

PLAN D'ACTION 2023



©Michel Baudoin



Côte-d'Or
ATTRACTIVITÉ

ORIENTATIONS 2023



Territoire d'excellence, et particulièrement autour des thèmes de la nature, du patrimoine, de l'œnotourisme et de la gastronomie, la Côte-d'Or est un concentré de France. Si les territoires ruraux représentent 75% de la superficie de notre département, qui est l'un des plus grands de France, la Côte-d'Or est une terre rassurante et accueillante et, en termes de destination, le leader de la Bourgogne. Partant du principe « qu'un jour » peut devenir « toujours » dans l'esprit des consommateurs, la Côte-d'Or dispose de la majorité des atouts attendus par les foyers en quête de changement.

C'est ainsi qu'est née le 16 mai 2022, Côte-d'Or Attractivité afin 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.

En 2023, pour la première année entière en tant qu'agence d'attractivité, le déploiement du «Manifeste pour un tourisme 100 % durable en Côte-d'Or» se poursuivra. Les actions engagées en 2022 autour du tourisme et de l'attractivité prendront plus d'ampleur en 2023.

Ainsi, autour des six axes stratégiques, en voici les principales :

1/Côte-d'Or durable

Le dispositif ADEME existant est pérennisé pour 2023-2024 et élargi à d'autres domaines d'intervention du tourisme, en profitant de l'expertise acquise.

Les labellisations Tourisme & Handicap pour la Côte-d'Or sont reprises. En vue de l'accueil des Jeux Olympiques 2024, il est pertinent que l'on s'assure que les prestataires déjà engagés dans une démarche d'accessibilité ou dans la marque soient bien titulaires de celle-ci au moment des Jeux Olympiques et Paralympiques.

2/Côte-d'Or, un cadre de vie de qualité, des partenariats avec les territoires, un accueil par un guichet unique

Le développement d'un éco-système le plus performant possible, concrétisé par des partenariats auprès d'organismes en lien avec l'attractivité permet progressivement de délivrer un accueil très personnalisé pour chacun des nouveaux arrivants.

Le site portail www.vivre-en-cotedor.com est enrichi en continu. Les outils existants seront complétés le cas échéant par des supports complémentaires, notamment à l'échelle des territoires.

L'évènement d'accueil des nouveaux arrivants, en partenariat avec le Conseil départemental sera reconduit à l'automne. L'accueil de prospects est à l'étude.

Enfin, en matière de valorisation paysagère, le travail de terrain sera poursuivi aux côtés des communes autour du cadre de vie.

3/Côte-d'Or, nature à haute qualité environnementale

La carte « A vélo en Côte-d'Or » sera entièrement revue et enrichie de nouveaux contenus, dont la portion de la voie verte entre Ouges et Saint-Usage du canal de Bourgogne qui ouvre en mai. Les labellisations Accueil Vélo sont poursuivies. L'agence sera présente au salon Destination Nature à Paris du 16 au 19 mars en partenariat avec le Comité Régional du Tourisme et Destination Bourgogne le Club.

La Côte-d'Or coordonne l'évènement national « Mai à vélo », le long de la Saône et de ses canaux, en partenariat avec Destination 70 et Jura Tourisme ainsi que les offices de tourisme se trouvant à proximité de la Voie Bleue.

La nouvelle version de l'application Balades en Bourgogne, pour répondre aux évolutions de la technologie et aux attentes des utilisateurs, est prévue début mai.

Enfin, le partenariat avec Google est à l'étude pour capter les images à 360° de la voie verte du canal de Bourgogne (vélo et bateau) au mois de mai.

4/Côte-d'Or, terre d'Histoire et de patrimoine

Nous poursuivons les actions avec les sites et monuments d'ÉpiquesÉpoques. Parallèlement, nous nous rapprochons des autres principaux sites et monuments pour travailler au plus près avec eux à une meilleure visibilité de leur programme culturel.

5/Côte-d'Or, terre de goûts et de savoir-faire

Concernant la gastronomie, Côte-d'Or Attractivité relaie et contribue au déploiement de la marque « Savoir-Faire 100 % Côte-d'Or – le Département ».

Concernant l'œnotourisme et les Climats du vignoble de Bourgogne, un travail important est engagé autour de la destination « Route des grands crus Dijon - Beaune », en partenariat avec l'association des Climats du Vignoble de Bourgogne, Atout France, le CRT Bourgogne-Franche-Comté, le BIVB, les trois offices concernés et le pays Beaunois. L'objectif principal est de faire rayonner cette destination à l'international et de 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.

