



# BILAN D'ACTIVITÉ 2025

Côte  
d'Or  
LE DÉPARTEMENT



Côte-d'Or  
ATTRACTIVITÉ

# Bilan moral

**En 2025, la stratégie 2024 – 2028 s’est naturellement poursuivie.**

**En revanche, Côte-d’Or Attractivité a dû s’adapter à un contexte budgétaire contraint.**

**Aussi, toute l’équipe s’est mobilisée pour travailler sur les leviers suivants :**

- **Rationalisation de tous les postes budgétaires.** La communication digitale a été privilégiée au national.
- **Mutualisation de certains budgets, certaines missions et certaines actions** avec des partenaires, dont la Direction communication et le Pôle aménagement du territoire du Département.
- **Recherche de mécénat** avec la formation de deux personnes pour identifier de nouvelles pistes de financements, même modestes.
- **Présence forte sur le terrain**, ce qui est notre ADN, au service de nos prestataires et acteurs locaux du tourisme et de l’attractivité.
- **Communication externe** plus affirmée, notamment vis-à-vis de nos partenaires et sur les réseaux professionnels.
- **Communication interne** et esprit d’équipe : poursuivre le travail de veille sur les opportunités, l’innovation, se former, mobiliser l’intelligence artificielle au service de toutes nos missions.

**Les actions se sont poursuivies autour des 4 axes de travail :**

## 1/ Favoriser l’attractivité résidentielle et les partenariats en Côte-d’Or

Nous avons continué le conseil aux porteurs de projets touristiques, aux professionnels et à la presse et comptons 720 assistances en 2025. Côte-d’Or Attractivité reste également positionnée sur le développement de mise en relation des porteurs de projets investisseurs et des

collectivités ou privés en recherche d’opérateurs. Pour l’attractivité, nous avons noué de nouveaux partenariats et consolidé ceux avec le Crédit Agricole, la BGE, les chambres consulaires mais aussi la CAPEB.

## 2/ Accompagner les nouveaux arrivants dans leur changement de vie

La recherche de visibilité de la Côte-d’Or auprès de nouveaux prospects et l’accueil personnalisé de nouveaux arrivants se sont poursuivis, avec notamment **72 foyers** accompagnés individuellement et presque **8 500 personnes** touchées par nos actions de communication depuis

4 ans. Depuis leur mise en place, le site [www.vivre-en-cotedor.com](http://www.vivre-en-cotedor.com) est monté en puissance avec **19 120 visites** (+53% par rapport à 2024) ainsi que le groupe Facebook «Vivre en Côte-d’Or» comptant **2 717 membres**.

## 3/ Se mobiliser autour des grands projets et des actions fédératrices et de nos filières emblématiques

L’année 2025 a été jalonnée par les nombreux événements organisés pour les 10 ans de l’inscription des Climats du vignoble de Bourgogne au Patrimoine mondial. Sous la maîtrise d’ouvrage du Conseil départemental, Côte-d’Or Attractivité a été positionnée en tant que porteur du projet sur la Route des Grands Crus de Bourgogne pour :

- Définir un plan d’accueil et de déplacement et mettre en place des outils d’interprétation et de découverte du patrimoine, du paysage et des savoir-faire
- Engager les communes dans le label «Villes et villages fleuris» et créer la rose 100% Côte-d’Or dont le baptême a eu lieu le 23 mai aux pépinières Dima à Beire le Châtel
- Porter la stratégie globale de communication, avec la Direction communication du Conseil départemental avec :
  - La mise en place de la stratégie numérique
  - La création d’une marque multidimensionnelle
  - Un travail sur douze road-trips, combinant les cibles et les offres

- La réalisation de reportages photos et vidéos
- La création d’un site internet [www.routedesgrands-crusdebourgogne.com](http://www.routedesgrands-crusdebourgogne.com) ainsi qu’un compte Instagram et une page Facebook dédiés

### L’ŒNOTOURISME

Le label Vignobles & Découvertes pour la destination Route des Grands Crus de Bourgogne a été renouvelé pour une durée de 3 ans.

L’itinéraire touristique de la Route du Crémant de Bourgogne a été entièrement revu, en partenariat avec les parties concernées dans le Châtillonnais.

Enfin, l’évènement national Vignobles en scène a été refondu cette année. Côte-d’Or Attractivité a participé à son lancement national et a accompagné les partenaires dans l’organisation de plus de 23 événements en Côte-d’Or du 16 au 19 octobre.

## LA GASTRONOMIE

Nous relayons la marque départementale «*Savoir-Faire 100 % Côte-d'Or*». Véritable gage de qualité pour les consommateurs, elle compte aujourd'hui plus de 500 agrées. 2025 a vu naître en mai la Route du cassis de Côte-d'Or, itinéraire de 55 km au départ de Dijon ou de Nuits Saint Georges, cheminant par les Hautes-Côtes de Nuits, et valorisant les acteurs (producteurs, restaurateurs...), dont les agrées Savoir-Faire 100% Côte-d'Or.

La Route de la Truffe de Bourgogne quant à elle été prolongée jusqu'à Châtillon-sur-Seine.

Enfin, une démarche de valorisation touristique de la filière brassicole a été lancée avec la Chambre des Métiers et de l'Artisanat et la Chambre d'Agriculture.

## LE PATRIMOINE

Le partenariat étroit autour des projets du MuséoParc Alésia s'est poursuivi. Côte-d'Or Attractivité a réalisé un diagnostic de l'offre existante des sites peu renommés, préfigurant un plan d'action visant à mettre en valeur les incontournables, comme les plus méconnus.

## LES SPORTS ET LOISIRS DE NATURE

Nous avons accompagné les projets du Conseil départemental autour des sports et loisirs de nature, dont la route du Crémant à vélo, inaugurée cette année. Le label Accueil Vélo est monté en puissance avec 135 prestataires labellisés (ou relabellisés). Nous avons été associés aux travaux autour du tourisme fluvestre le long des voies d'eau. Enfin, l'appli *Balades en Bourgogne* s'est enrichie de nouvelles balades.

## 4/ Renforcer la visibilité de la Côte-d'Or, en tant que destination d'hospitalité, durable et attractive pour les habitants et les visiteurs

Notre objectif majeur en 2025 était de déployer un plan de communication axé principalement sur le digital pour faire rayonner la Côte-d'Or.

### Nous avons donc réalisé :

- 9 campagnes de visibilité et de notoriété autour de l'attractivité et du tourisme, notamment sur les sites de la SNCF, ou Se Loger, ainsi que sur les grands médias type Le Monde, Géo, Marie-Claire, Biba, Cosmopolitain, et l'univers digital de Radio France.
- Nous avons mené pour la 7<sup>e</sup> année consécutive la campagne autour de l'automne en Bourgogne sur tous nos supports digitaux, en collaboration avec les OTSI de Côte-d'Or et le CRT BFC.

Avec le Département, nous avons également mis en place un partenariat avec APRR via l'habillage de la passerelle de Beaune Merceuil avec 21 visuels créés spécifiquement et représentant toutes les composantes touristiques de la Côte-d'Or. En matière de presse nationale, les grandes rédactions ont été démarchées, en particulier sur les sujets d'attractivité avec l'envoi de newsletters. En parallèle, un dossier de presse inédit sous la forme d'un site web dédié a été créé en fin d'année et présenté au forum Partir en France en janvier 2026.

Pour la presse locale et limitrophe, les partenariats se sont poursuivis avec notamment K6FM, Ici Bourgogne, le Bien Public, RCF en Bourgogne et Studio Mag.

Nos réseaux sociaux ont enregistré une belle progression grâce à des collaborations avec des créateurs de contenus locaux et avec un influenceur national.

**Enfin, comme chaque année, nous avons organisé ou participé à des manifestations grand public, conduites par le Conseil départemental ou des partenaires, telles que :**

- Salon des seniors à Dijon les 10 et 11 avril
- Marché de printemps (10 ans Climats) à Dijon les 11 et 12 avril
- Village 100% Sport Côte-d'Or à Marsannay-la-Côte (10 ans Climats, Mai à vélo) le 14 juin
- Village des savoirs à La Karrière à Villars-Fontaine (10 ans Climats) les 14 et 15 juin
- Gardiens des Climats à Puligny-Montrachet (10 ans Climats) le 4 juillet
- Village La Côte-d'Or J'Adore avec les OTSI sur l'aire APRR Dijon-Brognon le 23 août
- Foire de Châlons à Châlons-en-Champagne le 30 août
- Journée départementale de la randonnée pédestre à Gevrey-Chambertin (10 ans Climats) le 28 septembre
- Soirée Bienvenue en Côte-d'Or au château de Saulon-la-Rue le 10 octobre
- Vignobles en Scène (dont trois soirées de lancement le jeudi 16) du 17 au 19 octobre
- Foire de Dijon du 1er au 11 novembre

**Retrouvez tout le détail de nos actions et des indicateurs de suivi dans les pages suivantes.**



**Marie-Claire Bonnet-Vallet**  
*Présidente de Côte-d'Or Attractivité*  
*Vice-présidente du Conseil départemental de la Côte-d'Or (canton d'Auxonne)*

# Les principales missions et actions de Côte-d'Or Attractivité

Depuis plus de 60 ans, l'agence de développement touristique de la Côte-d'Or apporte son expertise au service du tourisme en accompagnant ses partenaires et agit au quotidien pour faire de notre département la 1<sup>re</sup> destination nature et patrimoine entre Paris et Lyon.

