

STRATÉGIE D'ATTRACTIVITÉ CÔTE-D'OR 2024/2028

PLAN D'ACTION PRÉVISIONNEL 2026



Côte-d'Or
ATTRACTIVITÉ

The background image shows a scenic view of a vineyard in the foreground, with a town and a church spire visible in the distance. Two people, a man wearing a hat and a woman, are seen from behind, sitting in the back of a red convertible car. The scene is set during the day with a clear sky.

Le Département de la Côte-d'Or
et Côte-d'Or Attractivité ont défini
la stratégie d'attractivité
pour la Côte-d'Or 2024 – 2028.

**Les actions se sont
poursuivies en 2025.**

Nous sommes en troisième année
de cette stratégie dont le programme
pour l'année 2026 est développé
dans les pages suivantes.

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.

- Poursuivre le travail de **recherche de partenariats** avec les réseaux en Côte-d'Or
- 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 et mutations.
- Proposer des actions spécifiques d'accueil des professions en tension suivantes :
 - **Vétérinaires**
 - **Médecins**
 - Autres professions le cas échéant
- **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, événementiels 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**
- Poursuivre l'accompagnement des **porteurs de projet** notamment touristiques
- En matière de **tourisme d'affaires**, être partenaire des principaux sites d'accueil des congrès et séminaires, dont les congressistes peuvent devenir des prospects nouveaux arrivants
- Favoriser **l'accessibilité** à tous les publics
- Capitaliser sur le **cadre de vie**, la valorisation paysagère et le label Villes et Villages fleuris

Premières actions 2026

conduites par le Conseil départemental et/ou Côte-d'Or Attractivité



Poursuivre les **partenariats** avec les collectivités, les entreprises, les privés et les OTSI

Favoriser l'implantation de **nouveaux investisseurs touristiques** et mettre en relation les porteurs de projets avec des sites, opérateurs ou collectivités demandeurs

Présence sur demande aux événements organisés par le Département ou par les partenaires des **métiers en tension**

Poursuivre la déclinaison des « kits habitants » sur plusieurs territoires de la Côte-d'Or

Continuer les partenariats autour du conseil en valorisation paysagère et formation des agents communaux

Automne : premières **plantations de la rose** Côte-d'Or dans des communes

Accompagner les nouveaux arrivants dans leur changement de vie

- **Rechercher les nouveaux prospects**, à travers les actions de visibilité de la Côte-d'Or, dont par exemple la plateforme 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



Premières actions 2026 conduites par le Conseil départemental et/ou Côte-d'Or Attractivité



Se mobiliser autour des grands projets et des actions fédératrices



Avec l'ouverture de la Cité de la gastronomie et des vins en 2022 et de la Cité des Climats et des vins de Beaune en juin 2023, ainsi que les futurs projets structurants à venir, 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 et les 90 ans de la Route des grands crus de Bourgogne 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.

Premières actions 2026

conduites par le Conseil départemental et/ou Côte-d'Or Attractivité



Mettre en place un **plan de communication concerté** dédié à la Route des Grands Crus de Bourgogne avec la Direction communication du CD et avec les partenaires concernés au sein de la commission tourisme des Climats

Travailler à la diffusion à l'appropriation, de l'identité de la route à travers la charte graphique et le logo auprès des **têtes de réseaux** et des **prestataires touristiques**

Travailler aux premières pistes de **l'évènement des 14 et 15 mai 2027**

Organiser un **voyage de presse national** à l'automne

L'œnotourisme et la gastronomie

- Donner **plus de visibilité aux producteurs**, éleveurs, commerçants, restaurateurs, traiteurs et artisans cote-d'oriens telle est la vocation du **«Savoir-faire 100 % Côte-d'Or»**. Véritable gage de qualité pour les consommateurs, cette marque a été lancée il y a 6 ans et compte plus de 500 agréés
- Capitaliser sur les **cinq routes gourmandes ou œnotouristiques** et les rendre visibles dans les démarches nationales, voire internationales
- Accompagner les démarches structurantes sur le territoire, qui servent les habitants et les visiteurs

Premières actions 2026

conduites par le Conseil départemental et/ou Côte-d'Or Attractivité



Le patrimoine

- Autour du patrimoine bâti, **patri-moine immatériel, patrimoine vivant**, accompagner les actions de réseaux, les événements, les animations et les projets structurants
- Travailler la dimension **tourisme industriel**, qui permet d'allier des sites de visites avec la gastronomie ou les savoir-faire
- Accompagner le développement de nouveaux outils de médiation notamment numériques

Premières actions 2026

conduites par le Conseil départemental et/ou Côte-d'Or Attractivité



La valorisation de la nature



- 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

Premières actions 2026

conduites par le Conseil départemental et/ou Côte-d'Or Attractivité



Appli Balades en Bourgogne : poursuivre les mises à jour d'itinéraires et intégration de nouveaux itinéraires

Nouvelle commission tourisme du **parc national de forêts** et des actions de communication partagées



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

En proximité et plus largement sur le marché français notamment le quart nord-est (Lille, Paris, Strasbourg, Lyon) :

- Développer la **communication** sur le **volet d'attractivité** du territoire ciblé sur les médias économiques mais également grand public et mettre en place des actions de communication digitales efficaces.
- Poursuivre les actions au titre de la **visibilité des atouts touristiques**.
- Capitaliser sur la marque **La Bourgogne** notamment sur les marchés étrangers européens.
- Capitaliser sur la **Côte-d'Or J'Adore** et la marque « **Savoir-Faire 100 % Côte-d'Or** » sur la France
- Travailler **de nouvelles expériences clients** à proposer en Côte-d'Or :
 - des **découvertes autour des 5 sens**
 - un **accueil hyper personnalisé** pour tous les clients mais en visant certaines cibles et en adaptant l'offre
 - des **moments exclusifs** ou d'exceptions qui offrent un réel privilège au client
 - une autre façon de profiter en jouant la carte du **slow tourisme**
- Communiquer davantage sur la **dimension durable de la Côte-d'Or** :
 - Valorisation paysagère pour les touristes et les habitants, **cadre de vie** naturel du département
 - **Lieux plus confidentiels** que les incontournables, petits villages...
 - Anecdotes positives et originales : partager des pépites, des **inspirations des locaux**



Premières actions 2026

conduites par le Conseil départemental et/ou Côte-d'Or Attractivité

Déployer un **plan de communication calibré** pour faire rayonner la Côte-d'Or notamment auprès des cibles régionales et limitrophes et en numérique

Déployer de **nouveaux partenariats de visibilité** notamment sur les aires d'autoroutes APRR :

- Travail préalable sur l'aire de **Gevrey Chambertin ouest et Chien Blanc à Eguilly**

- Programme d'animations élargi en lien avec les OTSI

Participer en janvier au workshop **Partir en France** avec un objectif qualitatif

Nouveau dossier de presse numérique

Montée en puissance de tous les réseaux sociaux

Emissions Autoroute Info en mai et octobre

Voyage de presse Route des Grands Crus de Bourgogne les 14 et 15 octobre

Tour de France féminin le 4 août : étape contre la montre entre Gevrey Chambertin et Dijon



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 1ère 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 1,5 millions d'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 15 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 - www.lacotedorjadore.com - www.vivre-en-cotedor.com



Côte-d'Or
ATTRACTIVITÉ

Côte-d'Or Attractivité
CS 13501 21035 DIJON Cedex
03 80 63 69 49 - contact@lacotedorjadore.com

www.cotedor-attractivite.com
www.lacotedorjadore.com
www.vivre-en-cotedor.com

