

# PLAN D'ACTION



2021

**Destination Côte-d'Or,  
une terre 100 % désirable, 100 % durable !**

Assemblée générale du 12 mai 2021 | Côte-d'Or Tourisme



Côte  
d'Or  
TOURISME



## Orientations 2021

Dans le contexte sanitaire lié à la COVID-19 où le secteur du tourisme est particulièrement impacté, je tiens tout d'abord à réaffirmer les valeurs d'écoute et de proximité de l'Agence de Développement Touristique au service de l'écosystème touristique départemental. Depuis un an maintenant, l'équipe alterne entre travail en présentiel et télétravail dans la lignée des annonces gouvernementales et des procédures du Conseil départemental et reste très active.

Nos actions sont guidées par le « Manifeste pour un tourisme 100 % durable en Côte-d'Or » adopté en juin 2020. Cette stratégie, qui se fonde sur les préceptes du développement durable, se structure autour des 4 axes suivants :

- une intelligence collective et collaborative
- une nature à haute qualité environnementale
- un patrimoine d'exception
- des savoir-faire 100 % Côte-d'Or

J'ai le plaisir de vous présenter les actions traditionnelles que l'ADT poursuit :

- l'accompagnement des prestataires touristiques via des newsletters, la mise à jour permanente du site professionnel, une note de conjoncture régulière et des visioconférences thématiques.
- la mise en lumière de la gastronomie avec notamment le déploiement de la marque « Savoir-Faire 100% Côte-d'Or » initiée par le Département sur nos outils web et print. Du côté des événements, nous envisageons à ce jour, à l'automne, la reconduction de la Paulée des chefs et de l'opération Chefs de gare à Montbard, une présence sur le stand du Conseil départemental lors de la Foire internationale gastronomique de Dijon et la participation aux Trophées de la gastronomie.
- le travail avec l'association des Climats du vignoble de Bourgogne et les membres de commission médiation tourisme, pour fédérer les acteurs autour de la Route des grands crus dans l'optique de générer de nouvelles retombées économiques pour le territoire.
- la collaboration avec l'agence digitale Travel Insight sur les réseaux sociaux visant à accroître nos communautés sur tous les réseaux ainsi que le travail sur les taux d'engagement. Cela nous a permis en 2020 d'être classé comme la 4ème destination française la plus engageante sur les réseaux.
- le positionnement dans l'année thématique 100 % durable avec le dossier de presse « En Côte-d'Or, l'histoire est dans notre nature » qui notre département comme première destination pour les amateurs de nature et de patrimoine entre Paris et Lyon.
- les nombreux partenariats avec les médias locaux, régionaux et limitrophes (Le Bien Public, Arts & Gastronomie, Bing Bang, Bourgogne magazine, Autoroute info, réseau France bleu ...) et de très beaux reportages nationaux (France 2, France 3, etc...) que vous pouvez retrouver sur notre site professionnel sur la page Actualités/rubrique «La Côte-d'Or fait sa star en 2021».
- enfin, l'édition du magazine La Côte-d'Or j'adore, en partenariat avec le Bien Public, la carte touristique et la carte thématique « La Côte-d'Or à vélo » et leur diffusion auprès des offices de tourisme et prestataires.

Parmi les nouvelles actions prévues cette année, les équipes travaillent à :

- l'accompagnement des hébergeurs et restaurateurs en milieu rural en vue de favoriser leur transition écologique et d'être ainsi éligible par la suite à des crédits d'Etat pour leurs travaux. A la suite de l'appel à manifestation d'intérêt tourisme durable proposé par l'ADEME, la candidature de l'ADT a été retenue et permet la création d'un poste de chargée de développement tourisme durable.
- Dans le cadre du plan de soutien « Solidarités Côte-d'Or » voté par l'Assemblée départementale afin d'accompagner les prestataires et d'aider à la relance de l'activité économique :
  - o l'enrichissement de notre application mobile Balades en Bourgogne avec de nouvelles balades gourmandes notamment,
  - o les deux opérations « Le repos des héros en Côte-d'Or » et « Le repos des héros en Côte-d'Or, ça continue », qui ont vu le jour en 2020 et sont prolongées cette année,

- la préparation d'un plan marketing Côte-d'Or ambitieux, mis en œuvre par Côte-d'Or Tourisme, pour une belle visibilité au national en TV sur le mois de juin 2021.
- la réalisation d'un plan de communication commun avec le Conseil départemental et le MuséoParc Alésia autour de la nouvelle scénographie et les 10 ans du site.
- la refonte des sites grand public en un seul (les sites bouger nature et bourguignon d'un jour y seront inclus), afin d'être en conformité avec les usages actuels et les attentes des visiteurs en rejoignant la Fabrique à sites du CRT Bourgogne Franche-Comté.
- la réalisation d'un diagnostic des contenus audio, iconographiques et vidéo afin de les adapter pour le futur site et pour les réseaux sociaux.
- au développement du label « Vélo & Fromages » attribué le 5 mars dernier par l'Assemblée des Départements de France, à la Voie verte du Canal de Bourgogne. Le dossier a été présenté avec nos collègues de l'Yonne et a été porté par l'ADT de Côte-d'Or, en partenariat avec le Conseil départemental.
- la réalisation du guide « Le Routard Morvan » en partenariat avec Hachette Livre, le Parc naturel régional du Morvan, les agences de développement touristique de Bourgogne et le Pays Nivernais Morvan.

Parallèlement, les réflexions sur le durable, le climat, la pollution, les services, les circuits locaux, le retour à la nature, la recherche d'espaces préservés, les rapports humains, la quête de sens changent en profondeur nos modes de vie, ces constats étant accélérés par la crise sanitaire actuelle. L'espace rural est devenu un espace possible et même envié. Ainsi, la Côte-d'Or est riche d'atouts indéniables répondant à ces critères et est particulièrement bien positionnée en France pour asseoir une attractivité touristique et résidentielle.

Aussi, l'ambition du Conseil départemental de la Côte-d'Or et de son Agence de développement touristique est de transformer cette dernière en agence d'attractivité d'ici la fin de l'année 2021. Les principaux objectifs sont les suivants :

- incarner le manifeste pour un tourisme 100 % durable par un outil concret et ancré dans la réalité,
- construire, adapter, réinventer et optimiser les projets servant la Côte-d'Or pour répondre à ces défis, dans un souci d'équilibre territorial,
- faire reconnaître la Côte-d'Or comme véritable territoire qualitatif, authentique, savoureux et porteur de valeurs durables,
- accompagner les prestataires touristiques, rechercher des opérateurs et investisseurs, accueillir de nouveaux services,
- capitaliser sur les marques existantes et d'actualité : « la Côte-d'Or J'Adore » et « Savoir-faire 100 % Côte-d'Or »,
- contribuer à maintenir une population notamment en milieu rural et faire venir de nouveaux visiteurs et habitants.

Ce prolongement de nos missions ne fait que conforter ce que nous développons déjà à travers nos actions. Nous défendons un modèle qui permette un équilibre des territoires, qui revendique l'authenticité plutôt que le folklore, qui puise ses avantages concurrentiels dans la diversité des expériences à vivre et, enfin, qui s'appuie sur une intelligence collective au service de nos visiteurs et de nos habitants.

