère} destination nature et patrimoine entre Paris, Lyon et Strasbourg, où le tourisme est 100% soutenable pour les habitants et 100% désirable pour les visiteurs ».

Nos cibles prioritaires à sensibiliser autour de ce message : les français et francophones plutôt urbains, les femmes (car ce sont elles qui décident du choix des vacances à 53 %), les familles et habitants de la Côte-d'Or.

Stratégie de communication Côte-d'Or

Sur le long terme et depuis plus de 10 ans maintenant, nous continuons à utiliser la marque déposée par Côte-d'Or Attractivité : « La Côte-d'Or J'Adore », avec un relooking graphique de la bulle utilisée comme bloc marque.

Ce plan marketing se traduit en actions via des canaux et supports multiples et adaptés à nos cibles.

Cible grand public tourisme

- ⇒ *Communication print* : magazine et carte La Côte-d'Or J'adore
- ⇒ *Communication digitale* : sites internet, appli mobile Balades en Bourgogne, réseaux sociaux, newsletters
- ⇒ *Communication médias* : spot radio créé spécifiquement pour une diffusion sur tous les médias radio avec deux campagnes fortes sur le national (RTL) et le grand quart Nord-Est de la France (RFM, Europe 2, Fun Radio) campagne de sponsoring météo tv et attractivité, web série témoignages nouveaux arrivants. Travail spécifique en matière de SEO et SMO (sponsoring et mise en avant de mots clés dédiés à l'attractivité et au tourisme en Côte-d'Or sur les moteurs de recherche et les réseaux sociaux) pour entrer dans les critères de plus en plus pointus des algorithmes de Google, Facebook et autres... et donner une plus grande visibilité à la destination. Campagne radio au national
- ⇒ *Communication événementielle* : en région, foire gastronomique, salon des seniors ; au national, Destination nature, SITV Colmar...
- ⇒ *Production de contenus*, ressources éditoriales et iconographiques, audios et vidéos : campagne de photos et créations vidéo, prises de vues 360° de certains sites emblématiques

Cible prospects nouveaux arrivants et habitants

La communication touristique sert l'attractivité du territoire. Aussi le plan de communication est conçu sur les 2 volets, avec une recherche de complémentarité la plus efficace possible.

Pour la communication « attractivité », nous souhaitons donner de la visibilité à la Côte-d'Or en tant que destination de migration pour les urbains depuis Lille – Paris – Lyon jusqu'au grand quart nord-est et montrer les atouts et la facilité du territoire via des contenus et médias adaptés.

- ✓ Développement du site internet grand public dédié à l'attractivité » www.vivre-en-cotedor.com
- ✓ Création d'un groupe Facebook dédié aux habitants et nouveaux arrivants « Vivre en Côte-d'Or » regroupant plus de 1000 membres depuis son ouverture



- ✓ Présence sur les plateformes Paris Je te quitte et Top départ avec une communication ciblée et régulière, ainsi que des opérations événementielles sur le 2eme semestre => jeu concours pour faire gagner un séjour découverte en Côte-d'Or aux personnes ayant déclaré un projet d'installation sur le territoire
- ✓ Campagnes de communication sur les médias nationaux et réseaux sociaux sur notamment les magazines Capital, L'Obs, Le Point, Courrier Cadres, Décideur...
- ✓ Création d'une mini web série de témoignages de nouveaux habitants (diffusables sur tous les supports digitaux)
- ✓ Envoi de mailings réguliers par courrier sur les adresses « nouveaux habitants » pour les inviter à s'inscrire aux newsletters existantes et leur donner de l'info sur les sites www.lacotedorjadore.com + www.vivre-en-cotedor.com + diffusion du carnet « nouveaux arrivants »
- ✓ Événementiels pour les nouveaux arrivants (prospects et habitants) : présence sur les salons



Cibles pros du tourisme, presse et prestataires du territoire

- ⇒ Assistanes, éducteurs, démarchages dédiés aux pros du tourisme : workshop à la tour Eiffel...
- ⇒ Dossiers et communiqués de presse, assistances, accueils, rencontres presse, partenariats renforcés avec les médias locaux (France bleu Bourgogne, Autoroute info, RFM, Virgin, Nostalgie, Le Bien Public, Arts et Gastronomie, BM/DBM)
- ⇒ Événements thématiques : tourisme durable, patrimoine, valorisation paysagère



En complément de la communication Côte-d'Or, le message porté sur le plan national par le collectif La Bourgogne (entre septembre et novembre) est par ailleurs : « **L'automne, c'est la Bourgogne** ». Ce message est porté sur l'ensemble du territoire via des actions sur les réseaux sociaux et les médias digitaux en priorité et dans des formats adaptés à ces supports (posts, images, vidéos, jeux...).

Résultats des actions de communication 2023

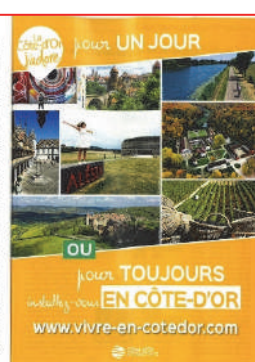
Médias

Supports	Presse nationale	Radios Nationales	TV	Presse régionale	Radios régionales
Prises de parole	Capital / Géo / Elle / Femme Actuelle / Paris Match / Le Point / L'Obs / Courrier Cadres / Le Routard	Campagnes nationales avril – mai – juin sur RTL / RFM / Europe 2 / Fun Radio / Autoroute Info /	France 3 (sponsoring météo sur 5 régions / 27 départements)	Comag / Le Bien Public / Arts et Gastronomie / Journal du Palais / Bing Bang / Pompom / Dijon Beaune Mag / Bourgogne Mag... (21 média pour 45 pubs et 32 publiprédac+COJA)	France Bleu Bourgogne / RCF / K6FM
Audience	6 747 000 lecteurs	~ 8 000 000 auditeurs	30 000 000 contacts	1 902 000 lecteurs	1 885 000 auditeurs

Réseaux et web

Supports	Facebook	Instagram	Linkedin
Prises de parole	171	163	94
Communauté Evolution	79 000 + 13,41%	21 900 + 47,51%	4 500 + 61,29%
Audience totale Evolution VS 2022	13 427 855 impressions + 68%	2 977 145 impressions + 260%	153 000 impressions

2023 : Année de la visibilité dans les médias de la Presse nationale



LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Objectif : Mettre à l'esprit la destination Côte-d'Or à travers un storytelling inspirant pour nos cibles en proposant à la fois des expériences dans l'air du temps, des solutions aux envies de week-ends des grands urbains et des idées de séjours adaptées aux familles.