En parallèle, nous travaillons avec les services du Conseil départemental, le CAUE et les Climats, sur les aménagements paysagers le long de la route.

Les actions autour du label Vignobles & Découvertes sur les deux destinations Côte-d'oriennes seront amplifiées.

6/Côte-d'Or, en termes de visibilité

Une ambitieuse campagne de communication au printemps sur les médias nationaux (TV, radios, affichage digital, presse magazine, presse économique...) et sur les réseaux sociaux est prévue 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 sera reconduite.

Le développement de la filière événementielle devient un axe fort avec l'organisation ou la participation à des événements, avec le Conseil départemental ou des partenaires. L'agence est également présente sur des forums liés au changement de vie.

Concernant le site grand public, www.lacotedorjadore.com, notre principal objectif en 2023 est de générer plus de trafic. Pour cela un gros effort sur le référencement est en cours.

La nouvelle médiathèque sera opérationnelle en avril.

Enfin, la réflexion autour de la stratégie 2024 -2028, alliant une ambition de tourisme durable et la démarche d'attractivité de la Côte-d'Or est engagée avec le Conseil départemental, en vue d'une proposition en fin d'année 2023.

Je vous souhaite une belle saison touristique !

La Présidente,



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

SOMMAIRE

La Côte-d'Or un territoire 100 % durable

Une intelligence collective

Stratégie tourisme et attractivité	1
Le développement durable au service du tourisme	2
Accompagnement et assistance des acteurs publics et privés	3
Locations de vacances	4
Collectif tourisme La Bourgogne	5
Décibelles data	6
Veille, observatoire et études	7

Une nature haute qualité environnementale

Activités nature hors vélo	8
Cyclotourisme	9
Parc national de forêts, Parc naturel régional du Morvan	10
Valorisation paysagère	11

Un patrimoine d'exception

MuséoParc Alésia	12
Mise en réseau autour du MuséoParc Alésia #EpiquesEpoques	13
Accompagnement des sites et monuments	14

Des savoir-faire 100% Côte-d'Or

Stratégie et structuration de l'offre oenotouristique	15
Route des Grands crus et Climats du vignoble de Bourgogne – Patrimoine mondial UNESCO	16
Gastronomie et produits du terroir – marque Savoir Faire 100% Côte-d'Or	17
Excellence artisanale – marque Savoir Faire 100% Côte-d'Or	18

La Côte-d'Or une destination 100% désirable

Stratégie de communication tourisme et attractivité	19 -20
---	--------

Production de contenus, ressources éditoriales, iconographiques, audios et vidéos	21
---	----

Opérations promotionnelles et évènementielles	22 - 23
---	---------

Relations avec la presse

Partenariats avec la presse, les radios locales, régionales et limitrophes	24
Relations presse au national	25

Communication print

Outils édités par Côte-d'Or Attractivité	26
--	----

Communication digitale

Application mobile Balades en Bourgogne	27
Site internet grand public www.lacotedorjadore.com	28
Réseaux sociaux et newsletters	29

Des fonctions supports en amélioration 100% continue

Vie statutaire	30
Ressources humaines et financières	31

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



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.

Une intelligence collective

STRATEGIE TOURISME ET ATTRACTIVITE

CIBLES

Partenaires et prestataires
Conseil départemental

- ✓ 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
- ✓ 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 éco-systèmes liés au tourisme et à l'attractivité
- ✓ Développement du guichet unique afin de valoriser les services existant 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
 - Création d'une mini web série de témoignages de nouveaux habitants (diffusables sur tous les supports digitaux)
 - Diffusion du carnet « nouveaux arrivants » créé en 2022
 - Kit nouveaux arrivants
 - 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 et www.vivre-en-cotedor.com
 - Etude de partenariats de communication spécialisés attractivité
 - Participation à des salons dédiés au changement de vie
 - 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)
- ✓ 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
- ✓ Travail sur la stratégie 2024 – 2028 avec les services du CD

