

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2023

Assemblée générale
du 17 juin 2024

**POUR UNE DESTINATION JURA
AU SERVICE DE L'ATTRACTIVITÉ
ET DU CADRE DE VIE DES JURASSIENS**



ÉDITO DU PRÉSIDENT



Avec 9,3 millions en 2023, la fréquentation touristique progresse de 3% par rapport à 2022. La clientèle française est en hausse tandis que la clientèle étrangère stagne avec une forte baisse l'été compensée par une augmentation des parts de marché sur les ailes de saisons (Belgique, Suisse, Allemagne).

Les grands gagnants de la hausse des nuitées sont les hôtels, les campings et les sites culturels et patrimoniaux (7 sites dépassent les 50 000 visiteurs - RECORD HISTORIQUE).

Les SOFT POWER DU TOURISME

Mais considérer le tourisme uniquement sous l'angle économique et quantitatif est réducteur. Le tourisme est un puissant levier d'image positif à l'extérieur pour nos savoir-faire, nos filières d'excellence, nos produits, en créant des opportunités de coopération entre acteurs. Il contribue à l'amélioration du cadre de vie des Jurassiens (activités de loisirs, événements culturels et sportifs, aménagement du territoire, offres commerciales et de services en milieu rural, ...).

Il est à souligner également que le tourisme en 2023 a amorcé sa mutation, sa transition vers une activité plus résiliente, plus durable, plus équilibrée, les nouvelles orientations du Schéma Départemental du Tourisme et des Loisirs 2024-2028 en sont l'illustration.

J'adresse à l'occasion de ce rapport et de l'Assemblée Générale mes remerciements et ma reconnaissance aux administratrices et aux administrateurs du CDT, aux EPCI, aux professionnels et Offices de Tourisme très présents dans nos actions et naturellement aux salariés du CDT qui œuvrent quotidiennement à la réussite du Jura.

Gérome FASSENET, Président du Comité Départemental du Tourisme du Jura

SOMMAIRE

Conseil d'Administration du CDT	3
Les missions et fonctions du CDT	4
Mission d'ingénierie Territoriale	8
Communication touristique Destination Jura	27
Mission Distribution et Commercialisation	62
Bilan financier	71



1/ CONSEIL D'ADMINISTRATION DU CDT

PRESIDENT

Gérôme FASSETT, Président du Conseil Départemental, Conseiller Départemental du Canton de Mont sous Vaudrey – Administrateur de droit

BUREAU

Jean-Baptiste GAGNOUX, vice président du bureau, Conseiller Départemental du Canton Dole 1 et Cinquième Vice-président en charge des collègues, de l'éducation, des archives départementales, du souvenir et devoir de mémoire. - Administrateur de droit

Franck DAVID, vice président du bureau, Conseiller Départemental du Canton d'Authume et Premier Vice-président en charge des Ressources et patrimoine naturels, eau, agriculture, forêt, laboratoire - Administrateur de droit

Sebastien BENOIT GUYOD, vice président du bureau, Conseiller Départemental du Canton de Morez - Administrateur de droit

Maryvonne CRETIN-MAITENAZ, Secrétaire, Conseillère Départementale du Canton de Morez et Deuxième Vice-présidente en charge de l'enfance, la famille et la santé - Administrateur de droit

Jean-Pierre COSTENTIN, Trésorier, Président Camping Jura et représentant l'Hôtellerie de Plein Air - Administrateur de droit

Patrick FRANCHINI, Trésorière adjoint, Président UMIH 39 - Administrateur de droit

Pierre-Emmanuel BERTHET, Représentant le Président de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Jura - Administrateur de droit

Denis CONTE, Président des Gîtes de France du Jura - Administrateur de droit

Nelly DURANDOT, Conseillère Départementale du Canton de Saint Lupicin - Administrateur de droit

Francis PIOT, Président Logis du Jura - Administrateur de droit

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Philippe ANTOINE, Conseiller Départementale du Canton de Bletterans - Administrateur de droit

Jean-Michel CHARNU, Président de la Chambre de Métiers du Jura / CMAI Franche-Comté - Administrateur de droit

Christelle MORBOIS, Conseiller Départemental du Canton de Poligny et Dixième Vice-présidente en charge de la jeunesse, du sport et de la vie associative - Administrateur de droit

Christian NOUVELOT, Désigné par le CA GdF pour représenter le label repr. + de 50% de CA à la centrale - Administrateur de droit

Lucie PONCET, Représentant le Président de la Chambre d'Agriculture du Jura - Administrateur de droit

Christine RIOTTE, Conseillère Départementale du Canton de Dole 1 - Administrateur de droit

Gilles TONNAIRE, Président Clévacances Jura - Administrateur de droit

Françoise VESPA, Conseillère Départementale du Canton de St Laurent en Grandvaux - Administrateur de droit

Yoanna WANCAUWENBERGHE, Conseillère Départementale du Canton de Lons 2 - Administrateur de droit

Dominique BONNET, Président CDC APS et représentant la filière patrimoine culturel – Autre administrateur

Christian BUCHOT, Président de la CDC Porte du Jura et représentant les EPCI – Autre administrateur

Michel CETRE, Maire de Salins-les-Bains et représentant les activités de loisirs, partenaires – Autre administrateur

Vincent CHARPENTIER, Membre de l'UNAT Bourgogne Franche-Comté - représentant les centres de vacances – Autre administrateur

Delphine GALLOIS, Délégué par la Communauté de Communes de la Station des Rousses et représentant les communes touristiques – Autre administrateur

Robert GROS, Vice-Président CDRP Jura et délégué, représentant les activités de loisirs, partenaires – Autre administrateur

Christian LAGALICE, Président la CdC La Plaine Jurassienne et représentant les EPCI – Autre administrateur

Claude MERCIER, Vice-Président CDC HJSC Délégué de l'OT de Tourisme HJ SC et représentant les OTSI – Autre administrateur

Stéphane TRIBOULET, Directeur de Dole Tourisme et représentant les OTSI – Autre administrateur

Guy VACELET, Vice-Président Espace Nordique Jurassien et délégué, représentant les activités de loisirs, partenaires – Autre administrateur

+ les membres du Bureau

2/ LES MISSIONS ET FONCTIONS DU CDT

Outil du Conseil départemental pour le développement touristique au service de l'attractivité du Jura et de la performance des acteurs



Selon le Code du Tourisme, le CDT est créé à l'initiative du Conseil départemental du Jura pour élaborer et mettre en œuvre la politique départementale. Membre du Réseau National ADN Tourisme (fédération nationale des CRT - CDT/ADT - OT), reconnu par l'Assemblée des départements de France.

Il exerce les missions suivantes :

- 1** **Fédérer tous les décideurs et acteurs de la filière transversale du tourisme, les professionnels**
- 2** **Valoriser l'attractivité du Jura**
- 3** **Dynamiser, stimuler l'offre touristique, favoriser l'innovation et la qualité**
- 4** **Mesurer, évaluer et analyser l'évolution des flux de clientèles,**
- 5** **Professionaliser les acteurs**
- 6** **Produire et commercialiser l'offre touristique du Jura**
- 7** **Animer le réseau des Offices de Tourisme en tant que Relais Territorial JURA.**



DÉMARCHE D'ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE JURA

NOUVEAU DÉFI DES TERRITOIRES

LE TOURISME
1^{ER} LEVIER D'ATTRACTIVITÉ ET SOURCE DE RETOMBÉES ÉCONOMIQUES
POUR LES TERRITOIRES
LE TOURISME, C'EST LA VALORISATION DU CADRE DE VIE, DE LA QUALITÉ DE VIE ET DES
SAVOIR-FAIRE.

LE TOURISME

C'EST «L'ALLIÉ ET LE
LEVIER D'ATTRACTIVITÉ
DES TERRITOIRES»

DE LA COMPÉTITIVITÉ
TOURISTIQUE
ESSENTIELLEMENT

DE L'IMAGE POSITIVE
ET SÉDUISANTE POUR
FAIRE RAYONNER
LE JURA

DE L'ATTRACTIVITÉ
ÉCONOMIQUE ET
RÉSIDENTIELLE

UNE PLATEFORME D'ATTRACTIVITÉ

MULTIMARQUES

Marque ombrelle **JURA**

Marques partenaires :



Marque territoire

**MULTIFILIÈRES
+ CAMPAGNES
SAISONS**

Grands sites et activités
Outdoor

Campagne Hiver/
Campagne Printemps

Gastronomie, oenotourisme
et art de vivre

Patrimoine, culture

Évènements

MULTIMÉDIAS

Web

Réseaux sociaux

Radio - TV

Médias presse et
influenceurs

POUR

La mise en œuvre collaborative du
plan marketing JURA

Un PLAN MARKETING JURA : Une « chaîne de valeurs » au service du développement touristique JURA à partir d'une gamme de services pluridisciplinaires

PLATEFORME D'ATTRACTIVITÉ JURA

ACCOMPAGNER LES TERRITOIRES ET LES PROFESSIONNELS DU TOURISME :

Assistance technique pour études et schémas locaux du tourisme (AMO), Aides à la labélisation et à la qualification de l'offre (Classements, Vignobles & Découvertes, Qualité Tourisme, Accueil Vélo, Échappée Jurassienne...), Accompagnements et Conseils aux porteurs de projet, Études d'opportunités de projets, Programme de formations, Création d'outils dédiés aux professionnels.

www.cdt-jura.fr

Intervention dans le cadre de l'Agence d'Ingénierie Départementale

PRODUCTION DE SÉJOURS ET COMMERCIALISATION



OPÉRATIONS COMMERCIALES

CAMPAGNES MULTICANAUX



OBSERVATOIRE

CONNAISSANCE DES MARCHÉS
QUALIFICATION
STRUCTURATION DE L'OFFRE
DÉCLALOC

SALONS ET ÉVÉNEMENTS



ÉDITIONS

MAGAZINE JURA,
CARTE TOURISTIQUE,
AFFICHES, ...



50 000 ex

103 000 ex
+ 10 000 ex
pour le CIVJ

PRODUCTION ET GESTION DE CONTENUS

INSPIRATIONNELS ET PRATIQUES
(TEXTES, PHOTOS, VIDÉOS)



PLATEFORME DIGITALE ET NUMÉRIQUE

SITE PORTAIL WWW.JURA-TOURISM.COM
ET RÉSEAUX SOCIAUX



RELATIONS PRESSE

MÉDIAS ET
INFLUENCEURS-BLOGUEURS



La vocation de cette plateforme vise à favoriser un travail collectif de la promotion globale du Jura entre acteurs publics et acteurs privés.

3/ GAMME DE SERVICES DE JURA TOURISME

3 TYPES DE COMMANDITAIRES ET DE CLIENTS

Le Département pour élaborer et mettre en œuvre sa politique du Tourisme

Les Territoires (EPCI/OT) pour l'appui technique selon un nouveau mode d'intervention en lien avec les services du département et l'agence d'Ingénierie Départementale

Les Touristes, les jurassiens et les collectifs socio-professionnels.

LA GAMME DE SERVICES AUTOUR DE 6 GRANDES CATÉGORIES D' ACTIONS

- **Observatoire et veille marketing en lien avec le CRT** (connaissance du parc hébergements, connaissance et expertise marché pour évaluer l'opportunité d'une action et/ou d'un projet).
- **Qualification des filières, labellisations, démarches qualité** de l'offre et des produits.
 - Qualité Tourisme
 - Classements meublés
 - Tourisme et Handicaps
 - Vignobles & Découvertes
 - Accueil Vélo
 - Pêche de loisir
 - Assistance technique auprès des porteurs de projet
- **Actions de promotion génériques, par filière et/ou par territoire**
 - Salons, évènements, animations de clubs-filières, web-marketing, éditions, relations presse, actions de communication multicanal, vidéo
- **Actions de distribution, de mise en marché et de commercialisation**
 - Productions de Séjours, circuits touristiques, ...
 - Prestations diverses
 - Vente de produits touristiques
- **Conseil et expertise numérique auprès des professionnels et sociaux-professionnels.**
- **Assistance en ingénierie touristique** (appui à la définition de stratégie territoriale - EPCI - OT, schémas locaux du tourisme, ...) en relation avec l'Agence d'Ingénierie.



MISSION D'INGÉNIERIE TERRITORIALE

Cette mission vise à accompagner les territoires, les porteurs de projets et les socio-professionnels pour renforcer et adapter l'offre touristique.

1/ CONNAÎTRE ET ANALYSER L'OFFRE ET LA DEMANDE / MARKETING

Ce secteur d'activité vise à produire les supports et ressources permettant de mesurer l'évolution de l'activité touristique du Jura à travers notamment les notes de conjonctures et chiffres-clés du tourisme. Cette mission d'Observatoire de la fréquentation et de l'offre s'exerce avec l'appui du CRT BFC dans le cadre d'une convention annuelle de partenariat. Voici quelques extraits des productions. Cette mission s'appuie également sur le dispositif « Flux Vision Tourisme » proposé par Orange qui permet d'assurer la mesure et l'évaluation des nuitées tout au long de l'année.

LES CLIENTÈLES

DANS LE JURA



LES CLIENTÈLES FRANÇAISES

6,2 millions
de nuitées françaises
extra-départementales en 2023
(+7%)
dont 33,7% en juillet-août
(touristes originaires d'autres départements)



909 000
nuitées
intra-départementales en 2023
(-14%)
dont 17,3% en juillet-août
(touristes originaires du Jura)

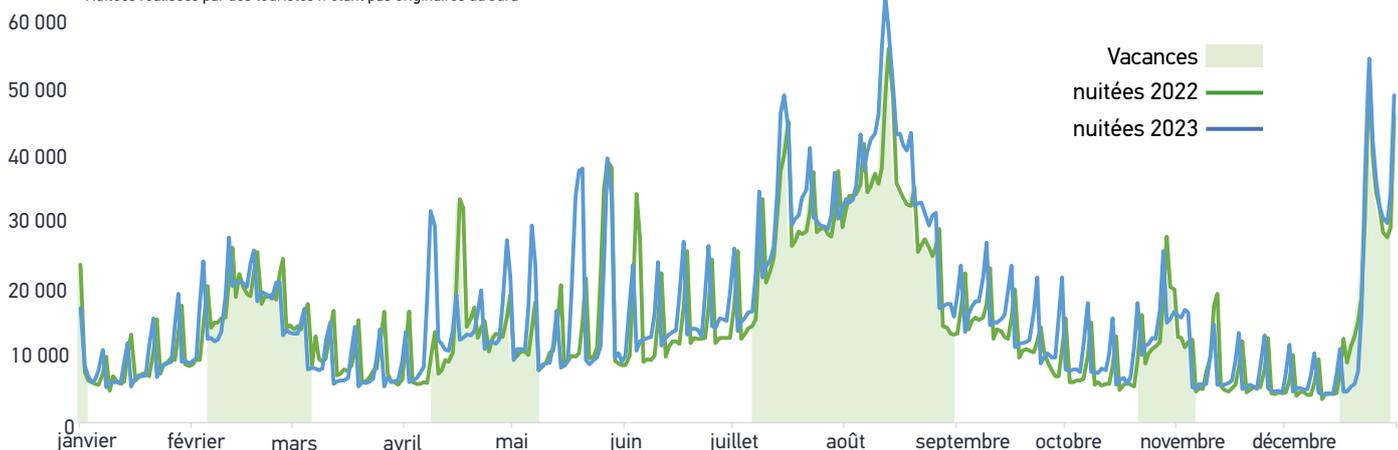


DURÉE MOYENNE
DE SÉJOUR

2,84 jours
(+0,12 jour)

LES NUITÉES FRANÇAISES EXTRA-DÉPARTEMENTALES DANS LE JURA

Nuitées réalisées par des touristes n'étant pas originaires du Jura



RÉPARTITION DES NUITÉES PAR PÉRIODE

nuitées françaises extra-départementales



Été (55 jours) : **31,6%** des nuitées

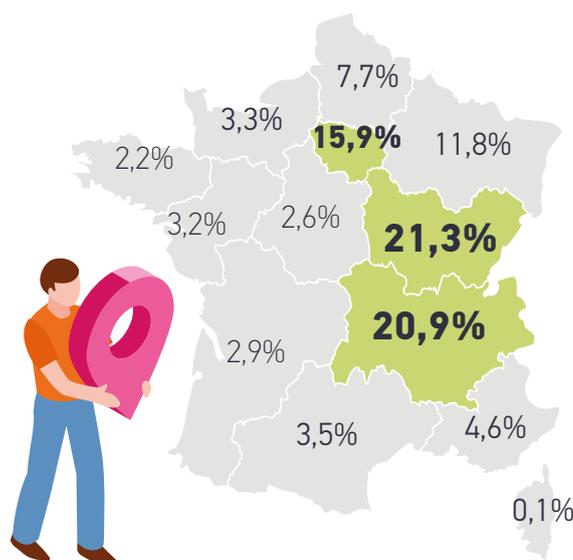
Noël (11 jours) : **6,1%** des nuitées

Hiver (30 jours) : **8,8%** des nuitées

Toussaint (16 jours) : **3,9%** des nuitées

Pâques (31 jours) : **8,1%** des nuitées

Hors congés scolaires (222 jours) : **41,5%** des nuitées



LES CLIENTÈLES FRANÇAISES EXTRA DÉPARTEMENTALES DANS LE JURA

*Touristes originaires de Bourgogne-Franche-Comté hors Jura

LES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES



NUITÉES ÉTRANGÈRES

3,3 millions (+2%)
(30,3% en juillet-août)

2,2 millions
hors Europe de l'Est et Espagne*
(équivalent 2022)
(37,1% en juillet-août)



NUITÉES PAR PÉRIODE

(hors pays d'Europe de l'Est et Espagne*)

- Été (55 jours) : **34,6%** des nuitées
- Noël (11 jours) : **3,3%** des nuitées
- Hiver (30 jours) : **4,2%** des nuitées
- Toussaint (16 jours) : **2,9%** des nuitées
- Pâques (31 jours) : **6,4%** des nuitées
- Hors congés scolaires (222 jours) : **48,6%** des nuitées

HÔTELLERIE

97 600 nuitées

HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

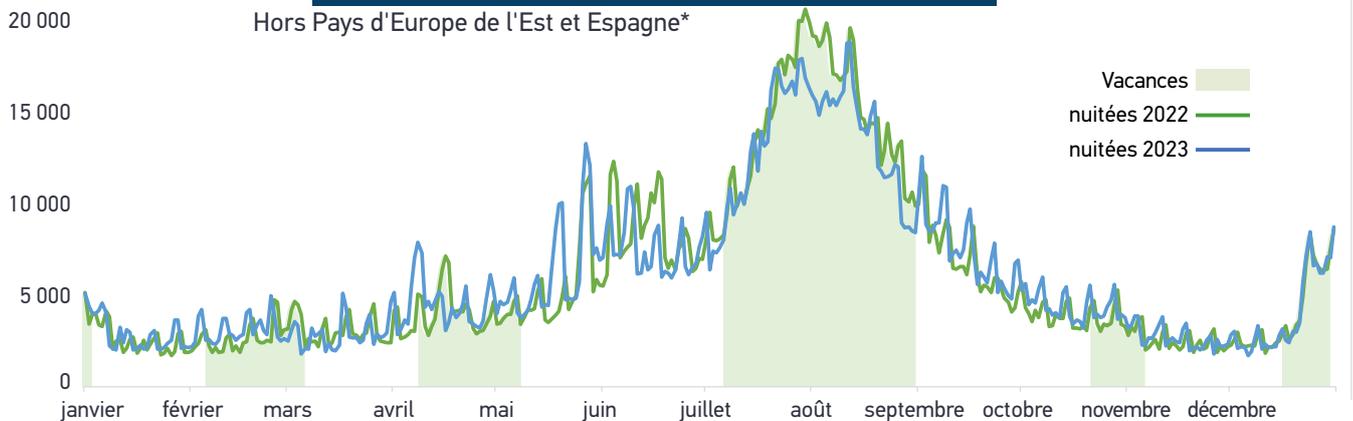
436 000 nuitées

GÎTES RURAUX EN CENTRALE

15 200 nuitées (-22%)

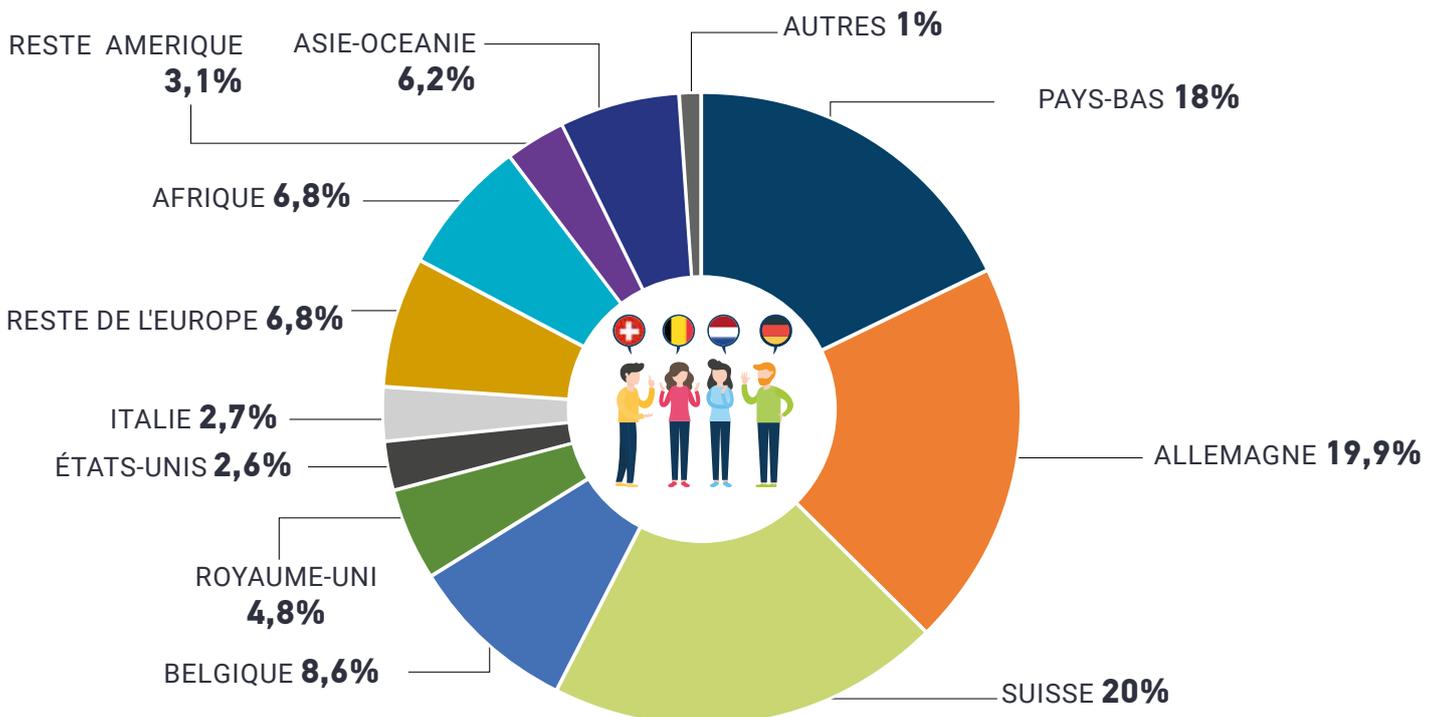
LES NUITÉES ÉTRANGÈRES DANS LE JURA

Hors Pays d'Europe de l'Est et Espagne*



ORIGINE DES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES DANS LE JURA

Répartition des nuitées hors Pays d'Europe de l'Est et Espagne*



*Europe de l'Est : Albanie, Biélorussie, Bosnie-Herzégovine, Bulgarie, Croatie, Estonie, Hongrie, Kosovo, Lettonie, Lituanie, Macédoine, Moldavie, Monténégro, Pologne, République Tchèque, Roumanie, Russie, Serbie, Slovaquie, Slovénie, Ukraine

FRÉQUENTATION PAR ZONE TOURISTIQUE



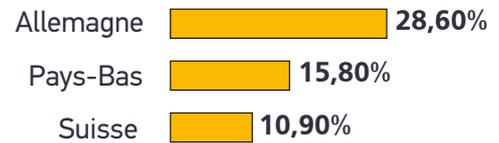
PAYS DE DOLE ET VAL D'AMOUR

NUITÉES TOURISTIQUES
FRANÇAISES

1 194 000 NUITÉES
+3% PAR RAPPORT À 2022

NUITÉES TOURISTIQUES
ÉTRANGÈRES

624 600 NUITÉES
+10% PAR RAPPORT À 2022



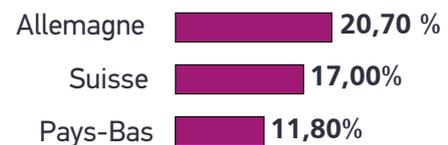
PAYS DE LONS BRESSE VIGNOBLE ET REVERMONT