PRODUCTION DE CONTENUS, RESSOURCES EDITORIALES, ICONOGRAPHIQUES, AUDIOS ET VIDEOS

CIBLES

Cibles prioritaires : Femmes, CSP +, couples sans enfant, babyboomers, familles « classiques » et « recomposées » à hauts revenus

Cibles affinitaires : Amateurs d'art de vivre, de vins et de bonne chère, amateurs de patrimoine et de pratiques culturelles, amateurs d'activités et loisirs nature

- ✓ Poursuite de la production de nouveaux contenus notamment :
 - audio (podcasts)
 - photos
 - Nouvelle médiathèque : <https://mediatheque.cotedor-attractivite.com/>
 - image 360° et visite virtuelle de sites et « paysages » pour intégration des contenus dans des casques VR et sites internet
 - éditoriaux (articles de blog, pages « magazine » pour le site internet...)
- ✓ Travail sur la médiathèque, avec le nouvel outil :
 - organisation et enrichissement avec des nouveaux reportages
 - vidéos courtes avec les rushs existants pour communication sur les réseaux sociaux
 - Communication plus offensive auprès des relais (médias, partenaires)
- ✓ Organisation de jeux concours sur les réseaux sociaux (en propre et en collaboration), générateurs de contenus

LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Objectif : Tout au long de l'année, Côte-d'Or Attractivité rend visible la Côte-d'Or et fait la promotion d'événements, déclinés sur diverses thématiques et répondant à l'objectif de visibilité.

OPERATIONS PROMOTIONNELLES ET EVENEMENTIELLES

CIBLES

Prestataires
Partenaires
Conseil départemental
Grand public

Structuration et développement de la filière événementielle

✓ Concertation territoriale et avec les services du CD sur la filière événementielle :

- Toute l'année, dépôts de candidatures pour recevoir des congrès et événements d'envergure nationale ou internationale

- Passage de la Flamme Olympique 2024, Tour de France 2024 – suivi avec les services du Département

- Conseil aux prestataires, porteurs de projets, collectivités sur les sujets de l'événementiel. Prêt de matériel, dont l'expo photo « La Côte-d'Or, J'Adore » et fourniture de documentation, sur demande

- Le premier Infolash sur le sujet de l'événementiel a eu lieu le 02/02 et a compté 22 participants

- Une veille est réalisée toute l'année, notamment sur les chiffres de fréquentation et sur les retours positifs/négatifs

- Une rubrique a été créée dans le site professionnel afin de faire part d'un certain nombre d'éléments d'observation, de conseil sur le sujet de l'événementiel

- Prêts de matériel, fourniture de documentation toute l'année

- Échanges avec le CD pour avis sur les dossiers et contreparties dans le cadre des demandes d'aides pour l'organisation de congrès/salons/manifestations/événements contribuant à l'attractivité du territoire

Ont notamment été accompagnés, par le suivi d'un dossier ou d'un point de vue technique en 2023 :

- Saint-Vincent Tournante à Couchey – Fête de l'Escargot à Chevigny-St-Sauveur – Salon des métiers d'Art à Beaune – Journées Côte-d'Or Terre de Jeux à Is/Tille, Chevigny-St-Sauveur et Montbard – Salon Fluvial à St-Jean-de-Losne – Journées Napoléoniennes à Auxonne – Chevigny Tour – Soirée Cinécyclo à Seurre – Soirée Cinécyclo à Pontailler/Saône – Foire de Montbard – Relais cycliste Obiettivo 2023 à Semur-en-Auxois - Congrès Société Française d'Optique 2023 – Groupement Technique Vétérinaire et Congrès de l'Ordre des vétérinaires BFC 2023 – Journée mondiale de l'œuf en meurette à Vougeot – Pains vins fromages à Beaune - Journées impériales de la Truffe de Bourgogne & 30 ans Maison de la Forêt – 150^e fête des grands vins - La Coopération Agricole - Saint-Vincent Tournante 2024 et 2025 – Deusch'en Brazey 2024 – Congrès des maires ruraux 2024...

- Participation aux réunions / ateliers pour la création du Bureau des congrès de Dijon le 11/01, le 02/02 et le 02/06



Evènements socio-professionnels

Ingénierie

- Accueil du séminaire annuel du Club ingénierie d'ADN tourisme du 29/11 au 01/12

La Côte-d'Or a accueilli pendant deux jours à Beaune le séminaire des experts du tourisme français du Club ingénierie de ADN Tourisme avec une thématique forte « Comment faire évoluer nos missions d'ingénierie touristique face aux mutations de notre environnement ? » (Animation ADN Tourisme, Julie REIG, sociologue et prospectiviste indépendante et Jean-Luc Boulou, Conseil en Tourisme). Les grands défis auxquels doit faire face le secteur touristique ont motivé un groupe pionnier de plus de 44 organismes de Développement Touristique, s'appuyant sur leur « ADN » d'ingénierie et leur expertise, à créer ce Club dès 2019.

Pendant deux jours, plus de 60 experts du tourisme institutionnel français ont ainsi découvert Beaune avec un riche programme concocté par Côte-d'Or Attractivité (et en soutien, l'agence Active Tours) autour du séminaire, qui avait lieu Porte Marie de Bourgogne : visite guidée de la ville avec l'Office de Tourisme, buffets déjeunatoires agréés Savoir-Faire 100% Côte-d'Or et présentation de la marque locale, visite et dîner dans les Caves Patriarche, visite de la Cité des climats et de vins de Bourgogne...

Le fond comme la forme de cet événement ont donné lieu à beaucoup de compliments et indicateurs de satisfaction de la part des partenaires et participants.



Evènements vers les professionnels du voyage

Généraliste

- ✓ Organisation d'un workshop à la Tour Eiffel le 3/10 (en partenariat avec Destination Bourgogne)

Plus de 200 professionnels (agences de voyage, tour-opérateurs, conciergeries, autocaristes, représentants de chaînes/groupes nationaux...) ont été reçus par les 21 exposants bourguignons qui partageaient l'organisation de cette opération de séduction parisienne, positionnée au moment de l'IFTM Top Résa à Paris. La Côte-d'Or était très bien représentée, avec 17 exposants du territoire. Les rendez-vous ont été particulièrement qualitatifs pour cette édition 2023, avec des demandes très concrètes et de nouveaux contacts. Au total, Côte-d'Or Attractivité a pu échanger ainsi avec 17 professionnels qui avaient des besoins précis et garder le lien avec de nombreux autres contacts, fidèles à la destination.



- ✓ Selon opportunités, accueils de professionnels du voyage ou organisation d'éductours

Participation au démarchage en visio des autocaristes de la région AURA avec le CRT Bourgogne Franche-Comté, aux côtés de Jura tourisme et de l'Hôtel des Sept Fontaines de Tournus. 2 RDV réalisés avec Philibert Voyages et Verdié Voyages. Une newsletter spécifique envoyée, avec pour la Côte-d'Or la mise en valeur d'une destination nature-patrimoine ainsi que des offres groupes du MuséoParc Alésia.