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
- ✓ Participation aux comités régionaux de suivi du Fonds Tourisme Durable avec l'ADEME Bourgogne-Franche-Comté et les autres partenaires sur la région
- ✓ 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. Communication plus large notamment au niveau de la presse et en termes de bilan en fin d'année 2023 sur les bénéficiaires du Fonds accompagnés depuis 2021
- ✓ Assistance globale aux professionnels ayant des projets s'inscrivant dans une démarche durable. Développement notamment de l'accompagnement des sites et lieux de visite dans leur transition écologique et également des collectivités dans leurs stratégies et projets de tourisme durable.
- ✓ Organisation d'Infos Flash, sous forme de visioconférence, liés au tourisme durable à destination des professionnels.
- ✓ Organisation de journée(s) d'échange sur la thématique du tourisme durable en présentiel avec différents intervenants et ateliers : une journée est programmée le 28 mars au Château d'Arcelot, une seconde sera organisée en novembre 2023
- ✓ 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
- ✓ Etude de la participation au village Zéro déchet, organisé par le CD
- ✓ Etude de la création/mise à disposition d'outils de communication à destination des hébergeurs touristiques afin qu'ils puissent sensibiliser leurs hôtes sur les éco-gestes
- ✓ Etude de la création d'une charte du voyageur en Côte-d'Or autour des différentes filières du territoire pour sensibiliser au respect des habitants et de l'environnement
- ✓ 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 avec le suivi et l'audit des sites en attente de renouvellement dans un premier temps, puis communiquer sur la marque pour labelliser de nouveaux sites



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 des projets d'investissement en matière de méthodologie, connaissance des clientèles, législation, classement, labellisation
- ✓ Réalisation de schémas locaux de développement touristique
- ✓ 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
- ✓ Organisation des Rencontres des offices de tourisme et EPCI et de la bourse d'échange de documentation le 6 avril 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). Mutualisation des outils communs entre Agences de développement touristique/attractivité et Bourgogne Franche-Comté Tourisme
- ✓ Rencontres régulières des prestataires sur le territoire
- ✓ Poursuite des Infos Flash sous forme de visio autour de thématiques spécifiques
- ✓ 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
- ✓ Développement et animation du site internet à destination des professionnels et des partenaires <https://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 et outils en ligne : page Facebook pro/Twitter/LinkedIn
- ✓ Envoi d'une newsletter régulière à destination de l'ensemble des professionnels présents dans la base de données

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable

©Gites de France



Une intelligence collective

LOCATIONS DE VACANCES

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

CIBLES

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

- ✓ Assistance aux propriétaires et aux porteurs de projets
- ✓ Classement des meublés volontaires
- ✓ Sensibilisation des meublés de tourisme au classement et renouvellement des classements
- ✓ Déploiement de Chambres d'hôtes Référence et lien avec Accueil Vélo et Vignobles & Découvertes
- ✓ Travail avec le CAUE et le cas échéant d'autres partenaires autour des hébergements et du tourisme durable
- ✓ Promotion dans les newsletters de Côte-d'Or Attractivité et les supports de communication web

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
- ✓ Mutualisation des outils communs entre ADT et BFCT
- ✓ Poursuite de la mise en œuvre du plan marketing partagé et notamment les chantiers suivants :
 - 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 (ex Designed by Bourgogne) sur le marché France
 - Reconduction de l'opération #l'automnecestlabourgogne
- ✓ Contribution aux travaux collectifs liés à l'oenotourisme, au patrimoine et 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

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 CD

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 événements
- ✓ Etude des flux en temps réel en Côte-d'Or avec Orange
- ✓ 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

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
- ✓ Intégration le cas échéant des formations, journées ou groupes de travail pouvant intéresser la Côte-d'Or : actuellement membre du groupe national « Club ingénierie »
- ✓ 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

PDESI/CDESI

- ✓ Développement des 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

- ✓ Travail de refonte du topoguide La Côte-d'Or à pied avec le CDRP 21 pour une réédition en 2024
- ✓ Participation au salon Destination Nature à Paris en mars (avec le collectif itinérance) et au Salon du Randonneur à Lyon en mars

Autres actions autour de la filière nature

- ✓ Réflexion sur l'accueil des camping-cars
- ✓ Participation aux réunions concernant la Route Européenne d'Artagnan
- ✓ 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

- ✓ Accompagnement du Conseil départemental, des porteurs de projets privés et publics, sur les aménagements et les projets relatifs à la clientèle vélo
- ✓ 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
- ✓ Déploiement de la marque Accueil Vélo et renouvellement des labellisés dont la marque a expiré ou va expirer. Ouverture de la marque Accueil Vélo sur de nouveaux itinéraires comme la voie verte du Canal de Bourgogne Sud
- ✓ Structuration et communication autour de la V50 – La Voie Bleue, Moselle-Saône à vélo
- ✓ Structuration des services et des offres autour des véloroutes et voies vertes
- ✓ Organisation d'une journée pour les professionnels du territoire se situant proche d'une véloroute et/ ou d'une voie verte
- ✓ Réalisation d'un état des lieux des équipements et services le long des itinéraires vélos
- ✓ 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

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
 - 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



© Rozenh Krebel

Une nature haute qualité environnementale

**PARC NATIONAL DE FORETS
PARC NATUREL REGIONAL DU MORVAN**

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.