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 et collaborative

Le développement durable au service du tourisme	1
Assistance au Conseil départemental de la Côte-d'Or	2
Accompagnement et assistance des acteurs publics	3
Accompagnement et assistance des acteurs privés	4
Accompagnement des têtes de réseau et des clubs professionnels locaux	5
Meublés de tourisme	6
Stratégie du collectif tourisme Bourgogne	7
Décibelles data	8
Information et communication auprès des acteurs locaux	9
Veille, observatoire et études	10

### Une nature haute qualité environnementale

Activités nature hors vélo	11
Cyclotourisme	12
Parc national de forêts, Parc Naturel régional du Morvan	13
Tourisme fluvial, mise en réseau autour des voies d'eau	14
Valorisation paysagère	15

### Un patrimoine d'exception

MuséoParc Alésia	16
Mise en réseau autour du MuséoParc Alésia #EpiquesEpoques	17
Médiation /animation dans les sites et monuments	18

### Des savoir-faire 100% Côte-d'Or

Stratégie et structuration de l'offre œnotouristique	19
Route des Grands Crus et Climats du vignoble de Bourgogne – Patrimoine mondial UNESCO	20
Gastronomie et produits du terroir	21
Excellence artisanale	22

## La Côte-d'Or une destination 100% désirable

### Stratégie de communication 23

### Production de contenus, ressources éditoriales, iconographiques, audios et vidéos 24

### Opérations promotionnelles et événementielles 25

### Relations avec les professionnels du tourisme intermédiaires

Assistances, éductours et démarchages aux professionnels du tourisme	26
--	----

## **Relations avec la presse**

Dossiers de presse et communiqués de presse	27
Partenariats avec la presse et les radios régionales	28
Relations presse au national	29

## **Communication print**

Outils édités par Côte-d'Or Tourisme	30
Outils édités en partenariat	31

## **Communication digitale**

Application mobile Balades en Bourgogne	32
Sites internet	33
Réseaux sociaux et newsletters	34

## **Des fonctions supports en amélioration 100% continue**

Qualité et suivi juridique	35
Ressources humaines et financières	36
Vie statutaire	37

# 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 et collaborative

## LE DEVELOPPEMENT DURABLE AU SERVICE DU TOURISME

### CIBLES

Collectivités  
Porteurs de projets publics  
Habitants et visiteurs  
Associations

En collaboration avec le Conseil départemental, contribuer aux actions suivantes :

- ✓ Mobilisation des expertises en amont de la réalisation des projets touristiques des collectivités, afin de renforcer l'exemplarité des territoires en matière d'adaptation au changement climatique
- ✓ Travail d'expérimentation visant à élaborer une stratégie en matière d'approvisionnement en eau et à préserver les atouts touristiques des territoires traversés par le Canal de Bourgogne
- ✓ Maintien de l'activité en milieu rural dans le souci de la préservation de la qualité paysagère, promouvoir et valoriser la production en circuit court local
- ✓ Prise en compte de préconisations environnementales dans l'entretien et la gestion du réseau routier départemental mis à disposition des usagers et des touristes
- ✓ Réflexion sur l'accompagnement de la revitalisation des centres bourgs, favoriser les initiatives autour du patrimoine et inciter les acteurs locaux et les organisateurs d'événements contribuant à l'attractivité globale du territoire à s'inscrire dans une démarche éco-responsable
- ✓ Contribution à l'insertion des personnes en situation de fragilité pour la réalisation de travaux sur des chantiers de rénovation du petit patrimoine ou l'entretien de sentiers de randonnées
- ✓ Encouragement de la pratique culturelle et sportive en tant qu'enjeux d'inclusion sociale comme vecteur de bien-être et développement des activités de tourisme « nature » s'appuyant sur une gestion raisonnée des territoires
- ✓ Mise à disposition d'un programme départemental d'animation de sensibilisation et de découverte du patrimoine naturel à destination du grand public
- ✓ Candidature de l'ADT acceptée au titre de France Relance – Tourisme durable portée par l'ADEME, avec un recrutement à compter d'avril 2021. Ce dispositif permettra d'accompagner les hébergements et les restaurants sur la transition en matière de développement durable au travers d'audits qui pourront aboutir, si besoin et respect du cahier des charges national, à la mobilisation d'aides au titre de France Relance.

# LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



**Objectif :** Pour Côte-d'Or Tourisme, nous tenir au quotidien au service de notre actionnaire, que ce soit les élus et les services, autour de la politique touristique 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 et collaborative

## ASSISTANCE AU CONSEIL DÉPARTEMENTAL DE LA CÔTE-D'OR

### CIBLES

Partenaires et prestataires  
Conseil départemental

- ✓ Mise en œuvre du plan d'action ADT – CD prévisionnel 2020 – 2023 dans le cadre du Manifeste pour un tourisme 100% durable en Côte d'Or
- ✓ Accompagnement sur les politiques du CD ayant un volet touristique et/ou culturel
- ✓ Expertise autour des projets structurants
- ✓ Partenariats avec les collectivités
- ✓ Avis d'opportunité sur les actions touristiques pour lesquelles le CD est sollicité
- ✓ Délégation et mandatement de l'ADT sur la dimension touristique de dossiers d'aménagement du territoire
- ✓ Contribution aux partenariats du CD menés avec les têtes de réseaux ou les territoires en matière touristique
- ✓ Partenariat sur certains événements en lien avec nos filières et/ou l'année thématique
- ✓ Dans le cadre du plan de soutien du Conseil départemental aux acteurs du tourisme, suivi des indicateurs et préparation d'un plan marketing Côte-d'Or, mis en œuvre par Côte-d'Or Tourisme, pour une belle visibilité au national sur le mois de juin 2021
- ✓ Réflexion sur une stratégie globale d'attractivité territoriale de la Côte-d'Or pilotée par le Conseil départemental et portée par l'ADT en associant les services du CD dans le cadre de leurs missions : l'environnement, l'agriculture, l'urbanisme, le sport, la jeunesse, la culture, l'histoire (archives), les routes et infrastructures, le haut-débit, la communication. Transformation de l'ADT en agence d'attractivité à l'automne 2021 pour un lancement officiel en décembre 2021.

# LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



**Objectif :** Apporter davantage de cohésion dans les stratégies, les méthodes et les actions pour une meilleure utilisation et une efficacité optimale des fonds publics investis dans le tourisme à l'échelle départementale, régionale et locale. Fournir une assistance aux collectivités dans leur stratégie de territoire et les accompagner dans leurs projets d'équipement touristique.

Une intelligence collective et collaborative

## ACCOMPAGNEMENT ET ASSISTANCE DES ACTEURS PUBLICS

### CIBLES

EPCI / Communes / OTSI / Pays/PETR /  
Conseil régional et autres acteurs publics  
Partenaires et prestataires  
Conseil départemental  
Visiteurs

### Assistances, visites de prestations, opérations individuelles et collectives

- ✓ Réalisation de schémas locaux de développement touristique
- ✓ Programme de valorisation et d'optimisation de la taxe de séjour
- ✓ Rencontres offices de tourisme et EPCI, bourse d'échange de documentation
- ✓ Accompagnement personnalisé des porteurs de projets d'équipement touristique : selon son état d'avancement, son actualité ou la demande du porteur de projet, l'ADT se positionne en tant qu'accompagnement plutôt autour de l'ingénierie ou plutôt autour de la communication ou autour de ces deux sujets
- ✓ 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 et Bourgogne Franche-Comté Tourisme
- ✓ Poursuite du travail d'information et de veille
- ✓ Rencontres des prestataires sur le territoire
- ✓ Mise en place des Flashs infos sur forme de visio autour de thématiques spécifiques (les rendez-vous de la valorisation paysagère, le label accueil vélo, etc...)

# LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Une intelligence collective et collaborative

## ACCOMPAGNEMENT ET ASSISTANCE DES ACTEURS PRIVES

### CIBLES

Prestataires touristiques  
Porteurs de projets  
Propriétaires de meublés de tourisme

**Objectif :** Accompagner les prestataires du département dans leurs projets d'investissement touristique, qu'ils soient structurants ou plus modestes, leurs démarches auprès des professionnels du tourisme et des médias.

### Assistances, visites de prestataires, opérations individuelles et collectives

- ✓ Assistance technique personnalisée sur l'offre globale des services proposés par Côte-d'Or Tourisme
- ✓ Accompagnement des projets d'investissement en matière de méthodologie, connaissance des clientèles, législation, classement, labellisation
- ✓ Mise en relation avec des contacts spécialisés et relais avec le territoire
- ✓ Aide à la réalisation de produits touristiques, de supports de communication, fourniture d'éléments textes, visuels, techniques, fichiers
- ✓ Aide à l'organisation de certains événements (ex : inauguration, portes ouvertes, conférences et/ou accueils de presse)
- ✓ 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
- ✓ Travail avec le CAUE et le cas échéant d'autres partenaires autour des hébergements et du tourisme durable
- ✓ Rencontres des prestataires sur le territoire
- ✓ Mise en place des Flashes infos sur forme de visio autour de thématiques spécifiques (les meublés, le partenariat avec la presse, le label accueil vélo, la nouvelle scénographie du MuséoParc, etc...)

# LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



**Objectif: Partenariat et accompagnement technique et/ou financier en termes d'ingénierie, communication, promotion, dans un souci d'amélioration de la qualité de l'offre, de la mise en réseau des prestataires et d'une bonne visibilité de l'année thématique et des travaux du Conseil départemental et de l'ADT.**

Une intelligence collective et collaborative

## ACCOMPAGNEMENT DES TÊTES DE RESEAUX ET DES CLUBS PROFESSIONNELS LOCAUX

### CIBLES

Professionnels / têtes de réseau touristiques / chambres consulaires / Professionnels du voyage (actions de Destination Bourgogne, le Club)

- ✓ Participation aux réunions, assemblées générales et aux conseils d'administration en tant qu'invités permanents : l'ADT peut intervenir au cours des discussions
- ✓ Interventions pédagogiques sur des thèmes ciblés en fonction des besoins de chaque partenaire
- ✓ Accompagnement dans le travail sur des problématiques spécifiques à chaque partenaire : partenariat, statistiques, actions de communication, promotion et commercialisation
- ✓ Participation à des opérations événementielles en partenariat

# LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



**Objectif:** Classement des meublés de tourisme pour une meilleure qualité du parc d'hébergement, permettant d'offrir au touriste une garantie officielle de qualité, via un référentiel adapté aux exigences des clientèles, intégrant des critères fiables de confort, d'équipement et de services.

Une intelligence collective et collaborative

## MEUBLES DE TOURISME

### CIBLES

Propriétaires de meublés de tourisme et porteurs de projets

- ✓ Assistance aux propriétaires et aux porteurs de projets
- ✓ Classement des meublés volontaires
- ✓ Sensibilisation des meublés de tourisme au classement notamment en zone rurale et renouvellement des classements
- ✓ Promotion dans les newsletters de Côte-d'Or Tourisme et les supports de communication web
- ✓ Travail avec le CAUE et le cas échéant d'autres partenaires autour des hébergements et du tourisme durable
- ✓ Etude des conditions d'une mise en réseau des propriétaires de meublés et d'un plan d'actions dédié
- ✓ Audit de renouvellement de l'agrément COFRAC par AFNOR Certification : évaluation pour notre activité d'inspection des meublés de tourisme dans le cadre de l'arrêté du 6 décembre 2010, modifié par l'arrêté du 7 mai 2012, fixant le niveau de certification de la procédure de contrôle des meublés de tourisme par les organismes visés au 2° de l'article L.324-1 du Code du Tourisme. Cette évaluation doit être réalisée tous les 5 ans

# LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable

L'AUTOMNE C'EST EN BOURGOGNE !

Une intelligence collective et collaborative

**STRATEGIE DU COLLECTIF  
TOURISME BOURGOGNE**

**CIBLES**  
Visiteurs

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

- ✓ Développer une stratégie de focalisation et de mutualisation : focalisation sur des activités spécifiques aux territoires et/ou à leur expertise, mutualisation d'actions permettant à la fois d'avoir un impact beaucoup plus fort tout en réduisant les coûts
- ✓ Mutualiser des outils communs entre ADT et BFCT
- ✓ Poursuivre 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 Bourgogne Designed by Bourgogne sur le marché France (adaptées en fonction de la situation sanitaire)
  - Reconduction de l'opération #lautomnecestenbourgogne

# LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Une intelligence collective et collaborative

## DECIBELLES DATA ET PROS DECIBELLES DATA

### CIBLES

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

**Objectif :** 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 Pros Décibelles data. Offrir au client final, une information touristique de qualité et à jour pour répondre à sa demande.

### Qualification de l'offre et animation de la base de données

- ✓ Sensibilisation des OTSI et des nouveaux prestataires aux enjeux de Décibelles data
- ✓ Envoi d'e-mailings aux prestataires et aux OTSI pour que les fiches soient régulièrement mises à jour
- ✓ Poursuite des visites chez les prestataires (notamment dans le cadre de tests de balades de l'application Balades en Bourgogne ou lors d'émissions radio à préparer...), la veille, afin de mieux qualifier l'offre présente sur la base de données

### Coordination départementale

- ✓ Accompagner la prise d'autonomie progressive des OTSI notamment pour la création de fiches, la modération et toutes les dimensions de la gestion de la base de données
- ✓ Informer les acteurs concernés, dont les OTSI de Côte-d'Or, des évolutions techniques décidées par le COTECH (dont l'ADT21 fait partie)
- ✓ Assistance technique auprès des OTSI

### Mises à disposition des contenus

- ✓ Mise en place par l'ADT21 de flux Décibelles data pour les sites web des OTSI et les prestataires touristiques qui en font la demande
- ✓ Mise en place de flux Décibelles data par l'ADT21 pour son futur site web

# LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Une intelligence collective et collaborative

## INFORMATION ET COMMUNICATION AUPRES DES ACTEURS LOCAUX

**Objectif:** Valoriser et promouvoir la destination Côte-d'Or et être au quotidien au service des acteurs locaux en les accompagnant par la mise à disposition de services, d'outils et d'informations touristiques de qualité.

### CIBLES

Acteurs touristiques et tous nos partenaires

- ✓ Développement et animation du site internet à destination des professionnels pro.cotedor-tourisme.com
- ✓ Mise à disposition de la photothèque aux prestataires et partenaires
- ✓ Gestion des ressources éditoriales, iconographiques, audios et vidéos pour la réalisation des kits de communication
- ✓ Diffusion sur les réseaux sociaux et outils en ligne : page Facebook pro/Twitter
- ✓ 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



Une intelligence collective et collaborative

## VEILLE, OBSERVATOIRE ET ETUDES

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

### 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 Côte-d'Or avec Orange
- ✓ Analyse de la fréquentation des sites internet de Côte-d'Or Tourisme
- ✓ Mise en place d'une note de conjoncture régulière sur les tendances et faits marquants

### Veille

- ✓ Veille personnalisée sur les atouts de la Côte-d'Or, l'e-tourisme, le marketing, l'innovation, la législation

### Travaux d'ADN Tourisme

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

- ✓ 2021 : une année thématique nature-patrimoine
- ✓ 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
- ✓ Etude de l'accueil des camping-cars
- ✓ 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 360 kilomètres de véloroutes et voies vertes. Dans le prolongement, Côte-d'Or Tourisme accompagne les prestataires et les territoires dans le développement de la filière vélo.

- ✓ 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
- ✓ Développement du VTT
- ✓ 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 GTMC (VTT)
- ✓ Structuration et communication autour de la V50 – La Voie Bleue, Moselle-Saône à vélo
- ✓ Après la Voie des Vignes en 2020, obtention en 2021 du label Vélo & Fromages pour la Voie verte le long du Canal de Bourgogne (de Dijon à Migennes) en partenariat avec l'ADT 89 (Côte-d'Or Tourisme était référent sur ce dossier)
- ✓ Mise en valeur de la Côte-d'Or au travers de manifestations d'intérêt national en accompagnant les porteurs de projet privés qui mettent en œuvre ces événements : Mad Jacques Morvan en juillet 2021, salon du vélo. Ceci s'inscrit dans le programme Festi'Vélo du Conseil départemental qui sera repris sur nos outils de communication
- ✓ Réalisation d'outils de communication (voir chapitre La Côte-d'Or une destination 100% désirable)

# LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Une nature haute qualité environnementale

## PARC NATIONAL DE FORETS PARC NATUREL REGIONAL DU MORVAN

### CIBLES

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

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

### Parc national de forêts

- ✓ En lien avec le Parc national de forêts et la MDT 52, structuration de l'offre nature sur le territoire du Parc national
- ✓ Sensibilisation des prestataires se situant sur le Parc national de forêts à l'accueil des clientèles itinérantes
- ✓ Déploiement de la marque Esprit parc national en lien avec le Parc national de forêts. Participation aux commissions d'attribution de la marque
- ✓ Accompagnement du Parc national de forêts sur le volet touristique
- ✓ Travail sur la randonnée pédestre et le VTT
- ✓ Partenariat autour de la commercialisation de produits touristiques
- ✓ Réalisation d'outils de communication (*voir chapitre La Côte-d'Or une destination 100% désirable*)

### Parc naturel régional du Morvan

- ✓ Accompagner le Parc naturel régional du Morvan sur le volet touristique
- ✓ Réalisation du guide du Routard Morvan, en partenariat avec Hachette Livre, le Parc du Morvan, les ADT bourguignonnes et le Pays Nivernais Morvan
- ✓ 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

## TOURISME FLUVIAL MISE EN RESEAU AUTOUR DES VOIES D'EAU

### CIBLES

Communes / EPCI  
Prestataires du réseau  
Visiteurs  
Collectivités, Pays, PETR, porteurs de projets publics et privés

**Objectifs:** Accompagner les projets pour favoriser la découverte autour de la Saône et de la Voie bleue. Un travail est engagé autour de la mise en réseau des acteurs en lien avec le développement d'activités douces telles que le vélo et les activités au fil de l'eau. Valoriser les multiples voies d'eau qui façonnent notre territoire et les activités et prestations afférentes.