Evènements grand public

Nature

✓ Promotion des dates ci-dessous auprès des prestataires de Côte-d'Or afin d'évènementialiser davantage, ou autrement, leur offre / leurs sites :

- Terres de Jeux 2024
- Mai à Vélo
- Rendez-vous aux jardins



✓ Destination Nature et le Salon Mondial du Tourisme en mars (en partenariat avec le collectif Bourgogne et l'association Destination Bourgogne)
Belle action, beaucoup de visiteurs. Un événement parallèle auprès de la presse a été organisé pour encore plus de visibilité. Un deuxième stand a été financé afin de promouvoir les nouveaux événements créés dans le cadre de Mai à Vélo le long de la Saône, en Côte-d'Or.



✓ Salon du Randonneur en mars (en partenariat avec le collectif La Voie bleue – Moselle-Saône à vélo)
Beaucoup de succès sur ce salon pour la Voie bleue, avec des visiteurs très qualifiés et intéressés.

✓ Travail particulièrement sur l'événement national « Mai à vélo » pour le déploiement de l'offre, le long de la Saône et ses canaux notamment, en partenariat avec les collectivités concernées en Côte-d'Or et les départements limitrophes. Dans ce cadre, contribution à l'organisation de deux soirées « Cinécyclo » à Seurre et à Pontailler-sur-Saône



✓ Terre de Jeux à Is/Tille le 8/04 et Chevigny-St-Sauveur le 3/06

Présence lors de ces journées dédiées au sport, organisées par le Département de la Côte-d'Or. Distribution de documentation touristique, promotion de l'application mobile gratuite Balades en Bourgogne.

Jeux memory et carte ludique sur le thème des loisirs de pleine nature en Côte-d'Or.

Présence à l'inauguration du troisième évènement de ce type à Montbard, le 31/08 où la promotion de la Côte-d'Or « pour un jour ou pour toujours » a été prévue via une insertion publicitaire dans le catalogue de l'évènement.



Patrimoine

✓ Promotion des dates ci-dessous auprès des prestataires de Côte-d'Or afin d'événementialiser davantage, ou autrement, leur offre / leurs sites :

- Arts et Scènes
- C'est mon patrimoine
- Journées européennes des métiers d'art
- Nuit des Musées
- Rendez-vous aux jardins
- Journées européennes de l'archéologie
- Journées européennes du Patrimoine



✓ Organisation d'un après-midi de promotion pour les sites culturels membres du réseau #EpiquesEpoques dans les Jardins du Département, le 24/06 à Dijon. Se sont mobilisés le MuséoParc Alésia, les Anis de Flavigny, le Pays d'Art et d'Histoire Auxois Morvan, le Château de Bussy-Rabutin

✓ Accompagnement du plan de promotion de la marque Savoir-faire 100% Côte-d'Or et des savoir-faire d'excellence, toute l'année (en partenariat avec le Conseil départemental)

Oenotourisme & gastronomie

✓ Promotion des dates ci-dessous auprès des prestataires de Côte-d'Or afin d'événementialiser davantage, ou autrement, leur offre / leurs sites :

- Mois des Climats
- Fantastic Picnic
- Fascinant Week-End



✓ Participation à l'opération de séduction parisienne de la marque Savoir-Faire 100% Côte-d'Or au moment du Salon international de l'Agriculture, du 26 au 28/02 avec : une journée « Bustronome » de promotion auprès des influenceurs, une journée « Bustronome » de promotion auprès de la presse, une soirée « Péniche » de mise en réseau des acteurs de la gastronomie et des pôles d'excellence à la française. La marque La Côte-d'Or J'Adore et les atouts culturels et gastronomiques ont ainsi pu être mis en évidence

✓ Participation sur le stand du Département à la Foire gastronomique de Dijon, les 2, 3, 4, 6 et 9/11 sur le thème « Jouez avec La Côte-d'Or J'Adore ». Animation avec des jeux de mémoire et de connaissance du département de la Côte-d'Or, pour petits et grands, avec à la clé des petits lots à remporter. L'équipe de Côte-d'Or Attractivité répond aux questions et donne des idées de sorties, balades, activités à faire toute l'année en famille, partout en Côte-d'Or



Généraliste

- ✓ Salon des Seniors les 27 et 28/04 (en partenariat avec le Conseil départemental)
Animation avec des jeux de mémoire et de connaissance du département de la Côte-d'Or.
L'équipe de Côte-d'Or Attractivité répond aux questions et donne des idées de sorties, balades, activités à faire toute l'année, partout en Côte-d'Or



- ✓ Soirée d'accueil des nouveaux habitants « Bienvenue en Côte-d'Or » le 29/09
Les nouveaux habitants de la Côte-d'Or ont été accueillis par toute l'équipe de Côte-d'Or Attractivité et du Département de la Côte-d'Or dans les bâtiments historiques et les Jardins du Département, à Dijon. Entre découverte du territoire et des services, visites guidées de la salle des séances du Conseil départemental, partages et échanges... le programme de la soirée était riche ! Au final, ils sont plus de 300 à avoir découvert tout ce que leur territoire d'adoption leur offre.



- ✓ Salon international du Tourisme et des Voyages de Colmar du 10 au 12/11 (en partenariat avec Destination Bourgogne)
Présence sur un stand partagé aux côtés d'autres membres de l'association Destination Bourgogne pour rencontrer les nombreux agents de voyages et autocaristes, ainsi que le public alsacien sur ce rendez-vous phare du tourisme dans l'Est de la France



LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Objectif : Mise à l'esprit du territoire et promotion du tourisme en Côte-d'Or, par le biais de visuels pubs comme de publi-rédactionnels avec les médias locaux, régionaux et limitrophes. Promotion de l'année thématique, des grandes opérations et de nos outils.

Relations avec la presse

PARTENARIATS AVEC LA PRESSE, LES RADIOS LOCALES, REGIONALES ET LIMITROPHES

CIBLES

Grand public

Le Bien Public

- ✓ Partenariat pour le magazine « La Côte-d'Or J'Adore »,
- ✓ Supplément numérique thématique (Remise des trophées de la valorisation paysagère)
- ✓ Rédaction de pages visant à faire découvrir la Côte-d'Or aux lecteurs, publiées en été (chaque semaine dédiée à un territoire de Côte-d'Or : Un produit phare, une info inédite, une rencontre avec un acteur local)

France Bleu Bourgogne

- ✓ Émission « Bienvenue chez vous » pendant les vacances de printemps et d'été : une commune par jour mise à l'honneur avec un office de tourisme de 9h à 10h (printemps) et de 10h à 11h (été) → en tout, ce sont 53 émissions qui ont eu lieu, et 106 invités mis à l'honneur et 4 sites mis en avant.
- ✓ Dès le 15/04 et jusqu'en septembre, diffusion le samedi et le dimanche d'une chronique Balades en Bourgogne (durée 2min30 avec mise en avant des lieux de tourisme à proximité de la balade sélectionnée).