CIBLES

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

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
- ✓ Travail sur les sports et loisirs de nature
- ✓ Partenariat ou intégration de groupes de travail sur la filière événementielle

Parc naturel régional du Morvan

- ✓ Accompagnement du Parc naturel régional du Morvan sur le volet touristique
- ✓ Travail sur les sports et loisirs de nature
- ✓ Partenariat ou intégration de groupes de travail sur la filière événementielle

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 PAYSAGÈRE

CIBLES

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

Objectifs 2023 :

- Conforter encore la position de leader de Côte-d'Or Attractivité pour devenir l'interlocuteur incontournable (tant au niveau local que national) dans le domaine de la valorisation paysagère
- Faire prendre conscience que la valorisation paysagère peut être une des solutions aux préoccupations actuelles
- Faire du Club de la VP un réseau encore plus actif et intensifier les interactions
- ✓ 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 pour l'étude qui vise à l'amélioration du traitement paysager de la Route des grands crus et de la zone des climats
- ✓ 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
- ✓ 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). Trois sessions : en juin et septembre
- ✓ 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
- ✓ Tournées départementales de valorisation paysagère sur la première quinzaine de juillet
- ✓ Tournées du jury conjoint Département/Région du 25 au 28/07
- ✓ Concours des petits jardiniers de Côte-d'Or sur le thème « Autour des céréales »
- ✓ Remise des Trophées départementaux de la valorisation paysagère en décembre

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



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

Un patrimoine d'exception

MUSEOPARC ALESIA

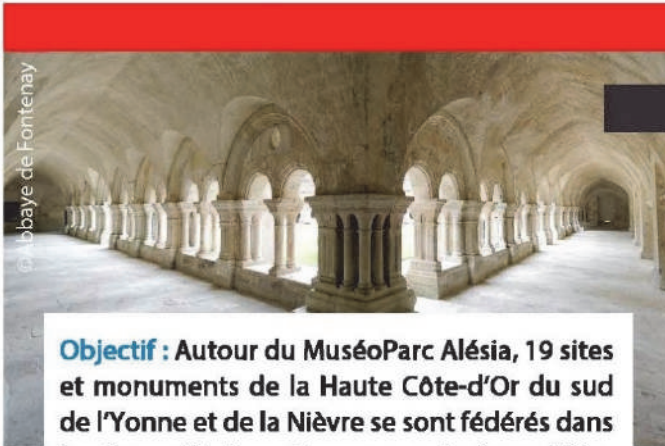
CIBLES

SPL Muséoparc Alésia
Prestataires touristiques
Porteurs de projets
Visiteurs

- ✓ Mise en valeur du Muséoparc Alésia et de sa scénographie. Un espace d'exposition permanente totalement renouvelé en 2021 avec des dispositifs multimédias, des pièces archéologiques et un escape game sur le site des vestiges
- ✓ Contribution aux actions de structuration : travail de mise en réseau, accompagnement des opérations mutualisées, labellisation le cas échéant
- ✓ Renouvellement des partenariats avec les médias locaux, mise en avant dans les supports de communication de COA, accueil influenceurs « famille »
- ✓ Travail sur les futures boucles pédestres
- ✓ Réflexion sur pour créer une nouvelle stratégie de destination organisée autour du Muséoparc Alésia
- ✓ Accompagnement et relais des informations du Muséoparc Alésia (*voir chapitre La Côte-d'Or une destination 100% désirable*)

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Objectif : Autour du MuséoParc Alésia, 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.

Un patrimoine d'exception

MISE EN RESEAU - #EPIQUESEPOQUES

#ÉPIQUESÉPOQUES
EN BOURGOGNE

CIBLES

Professionnels des membres du réseau
Visiteurs (meilleure lisibilité de l'offre)