- ✓ Le tourisme fluvial et la mise en réseau autour des voies d'eau ne peut s'envisager sans les voies et infrastructures le long des linéaires – voir fiche cyclotourisme
- ✓ Accompagnement du Conseil départemental sur les projets d'infrastructure
- ✓ Travail autour de la structuration de l'offre, de l'accompagnement et de la mise en réseau des acteurs, notamment autour des ports
- ✓ Travail autour de la Saône et ses affluents. Parution dans le magazine Vaévient de l'été, 120 000 exemplaires gratuits, en partenariat avec la Haute-Saône et le Jura, prélude au travail de communication autour de la voie bleue
- ✓ Réalisation d'outils de communication (*voir chapitre La Côte-d'Or une destination 100% désirable*)

# LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



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

Une nature haute qualité environnementale

## VALORISATION PAYSAGERE

### CIBLES

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

- ✓ Poursuite des différentes actions de la valorisation paysagère
- ✓ Conseil aux communes pour l'obtention ou le maintien du label « Villes et Villages Fleuris
- ✓ 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) les 11 et 18/03 en visio, du 8 au 10/06 et le 23/09
- ✓ Formation des employés communaux des petites communes rurales avec le CNFPT : formation de base théorique et pratique de 16 journées sur deux ans
- ✓ Tournées départementales de valorisation paysagère sur la première quinzaine de juillet
- ✓ Tournées du jury conjoint Département/Région sur la semaine du 26/07
- ✓ Concours des petits jardiniers de Côte-d'Or : thème « l'épouvantail, le roi du jardin »
- ✓ Remise des Trophées départementaux de la valorisation paysagère
- ✓ Participation au jury national du label « Villes et Villages Fleuris » qui attribue et contrôle les communes 4 fleurs (le niveau le plus élevé)

### Objectifs 2021 :

- ✓ Conforter encore la position de leader de l'ADT 21 pour devenir l'interlocuteur incontournable et qu'on écoute (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

# 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 nouvelle scénographie. Un nouvel espace d'exposition permanente totalement renouvelé avec des dispositifs multimédias, des pièces archéologiques et un escape game sur le site des vestiges. Ouverture prévisionnelle fin juin – début juillet
- ✓ Intervention de Michel ROUGER lors d'une visioconférence destinée aux prestataires de Côte-d'Or pour présenter la nouvelle scénographie
- ✓ Témoignage sous forme d'interview vidéo autour du partenariat avec Côte-d'Or Tourisme (diffusion prévue sur le parcours de visite)
- ✓ Réalisation d'un plan de communication concerté entre la SPL, le CD et l'ADT, dont une émission spéciale Autoroute info en partenariat dès l'ouverture
- ✓ 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 l'ADT, accueil influenceurs « famille »

# LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable

© Abbaye de Fontenay



**Objectif:** Autour du MuséoParc Alésia, 18 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 Tourisme. L'objectif est de capitaliser sur la dynamique impulsée par l'année thématique 2018.

Un patrimoine d'exception

MISE EN RESEAU - #EPIQUESEPOQUES

**#ÉPIQUESÉPOQUES**  
EN BOURGOGNE

## CIBLES

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

- ✓ Favoriser la structuration et la mise en réseau des structures touristiques autour du Pays Auxois, du Morvan, et du Châtillonnais avec les frontaliers proches.
- ✓ Réaliser le bilan des actions 2020 et la co-construction du plan d'action 2021
- ✓ Etudier tout partenariat pouvant servir le réseau #EpiquesEpoques
- ✓ Mutualiser des ressources
- ✓ Accompagner les sites et monuments en matière de structuration et de communication
- ✓ Réaliser des outils de communication (voir chapitre *La Côte-d'Or une destination 100% désirable*)

# LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



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

Un patrimoine d'exception

## MEDIATION ET ANIMATION DANS LES SITES ET MONUMENTS

### CIBLES

Partenaires et prestataires  
Visiteurs

- ✓ 2021 : une année thématique nature-patrimoine
- ✓ Contribution aux actions conduites dans le cadre de « Culturosons » notamment pour le patrimoine et l'évènementiel
- ✓ Etude du développement de boutiques en ligne pour la vente de billets et pour les manifestations. Présentation de la société Pass Patrivia avec la Fondation du Patrimoine et la mission Bern et déploiement progressif en Côte-d'Or
- ✓ Encouragement du développement de qualifications et de labels comme Plus beaux Villages de France et Cités de caractère

# LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



**Objectif : Accompagner les acteurs de notre filière ambassadrice dans leurs projets de développement et dans leur communication.**

**Valoriser le label Vignobles & Découvertes et favoriser la mise en réseau des prestataires.**

Des savoir-faire 100 % Côte-d'Or

## STRATEGIE ET STRUCTURATION DE L'OFFRE OENOTOURISTIQUE

### CIBLES

Professionnels de la filière vin et tourisme  
Visiteurs

- ✓ Accompagnement des porteurs de destinations labellisées Vignobles & Découvertes et de leurs partenaires
- ✓ Aide à la structuration du réseau « Vignobles & Découvertes »
- ✓ Contribuer aux actions du collectif oenotourisme mis en place à l'échelle de la Bourgogne / Jura avec un travail sur l'observation des publics et en termes marketing pour être au plus près des attentes de nos cibles, un travail sur l'évolution du label Vignobles & Découvertes et la mise en place d'un événement national : le Fascinant Week-end, du 14 au 17/10
- ✓ Réalisation d'outils de communication (*voir chapitre La Côte-d'Or une destination 100% désirable*)

# LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



© Rozenn Kriebel

Des savoir-faire 100 % Côte-d'Or

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

**Objectifs:** Pour le Conseil départemental, contribuer techniquement et financièrement à l'aménagement de ce territoire inscrit au Patrimoine mondial. Référent pour le tourisme, la médiation et la communication, il a délégué cette mission à l'ADT sur le plan technique, afin de sensibiliser, fédérer, mettre en valeur, qualifier et valoriser l'activité touristique liée aux Climats du vignoble de Bourgogne. Poursuivre le travail de coordination des actions autour de la Route des grands crus.

### CIBLES

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

- ✓ 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
- ✓ Participation aux conférences territoriales, commissions techniques permanentes et aux travaux menés par d'autres commissions (mobilité) pour les Climats
- ✓ Etude de tous les projets et travaux de mise en réseau concourant à la visibilité de l'inscription au Patrimoine mondial (signalisation, véloroutes, documents d'urbanisme, etc...)
- ✓ Animation de la commission tourisme/médiation/communication
- ✓ Participation à la réflexion autour de la médiation en fonction des différents publics visés
- ✓ Préparation année thématique 2022
- ✓ Communication sur Balades en Bourgogne
- ✓ 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.

Des savoir-faire 100% Côte-d'Or

## GASTRONOMIE ET PRODUITS DU TERROIR

### CIBLES

Prestataires et réseaux locaux

- ✓ Mise en lumière des producteurs locaux estampillés Savoir-faire 100 % Côte-d'Or. Partage des actions et outils déclinés par le Conseil départemental sur nos outils web et print
- ✓ Communication régulière autour des chefs et restaurants, de l'obtention du label Vélo & Fromages et des nouvelles virées gourmandes de l'appli Balades en Bourgogne dans les supports en partenariat :
  - Recettes publiées dans Côte-d'Or magazine tous les mois dans la rubrique « Et toque ! »
  - Articles de la presse locale, limitrophe et nationale et articles sur le blog Une Année en Côte-d'Or, les réseaux sociaux et outils de Côte-d'Or Tourisme
- ✓ 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
- ✓ A confirmer : Opération chefs de gare à Montbard en octobre : présence de 2 ou 3 chefs
- ✓ A confirmer : Paulée des chefs au MuséoParc Alésia, à l'automne 2021, en présence de 30 chefs, 30 producteurs et de presse et d'influenceurs ciblés
- ✓ A confirmer : Co-organisation du planning de présence des chefs et présence sur le stand du Conseil départemental lors de la Foire internationale gastronomique de Dijon
- ✓ A confirmer : Participation aux Trophées de la gastronomie

# LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



**Objectif :** Pour le Conseil départemental, accompagner les artisans de la marque l'excellence Artisanale dans leurs projets d'ouverture vers les visiteurs et leur mise en valeur, en appui avec Côte-d'Or Tourisme.