Fun radio BFC

- ✓ Chroniques Balades en Bourgogne (2min) 1 fois par semaine durant l'été (diffusion en matinale)

Autoroute Info

- ✓ Spots promotionnels, mise à jour d'émissions de découvertes sur la Côte-d'Or et diffusion toute l'année
- ✓ Montage de 2 journées spéciales autour de thématiques le 12/05 autour de la Saône à Saint-Jean-de-Losne et le 06/10 pour la Route du Crémant, et participation à l'émission du 05/07 au MuséoParc Alésia

Autres médias locaux

- ✓ Partenariat spots, émissions agenda et jeux-concours sur K6fm d'avril à septembre
- ✓ Chroniques hebdomadaires le mercredi sur RCF en Bourgogne (agenda du Week-end en Côte-d'Or)
- ✓ Interventions ponctuelles dans les médias radio / tv / écrits (locaux et limitrophes)

- ✓ Rédaction, publi-rédactionnels et publicités dans d'autres supports locaux, principalement au printemps et en été : Côte-d'Or magazine, Arts & Gastronomie, Bourgogne magazine, Dijon Beaune mag, Femmes et Monsieur en Bourgogne, Décideur, Bing-Bang Magazine, Pompon, Welcome Mag...
- ✓ Jeux-concours et spots promotionnels toute l'année et sur des périodes ciblées avec les radios locales et limitrophes : France bleu Bourgogne, K6fm, Chérie FM Saône et Loire/Belfort-Montbéliard/Metz/Troyes, Europe 2 Lyon, Nostalgie Dijon/Strasbourg/Alsace/Lorraine, RFM Bourgogne/Lyon
- ✓ Partenariats de contenu redistribué sur les supports web de ces mêmes médias pour s'aligner sur les tendances d'usage actuelles

Insertions publicitaires et publireportages

- ✓ Insertions publicitaires et publi-rédactionnels dans des supports locaux, régionaux, limitrophes ciblés : Dijon Capitale, Welcome mag, Echo des Communes, Elle, Vie séniors...
- ✓ Partenariats sur les supports web de ces mêmes médias pour s'aligner sur les tendances d'usage actuelles

Communiqués de presse à la presse locale

- ✓ Envoi régulier de communiqués de presse en fonction de l'actualité 2023 :
 - Le Président d'Atout France en Côte-d'Or sur la Route des grands crus de Bourgogne, un outil qui fêtera ses 90 ans en 2027
 - Echappées Belles revient en Côte-d'Or (12/01)
 - 3 bonnes raisons de faire une escapade en Côte-d'Or ! (21/04)
 - Mai à vélo jette l'ancre le long de la Saône et ses canaux (25/04)
 - L'application *Balades en Bourgogne* fait peau neuve ! (04/05)
 - *Bienvenue en Côte-d'Or 2023* – Un événement dédié aux nouveaux arrivants du département (18/09)
 - La Côte-d'Or rayonne en automne ! (29/09)



LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Objectif : Maintenir un contact régulier avec la presse nationale et marquer le lancement de la saison des accueils de presse avec la présentation du dossier de presse annuel et des grandes actualités du département.

Relations avec la presse

RELATIONS PRESSE AU NATIONAL

CIBLES

Journalistes, blogueurs

En partenariat avec l'agence de presse retenue pour l'année en cours : Christine MULLER-WILLE

Dossier de presse

- ✓ Réalisation du dossier de presse « 2023 – En Côte-d'Or, l'histoire est dans notre nature » présentant les nouveautés selon des angles tendances. Une partie est consacrée à l'attractivité avec des témoignages de nouveaux habitants du département.
- ✓ Diffusion du dossier de presse sur Partir en France, l'IMM France, par e-mail et courrier à la presse régionale et nationale ciblée, sur le site internet professionnel, sur des événements, lors de rencontres et accueils de presse



Partir en France - IMM - rencontres presse

- ✓ Participation au workshop presse ADN Tourisme « Partir en France » les 16 et 17/01 à Paris : 31 rendez-vous avec des journalistes
- ✓ Traitement des assistances post-salon : fourniture d'informations aux journalistes en fonction de la demande
- ✓ Annulation du workshop de l'IMM (International Media Marketplace) France, Monaco & Benelux, le 15/03 à Paris dû à la grève de la SNCF – Envoi du dossier de presse, par mail, à l'ensemble des journalistes inscrits à cet événement.

Communiqués de presse à la presse nationale

Envoi de communiqué de presse à des fichiers ciblés pour la presse nationale qui permet de générer des reportages qualitatifs pour valoriser et promouvoir la destination Côte-d'Or, première destination nature – patrimoine entre Paris et Lyon, sur des supports médias presse / TV et radios :

- ✓ 21/04 : envoi d'un communiqué de presse sur la thématique « Trois bonnes raisons pour faire une escapade en Côte-d'Or au printemps ! »
- ✓ 29/09 : envoi d'un communiqué de presse sur la thématique « La Côte-d'Or rayonne en automne ! »

Assistances, rencontres, accueils et veille presse

- ✓ Traitement des assistances presse : fourniture d'informations aux journalistes en fonction de la demande – 34 assistances traitées au 25/09 – Europe 1, France Inter (CO2 Mon amour), Rustica, Maxi Cuisine, Le Routard, Figaro Magazine (spéciale chambres d'hôtes), Revue Histoire, Magazine Régal, France 2 Télématin, Echo Touristique / Tour Hebdo, Esprit d'ici,

Marché Brésilien, Carnet de Voyage, La France en Diagonale, Les Cahiers du Fleurissement, Figaro.fr, Hôtel & Lodge, Maxi Jeux, Tout le vin, M6, Magazine Resto, France 2 de 13h,...