Plus récemment, Côte-d'Or Attractivité contribue à mettre en lumière une Côte-d'Or toujours plus séduisante en matière d'attractivité résidentielle, auprès des professionnels, des habitants et futurs habitants.

## Côte-d'Or Attractivité c'est :

- Un budget de 1 658 783 euros
- 21 membres de droit au sein du Conseil d'administration composés d'élus départementaux, de professionnels du tourisme et de conseillers techniques
- Une équipe de 19 salariés avec une belle représentation générationnelle
  - Des compétences à 360° et des profils complémentaires pour mener les dossiers en mode projet
  - Un engagement pour satisfaire nos clients et améliorer la qualité des procédures de travail
- Une démarche sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises

Retrouvez-nous sur nos sites : [www.cotedor-attractivite.com](http://www.cotedor-attractivite.com)  
[www.lacotedorjadore.com](http://www.lacotedorjadore.com) - [www.vivre-en-cotedor.com](http://www.vivre-en-cotedor.com)

# Favoriser l'attractivité résidentielle et les partenariats en Côte-d'Or

Il s'agit pour le Conseil départemental comme pour Côte-d'Or Attractivité de se positionner comme **référence nationale** en termes d'actions autour de l'attractivité résidentielle en Côte-d'Or. Il faut également conforter la position d'articulation et **relais incontournable** de tous les acteurs de l'écosystème économique et social de l'attractivité en Côte-d'Or.

## Les actions ci-dessous ont été menées en 2025 :

- Accompagner régulièrement le **Conseil départemental** dans le cadre de notre convention annuelle d'objectifs.
- Renforcer notre action auprès des **acteurs économiques** ou des institutions : valoriser le cadre de vie, montrer le dynamisme et le potentiel de la Côte-d'Or en vue des recrutements ou mutations.
- Poursuivre le travail de **recherche de partenariats** avec les réseaux en Côte-d'Or.
- Proposer des actions spécifiques d'accueil des professions en tension suivantes :
  - **Vétérinaires**
  - **Médecins**
  - Autres professions le cas échéant
- Proposer aux entreprises de Côte-d'Or des outils pour leurs nouveaux salariés.
- **Accompagner les EPCI** sur leur démarche d'attractivité en proposant des outils communs et en s'appuyant sur des réseaux communs (office de tourisme, maison France Service, démarches d'attractivité locales, évènementiels attractivité...).
- **Développer les partenariats existants** avec certains relais spécifiques (ex : Crédit Agricole) et en concrétiser de nouveaux afin de profiter de leur assise pour faire rayonner la Côte-d'Or auprès de leurs clients actuels et futurs.
- Capitaliser sur les **usages numériques, opendata départemental, espaces co-working** (recenser les espaces et les valoriser).
- Poursuivre l'accompagnement des **porteurs de projet** notamment touristiques.
- Favoriser la **transition écologique et l'accessibilité** à tous les publics.
- Capitaliser sur le **cadre de vie**, la valorisation paysagère et le label Villes et Villages fleuris.





### ASSISTANCE AU CONSEIL DÉPARTEMENTAL

- 24 avis auprès du CD sur les projets qui lui sont soumis pour une aide financière et technique
- 33 notes préparatoires aux RV des élus départementaux

### ASSISTANCE AUX PARTENAIRES, TÊTES DE RÉSEAUX ET ENTREPRISES

- 31 RV et assistances auprès des partenaires, têtes de réseaux et entreprises
- 5 participations à des salons/congrès sur les métiers en tension (médecins, vétérinaires, clubs hôteliers)
- 6 accompagnements de communauté de communes/SIVOM/communes (Terre d'Auxois, Montbardois, Pouilly – Bligny, Arnay – Liernais, Rives de Saône et Montigny sur Aube)

### ACCOMPAGNEMENT DES PORTEURS DE PROJET

- 720 assistances aux porteurs de projets, à la presse et pros du tourisme
- 1076 meublés de tourisme classés actifs dont 138 classés en 2025
- 135 prestataires labellisés (ou relabellisés) Accueil Vélo dont 51 en 2025
- 1 intervention sur le tourisme durable
- 12 sites labellisés Tourisme & Handicap
- 8 visites d'évaluation Chambre d'hôtes Référence
- 8 dossiers accompagnés dans le cadre du partenariat avec la BGE
- 17 dossiers accompagnés avec le Crédit Agricole de BFC
- 5863 sessions et 14 558 pages vues sur le site professionnel [www.cotedor-attractivite.com](http://www.cotedor-attractivite.com)
- 8 Infos Flash (webinaires)



« À notre tour de vous souhaiter une très belle année 2026. On en profite aussi pour vous remercier chaleureusement pour votre accompagnement, bienveillant et fort utile, lors de notre installation. À très bientôt. »

Madeline & Marc, propriétaires du Clos des Fougères



**BILAN STATISTIQUE**  
DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE  
EN CÔTE-D'OR 2024





## VALORISATION PAYSAGÈRE

- 72 villes ou villages labellisés Villes et Villages Fleuris
- 40 communes accompagnées

dans leur démarche d'obtention du label

- 7 communes qui ont obtenu une 1<sup>re</sup> fleur ou une fleur supplémentaire
- 80 assistances professionnelles
- 251 participants à la remise des trophées départementaux
- 18 années de labellisation « Département fleuri »

- 36 passionnés composant la **commission départementale**, soit 458 heures effectuées par les bénévoles
- **23 mai 2025 : baptême de la Rose Côte-d'Or : création de la Rose Côte-d'Or.** Toutes les villes et tous les villages pourront s'en enorgueillir. On pourra notamment l'admirer le long de la Route des Grands Crus de Bourgogne à l'occasion de ses 90 ans en 2027. Elle est cultivée et multipliée par les Pépinières Dima, agréées « *Savoir-faire 100 % Côte-d'Or* » à Beire-le-Châtel.



« Merci d'avoir donné votre accord pour l'utilisation des photos du baptême de la Rose Côte-d'Or dans la revue des Amis des Roses. Je suis ravie d'apprendre que la variété occupe désormais une place de choix dans les événements organisés par le Conseil départemental de la Côte-d'Or. Lors de nos échanges, votre enthousiasme et vos nombreuses idées pour associer la rose au Patrimoine de la Côte-d'Or m'avaient vraiment marquée. Je suis impressionnée de voir que cela porte déjà ses fruits ! Félicitations ! »

Laurence, SAS R.O.S.E. Roses Orard Sélection Edition



# Accompagner les nouveaux arrivants dans leur changement de vie

- **Rechercher les nouveaux prospects**, à travers les actions de visibilité de la Côte-d'Or, notamment avec en organisant de nouvelles actions en partenariat avec Paris Je te Quitte.
- Identifier et **accompagner les nouveaux arrivants**, à travers tous les moyens mis à notre disposition.
- Participer aux actions menées par les territoires au titre de l'attractivité.
- Participer à des **salons dédiés à la mobilité professionnelle**.
- **Organiser des événements** pour les nouveaux habitants.
- Déployer de **nouveaux outils** afin de favoriser la fierté et l'appartenance à la Côte-d'Or et montrer, par des témoignages, les atouts et les avantages de **la vie en Côte-d'Or**.