NUITÉES TOURISTIQUES
FRANÇAISES

1 564 000 NUITÉES
+4% PAR RAPPORT À 2022

NUITÉES TOURISTIQUES
ÉTRANGÈRES

534 000 NUITÉES
ÉQUIVALENT À 2022



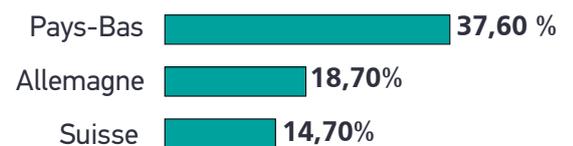
PAYS DES LACS ET PETITE MONTAGNE

NUITÉES TOURISTIQUES
FRANÇAISES

1 386 000 NUITÉES
+12% PAR RAPPORT À 2022

NUITÉES TOURISTIQUES
ÉTRANGÈRES

545 000 NUITÉES
-21% PAR RAPPORT À 2022



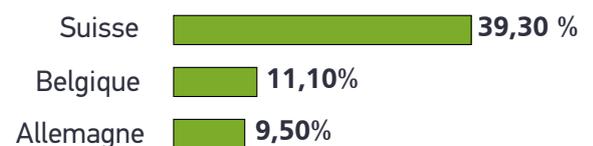
HAUT-JURA

NUITÉES TOURISTIQUES
FRANÇAISES

1 972 000 NUITÉES
+4% PAR RAPPORT À 2022

NUITÉES TOURISTIQUES
ÉTRANGÈRES

519 000 NUITÉES
+13% PAR RAPPORT À 2022



LA FRÉQUENTATION DES HÔTELS



LA FRÉQUENTATION EN 2023

ENSEMBLE


340 500 arrivées
516 900 nuitées


DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR
1,5 jour

CLIENTÈLES FRANÇAISES


270 200 arrivées
419 300 nuitées

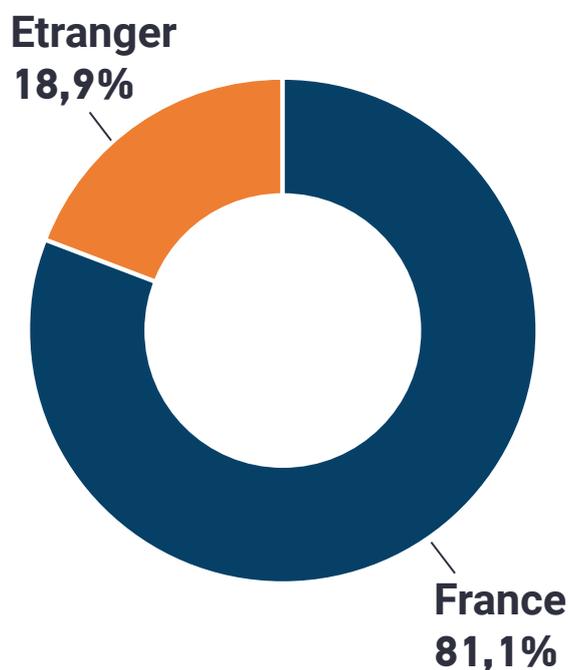

DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR
1,55 jour

CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES


70 200 arrivées
97 600 nuitées


DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR
1,39 jour

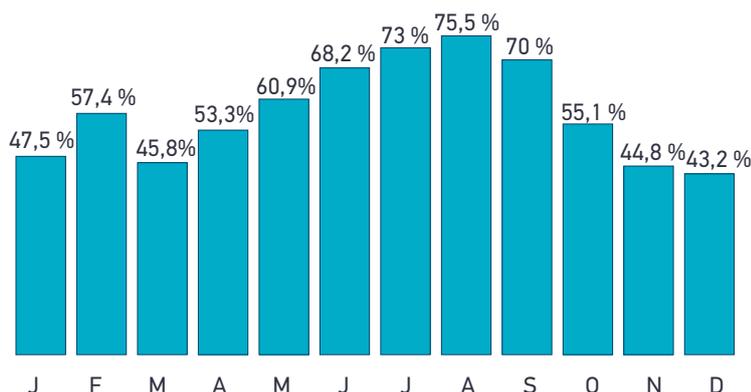
RÉPARTITION DES NUITÉES



LES TAUX D'OCCUPATION EN 2023



TAUX D'OCCUPATION
ANNÉE 2023
58,7%



Source : INSEE - DGE - CRT

LA FRÉQUENTATION DES CAMPINGS



LA FRÉQUENTATION EN 2023



290 300 arrivées
1 181 500 nuitées

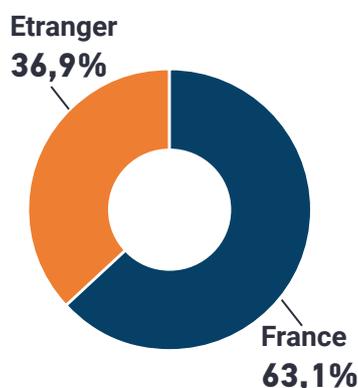
DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR

4,1 jours

Emplacements nus	52,7% des nuitées
Emplacements équipés	47,3% des nuitées
Durée moyenne de séjour nus	4,0 jours
Durée moyenne de séjour équipés	5,9 jours

LES CLIENTÈLES EN 2023

RÉPARTITION DES NUITÉES



LES NUITÉES ÉTRANGÈRES

PAYS-BAS	48,3%	(210 600 nuitées)
ALLEMAGNE	21,5%	(93 800 nuitées)
BELGIQUE	13,3%	(58 200 nuitées)
SUISSE	10,5%	(46 000 nuitées)
ROYAUME-UNI	3,8%	(16 700 nuitées)
DANEMARK	0,7%	(3 200 nuitées)
ESPAGNE	0,4%	(1 600 nuitées)
AUTRES PAYS	1,5%	(6 400 nuitées)

LES TAUX D'OCCUPATION EN 2023

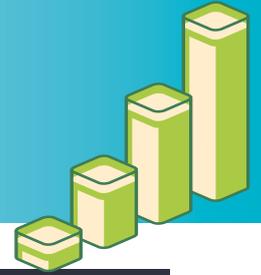


TAUX D'OCCUPATION SAISON 2023
avril à septembre
41,6%



Emplacements nus	37,3%
Emplacements équipés	49,8%
1-2 étoiles	37,3%
3 étoiles	43,8%
4-5 étoiles	43,8%
Non classés	30,6%

LA FRÉQUENTATION DES LOCATIONS



LES LOCATIONS PAR LES PLATEFORMES DE RÉSERVATION

Champ observé : données des logements offerts à la location sur les plateformes de réservation Airbnb et Homeaway



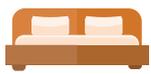
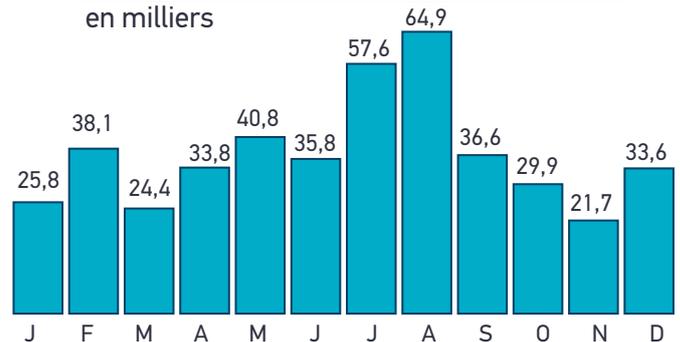
NOMBRE DE LOCATIONS
4 131
dont louées au moins une
fois en 2023
3 906



NUITS OFFERTES
841 263
NUITS OCCUPÉES
443 245

NUITS LOGEMENT MENSUELLES

en milliers



NUITÉES (ESTIMATION)
1 108 113



TAUX D'OCCUPATION
52,7%



CHIFFRE D'AFFAIRES
51,6 millions \$

Définitions :

Nombre de locations : nombre total d'offres offrant au moins une journée à la location en 2023

Nuits offertes : nombre total de nuits-logements mises en location en 2023

Nuits occupées : nombre total de nuits-logements louées en 2023

Taux d'occupation : rapport entre les nuits offertes et les nuits occupées

Estimation nuitées : nombre de nuits/logement occupées multiplié par 2,5

Source : Liwango

LES GITES DE FRANCE EN CENTRALE DE RÉSERVATION



19 480 arrivées
132 660 nuitées



**DURÉE MOYENNE
DE SÉJOUR**

6,8 jours

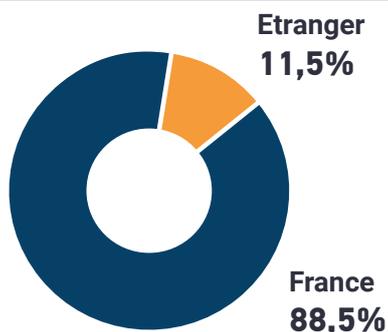


TAUX D'OCCUPATION

46,61%

(gîtes en centrale
et planning partagé)

RÉPARTITION DES NUITÉES



LES NUITÉES ÉTRANGÈRES

BELGIQUE	35%	(5 300 nuitées)
ALLEMAGNE	18,1%	(2 800 nuitées)
PORTUGAL	11,7%	(1 800 nuitées)
SUISSE	6,7%	(1000 nuitées)
POLOGNE	6,2%	(940 nuitées)
ROYAUME-UNI	6,1%	(930 nuitées)
PAYS-BAS	4,9%	(750 nuitées)
AUTRES PAYS	11,25%	(1 700 nuitées)

Source : Gîtes de France

LIEUX DE VISITES ET GRANDS ÉVÉNEMENTS



9 sites et lieux de visite accueillant plus de 50 000 visiteurs en 2023

468

Biens protégés au titre des Monuments Historiques



PRINCIPAUX SITES DANS LE JURA

SITE	VISITEURS 2023	VISITEURS 2022	VISITEURS 2021	GRATUIT-PAYANT
Cascades du Hérisson - Menétrux-en-Joux	339 372	273 554	306 783	Gratuit
La Grande Saline - Salins-les-Bains	83 282	73 860	48 404	Payant
Cave d'affinage JuraFlore - Les Rousses	68 728	ND	ND	Payant
Musée du Jouet - Moirans-en-Montagne	66 001	52 017	37 178	Payant
Grotte - Baume-les-Messieurs	62 059	58 000	41 977	Payant
Maison de la Vache qui rit - Lons-le-Saunier	54 403	43 705	36 482	Payant
Grotte des Moidons - Molain	52 933	51 000	31 313	Payant
Les Maisons de Louis Pasteur - Arbois et Dole	52 400	55 809	27 424	Payant
Maison natale de Louis Pasteur - Dole	30 650	28 309	10 428	Payant
Maison & Laboratoire de Louis Pasteur - Arbois	21 750	27 500	16 996	Payant
Maison du Comté - Poligny	50 376	40 298	27 905	Payant
Espace des Mondes polaires - Prémanon	21 173	22 610	11 755	Payant
Château de Chevreaux - Chevreaux	19 404	21 178	18 003	Gratuit
Musée des Beaux-Arts - Dole	19 271	14 504	8 542	Gratuit
Domaine viticole Jacques Tissot - Arbois	18 780	19 500	20 295	Gratuit
Villa Palladienne - Syam	17 985	18 200	15 000	Payant
Musée de la pipe et du diamant - Saint-Claude	15 000	15 788	14 361	Payant
Musée des machines à nourrir le monde - Clairvaux-les-Lacs	15 000	15 000	12 500	Payant
Maison de la Haute Seille + Ecole d'Autrefois - Château-Chalon	13 047	11 926	6 728	Payant
Abbaye - Baume-les-Messieurs	12 062	13 567	10 295	Payant

* Estimations. - ND : Non disponible

SITE	VISITEURS 2023	VISITEURS 2022	VISITEURS 2021	GRATUIT- PAYANT
Baraques bûcheronnes du 14 - La Vieille Loye	11 962	9 878	7 931	Payant
Musée de la lunette - Haut-de- Biene Morez	11 648	9 899	4 758	Payant
Jurafaune - Hauteroche	10 973	10 825	8 000	Payant
Atelier des Savoir-Faire - Ravilloles	10 337	10 118	8 193	Payant
Labyrinthe Maïs - Foucherans	9 000	10 000	10 000	Payant
Musée des Lapidaires - Lamoura	8 296	6 934	3 928	Payant
Château - Arlay	7 480	5 654	5 056	Payant
Le Monde des automates - Saint-Claude	6 168	6 387	4 196	Payant
Musée de l'Abbaye - Saint-Claude	5 772	10 811	7 390	Payant
Musée de la vigne et du vin Château-Pécauld - Arbois	5 676	5 492	3 982	Payant
Musée des Beaux-Arts - Lons-le-Saunier	5 660	8 000	5 929	Payant
Maison des Cascades - Menétrux-en-Joux	5 483	7 794	6 300	Payant
Maison du Parc - Lajoux	4 285	3 352	2 039	Payant
Musée des véhicules anciens - Perrigny	3 900	3 011	2 468	Payant

 musées

 sites industriels et techniques

 sites religieux

* Estimations.

 grottes, parcs à thème

 sites historiques (châteaux, citadelles,...)

 sentiers, sites naturels

ND : Non disponible

Bien inscrit sur la Liste du Patrimoine mondial de l'UNESCO

GRANDS ÉVÉNEMENTS DU JURA



ÉVÉNEMENTS	VISITEURS 2023	VISITEURS 2022	VISITEURS 2021
Week-end du Chat perché - Dole	60 000	37 000	annulé
Festival No Logo - Fraisans	52 000	45 000	21 000
Cirques et Fanfares - Dole	45 000	45 000	annulé
Percée du Vin jaune	21 500	15 000	annulé
Festival Idéklic - Moirans en Montagne	16 000	18 000	16 000
Festival les Gueules de Bois - Sarroigna	8 000	7 000	800
Festival Rockalissimo - Saint Aubin	6 000	6 000	annulé
Noël au Pays du Jouet - Moirans-en-Montagne	3 500	4 000	3 000
Chahut au Château - Gevingey	2 600	4 000	4 000

LES OFFICES DE TOURISME & LES FILIÈRES

LES OFFICES DE TOURISME



11 offices de tourisme
dont 3 offices de catégorie 1

106 632 demandes aux comptoirs
dont 9,9% de demandes étrangères
(sur 9 offices répondant)



BELGIQUE
2 991

ALLEMAGNE
2 117

SUISSE
1 744

AUTRES PAYS :

PAYS-BAS **1 574**

ROYAUME-UNI **572**

ESPAGNE **209**

ETATS-UNIS **153**

ITALIE **147**

AUTRES **1 050**

LES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES - NOMBRE DE DEMANDES AUX COMPTOIRS

Source : MASCOT - Offices de tourisme

LES FILIÈRES

TOURISME FLUVIAL

38 km de voies navigables

1 854 passages à l'écluse de St-Symphorien



ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

4 987 km de sentiers inscrits au PDIPR et 566 km de sentiers GR

Pêche : 2 500 km de rivières classées 1^{ère} et 2^{ème} catégorie

Globalement, plus de 220 sites d'activités de pleine nature, dont 24 sites d'escalade, 2 via-ferrata, 1 via-corda, 20 sites de baignade, canyonisme 20 sites + 4 commerciaux, 20 sites de plongée, 20 sites de vol libre, 10 sites de canoé-kayak

SKI ALPIN

55 remontées mécaniques

3 887 900 € euros de CA
en 2022/2023

196 500 journées skieurs
en 2022/2023



SKI DE FOND

Hiver 2022/2023

1 026 980 euros de redevance
233 165 journées skieurs

Hiver 2023/2024

628 000 euros de redevance
147 250 journées skieurs

(source : Espace Nordique Jurassien)



TOURISME À VÉLO

42 km d'EuroVelo6

75 773 passages vélo à Saint-Ylie / Dole (-2,2%)

20 469 passages vélo à Salins-les-Bains
(voie des Salines) (+7,6%)

35 123 passages (62,9% de vélos) à Molay
(Voie de la Bresse Jurassienne) (-5,1%)

78 437 passages (46,5% de vélos) à
Champagnole (-5,0%)

78 271 passages vélos à Baverans
(EuroVelo6) (-5,7%)



THERMALISME

3 231

cures thermales en 2023



58 158

journées curistes

AÉROPORT DE DOLE

125 141 passagers



GASTRONOMIE RESTAURATION

3 restaurants 1*
au guide Michelin



145 prestataires labellisés
Vignobles & Découvertes



AOC

15 AOC

7 vins, 3 fromages, 2 volailles, beurre et
crème de Bresse et 1 AOC bois du Jura

LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES



EMPLOI TOURISTIQUE

4 309

emplois salariés liés au tourisme (3 507 ETP), soit

7,2% de l'emploi salarié marchand du département

13,5% de l'emploi touristique régional

12,9% de l'emploi (effectif global)

145 emplois salariés en amont et transports (98 ETP)



1 034

emplois non salariés liés au tourisme, soit

7,5% de l'emploi non salarié marchand départemental

18,9% de l'emploi touristique départemental

RÉPARTITION PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

- Hébergement : 40,5%
- Restauration et cafés : 14,9%
- Sports et loisirs : 14,8%
- Commerce de détail : 8,6%
- Grandes surfaces : 6,2%
- Patrimoine et culture : 4,9%
- Artisanat : 2,6%
- Offices de tourisme : 2,4%
- Soins : 2,0%
- Autres : 3,2%



* Source Emploi 2019

INVESTISSEMENT



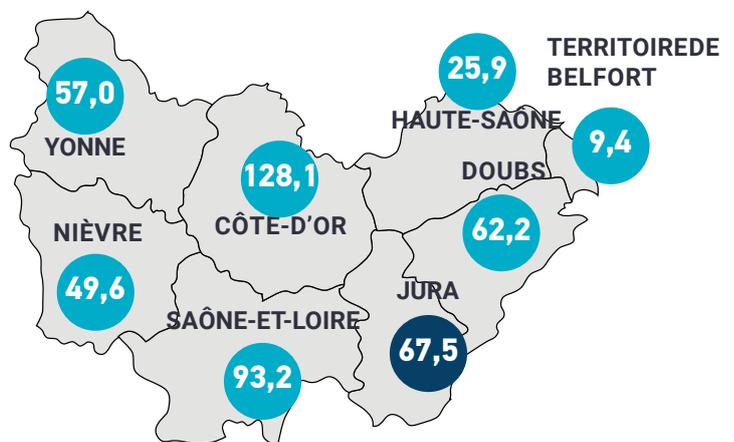
67,5 millions d'euros*

Hébergements : 49,6 millions
Equipements : 13,1 millions
Restauration : 4,7 millions

13,7% de l'investissement régional

*en moyenne par an sur la période 2017-2019

INVESTISSEMENT TOURISTIQUE EN MILLIONS D'EUROS*



TAXE DE SÉJOUR

TOTAL DE LA TAXE DE SÉJOUR



Année	2023	2022	2021
Total	1 927 700	1 912 600	1 640 500

- CC Terre d'Emeraude : **25%** - 482 600 €
- CC de la station des Rousses : **19,6%** - 377 000€
- CC Champagnole - Nozeroy - Jura : **18%** - 346 000€
- CC Cœur du Jura : **10,5%** - 202 800€
- CC Haut-Jura Saint-Claude : **6,4%** - 123 800€
- CC La Grandvallière : **5,7%** - 109 500€
- CC ECLA : **4%** - 76 800€
- CC Bresse Haute-Seille : **3%** - 57 500€
- CA du Grand Dole : **2,9%** - 55 200€
- CC Val d'Amour : **2,4%** - 45 500€
- Autres EPCI : **2,6%** - 50 900€

2/ OBSERVATOIRE DU TOURISME

(avec l'appui du Comité régional du Tourisme de Bourgogne-Franche-Comté)

- Interrogation et collecte des données de fréquentation des prestataires sites (hors Jura Musées) et événementiels en partenariat avec le CRT Bourgogne-Franche-Comté.
- Collecte des données des nuitées touristiques (Flux Vision Tourisme)
- Réalisation du document des chiffres clés.
- Fréquentation des nuitées touristiques sur la zone Jura
- Fréquentation des nuitées touristiques
- Bilan de fréquentation des vacances de printemps
- Enquête de satisfaction du pôle commercial
- Fréquentation des hébergements d'hôtellerie et hôtellerie de plein air
- Révision du schéma départemental du tourisme et des loisirs
- Collecte des données de fréquentation des sites et événements, de taxe de séjour.
- Bilan de fréquentation été
- Mise à jour des cartographies des capacités d'accueil par commune
- Fréquentation des nuitées sur EPCI Station des Rousses

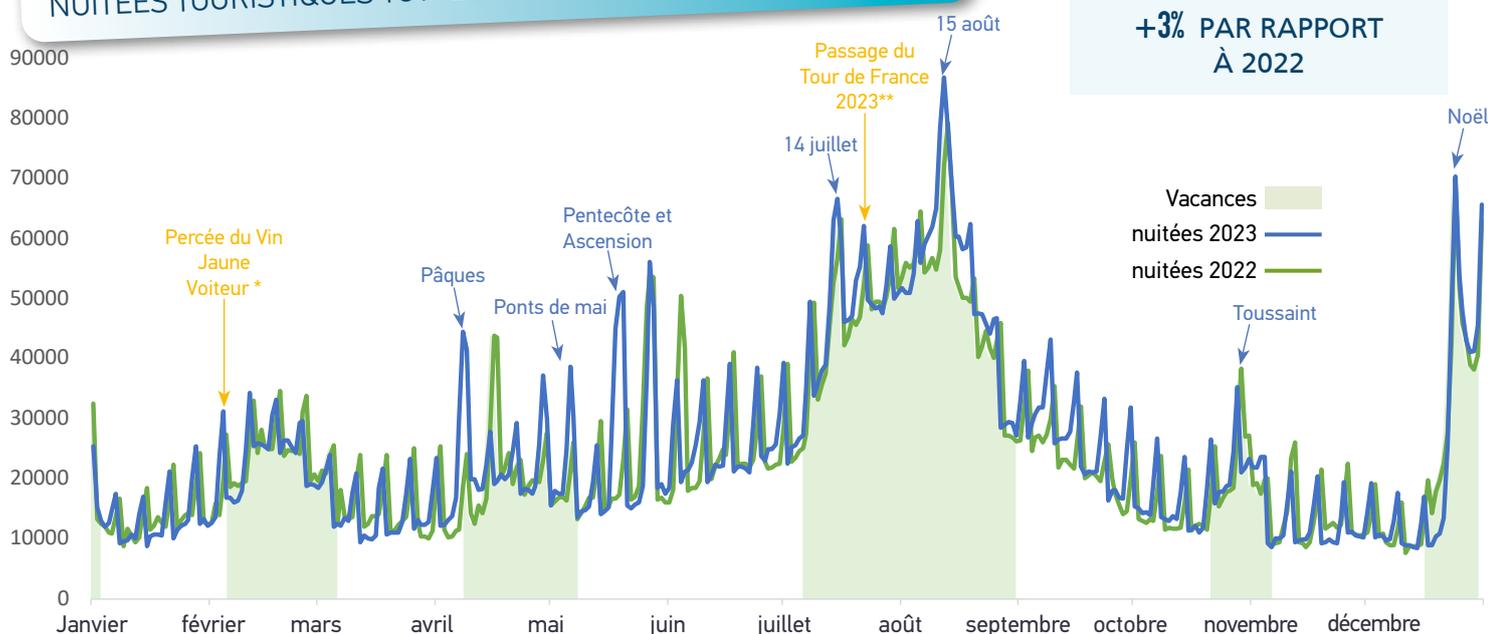
FRÉQUENTATION TOURISTIQUE MARCHANDE ET NON MARCHANDE JURA

NUITÉES TOURISTIQUES TOTALES DES FRANÇAIS ET ÉTRANGERS

2023

9 300 000
NUITÉES

+3% PAR RAPPORT À 2022



Pour rappel

2019	8 808 000
2022	9 026 000
2023	9 300 000

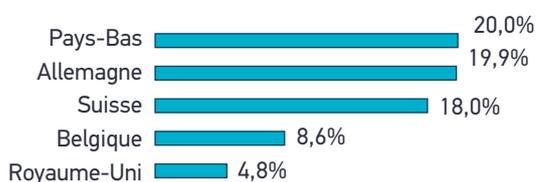
Impact des événements :

- * +10 600 nuitées entre les 3 et 5 février sur l'ensemble du territoire
- ** +25 800 nuitées entre les 20 et 22 juillet sur l'ensemble du territoire

NUITÉES TOURISTIQUES ÉTRANGÈRES

2 236 000
NUITÉES
ÉQUIVALENT À 2022

+ 11 300 nuitées

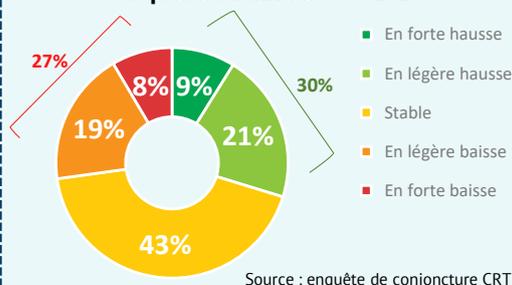


3/ LA CONJONCTURE TOURISTIQUE ÉTÉ 2023 DANS LE JURA

L'avis des professionnels été 2023

ÉVOLUTION DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE

La fréquentation globale jugée par les professionnels - été 2023



La fréquentation française extra-départementale

2 056 000 nuitées
entre le 01-07-2023 et le 31-08-2023

par rapport à 2022 **+10,7%**

Source : Orange / Flux Vision Tourisme - zone Jura

La fréquentation étrangère

1 026 000 nuitées
entre le 01-07-2023 et le 31-08-2023

par rapport à 2022 **-4,8%**

Source : Orange / Flux Vision Tourisme - zone Jura

La fréquentation globale
toutes nationalités et tous motifs

3 238 000 nuitées
entre le 01-07-2023 et le 31-08-2023

par rapport à 2022 **+4,8%**

Source : Orange / Flux Vision Tourisme - zone Jura

Évolution des nuitées étrangères par marché
du 01-07-2023 au 31-08-2023



4/ FILIÈRES/ACTIVITÉS

CLASSEMENT DES MEUBLÉS DE TOURISME



Au 31/12/2023, réalisation de **219** audits de classement de meublés de tourisme, (dont 26 fermettes de Chalain) représentant un chiffre d'affaires de **33 050€ TTC**. Réponses aux diverses sollicitations des propriétaires.