✓ Organisation technique et / ou financière d'accueils de presse :

- Météo à la Carte (France 3), du 28/02 au 3/03 : reportage gastronomique en Côte-d'Or (Bœuf Bourguignon avec le Caffé Gufo, Le Goût du Vin, Cakes in the city + Portrait Paul Day à la Ferme du Moulin + Asperges Blanches avec Astrid Poinot de Chez Camille)
- Les Pieds dans le Plat - <http://www.gillespudlowski.com>, les 29 et 30/03 : reportage gastronomique Côte-d'Or (Château Saint-Aubin, Cèdre à Beaune, établissements de Guillaume Royer, Château de Saulon)
- Les animaux de la 8, les 12 et 13/04 : reportage télévisé sur Château de Saulon et son chien, les Anes à Flavigny, les crapauds du Val Suzon, Dijon et chien qui "parle"
- Magazine Passion Rando, du 30/04 au 4/05 : reportage sur les randonnées pédestres de Côte-d'Or
- Au bout c'est la mer (France 5), le 13/05 : reportage sur les sources de la Seine et alentours proches
- Météo à la carte (France 3), du 15 au 18/05 : reportage gastronomique en Côte-d'Or (Nasser, les cerfs-volants, Foodies et ses burgers, Château de Savigny-les-Beaune, Restaurant Christian Quenel, Domaine Rion)
- Journal télévisé de France 2, le 30/05 : reportage sur les 70 ans de la cocotte SEB
- Météo à la carte (France 3), du 29/08 au 1^{er}/09 : reportage gastronomique en Côte-d'Or (Liqueur de Cassis à la maison Briottet, la cocotte-minute à Seb, l'Oignon d'Auxonne)
- Emission « Les 100 lieux qu'il faut voir » (France 5), du 11 au 21/09 : reportage sur la route de Vauban, « Du Morvan au Doubs : sur les traces de Vauban » - en collaboration avec BFCT
- Flygolf, du 16 au 20/10 : reportage sur les golfs de Côte-d'Or (photos et images aériennes)
- Météo à la carte (France 3), du 17 au 20/10 : reportage gastronomique en Côte-d'Or (L'époisses, Chef Benjamin Linard Château Sainte-Sabine, Levernois)
- Motoraad (magazine allemand) du 16 au 20/10 : reportage sur les routes touristiques en moto
- Emission Top Gear (RMC Découvertes) les 30 et 31/10 : reportage sport automobile (Château de Commarin, circuit Dijon-Prenois)
- Magazine Arts & Déco

✓ Médiathèque : prêts de visuels libres de droit et gestion des contrats de prêts

✓ Relation avec les prestataires : demande d'informations sur les différentes actions médiatiques relatives à leurs activités – 12 assistances traitées au 25/09 – Sources de Vie, Bourgogne Franche Comté Tourisme, OT Saulieu, OT Val de Saône, Château de Bussy-Rabutin, Galerie Châteauneuf, OT Beaune, Festival Dijon Bourgogne, Villas du Parc,...

✓ Revue de presse : suivi des retombées de presse post-assistances et post-accueil

- Échappées Belles (France 5), La Bourgogne donne le rythme, diffusé le 14/01 à 20h50 et le 29/01 à 10h20
- Météo à la carte (France 3), A la rencontre des artisans du goût de la grande Cité de Dijon, diffusé le 17/01
- Météo à la carte (France 3)



- > Gastronomie : le bœuf bourguignon de Muriel, diffusé le 14/03
- > Découverte : dans les coulisses de l'opéra de Dijon, diffusé le 23/03
- > Gastronomie : asperges, œuf poché et sauce hollandaise, diffusé le 20/03
- > Portrait : Paul Day, le sculpteur préféré des anglais, diffusé le 27/03

- TéléMatin (France 2), Recette des escargots avec l'ail des ours de Saint-Seine-l'Abbaye au Relais de la Source, diffusé le 17/05



- Météo à la carte (France 3), Recette le burger 100% bourguignon du champion du monde, diffusé le 25/05

- Les animaux de la 8 (C8), Escapade animalière autour de Dijon, diffusé le 28/05

- Météo à la carte (France 3), Un château qui regorge de surprises, diffusé le 29/05



- Journal de 13h sur France 2, Seb : la cocotte-minute fête ses 70 ans, diffusé le 30/05
- Météo à la carte (France 3), Recette : filet de bœuf charolais, sauce pinot noir, truffes d'été et pommes de terre, diffusé le 14/06

- Journal Télévisé France 3 Bourgogne, Premières récoltes du cassis en Côte-d'Or, diffusé le 12/07



- TéléMatin (France 2), Collection de 100 avions de chasse du Château de Savigny-lès-Beaune, diffusé le 25/07

- Météo à la carte (France 3)



- > Insolite : le plus grand musée de cerf-volants au monde, diffusé le 04/09
- > Artisanat : L'iconique cocotte-minute fête ses 70 ans, diffusé le 07/09
- > Terroir : l'oignon d'Auxonne, la douceur bourguignonne, diffusé le 14/09
- > Terroir : la liqueur de cassis, une exception bourguignonne, diffusé le 15/09

- Magazine Maxi Cuisine « La Côte-d'Or, épicurienne et gourmande – n° septembre 2023
- Magazine Passion Rando "la Côte-d'Or, la Bourgogne radieuse" – n° automne 2023



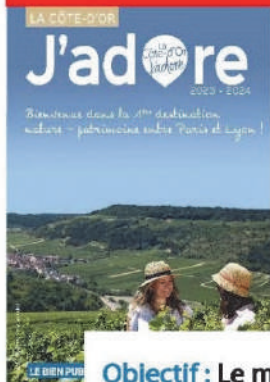
- ✓ Assistanes, accueils de presse et médias spécialisés attractivité

Insertions publicitaires et publireportages

- ✓ Insertions publicitaires et publi-rédactionnels dans des supports ciblés nationaux
- ✓ Insertions publicitaires dans des guides touristiques ciblés
- ✓ Insertions publicitaires dans les magazines dédiés au tourisme (Paris Match, L'Obs, Geo, Femme Actuelle...) et à l'attractivité (Le Point, Capital, Courrier cadres...)

LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Objectif : Le magazine et les cartes « La Côte-d'Or J'Adore » sont destinés aux touristes et visiteurs qui n'utilisent pas les sites internet ou applications mobiles une fois sur notre territoire. Ces outils sont donc traditionnellement réalisés et diffusés gratuitement, et de manière large via les réseaux et offices de tourisme, avant les premières vacances de printemps.

Communication print

OUTILS EDITES PAR CÔTE-D'OR ATTRACTIVITE

CIBLES

Grand public

Magazine touristique La Côte-d'Or J'adore

- ✓ Rédaction et maquettage
- ✓ Sortie le 10/04 avec le Bien Public
- ✓ Tirage à 70 000 exemplaires et diffusion dans les offices de tourisme et sites touristiques, à partir de fin avril

Carte touristique

- ✓ Sortie de la carte en avril (tirage à 70 000 exemplaires)
- ✓ Refonte de la carte vélo et réédition en avril (tirage à 20 000 exemplaires)

La refonte passe par un nouvel univers graphique qui colorise les filières touristiques de Côte-d'Or. La carte IGN des routes du département occupe l'entièreté du verso de cette carte. Aussi, les cartes simplifiées et stylisées sont mises en page sur l'entièreté du recto et des images viennent compléter la mise en page.