• **19 120 visites** (+53% par rapport à 2024), **23 300 pages vues** (+50% par rapport à 2024), **12 567 visites** via

newsletters et campagnes soit une **progression de 53% sur le site vivre-en-cotedor.com**  
Parmi les pages les plus vues ou en plus forte progression : Les richesses de la Côte-d'Or / Activités et sites incontournables / Les filières d'excellence

• **2717 membres** sur le Groupe **Facebook** « *Vivre en Côte-d'Or* »

• **Presque 8 500 personnes** touchées par nos actions de communication depuis 4 ans

• **72 personnes accompagnées** individuellement

• **Plus de 300 adresses qualifiées** lors de l'opération promotionnelle de Noël

• **30 candidats à l'installation** en Côte-d'Or **suite aux salons** de la mobilité et du travail et Nouvelle Vie Professionnelle

• **300 participants à l'évènement** *Bienvenue en Côte-d'Or* au château de Saulon la Rue



« *Merci beaucoup pour votre message et pour le partage de ces offres. Je vous confirme avoir postulé aux opportunités transmises. Je reste bien entendu disponible pour tout complément d'information ou échange à ce sujet. Merci encore pour votre accompagnement.* »

*Claude, en recherche d'opportunités*



# Se mobiliser autour des grands projets et des actions fédératrices et de nos filières emblématiques

## Stratégie de la Route des Grands Crus de Bourgogne

Cette stratégie s'inscrit dans une temporalité longue, jalonnée par quelques dates emblématiques, notamment :

- **les 10 ans** de l'inscription des Climats du vignoble de Bourgogne au Patrimoine mondial en 2025.
- **les 90 ans de la Route des Grands Crus de Bourgogne** qui auront lieu en 2027.

### Les objectifs :

- Améliorer l'offre existante et renforcer la visibilité de tous les acteurs présents sur cet axe pour pouvoir faire rayonner ce territoire à l'international et faire de la Route des Grands Crus de Bourgogne une **destination d'excellence** qui deviendrait LA destination référente, et majeure, en Europe pour les routes des vins.
- Créer un territoire-destination **différenciant, innovant** et qui **fédère les acteurs du territoire**, et profite autant aux habitants qu'aux visiteurs francophones, européens et internationaux.
- En faire une route qui soit plus douce à vivre, en passant par la **requalification paysagère**, la préservation de la biodiversité, de la faune et de la flore et un exemple en matière de **mobilité douce** et construire une route qui soit **durable, soutenable et responsable**.

Sous la maîtrise d'ouvrage du Conseil départemental, Côte-d'Or Attractivité est associée aux travaux autour de l'aménagement paysager de la Route des Grands Crus et positionnée en tant que porteur de projet pour certaines actions.

De plus, en partenariat étroit avec la Direction communication du Conseil départemental, Côte-d'Or Attractivité porte la stratégie globale de communication.

### Les travaux réalisés :

- Mise en place d'une feuille de route de la stratégie numérique.
- Création d'une marque multidimensionnelle qui précise les cibles et mise sur l'avenir. Un nouveau positionnement : tout est une histoire de goût.
- Travail sur douze road-trips, combinant les cibles et les offres.
- Réalisation de reportages photos et vidéos pour alimenter les visuels et les contenus de cette stratégie numérique avec la création :
  - d'un site internet dédié **[www.routedesgrandscrusdebourgogne.com](http://www.routedesgrandscrusdebourgogne.com)**
  - d'un compte Instagram et d'une page Facebook dédiés





### 3 actions autour du projet d'infrastructure portées par Côte-d'Or Attractivité afin de :

**Mettre en évidence les conditions de pratiques et de découverte du/des parcours par type d'usagers, voiture, à pied, et vélo** (Comment se rendre sur l'itinéraire touristique ? Où et comment se déplacer ?) avec la mise en place d'un plan de déplacement et d'accueil, l'aménagement d'aires d'accueil (signalétique d'interprétation, mobilier, stationnement)

**Canaliser les flux de fréquentation voiture et vélo** afin de limiter les conflits d'usages, notamment avec les viticulteurs sur la voie des vignes : cibler les aires de stationnement appropriées, limiter le stationnement et les arrêts « sauvage »

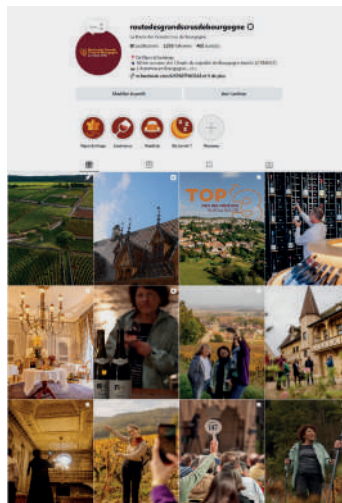
**Sensibiliser de manière pédagogique les touristes sur le vignoble inscrit au Patrimoine mondial de l'Unesco** dans les outils de médiation et d'interprétation le long de la Route des Grands Crus de Bourgogne (application Balades en Bourgogne, tables de lecture et d'orientation, totems sur les Climats). Pour en faire une route qui soit plus douce à vivre, en passant par la **requalification paysagère**, la préservation de la biodiversité, de la faune et de la flore et un exemple en matière de mobilité douce et construire une route qui soit durable, soutenable et responsable

- **4 sites d'intervention majeurs** retenus dans l'étude en aménagement d'aires d'accueil : Gevrey-Chambertin, Aloxe-Corton, Monthelie-Meursault et Santenay
- **1 comité de pilotage** avec les élus
- **4 comités techniques** réunissant l'ensemble des actions du projet et 4 comités techniques et réunions relatives au plan d'accueil et de déplacement
- **15 réunions et ateliers spécifiques** selon les actions (Côte-d'Or Attractivité associé)
- **3 commissions tourisme** des Climats
- Positionnement et feuille de route partagée par toutes les parties prenantes
- **2 réseaux sociaux** dédiés :
  - 3 145 followers sur Instagram (depuis juillet 2025) et 718 000 vues
  - 10 000 followers sur Facebook (depuis juillet 2025) et 4,8 millions de vues
  - 3 jeux concours
  - 2 opérations d'influence
  - 1 campagne de recrutement
  - 225 posts sur les réseaux de la route en 6 mois
- **1 site dédié** avec **14 424 visites** depuis son ouverture fin octobre 2025 et 1 campagne sur Google Display



« *Quelle année 2025 ! 10 ans des Climats, une destination digitale Route des Grands Crus et bien d'autres sujets... nos équipes respectives ont carburé ! Ce petit message pour prendre le temps de vous dire merci pour cette année 2025 où vous avez été de sacrées partenaires et des aides et des soutiens précieux (on le savait déjà mais ça fait du bien de se le dire des fois 😊) Au plaisir de travailler ensemble sur de nouveaux projets en 2026. »*

**Delphine THEVENOT-MARTINEZ, Association des Climats**



# L'œnotourisme

- Accompagner les démarches structurantes sur le territoire, qui servent les habitants et les visiteurs dont le travail sur la refonte de l'itinéraire touristique de la Route du Crémant de Bourgogne.
- Renouveler le label Vignobles & Découvertes pour la destination Route des Grands Crus de Bourgogne pour une durée de 3 ans.
- Refondre l'évènement national **Vignobles en scène** pour l'édition 2025 : participer à son lancement au niveau national et accompagner les partenaires et les prestataires dans l'organisation d'évènements en Côte-d'Or.
- Participer aux actions des partenaires : comité de sélection du Mois des Climats, Projet Neutralité Carbone du BIVB, jury des Ceps d'Or de Jura Tourisme.



- **421 prestations labellisées Vignobles & Découvertes** en Côte d'Or dont **34 en 2025** (sur les 421 prestations :

41 sur la Route du Crémant de Bourgogne et 381 sur la Route des Grands Crus de Bourgogne)

- **85 visites de prestataires de l'œnotourisme** pour le label Vignobles & Découvertes dont **61 visites** pour des candidatures et **24 visites** pour des renouvellements du label
- **15 accompagnements de professionnels de l'œnotourisme** et de partenaires autour de projets spécifiques
- **12 réunions** statutaires de la Fédération nationale Vignobles & Découvertes

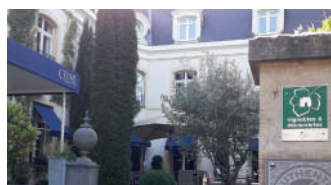
- **1 rencontre annuelle** des labellisés Vignobles & Découvertes (65 participants) et **2 Lundis V&D** (60 participants au total)

- **23 animations proposées pour Vignobles en Scène** en Côte-d'Or :
  - co-organisation de 3 banquets en évènement avant-première du week-end avec les offices de tourisme de la Route des Grands Crus de Bourgogne ;
  - accompagnement de 20 prestataires pour la mise en place d'animations (dont 18 nouveautés)
- **1 lauréat aux trophées de l'œnotourisme** situé sur la Route du Crémant de Bourgogne (Œnocentre Ampélopsis à Massingy)



« **Merci pour votre contribution à la réussite de la soirée Vignobles & Découvertes**

*Je vous remercie sincèrement pour ce mail. Aider à l'organisation de cet évènement a été un réel plaisir pour nous tous. Je suis heureuse que les invités et vous-même avez passé un très bon moment dans ce lieu historique de Marsannay. J'ai transmis votre message aux trois vigneron car cela leur fera plaisir. L'enjeu de cet évènement était de créer un beau moment de rassemblement et créer un bon net-working entre tous les membres du label, pari réussi ! Merci à vous pour votre disponibilité et votre enthousiasme tout au long de l'organisation . » **Kiarra***



# La gastronomie

- **Donner plus de visibilité** aux producteurs, éleveurs, commerçants, restaurateurs, traiteurs et artisans cote-d'oriens telle est la vocation de «**Savoir-Faire 100 % Côte-d'Or**». Véritable gage de qualité pour les consommateurs, cette marque a été lancée en 2019 et compte plus de 500 agréés.