COMPARATIF ANNUEL

Années	2020	2021	2022	2023
Jours de travail	72	69	76	82
Nombre de visites	157	153	198	219
Chiffre d'affaires annuel en € (TTC)	26 170	25 092	33 000	33 050

QUELQUES CHIFFRES

Comparatif Reclassements / Nouveaux meublés

1^{er} classement **145** soit **67 %**
Renouvellement **74** soit **34%**

Comparatif par Type de logement

Appartement **88** soit **70 %**
(dont studios : 40 soit 32 %)
Maison **39** soit **30 %**

Comparatif par Zone géographique

Haut-Jura **95** meublés soit **43 %**
Lacs et Petite Montagne **65** meublés soit **30 %**
Vignoble et Revermont **44** meublés soit **20 %**
Pays Dolois Bresse jurassienne **15** meublés soit **7 %**

TOURISME & HANDICAP



- **Accompagnement de la démarche de labellisation :** Accompagnement de 3 prestataires dont les visites d'audits avaient eu lieu en 2022, afin de finaliser les aménagements nécessaires à l'obtention du label.
3 prestataires labellisés en 2023 :
 - **Hôtel la Brocatelle à Molinges** obtient 4 handicaps
 - **Le restaurant à Molinges** obtient 4 handicaps
 - **La Maison du Comté à Poligny** qui obtient l'auditif, mental et moteur
- **Audits réalisés en 2023 :**
 - Audit du **Camping du Pasquier à Dole** le 7 juin 2023. Rédaction et diffusion du bilan présentant les aménagements à faire.
 - Audit de **La Grande Saline de Salins-Les-Bains** le 13 novembre 2023
- **Structuration de la démarche :** Mise en place d'un nouveau partenariat avec la Maison Départementale pour les personnes handicapées afin de maintenir la mission nécessitant la présence de 2 évaluateurs. Un agent MDPH a suivi la formation d'évaluateur pour le label, un test terrain a été réalisé lui permettant d'être opérationnel.
- **Participation aux 3 commissions** d'attribution de la marque



QUALITÉ TOURISME

« La marque Qualité Tourisme™ est la seule marque d'État attribuée aux professionnels du tourisme pour la qualité de leur accueil et de leurs prestations.

Pour obtenir la marque, le prestataire doit suivre avec succès une démarche qualité conforme aux exigences essentielles à la satisfaction client. » (Qualite-tourisme.gouv.fr/fr)

Depuis 2018, Jura Tourisme réalise les préaudits Qualité Tourisme et accompagne les professionnels qui en font la demande.

En 2023, 9 structures accompagnées dans la démarche Qualité Tourisme.

Pour une Adhésion :

- Le **Domaine du Mont Saint Jean (hôtel)** - Les Rousses
- Le **Camping au Cœur des vignes** – Arbois
- Le **Camping de la Maison du Haut** – Saint Lothain - préaudit Qualité tourisme couplé à un préaudit Classement 1*
- Le **Domaine de Bersaillin (hôtel)** – Bersaillin – préaudit Qualité tourisme couplé à un préaudit Classement 4*
- Le **Chalet du Mont Roland (hôtel)** – Dole - préaudit Qualité tourisme couplé à un préaudit Classement 3*



Pour le renouvellement de leur adhésion :

- L'hôtel de l'Abbaye – Grande-Rivière - préaudit Qualité tourisme couplé à un préaudit Classement 4*
- Le Moulin des écorces (hôtel) – Dole - préaudit Qualité tourisme couplé à un préaudit Classement 3*
- L'hôtel Restaurant Castel Damandre – Les Planches-près-Arbois – préaudit Qualité tourisme couplé au préaudit Classement 4*
- L'hôtel Restaurant Grand Hôtel des Bains – Salins-les-Bains – préaudit Qualité tourisme

De plus, le Camping des Mérilles, accompagné en 2021, a obtenu la marque au printemps 2023.

Ces accompagnements sont régulièrement couplés à un préaudit de classement pour les hôtels et campings qui en font la demande. Une journée de sensibilisation a été organisée en janvier 2023 en partenariat avec l'UMIH à la suite de l'évolution des référentiels du classement hôtelier. Une dizaine de participants ont ainsi pu échanger sur les nouveaux critères notamment en matière de développement durable.

ACCUEIL VÉLO



9 accompagnements réalisés avec
9 audits
& **9** professionnels labellisés :

- Meublé de tourisme et chambres d'hôtes des Fées à Pretin
- Office de Tourisme de Dole
- Office de Tourisme Cœur du Jura
- Maison du Comté à Poligny
- Camping Cœur du Jura à Arbois
- Office de tourisme Jurabsolu à Voiteur
- Ecogite de la Vuarde à La Chailleuse
- Gîte du Gevot à Orchamps
- Gîte de l'arbre lune à Rosay

Structuration de la filière :

- Une commission Régionale Accueil vélo 19/06/2023 et une journée éductour Régionale le 26/09/23
- Une réunion départementale le 02/03/23
- Suivi du webinaire présentant la nouvelle ligne de financement ADEME « Vélotourisme »
- 13 prestataires conseillés sur la démarche de labellisation

HÉBERGEMENTS PÊCHE



Communication et promotion de l'offre :

- Participation au salon Festivitas de Mulhouse avec la Fédération de Pêche du Jura en février 2023.
- Mise à jour de la page pêche sur le site Jura tourism (actualisation des données liées aux accompagnateurs, création d'une page hébergements...).

Qualification de l'offre :

- Création d'une page présentant le label et la démarche de qualification hébergement Pêche sur le site pro cdt-jura.
- **16 Hébergements labellisés :**
 - **Camping de Boïse** à Champagnole
 - **Hôtel des Lacs** à Chaux des Crotenay
 - 2 gîtes du **Petit et du Grand Fenaud** à Mirebel
 - **Camping des Radeliers** à Port Lesney
 - 2 gîtes des **Bottrais** à Foulenay
 - **Ti'camping des Bottrais** à Foulenay
 - Chambre et table d'hôtes du **Moulin Chopin** à Montagna le Reconduit
 - Gîte de groupe le **Clos de l'Orée du Buis** à Aromas
 - Gîte de groupe des **Tilleuls** à Aromas
 - Centre de vacances **Cap Mauriana** à Moirans en Montagne
 - Chambre d'hôtes et hébergements insolites **Parc de l'Héria** à Menétrou en Joux
 - Gîte de **l'Embellie** à Loulle
 - **Auberge du Sillet** à Longcochon
 - Chambre d'hôtes **des Fées** à Pretin
 - Camping du **Surchauffant** à la Tour du Meix
 - **Fermettes du Domaine de Chalain** à Fontenu : labellisation réalisée par la Fédération en direct.

Partenariat avec la Fédération de pêche pour l'organisation d'un tournage d'un numéro Jura de J'Irai Pêcher Chez Vous.

BIENVENUE À LA FERME

En partenariat avec la Chambre d'Agriculture.

- Participation à la réunion annuelle du réseau le 5 avril à Geruge
- Mise à jour de la page adhérents du réseau sur Jura tourism
- Visite de labellisation de 2 fermes proposant un hébergement :
 - Gaec Gresset à Morbier – Gîte des flocons – Mme Marie Laure Jobard : label attribué
 - L'écurie des 4 lacs au Frasnais : label non attribué
- Participation à la journée dédiée à la diversification agricole le 8/11/2023 dans le cadre de la semaine bioloweek organisée par la Chambre d'agriculture.



TOURISME DURABLE

Participation aux réunions incendie de la préfecture.

CLEF VERTE

Organisation de la journée Clef verte en deux temps le mardi 24 janvier 2023 à Lons le Saunier.
Matin présentation du label : 21 personnes présentes
Après-midi atelier d'aide à la candidature : 4 personnes présentes.



Pour la campagne 2023 : deux candidatures ont été déposées (centre du Duchet et le gîte du Coupet). Les deux structures ont été labellisées.

FONDS TOURISME DURABLE



Depuis 2021, Jura Tourisme est partenaire de l'ADEME pour accompagner les restaurateurs et hébergeurs touristiques dans la demande de subventions au fonds tourisme durable.

En 2023 :

- 6** dossiers déposés
- 1** dossier en cours de dépôt
- 5** autres diagnostics réalisés
- 21** demandes classées sans suite

Fonds Tourisme Durable : appel à projet Forme Émergente de Tourisme

Implication auprès de l'ADEME pour être référencé comme référent de l'AP pour le Jura.

3 porteurs de projet conseillés :

- Pampa Lodges pour l'implantation de tiny house dans des sites d'exception,
- Groupe SOS pour la reprise des maisons éclusières
- Revivre à Châtel pour redonner du sens au site de Châtel.

1 dossier déposé : Revivre à châtel. Dossier non retenu par l'ADEME dans le cadre de l'AP.

Pavillon Bleu : Plage du domaine. Mise en relation Teragir/Régie Chalain, récupération des éléments (grilles, calendrier, coût...)

Participation aux réunions de la sous-commission départementale pour la sécurité contre les risques d'incendie de forêt à la préfecture.

RELAIS TERRITORIAL OFFICE DE TOURISME

Le Relais Territorial lie le Comité Départemental du Tourisme et les Offices de Tourisme du Jura. L'animation du Relais a pour objectifs de mobiliser et de mutualiser les compétences du Comité Départemental du Tourisme et des offices de tourisme.

Ainsi, il permet aux différents Offices de Tourisme du Jura, d'avoir des temps d'échange pour la création de projets mutualisés en réponse à leurs problématiques.



GROUPES DE TRAVAIL

Le Relais territorial permet également aux Offices de tourisme de monter des groupes de travail mutualisés afin de bénéficier de l'expérience de chacun et de la force du collectif dans des projets divers. En 2023 :

- **Mise à jour de la charte de partenariat avec les éditions presse gratuites.** L'envoi de cette charte aux différentes régies publicitaires identifiées a conduit à la création d'un agenda de l'été départemental.
- **Réalisation de Totems à 3 faces** valorisant les sites secondaires du département. Ce travail a également permis d'établir une liste de sites secondaires départementale à diffuser à la presse. Au final, 5 offices de tourisme ont participé à ce projet et 7 totems ont été réalisés.

FORUM D'ÉCHANGE ENTRE PROFESSIONNELS DU TOURISME

Le 10 mai 2023 de 10h à 16h30 à l'Oppidum à Champagnole

Ces rencontres répondent à plusieurs objectifs :

- Réunir les Offices de Tourisme et les sites de visites de la région Bourgogne Franche-Comté afin que tous puissent s'échanger leurs documentations touristiques avant la saison estivale. Ces documentations et informations seront alors mises à disposition des hébergeurs et des publics qu'ils accueillent durant leur séjour. Cet échange vise à contribuer et à répartir les flux touristiques sur l'ensemble du département.
- Permettre à tous les participants de communiquer sur leurs nouveautés.
- Contribuer à animer le réseau des Offices de Tourisme du Jura dans une logique de destination.
- Et enfin, créer un moment convivial d'échange entre professionnels du Tourisme

Un événement attendu par l'ensemble des prestataires touristiques. Un moment important qui permet de fédérer les acteurs du tourisme et d'échanger en amont de la saison touristique.

58 exposants dont l'ensemble des Offices de Tourisme du Jura et les sites touristiques importants

Plus de 550 professionnels du tourisme conviés

+ de 72 500 documents diffusés par Jura Tourisme

DÉPLOIEMENT DE DÉCIBELLES DATA

- Système d'information touristique régional « Décibelles Data »
- Positionnement en tant que coordinateur départemental du projet, participation aux comités techniques, comités de pilotage, en lien avec le CRT et les ADT de la région et accompagnement des offices de tourisme. Travail en lien régulier avec le CRT pour la stratégie et les questions techniques.
- Support et assistance aux offices sur l'outil (mail, téléphone).
- Création, gestion des comptes et accès, profils de droit des utilisateurs -> 32 comptes créés dans l'année.
- Création et adaptation des flux de syndication en français et langues étrangères pour le site internet de l'office de Saint Claude, adaptation et mises à jour du flux Geotrek.
- Conventonnement et création des flux de syndication pour partenaires : EPCI Val d'Amour
- Mise à jour régulière des informations de labels et de classements, exemple : mise à jour des labellisés marque Valeur Parc, Bienvenue à la Ferme, qualification des adhérents Made in Jura.
- Participation aux comités techniques concernant les remontées de problèmes techniques, demandes des offices, évolution de l'outil, demandes au COTECH d'évolution ou ajout de critères communs, exemples : label « en conversion AB », évolution du critère « location de matériel montagne ».
- Intégration de nouvelles fiches pour affiner la connaissance de l'offre, notamment : Intégration de 153 meublés classés et mise à jour des informations de classement.

JUR'AVENTURES

Un outil de communication innovant au service des territoires :

Lancé en juin 2022, avec 10 parcours, l'application Jur'aventures propose aujourd'hui 22 parcours avec pour objectif la découverte :

- De la nature et son écosystème
- Du vignoble et de la gastronomie jurassienne
- Des savoir-faire jurassiens
- Des sites hors des sentiers battus
- Des acteurs touristiques : Hébergeurs, campings, sites de visites, parcs animaliers, restaurants, ...



Un outil d'animation événementielle

Un parcours événementiel en partenariat avec les commerçants de St Laurent-en-Grandvaux

→ Animation disponible uniquement en période hivernale



Application très ludique pour petit et grand

by Julien Bulot Mon, Aug 14, 2023 v 1.4

Share

Reply



Ça à été une très bonne après midi de recherche dans Arbois. Nous avons passé un très bon moment en famille.

by Laurène Pérol Sun, Aug 13, 2023 v 1.4

Share

Reply



Très bonne animation pour découvrir la ville.

by alexis perol Sun, Aug 13, 2023 v 1.4

Share

Reply

SUPPORTS

- Réalisation d'une vidéo pour valoriser l'expérience d'une famille qui suit un parcours « les aventures de Léo ». Durée 1minute 30
- Réalisation d'affiches, de flyers et d'un roll-up
- Campagne de promotion Le Progrès.fr via 8 articles rédigés valorisant les parcours
- Campagne dédiée FB et Instagram

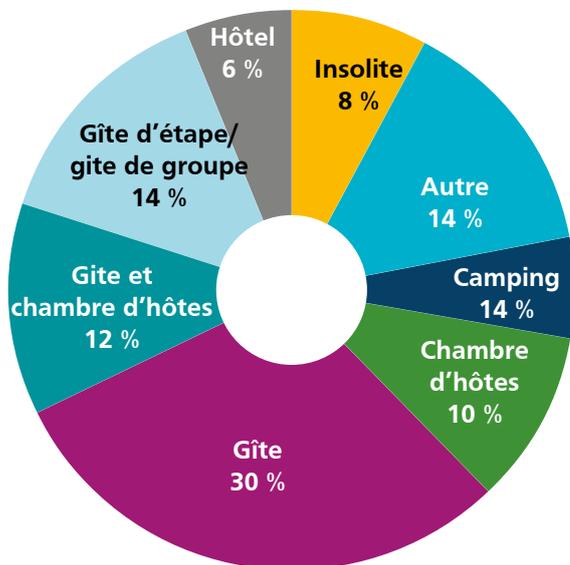
ACCOMPAGNEMENT ET ASSISTANCE AUPRÈS DES PORTEURS DE PROJETS

RAISONS DES APPELS DES PORTEURS DE PROJET

- 80** PORTEURS DE PROJET RENSEIGNÉS
- 52%** DES DEMANDES PORTENT SUR DES PROJETS DE MEUBLÉS DE TOURISME ET/OU DE CHAMBRES D'HÔTES
- 35%** DES ATTENTES PORTENT SUR LES FINANCEMENTS



TYPE DE PROJET 2023



Mise en place d'un atelier dédié aux meublés et chambres d'hôtes de la Station des Rousses le 9/01/2023.

Thématiques traitées : attentes des clientèles, principales réglementations, fiscalité des meublés et des chambres d'hôtes – 27 personnes présentes.

Suivi des nouveaux financements : vélotourisme, Forme Émergente de Tourisme, Massif.

SITE PRO WWW.CDT-JURA.FR



10 508 VISITES
27 190 PAGES VUES
12 NEWSPRO ENVOYÉES (1 PAR MOIS)

	2021	2022	2023
Visites	3 245	11 286	10 508
Pages vues	6 074	16 651	27 190
Taux de rebond	42,87	31,92	7,5
Taux d'engagement			92,45 %

FACEBOOK PRO

	2021	2022	2023
Fan	2 532	2 790	4 232
Publications	62	78	76
Personnes touchées	69 379	79 618	294 236

SITES ET TERRITOIRES

DÉCLALOC

Mise à disposition de l'outil pour la communauté d'Agglomération du Grand Dole (signature de la convention en mars 2023). 3 autres collectivités locales ont accès à la plateforme : Bresse Haute Seille, Porte du Jura et Haut Jura Arcade. Au total 18 chambres d'hôtes et 146 meublés ont déposé leur cerfa sur cette plateforme.

Formation à l'outil pour l'EPCI du Grand Dole

INTERVENTION JOURNÉE PARTENAIRES À PORTE DU JURA

Intervention lors de la Journée Partenaires organisée par l'Office de Tourisme Porte du Jura pour présenter la gamme de service de Jura Tourisme, le label Vignobles et découvertes et le Fonds tourisme durable.

ACCOMPAGNEMENT / EXPERTISE CONSEILS AUPRÈS DES COLLECTIVITÉS

DIVERSIFICATION DES ACTIVITÉS 4 SAISONS

- Réalisation d'un diagnostic et sélection de 6 stations outdoor.
- Réalisation d'une feuille de route « Diversification - repositionnement » de l'offre Haut-Jura.

ACCOMPAGNEMENT PROJET HÔTELIER/HPA

- 1 réunion Cellule Hôtellerie pour les nouveaux règlements d'intervention dans le cadre du Schéma Régional du Tourisme et des Loisirs
- Relance de la réflexion hébergements Chalain
- Accompagnement de 3 porteurs de projets (Maisod, Pré-Fillet, Uxelle)

PRÉPARATION NOUVEAU SCHÉMA DÉPARTEMENTAL DU TOURISME ET DES LOISIRS

- Finalisation du diagnostic - Animation réunions internes CD-CDT interservices
- Présentation de 2 comités de pilotage et technique.

DÉMARCHE D'ATTRACTIVITÉ JURA

en lien avec l'Agence d'Ingénierie du JURA

- Réalisation d'un diagnostic d'attractivité en vue des 1^{ère} rencontres Départementales de l'ATTRACTIVITÉ à Jura- parc le 20 10 2023 - 200 personnes mobilisées.



COMMUNICATION GÉNÉRIQUE DESTINATION JURA

1/ MARKETING ET COMMUNICATION

Le plan d'actions élaboré durant l'année 2023 est la traduction opérationnelle de la stratégie de développement touristique qui s'inscrit dans le cadre de la nouvelle démarche d'attractivité touristique JURA pour faire du tourisme un véritable levier d'attractivité pour la Destination. Le travail engagé sur l'élaboration du nouveau Schéma Départemental du Tourisme et des Loisirs (2022-2028) permettra de donner un cadre de référence en intégrant les défis à relever pour tendre vers un tourisme plus responsable .

LES ENJEUX

- Faire émerger un nouveau modèle touristique 4 saisons pour le Jura plus durable pour conquérir de nouvelles clientèles de séjours en tentant de mieux équilibrer les flux touristiques dans le temps et dans l'espace.
- Consolider l'image du Jura et valoriser les filières d'excellence pour contribuer à augmenter le panier moyen et le temps de séjours des clientèles > Bénéficier de l'image de la destination pour valoriser les offres et les produits.
- Contribuer à faire du tourisme un levier d'attractivité pour le Jura, en faisant rayonner une image séduisante et positive du territoire pour apporter une réelle plus-value aux territoires et générer des retombées économiques.

Un positionnement marketing défini en 2020 qui aura contribué à enrichir la démarche d'attractivité du Jura en s'appuyant sur le tourisme.

2/ À RETENIR : CHIFFRES CLÉS 2023

JURA-TOURISM.COM

2 603 275

visites

2 255 789 visites depuis la France
2 426 931 visites en langue française

Top 5

Île de France	566 402 visites
Bourgogne	447 157 visites
Franche-Comté	
Auvergne	416 450 visites
Rhône-Alpes	
Grand Est	326 203 visites
Bretagne	117 462 visites

6 034 326

pages vues

Taux d'engagement 64%
27 e-letters envoyées
(8 grand public + 19 pro)

CDT-JURA.FR

10 508

visites

ÉVÉNEMENTS SOUTENUS

Percée du Vin Jaune
Rendez-vous de l'Aventure
Tour de France
Salon Made in France
Week-end gourmand du Chat Perché

PHOTOOTHÈQUE/ VIDÉOTHÈQUE

13 300

photos dans la photothèque

90

vidéos

RÉSEAUX SOCIAUX

FACEBOOK

112 558 fans

FACEBOOK EJ

23 003 fans

INSTAGRAM

36 170 abonnés

YOUTUBE

72 212

vidéos vues

ÉDITIONS

213 400

éditions

éditées par Jura Tourisme
127 200 en 2022

RELATIONS PRESSE

5 Dossiers de presse

11 Communiqués de presse

478 parutions obtenues

530 millions « d'occasions
d'être vu »

6 MILLIONS D'€
d'équivalence PUB

2 CAMPAGNES MIX-MARKETING

PRINTEMPS / ÉTÉ

1 campagne d'affichage
JC Decaux Mulhouse-Colmar
du 12 au 24 avril

1 campagne digitale générique + outdoor 5/04 au 7/07
+ surpression Grand -Est

1 Campagne partenariat
Camping Jura

HIVER

1 campagne vidéo ciblée
Replay France TV du 11 au
17 décembre 2023

1 campagne digitale
4/12 au 4/02

INFLUENCEURS

3 influenceurs accueillis

8 réels et **92** stories

1,5 MILLIONS de vues

MARCHÉS CIBLÉS DE CONQUÊTE ET DE FIDÉLISATION

MARCHÉ PRIORITAIRE : LA GRANDE PROXIMITÉ

6 millions de consommateurs à 1h30.

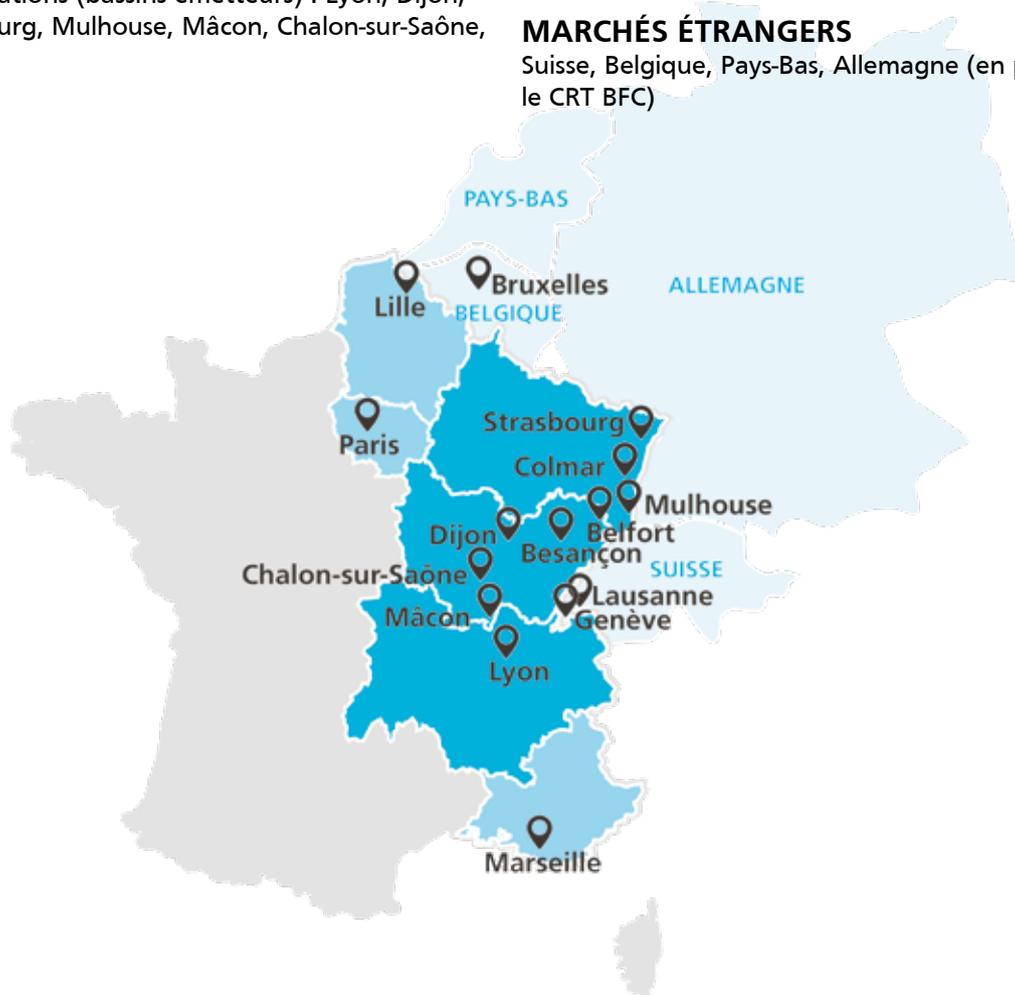
Un des avantages du Jura, c'est qu'il est entouré de grandes agglomérations (bassins émetteurs) : Lyon, Dijon, Besançon, Strasbourg, Mulhouse, Mâcon, Chalon-sur-Saône, Colmar, Belfort...