Des savoir-faire 100% Côte-d'Or

## EXCELLENCE ARTISANALE

### CIBLES

Les artisans qui bénéficient de la marque



- ✓ Mise en lumière des producteurs locaux estampillés Savoir-faire 100 % Côte-d'Or
- ✓ Relais lors de la bourse d'échange de Côte-d'Or
- ✓ Appropriation des outils de Côte-d'Or Tourisme
- ✓ Promotion de la balade des artisans dans l'application Balades en Bourgogne
- ✓ Appui aux actions de communication : mise en valeur de la marque sur les supports de communication et des actions de promotion de l'ADT

# LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



**Objectif :** Après des actions de communication 2019 et 2020 orientées principalement sur les savoir-faire gastronomiques et la nature (Parc national de forêts), 2021 visera à conforter la Côte-d'Or comme la 1ère destination nature-patrimoine entre Paris et Lyon. En effet, la Côte-d'Or possède un patrimoine riche, de qualité, diversifié, préservé... et ce dans tous les territoires, y compris en campagne. Ici, le patrimoine et la culture sont inscrits dans l'ADN des paysages et des habitants.

Stratégie de communication

**STRATEGIE DE COMMUNICATION**

A la suite d'un brainstorming de l'équipe de Côte-d'Or Tourisme, le slogan retenu pour communiquer en 2021 est : « En Côte-d'Or, l'histoire est dans notre nature ». Nos cibles prioritaires que sont 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 seront exposés à ce message durant toute l'année 2021 via différents canaux médiatiques complémentaires.

Notre objectif majeur pour 2021 et les années suivantes est de faire de la Côte-d'Or un département où le tourisme est 100% soutenable pour les habitants et la destination 100% désirable pour les visiteurs, en attirant une clientèle en adéquation avec nos valeurs et notre offre sur l'ensemble du territoire.

## **Plan marketing**

Sur le long terme et depuis plus de 10 ans maintenant, nous continuerons en parallèle à utiliser la marque déposée par Côte-d'Or Tourisme : « La Côte-d'Or J'Adore ».

- ⇒ Les actions de communication autour de cette marque jalonnent l'année 2021 et se répondent sur les différents médias utilisés tant en matière de print de digital. Du magazine « La Côte-d'Or J'adOre » co-édité avec Le Bien Public, aux réseaux sociaux, en passant par les insertions publicitaires nationales (Géo, Femme actuelle, Fluvial...) ou les partenariats avec les médias locaux, régionaux ou nationaux comme France Bleu, Bing-Bang, Le bien Public, Autoroute info...
- ⇒ Les actions de promotion directes auprès des professionnels du tourisme, des journalistes et du grand public sont également prévues mais la crise sanitaire bouleverse la donne. De nombreuses actions sont passées en digital et certaines sont reportées en 2022.
- ⇒ Dans le cadre du plan de relance du tourisme lié à la crise sanitaire du Conseil départemental, Côte-d'Or Tourisme travaille à la mise en place d'une campagne de communication inédite qui permettrait d'offrir pour la première fois à la destination Côte-d'Or une exposition TV nationale avant la saison d'été 2021.

## **Plan marketing partagé**

En complément de la communication sur le thème « En Côte-d'Or, l'histoire est dans notre nature » et pour la troisième année consécutive, le message porté sur le plan national par le collectif Bourgogne (entre septembre et novembre) est par ailleurs : « L'automne, c'est en 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 adaptés 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

- ✓ Accueil de blogueurs et d'influenceurs sur le thème nature et patrimoine
- ✓ Organisation de jeux concours sur les réseaux sociaux, générateurs de contenus
- ✓ Après un diagnostic de nos contenus audio, iconographiques et vidéo, mettre à niveau les ressources, notamment en vue de la refonte totale du site internet et de la création de vidéos spécifiques pour les réseaux sociaux
- ✓ Réalisation de reportages photos et vidéos en préparation sur les thèmes phares nature et patrimoine et en vue de l'année thématique 2022

# LA CÔTE-D'OR



**Objectif :** Tous les ans, selon la thématique abordée et les besoins, l'ADT organise des événements promotionnels et des jeux concours.

---

## OPERATIONS PROMOTIONNELLES ET EVENEMENTIELLES

---

### CIBLES

Prestataires  
Partenaires  
Grand public

### Evènements année thématique ou évènements spéciaux

- ✓ Prolongement à confirmer jusqu'au 31 décembre 2021 des deux opérations « Le repos des héros en Côte-d'Or » et « Le repos des héros en Côte-d'Or, ça continue », à destination notamment des soignants de France pour la première et notamment des soignants de Côte-d'Or pour la seconde

**Objectif :** offrir des chèques vacances (1 418 chèques pour les deux opérations) qui sont à utiliser chez les prestataires touristiques référencés sur le site [www.cotedor-tourisme.com](http://www.cotedor-tourisme.com)

- ✓ Organisation/co-organisation, présence et/ou fourniture d'éléments et outils pour couvrir les événements suivants :
  - Salon du Vélo (septembre) : thème nature
  - Paulée des chefs (automne) : thème gastronomie
  - Opération chefs de gare à Montbard (octobre) : thème gastronomie
  - Trophées de la gastronomie (automne) : thème gastronomie
  - Foire internationale et gastronomique de Dijon (novembre) : thème gastronomie

### Paulée des chefs

A confirmer : Paulée des chefs au MuséoParc Alésia, à l'automne 2021, en présence de 30 chefs, 30 producteurs et de presse et d'influenceurs ciblés

### Jeux-concours

Plusieurs fois par an jeu concours diffusés sur tous nos supports digitaux pour recruter des prospects pour alimenter notre base contacts newsletters

# LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Relations avec les professionnels du tourisme intermédiaires

**ASSISTANCES, EDUCTOURS ET  
DEMARCHAGES AUX PROFESSIONNELS  
DU TOURISME**

**Objectifs :** Maintenir un contact régulier avec les professionnels du voyage. Assurer la promotion de la destination en participant à des éductours et des démarchages.

## **CIBLES**

Professionnels du tourisme

- ✓ Assistance aux opérateurs souhaitant programmer la destination Côte-d'Or

# LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Une action ciblée envers la presse nationale

DOSSIERS ET COMMUNIQUES DE PRESSE

DOSSIER DE PRESSE 2021

EN CÔTE-D'OR  
L'HISTOIRE EST  
DANS NOTRE NATURE



**Objectif :** Afin d'assurer la promotion de la destination auprès des journalistes et d'assurer un relais qualitatif des informations, l'ADT met à disposition de la presse des dossiers de presse et envoi des communiqués de presse toute l'année.

## CIBLES

Médias nationaux et régionaux

### Dossier de presse

- ✓ Réalisation du dossier de presse « En Côte-d'Or, l'histoire est dans notre nature » présentant l'offre par destinations, dans un esprit « découverte en itinérance », avec des focus sur les activités incontournables et insolites patrimoine – nature, ainsi que les nouveautés et grands projets
- ✓ Diffusion du dossier de presse sur Partir en France, l'IMM France, par e-mail et courrier à la presse régionale et national 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 2021

**Objectif :** générer des reportages qualitatifs pour valoriser et promouvoir la destination Côte-d'Or, première destination nature – patrimoine entre Paris et Lyon, sur des supports médias presse / TV et radios

# LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Relations avec la presse

**PARTENARIATS AVEC LA PRESSE, LES  
RADIO REGIONALES ET LIMITROPHES**

## CIBLES

Grand public

**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 comme l'application mobile Balades en Bourgogne.

## Le Bien Public

- ✓ Partenariat pour le magazine « La Côte-d'Or J'Adore »
- ✓ Supplément numérique de printemps, visant à promouvoir la Côte-d'Or et ses itinéraires à vélo
- ✓ Rédaction de pages visant à faire découvrir la Côte-d'Or aux lecteurs
- ✓ Participation en tant que partenaires aux Trophées de la gastronomie

## France Bleu Bourgogne

- ✓ Organisation et enregistrement d'émissions hebdomadaires, diffusées en fin de matinée le week-end (durée 1h30), avec deux invités mis en avant par émission : créneaux les samedi et dimanche au premier trimestre, émissions le dimanche uniquement au second trimestre
- ✓ En juillet et août, 8 semaines de jeu et de promotion de prestataires