- Capitaliser sur les **cinq routes gourmandes ou œnotouristiques** et les rendre visibles dans les démarches nationales, voire internationales dont la création de la **Route du Cassis de Côte-d'Or** en mai 2025 et la prolongation de la **Route de la Truffe** jusqu'à Châtillon-sur-Seine.
- Lancer la démarche de **valorisation touristique de la filière brassicole** en partenariat avec la Chambre des Métiers et de l'Artisanat.



- **Plus de 500 prestataires** agréés Savoir Faire 100% Côte-d'Or et **plus de 1 000 produits locaux** référencés

- **120 participants** à l'évènement annuel de la marque à Paris
- **3 comités** d'agrément de la marque

### • Route du cassis de Côte-d'Or :

- Balade sur l'application mobile Balades en Bourgogne : 476 téléchargements, 9<sup>e</sup> balade la plus téléchargée en 2025,
- kit de communication réalisé et mis à disposition des membres du COPIL depuis le site [www.cotedor-attractivite.com/kit-communication-route-du-cassis](http://www.cotedor-attractivite.com/kit-communication-route-du-cassis),
- 1 dossier de presse,
- une quinzaine de retombées dans la presse locale depuis mai 2025.

### • Route de la Truffe de Bourgogne :

- Balade sur l'application mobile Balades en Bourgogne : 313 téléchargements,
- sur le site [www.lacotedorjadore.com](http://www.lacotedorjadore.com) : la page sur la truffe de bourgogne consultée 1 187 fois, la page sur la fête de la truffe 1 830 fois, la page consacrée à la Route de la Truffe 2 144 fois,
- retombées presse : 10 articles au niveau de la presse locale (en publiereportage) via nos partenariats, 1 émission Autoroute Info dédiée, 1 rubrique dédiée avec Domaine Rion et Maison 1000 truffes à l'automne,
- communiqué de presse pour annoncer le prolongement de la route à l'automne 2025.
- 3 réunions de concertation dont un Comité de pilotage pour le lancement de la **démarche de valorisation touristique de la filière brassicole**



# Le patrimoine

- Autour du **patrimoine bâti, patrimoine immatériel, patrimoine vivant**, accompagner les actions de réseaux, les événements, les animations et les projets structurants.
- Travailler autour du **tourisme industriel** qui permet d'allier des visites avec la gastronomie ou les savoir-faire.

- **Accompagner le développement** de nouveaux outils de médiation notamment numériques.
- Poursuivre le travail étroit autour des **projets du MuséoParc Alésia**.
- Définir un plan d'actions **visant à mettre en valeur tous les sites patrimoniaux** de Côte-d'Or et pas uniquement nos incontournables.



- **58 sites et monuments** enquêtés mensuellement
- **35 assistances** personnalisées aux sites et monuments
- **25 sites et monuments visités** dans le cadre des tournées d'été du patrimoine et autant d'assistances réalisées à la suite des visites

- **Un plan d'actions patrimoine et un plan de communication** pour les 3 à 5 années à venir
- **1 partenariat avec APRR** pour mettre en avant le patrimoine Côte-d'Or sur la passerelle de Beaune, autoroute A6



# Les sports et loisirs de nature

- Poursuivre la collaboration autour des **schémas cyclables**, PDIPR, PDESI en accompagnant les projets du Conseil départemental autour des sports et loisirs de nature dont la route du Crémant à vélo.
- **Capitaliser sur les territoires marqueurs de la nature** (Parc national de forêts, Parc naturel du Morvan, forêt d'exception, Saône, canaux, Espaces Naturels Sensibles), vecteurs du ressourcement et du contact avec la nature.
- Travailler sur **le tourisme fluvial/fluvestre**, notamment autour du canal de Bourgogne mais aussi des autres voies d'eau avec les premières actions de la convention avec VNF.
- **Enrichir l'appli Balades en Bourgogne.**

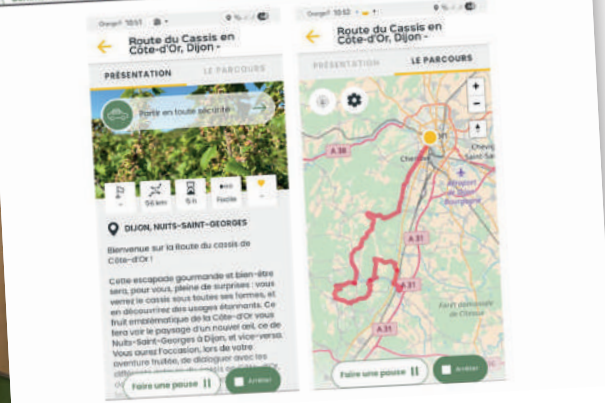


• **198 balades disponibles** sur l'appli Balades en Bourgogne dont **2 nouvelles balades en 2025.**

• **Au total : 156 balades à pied, 22 balades à vélo, 8 balades en voiture, 6 balades en canoë, 5 parcours à VTT et 1 parcours à cheval**

• **Plus de 188 000 installations** de l'appli depuis sa création dont **19 867 installations** et **22 287 balades téléchargées** en 2025

• **19 réunions** et **accompagnement** autour du **tourisme fluvial**



# Renforcer la visibilité de la Côte-d'Or, en tant que destination d'hospitalité, durable et attractive pour les habitants et les visiteurs

**Objectifs de visibilité :**  
des actions de communication efficaces sur le tourisme & l'attractivité

- **Donner à la Côte-d'Or une visibilité** sur les thèmes touristiques forts : Route des Grands Crus de Bourgogne & Climats, patrimoine, gastronomie, nature
- **Investir plus massivement** les médias digitaux
- **Renforcer la communication** sur l'attractivité
- **Améliorer encore notre efficacité** sur les réseaux sociaux
- Faire des **choix marqués sur les partenariats** médias régionaux

## Cibles

Promouvoir la destination Côte d'Or auprès d'un public CSP+, féminin et urbain et générer du trafic sur les sites et de la conversion (=clics sur des landing pages thématiques sur nos sites [www.lacotedorjadore.com](http://www.lacotedorjadore.com) et [www.vivre-en-cotedor.com](http://www.vivre-en-cotedor.com) )

## Médias et environnement digital sélectionnés

- **Sncf Connect / Lagardère Médias** (Le Point, Le Monde, Au féminin, Radio France, ...) / Se Loger
  - 1 campagne sur smartphone (**visibilité**)
  - 2 campagnes format conversationnel (**conversion**)
  - 3 campagnes format éditorial (**notoriété /crédibilité**)

## Objectifs de capitalisation

- Via la marque **la Côte-d'Or J'Adore** et la marque «**Savoir-Faire 100 % Côte-d'Or**» sur la France en mettant notamment en avant le film Poussière d'Or.
- Via la marque **La Bourgogne** en participant à des opérations ciblées.





## Communication publicitaire nationale et internationale

- **Visibilité grand public : 3 campagnes digitales sur l'attractivité résidentielle et touristique** sur les sites **SNCF et Se Loger** au printemps, ainsi que sur les supports digitaux de l'écosystème **Radio France et le Monde** à l'automne.