MARCHÉS SECONDAIRES

Île-de-France, Hauts-de-France (hiver) et PACA (printemps/été/automne) > Via la plateforme digitale

MARCHÉS ÉTRANGERS

Suisse, Belgique, Pays-Bas, Allemagne (en partenariat avec le CRT BFC)



UNE ANNÉE RÉALISÉE AUTOUR DES GRANDS CHANTIERS SUIVANTS :

1 KIT DE COMMUNICATION (Magazine de Destination #6, carte, affiches, contenus éditoriaux, vidéos, ...)

2 RENCONTRES PROFESSIONNELLES avant saison été + avant hiver

2 CAMPAGNES « SAISON » printemps-été + Hiver

1 COMMUNICATION pour développer les filières d'excellence

ENRICHISSEMENT DE LA LIGNE ÉDITORIALE (site internet, éditions, réseaux sociaux)

2 SALONS par délégation du Conseil départemental (MADE IN JURA ET MADE IN FRANCE)

3/ COMMUNICATION GÉNÉRIQUE DESTINATION JURA

STRATÉGIE NUMÉRIQUE ET DIGITALE JURA-TOURISM.COM

- Amplifier la visibilité du Jura en tant que Destination Touristique
- Générer des demandes de séjours
- Créer des contacts clients/prestataires

www.jura-tourism.com

Résultats année 2023



RELATIONS PRESSE

Dossiers de presse, Blogueurs, PQR, TV...



CAMPAGNE ANNUELLE
4 saisons



ÉDITIONS

Magazine, carte touristique...



CAMPAGNE DIGITALE
Printemps/été/hiver



NEWSLETTERS

Grand public



RÉSEAUX SOCIAUX

181 086 abonnés



AUDIENCE DU SITE PORTAIL WWW.JURA-TOURISM.COM



2.6 M de visites
2.4 M de visites en 2022
↑ +0.3%



6 M de pages vues
6.2 M de pages vues en 2022
↓ -0.4%

Évolution des visites depuis le début de l'année



4 141 Prises de contact



1 111 Demandes de séjours



1 832 Contacts prestataires

INDICATEURS DE CONVERSION



134 865 Clics site web prestataires



47 410 Demandes de disponibilités



41 326 Lancement de vidéos

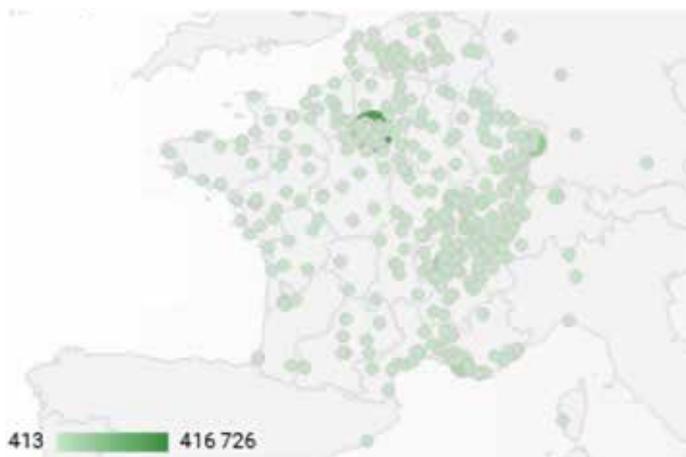


142 k Réservations en ligne

ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DU TRAFIC



- 4 - Grand Est
- 5 - Hauts-de-France
- 6 - Nouvelle-Aquitaine
- 7 - Pays de la Loire
- 8 - Centre Val de Loire
- 9 - Occitanie
- 10 - Provence-Alpes-Côte d'Azur



Le site Internet de Jura Tourisme enregistre un trafic stable pour cette année 2023 (+0.3%). 83% du trafic est issu d'une recherche dans Google. Top 3 des rubriques : Vivre le Jura, Contenu SIT et L'essentiel du Jura

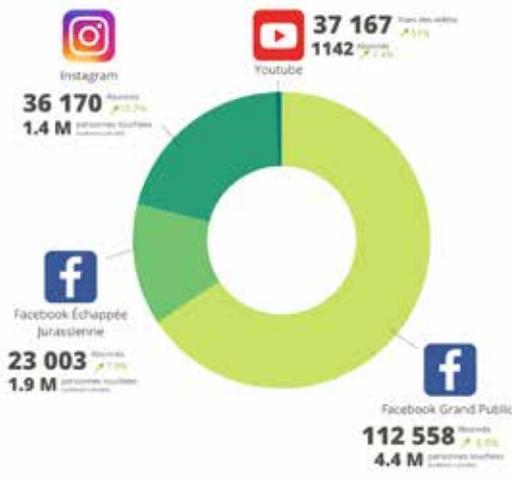
Top 3 sous-rubriques : Sites incontournables, Villes & villages de caractère et Actus & coups de cœur. A noter pour cette dernière, une progression de 68% justifiée par les 56 articles publiés cette année (29 articles en 2022).

STRATÉGIE SOCIAL MÉDIA RÉSEAUX SOCIAUX

181 086 Abonnés tous réseaux confondus **7.8 M** Personnes atteintes

NOMBRE D'ABONNÉS > CIBLE GRAND PUBLIC (BTOC)

17,3 M de personnes touchées tous réseaux confondus
(7,6 M contenu Organique + 9,7 M contenu sponsorisé)



Emmener le prospect sur www.jura-tourism.com



2 CAMPAGNES SPONSORISÉES
(Tous supports)
Hiver 4/12/2023 au 4/02/2024
Printemps/été 5/04 au 7/07/2023



Résultats campagnes digitales 2023

9.7 Millions d'affichages des publicités
122k visites qualifiées sur le site jura-tourism.com

Dont campagne campings cofinancée par Camping Jura

FACEBOOK JURA TOURISME

TOP 5 DES PUBLICATIONS (PAR SAISON, PAR PORTÉE)



285 073 personnes touchées
3 464 interactions



135 696 personnes touchées
4 093 interactions



251 069 personnes touchées
4 209 interactions



107 635 personnes touchées
2 807 interactions

INSTAGRAM

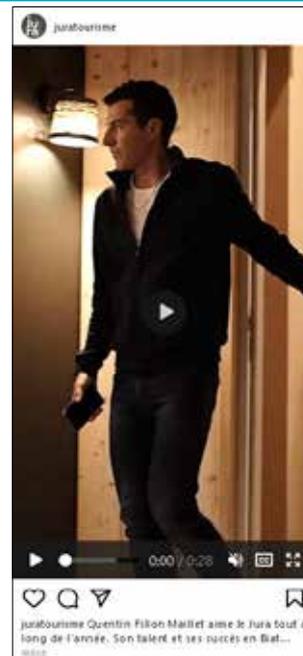
TOP PHOTOS



32 500 comptes touchés
2 254 Engagements



27 500 comptes touchés
6 668 Engagements



32 300 comptes touchés
501 Engagements

STRATÉGIE RELATIONS PRESSE FAIRE CONNAÎTRE ET VALORISER LA DESTINATION

OBJECTIFS

- Augmenter la visibilité de la destination JURA dans un contexte concurrentiel des marques de territoire
- Multiplier les opportunités de prises de parole dans les médias pour gagner en notoriété
- Contribuer à renforcer l'attractivité du territoire pour générer des retombées économiques

NOUVEAUTÉ 2023

> Internalisation de la mission, arrêt du recours à une agence RP extérieure.

- Mise en place d'un nouveau fonctionnement interne au sein du service com avec intégration de 3 nouveaux outils : **Datapresse Pro** (fichiers de journalistes), **Luqi** (Surveillance Presse - TV - Radio - Web), **Social Listening** (Surveillance Réseaux Sociaux)
- Création d'un habillage graphique en interne pour Communiqués de Presse

PARTICIPATION AU WORKSHOP PRESSE D'ADN TOURISME

LES 16 ET 17 JANVIER

13 contacts intéressants sur 30 personnes rencontrées.

CRÉATION DE 7 FICHIERS PRESSE

- Journalistes LOCAUX et REGIONAUX : 114 contacts
- Journalistes OENO-Gastro-Art de vivre : 1 099 contacts
- Journalistes OUTDOOR hors Vélo : 143 contacts
- Journalistes VELO Cyclo VTT : 104 contacts
- Journalistes PATRIMOINE CULTURE et SAVOIR-FAIRE : 2 499 contacts
- Journalistes Tourisme Généraliste NATIONAUX : 1 154 contacts
- Journalistes Tourisme NEIGE : 205 contacts

85 ÉCHANGES AVEC DIVERS JOURNALISTES

SUPPORTS > PRESSE NATIONALE

11 COMMUNIQUÉS DE PRESSE édités et diffusés

COMMUNIQUE DE PRESSE
Contact presse Jura Tourisme | Nicolas Bouweret
06 83 40 02 29 - nicolas.bouweret@jura-tourisme.com

Lons-le-Saulnier, le 19 janvier 2023

Insolite
Une Saint-Valentin à l'accent jurassien

Et si nos plus beaux souvenirs amoureux étaient ceux créés dans le Jura ?
Voici 4 suggestions jurassiennes à s'offrir à la Saint-Valentin, pour le Jour J ou pour plus tard, pour passer plus de temps dehors ensemble, pour se réchauffer les cœurs, ou pour mieux comprendre la nature qui nous entoure...
Une histoire d'amour ne se scelle pas, elle s'entretient.

Une fondue chez... Valentin
L'animateur de l'F1 Jean-Luc Belchmann y possède son nid de cocoonier et Chez Valentin est un refuge bien connu des jurassiens, hors du temps et des vicissitudes du monde... Autant dire l'endroit parfait pour une discussion gourmande, relax, tendue... et complexe.
→ <https://www.chez-valentin.com>
Lions: <https://www.comptes.com/infos/chez-valentin/>

Une escapade en amoureux dans le Crémoux
Enfin d'une pause bienfaitrice à deux ! Une escapade de 48 heures dans le Grandvaux vous comblera. Nuit doublette dans une coquette maison d'hôtes, rencontres gourmandes avec les vins du Jura, chocolat chaud à gogo, balade dans les paysages idylliques du Haut-Jura avec un fabuleux accompagnateur de montagne... Le cocktail parfait pour recharger vos batteries et émaillier l'année !
→ <https://www.jura-tourisme.com/espace-privé/du-jura-escapades>
<https://www.jura-tourisme.com/espace-privé/du-jura-escapades>

Salles de presse en ligne : <https://www.cdf.jura.fr/espace-press/>

1

COMMUNIQUE DE PRESSE
Contact presse Jura Tourisme | Nicolas Bouweret
06 83 40 02 29 - nicolas.bouweret@jura-tourisme.com

Lons-le-Saulnier, le 14 mars 2023

NOUVEAUTÉS OUTDOOR 2023
Le grand air du Jura, c'est maintenant !

Quel que soit son niveau sportif, le Jura enchante par la beauté de son environnement, la diversité de ses pratiques et la qualité de ses infrastructures.
Et alors que les beaux jours reviennent, les nouveautés **bourgeoises** dans le Jura pour offrir aux amateurs de plaisirs innovants, écoresponsables et sans cesse renouvelés.

Jura-outdoor.com : tous les chemins mènent dans le Jura.
Simple, gratuit, rapide et efficace... cette nouvelle appli propose près de 150 parcours officiels balisés à pied, à vélo et à VTT dans tout le Jura. Aussi précieuse qu'une guide pour toutes vos sorties !
→ Accès direct par ici : www.jura-outdoor.com

IDÉES-ÉTOILES EXCLUSIVE : Échappée dans le vignoble (4 jours / 3 nuits)
Parfait pour découvrir l'émotion et l'authenticité, cette micro-aventure de 55 km en 3 étapes entre Montsalins et Arbois vous amène pour à traverser les sites naturels, culturels et gastronomiques incontournables du Jura : Port-Lesney, la Grande Saline (Patrimoine mondial UNESCO) et le Fort Saint-André de Salins-les-Bains, Arbois et sa Maison Pasteur, Châtaur-Picaud, le vignoble et les récoltes.
→ À partir de 395 € par personne (deux 2 personnes).
→ <https://www.jura-tourisme.com/espace-privé/du-jura-escapades-jurassienne-dans-le-vignoble-du-jura-pour-les-jeunes-couples/>

Le Jura tient salons en mars !
→ Le pôle OUTDOOR de JURA TOURISME présentera les nouveautés de l'année au salon Destination Nature de Paris du 16 au 19 mars prochains, à Paris Expo Porte de Versailles (Espace Régional Bourgogne-Franche-Comté Tourisme).
→ Plus sera présent au Salon du Randonneur de Lyon les 24, 25 et 26 mars à la Cité Internationale / Centre des Congrès.

Salles de presse en ligne : <https://www.cdf.jura.fr/espace-press/>

1 sur 4

COMMUNIQUE DE PRESSE
Contact presse Jura Tourisme | Nicolas Bouweret
06 83 40 02 29 - nicolas.bouweret@jura-tourisme.com

Lons-le-Saulnier, le 11 avril 2023

NOUVEAUTÉS HÉBERGEMENTS 2023
Caractère et charme fou : les hébergements du Jura montent en gamme

En matière d'hébergements, l'offre jurassienne ne cesse de progresser en qualité et en quantité d'années en années, et ce dans toutes les catégories.
Le printemps est idéal pour dévoiler 24 (oui, 24 !) des plus belles nouvelles adresses du Jura...

Salles de presse en ligne : <https://www.cdf.jura.fr/espace-press/>

1 sur 5

COMMUNIQUE DE PRESSE
Contact presse Jura Tourisme | Nicolas Bouweret
06 83 40 02 29 - nicolas.bouweret@jura-tourisme.com

Lons-le-Saulnier, le 18 avril 2023

OENOTOURISME 2023 - VIGNOBLES & DECOUVERTES
Road trip gourmand dans les vignes du Jura

Bien que modeste par sa taille, le vignoble du Jura figure parmi les régions viticoles les plus passionnantes de France, très appréciée des initiés...
D'abord parce que les **vignobles de talent** y sont de plus en plus nombreux et signent des vins absolument remarquables ; ensuite parce que ce vignoble offre une variété de vins de caractère quasiment unique en France ; parce qu'également il compte 30 % de sa surface en bio ; enfin parce que sa taille réduite, facilement accessible, en fait le lieu rêvé pour des balades digestives ou plus sportives.

5 étapes très savoureuses composent notre road-trip viticole dans le Jura - **prêt pour le départ !**

Salles de presse en ligne : <https://www.cdf.jura.fr/espace-press/>

1 sur 6

17 ACCUEILS PRESSE

TF1 - Reportages pour JT 13h et 20h

FRANCE 2 - Télématin x 2 + Reportages pour JT 13h

FRANCE 3 - La tête à l'endroit + Chroniques d'en haut

FRANCE 5 - Les 100 lieux qu'il faut voir - Vauban, Morvan, Jura, Doubs

I-TREKKINGS.NET - 5 jours sur l'Échappée jurassienne

CANAL + - Planète Chefs

TV5 MONDE - Epicerie Fine

TÉLÉRAMA - Sur les traces de Louis Pasteur dans son Jura natal

VOYAGE-VOYAGE - Le Jura un Paradis Perdu

LE MONDE DU CAMPING-CAR

PASSION RANDO - Le Haut-Jura en raquettes

GILLES PUDLOWSKI - Les pieds dans le plat x 2

EN COOPÉRATION AVEC MONTAGNES DU JURA : Détours en France - Esprit d'ici - Rustica- French Touch Magazine - Gourmand - Le Télégramme

INDICATEURS

478 RETOMBÉES

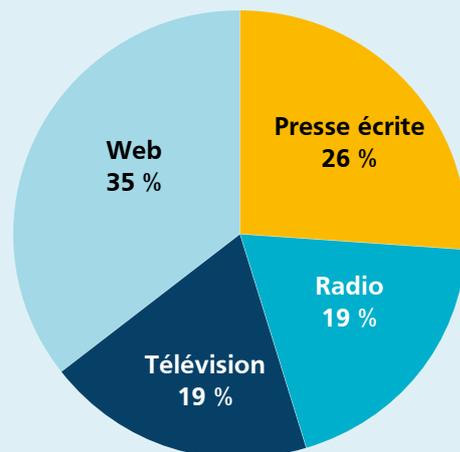
530 MILLIONS
D'OCCASIONS D'ÊTRE VU

61 772 389
OCCASIONS D'ÊTRE VU PRESSE

67 564 000
OCCASIONS D'ÊTRE VU RADIO ET TV

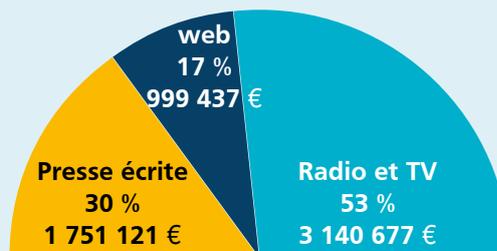
398 439 571
OCCASIONS D'ÊTRE VU WEB

RETOMBÉES PAR TYPE



VALEUR MÉDIAS

6 MILLIONS € VS 3,6 EN 2022



BEST OF DES RETOMBÉES 2023

Télévision FRA



TF1 - 13H DU 29 MAI

Escapade à Saint Claude - 5 min
Suite Accueil presse
Audience : 4 100 000
Thème : Ligne des Hirondelles

Le 13h de TF1

29 Mai 2023
Durée de l'extrait : 00:05:17
Heure de passage : 13h33
Disponible jusqu'au : 28 Mai 2024



Résumé: Une escapade à Saint-Claude, dans le Jura, est proposée. Itw de Jean-François Salvi, guide touristique - Office de tourisme de Dole (Jura). Il propose de découvrir le Jura à travers la Ligne des Hirondelles.

ML Marie-Sophie LACARRAU

Télévision FRA

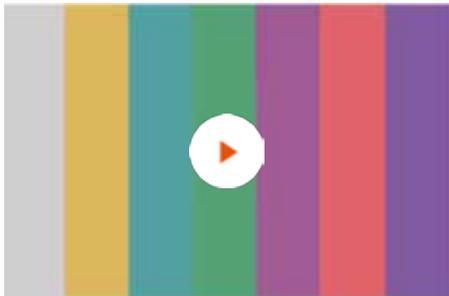


FRANCE 2 - 21 JUILLET

TOUR DE FRANCE - 2h30 - Audience : 4 200 000
VÉLO CLUB - 1h - Audience : 2 300 000
TOUR DE FRANCE - 2h - Audience : 2 400 000

SPORT EN DIRECT

21 Juillet 2023
Durée de l'extrait : 00:28:55
Heure de passage : 15h02
Disponible jusqu'au : 20 Juillet 2024



Résumé: Première partie - Le Tour de France traverse le Jura pour sa 19ème étape, et donne l'occasion de découvrir les richesses de cette région.

LA VOIE DU NORD - 3 MAI

Echappée épicurienne entre vigne et fruitière
1 double page - Suite accueil presse
Audience : 1 007 000 - Thème : Oenotourisme

Presse écrite FRA
 Famille du média : PQR/PQD (Quotidiens régionaux)
 Périodicité : Quotidienne
 Audience : 1 007 000
 Sujet du média : Actualités-Infos Générales
 Edition : 07 mai 2023 P.28-29
 Journalistes : Audrey Halford.
 Nombre de mots : 939
 p. 1/4



I-TREKKING.NET - 18 JUIN

5 jours sur l'Échappée jurassienne entre Pont-de-la-Chaux et Saint-Claude - Suite accueil presse
Visites par mois : 64 799 - Thème : Échappée Jurassienne

Web FRA
 Famille du média : Médias spécialisés grand public
 Audience : 64799
 Sujet du média : Tourisme-Gastronomie, Sports
 18 Juin 2023
 Journalistes : -
 Nombre de mots : 3073
 www.i-trekkings.net
 p. 1/19
[Visualiser l'article](#)

5 jours sur l'Échappée jurassienne entre Pont-de-la-Chaux et Saint-Claude

Destination : [France](#) » [Bourgogne-Franche-Comté](#) | Montagne : [Jura](#) | Activité : [Randonnée](#)
 Nombre de jours : 5 jours | Difficulté : 3 | Dénivelé : +3108 m/-3356 m | Distance : 116 km | Type d'itinéraire : Ligne |
 Transport : Train | Écosystème : Campagne, Forêt, et Montagne | Hébergement : Chambre d'hôtes et Hôtel
 Meilleures Périodes : Mai, Juin, Juillet, Août, Septembre, et Octobre

5 jours de randonnée sur l'Échappée jurassienne entre Pont-de-la-Chaux et Saint-Claude entre sommets et forêts, cascades et pâturages. Récit et trace gps.

Visuel indisponible

[Télécharger la "Trace GPS de mes 5 jours de randonnée sur l'Échappée jurassienne"](#)

Pendant 5 jours, j'ai marché sur le dernier tronçon français de l'Échappée jurassienne entre Pont-de-la-Chaux et Saint-Claude. Cette superbe itinéraire se déroule entièrement dans le parc naturel du Haut-Jura, dans les parties les plus élevées du massif, entre montagnes, forêts et cascades. Je me suis arrêté dans la capitale du diamant et de la pipe alors que l'Échappée jurassienne poursuit son chemin jusqu'à Nyon, sur la rive du lac Léman.

L'Échappée jurassienne, je la connais depuis l'an passé pour avoir marché [entre Arbois et Lons-le-Saunier](#). Entre la diversité des sites et des paysages, j'ai kiffé grave. L'Échappée est super bien balisée : pas besoin de chercher son chemin, aucun risque de se perdre, on peut profiter pleinement de la rando. De plus, elle n'est pas très, très difficile. Alors, dès que possible, j'ai remis le couvert. En choisissant cette fois une région plus montagneuse. Cinq jours de marche qui se déroulent entièrement dans le parc naturel du Haut-Jura. Je me félicite de mon choix ! D'autant plus qu'en cette fin mai, la météo est de mon côté aussi. Mais ce sont surtout les paysages rencontrés qui m'éblouissent : une succession de tableaux à la fois variés et étonnants. Aussi, c'est sûr, il y aura un tome 3 de mes aventures sur l'Échappée jurassienne !

Sommaire : 5 jours sur l'Échappée jurassienne entre Pont-de-la-Chaux et Saint-Claude

[Jour 1, de Pont-de-la-Chaux à Foncine-le-Haut](#)
[Jour 2, de Foncine-le-Haut à Bellefontaine](#)
[Jour 3, de Bellefontaine aux Rousses](#)
[Jour 4, de la station des Rousses à Lajoux](#)
[Jour 5, de Lajoux à Saint-Claude](#)

[Informations pratiques](#)
[Quel topo-guide ?](#)
[Comment aller sur l'Échappée jurassienne de Pont-de-la-Chaux à Saint-Claude ?](#)

STRATÉGIE INFLUENCEURS FAIRE CONNAÎTRE ET VALORISER LA DESTINATION



Redéfinition de la stratégie d'influence, différenciée des Relations Presse

- De nombreuses heures ont été nécessaires pour formaliser, présenter et expliquer la nouvelle réalité de l'influence.
- 7 et 8 mars : 2 journées de formation.
- Fin mars : Élaboration de la stratégie 2023 et validation.
- Avril : Démarrage des recherches d'influenceurs pertinents.