- ✓ 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
- ✓ Etude de tout partenariat pouvant servir le réseau #EpiquesEpoques
- ✓ Accompagnement les sites et monuments en matière de structuration et de communication
- ✓ Etude du renouvellement des panneaux (cartes) situés à l'entrée des sites du réseau
- ✓ Mise en avant d'un événement emblématique pour chaque site du réseau dans l'année avec une programmation du réseau sur la saison estivale
- ✓ Newsletter spéciale #EpiquesEpoques au printemps
- ✓ 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 au mois de juin
- ✓ Création de vidéos à 360° visionnable sur des casques de réalité virtuelle pour 2 des sites (MuséoParc Alésia et Abbaye de Fontenay)
- ✓ 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
- ✓ Exposition itinérante de photos sur la Côte-d'Or dans les sites et monuments du territoire
- ✓ En lien avec le Conseil Départemental, réalisation de film 3D au MuséoParc Alésia, à l'Abbaye de Fontenay et aux Hospices de Beaune
- ✓ Actions de communication dédiées (*voir chapitre La Côte-d'Or une destination 100% désirable*)

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 OENOTOURLSTIQUE

CIBLES

Professionnels de la filière vin et tourisme
Visiteurs

Label Vignobles & Découvertes

- ✓ Signature de la convention partenariale de la destination Vignobles & Découvertes Route des grands crus de Bourgogne Dijon - Beaune
- ✓ Reprise du label pour la destination Vignobles & Découvertes Route du Crémant de Bourgogne et signature de la convention partenariale
- ✓ Structuration du réseau, accompagnement des labellisés et labellisation de nouveaux adhérents
- ✓ Soirées de rencontres et d'échanges pour les bénéficiaires de la marque (une pour chaque destination)
- ✓ Eductour et ateliers thématiques pour les bénéficiaires de la marque
- ✓ Actions avec la Fédération nationale Vignobles & Découvertes : plan d'actions en cours d'élaboration, membre de la commission technique « Evolution du label », participation aux rencontres de la Fédération (séminaire, webinaires, ..) et au Fascinant week-end et accompagnement des prestataires pour l'élaboration d'offres et d'expériences avec les partenaires

Cité des vins de Beaune : ouverture prévue en juin 2023

- ✓ 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 à l'étude sur le positionnement marketing des destinations Vignobles & Découvertes : ateliers workshop sur les deux destinations
- ✓ Suivi et contribution au schéma régional œnotourisme
- ✓ 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
- ✓ 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
- ✓ Travail, en collaboration avec le Conseil Départemental, sur une étude d'aménagement paysager le long de la Route des grands crus et de la Voie des Vignes
- ✓ 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

Climats du vignoble de Bourgogne

- ✓ Aux côtés du Conseil départemental, contribution à la nouvelle convention multi-partenariale 2022 – 2026
- ✓ Participation aux conférences territoriales, commissions techniques permanentes, aux conférences territoriales et aux travaux menés par d'autres commissions (mobilité) pour les Climats
- ✓ Etude de tous les projets et travaux concourant à la visibilité de l'inscription au Patrimoine mondial
- ✓ Animation de la commission tourisme et communication
- ✓ 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 et animation du réseau
- ✓ Réalisation d'outils de communication (*voir chapitre La Côte-d'Or une destination 100% désirable*)

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



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.

Des savoir-faire 100% Côte-d'Or

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

CIBLES

Prestataires et réseaux locaux



Marque Savoir-Faire 100% Côte-d'Or

- ✓ Participation aux comités d'agrément de la marque
- ✓ 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
- ✓ Etude d'opérations conjointes, comme la visibilité autour du Salon International de l'Agriculture ou sur des événements en Côte-d'Or et hors Côte-d'Or
- ✓ Communication régulière autour des chefs et restaurants dans les supports en partenariat
- ✓ Présence sur le stand du Conseil départemental lors de la Foire internationale gastronomique de Dijon en novembre

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
- ✓ Poursuite de la valorisation de la Route de la truffe de Bourgogne

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
- ✓ 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
- ✓ En réflexion, organisation en partenariat entre Côte-d'Or Attractivité, la Chambre des métiers et de l'artisanat et le Conseil Départemental d'une journée, au MuséoParc Alésia, à destination des bénéficiaires de la marque « Excellence artisanale »
- ✓ Participation de Côte-d'Or Attractivité aux Journées des métiers d'arts, du 1^{er} au 2 avril, 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.