- + de **7 400 000 internautes impactés** par la Côte-d'Or J'adore et Vivre en Côte-d'Or
- Des **visites en progression sur nos 2 sites internet** grand public (jusqu'à + **55 %**)
- **Le Trophée de la vidéo** lors des **Trophées CercleCom 2025** pour le film **Poussière d'Or**





# Les partenariats avec les médias

- 6 accueils de journalistes nationaux (pour plus de 70 prestataires mis en avant) et participation à 1 workshop presse
- 12 communiqués de presse (locale + nationale)
- Près de 250 dossiers de presse diffusés

## À LA RADIO

- Emissions Autoute Info au Château de Mâlain (avril) et au Cassissium (octobre)
- Emissions et spots Autoroute info (de mars à octobre)

## À LA TÉLÉVISION – SUR LES RÉSEAUX

- Reportages de TF1 (Bonjour !) pour découvrir la RDGC autrement : Montgolfière et 2CV
- Reportage Ici national pour découvrir la RDGC en Montgolfière

## DANS LA PRESSE

- Cahiers du fleurissement
- Paris Match
- Le Routard
- Camping-Car Magazine
- Cuisine actuelle





# Communication presse locale et de proximité

- 10 prestataires partenaires sur les jeux-concours mis en valeur sur 20 semaines de jeu et de promotion de la Côte-d'Or
- 38 émissions en direct de 9h à 11h pour l'été sur Ici Bourgogne, avec l'ensemble des offices de tourisme de Côte-d'Or
- 1 chronique hebdomadaire pour les sorties du week-end, toute l'année sur RCF en Bourgogne



**leJournalduPalais**  
BOURGOGNE FRANCHE-COMTÉ

REPORTAGE DU JOURNAL MONTAIGNE 21 OCTOBRE AU 2 NOVEMBRE 2024

CELEBRATION 2025

**S'IMPLANTER EN BOURGOGNE FRANCHE-COMTÉ**

TERritoIRE  
Ambition  
décarbonation

BANQUES  
L'ancrage  
territorial

IMMOBILIER  
Stable malgré  
l'incertitude

Loisirs Côte-d'Or et région 37

**Arnay, son centre-ville historique et ses arts de la table**

Arnay, une ville communale de la Côte-d'Or, est une destination incontournable pour les amateurs de gastronomie et de patrimoine. Le centre-ville, avec ses rues pavées et ses bâtiments historiques, offre un cadre idéal pour déguster les spécialités locales. Les artisans locaux mettent à l'honneur les produits de la région, créant ainsi une expérience unique pour les visiteurs.

**Une exposition sur les animaux au musée Pompon**

Le musée Pompon présente une exposition sur les animaux, mettant en valeur la biodiversité locale et les pratiques agricoles traditionnelles. Les visiteurs peuvent découvrir des œuvres d'art inspirées de la nature et apprendre plus sur l'élevage et la gestion des ressources animales.

**DBM**

La 14<sup>ème</sup> édition du festival de l'Entreprendre à Dijon, le festival qui booste l'écosystème local.

**ENTREPRENDRE ? MÊME PAS PEUR !**

BEAUNE HEURSAULT SAINT-VINCENT TOURNAI

Histoire et savoir L'Économie L'Énergie



# Communication print et diffusion de la documentation

- **50 000 exemplaires** magazine La Côte-d'Or J'adore
- **50 000 exemplaires** carte touristique Côte-d'Or

- **30 000 exemplaires** carte vélo
- **37 OT et structures** présentes à la bourse d'échange





# Communication digitale

- **36 newsletters** à destination de plus de **85 000 destinataires** grand public
- **9 newsletters** à destination de plus de **10 000 acteurs du tourisme** en Côte-d'Or
- **334 892 sessions** (soit une **progression de 15 %**) et **611 841 pages** vues

(soit une **progression de 10 %**) sur le site internet [www.lacotedorjadore.com](http://www.lacotedorjadore.com).

**62 877 visites** grâce aux newsletters et campagnes (soit une **progression de 55 %**). Parmi les pages les plus vues ou en plus forte progression : La recette des gougères / Balades en Bourgogne / Les incontournables / Patrimoine en Côte-d'Or

- **15 176 offres référencées** dans la base de données Décibelles Data dont **4065 nouvelles offres en 2025**. **11 272 offres complétées** et/ou modifiées par les utilisateurs.

- **498 posts** sur tous nos réseaux sociaux



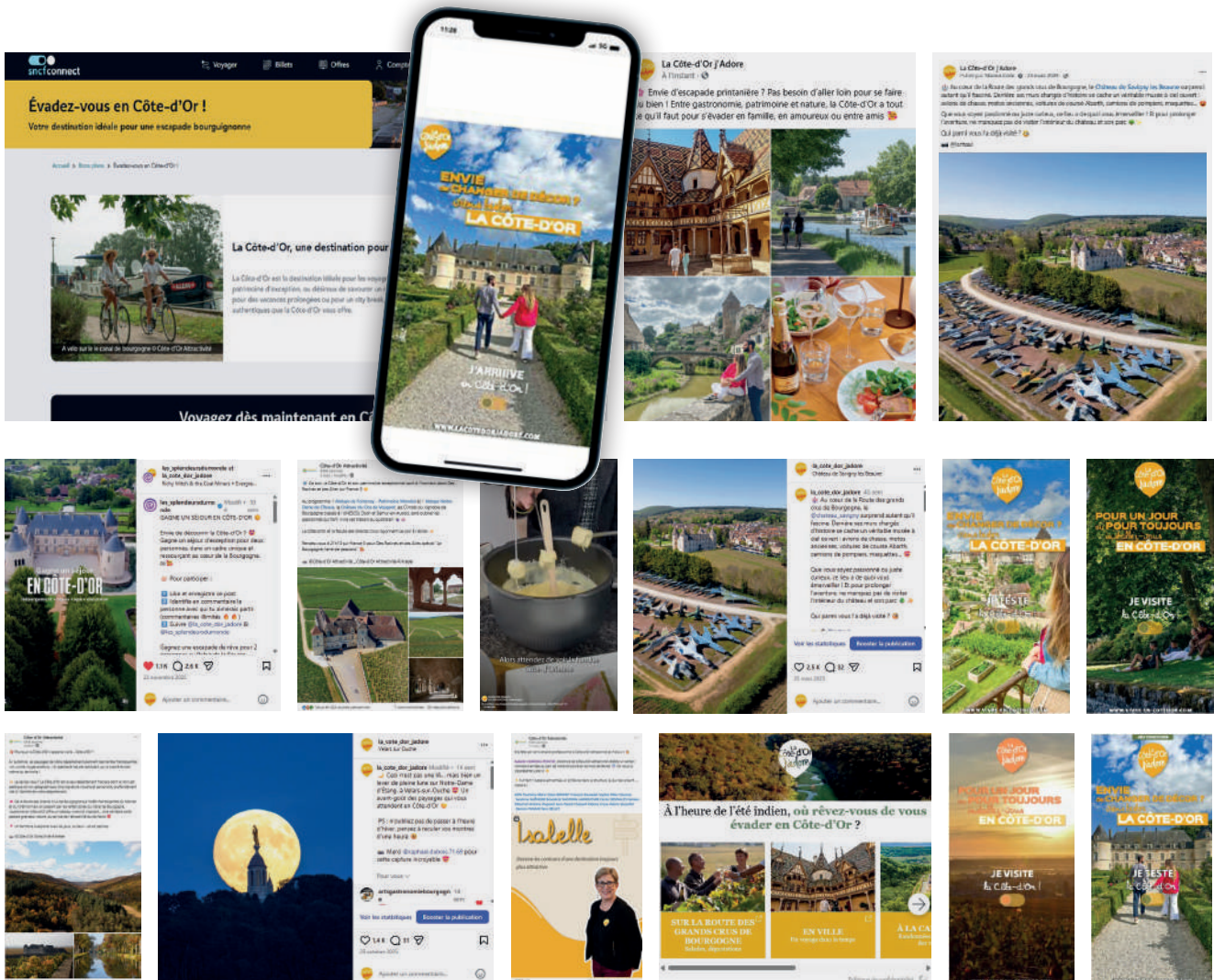
**103 176 abonnés** (+13,32%)  
sur la page Facebook  
La Côte-d'Or J'adore  
**206 760 interactions**  
**13 637 800 de portée**



**32 643 abonnés** (+29,17%)  
sur Instagram  
**63 351 interactions**  
**1 353 800 de portée**



**6 806 abonnés** (+15,20%)  
sur la page LinkedIn  
**9 460 interactions**  
**193 182 de portée**





## Communication événementielle



- **30 assistances aux organisateurs d'événements** grand public ou prestataires
- **12 assistances aux professionnels du voyage**
- **25 organisations ou participations à des événements** grand public, en local et au national

### Côte-d'Or Attractivité a organisé ou participé :

- **Salon des seniors** à Dijon les 10 et 11 avril
- **Marché de printemps** (10 ans Climats) à Dijon les 11 et 12 avril
- **Village 100 % Sport Côte-d'Or** à Marsannay-la-Côte (10 ans Climats, Mai à vélo) le 14 juin
- **Village des savoirs** à La Karrière à Villars-Fontaine (10 ans Climats) les 14 et 15 juin

- **Gardiens des Climats** à Puligny-Montrachet (10 ans Climats) le 4 juillet
- **Village La Côte-d'Or J'Adore** avec les OTSI sur l'aire APRR Dijon-Brognon le 23 août
- **Foire de Châlons** à Châlons-en-Champagne le 30 août
- **Journée départementale de la randonnée pédestre** à Gevrey-Chambertin (10 ans Climats) le 28 septembre
- **Soirée Bienvenue en Côte-d'Or** au château de Saulon-la-Rue le 10 octobre
- **Vignobles en Scène** (dont trois soirées de lancement le jeudi 16) du 17 au 19 octobre
- **Foire de Dijon** du 1<sup>er</sup> au 11 novembre