2 objectifs

- La notoriété
 Tout ce qui va faire connaître l'offre en touchant un maximum de monde possible (en privilégiant le REACH)
- La conversion
 Tout ce qui va permettre de générer du trafic sur nos sites Internet (en privilégiant le TAUX DE CLICS)

3 influenceurs retenus

- 1 Middle (communauté) pour les hébergements
 @samfaitvoyager – 79,4 K abonnés
- 1 Micro pour l'Oenotourisme
 @emile.coddens – 37,7 K abonnés
- 1 Micro pour l'Outdoor
 @benedicteperron – 25,6 K abonnés



Identification des influenceurs idéaux

- Sélection d'une liste d'influenceurs répondant à nos critères qualitatifs et budgétaires à l'aide de l'application Favikon.
- Affinage de la liste pour présélectionner les meilleurs profils.
- Sélection des profils idéaux et identification de plusieurs remplaçants (back-ups) en cas d'indisponibilité du 1^{er} choix

Accueil 1 : SAM FAIT VOYAGER

4 jours du 15 au 18 mai



@samfaitvoyager

79.4K abonnés

France
276 publications
10.5K moyenne des likes
623K moyenne des vues par vidéo

496 abonnements
489 moyenne des commentaires
10 moyenne des hashtags



4 jours
7 hébergements visités
3 réels
38 stories
10 photos achetées

5/5

Excellent

1,13 M VUES

43 K LIKES

7,2% ENGAGEMENT

1 543 CLICS directs chez les prestataires



Une 1^{ère} expérience plutôt réussie au vue des performances obtenus

Contenus de grande qualité, notamment photos

Objectifs NOTORIÉTÉ et CONVERSION atteints

Coût raisonnable

Grande adhésion des partenaires

Retombées directes conséquentes



Accueil 2 : ÉMILE CODDENS

2 jours - 12 et 13 août



Emile Coddens

@emile.coddens

37.7K abonnés

France
69 publications
1.8K moyenne des likes
41.9K moyenne des vues par vidéo

700 abonnements
13 moyenne des commentaires
1 moyenne des hashtags



2 jours
34 vins dégustés
6 activités oeno pratiquées
22 stories
3 réels Instagram + Tik Tok

5/5

Excellent

265 K VUES

10 K LIKES

7,7% ENGAGEMENT

292 CLICS directs chez les prestataires

2^{ème} expérience une nouvelle fois réussie

Contenus à la fois sérieux et décalés comme souhaités

Objectif NOTORIÉTÉ atteint

Coût raisonnable

Belle adhésion des partenaires

Retombées directes intéressantes



Accueil 3 : BÉNÉDICTE PERRON

4 jours du 22 au 25 septembre



@benedicteperron

25.6K abonnés

France

1.2K publications

1.7K moyenne des likes

68.8K moyenne des vues par vidéo

584 abonnements

16 moyenne des commentaires

1 moyenne des hashtags



4 jours

4 activités outdoor faites

2 réels instagram

2 posts

32 stories

28 photos achetées

5/5

Excellent

172 K VUES

6 K LIKES

7,7% ENGAGEMENT

105 CLICS directs chez les prestataires

3^{ème} expérience une nouvelle fois réussie

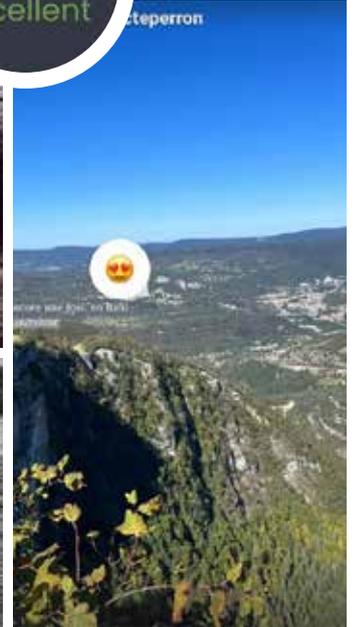
Contenus cependant moins intéressants qu'attendus

Objectif NOTORIÉTÉ atteint

Coût raisonnable

Belle adhésion des partenaires

Retombées directes intéressantes



Une année très positive au niveau des indicateurs relation presse sans le concours d'une agence puisque la fonction a été internalisée. En ce qui concerne les influenceurs, l'Outil FAVIKON reste très pertinent pour les sélectionner.

Contenus produits de grande qualité la plupart du temps, notamment les photos.

Objectifs NOTORIÉTÉ et CONVERSION atteints

Bon rapport coût/performances par rapport aux campagnes classiques

Rappel campagne générique printemps 2023 : 39 K€ > 1,8 M impressions > 50K clics

Grande adhésion des partenaires / Retombées directes conséquentes

MAIS organisation parfois lourde... et vigilance indispensable aux changements de tendances très rapides dans le secteur.

3 ACCUEIL

10 K €

+ 1,5 M VUES

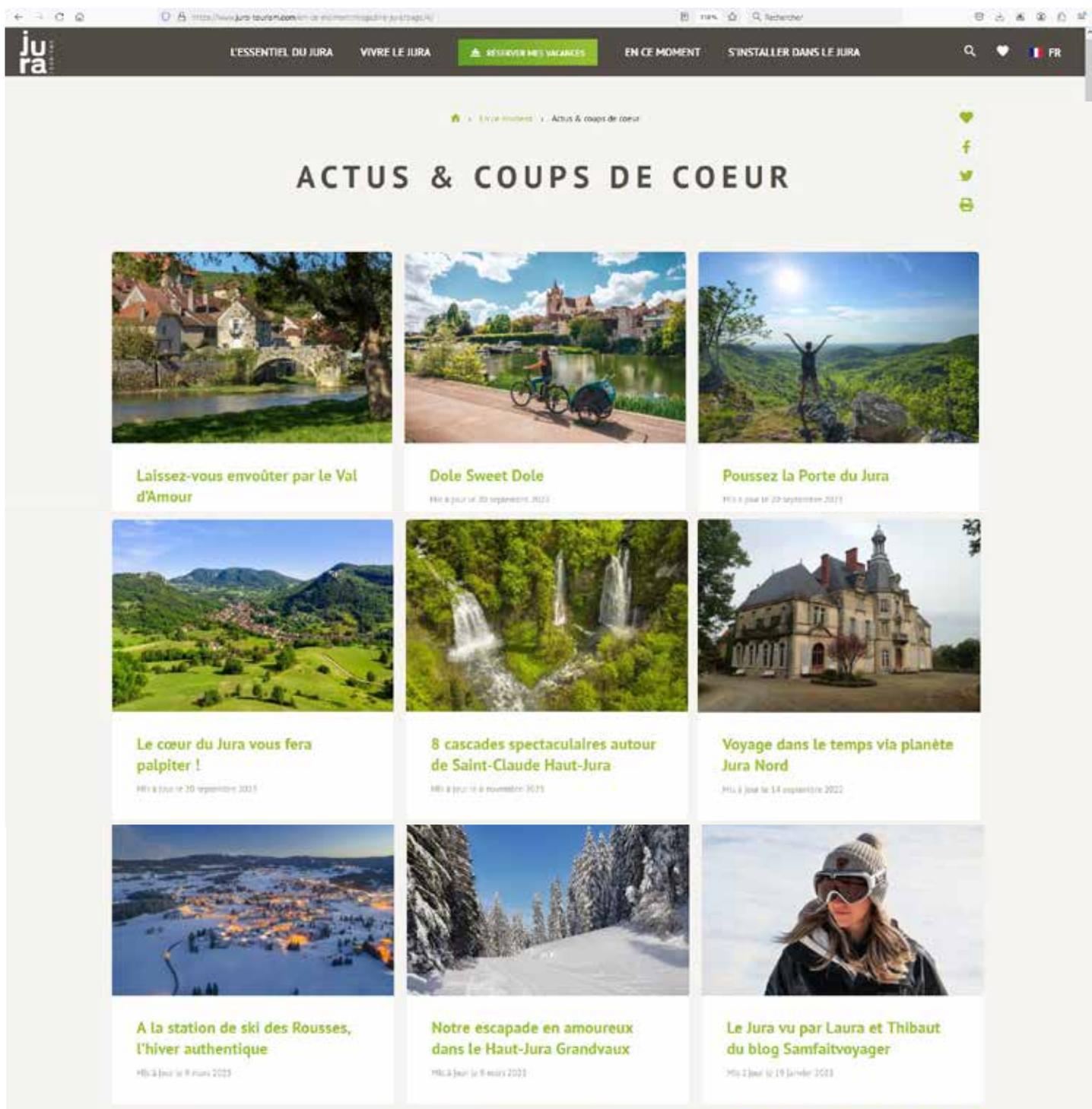
59 K LIKES

7,5% ENGAGEMENT

1 940 CLICS directs chez les prestataires

UNE STRATÉGIE DE CONTENUS ÉDITORIAUX POUR SÉDUIRE

- **Création et rédaction de 56 articles**
- Dont 12 en partenariat avec les Communautés de communes, 1 article avec la Mairie de Baume-les-Messieurs et 1 article avec le Sydom pour valoriser la destination et favoriser les flux touristiques sur l'ensemble du territoire. Contenu diffusé sur le magazine papier, repris sur le site Internet et poussé sur les réseaux sociaux.
- + Création, production de contenu textes, photos, vidéos en partenariat avec les blogueurs et influenceurs accueillis



WEB MAGAZINE Jura Tourisme :
www.jura-tourism.com/en-ce-moment/magazine-jura/

PHOTOTHÈQUE + VIDÉOTHÈQUE

PHOTOTHÈQUE

49 PHOTOGRAPHES/
BLOGUEURS

SOUS CONTRAT AVEC JURA TOURISME

114

COMMANDES/PARTAGES
de photos dont 25 de la presse

13 300 PHOTOS

INDEXÉES DANS LA PHOTOTHÈQUE

2

REPORTAGES DE BLOGUEURS
Sam fait voyager + Bénédicte Perron

PHOTOTHÈQUE Jura Tourisme :
phototheque.cdt-jura.fr/CDT39/

8 REPORTAGE PHOTOS

Thermes / Salins -> MizEnBoite
Hébergement -> B. Becker
Vélo -> B Becker
Voies vertes -> L Ménétrier
Lifestyle hiver -> B Becker
Chalain paysages + hébergement -> S Godin
Chalain activités -> B Becker
Vignoble -> Crash Record

Photos les plus téléchargées / commandées



VIDÉOTHÈQUE

Réalisation et production de 12 nouvelles vidéos



Jura, et si tout commençait ici - Clip Attractivité économique
83 vues • il y a 6 mois



Tour du Jura Vélo Loisirs
359 vues • il y a 16 mois



Quentin Fillon-Maillet, son Jura en hiver
200 vues • il y a 1 an



Qu'importe l'hiver pourvu qu'on ait le Jura
433 vues • il y a 5 mois



Tour du Jura Vélo Sport
373 vues • il y a 10 mois



Prenez soin du Jura, il vous le rendra! - Version Été
731 vues • il y a 10 mois



On a testé Jur'Aventures en famille
964 vues • il y a 10 mois



Prenez soin du Jura, il vous le rendra! - Version Printemps
358 vues • il y a 1 an



Quentin Fillon-Maillet, son Jura des savoir-faire
133 vues • il y a 1 an



Quentin Fillon-Maillet, son Jura au printemps
187 vues • il y a 1 an



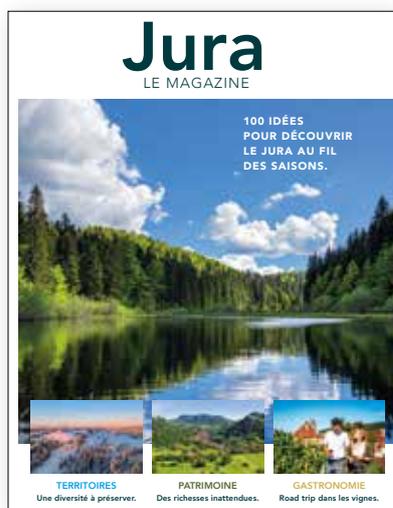
Prenez soin du Jura, il vous le rendra! - Version Hiver
1.2k vues • il y a 1 an



Jura, et si tout commençait ici ?
11k vues • il y a 1 an

50 000 EX JURA LE MAGAZINE N°6

39 500 ex en Français
4 500 ex en Allemand
6 000 ex en Anglais



Magazine gratuit à destination du grand public.

Support socle du kit de communication, cette 6^e édition s'inscrit dans le cadre de la stratégie d'attractivité touristique développée par Jura Tourisme, missionné par le Conseil départemental, avec les territoires.

Cette édition est co-réalisée et co-financée par les Communautés de Communes du Jura et devient un outil indispensable pour découvrir le Jura dans toute sa diversité.

Le parti pris créatif travaillé avec l'agence Esprit Nomade pour ce numéro se découpe en plusieurs entrées valorisant :

- Les territoires dans leur diversité ce qui donne sa force au Jura, y compris dans sa dimension d'attractivité résidentielle (contenu travaillé en collaboration avec les Communautés de Communes).
- Une découverte gourmande en 5 étapes dans les vignes.
- Des idées à partager en famille, des musées à ne pas manquer et une appli Jur'Aventures dont vous serez le héros.
- Un Jura qui se découvre au fil des saisons dans toute son authenticité et qui témoigne d'un riche patrimoine artisanal et de véritable success-story économique.
- Sans oublier la partie agenda et les festivités de l'année.

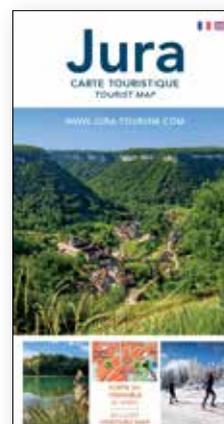
New > Ajout pour cette édition d'une carte rabat.

Les différents contenus écrits et validés par Jura Tourisme et les territoires en collaboration avec 2 rédacteurs (Anne-Marie/Clerc Agence Indiana et Nicolas Bouveret/Jura Tourisme) sont enrichis de QR codes permettant un complément d'informations.

Format : 210 X 270mm (portrait)

113 000 EX CARTE TOURISTIQUE JURA

100 000 ex en Français/Anglais
(90 000 Jura Tourisme et 10 000 CIVJ)
et 13 000 ex en Allemand/Néerlandais Jura Tourisme



Format : 110 x 210 mm (format fermé – 770 x 630 mm (format ouvert))

Descriptif : Au recto, carte touristique du département présentant les sites et activités, les 4 zones touristiques (RIS), les coordonnées des Offices de Tourisme et les bons gestes du tri.

Au verso, la carte présente l'offre oenotouristique et la carte du Vignoble

Les supports édités par Jura Tourisme sont plébiscités et attendus par les partenaires touristiques.

Le magazine a été édité au même nombre d'exemplaires que l'année dernière, mais avec une répartition différente : 1 500 exemplaires de plus en langues (GB et D).

Le support a été réalisé plus tôt dans la saison, ce qui a permis d'avoir une meilleure diffusion sur l'ensemble des sites touristiques avant la saison estivale.

La carte touristique a été éditée à 113 000 ex soit 38 000 ex de plus que l'année dernière (dont 5 000 ex de plus en D/NL) afin de mieux répondre à la demande.

Vecteurs de diffusion du magazine et de la carte

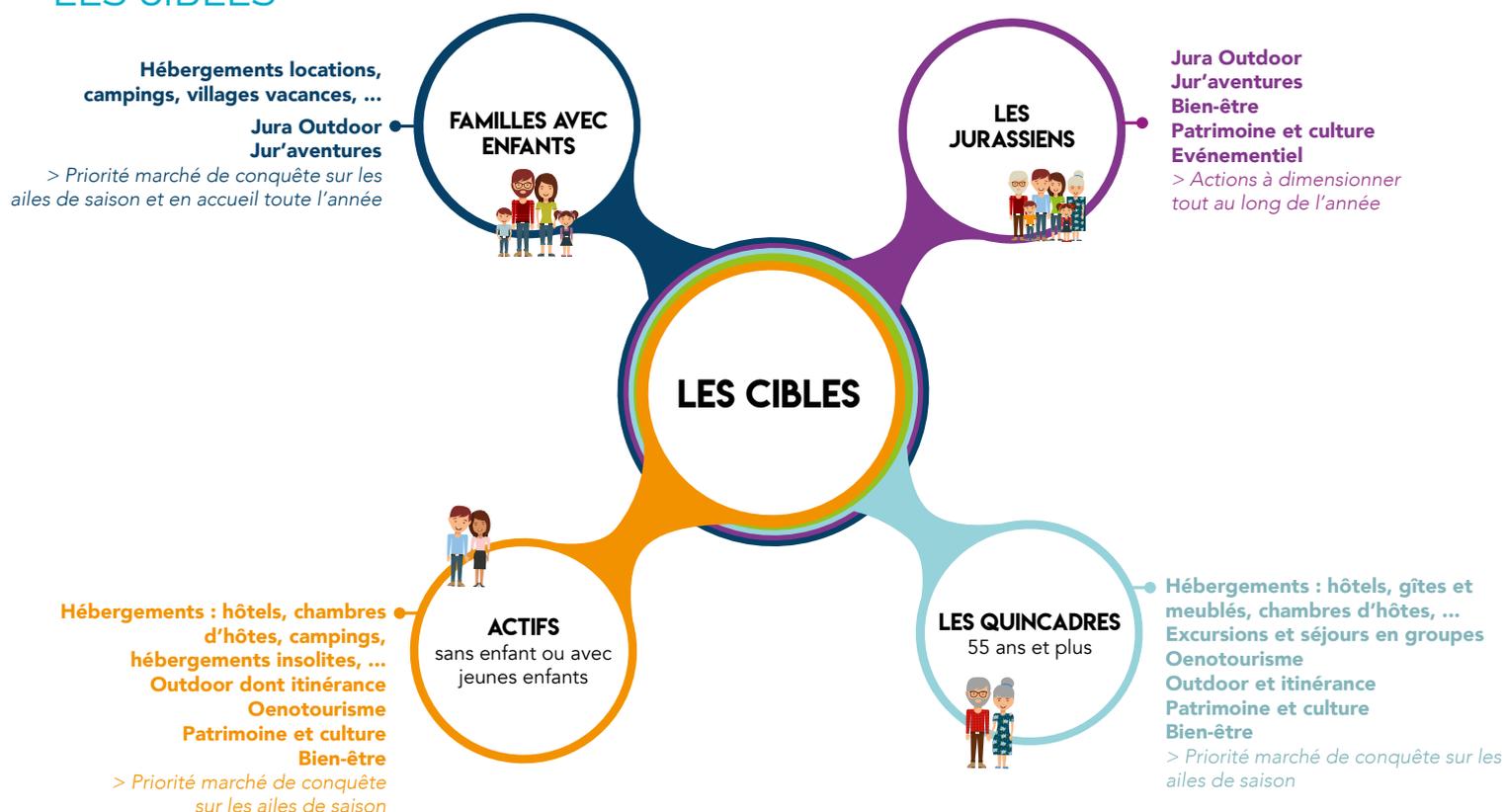
	MAG FR	MAG GB	MAG D	CARTE FR/GB	CARTE D/NL
Bourse touristique le 10 mai	10 506			25 545	7 000
Adhérents Camping Jura	1 960	1 100	950	3 800	1 400
Jura Tourisme - tournée de diffusion été	20 320	4 800	3 450	31 810	2 175

4/ 2 CAMPAGNES – SAISON

OBJECTIFS / STRATÉGIE

CONQUÊTE DE CLIENTÈLE DE PROXIMITÉ

LES CIBLES



LES OUTILS



CAMPAGNE MIX-MARKETING PRINTEMPS-ÉTÉ

Du 9 mars au 7 juillet

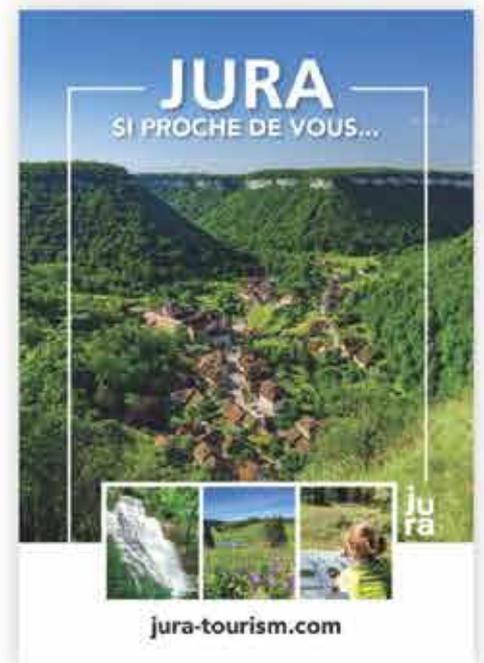
<p>CAMPAGNE DIGITALE GÉNÉRIQUE</p> <p>Objectifs Notoriété + trafic vers le site Internet</p> <p>Du 05 avril au 07 juillet</p> <p>Gîtes, Hôtels, Villages vacances, Campings, Chalets + séjours + Jura-outdoor.com + Jur'Aventures</p> 	<p>CAMPAGNE DIGITALE OENO</p> <p>Objectifs trafic vers le site Internet > notoriété + transformation commerciale</p> <p>Du 13 mars au 8 mai</p> <p>séjours oeno</p> 	<p>CAMPAGNE D'AFFICHAGE</p> <p>Objectifs Notoriété</p> <p>Du 12 au 24 avril</p> <p>Mulhouse + Colmar</p> 	<p>NEWSLETTER</p> <p>Objectifs trafic vers le site Internet > notoriété + transformation commerciale</p> <p>PRODUCTION DE CONTENU</p> <p>Objectifs Animer le webmagazine + SEO</p>	<p>RELATIONS PRESSE</p> <p>Objectifs Valoriser l'offre commerciale</p> <p>INFLUENCE</p> <p>Objectifs Valoriser l'offre commerciale</p>
---	--	--	---	--

1 CAMPAGNE D'AFFICHAGE RÉSEAU JC DECAUX ALSACE

LE JURA S'AFFICHE À ... ENTRE SÉDUCTION ET ATTRACTIVITÉ
Mise en place d'une campagne d'affichage de 3 semaines sur COLMAR- MULHOUSE
Campagne digitale printemps/été



<p>Mulhouse</p>	<p>Affichage large 40 faces Affichage small 40 faces Du 12 au 18 avril</p>
<p>JCDecaux</p>	<p>TOTAL 9 999 € Budget global</p>
<p>Colmar</p>	<p>Affichage 21 faces Du 19 au 25 avril</p>

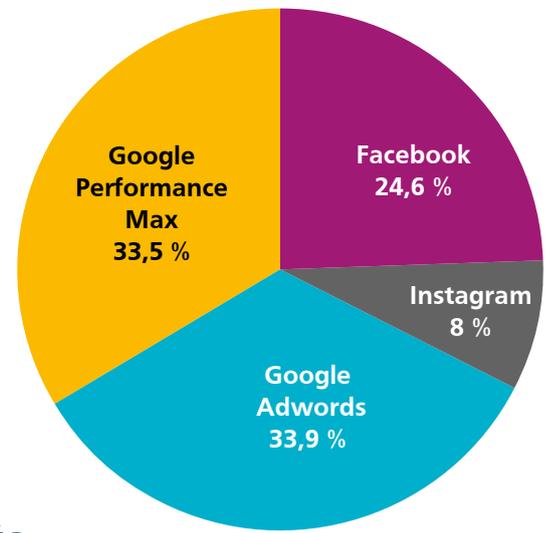


1 CAMPAGNE DIGITALE GÉNÉRIQUE

4 SUPPORTS RETENUS



ADWORDS PERFORMANCE
MAX



OBJECTIFS MARKETING

- Augmenter la notoriété de la Destination en générant du trafic sur les supports digitaux de Jura Tourisme.
- Inciter les cibles à réserver des produits touristiques (hébergements et séjours).
- Transformer cette incitation en commandes fermes.