Plan marketing 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 et le grand quart Nord-Est de la France, campagne de sponsoring météo tv et attractivité », web série témoignages nouveaux arrivants. Travail spécifique en matière de SEO et SMO (sponsoration 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, salon du vélo, foire gastronomique, salon des seniors, au national, salon du randonneur, salon mondial du tourisme
- ⇒ *Production de contenus*, ressources éditoriales et iconographiques, audios et vidéos : campagne de photos et créations vidéo, prises de vues 360° de certains sites emblématiques pour diffusion dans casques VR et sites internet (Hospices de Beaune, Abbaye de Fontenay, Muséoparc)

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 efficiente 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
- ✓ Présence sur la plateforme Paris Je te quitte avec une communication ciblée et régulière
- ✓ Campagnes de communication sur les médias nationaux et réseaux sociaux sur notamment les magazines Capital, L'Obs, 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 » créé en 2022
- ✓ Événementiels pour les nouveaux arrivants (prospects et habitants)

Cible Pros du tourisme, Presse et prestataires du territoire

- ⇒ Assistances, éductours, 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

Plan marketing partagé

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 sera 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...).

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)
 - vidéo (drone) et photos
 - 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
- ✓ Accueil de blogueurs et d'influenceurs légitimes sur le thème nature, patrimoine et oenotourisme

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
 - 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
 - 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
- ✓ Travail sur les JO 2024 (passage de la flamme olympique, assistance concernant les Centre de Préparation des Jeux, en partenariat avec le Conseil départemental) : participation aux côtés du CD aux trois journées « Terre de jeux 2024 » à Is/Tille, Chevigny-St-Sauveur et Montbard, en fournissant du matériel ou en animant un stand

Evènements grand public

Nature

- ✓ Destination Nature et le Salon Mondial du Tourisme en mars (en partenariat avec le collectif Bourgogne)
- ✓ Salon du Randonneur en mars : visite afin d'alimenter la réflexion sur un éventuel espace Côte-d'Or dès 2024
- ✓ Salon du Vélo (en partenariat avec le Conseil départemental)
- ✓ Promotion de 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, co-financement de deux soirées « Cinécyclo » à Seurre et à Pontailler-sur-Saône

Patrimoine

- ✓ Promotion des événements nationaux existants pour le déploiement de l'offre événementielle partout en Côte-d'Or : C'est mon patrimoine !, Journées européennes des métiers d'art, Nuit des Musées, Journées européennes de l'archéologie, Journées européennes du Patrimoine...
- ✓ Etude d'un ou plusieurs temps forts pour le réseau « Epiques Epoques » dans les Jardins du Département

Oenotourisme

- ✓ Promotion des événements Mois des Climats en juin – juillet 2023 et Fascinant week-end en automne 2023 pour le déploiement de l'offre événementielle sur la Route des grands crus de Bourgogne

Gastronomie

- ✓ 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
- ✓ 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)

Autres

- ✓ Salon des Seniors les 27 et 28 avril 2023 (en partenariat avec le Conseil départemental)
- ✓ Evènement d'accueil des nouveaux arrivants en Côte-d'Or (en partenariat avec le Conseil départemental)

Evènements socio-professionnels

Nature

- ✓ Rendez-vous de la valorisation paysagère plusieurs fois par an
- ✓ Trophées de la valorisation paysagère de Côte-d'Or en décembre
- ✓ Journées ateliers du Tourisme Durable plusieurs fois par an

Evènements vers les professionnels du voyage

- ✓ Organisation d'un workshop à la Tour Eiffel avec Destination Bourgogne le 3 octobre 2023 : thème généraliste (en partenariat avec Destination Bourgogne)
- ✓ Selon opportunités, accueils de professionnels du voyage ou organisation d'éductours

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 »,
- ✓ Suppléments numériques thématiques
- ✓ Rédaction de pages visant à faire découvrir la Côte-d'Or aux lecteurs, publiées en été

France Bleu Bourgogne

- ✓ Émission « Talents d'ici » pendant les vacances : une commune par jour avec un office de tourisme
- ✓ En septembre, diffusion le samedi et le dimanche d'une chronique Balades en Bourgogne

Autoroute Info

- ✓ Spots promotionnels, mise à jour d'émissions de découvertes sur la Côte-d'Or et diffusion toute l'année
- ✓ Montage de journées spéciales autour de thématiques

Autres médias locaux

- ✓ Partenariat spots, émissions agenda et jeux-concours sur K6fm d'avril à septembre
- ✓ Chroniques hebdomadaires le mercredi sur RCF en Bourgogne
- ✓ 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...
- ✓ Jeux-concours et spots promotionnels toute l'année et sur des périodes ciblées avec les radios locales et limitrophes : France bleu Bourgogne/Belfort-Montbéliard/Besançon, K6fm, Chérie FM Saône et Loire/Belfort-Montbéliard/Metz/Troyes, Europe 2 Lyon, Nostalgie Dijon/Strasbourg/Alsace/Lorraine, RFM Bourgogne/Lyon

Insertions publicitaires et publiereportages

- ✓ 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

LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Relations avec la presse

RELATIONS PRESSE AU NATIONAL

CIBLES

Journalistes, blogueurs

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.