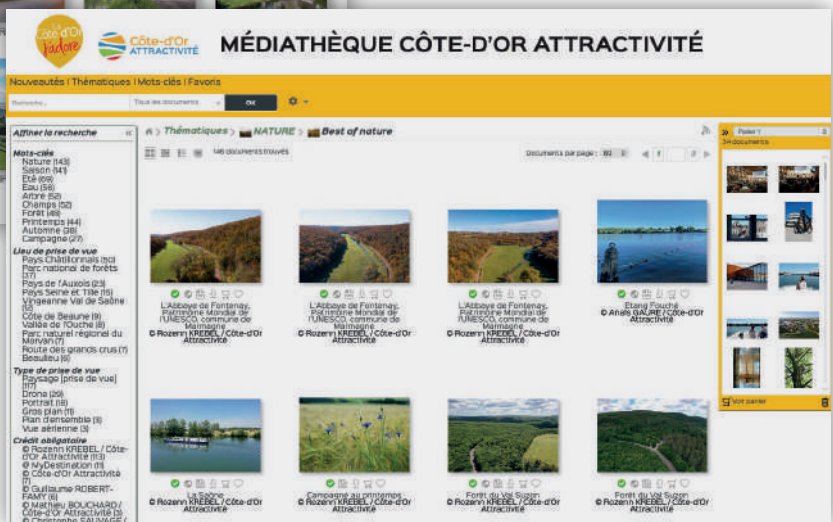


# Médiathèque

- 20 jours de reportages
- 1519 nouvelles photos saisies
- 1478 connexions

Recherches les plus demandées :

- 216 nouveautés
- 183 thèmes
- 177 nature
- 139 œnotourisme
- 122 patrimoine
- 1372 documents commandés
- 1 465 téléchargements



# Fonctions supports

Les fonctions supports regroupent la gestion des ressources humaines et financières, l'administration générale, la vie de l'association, les moyens généraux et juridiques et permettent ainsi le bon fonctionnement de l'agence.

- **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.
- **Préparer et tenir** les Conseils d'administration et l'Assemblée générale avec la réalisation de films sur le bilan d'activité 2024 et du plan d'action 2025.
- **Exécuter le budget** et préparer le prévisionnel 2025.
- **Réaliser la comptabilité** analytique et modifier le thésaurus si besoin.
- **Réaliser des situations de trésorerie.**
- **Clôturer les comptes 2024** avec CORGECO et EXCO SOCODEC.
- **Gérer les ressources humaines** (mobilisation de l'équipe sur les objectifs, recrutement et encadrement des stagiaires, formation, entretiens personnels, réunions d'équipe, démarche RSE...).
- **Poursuivre les objectifs qualité** et les indicateurs annuels.
- **Assurer le suivi juridique** (RGPD, BNF et INPI).
- **Suivre les moyens généraux** et l'informatique avec les prestataires chargés de l'infogérance et des sites.
- **Participer aux travaux** avec notre fédération nationale, ADN Tourisme.



- **Un budget global de 1 658 783 euros**
- **16,75 salariés** en ETP (équivalent temps plein)
- **3 réunions** statutaires

- **166 heures** de formation
- **10 réunions** d'équipe
- **6 accueils** de stagiaires
- **3 réunions statutaires**, un congrès et deux séminaires pour ADN Tourisme



# Les dates clés en 2025

## Grand public

- **8 au 10/01** : Habillage vitrines APRR/Autogrill Beaune
- **31/01 au 2/02** : Festivitas Mulhouse
- **12 au 15/03** : Salon Destination Nature à Paris
- **21 au 23/03** : Salon du randonneur à Lyon
- **4/04** : Emission Autoroute Info au Château de Mâlain
- **10 et 11/04** : Salon des seniors à Dijon
- **11 et 12/04** : Marché de printemps Jardins du Département spécial « Climats »
- **20/04** : Sortie des éditions « La Côte-d'Or J'Adore »
- **25 au 27/04** : Salon Fluvial à Saint-Jean-de-Losne
- **Avril & mai** : campagne de pub DIGITALE sur SE LOGER / Le Monde / Radio France
- **02/05 au 03/07** : Mois des Climats
- **14/06** : Village 100% Sport Côte-d'Or à Marsannay-la-Côte - Rando vélo dans les climats de la Route des Grands Crus de Bourgogne
- **14 et 15/06** : Village des savoirs à La Karrière
- **04/07** : 10 ans de l'inscription des Climats du vignoble de Bourgogne – stand tourisme
- **23/08** : Animation aire d'autoroute Dijon-Brognon avec les OTSI
- **30/08** : Foire de Châlons en Champagne
- **28/09** : Journée départementale de la randonnée pédestre à Gevrey-Chambertin
- **Septembre** : Campagne de pub DIGITALE sur LE BON COIN / Le Monde / Radio France
- **17/10** : Emission Autoroute Info au Cassissium
- **17/10** : 50 ans de l'AOC Crémant de Bourgogne
- **17 au 19/10** : Vignobles en Scène en Côte-d'Or : 3 événements de lancement Beaune, Gevrey-Nuits et Dijon
- **1<sup>er</sup> au 11/11** : Foire gastronomique à Dijon

## Corporate

- **9/01** : Sortie du dossier de presse
- **30/01** : Rencontre Gîtes de France et CAPEC sur la fiscalité
- **3/02** : Commission tourisme des Climats
- **10/02** : Lundi V&D Spécial Vignobles en Scène
- **13/02** : Trophées Cercle Com (récompense film Poussière d'Or)
- **24 et 25/02** : Soirée SF 100% Côte-d'Or au CNAM et journée au SIA à Paris
- **3/03** : Club pro Rives de Saône
- **10/03** : Rencontre des labellisés Accueil Vélo à Dijon
- **31/03** : conférence de presse 10 ans des Climats au cellier de Clairvaux
- **7/04** : Lundi V&D Spécial oenotourisme responsable
- **11/04** : Trophées de l'oenotourisme du Jura, Les Ceps d'Or
- **17/04** : Bourse d'échange de documentation et journée OTSI au MuséoParc Alésia
- **17/04** : Comité agrément SF 100% Côte-d'Or
- **06/05** : Présence à la bourse d'échange du Parc national de forêts
- **17/05** : Inauguration des véloroutes du Crémant et La Côte-d'Or au fil de la Seine
- **22/05** : RDV de la valorisation paysagère avec le CAUE
- **22/05** : Evènement Climats avec les collègues à Vougeot
- **25/05** : Rencontre avec Mme la Ministre du Tourisme au sujet de l'oenotourisme
- **5/06** : Rencontre Route du Crémant
- **16/06** : Lundi Châtillonnais autour du handicap
- **30/06** : Lundi Châtillonnais sur l'accompagnement des porteurs de projets
- **21 au 24/07** : Reportage photos avec Les Conteurs sur la Route des Grands Crus de Bourgogne
- **7/07** : Lancement Vignobles en Scène par la FNVD, évènement média à Paris
- **Octobre** : Conseils en valorisation paysagère
- **27/11** : Rencontre annuelle des labellisés V&D

## Attractivité

- **23 et 24/01** : Salon du travail et de la mobilité professionnelle à Paris
- **6/02** : Journée d'accueil des étudiants en santé, Pays Seine et Tilles
- **10/03** : Job dating Club Hôtelier de Dijon
- **Mars - avril** : Tournées de printemps de conseil aux communes pour l'aide à l'obtention du label « Villes et Villages Fleuris »
- **12/04** : Journée des internes en médecine à Arc-et-Senans
- **12/05** : Lancement de la Route du Cassis de Côte-d'Or
- **15/05** : Rendez-vous de la valorisation paysagère à Blanot avec le CAUE
- **23/05** : Baptême de la Rose Côte-d'Or à Beire-le-Châtel
- **27/05** : Restitution enquête attractivité collégiens
- **2 au 6/06** : Tournée de préparation des candidats 2025 au label « Villes et Villages Fleuris »
- **16/06** : Inauguration de l'exposition Dior au Musée du Pays Châtillonnais – Trésor de Vix
- **16 au 26/06** : tournées du jury départemental de la valorisation paysagère
- **1<sup>er</sup> au 3/07** : tournée du jury conjoint pour l'attribution du label « Villes et Villages Fleuris »
- **2/07** : Dîner des Maires
- **15 et 16/07** : Intervention lors de la formation des jardiniers avec le CNFPT
- **Juillet - août** : Tournées de visite du petit patrimoine
- **16 et 17/09** : Intervention lors de la formation des jardiniers avec le CNFPT
- **15 et 17/09** : Tournages des vidéos sur les communes nouvellement labellisées « Villes et Villages Fleuris »
- **Septembre** : Prolongement de la Route de la Truffe de Bourgogne
- **Octobre** : Tournées d'automne de conseil aux communes pour l'aide à l'obtention du label « Villes et Villages Fleuris »
- **2/10** : Journée étudiants vétérinaires à Beaune
- **10/10** : Forum et soirée « Bienvenue en Côte-d'Or » à Saulon-la-Rue
- **Du 22 au 24/10** : Rencontre annuelle des « Départements fleuris »
- **6/11** : Rendez-vous de la valorisation paysagère à Marsannay-la-Côte avec le CAUE
- **13/11** : Salon nouvelle vie pro avec *Paris Je Te Quitte*
- **13/11** : Inauguration exposition Cassissiers de Dijon aux Archives départementales
- **4/12** : Remise des Trophées départementaux de la valorisation paysagère
- **18/12** : COPIL filière touristique brassicole