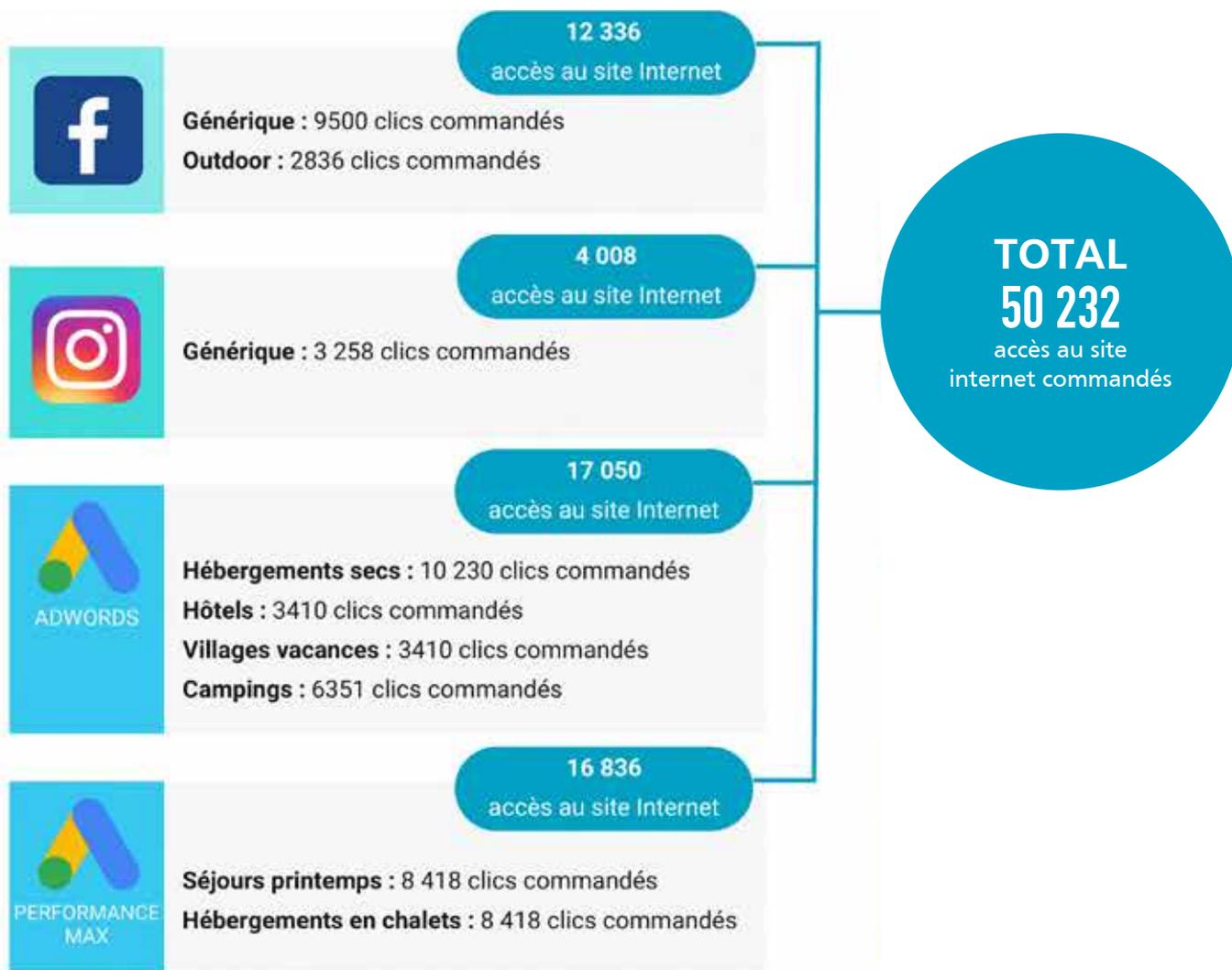
MARCHÉS

- Marchés prioritaires 80 % du budget > La proximité (axe Lyon-Chalon-Dijon-Besançon Belfort / hors Jura)
> Le Grand Est (axe Mulhouse-Strasbourg)
- Marchés secondaires 20 % du budget :
> Île de France- Métropole Lille

THÈMES DÉVELOPPÉS

- Générique Jura
- Activités Outdoor
- Hébergements secs / Hôtels / Villages vacances / Séjours printemps
- Hébergements en chalets en partenariat avec Uxelles et le Domaine de Chalain
- Campings en partenariat avec Camping Jura
- Thermalisme Salins en partenariat avec Therma Salina
- Le site www.jura-outdoor.com (Cibles Jurassiens et visiteurs sur place dans le Jura)





SYNTHÈSE des volumes

Facebook		9660 sur 9500 link clics commandés	+1.7% DE LIVRAISON	450 769 impressions	Objectif Atteint et dépassé CTR ^{*3} supérieur à celui de la campagne Printemps / été 2022 (1,98%). Campagne qui fonctionne très bien
Instagram		3258 sur 3258 link clics commandés		418 123 impressions	Objectif Atteint et dépassé CTR ^{*3} bien supérieur à celui de la campagne Printemps / été 2022 (0,49%) et même supérieur à la campagne hiver (0,73%)
Google		17 926 sur 17 050 link clics commandés	+5.1% DE LIVRAISON	429 511 impressions	Objectif Atteint et dépassé CTR ^{*3} élevé et se situe dans la moyenne haute sur le secteur
Google		14 338 sur 14 336 link clics commandés*		412 019 impressions	Objectif Atteint et dépassé Dispositif qui confirme son intérêt. CTR ^{*3} très élevé avec taux de clic important. Publicité affichées sur Youtube, Gmail, Search, Display et discover.
Google		6715 sur 6151 link clics commandés**	+9 % DE LIVRAISON	85 531 impressions	Objectif Atteint et dépassé CTR ^{*3} est encore monté par rapport à l'année dernière (5,08%). Pour rappel, il avait doublé vs. la campagne camping menée en 2021 (1,53 % vague #1 et 4,42 % pour la vague #2)

*après nouvelle répartition

** campagne scindée en deux avec bon de commande de 2880 clics pour Jura Tourisme

^{*3} taux de link clics

Résultats commerciaux issus du service de réservation Jura Tourisme du 05/04 au 01/07/2023

Le volume d'affaires Individuels au 01/07/23

	Nombre de contrats	Volume d'affaires
Hébergement sec	247	148 539 €
dont locations chalets Uxelles	222	134 680 €
dont hôtels	11	4 295 €
dont campings	14	9 564 €
Séjours packagés	124	102 330 €
Total	371	250 869 €

Part des ventes en ligne hébergement **80 %**
198 réservations pour 117 652 €

Des vacances en chalet au cœur du Pays des lacs

Venez passer vos vacances dans l'un de nos chalets de 50m² en bois, indépendants, dans le village d'Uxelles. Amoureux de la nature, vous trouverez aux alentours des activités pour tous : randonnée, VTT, promenade à cheval, sites naturels et patrimoniaux...

Votre chalet individuel dans un cadre naturel et authentique



Période de séjour



Top des ventes packages

1. Bien-être/thermalisme
2. Echappée Jurassienne itinérante
3. Balades en roulotte

Nombre de formulaires séjours reçus : **258**
Dont thermalisme : 141
Rando EJ : 41

Nombre de dossiers réalisés sur la période

	Séjours	Hébergements	Total
Devis/options non confirmés	153	73	226
Réservations fermes	124	247	371
TOTAL	277	320	597

PRODUCTION DE CONTENUS DIGITAUX + 8 NEWS GRAND PUBLIC

Bascule du site jura-tourism.com en mode «printemps» le 9 mars

NOUVELLES PAGES ÉDITORIALES

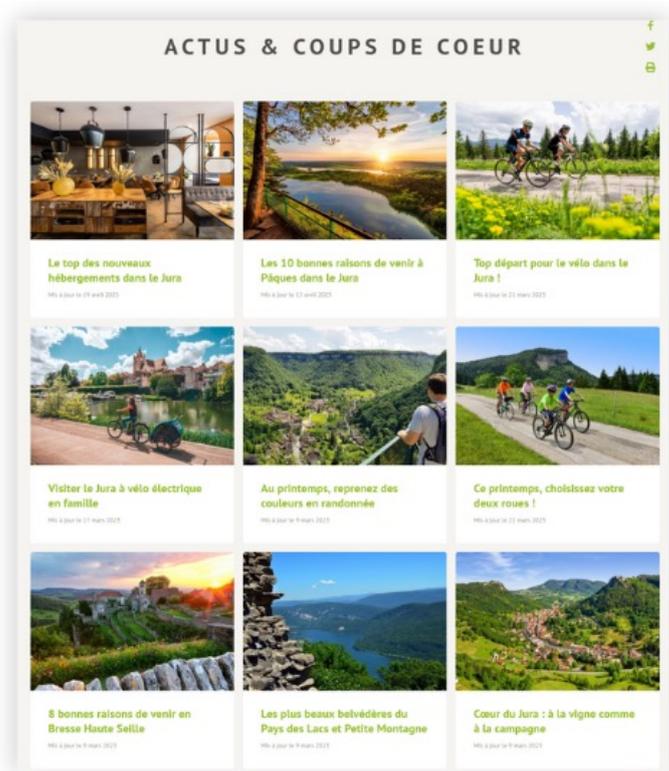
- Le Jura, terre de grandes randonnées itinérantes pédestres
- Page de campagne pour la promotion des chalets d'Uxelles et de Chalain
- Page dédiée à la promotion des Chalets de Chalain

NOUVEAUX ARTICLES

- Visiter le Jura à vélo électrique en famille
- Top départ pour le vélo dans le Jura
- Le top des nouveaux hébergements dans le Jura
- Jura, ma destination nature sans déchet (avec le Sydom)
- Sortez du train-train sur la Ligne des Hirondelles
- 8 cascades spectaculaires autour de Saint-Claude Haut-Jura
- Les plus hauts sommets du Jura
- Que faire dans le Jura cet été
- 4 Road trips dans les vignobles du Jura

MISE À JOUR D'ARTICLES EXISTANTS

- Cœur de Jura : à la vigne comme à la campagne
- Les plus beaux belvédères du Pays des lacs et petite montagne
- 8 bonnes raisons de venir en Bresse Haute-Seille
- Ce printemps, choisissez votre deux roues !
- Au printemps, reprenez des couleurs en randonnée



Newsletter grand public
 Diffusion le 05 avril
 11 530 destinataires
 Taux d'ouverture : 32,38 %
 1 132 clics



- Une campagne plébiscitée par les cibles
 - Les objectifs en termes de nombre de clics ont été atteints et même dépassés.
 - Les Taux de Clics (CTR) sont quasiment tous en progression.
 - La prise de parole diffuse le bon message au bon moment : bonne période pour communiquer, dans les premières destinations à prendre la parole, de très beaux visuels, un choix de supports adéquat.
- FACEBOOK > Objectif ATTEINT ET DÉPASSÉ :** Le CTR 2023 est supérieur à celui de la campagne 2022 (1,98%).
- INSTAGRAM > Objectif ATTEINT ET DÉPASSÉ :** Le CTR 2023 est bien supérieur à celui de la campagne 2022 (0,49%) et même supérieur à la dernière campagne hiver (0,73%).
- ADWORDS > Objectif ATTEINT ET DÉPASSÉ :** Le CTR est élevé et se situe dans la moyenne haute sur le secteur.
- Pour les **CAMPINGS**, le CTR est encore monté par rapport à l'année dernière (7,85 % vs 5,08 %), qui lui-même avait déjà doublé par rapport à 2021.
- PERFORMANCE MAX > Objectif ATTEINT ET DÉPASSÉ :** le dispositif Performance Max confirme son intérêt avec un CTR est très élevé.

ACHAT D'ESPACES PUBLICITAIRES DANS LA PQR + LA PRESSE ÉCRITE

En plus des campagnes d'affichage et digitale, Jura Tourisme a souhaité garder une communication thématique sur différents supports magazines afin de valoriser le Jura à travers ses filières d'excellence (oenotourisme, thermalisme, savoir-faire, outdoor via la mise en ligne de 2 applis : Jura-outdoor et Jur'Aventures...)

BALADE ESTIVALE
 1 page
 170 x 250 mm



CLÉVACANCES



CSE- GUIDE DES CE
 1 page
 210 x 297 mm



VAÉVIENT
JOURNAL GRATUIT ET ESTIVAL
 2 pages de pub
 + 2 pages rédactionnelle
 210 x 297 mm



PETIT FUTÉ
GUIDE DE VOYAGE ANNUEL
 1 page – 130 x 210 mm



CAMPAGNE MIX-MARKETING HIVER 2023 -2024

DISPOSITIF DE CAMPAGNE

Jura Tourisme + 7 partenaires les GTJ (Grandes Traversées de Jura), l'ENJ (Espace Nordique Jurassien) et les Offices de Tourisme du Haut-Jura : Haut-Jura Saint-Claude, Haut-Jura Grandvaux, Haut-Jura Morez, Champagnole Nozeroy Jura, la Station des Rousses.

MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

Grand Lyon, Bourgogne (Dijon, Côte d'Or), Savoie et Haute-Savoie (Annecy, Chambéry, Grenoble), Grand Est et auprès des Jurassiens.

3 OBJECTIFS DE CAMPAGNE

- Consolider l'image et la notoriété du Jura à travers ses offres hiver.
- Générer de la demande de séjours sur la destination pour accroître les retombées économiques.
- Développer les réservations en ligne d'hébergements et d'activités via la place de marché Jura.

2 CIBLES PRIORITAIRES RETENUES

- Jeunes actifs (25-35 ans) sans enfant ou famille avec très jeunes enfants non scolarisés.
- Seniors actifs.

4 AXES DE COMMUNICATION

- Destination de montagne habitée, accessible, conviviale, chaleureuse et préservée (PNRHJ).
- Le Jura, paradis du ski nordique et des grands espaces proposant de nombreuses activités dont le ski alpin, la raquette, le biathlon et le chien de traîneau.
- Les offres hors neige (musée, art de vivre, balades et randonnées...) pour valoriser un Jura en hiver qui n'est pas dépendant que de la neige.
- Présenter la destination à travers une offre de tourisme hivernale raisonnée.

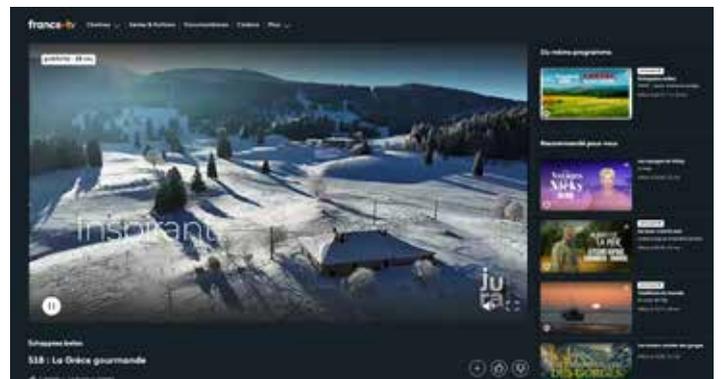
Pour les jurassiens :

- Communiquer sur les offres hiver : activités neige et hors neige, événements et manifestations, visites de musées...
- Mettre en avant les outils pratiques permettant de déclencher l'intérêt (ouverture des pistes, webcams, vente en ligne, géotrek hiver...)
- Proposer des idées de week-end type sur le Haut-Jura

1 CAMPAGNE VIDÉO CIBLÉE REPLAY FRANCE TV du 11 au 17 décembre 2023

Mise en place d'une campagne avec France TV sur les émissions en Replay sur la thématique « évasion et découverte » (exemple d'émission : Rendez-vous en terres inconnues, Carnets de Voyage, Échappées Belles...).

- Diffusion d'un spot de 20 secondes (création Jura Tourisme) avant le lancement des replays
- Date de campagne : Semaine 49 (4 au 10 décembre) et semaine 50 (11 au 17 décembre)
- Géolocalisation des publicités sur l'agglomération de Lyon
- 50% Diffusion via France.tv (desktop, mobile et tablette) et 50% sur TV via les box internet (IPTV)
- 520 000 vidéos diffusées minimum.



1 PARTENARIAT AVEC LE MAGAZINE LYON CAPITALE

SORTIE 17 NOVEMBRE 2023

Mise en place d'un partenariat pour la valorisation de l'hiver dans le Jura dans le magazine hors-série hiver de Lyon Capitale. Diffusion de 30 à 40 000 exemplaires sur toute l'agglomération lyonnaise sur abonnement + kiosque.

- 6 pages de contenus rédactionnels valorisant le Jura en hiver dans le hors-série
- Une photo du Jura en couverture du hors-série
- Mise en ligne de l'article sur le site www.lyoncapitale.fr et relais sur newsletter.

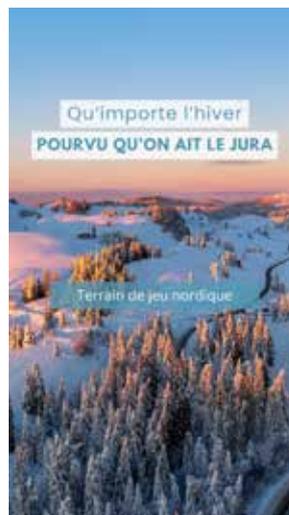


1 CAMPAGNE DIGITALE HIVER 4/12/2023 au 4/02/2024

Déploiement d'une campagne digitale auprès de nos cibles et marchés géographiques prioritaires du 4 décembre au 4 février avec un message adapté en fonction du marché géographique

- **20% Marché Savoie-Haute-Savoie-Isère :**
90% nordique / 10% hors neige
- **40% Marché Rhône et Ain :**
70% nordique / 15% alpin / 15% hors neige
- **20% Marché Cote d'Or et Saône et Loire :**
40% alpin / 40% nordique / 20% hors neige
- **20% Marché Grand Est :**
40% alpin / 40% nordique / 20% hors neige

Diffusion des publicités sur Facebook, Insta et Pinterest.



RÉSULTATS DE LA CAMPAGNE

FACEBOOK/INSTA

19 473

CLICS VIA FACEBOOK

1 583 185

IMPRESSIONS

276 250

PERSONNES TOUCHÉES

PINTEREST

1 239

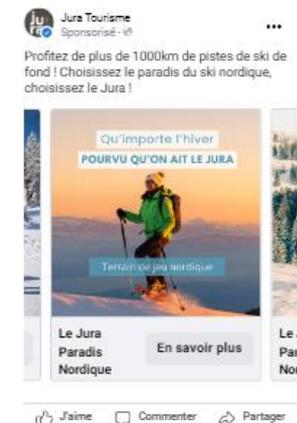
CLICS

517 251

IMPRESSIONS

84 148

PERSONNES TOUCHÉES



NEWSLETTER GRAND PUBLIC

> Envoi d'une newsletter grand public hiver le 15 décembre 2023

11 613 CONTACTS

26,84% D'OUVERTURE

3,15% DE CLICS

CRÉATION DE CONTENUS

> Réalisation d'un reportage photo Alpin avec la Station des Rousses

+ Réalisation de contenus vidéo et photos dans les territoires (Morez et Champagnole Nozeroy Jura).

SITE WEB

JURA-TOURISM.COM

rubrique neige/hiver (15/11/23 au 15/03/24)

179 473 VISITES (+15.76%)

1:16 MIN DURÉE MOYENNE DE VISITES (-66 SEC PAR RAPPORT À N-1)

395 767 PAGES VUES (+ 9.32%)

JEU CONCOURS

sur le site pour inciter à gagner le remboursement de sa réservation du 04/12 au 04/02/2024.

50 PARTICIPANTS

RELATIONS PRESSE

CRÉATION ET ENVOI DE

1 DOSSIER DE PRESSE HIVER

LE 6 OCTOBRE AUPRÈS DE

4 000 MÉDIAS

2 COMMUNIQUÉS DE PRESSE

2 ACCUEILS PRESSE

(JT FRANCE 2 ET ÉCHAPPÉE BELLE)

54 RETOMBÉES PRESSE

BOURSE D'ÉCHANGE de documentations touristiques hiver

Organisation d'une bourse hiver à la Chaumusse le 19 décembre

- Un hiver 2023-2024 avec de très faibles chutes de neige sur le massif du Jura et donc très peu d'ouverture des pistes autant en alpin qu'en nordique. Un hiver doux pour le Jura et donc une obligation de s'adapter avec des contenus différents (hors neige). Une situation qu'il est urgent de prendre en compte afin de pouvoir proposer des offres plus diversifiées et avoir une communication à 50/50 neige et hors neige sur l'hiver.
- Un accueil influenceur qui a été annulé par manque de neige et donc 3 principaux leviers de communication pour cette année principalement orientée sur le marché Lyonnais avec en point d'orgue une campagne vidéo avec France TV début décembre sur le marché Lyonnais avec près de 520 000 vidéos visionnées.

5/ PLAN D' ACTIONS FILIÈRES

FILIÈRE OUTDOOR

JURA-OUTDOOR.COM

2022 : Lancement de l'outil numérique Jura-outdoor, site internet mobile entièrement gratuit proposant près de **130 parcours officiels, balisés et mis à jour régulièrement** dans tout le Jura. L'outil permet de présenter les parcours sur un **fonds de carte IGN**, de télécharger un **PDF pour une lecture en mode hors connexion** de télécharger une trace **GPX** pour une intégration dans d'autres outils numérique (GPS...), de présenter les **points d'intérêt** le long du parcours et enfin de **se géolocaliser** pour ne plus jamais se perdre.

2023 : Évolution de l'outil Jura-outdoor avec une migration vers la plateforme Géotrek utilisée par le Département, le Parc naturel Régional du Haut-Jura et Espace Nordique Jurassien > Mise à jour automatique des parcours. Jura-Outdoor se décline dorénavant en un **site web mobile** et en une **application disponible sur apple et android** avec une offre de **parcours 4 saisons**, comprenant les activités hivernales comme la raquette et le ski de fond en plus de la randonnée, VTT, vélo, trail...

En plus des fonctionnalités de 2022, il propose :

- Un mode hors connexion (y compris sur le site web)
- La visualisation 3D des parcours (uniquement sur le site web avec un ordinateur)
- La valorisation des zones naturelles sensibles et des restrictions afférentes
- La simplification de la signalisation de problèmes sur les parcours via l'application suricate

Actions valorisant jura-outdoor.com

- Réalisation et impression de 350 affiches et de 10 000 flyers diffusés à l'occasion de la bourse touristique du mois de mai et des tournées de documentations du mois de juin.
- Achats d'espace Pubs (Vaévient 2023 – 100 000 exemplaires - Balades Estivales de la Voix du Jura – Valorisation de l'appli dans le Magazine Jura n°6 et la Carte Touristique Jura 2023
- Campagne digitale Facebook + Instagram
- Mise en avant sur le site jura-tourism.com sur les rubriques rando et VTT + lien direct depuis « parcours outdoor »
- Mise en avant par le Conseil Départemental du Jura (Jura mag + affichage abri bus été)



STATS JURA-OUTDOOR.COM DU 13/04/23 AU 31/12/23

25 601 VISITES

3'54 MIN DE DURÉE DE VISITE

102 483 PAGES VUES

778 TÉLÉCHARGEMENTS (PDF OU GPX)

8 029 LIENS SORTANTS

COMMUNICATION VÉLO

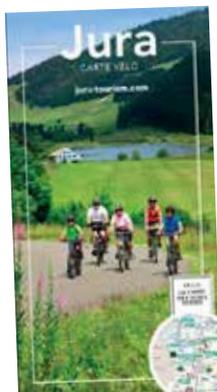
Réalisation de 2 vidéos avec motion design sur les 2 Tours du Jura à vélo Sport et Loisirs avec la Peignée Verticale. Tournage réalisé en juin.

> **Objectif** : Promouvoir le Jura à travers 2 parcours vélo emblématique. Une dédiée à la version loisirs plutôt axée sur le slow tourisme la découverte en famille et l'autre sur la version sport plus dynamique et sportive.

Diffusion : dès Juillet/aout sur les supports de communication de Jura Tourisme

Réalisation de 2 reportages photos

- Sur les Voies de la Bresse Jurassienne et des Salines en version familles et vélo de voyage avec Lilian Menetrier
- Sur la Voie PLM en version famille et le tour du Jura Vélo sport en version vélo de voyage avec Benjamin Becker



Création d'une documentation d'appel vélo type carte avec l'ensemble de l'offre vélo du Jura (Voies vertes + cyclo + VTT). Création par l'agence Yata et impression à 15 000 exemplaires.

Diffusion : Bourse touristique et sur les salons thématiques

Réalisation d'une newsletter dédiée au vélo avec Openrunner : 93 038 destinataires – 20 328 ouvertures (23.73%) – 1 502 clics (1.75%)

Campagne digitale avec AdMySports du 11 mai au 11 juin

Objectifs : Campagne de Notoriété des 2 Tours du Jura Vélo

Ciblages : France métropolitaine – intérêt et pratiquants de vélo de voyage

Résultats : 622 038 impressions – 2 515 clics – 0.40% CTR

En lien avec le CRT, mise en avant du Tour du Jura vélo loisirs sur **France Vélo Tourisme** (Mise en ligne + newsletter dédiée + réseaux sociaux)

Promotion de la destination vélo sur le salon l'Expo du Vélo de Strasbourg du 23 au 24 septembre : Présence de Jura Tourisme avec 1 partenaire – Office de Tourisme Gorge de la Bienne (Morez-Mobier) : Stand de 9m² - 5 000 visiteurs – 92 exposants – 481 docs diffusées

Site web jura-velo.fr

- Intégration de nouvelles fiches itinéraires pour les véloroutes et voies-vertes (Voie PLM) et VTT
- Mise à jour des parcours
- Évolution des rubriques Tour du Jura à Vélo et GTJ à vélo

AUTRES ACTIONS

Évolution de la rubrique randonnée du site jura-tourism.com

- Intégration de nouveaux contenus : top 10 des parcours, zone naturelles sensibles...
- Réorganisation de la rubrique et optimisation SEO des contenus pour un meilleur référencement.



Un gros travail en back office sur le développement de l'application Jura-outdoor pour aboutir à un outil complet et mis à jour automatiquement. Mise en ligne de la V2 au 4 mai et mise en place d'un plan de communication dédié.

- Réalisation de supports et contenus photos et vidéos pour valoriser l'offre vélo du Jura et notamment les 2 Tours du Jura et les véloroutes.
- Une communication intensifiée sur le vélo en 2023 pour accompagner la promotion des Tours du Jura sur France Vélo Tourisme et la montée en puissance de l'offre de véloroutes et voies-vertes.