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

Dossier de presse

- ✓ Réalisation du dossier de presse présentant les nouveautés selon des angles tendances.
- ✓ 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

Communiqués de presse à la presse locale

- ✓ Envoi régulier de communiqué de presse en fonction de l'actualité 2023

Partir en France - IMM - rencontres presse

- ✓ Participation au workshop presse ADN Tourisme « Partir en France » les 16 et 17/01 à Paris
- ✓ Traitement des assistances post-salon : fourniture d'informations aux journalistes en fonction de la demande
- ✓ Participation à IMM

Assistances, rencontres, accueils et veille presse

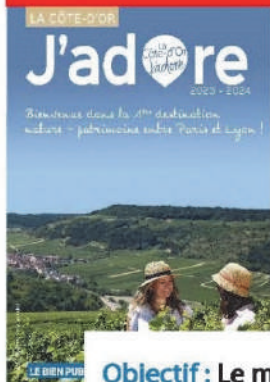
- ✓ Traitement des assistances presse : fourniture d'informations aux journalistes en fonction de la demande
- ✓ Organisation d'accueils de presse (programme, réservations, ...)
- ✓ Médiathèque : prêts de visuels libres de droit et gestion des contrats de prêts
- ✓ Revue de presse : suivi des retombées de presse post-assistances et post-accueil
- ✓ Relation avec les prestataires : demande d'informations sur les différentes actions médiatiques relatives à leurs activités
- ✓ Envoi de communiqués de presse à des fichiers ciblés pour la presse nationale
- ✓ Assistances, accueils de presse et médias spécialisés attractivité

Insertions publicitaires et publiereportages

- ✓ 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 en avril 2023 avec le Bien Public
- ✓ Tirage prévisionnel 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 française en avril (tirage à 70 000 exemplaires)
- ✓ Refonte de la carte vélo et réédition en avril (tirage à 20 000 exemplaires)

Autres éditions

- ✓ Diffusion ciblée des collections de posters « nature » et « patrimoine »
- ✓ Kit à destination des nouveaux arrivants en Côte-d'Or (adaptation des supports)
- ✓ Adaptation de nouvelles cartographies sur les thèmes phares de la Côte-d'Or

Gestion de la documentation et bourse d'échange

- ✓ Diffusion de ces outils lors de la bourse d'échange prévue le 6 avril 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)

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
- ✓ Réflexion et mise en place de nouvelles balades, à la demande des prestataires et collectivités :
 - Balade OT Beaune
 - Intégration des nouveaux sentiers enregistrés au PDIPR
 - Intégration de balades VTT inscrites au PDESI
- ✓ 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

LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Communication digitale

SITE INTERNET GRAND PUBLIC
www.lacotedorjadore.com

CIBLES

Visiteurs, habitants
Prestataires locaux

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.

- ✓ Fabrication 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
- ✓ Poursuite du travail de fond sur la stratégie web et le référencement naturel (SEO) afin d'augmenter le trafic sur le site
- ✓ 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

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 :

- ✓ 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 de podcasts autour du patrimoine (sources de l'application Balades en Bourgogne)
- ✓ Développement de la stratégie d'accroissement de nos communautés sur tous les réseaux et du travail sur les taux d'engagement

Réseaux sociaux à destination des acteurs locaux et professionnels

- ✓ Sur Facebook pro, Twitter et 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
- ✓ Réflexion autour de la pérennité de l'événement digital CM Day pour fédérer les acteurs professionnels du digital dans les secteurs de la culture et du tourisme en France

Newsletters

- ✓ Diffusion de newsletters plus ciblées sur 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

Diffusion

- ✓ Newsletter grand public, elle est diffusée à plus de 93 000 contacts sur toute la France avec une proportion importante d'Urbains
- ✓ Newsletter destinée aux habitants du territoire, elle est diffusée à plus de 18 500 contacts actifs sur la Bourgogne

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 réunions statutaires (assemblées générales et Conseils d'administration)
- ✓ Réalisation du bilan d'activité 2022 et du plan d'action 2023
- ✓ 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

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
- ✓ Suivi des moyens généraux

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

Gestion du personnel

- ✓ Accueil de stagiaires
- ✓ 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 en juin
- ✓ 2 Recrutements : d'un community manager junior en CDD d'un an et du remplacement d'une collaboratrice en retraite progressive à partir du 1^{er} avril 2023
- ✓ Reconduction des modalités du télétravail