## Vie associative

- **31/03** : Conseil d'administration
- **03/04** : Conseil d'administration ADN Tourisme à Paris
- **14 et 15/05** : Rencontres ADF ADN ADTs en Seine-Saint-Denis
- **22/05** : Assemblée générale ADN Tourisme à Paris
- **23/05** : Assemblée générale
- **17/06** : Journée de cohésion
- **30/09 au 2/10** : Conseil d'administration et congrès annuel ADN Tourisme à Auxerre
- **9/10** : Stage dating BTS St Bénigne
- **3/12** : séminaire des ADT à Marseille
- **8/12** : Conseil d'administration



# Tout au long de l'année

Accompagnement du Conseil départemental, accompagnement des porteurs de projets publics et privés, travail avec les têtes de réseaux et partenaires, valorisation paysagère, classement des meublés de tourisme et chambres d'hôtes, Accueil Vélo, Tourisme & Handicap, Vignobles & Découvertes, accompagnement des prestataires sur le FTD, Décibelles Data, veille, observatoire, travaux ADN Tourisme, accompagnement des nouveaux arrivants, travail sur les filières vélo, randonnée dont appli Balades en Bourgogne, fluvestre,

gastronomie, patrimoine et œnotourisme, partenariat avec le MuséoParc Alésia et les Climats du vignoble de Bourgogne, stratégie de communication, assistances/éducateurs et démarchages aux professionnels du tourisme, partenariat avec les médias locaux, limitrophes et nationaux, newsletters, réseaux sociaux et sites internet, visites de prestataires, médiathèque, éditions et diffusion de la documentation, participation à des événements socio-professionnels et grand public.

## Fonctions supports

Ressources humaines et financières, administration générale, vie de l'association, moyens généraux, qualité et suivi

juridique, gestion du parc informatique/technologique et des locaux et coordination générale.

## Glossaire

- **ADF** : Association des départements de France
- **ADT's** : Agences de développement touristique
- **APRR** : Autoroutes Paris Rhin Rhône
- **BFC** : Bourgogne Franche-Comté
- **CC** : communauté de communes
- **CDT** : comités départementaux de tourisme
- **CIGV** : cité internationale de la gastronomie et du vin
- **CNAM** : Centre national des Arts et Métiers
- **CNFPT** : Centre National de la Fonction Publique Territoriale
- **CNVVF** : Conseil National des Villes et Villages Fleuris
- **COPIL** : comité de pilotage
- **FTD** : fond tourisme durable
- **GTV** : groupements techniques vétérinaires
- **OIV** : Organisation internationale de la vigne et du vin
- **OTSI** : offices de tourisme et syndicats d'initiative
- **PJTQ** : Paris je te quitte
- **RDGC** : route des Grands Crus
- **SIA** : Salon international de l'Agriculture
- **T&H** : Tourisme & Handicap
- **VP** : valorisation paysagère
- **VVF** : villes et villages fleuris
- **V&D** : Vignobles & Découvertes

**Côte-d'Or ATTRACTIVITÉ**

QUI SOMMES-NOUS? • EXPERTISES & CONSEILS • OBSERVATOIRE • MARKETING & COMMUNICATION • ESPACE PRESSE • BOÎTE À OUTILS • S'INSTALLER EN CÔTE-D'OR

Les ressources sont mises à disposition gracieusement, mais elles doivent être sourcées Côte-d'Or Attractivité lors de l'utilisation par des tiers, pour toutes utilisations.

**Newsletter pro**  
INSCRIVEZ-VOUS

**ACTUALITÉS**

# SYNTHESE FREQUENTATION

ANNEE 2025

## TENDANCES ET FAITS MARQUANTS

- Le contexte économique reste marqué par un pouvoir d'achat toujours contraint, malgré un ralentissement de l'inflation.
- Inquiétude sur le contexte politique français.
- Sur le plan géopolitique, les tensions internationales persistantes (Ukraine, Proche-Orient) entretiennent une certaine prudence, notamment chez les clientèles long-courriers et européennes.
- L'été 2025 en Côte-d'Or a été marqué par un mois de juillet globalement estival, puis par un mois d'août dominé par une vague de chaleur intense début août, avant un retour à des conditions plus contrastées en fin de mois.
- En 2025, pas d'évènement majeur, contrairement à 2024 (Tour de France et Jeux Olympiques).



## HÉBERGEMENTS MARCHANDS

### HÔTELLERIE

Source INSEE – secrétariat d'Etat au Tourisme, CRT BFC.

- Le nombre de nuitées totales en Côte-d'Or se monte à 2.691.677 soit une augmentation de plus de 5 %.
- La répartition des nuitées françaises et étrangères :
- 1.548.819 nuitées françaises, soit une évolution de +0,46 %
- 1.149.002 nuitées étrangères, soit une évolution de +12,6 %
- Les principales clientèles étrangères sont : Belgique, Pays-Bas, Allemagne, Royaume Uni, Suisse, comme en 2025.
- La durée moyenne de séjour est à 1,3
- Au national, 2025 aura été marquée par l'évolution des comportements des clientèles d'affaires, qui ont été limitées dans leurs déplacements, avec des entreprises qui font preuve de prudence. Ainsi, les destinations urbaines qui s'en sortent le mieux sont celles qui profitent d'une plus grande mixité de clientèles affaires/loisirs (Source : In Extenso).

### HÉBERGEMENTS LOCATIFS – GÎTES DE FRANCE

Source Gîtes de France de Côte-d'Or

- 152.862 nuitées réservées en Côte-d'Or, soit une baisse de 7,85 % par rapport à 2024.
- 74 % des nuitées sont françaises.
- Top 3 des nationalités étrangères : Belgique, Allemagne, Pays-Bas.

### HÉBERGEMENTS LOCATIFS – AIRBNB

Source Panda, portail Airbnb

- 988.274 nuitées en Côte-d'Or – Durée moyenne de séjour : 2,4 nuits.
- 1335 résidences principales en location sur Airbnb.
- 70 % des nuitées sont françaises.
- Top 3 des nationalités étrangères : Belgique, Pays-Bas, Allemagne.

# HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

Source INSEE – CRT BFC

- Nombre de nuitées totales en Côte-d'Or : 486.306 soit une augmentation de 8,7 %.
- Les nuitées des Français : 235.732 soit 48 % pour une durée moyenne de séjour de 2,8.
- Les nuitées étrangères : 250.574 soit 52 % pour une durée moyenne de séjour de 2 nuits.
- Top 3 des nationalités : Allemagne, Autriche, Belgique.

## NUITÉES TOURISTIQUES

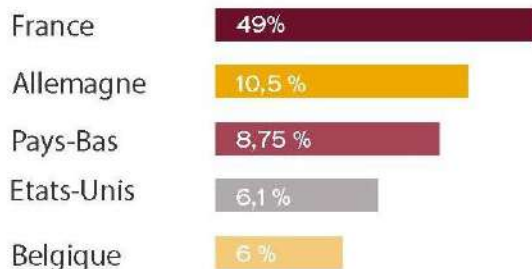
Source Orange Flux Vision

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.