## Autoroute Info

- ✓ Spots promotionnels, mise à jour d'émissions de découvertes sur la Côte-d'Or et diffusion toute l'année
- ✓ Montage d'une journée spéciale au printemps sur le thème de la Voie bleue Moselle-Saône à vélo
- ✓ Montage d'une journée spéciale en automne sur le thème du réseau Epiques Epoques et des 100 ans de l'ours Pompon de Saulieu

## Autres médias locaux

- ✓ Chroniques hebdomadaires dans « la minute info + » du vendredi matin sur RCF
- ✓ Rédaction, publi-rédactionnels et publicités dans d'autres supports locaux, principalement au printemps et en été : Côte-d'Or magazine, Arts & Gastronomie, Bing Bang, Bourgogne magazine, Dijon Beaune mag, Echo des communes, Vaévient, L'inattendu, L'incontournable...
- ✓ Jeux-concours et spots promotionnels toute l'année et sur des périodes ciblées avec les radios locales et limitrophes : France bleu Bourgogne/Auxerre/Montbéliard/Champagne-Ardenne/, K6fm, Chérie FM Dijon, Virgin radio Dijon, Nostalgie Dijon, RFM Bourgogne

# 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 :

#### 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, ...)
- ✓ Photothèque : 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
- ✓ Envois de communiqués de presse à des fichiers ciblés pour la presse nationale

#### Partir en France - IMM - rencontres presse

- ✓ Participation au Workshop presse ADN Tourisme « Partir en France », les 18 et 19 janvier 2021 à Paris (ex Deptour)
- ✓ Participation au workshop presse ADN Tourisme « Partir en France », le 9 avril, en distanciel
- ✓ Participation au Workshop de l'IMM (International Media Marketplace) France, Monaco & Benelux, le 22 juin 2021 à Paris
- ✓ Participation au workshop presse ADN Tourisme « Partir en France », le 19 octobre, en distanciel
- ✓ Traitement des assistances post-salon : fourniture d'informations aux journalistes en fonction de la demande

#### Insertions publicitaires et publireportages

- ✓ Insertions publicitaires et publi-rédactionnels dans des supports ciblés nationaux
- ✓ Insertions publicitaires dans des guides touristiques ciblés

# 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 TOURISME

## CIBLES

Grand public

### Magazine touristique

- ✓ Tirage à 100 000 exemplaires et diffusion dans les offices de tourisme et sites touristiques, à partir du 9/05

### Carte touristique

- ✓ Mise à jour des cartes touristiques départementales et régionales, en version française et trilingue coordination de l'impression au niveau régional
- ✓ Sorties de la carte trilingue février 2021 et de carte française en avril 2021

### Carte thématique « La Côte-d'Or à vélo »

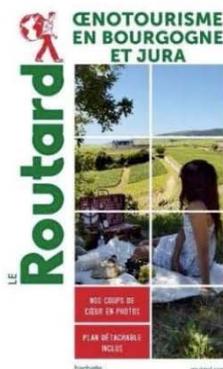
- ✓ Mise à jour et réédition pour diffusion à partir d'avril 2021

### Gestion de la documentation et bourse d'échange

- ✓ Diffusion de ces outils lors de la bourse d'échange prévue le 3/6 à Mirebeau-sur-Bèze aux têtes de réseaux et offices de tourisme
- ✓ Diffusion tout au long de l'année de ces outils et sur demande (remise en nombre pour toutes demandes de manifestations) et également auprès des hébergeurs et restaurateurs (hôtels, campings, meublés, etc...)

# LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



**Objectif :** Etre partenaire d'outils de promotion selon les opportunités et faire la promotion de nos outils, notamment l'application mobile Balades en Bourgogne.

Communication print

OUTILS EDITES EN PARTENARIAT

## CIBLES

Grand public

- ✓ Réalisation du guide Le Routard Morvan en partenariat avec Hachette Livre et le Parc naturel régional du Morvan, Côte d'Or Tourisme, Agence de Développement Touristique de la Saône et Loire, Agence de Développement Touristique de la Nièvre, Agence de Développement Touristique de l'Yonne, Pays Nivernais Morvan – parution en mai 2021
- ✓ A confirmer : édition d'un document Parc national de forêt, en partenariat avec l'office de Châtillon-sur-Seine et la MDT52, reprenant les bases du dossier de presse 2020, à destination des prestataires touristiques du Parc national
- ✓ Etude des partenariats selon opportunités

# LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



**Objectif :** 75% des Français sont des mobinautes. Aussi il est important d'intégrer le tourisme mobile dans les activités touristiques car les individus sont hyper connectés et veulent de l'instantané. Avec plus de 77.000 téléchargements, l'application Balades en Bourgogne répond à cet objectif en mettant en valeur l'itinérance, la gourmandise et/ou des sites patrimoniaux de Côte-d'Or.

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
- ✓ Début avril 2021, mise en ligne de la balade indoor du Château du Clos de Vougeot. La communication autour de cette balade sera faite dès que le Château du Clos de Vougeot pourra de nouveau ouvrir ses portes au public
- ✓ Réflexion et mise en place de nouvelles balades, à la demande des prestataires et collectivités :
  - Ville de Semur-en-Auxois
  - Extérieurs du Château de Bussy-Rabutin
  - Balade de Santenay pour les curistes de Valvital
  - Intégration des nouveaux sentiers enregistrés au PDIPR
  - Intégration de balades VTT inscrites au PDESI
- ✓ Evolution de l'application mobile : intégration du picto des balades gourmandes et intégration du picto VTT courant 2021 pour faciliter la navigation des usagers
- ✓ Toute l'année, communication et promotion de l'application Balades en Bourgogne dans la presse locale avec des encarts publicitaires ou dans des articles

# LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Communication digitale

SITES INTERNET

## CIBLES

Visiteurs, habitants  
Prestataires locaux

**Site grand public [www.cotedor-tourisme.com](http://www.cotedor-tourisme.com)**

**Site <https://www.bouger-nature-en-bourgogne.com>**

**Autres sites de Côte-d'Or Tourisme**

**(en attente de la refonte du site internet)**

- ✓ Mise à jour des informations via la base de données Décibelles data
- ✓ Maintenance technique pour les bugs informatiques

## Nouveau site internet grand public

- ✓ Côte-d'Or Tourisme rejoint la Fabrique à sites avec pour objectif de refondre le site grand public pour juin 2021. Une équipe projet renforcée a été dédiée à ce projet, qui combine à la fois de multiples aspects stratégiques, techniques, éditoriaux et qui nécessite un travail important et constant, pour un résultat de qualité.
- ✓ Premier travail sur l'arborescence permettant de récupérer les contenus du site bouger-nature, du blog, du site pro, du site greeters... pour l'intégrer dans un seul nouveau site internet
- ✓ Travail de rédaction de contenus (formation des rédacteurs, mise en place de comités éditoriaux toutes les semaines pour suivre l'évolution des rédactions)
- ✓ Travail sur le design avec l'agence Thuria
- ✓ En parallèle, 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
- ✓ Coordination des travaux en liaison avec Bourgogne Franche-Comté Tourisme

# LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



**Objectif :** Valoriser la destination en suscitant l'envie de venir consommer du tourisme sur le territoire. Proposer des expériences inspirantes aux consommateurs à travers les nombreux leviers qu'offre le web et les réseaux sociaux.

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

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 :
  - Nouveaux partenariats : avec le **media digital Trvlr**, spécialisé dans le secteur du tourisme et du voyage sur une cible urbaine CSP+, plusieurs articles partagés sur les réseaux sociaux ciblés nature/patrimoine
  - Création de **nouvelles vidéos** (tournage prévu au printemps) sous la forme d'un « road-trip » en Côte-d'Or sur nos thématiques incontournables
- ✓ Poursuite de la stratégie d'accroissement de nos communautés sur tous les réseaux et du travail sur les taux d'engagement
- ✓ Sur Facebook, objectif prévisionnel : 70 000 abonnés
- ✓ Sur Instagram, objectif prévisionnel : 15 000 abonnés
- ✓ Sur Twitter, objectif prévisionnel : 7000 abonnés

## Newsletters

- ✓ Création 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

# LA CÔTE-D'OR

Des fonctions supports en amélioration 100% continue



**Objectif :** Satisfaire nos clients au travers de toutes les actions menées par l'ADT en apportant une valeur ajoutée. Garantir une amélioration continue des prestations délivrées. Être conforme aux exigences du RGPD (règlement général sur la protection des données).