ÉCHAPPÉE JURASSIENNE

Mémo > Créée en 2013, L'Échappée Jurassienne longue de 350 km se compose de 20 étapes à parcourir pour découvrir le massif du Jura d'Ouest en Est. Étendard du slow tourisme, L'Échappée Jurassienne fédère deux pays, 11 collectivités et 16 sites naturels et culturels incontournables afin de développer une offre touristique 4 saisons autour des activités de pleine nature. Elle est accessible à pied depuis 2013 et en VTT depuis 2021.

L'échappée
JURASSIENNE

INGÉNIERIE

- **Mise à jour du site internet** : ajout de rubriques, modifications d'informations
- **1 Réunion COTECH** avec les communautés de communes, les Offices de Tourisme situés sur le tracé, le Comité Régional du Tourisme, conseil Régional....
- **Visite des nouveaux hébergements** (6)
- **Animation du réseau**
- **Conseil sur mesure aux clients** (25)
- **Participation au Réseau des Grands itinéraires de France** (réseau regroupant la FFRandonnée, Stevenson, Compostelle, traversée de Pyrénées, St Guilhem...) : 3 réunions en visio.
- **Participation au lab'itinérance** de la Région Bourgogne Franche comté (en relation avec le Schéma Régional de l'itinérance), Schéma Régional d'itinérance.

SALONS ET ACTIONS DE PROMOTION

SALON DESTINATION NATURE & SALON

MONDIAL DU TOURISME DE PARIS DU 16 AU 19 MARS
SUR LE STAND RÉGIONAL BFC



63 000 visiteurs - 1 247 docs diffusées - Environ 60 contacts/jours – 20 demandes transmises au service de réservations. 1 dossier groupe en traitement pour 2024 (10-12 personnes).

-> Un salon très positif avec des demandes précises et qualitatives principalement sur la randonnée et le vélo

SALON DU RANDONNEUR DE LYON DU 24 AU 26
MARS SUR UN STAND JURA DE 18M²



14 092 visiteurs - 1 340 docs diffusées – environ 70 contacts/jour

-> Un salon en proximité qui permet de rappeler aux lyonnais que le Jura est tout près. Demande rando et vélo principalement à la journée

SUPPORTS PRINT

- Réalisation d'un **livret d'appel Échappée Jurassienne** avec intégration de tous les séjours – diffusion sur les salons et lors de la bourse touristique + Réalisation d'une **affiche « itinéraire de l'Échappée Jurassienne »** pour faire suite à plusieurs demandes terrain. Diffusée auprès des hébergeurs et des partenaires de l'itinéraire
- **Mise à Jour et réédition du Topoguide® Echappée Jurassienne** en 4 000 exemplaires.



PARTENARIAT TREK MAG ET GRANDS REPORTAGES avec Nyon Région Tourisme

- Un **dossier de 16 pages** sur l'Échappée Jurassienne dans le **Magazine Trek Mag « Spécial mini-trek »** d'avril + couverture + pub en 4^{ème} de couverture : 50 000 exemplaires / audience 224 000 personnes > Publication de ce dossier sur le site web de Trek Mag : 1,9M visites / 4M pages vues
- Une page de pub de l'Échappée Jurassienne en 3^e de couverture du le N° de juillet 2023 de **Grands Reportages**



RELATIONS PRESSE ET INFLUENCEURS

- Réalisation d'un **dossier de presse** envoyé à la presse spécialisée outdoor en mars avant les salons et diffusion sur les 2 salons
- **Accueil presse du web média I-trekking** du 24 au 30 mai sur l'Échappée Jurassienne pédestre entre Pont de la Chaux et Saint-Claude : Mise en ligne d'un article de 3 000 mots sur le blog sur i-trekking le 18 juin. (64 799 visiteurs/mois)
- Une **belle retombée sur le figaro.fr** avec un article dédié à l'Échappée Jurassienne de 1700 mots publié le 20 mai – Audience de 22 841 838 visites/mois



MARKETING DIRECT, WEB ET RESEAUX SOCIAUX

MARKETING DIRECT > Réalisation d'une newsletter dédiée réalisée avec La Malle Postale envoyée le 24/03/23 à 48 879 contacts - 33,66% d'ouverture / 6,47% clic et Openrunner Envoyée le 31/04/23 à 96 126 contacts - 25,58% d'ouverture / 1,75% clic

WEB : Mise à jour des contenus du site internet Échappée Jurassienne + évolution de la page Échappée Jurassienne à VTT avec l'intégration d'un nouveau road-book

• **Référencement de l'itinéraire sur :**

- Les sites partenaires : OTSI, MDJ, BFC Tourisme...
- Les sites spécialisés : Hellows, I-Trekking, Mon GR, Komoot, outdooractive, IGN rando...
- Le Portail Géotrek et l'appli jura-outdoor

STATS SITE ECHAPPEE-JURASSIENNE.COM

du 01/01/23 au 31/12/23

	2022	2023	Évolution
Nombre de visiteurs	38 720	38 503	-0,5%
Nombre de visites	49 315	79 070	+60,3%
Nombre de pages vues	216 504	247 064	+14,1%
Taux de rebond	44,56%	40,16%	-4,4 pt
Temps de session	6'18 min	6'34 min	+ 16 s
Nbre de pages vues/session	4,39	3,12	-1,27

La forte hausse du nombre de visites indiquerait qu'un visiteur déclenche plus de visites. La réorganisation de la rubrique EJ a permis aux utilisateurs d'identifier le site comme source d'informations pour l'organisation de son itinérance. Ceci est confirmé par le nombre de pages par session en diminution. A noter également une baisse du taux de rebond ce qui confirme l'intérêt des contenus auprès des visiteurs.

RÉSEAUX-SOCIAUX PAGE FACEBOOK

2 PUBLICATIONS/SEMAINES
100 PUBLICATIONS
1 911 454 PERSONNES TOUCHÉES



L'Échappée Jurassienne
Publié par Nicolas Bouveret · 20 octobre 2023

Considérée comme l'une des plus belles lignes de train de France, la **Ligne des Hirondelles** permet de relier la ville de Dole à celle de Saint-Claude. Suivant le trac de l'**Échappée Jurassienne**, elle est le meilleur moyen de s'y déplacer et surtout le plus impressionnant avec ses innombrables viaducs à flanc de montagne !

Tout savoir sur la ligne des hirondelles <https://www.jura-tourism.com/.../ligne-des-hirondelles/>

#Vive... En voir plus



235,6 K personnes touchées
3,6 K interactions



L'Échappée Jurassienne
Publié par Nicolas Bouveret · 27 janvier 2023

Immaculées, les "eaux sacrées" du Hérisson continuent à jouer, sauter et danser entre les roches calcaires enneigées dans l'ivresse de l'hiver jurassien...



295,3 K personnes touchées
7,2 K interactions



L'Échappée Jurassienne
Publié par Nicolas Bouveret · 27 octobre 2023

Avez vous déjà vu cette impressionnante cascade le long de l'**Échappée Jurassienne** ? Immortalisée hier, il s'agit d'une cascade éphémère qui ne pointe le bout de son nez qu'en cas de fortes pluies, ou lors de la fonte des neiges au printemps, pour le plus grand bonheur des randonneurs chanceux et des curieux !



285 073 personnes touchées
3,2K interactions

- Le programme INTERREG s'est terminé en 2022, mais une relation de confiance qui perdure avec notre partenaire suisse et des cofinancements sur certaines actions (trek mag).
- Une année record pour la vente de séjours par le service commercial, mais toujours les mêmes difficultés à vendre des séjours en itinérance (hébergement à la nuitée, repas du soir...) et des demandes souvent sur l'été (mois juillet/aout)
- L'Échappée Jurassienne à VTT enregistre ses premiers clients dont certains ont fait appel au service de réservation de Jura Tourisme. Un itinéraire qui reste à renforcer au niveau de sa structuration (balisage, guide ou carte dédiée...)

FICHE INDICATEURS

www.cdt-jura.fr/wp-content/uploads/2024/04/Bilan-EJ-2023-final.pdf

FILIÈRE OENOTOURISME

POSITIONNEMENT

Au début de l'année 2023, nous avons mené un travail afin de redéfinir le positionnement et la promesse du Vignoble du Jura.

► L'IDENTITÉ DU VIGNOBLE DU JURA

- Acteur modeste de l'économie viticole et de l'œnotourisme, le Vignoble du Jura est une destination dans l'air du temps, appréciée des initiés.
- 140 labellisés Vignobles et Découvertes, dont 39 domaines, 45 hébergements, 25 restaurants, 12 sites patrimoniaux, 5 OT, 2 réceptifs, 12 prestataires d'activités et 2 événements.
- 30 % de la surface du vignoble en AOC en bio.
- Offre gastronomique et patrimoniale de qualité.
- Territoire certes réduit, mais donc facilement accessible et intermodal.
- Nombreux itinéraires de balades et de randonnée (pédestre ou vélo) de qualité.



► POSITIONNEMENT, VALEURS, AVANTAGES CONCURRENTIELS

SINGULIER

Le vignoble du Jura est singulier dans ses conceptions telles que remarquable, étonnant, interlope, digne de curiosité, voire intime...

Avec 7 AOC et 5 cépages, des méthodes de culture et de vinification très variées, la diversité de vins du Jura est unique en France pour un si petit vignoble (2000 ha). Des personnalités fortes et une production limitée génèrent des vins rares, mystérieux, que l'on aime partager entre initiés et dont on se passe les bonnes adresses comme on confie un secret.

HARMONIEUX

Dans le Jura, les petites exploitations familiales dominent : une originalité par rapport à la majorité du secteur viticole français. Le vignoble est ainsi bien intégré dans la vie quotidienne, dans la géographie du territoire et l'économie des jurassiens. L'activité viticole cohabite harmonieusement avec les autres types d'agriculture, d'économie et de tourisme. Notamment, grâce à une grande proximité avec les sites naturels d'exception du Jura, comme les lacs, les cascades, les reculettes, les belvédères... accessibles en mode doux.

ÉCORESPONSABLE

La culture bio dans le Jura est une des plus importantes de France par rapport à sa taille : elle représente environ 30% de la surface viticole. De plus, la grande majorité des exploitants jurassiens ont des pratiques raisonnées, respectueuses de l'environnement. La mise en tourisme du secteur viticole respecte aussi les valeurs de slow tourisme, de la découverte à pied ou en mobilité douce. La taille réduite du vignoble permet des déplacements courts.

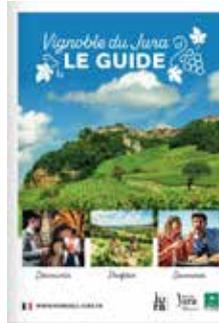
MAGAZINE DE DESTINATION JURA

> 6 pages cahier spécial œnotourisme



GUIDE DU VIGNOBLE

- Définition d'un nouveau concept éditorial
- Édition 2023 en 30 000 ex. en FRA et GB



OBJECTIFS

- Augmenter la notoriété et améliorer l'image de la destination Vignoble du Jura en mettant en avant ses spécificités.
- Améliorer l'accueil des clientèles en séjour dans le Vignoble du Jura et les fidéliser.
- Conquérir de nouvelles clientèles (marchés cibles – individuels et groupes).
- Faire venir dans le vignoble la clientèle déjà en séjour dans le Jura pour augmenter le panier moyen journalier.
- Initier la création de nouveaux événements.
- Informier et animer le réseau des acteurs publics et privés de l'œnotourisme (en priorité les labellisés Vignobles & Découvertes).

BALADES ENTRE LES VIGNES

Mise à jour des 8 fiches existantes



JUR'AVENTURES

4 énigmes se déroulant dans le vignoble et autour des vins : L'Etoile, Montaigu, Arbois, Ménétru-le-Vignoble.

Enrichissement photothèque + vidéothèque



Carte touristique Jura avec carte du vignoble du Jura au verso

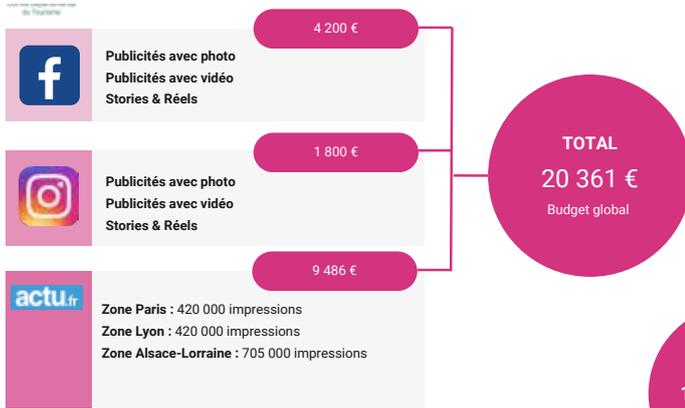
Agenda des événements

- Création d'un module d'extraction des événements Œnotouristiques et de consultation sur vignoble-jura.fr

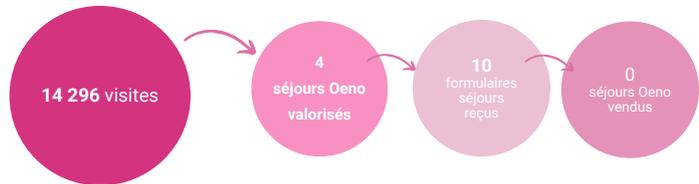
RELATIONS PRESSE

- Coopération avec le CIVJ pendant la Percée le 3 février
- Création et mise en ligne d'un Kit Presse Œnotourisme début avril
- Édition et diffusion d'un Communiqué de presse Œnotourisme le 18 avril
- 50 parutions Presse
> Création d'une news PRO à destination des labellisés Vignobles et découvertes du Jura

CAMPAGNE DIGITALE



objectifs : notoriété + transformation commerciale séjour oeno
Cibles : 35 ans et +, avec exclusion des mineurs
Marchés géographiques : Lyon, Dijon, Mâcon, Besançon, Bourg-en-Bresse, Mulhouse, Strasbourg, Nancy, Metz, Reims, Grenoble, Genève, Lausanne, Charleroi, Namur et Luxembourg.



CQFR

La campagne média sur Actu.fr a atteint des objectifs habituels en matière de notoriété malgré une courte période de diffusion, avec cependant un coût au clic exorbitant. Le dispositif sur les réseaux sociaux reste plus performant avec un taux de clics bien plus élevé incitant davantage le consommateur à concrétiser un séjour. Vu la clientèle visée, il n'est pas étonnant de constater que Facebook a été plus impactant qu'Instagram.



Relevé de statistiques Google Analytics du 13 mars au 21 mai 2023

La campagne média sur Actu.fr a atteint des objectifs habituels en matière de notoriété malgré une courte période de diffusion, avec cependant un coût au clic exorbitant.

Le dispositif sur les réseaux sociaux reste plus performant avec un taux de clics bien plus élevé incitant davantage le consommateur à concrétiser un séjour.

Vu la clientèle visée, il n'est pas étonnant de constater que Facebook a été plus impactant qu'Instagram.

En revanche, malgré un CTR plus qu'honorable et un engagement important des internautes (signe que la campagne a atteint son objectif de séduction), la transformation commerciale n'a pas été au rendez-vous.

→ Quels enseignements en tirer ?

Que l'offre commerciale OENO est décevante ?

Que les séjours proposés ne correspondent pas suffisamment à la demande réelle ?

Qu'il est vain de vouloir axer ce type de campagne sur la vente sans avantage prix (promo, prix cassés, dernière minute...)

6/ SOUTIEN AUX ASSOCIATIONS ET ÉVÉNEMENTS OPÉRATIONS DE PROMOTION (SALONS)

SOUTIEN AUX ASSOCIATIONS ET ÉVÉNEMENTS

OP /FILIÈRE GROUPE (Adhésion Club groupe ADN + Pub Guide des CE)

PARTENARIAT LIGNE DES HIRONDELLES – édition flyers

FESTIVITAS - du 3 au 5/02 Mulhouse – Soutien Filière Pêche

RENDEZ-VOUS DE L'AVEVENTURE du 16 au 19 mars 2023

- Mise en place d'un partenariat avec les organisateurs du Festival pour promouvoir l'Échappée Jurassienne à travers la diffusion du teaser avant les films « Compostelle sans bagage » et « Musers » diffusées dans le cadre du festival.

- Réalisation en partenariat avec l'Office de Tourisme de Lons d'une animation « Balade et dégustation entre les Vignes de Montaigu » pour les VIP du festival.

TOUR DE FRANCE - 21/07/2023

Soutien au Conseil départemental du Jura à travers :

- La réalisation et la diffusion d'un dossier de presse spécial attractivité en lien avec le passage du Tour de France
- Présence au village départ à Moirans-en-Montagne avec l'Association des Départements de France (ADF) pour la promotion du département ainsi que dans le village départ officiel et en salle de presse à l'arrivée à Poligny .

WEEK-END DU CHAT PERCHÉ

29/30/09- 1/10 – Partenariat pack platine.



ACTIONS DE PROMOTION

MARTIN FOURCADE NORDIC FESTIVAL d'Annecy du 1 au 3 sept.

Présence de Jura Tourisme sur un stand de 18m² en extérieur à coté du stand Ain Tourisme (partenariat) - Présence de l'Espace Nordique Jurassien sur 2 jours + Soutien du Conseil départemental du Jura avec l'organisation de 2 séances de dédicaces par Quentin Fillon Maillet sur la journée du samedi.

25 000 spectateurs

60 exposants

4 chaînes TV en direct live

991 docs diffusées

+ DE 400 participants au jeu concours

→ Un salon très qualitatif à renouveler en 2024 avec des partenaires et animations complémentaires.

SALON MADE IN JURA

20 et 21 octobre

20 ans de la marque Made in Jura à Lons le Saunier

SALON SITV

de Colmar du 10 au 12 novembre

Présence de Jura Tourisme sur un stand de 36m² avec 6 partenaires (Cœur du Jura Tourisme, Haut-Jura Saint-Claude, Clévacances Jura, Chalet de la Haute-Joux, Maison de la Vache Qui Rit, Logis du Jura).

1^{er} salon du Tourisme du Grand Est et parmi les 5 plus grands de France .

20 000 visiteurs accueillis en 2023

250 exposants

12 500 m² d'expositions

≈ 30 contacts qualifiés/jour

1 451 docs diffusées

+ DE 500 participants au jeu concours

→ Un salon très qualitatif et réussi avec des partenaires particulièrement satisfaits et des animations pertinentes sur place. Avis positif pour une reconduction en 2024.



SALON MADE IN FRANCE

de Paris du 9 au 12 novembre

Le Département du Jura célèbre en 2023 les 20 ans de la marque Made In Jura qui fut la 1^{ère} marque territoriale créée en France.

Dans le cadre de la démarche d'attractivité JURA, il a été décidé d'organiser plusieurs événements dont une présence du Jura sur un espace de 100 m² lors de l'édition 2023 du Salon Made in France à Paris.

Deux objectifs :

1- Positionner le Jura comme une terre d'excellence des savoir-faire et promouvoir l'attractivité économique, touristique et résidentielle.

2- Contribuer à faire évoluer l'image du Jura en tant que territoire de production et d'industrie dans un cadre de vie d'exception

Stand de 100m² comprenant un pôle tourisme et territoire avec animations et promotion globale Jura et 2 pôles « comptoirs du Jura », l'un sur les produits du terroir AOC prioritairement Vins du Jura et Fromages et l'autre sur les produits artisanaux et industriels issus d'entreprises jurassiennes.

4 partenaires présents :

- Fromagerie Arnaud,
- Fruitière vinicole d'Arbois,
- Domaine de Savagny – Maison du Vigneron
- Gilles Delattre - Toyman
- Un animateur général pour le stand.

LE PLUS GRAND ÉVÉNEMENT CÉLÉBRANT LA FABRICATION FRANÇAISE

1 000 exposants

100 000 visiteurs

1 dossier de presse spécifique

2 679 docs diffusées



S'installer dans le Jura

MARRE DU STRESS ? DES EMBouteILLAGES ? ET SI VOUS CHANGIEZ D'AIR ?

Vous connaissez déjà le Jura pour sa nature préservée, ses paysages fascinateurs, ses vins et ses produits artisanaux de renommée internationale. Mais il y a aussi une **bonne raison économique** d'habiter le Jura. Le **PIRE** et les **grands axes** permettent notamment d'être bien connectés au monde et de profiter des plus de 200 entreprises du territoire. Alors quel projet se présente-t-il pour une vie saine et épanouissante dans le Jura ?

5 BONNES RAISONS DE VENIR VIVRE DANS LE JURA

À LA CAMPAGNE, MAIS PRÈS DE TOUT

- 3,2% de Paris, 10,3% de Lyon, 1% de Besançon, 1% de Dijon, 10,2% de Genève, 2% de Lausanne, 3% de Lille.
- 3 axes autoroutiers (A36, A20, A27).
- 11 lignes de train (TGV et TGV).
- 1 aéroport (Dole-Jura).

UNE RÉELLE DYNAMIQUE ÉCONOMIQUE

Le Jura est une territoire où il y a une **équité entre agriculture, industrie et services**.

- Taux de chômage faible : 5,2% (juin 2023).
- Une grande présence de PME spécialisées dans l'automobile, le jouet, le design, l'agroalimentaire, la papeterie, la microélectronique, la métallurgie et l'aéronautique.
- 200 entreprises certifiées Made in Jura.
- La marque **Made in France** est 20 ans en 2023.
- Des formations de pointe dans les domaines d'expertise de design, du bois, de l'artisanat, de l'agroalimentaire, de l'écopackaging.

14

Enseignements-Résultats :

- Rayonnement du Jura dans toutes ses composantes pour une promotion auprès d'un potentiel de 100 000 visiteurs
- Contacts et prescriptions auprès de médias Nationaux (Europe 1 ; France TV)

Reportages à venir en 2024

- 3 500 prises de contacts directs sur le stand dont 850 pour le tourisme.
- 500 journalistes informés-sensibilisés.
- 30 partenaires mobilisés - 1^{ère} expérience avec une offre Jura aussi large à l'export.
- Forte contrainte logistique - Collecte - Déchargement - transport - Temps RH significatif

Public captif et intéressé par le Jura

L'équipe CDT apporte son appui technique à la mise en œuvre des actions du programme de développement de la marque : Participation au Comité Stratégique, aux Comités techniques, à la réalisation des actions de communication et de promotion.



Diffusion d'un nouveau spot original en TV classique, IPTV et replay

- Du 23/10 au 27/11 2023 : Diffusion en IPTV via achat de programmation sur 4 écrans durant My TF1, France TV, 6 Play, My CANAL + diffusion en TV classique 7 spots autour de l'émission Quotidien sur TMC
- Week-end du 9/10 décembre et du 15/17 décembre 2023 : Diffusion sur la chaîne l'Equipe pour capitaliser sur un contexte de diffusion à forte affinité et de visibilité lors de la coupure du monde de biathlon.
- Du 8/12 au 28/12 2023 : Diffusion en IPTV via achat programmation 4 écrans sur M6 pour interpeller nos cibles situées en Ile de France, et Hauts de France.
- Du 21/12 au 31/12 2023 : Diffusion en IPTV via achat programmation sur 4 écrans sur M6, TF1, Canal, France TV, BFM pour interpeller nos cibles situées en Ile de France, Hauts de France et Grand Est.

3 487 930 IMPRESSIONS

6 852 VISITES SUR LE SITE DES MONTAGNES DU JURA

1 CAMPAGNE MARCHÉ ALLEMAND

Campagne 100 % digitale

Période : Novembre pour promouvoir une offre printemps été Nature patrimoine naturel (lacs et cascades), gastronomie, itinérance, hébergements de charme, expériences durables, slow tourisme.

1 CAMPAGNE MARCHÉ SUISSE

Campagne digitale

Période : Novembre pour promouvoir une offre printemps été avec focus sur le Grand Besançon, vélo, outdoor.