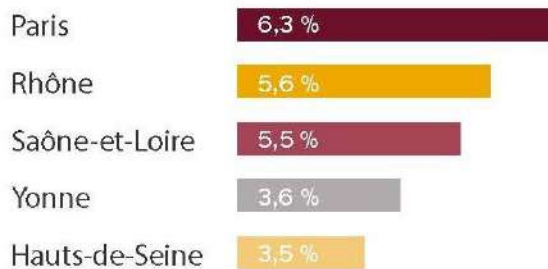
Nuitées 2025	Nuitées Français	% FR	Nuitées Étrangers	% ETR	Nuitées Totales	% / 2024
Janvier	393 539	48%	427 919	52%	821 458	2,7%
Février	419 112	52%	393 832	48%	812 944	0,2%
Mars	444 622	50%	452 272	50%	896 894	-17,4%
Avril	645 056	51%	621 906	49%	1 266 962	8,7%
Mai	699 263	49%	713 538	51%	1 412 801	-7,1%
Juin	622 031	44%	807 327	56%	1 429 358	4,2%
Juillet	756 221	44%	978 652	56%	1 734 873	-6,7%
Août	904 270	49%	937 281	51%	1 841 551	-3,5%
Septembre	692 180	47%	772 640	53%	1 464 820	-13,6%
Octobre	613 956	49 %	634 388	51 %	1 248 344	-3,78 %
Novembre	506 391	54 %	427 046	46 %	933 437	-5,38 %
Décembre	720 525	60 %	471 717	40 %	1 192 242	-0,08 %
<b>Total</b>	<b>7 417 166</b>	<b>49 %</b>	<b>7 648 821</b>	<b>51 %</b>	<b>15 065 987</b>	<b>-4,17 %</b>

- Le nombre de nuitées totales en Côte-d'Or se monte à 15,1 millions. La fréquentation touristique totale est en baisse de 4,17 % par rapport à 2024, année qui était exceptionnelle en termes de fréquentation, qui a notamment bénéficié de l'effet Tour de France et Jeux Olympiques.
- Pratiquement tous les mois de l'année sont en baisse, exception faite principalement d'avril et juin.
- Comme en 2024, la part de la fréquentation étrangère est supérieure à celle de la fréquentation française (51 %).
- La clientèle française est en baisse de -3,09 % ; la clientèle étrangère est en baisse de -5,19 %. Toutes les nationalités du top 10 sont en baisse.
- Après une embellie depuis dix ans en Côte-d'Or, on retrouve cette année la fréquentation de 2022, très bonne année néanmoins.

## TOP 5 NATIONALITÉS



## TOP 5 DÉPARTEMENTS



## SITES & MONUMENTS

Source enquête Côte-d'Or Attractivité

La fréquentation des principaux sites et monuments de Côte-d'Or est en légère hausse de 1,4 %.

- Près de 2.357.000 visiteurs sont entrés dans un site en Côte-d'Or en 2025.
- L'Hôtel-Dieu de Beaune reste le site le plus fréquenté avec 466.041 visiteurs.
- 7 sites (payants ou gratuits) ont une fréquentation supérieure à 100.000 visiteurs.
- L'exposition Dior à Châtillon sur Seine a permis une fréquentation du musée en hausse de plus de 67 % par rapport à 2024.

## VELO & RANDONNÉE PEDESTRE

Source éco-compteurs Département, combe Lavaux, Val Suzon

- La fréquentation des véloroutes
  - Le long de la voie des vignes : tous les éco-compteurs sont à la hausse.
  - Le long du canal de Bourgogne : hormis Velars sur Ouche, la hausse est générale.
  - Le long de la Saône : les comptages sont en légère hausse sur tous les compteurs contrairement à 2025 où ils étaient tous à la baisse.
- La fréquentation des sentiers de randonnée pédestre dans la combe Lavaux et au Val Suzon fait l'objet de plusieurs comptages qui démontrent plutôt une stabilité (peu d'écarts avec 2024).

## DONNEES ECONOMIQUES

Source : ADN Tourisme - 2022

- Retombées économiques totales : 1,3 milliard d'euros (4,9 Md en BFC) soit 27 % de la BFC.
- La Côte-d'Or : 47ème département au national (le 1er en Bourgogne Franche-Comté).
- Nombre d'emplois liés au tourisme : 12.000
- Retombées par habitant : 2417 euros (moyenne BFC = 1754).
- Retombées par emploi touristique : 108.162 euros (moyenne BFC = 118.466).

Source CRT BFC - 2024

- Les investissements touristiques se montent à 91,7 M€ en Côte-d'Or, soit 27,6 % du montant total de la BFC (332 M€ en moyenne annuelle en BFC)
- La Côte-d'Or surperforme en termes d'investissement en hébergement marchand, avec une augmentation de + 33 % depuis 2017-2019. Tous les autres départements sont en baisse sur ce critère.

## EN CONCLUSION

- Malgré un volume de nuitées global à la baisse en 2025, qui s'explique notamment par une très bonne année 2024 (Tour de France et flamme olympique) tous les autres indicateurs sont à la hausse.
- L'hôtellerie et l'hôtellerie de plein air connaissent une hausse de respectivement 5 % et 8 %, les hébergements locatifs sont baisse.
- Les retombées économiques sur le territoire se montent à plus de 1,3 milliards d'euros, ce qui place la Côte-d'Or au 47ème rang national et au 10ème rang des départements hors Paris/Ile de France, littoral ou montagne.
- On note la poursuite d'investissements importants en hôtellerie en particulier, avec des projets ouverts au cours du 1er semestre 2026 ou encore en cours.



# L'équipe de côte-d'Or Attractivité en 2025



**Isabelle COROND-PEINTRE**  
*Directrice*

Tél. 03 80 63 66 90  
i.corondpeintre@lacotedorjadore.com



**Katia BOUILLLOT**  
*Responsable finances  
et ressources humaines*

Tél. 03 80 63 67 88  
k.bouillot@lacotedorjadore.com



**Viviane BRION**  
*Attachée de direction*

Tél. 03 80 63 66 94  
v.brion@lacotedorjadore.com



**Isabelle CASSOTTI**  
*Responsable communication*

Tél. 03 80 63 69 36  
i.cassotti@lacotedorjadore.com



**Karine VANNET**  
*Responsable coordinatrice  
de l'attractivité et des partenariats*

Tél. 03 80 63 31 80  
k.vannet@lacotedorjadore.com



**Albine GUILLAUME**  
*Chargée de Valorisation paysagère*

Tél. 03 80 63 66 92  
a.guillaume@lacotedorjadore.com



**Christophe SAUVAGE**  
*Animateur de l'application BEB /  
gestion de la documentation*

Tél. 03 80 63 66 19  
c.sauvage@lacotedorjadore.com



**Anaïs GAURE**  
*Chargée de projets évènementiels*

Tél. 03 80 63 66 95  
a.gaure@lacotedorjadore.com



**Isabelle MANCEAU**  
*Chargée de développement*

Tél. 03 80 63 64 05  
i.manceau@lacotedorjadore.com



**Caroline HAILLET**  
*Chargée de communication et des filières  
patrimoine et gastronomie*

Tél. 03 80 63 31 78  
c.haillet@lacotedorjadore.com



**Marion SARRE**  
*Chargée de développement  
et filière œnotourisme*

Tél. 03 80 63 64 84  
m.sarre@lacotedorjadore.com



**Claire GUÉREL**  
*Chargée de l'infographie web  
et des statistiques*

Tél. 03 80 63 66 80  
c.guerel@lacotedorjadore.com



**Rozenn KREBEL**  
*Photographe - Chargée de la médiathèque*

Tél. 03 80 63 62 57  
r.krebel@lacotedorjadore.com



**Aymeric FOURNIER**  
*Chargé de la relation  
presse et communication*

Tél. 03 80 63 64 60  
a.fournier@lacotedorjadore.com



**Camille DESCHAMPS**  
*Chargée de mission accueil attractivité*

Tél. 03 80 63 69 49  
c.deschamps@lacotedorjadore.com



**Elisa REBULLIOT**  
*Chargée de développement tourisme  
durable - filière nature*

Tél. 03 80 63 66 93  
e.rebulliot@lacotedorjadore.com



**Marie ANTOINE**  
*Chargée de développement œnotourisme*

Tél. 03 80 63 66 34  
m.antoine@lacotedorjadore.com



**Marie PERRON**  
*Assistante développement*

Tél. 03 80 63 31 72  
m.perron@lacotedorjadore.com



**Manon COLIN**  
*Community manager junior*

Tél. 03 80 63 31 73  
m.colin@lacotedorjadore.com



# Côte-d'Or ATTRACTIVITÉ

Côte-d'Or Attractivité  
CS 13501 - 21035 DIJON Cedex  
03 80 63 69 49 - [contact@lacotedorjadore.com](mailto:contact@lacotedorjadore.com)

---

[www.cotedor-attractivite.com](http://www.cotedor-attractivite.com)  
[www.lacotedorjadore.com](http://www.lacotedorjadore.com)  
[www.vivre-en-cotedor.com](http://www.vivre-en-cotedor.com)

Dépôt légal : Mars 2026 - N°ISSN : 2103 - 9151