## QUALITE ET SUIVI JURIDIQUE

### CIBLES

Conseil départemental  
Prestataires touristiques  
Grand public  
Professionnels de la presse  
Tout autre partenaire de l'ADT  
Collaborateur de l'ADT

- ✓ Réflexion permanente sur notre système qualité : refonte des processus pour être en accord avec la nouvelle organisation de l'ADT. Mise à jour des documents du système
- ✓ Réalisation d'audits internes et de la revue de direction annuelle
- ✓ Audit de suivi annuel pour le maintien de la certification ISO en septembre
- ✓ Suivi du dossier RGPD avec l'avocat d'ADN Tourisme
- ✓ Dépôts réguliers des imprimés réalisés par Côte-d'Or Tourisme auprès de la BNF et suivi des dépôts de marques auprès de l'INPI

# LA CÔTE-D'OR

Des fonctions supports en amélioration 100% continue



**Objectif :** L'ADT 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 l'ADT  
Cabinet comptable  
Commissaire aux comptes

### Budget

- ✓ Exécution du budget 2021
- ✓ Préparation du budget prévisionnel 2022

### Comptabilité analytique

- ✓ Clôture de la comptabilité analytique 2020
- ✓ Modification du thésaurus pour 2021
- ✓ Mise en place d'un nouvel applicatif en janvier 2021 (commun au logiciel RH)

### Comptabilité générale

- ✓ Réalisation de situations de trésorerie
- ✓ Clôture des comptes avec CORGECO et EXCO SOCODEC
- ✓ Recherche d'un logiciel comptable en remplacement de Sage Maestria

### Gestion du personnel

- ✓ Accueil de stagiaires sur le 1<sup>er</sup> semestre
- ✓ Préparation et réalisation du plan de formation 2021
- ✓ Recrutement d'une chargée Tourisme durable (en CDD 12 mois subventionné par l'ADEME) en avril 2021
- ✓ Recrutement d'une chargée de développement nature en CDD 12 mois en avril 2021
- ✓ Travail en mode projet sur la mission attractivité
- ✓ Changement du logiciel RH

# 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 l'ADT

### Vie de l'association

- ✓ Préparation et tenue des réunions statutaires (assemblées générales et Conseils d'administration)
- ✓ Réalisation du bilan d'activité 2020 et du plan d'action 2021 définitif
- ✓ Être force de proposition en matière 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 l'ADT
- ✓ Travail sur la transformation de l'ADT en agence d'attractivité (volet juridique et statutaire)

### 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
- ✓ Commande de consommables et postes informatiques
- ✓ Refonte du réseau informatique en fonction du nouveau thésaurus

**Côte-d'Or Tourisme, agence de développement touristique**  
**BUDGET PREVISIONNEL 2021**

DEPENSES	PREVISIONNEL COMPTABILITE GENERALE 2020	ENGAGEMENT NOVEMBRE 2020	PREVISIONNEL COMPTABILITE GENERALE 2021
<b>La Côte-d'Or un territoire 100 % durable</b>	<b>139 610,00</b>	<b>81 996,87</b>	<b>158 250,00</b>
<b>Une intelligence collective et collaborative</b>	<b>59 900,00</b>	<b>35 982,79</b>	<b>58 000,00</b>
Le développement durable au service du tourisme	0,00	0,00	3 000,00
Accompagnement et assistance des acteurs publics	16 500,00	8 446,19	18 000,00
Accompagnement et assistance des acteurs privés	1 000,00	141,07	2 300,00
Accompagnement des têtes de réseau et des clubs professionnels locaux	400,00	101,00	3 400,00
Meublés de tourisme	1 200,00	1 100,00	2 600,00
Stratégie du collectif tourisme Bourgogne	500,00	340,20	700,00
Decibelles data	18 600,00	6 472,63	2 600,00
Information et communication auprès des acteurs locaux	800,00	0,00	2 200,00
Veille, observatoire et études	20 900,00	19 381,70	23 200,00
<b>Une nature haute qualité environnementale</b>	<b>46 800,00</b>	<b>35 066,18</b>	<b>55 500,00</b>
Activités nature hors vélo	1 500,00	527,80	3 500,00
Cyclotourisme	3 300,00	4 810,47	4 500,00
Parc national de forêts, Parc naturel régional du Morvan	0,00	32,20	2 500,00
Tourisme fluvial, mise en réseau autour des voies d'eau	1 000,00	3 165,35	5 000,00
Application mobile Balades en Bourgogne	9 000,00	20 109,48	10 000,00
Valorisation paysagère	32 000,00	6 420,88	30 000,00
<b>Un patrimoine d'exception</b>	<b>14 000,00</b>	<b>1 666,34</b>	<b>14 200,00</b>
MuséoParc Alésia	10 000,00	0,00	10 000,00
Mise en réseau autour du MuséoParc Alésia #EpiquesEpoques	0,00	1 651,00	2 200,00
Médiation / animation dans les sites et monuments	4 000,00	15,34	2 000,00
<b>Des savoir-faire 100% Côte-d'Or</b>	<b>3 700,00</b>	<b>1 372,41</b>	<b>14 400,00</b>
Stratégie et structuration de l'offre oenotouristique	2 700,00	454,50	5 500,00
Route des Grands Crus et Climats du vignoble de Bourgogne - Patrimoine mondial UNESCO	1 000,00	917,91	4 000,00
Gastronomie et produits du terroir	0,00	0,00	2 900,00
Excellence artisanale	0,00	0,00	2 000,00
<b>Dépl./tél./fax/exp./inf./fournitures</b>	<b>15 210,00</b>	<b>7 909,15</b>	<b>16 150,00</b>
<b>La Côte-d'Or une destination 100% désirable</b>	<b>279 900,00</b>	<b>277 431,11</b>	<b>300 840,00</b>
<b>Production de contenus, ressources éditoriales, iconographiques, audios et vidéos</b>	<b>4 200,00</b>	<b>4 687,10</b>	<b>22 000,00</b>
<b>Opérations promotionnelles et évènementielles</b>	<b>88 400,00</b>	<b>110 670,95</b>	<b>45 000,00</b>
<b>Relations avec les professionnels du tourisme intermédiaires</b>	<b>3 800,00</b>	<b>1 615,00</b>	<b>7 500,00</b>
Assitances, éductours et démarchages aux professionnels du tourisme	3 800,00	1 615,00	7 500,00
<b>Relations avec la presse</b>	<b>98 330,00</b>	<b>77 438,49</b>	<b>115 090,00</b>
Stratégie plan médias, dossiers de presse et communiqués de presse	6 900,00	6 919,36	5 400,00
Partenariats avec la presse et les radios régionales	64 480,00	52 493,81	64 340,00
Relation presse au national	26 950,00	18 025,32	45 350,00
<b>Communication print</b>	<b>53 300,00</b>	<b>52 190,42</b>	<b>46 200,00</b>
Outils édités par Côte-d'Or Tourisme	41 000,00	39 946,02	43 700,00
Outils édités en partenariat	12 300,00	12 244,40	2 500,00
<b>Communication digitale</b>	<b>22 700,00</b>	<b>26 460,00</b>	<b>56 200,00</b>
Sites internet	2 700,00	10 460,00	36 200,00
Réseaux sociaux et newsletters	20 000,00	16 000,00	20 000,00
<b>Dépl./tél./fax/exp./inf./fournitures</b>	<b>9 170,00</b>	<b>4 369,15</b>	<b>8 850,00</b>
<b>Des fonctions supports en amélioration 100% continue</b>	<b>1 243 400,00</b>	<b>1 274 894,77</b>	<b>1 050 578,00</b>
Qualité et suivi juridique	3 700,00	4 089,04	3 240,00
Ressources humaines et financières	1 135 500,00	1 148 203,83	924 300,00
Vie statutaire	16 425,00	34 872,75	34 348,00
Loyer	85 240,00	85 240,00	85 240,00
<b>Dépl./tél./fax/exp./inf./fournitures</b>	<b>2 535,00</b>	<b>2 489,15</b>	<b>3 450,00</b>
<b>TOTAL DES DEPENSES</b>	<b>1 662 910,00</b>	<b>1 634 322,78</b>	<b>1 509 668,00</b>