La carte vélo vient en parfait complément de la carte touristique. Elle met en page la carte des routes cyclables et les itinéraires touristiques incontournables du département.

Les QR Codes des deux cartes servent à approfondir les sujets sans surcharger la mise en page.



Autres éditions

- ✓ Diffusion des collections de posters « nature » et « patrimoine »
- ✓ Kit habitants à destination des nouveaux arrivants en Côte-d'Or

- ✓ Adaptation de nouvelles cartographies sur les thèmes phares de la Côte-d'Or
- ✓ Edition du flyer « attractivité »
- ✓ Réédition du carnet Nouveaux Arrivants avec une nouvelle mise en page

Gestion de la documentation et bourse d'échange

- ✓ Diffusion de ces outils lors de la bourse d'échange le 6/04 à Is-sur-Tille, en collaboration avec l'office de tourisme des Vallées de la Tille et de l'Ignon
- ✓ Diffusion tout au long de l'année de ces outils et sur demande (remise en nombre pour toutes demandes de manifestations), auprès des hébergeurs et restaurateurs (hôtels, campings, meublés, etc...) et également l'envoi d'un formulaire de commande du magazine La Côte-d'Or j'Adore et carte touristique Côte-d'Or et affiches à tous les prestataires du département (1 à 2 envois par an)
- ✓ Les flyers attractivité viennent en complément des carnets nouveaux arrivants et permettent d'indiquer le site vivre-en-cotedor.com rapidement et simplement. Le flyer est un outil complémentaire sur la démarche attractivité qui permet d'être distribué et affiché facilement



LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% désirable



Objectif : Première destination nature et patrimoine entre Paris et Lyon, l'application Balades en Bourgogne est plébiscitée par les mobinautes avec plus de 120 000 téléchargements. Répondant aux attentes d'un tourisme mobile, elle permet aux habitants, aux excursionnistes et aux touristes de découvrir gratuitement la Côte-d'Or via leur smartphone grâce à des balades à pied, à vélo, en voiture, en canoë et en VTT.

Communication digitale

APPLICATION MOBILE BALADES EN BOURGOGNE

CIBLES

Visiteurs et habitants
Prestataires locaux

- ✓ Toute l'année, intégration de nouvelles balades dans l'application Balades en Bourgogne :
 - Définition de la balade
 - Repérages
 - Rédaction, production et enregistrements des contenus
 - Intégration technique dans l'outil
 - Tests et correctifs
- ✓ Sortie de la nouvelle version de l'application mobile Balades en Bourgogne au printemps
 - Une mise à jour graphique,
 - Un écran d'accueil intuitif avec la possibilité de se géolocaliser et la mise en avant des nouveautés, des balades à proximité,
 - Le mode de recherche des balades est renforcé et amélioré avec la possibilité de consulter le contenu avant de le télécharger pour gagner du temps et améliorer l'expérience de l'utilisateur,
 - Les POIs (points d'intérêts) sont mieux identifiés et permettront de faire ressortir les labels Vignobles & Découvertes et Accueil Vélo
 - Un gain de performance avec une application qui marche plus vite et qui est moins lourde à télécharger depuis les stores
 - Ajout de certaines fonctionnalités : noter les balades et laisser un commentaire, visualiser la balade avant le départ, supprimer la balade directement après l'utilisation, regrouper les balades par territoire (ex : autour de la Route des grands crus)
- ✓ Mise à jour de l'application en novembre 2023 pour améliorer le fonctionnement des balades INDOOR
- ✓ Réflexion et mise en place de nouvelles balades, à la demande des prestataires et collectivités :
 - Balade OT Beaune : Balade à Chagny et inauguration en présence de Côte-d'Or Attractivité le 22/09
 - Intégration des nouveaux sentiers enregistrés au PDIPR
 - Intégration de balades VTT inscrites au PDESI
 - Intégration d'audios pour la balade à vélo : Canal de Bourgogne Sud

- ✓ Réflexion autour de nouveaux outils de promotion
- ✓ Toute l'année, communication et promotion de l'application dans la presse locale avec des encarts publicitaires ou dans des articles
- ✓ 145 500 installations de l'application depuis sa création (2015)
- ✓ Depuis octobre 2019, 161 195 balades ont été téléchargées dont 33 665 téléchargées en 2023

LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Objectif : Promouvoir la destination Côte-d'Or via le site grand public en fournissant aux différentes cibles l'offre la plus exhaustive possible. Montrer que le département de la Côte-d'Or est un territoire attractif que ce soit pour les excursionnistes, les touristes mais également les habitants. Travailler à la qualité des contenus, du référencement naturel - SEO, autour de l'expérience utilisateur et de l'évolution du site.

CIBLES

Visiteurs, habitants
Prestataires locaux

- ✓ 325 593 pages vues de janvier à septembre 2023
150 342 utilisateurs de janvier à septembre 2023
155 451 sessions de janvier à septembre 2023
- ✓ Fabrique à sites : utilisation des outils dédiés et demandes d'évolutions techniques si besoin
- ✓ COTECH semestriel en interne. Club utilisateurs de la FAS avec les autres ADT de la région pour avancer sur les évolutions techniques en février et mai 2023
- ✓ Poursuite du travail de fond sur la stratégie web et le référencement naturel (SEO) afin d'augmenter le trafic sur le site. Réunion avec l'agence Zooka le 26/01 et réunion le 13/10
- ✓ Poursuite du travail de rédaction de contenus avec une équipe dédiée
- ✓ Mise à jour des contenus existants pour répondre aux attentes des internautes et correspondre aux critères SEO
- ✓ Travail technique autour de la mise en place de flux Décibelles data pour que les fiches SIT des prestataires remontent sur le nouveau site web
- ✓ Travail sur les listings SIT existants pour améliorer leur performance d'un point de vue SEO
- ✓ Optimisation du site web pour faciliter entre autres la navigation des internautes selon leur profil
- ✓ Bilan de la première année de travail avec ZOOKA le 22/09 et à la suite du second bilan du 13/10 voici les éléments à retenir :
 1. Une hausse de 44 % des sessions SEO sur le T3 2023 comparé à N-1
 2. Une hausse du positionnement moyen dans les résultats de recherche Google depuis le début de l'année 2023
 3. Une visibilité qui se développe avec + 4700 mots clés positionnés à fin septembre 2023 comparé à N-1

LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Communication digitale

RESEAUX SOCIAUX ET NEWSLETTERS

CIBLES

Cibles prioritaires (de communication)

Femmes, CSP + , couples sans enfant, babyboomers, familles « classiques » et « recomposées » à hauts revenus

Cibles affinitaires (de consommation)