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION



Marie-Claire
Bonnet-Vallet
Présidente
Vice-présidente du Conseil
départemental, conseillère
départementale
du canton d'Auxonne



Patrick Jacquier
Vice-Président
Président général de l'Union
des Métiers et des Industries
de l'Hôtellerie de Côte-d'Or



Sylvain Boulangeot
Vice-Président
Président de l'Office
de tourisme du Châtillonnais



David Plet
Vice-Président
Président de la Fédération
Côte-d'Or de l'Hôtellerie de
Plein Air



Catherine Louis
Secrétaire générale
Conseillère
départementale du canton
d'Is-sur-Tille



Philippe Léger
Secrétaire général adjoint
Président du Relais
des Gîtes de Côte-d'Or



Jean-Michel Tissot
Trésorier
Président de Destination
Bourgogne



Pascal Mure
Trésorier adjoint
Président de Bienvenue
à la ferme



Arnaud Postansque
Membre du Bureau
Représentant de l'Association
départementale
des Vieilles Maisons Françaises



François Sauvadet
Membre du Bureau
Ancien Ministre
Président du Conseil
départemental



Denis Thomas
Membre du Bureau
Conseiller départemental
du canton de Ladoix-Serrigny



Clémentine Barbier
Conseillère départementale
du canton de Dijon I



Pierre Bolze
Conseiller départemental
du canton de Beaune



Laurent Bourdereau
Directeur Général
de la SPL MuséoParc Alésia



Anne Caillaud
Présidente de l'office
de Beaune & pays Beaunois



Martial Mathiron
Conseiller
départemental
du canton de Genlis



Jean-Paul Maurice
Président de l'office
de tourisme
de Pouilly-Bligny



Laurence Porte
Conseillère
départementale
du canton de Montbard



Marc-Antoine Schivardi
Président délégué
de la structure
multi-départementale
Logis de Bourgogne



Céline Vialet
Conseillère
départementale
du canton de Talant



Viviane Vuillermot
Conseillère départementale
du canton de Chevigny-
Saint-Sauveur



ISABELLE COROND-PEINTRE
Directrice
Tél. 03 80 63 66 90
i.corondpeintre@lacotedorjadore.com



KATIA BOUILLOT
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



ELODIE JACOPIN
Chargée communication/presse
Tél. 03 80 63 31 79
e.jacopin@lacotedorjadore.com



ALBINE GUILLAUME
Chargée de Valorisation paysagère
Tél. 03 80 63 66 92
a.guillaume@lacotedorjadore.com



CHRISTOPHE SAUVAGE
Assistant communication
Tél. 03 80 63 69 49
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 31 72
i.manceau@lacotedorjadore.com



CAROLINE HAILLET
Chargée de communication
Tél. 03 80 63 31 78
c.haillet@lacotedorjadore.com



KARINE VANNET
Responsable coordinatrice de l'attractivité et des partenariats
Tél. 03 80 63 31 80
k.vannet@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 - Infographiste
Tél. 03 80 63 62 57
r.krebel@lacotedorjadore.com



AYMERIC FOURNIER
Chargé de communication
Tél. 03 80 63 64 60
a.fournier@lacotedorjadore.com



MARION SARRÉ
Chargée de développement
Tél. 03 80 63 64 84
m.sarre@lacotedorjadore.com



ELISA REBULLIOT
Chargée de développement tourisme durable
Tél. 03 80 63 66 93
e.rebulliot@lacotedorjadore.com



JULIETTE RIPART
Chargée de développement nature
Tél. 03 80 63 31 75
j.ripart@lacotedorjadore.com



MARIE ANTOINE
Chargée de développement oenotourisme
Tél. 03 80 63 66 34
m.antoine@lacotedorjadore.com



CAMILLE DESCHAMPS
Animatrice de l'accueil des nouveaux arrivants
Tél. 03 80 63 66 19
c.deschamps@lacotedorjadore.com



MANON COLIN
Community manager junior
Tél. 03 80 63 31 73
m.colin@lacotedorjadore.com



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>
https://twitter.com/CO_Attractivite

BALADES EN BOURGOGNE

Téléchargement gratuit sur l'App Store et Google Play

COMMUNICATION PROFESSIONNELLE

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

Directrice de la publication : Marie-Claire BONNET-VALLET – Présidente de Côte-d'Or Attractivité
Dépôt légal : Avril 2023 – N°ISSN : 2260-376X