RECETTES	PREVISIONNEL COMPTABILITE GENERALE 2020	ENGAGEMENT NOVEMBRE 2020	PREVISIONNEL COMPTABILITE GENERALE 2021
cotisations	2 080,00	2 080,00	2 080,00
subvention de fonctionnement du Conseil départemental	1 286 638,00	1 286 638,00	1 286 638,00
subvention année thématique nature du Conseil départemental	50 000,00	50 000,00	50 000,00
subvention CD - programme de valorisation TS et TSAD	241 400,00	234 000,00	120 000,00
DM2 CD- compensation de la facturation de mise à disposition des véhicules	10 000,00	10 000,00	0,00
mécénat valorisation paysagère	34 150,00	14 000,00	34 150,00
remboursement AFDAS	6 143,00	4 000,00	3 500,00
remboursement CPAM	6 000,00	12 000,00	0,00
remboursement DRFIP (contrat vision pro)	0,00	0,00	0,00
participations prestataires, labels et recettes diverses	22 302,00	21 817,49	12 300,00
revenus financiers	1 000,00	500,00	1 000,00
reprise de provision	3 197,00	0,00	0,00
<b>TOTAL DES RECETTES</b>	<b>1 662 910,00</b>	<b>1 635 035,49</b>	<b>1 509 668,00</b>
<b>TOTAL DES RECETTES</b>	1 662 910,00	1 635 035,49	1 509 668,00
<b>TOTAL DES DEPENSES</b>	1 662 910,00	1 634 322,78	1 509 668,00
<b>SOLDE</b>	0,00	712,71	0,00

# LE CONSEIL D'ADMINISTRATION DE CÔTE-D'OR TOURISME EN 2021



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



Michel Rouger  
**Trésorier**  
Directeur général  
de la SPL MuséoParc  
Alésia



Pascal Mure  
**Trésorier adjoint**  
Président de  
Bienvenue  
à la ferme



Arnaud Postansque  
**Membre du Bureau**  
Président 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



Martine Eap-Dupin  
Conseillère  
départementale  
du canton de  
Semur-en-Auxois



Anne Erschens  
Conseillère  
départementale du  
canton de Dijon IV



Françoise Guerrier  
Présidente de l'office  
de Saulieu



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



Béatrice Moingeon-  
Hermary  
Conseillère départe-  
mentale du canton  
d'Arnay-le-Duc



Laurence Porte  
Conseillère  
départementale  
du canton de Montbard



Marie-Laure Rakic  
Conseillère départementale  
du canton de Beaune



Paul Robinat  
Conseiller  
départemental du canton  
de Talant



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



Jean-Michel Tissot  
Président de  
Destination  
Bourgogne



# L'ÉQUIPE DE CÔTE-D'OR TOURISME EN 2021

Stratégie, management et organisation



**ISABELLE COROND-PEINTRE**

Directrice  
Tél. 03 80 63 66 90  
isabelle.corondpeintre@cotedor-tourisme.com

Finances et ressources humaines



**KATIA BOUILLOT**

Responsable finances et RH  
Tél. 03 80 63 67 88  
katia.bouillot@cotedor-tourisme.com

Site internet grand public et appli numérique  
Base de données touristique  
Production de contenus



**CAROLINE HAILLET**

Chargée de communication  
Tél. 03 80 63 31 78  
caroline.haillet@cotedor-tourisme.com

Communication print grand public  
Relations avec les médias locaux et les professionnels du voyage - Événementiels



**ANAÏS GAURE**

Chargée de communication  
Tél. 03 80 63 66 95  
anaïs.gaure@cotedor-tourisme.com

Relations avec la presse nationale  
Assistance actions promotionnelles - Veille



**ELODIE JACOPIN**

Chargée communication/presse  
Tél. 03 80 63 31 79  
elodie.jacopin@cotedor-tourisme.com

Label Villes et villages fleuris  
Conseil aux communes



**ALBINE GUILLAUME**

Chargée de promotion  
structuration et valorisation paysagère  
Tél. 03 80 63 66 92  
albine.guillaume@cotedor-tourisme.com

Diffusion de la documentation  
et bourse d'échange  
Suivi technique des outils numériques



**CHRISTOPHE SAUVAGE**

Assistant communication  
Tél. 03 80 63 69 49  
christophe.sauvage@cotedor-tourisme.com

Plans marketing - Réseaux sociaux  
Production de contenus



**ISABELLE CASSOTTI**

Chargée de communication  
Tél. 03 80 63 69 36  
isabelle.cassotti@cotedor-tourisme.com

Classement des meublés  
Labellisation Accueil Vélo et autres labels



**ISABELLE MANCEAU**

Chargée de développement  
Tél. 03 80 63 31 72  
isabelle.manceau@cotedor-tourisme.com

Vie de l'association  
Qualité



**VIVIANE BRION**

Attachée de direction et responsable Qualité  
Tél. 03 80 63 66 94  
viviane.brion@cotedor-tourisme.com

Assistances aux acteurs locaux  
Tourisme durable



**KARINE VANNET**

Chargée de développement  
Tél. 03 80 63 31 80  
karine.vannet@cotedor-tourisme.com

Infographie web - Production de contenus  
Observation statistique



**CLAIRE GUÉREL**

Webdesigner  
Tél. 03 80 63 66 80  
claire.guerel@cotedor-tourisme.com

Mise en réseaux territoriaux ou d'acteurs touristiques  
Communication auprès des acteurs locaux



**MARION BEIGENGER**

Chargée de développement  
Tél. 03 80 63 64 84  
marion.beigenger@cotedor-tourisme.com

Infographie print - Ressources iconographiques,  
éditoriales, audios et vidéos



**ROZENN KREBEL**

Photographe  
Infographiste  
Tél. 03 80 63 62 57  
rozenn.kriebel@cotedor-tourisme.com

Appui aux assistances développement  
Appui aux actions de communication  
Production de contenus



**CÉLIA MAZUIR**

Assistante développement  
Tél. 03 80 63 66 34  
celia.mazuir@cotedor-tourisme.com



## Côte-d'Or Tourisme

BP 1601 - 21035 Dijon cedex

Tél. : 03 80 63 69 49 - [contact@cotedor-tourisme.com](mailto:contact@cotedor-tourisme.com)

### **COMMUNICATION GRAND PUBLIC**

Site portail grand public : [www.cotedor-tourisme.com](http://www.cotedor-tourisme.com)

Site affinitaire nature : [www.bouger-nature-en-bourgogne.com](http://www.bouger-nature-en-bourgogne.com)

Facebook : [www.facebook.com/cotedortourisme](http://www.facebook.com/cotedortourisme)

Instagram : [@la\\_cote\\_dor\\_jadore](http://www.instagram.com)

Newsletter : [www.cotedor-tourisme.com/bourgogne/newsletter](http://www.cotedor-tourisme.com/bourgogne/newsletter)

Pinterest : [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com) - [cotedortourisme](https://www.pinterest.com/cotedortourisme)

Twitter : [www.twitter.com](http://www.twitter.com) - [@CotedorTourisme](https://www.twitter.com/CotedorTourisme)

Youtube : [www.youtube.com](http://www.youtube.com) - [CoteDOrTourisme](https://www.youtube.com/CoteDOrTourisme)

Site Bourguignon d'un jour : [www.bourguignondunjour.com](http://www.bourguignondunjour.com)

Facebook des greeters : [www.facebook.com/greetersbourgogne](http://www.facebook.com/greetersbourgogne)

Blog une année en Côte-d'Or : [www.cotedor-tourisme.com/blog-une-annee-en-cotedor](http://www.cotedor-tourisme.com/blog-une-annee-en-cotedor)

### **BALADES EN BOURGOGNE**

Téléchargement gratuit sur l'App Store et Google Play.

### **COMMUNICATION PROFESSIONNELLE**

Site internet : [www.pro.cotedor-tourisme.com](http://www.pro.cotedor-tourisme.com)

Facebook pro : [www.facebook.com/cotedortourismepro](http://www.facebook.com/cotedortourismepro)

Base de données : [pros-decibelles-data.tourinsoft.com](http://pros-decibelles-data.tourinsoft.com)

Open data : [decibelles-data.tourinsoft.com](http://decibelles-data.tourinsoft.com)

Directrice de la publication : Marie-Claire BONNET-VALLET – Présidente de Côte-d'Or Tourisme

Dépôt légal : Mai 2021 – N°ISSN : 2260-376X - Tirage : 100 exemplaires - Impression : DICOLOR 21850 Saint-Apollinaire