Amateurs de la destination, amateurs de vins et de bonne chère, amateurs de patrimoine et de pratiques culturelles, amateurs d'activités nature et de campagne mise en scène

Réseaux sociaux grand public

En partenariat avec l'agence retenue pour l'année : Travel Insight

- ✓ Poursuite de la stratégie de contenus basée sur la séduction et le storytelling : création d'articles de blog, reportage photos, création de vidéos pour mettre à l'esprit de nos clients potentiels et prescripteurs la destination Côte-d'Or :
 - opérations récurrentes sur les réseaux : jeux concours réguliers pour engager et animer nos communautés
 - diffusion des vidéos de la série « Un Week-end en Côte-d'Or » mettant en avant l'expérience de la destination autour de nos thématiques incontournables => été, automne, road-trip en Côte-d'Or en van...
 - création et diffusion d'un mini web série autour des nouveaux arrivants « ils ont choisi la Côte-d'Or »
- ✓ Développement de la stratégie d'accroissement de nos communautés sur tous les réseaux et du travail sur les taux d'engagement
- ✓ Avec la stratégie d'attractivité, nous avons créé un groupe Facebook « Vivre en Côte-d'Or » en mai 2023.

Réseaux sociaux à destination des acteurs locaux et professionnels

- ✓ Suite au rachat de Twitter et à la nouvelle stratégie éditoriale de la plateforme, Côte-d'Or Attractivité a décidé de reporter ses communications professionnelles sur la plateforme en progression : LinkedIn. Le compte Twitter et le compte Facebook pro ont été clôturés en 2023. Ainsi sur LinkedIn, l'objectif est de valoriser les actions réalisées par Côte-d'Or Attractivité auprès des acteurs du tourisme, des journalistes et des pros du tourisme. Il s'agit d'une stratégie de branding de la marque #lacotedorjadore.

Performances des réseaux sociaux en 2023 :

Supports	Facebook	Instagram	Linkedin
Nombre de posts	171	163	94
Communauté Evolution	79 000 + 13,41%	21 900 + 47,51%	4 500 + 61,29%
Audience moyenne mensuelle	1 118 988	248 095	1 670

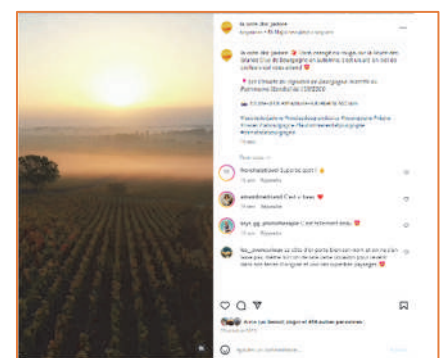
Audience totale Evolution depuis 2022	13 427 855 impressions + 68%	2 977 145 impressions + 260%	153 000 impressions
Taux d'engagement	1,17%	1,69%	3,82 %

=> **Des résultats en croissance sur tous nos réseaux** : Grâce au travail autour d'une nouvelle stratégie éditoriale et notamment à la création et diffusion de formats vidéo courts avec fond musical (réels), la croissance de la communauté sur INSTAGRAM connaît en 2023 une forte augmentation. Sur LinkedIn, la mise en place d'une nouvelle stratégie consistant à publier plus régulièrement et à inclure les collaborateurs de l'équipe pour qu'ils interagissent avec nos publications permet également des résultats en forte croissance. Sur Facebook la progression continue.

Facebook : les posts les plus performants en 2023



Instagram : les posts les plus performants en 2023



Newsletters

- ✓ Diffusion de newsletters plus ciblées par segments de clientèle (urbains, familles...) et par thématiques (nature, gastronomie, week-ends...)
- ✓ Intensification du rythme de production des newsletters à destination des habitants du territoire et bourguignons
- ✓ Ajout systématique dans les newsletters « bourgogne » d'un encart spécifique sur www.vivre-en-cotedor.com
- ✓ Newsletter à destination des contacts ATTRACTIVITÉ

Diffusion

- ✓ Newsletter grand public : elle est diffusée à plus de 85 000 contacts sur toute la France avec une proportion importante d'Urbains => 14 newsletters GP envoyées en 2023
- ✓ Newsletter destinée aux habitants du territoire : elle est diffusée à plus de 17 000 contacts actifs sur la Bourgogne => 23 envoyées à ce jour en 2023

Juin 2023

**BIENVENUE
EN CÔTE-D'OR**

Vous êtes installés en Côte-d'Or ou envisagez d'y vivre prochainement ? Côte-d'Or Attractivité facilite l'installation des nouveaux arrivants et futurs habitants !

Le groupe Facebook **Vivre en Côte-d'Or**

Vous envisagez de vous installer en Côte-d'Or ou vous y êtes déjà ? Rejoignez notre groupe ! Nous répondrons à toutes vos questions sur le lancement de votre projet et les avantages de la Côte-d'Or. Échangez avec d'autres habitants, partagez vos conseils et bons plans ! Une communauté prête à vous accompagner dans la concrétisation de votre avenir en Côte-d'Or.

REJOINDRE LE GROUPE +

Un site internet dédié

Le site indispensable pour une arrivée réussie ! WWW.VIVRE-EN-COTEDOR.COM

Pour retrouver toutes les informations nécessaires à votre installation : emploi, logement, vie de famille, scolarité... Trouvez le bon contact et les bonnes ressources en quelques clics.

CONSULTER LE SITE +

Un accueil personnalisé

Animé par Camille Deschamps, une experte du territoire, qui répond à toutes vos interrogations et vous guide dans votre parcours de (futur) Côte-d'Orien.

Cdeschamps@lacotedorjadore.com
03.80.63.69.49

NOUS PARLER DE VOTRE PROJET +

Habitants de Côte-d'Or, n'hésitez pas à partager le site et le groupe Vivre en Côte-d'Or autour de vous

**POUR UN JOUR, OU POUR TOUJOURS
installez-vous EN CÔTE-D'OR**

NOS SUIVRE

NOS SITES

WWW.LACOTEDORJADORE.COM WWW.COTEDOR-ATTRACTIVITE.COM

#LACOTEDORJADORE

Tous à la Foire gastronomique à Dijon !

NOVEMBRE 2023

+ ÉVÈNEMENT

Pour le centenaire de la Foire de Dijon et les 4 ans de la marque "Savoir-Faire 100% Côte-d'Or", rendez-vous sur le stand du Conseil départemental où chaque jour, des animations thématiques vous attendent... ainsi qu'un Bistrot 100% Côte-d'Or.

» Consulter le programme

Venir à la Foire, c'est l'occasion de consommer local. Retrouvez tous les produits emblématiques du département dans la boutique éphémère "Savoir-Faire 100% Côte-d'Or" et profitez-en pour discuter avec les producteurs et artisans agréés.

» En savoir plus sur la marque

+ À NE PAS MANQUER

La Ferme Côte-d'Or

Chaque année, la Ferme Côte-d'Or propose des spectacles, ateliers et animations gratuites sous chapiteau, à proximité de la Foire. Ainsi, du 4 au 9 novembre, abeilles, escargots et vaches seront là pour offrir une aventure éducative et amusante aux petits et grands curieux.

» Consulter le programme

• REJOIGNEZ-NOUS SUR #LACOTEDORJADORE •

[f](https://www.facebook.com/lacotedorjadore)
[i](https://www.instagram.com/lacotedorjadore)
[in](https://www.linkedin.com/company/lacotedorjadore)
[yt](https://www.youtube.com/channel/UC...)

WWW.LACOTEDORJADORE.COM
WWW.VIVRE-EN-COTEDOR.COM

NOS DERNIERS ARTICLES DE BLOG

**La Côte-d'Or
Jadore**

DÉCEMBRE 2023

Pour Noël, comblez vos proches en glissant la Côte-d'Or au pied du sapin : gourmandises sucrées, délices salés, trésors d'artisan faits avec amour et savoir-faire en Côte-d'Or !

» Consulter le programme

J'OFFRE UN AVANT-GOÛT DE CÔTE-D'OR

» Consulter le programme

J'OFFRE UN BIJOU DE CÔTE-D'OR

» Consulter le programme

• REJOIGNEZ-NOUS SUR #LACOTEDORJADORE •

[f](https://www.facebook.com/lacotedorjadore)
[i](https://www.instagram.com/lacotedorjadore)
[in](https://www.linkedin.com/company/lacotedorjadore)
[yt](https://www.youtube.com/channel/UC...)

WWW.LACOTEDORJADORE.COM
WWW.VIVRE-EN-COTEDOR.COM

NOS DERNIERS ARTICLES DE BLOG

LA CÔTE-D'OR

Des fonctions supports en amélioration 100% continue



Objectifs: Assurer la bonne gestion des budgets alloués aux différentes actions (partenaires, prestataires...) et le bon fonctionnement de la vie de l'association afin de satisfaire à nos obligations statutaires.

VIE STATUTAIRE

CIBLES

Conseil départemental
Membres de l'association
Collaborateurs de COA

Vie de l'association

- ✓ Être force de proposition en matière de stratégie et de mise en œuvre de la convention d'objectifs annuelle et de la convention de mise à disposition de moyens (quand besoin) établies entre le Département et Côte-d'Or Attractivité
- ✓ Préparation et tenue des Conseils d'administration du 3/04, du 3/05 et du 21/11
- ✓ Préparation et tenue de l'Assemblée générale et du Conseil d'administration du 3/05. Réalisation de films sur le bilan d'activité 2022 et du plan d'action 2023
- ✓ Réalisation et diffusion du bilan d'activité 2022 et du plan d'action 2023 en version numérique et du projet de plan d'action 2024
- ✓ Poursuite des objectifs qualité, des indicateurs annuels et des outils de pilotage avec la création des process par thème
- ✓ Suivi du dossier RGPD avec l'avocat d'ADN Tourisme
- ✓ Dépôts réguliers des imprimés réalisés par Côte-d'Or Attractivité auprès de la BNF et suivi des dépôts de marques auprès de l'INPI



Côte-d'Or
ATTRACTIVITÉ



Côte-d'Or
ATTRACTIVITÉ

Coordination générale

- ✓ Réunions de concertation tous les mois

Gestion du parc informatique, technologique et des locaux

- ✓ Suivi avec les prestataires chargés de l'infogérance et des sites
- ✓ Suivi et gestion du parc informatique et bureautique et mise en place de téléphones portables pour les salariés qui le souhaitent en partenariat avec la DSI
- ✓ Suivi des moyens généraux
- ✓ Changement du serveur pour une version virtuelle

LA CÔTE-D'OR

Des fonctions supports en amélioration 100% continue



Objectif : Côte-d'Or Attractivité assure la gestion de ses ressources humaines et financières de manière très autonome au quotidien mais également avec l'aide d'un cabinet comptable et d'un commissaire aux comptes de manière annuelle à la clôture et la certification des comptes.

RESSOURCES HUMAINES ET FINANCIERES

CIBLES

Personnel de COA
Cabinet comptable
Commissaire aux comptes

Budget

- ✓ Exécution du budget
- ✓ Préparation du budget prévisionnel 2024

Comptabilité analytique

- ✓ Clôture de la comptabilité analytique 2022
- ✓ Modification du thésaurus si besoin

Comptabilité générale

- ✓ Réalisation de situations de trésorerie
- ✓ Clôture des comptes 2022 avec CORGECO et EXCO SOCODEC
- ✓ Reconduction de notre commissaire aux comptes EXCO SOCODEC de 2023 à 2028
- ✓ Recherche d'un logiciel pour nos engagements budgétaires

Gestion du personnel

- ✓ 2 Recrutements : d'un community manager junior en CDD d'un an : Manon COLIN et en remplacement d'une collaboratrice en retraite progressive à partir du 17/04 : Marie PERRON
- ✓ Accueil d'un stagiaire : Quentin ROSSIGNOL du 3/04 au 31/08 et Jade BABET du 20/11 au 15/12
- ✓ Préparation et réalisation du plan de formation 2023 en fonction des entretiens personnels
- ✓ Travail en mode projet sur la mission attractivité
- ✓ Journée cohésion d'équipe le 13/06
- ✓ Reconduction des modalités du télétravail
- ✓ Election du CSE en juin
- ✓ Refonte des fiches de poste en fonction de l'accord de branche n°39
- ✓ Recherche un contrat d'apprentissage ou professionnalisation
- ✓ Absences longue durée de 3 collaborateurs



CS 13501- 21035 Dijon cedex
tél : 03 80 63 69 49
mél : contact@lacotedorjadore.com

COMMUNICATION GRAND PUBLIC

Site portail grand public : www.lacotedorjadore.com
<https://www.vivre-en-cotedor.com>
<https://www.facebook.com/lacotedorjadore>
https://www.instagram.com/la_cote_dor_jadore/
<https://www.lacotedorjadore.com/newsletter>

BALADES EN BOURGOGNE

Téléchargement gratuit sur l'App Store et Google Play

COMMUNICATION PROFESSIONNELLE

Site internet : <https://www.cotedor-attractivite.com>
<https://www.linkedin.com/cote-dor-attractivite>
Base de données : pros-decibelles-data.tourinsoft.com

Directrice de la publication : Marie-Claire BONNET-VALLET – Présidente de Côte-d'Or Attractivité
Dépôt légal : Mai 2024 – N°ISSN : 2103-9151