Objectif trafic et notoriété

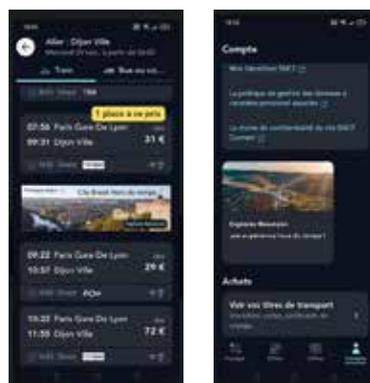
Budget Global 90 000 € TTC
60 000 € TTC (MDJ)
30 000 € TTC (Atout France)

Youtube, Facebook, Insta et komoot

Budget Global	22 500 € TTC
	15 000 € TTC (MDJ)
	7 500 € TTC (Atout France)
Komoot, social média	



SNCF CONNECT
CAMPAGNE CITY
BREAK ACCES
GARE TGV
1ERE VAGUE



RESULTATS CAMPAGNE

Du 20 novembre au 20 décembre 2023
Campagne display web/appli
831 377 impressions
1647 clics

Notification push adressée à 382 374 contacts.
5 975 visites
1 843 ventes

Côté site MDJ : 657 visites
91% taux de rebond
4 intérêts partenaires

<https://www.sncf-connect.com/train/bons-plans/montagnesdujura>



OPE GRAND
PUBLIC
FRANCE
MONTAGNES
A PARIS



Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA

LE BEFORE

2^e édition – Ground Control Paris

Le lieu : Ground Control – Paris 12e
Les dates : du vendredi 17 au dimanche 19
novembre 2023

Public visé : Parisiens CSP+
Cibles prioritaires : 18-35 ans ainsi que les familles

FREQUENTATION

- Vendredi 17/11 : **3 900** personnes
- Samedi 18/11 : **4 200** personnes
- Dimanche 19/11 : **5 500** personnes

Total : 13 600 visiteurs vs 15 500 pers.
en 2022, soit une baisse de 12% mais
+35% par rapport au même WE que l'an
passé

PARTENAIRES

20 partenaires présents / **9** moniteurs ESF

5 massifs (Alpes du Nord / Alpes du Sud / Pyrénées / Montagnes du Jura / Vosges)

APRES-MIDI « NETWORKING B2B »

15 BDE et clubs de ski accueillis

CLUB DES ATTACHÉES DE PRESSE

60 participants

COCKTAIL LANCEMENT DE SAISON

68 journalistes (vs 53 en en 2022)

220 participants

Montagnes du Jura
TOUT UN MONDE DEHORS

AIN
DOUBS
JURA



1 306 115 visites + 21,7 %

46 491 intérêts partenaires + 60 %

72 095 intérêts brochures + 98 %



175 300 abonnés-fans (FB et IG)



MISSION DISTRIBUTION ET COMMERCIALISATION

NOS MISSIONS

DISTRIBUTION ET COMMERCIALISATION

2

AXES STRATÉGIQUES
de développement

Mettre en marché
DÉVELOPPER

- Assurer la visibilité de la destination à travers une offre touristique qualifiée.
- Structurer les réseaux de distribution.
- Équiper les acteurs du tourisme d'outils d'aide à la vente.

1

OBJECTIF

Générer des retombées économiques au profit des professionnels du tourisme de la destination Jura

Commercialiser
VENDRE

- Commercialiser les produits phares de la destination JURA : séjours individuels et groupes.
- Constituer une vitrine départementale de l'offre touristique et faciliter l'accès à la réservation.

1/ BILAN COMMERCIAL

Bilan d'activité 2023



Dossiers réalisés par les services réservation (réservations, devis et options non confirmées, annulations)

		% d'évolution N-1
Service Gîtes de France	5565	+ 3,8 %
Service Jura Tourisme hébergements secs	1 110	- 27,1 %
Séjours individuels	1 092	- 23,5 %
Séjours groupes	106	+ 9,3 %
TOTAL	7 873	- 6,4 %

> La belle dynamique se poursuit pour les Gîtes de France et les séjours en groupe.

Après une année 2022 intense, les **Gîtes de France gardent le cap** et enregistrent une nouvelle hausse d'activité. La baisse du nombre de dossiers locatifs émis par Jura Tourisme s'explique par le changement de modèle du service de réservation. Avec la mise en ligne de la **Place de marché Jura** le 24 octobre dernier, les réservations d'hébergements se traitent directement entre les clients et les hébergeurs. La vente de **séjours packagés pour individus et groupes** affiche une augmentation du volume de réservations sur le segment **groupes** et la **randonnée itinérante**.

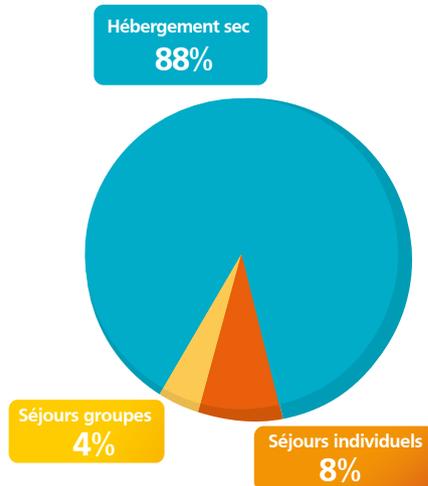


Volume d'affaires de **4,3 millions**

Résultats 2023

> d'euros dont 3,7 millions directement reversés aux professionnels du tourisme

	Nombre de contrats fermes	Volume d'affaires	
Hébergement sec	5 472	3 840 395 €	+ 6,0 %
dont locations Gîtes de France	5 001	3 589 205 €	+ 7,5 %
Séjours individuels	517	334 744 €	+11,6 %
Séjours groupes	28	193 699 €	+28,4 %
TOTAL	6 013	4 368 838 €	+ 7,3 %



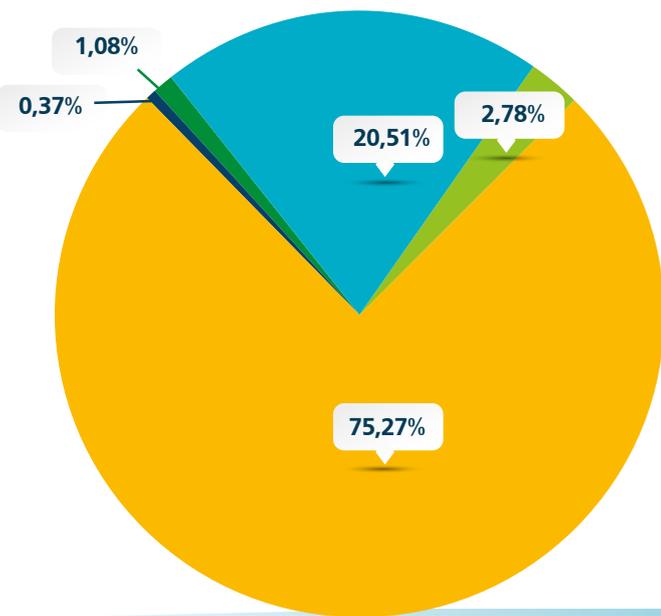
> Un nouveau bilan record.

Le **locatif** a renoué avec la croissance à partir du mois de mai, après une baisse d'activité au 1er trimestre due au manque de neige. Les Gîtes de France présentent des chiffres en **hausse en août et en septembre**. Le volume d'affaires des séjours tout compris est également en augmentation sur la saison estivale malgré un nombre de contrats en recul, grâce à des **durées de séjour plus longues** sur certaines thématiques. Les ventes de **randonnées itinérantes Echappée Jurassienne**, de 6 à 15 jours, ont progressé de 75% par rapport à 2022. Le nombre de nuitées passées dans le Jura par les **groupes** augmente de 24% (plus de séjours vendus que d'excursions).

Répartition des ventes par réseaux

Réservations fermes

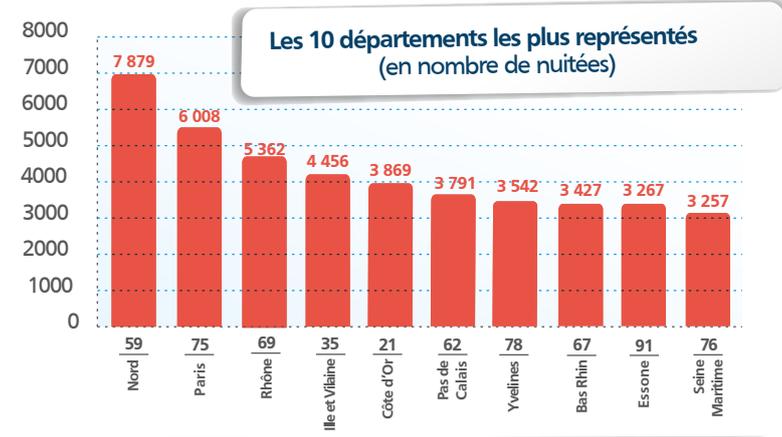
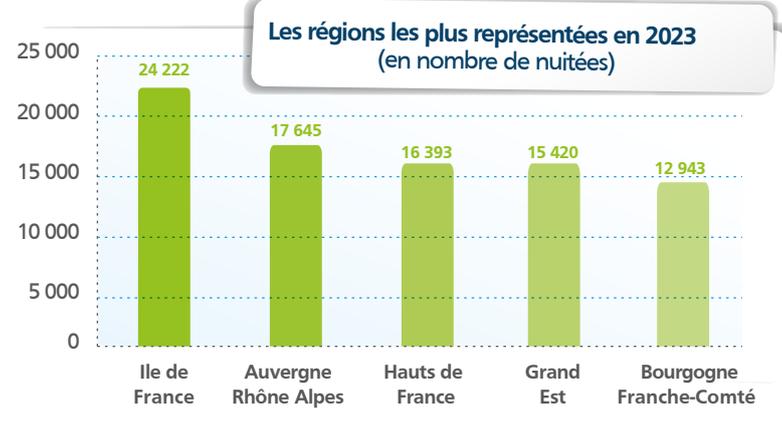
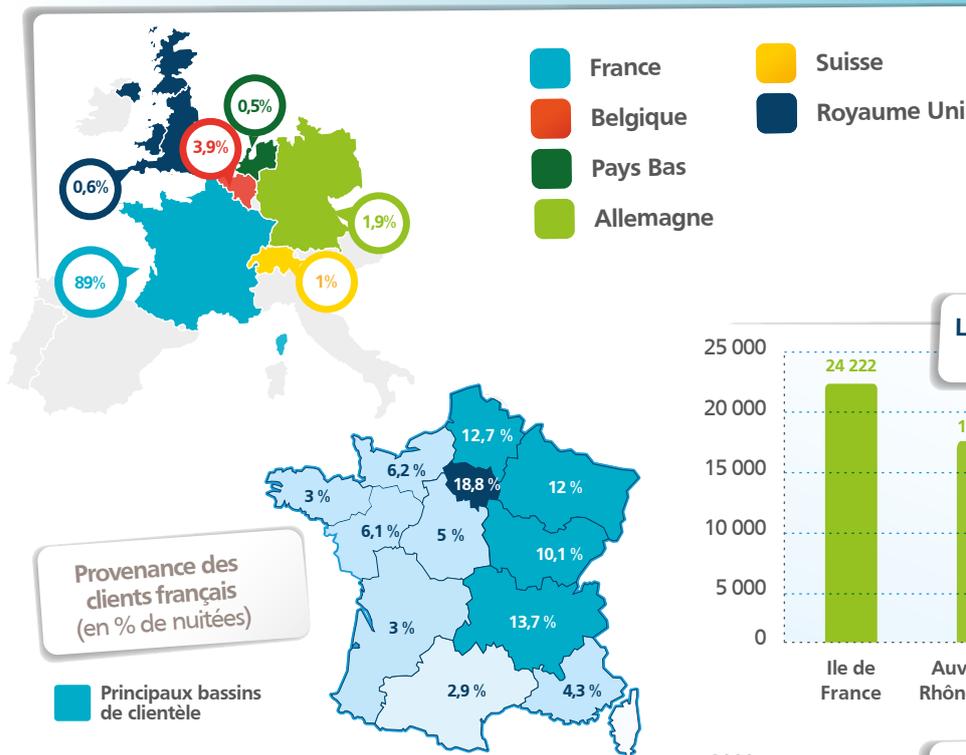
Période du 7 janvier 2023 au 05 janvier 2024



- Jura Tourisme (téléphone, Internet)
- Propriétaires, (réservation partagée)
- Réseau Gîtes de France
- CRT, Offices de Tourisme
- TO, sites de location, comités d'entreprises

> 75 % des réservations sont effectuées par le **réseau Gîtes de France** (service de réservation et sites Internet de la marque). **2 locations sur 3** sont **réservées en ligne**. Pour répondre aux attentes des clients, Jura Tourisme a fait évoluer sa centrale de réservation pour développer une **place de marché numérique départementale** agrégeant une offre d'hébergements variée. La **vente de séjours tout compris pour individuels et groupes** continue à être assurée par le service commercial.

Les clientèles du service de réservation



> Après avoir dépassé le niveau d'avant-crise sanitaire en 2022, le nombre de nuitées enregistrées en 2023 accuse une légère baisse de 0,5%. La fréquentation reste **dynamique en mai, août et septembre** grâce à la clientèle française de proximité. Le **quart nord-est de la France** concentre 67,3 % des nuitées. Les clients étrangers d'Europe de l'Ouest sont un peu mieux représentés. Les **Belges** sont les plus nombreux, suivis des **Allemands**, des **Suisses** et des **Britanniques** qui marquent leur retour.

Taux d'occupation des locations

Taux d'occupation des gîtes et locations en service de réservation :

46,6%
(48,7% en 2022)

soit **17,91 semaines louées** en moyenne sur les **38,42 semaines confiées par an par hébergement**

Le calcul a été réalisé sur la base des **locations confiées en mandat**.

Il s'agit d'une moyenne, la fréquentation n'étant pas homogène d'un hébergement à l'autre. Le taux d'occupation augmente en fonction du niveau de gamme des locations et du **type d'hébergement** : **il augmente de 3 points pour les gîtes 3-4 épis, de 8 points pour les chalets.**

Le nombre de semaines données en location est en baisse par rapport à l'année dernière. Les propriétaires en mandat gardent en moyenne 13 semaines et demie par an pour leur propre gestion.

Hypothèse de location d'un gîte à l'année, compte tenu des semaines que le propriétaire conserve :

Moyennes de location

38,42 semaines confiées par an

17,91 semaines louées sur les 38,42

46,61 % de remplissage des semaines confiées

24,2
semaines

en moyenne de location par an (hypothèse de location par le propriétaire sur le même % de location que le service de réservation Jura Tourisme)

31,5
semaines

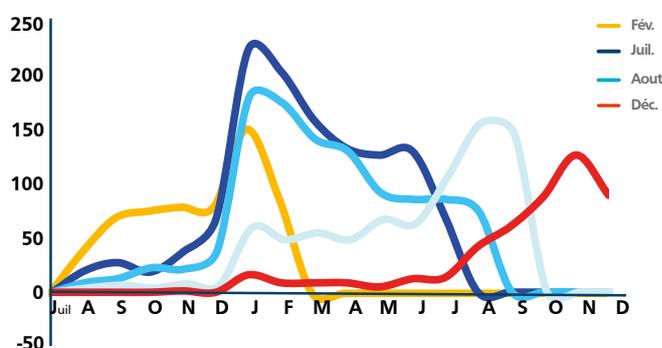
en moyenne de location par an (hypothèse de location des semaines reprises par le propriétaire)

Photographie du gîte idéal pour optimiser ses locations

- Maison individuelle type chalet
- Classement 3/4 *
- Accepte les animaux
- Dispose d'un accès Internet
- Accepte les courts séjours
- Ajuste ses tarifs



Périodes de prise de réservation des gîtes pour chaque saison de vacances



> Des prises de réservation contrastées

Les deux tendances se retrouvent en 2023 : les réservations à 6 mois et plus pour les vacances d'été, qui garantissent le choix et favorisent la maîtrise du budget, primordiale en période d'inflation et les réservations tardives, à 1 mois et moins du début de séjour, qui s'observent pour les vacances d'hiver et de Noël, très dépendantes de la météo. Le manque de neige et une météo maussade ont fait chuter le volume de réservations en février et en décembre. A l'inverse, des conditions plus favorables ont prolongé la saison d'été. Le mois de septembre a profité de réservations de dernière minute en hausse.

Les séjours à thème

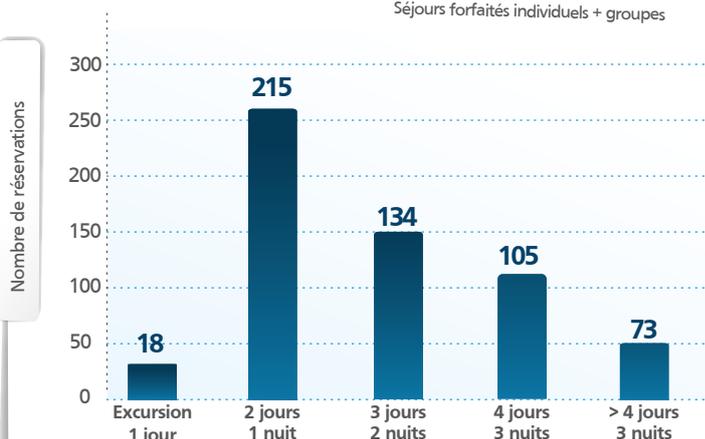
TOP 3 DES VENTES DE SÉJOURS

- 1 Thermalisme - séjours bien-être en hôtel
- 2 Randonnée pédestre sur l'Echappée Jurassienne + Automnale
- 3 Balade itinérante en roulotte

> Le thermalisme bien-être représente les 2/3 des contrats de séjours, d'une durée moyenne de 2 - 3 jours. L'engouement pour la randonnée pédestre se confirme à travers la hausse des ventes de séjours sur l'Echappée Jurassienne et le succès de l'Automnale Rando. Les randonnées itinérantes se sont fortement développées, sur des formats d'une semaine et plus. Sur le segment du groupe, il y a eu plus de séjours vendus en 2023 que d'excursions (sorties à la journée).

Durée des séjours à thème

Statistiques sur la durée des séjours
Établies sur la base des dossiers CLIENTS -
Séjours forfaités individuels + groupes



2/ NOS CLIENTS NOUS DISENT

RÉSULTATS DES ENQUÊTES DE SATISFACTION

Le Service de Réservation adresse par mail aux vacanciers un questionnaire de satisfaction permettant d'évaluer la qualité du service client, de l'hébergement et des prestations réservées. Voici, en synthèse, les éléments-clés issus des retours des questionnaires 2023, à partir d'un échantillon

de 350 répondants. Un nombre de retours inférieur à 2022 en raison de l'arrêt de la commercialisation du locatif fin octobre 2023 (mise en oeuvre de la place de marché). Le questionnaire est désormais envoyé uniquement aux clients des séjours packagés.

SATISFACTION CLIENTS

LES PRESTATIONS DU SERVICE DE RÉSERVATION



La sécurité, la réactivité du service



La simplicité de la réservation

95,9%

DE SATISFACTION GLOBALE

LA QUALITÉ DE L'HÉBERGEMENT



Le calme et l'amabilité des hôtes



La literie, le rapport qualité-prix

89,4%

DE SATISFACTION GLOBALE

LES PRESTATIONS DES SÉJOURS



L'accueil sur les sites et la qualité des prestations



L'originalité des activités

97,7%

DE SATISFACTION GLOBALE

3/ LES ACTIONS 2023

DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE TOURISTIQUE ET DE SA VISIBILITÉ

COMMERCIALISATION DES CHALETS DU DOMAINE DE CHALAIN ET D'UXELLES



Jura

LOCATION DE CHALET
NATURE DANS LE JURA

Week-end en chalet au coeur du Pays des lacs

Mettez le quotidien sur pause et posez vos valises dans un chalet indépendant, au plus près de la nature. Lacs turquoise, forêts verdoyantes ... un cadre idyllique pour vous ressourcer et faire le plein de vitalité.

[Je réserve mon chalet](#)

- 5 des chalets du Domaine de Chalain ont été proposés à la location d'avril à octobre 2023.
- 13 chalets à Uxelles ont été confiés à la commercialisation par Terre d'Émeraude Communauté pour la 2^{ème} année consécutive.

Un plan d'actions spécifique a été mis en place pour développer les ventes et la visibilité de l'offre de chalets :

- Page dédiée aux 2 sites sur jura-tourism.com avec accès à la réservation en ligne
- Campagne digitale sur Google du 05/04 au 01/07/2023
- 3 newsletters envoyées à 11 530 contacts en avril, juin et septembre 2023.

CHALAIN RÉSULTATS 2023

13	CONTRATS
10 428 €	VOLUME D'AFFAIRES réalisé sur 3 chalets de mai à octobre 2023
802 €	PANIER MOYEN CLIENT
216	NUITÉES RÉSERVÉES
10	SEMAINES

UXELLES RÉSULTATS 2023

96	CONTRATS
63 325 €	VOLUME D'AFFAIRES réalisé sur 13 chalets d'avril à septembre 2023
660 €	PANIER MOYEN CLIENT
2 062	NUITÉES RÉSERVÉES
100	SEMAINES

CONCEPTION DE NOUVEAUX PRODUITS D'EXCURSION GROUPES



DÉCOUVERTE DU PATRIMOINE DE SALINS-LES-BAINS

Durée : 1 journée

À partir de **55 €** par personne (20 personnes minimum)



ARTISANAT ET SAVOIR-FAIRE

Durée : 1 journée

À partir de **57 €** par personne (20 personnes minimum)



HISTOIRE ET GOURMANDISE DANS LE PAYS DE CHAMPAGNOLE

Durée : 1 journée

À partir de **54 €** par personne (20 personnes minimum)

DOTATIONS LOTS ET SÉJOURS

Lot jeu France Bleu / Therma Salina mars 2023	337,06 €
Lot jeu France Bleu / oenotourisme mars 2023	454,86 €
Lot jeu Salon de la Randonnée Lyon mars 2023	428,12 €
Total	1 220 € TTC facturé par les prestataires touristiques



Bon Cadeau

Séjour détente et gastronomie

2 jours / 1 nuit pour 2 personnes

Numéro de référence : 56583
Validité : jusqu'au 20/12/2024
Hébergement : Hôtel ***
Restauration : Demi-pension
Lieu : Champagnole (39300)

OPÉRATIONS DE PROMOTION GROUPES

PARTICIPATION AU WORKSHOP ORGANISÉ PAR ADN TOURISME AU PANTHÉON LE 05/04/2023

Présentation de l'offre séjours groupes Jura aux prescripteurs de sorties du grand bassin parisien.

VISITORAT : 200 ASSOCIATIONS culturelles et sportives, mairies, autocaristes, agents de voyage et CE.

18 CONTACTS QUALIFIÉS

5 DEVIS GROUPES effectués à la suite du salon

PARTICIPATION AU SALON IFTM À PARIS LE 04/10/2023 SUR LE STAND ADN TOURISME

Promotion de la destination Jura et de l'offre de séjours groupes

165 CONTACTS QUALIFIÉS sur les 3 jours du salon

100 FLYERS ET BROCHURES DISTRIBUÉS



CAMPAGNE E-MAILING AUPRÈS DES CSE - EN NOVEMBRE 2023

OBJECTIF : promouvoir une offre séjour groupe alliant thermalisme et patrimoine auprès de CE/CSE

DISPOSITIF : e-mailing généré par Promotion Services et envoyé à une sélection de 2 630 CSE, 2 envois à un mois d'intervalle

OFFRE POUSSÉE : séjour de 2 jours/1 nuit à Salins-Les-Bains, spécialement créé pour les CSE avec un tarif groupe exclusif

CIBLES : CE de proximité – Rhône Alpes, Grand Est, Bourgogne et Nord Franche-Comté

SPECIAL CSE



Pause bien-être à Salins-les-Bains

Venez vous ressourcer à la **station thermale de Salins-Les-Bains, dans le Jura**, et conjuguez détente et découverte. Après votre pause bien-être aux thermes, dans une eau naturellement salée, plongez dans l'histoire de la Grande Saline, inscrite au Patrimoine mondial de l'UNESCO. Sa longue galerie souterraine vous révélera plus de 1000 ans d'exploitation du sel.

Séjour à partir de 2 jours/1 nuit comprenant :

- 1 après-midi de soins aux thermes dans un espace entièrement dédié au bien-être
- La visite guidée de la Grande Saline, classée à l'UNESCO
- La pension complète dans un hôtel-restaurant***

Tarif préférentiel pour les groupes de 20 à 30 personnes



Séjour groupe à 219€ par personne

En exclusivité, votre séjour groupe (à partir de 20 personnes) :

- **219 € par personne** en chambre double pour tout séjour du lundi au vendredi
- 239 € par personne le week-end

J'EN PROFITE



RETROUVEZ TOUTES NOS OFFRES
pour Individuels & Groupes

Consultez notre
BROCHURE



JURA TOURISME
17 Rue Rouget de Lisle
39000 LONS LE SAUNIER
Tel : 03 84 87 22 54
groupe@jura-tourism.com

Elise, votre conseillère séjour Jura Tourisme
Tel : 03 84 87 22 54
groupe@jura-tourism.com

www.jura-tourism.com

• Taux d'ouverture des e-mails de 33%

• Campagne e-mailing suivie de relances téléphoniques programmées en janvier 2024

STRUCTURATION DE RÉSEAU / DÉPLOIEMENT D'OUTILS D'AIDE À LA VENTE PLACE DE MARCHÉ JURA

Rappel des objectifs

Agréger une offre touristique élargie et diversifiée

- en connectant les systèmes des prestataires équipés de la réservation en ligne
- en outillant les prestataires non équipés.

Faciliter l'accès à la réservation en ligne pour les clients, avant et pendant leur séjour.

- UNE PLATEFORME DE RESERVATION HEBERGEMENTS & LOISIRS
- UN ACCOMPAGNEMENT DES ACTEURS A LA DIGITALISATION
- UN RESEAU DEPARTEMENTAL DE DISTRIBUTION EN CIRCUIT COURT



Etat d'avancement

Planning de déploiement

Phase 0 : janvier – février 2023

- Signature du marché avec Alliance Réseaux début janvier
- Réunion de lancement des travaux le 7 février
- Définition du modèle économique et des services proposés aux pros

Phase 1 : mars – octobre 2023

- Formation de l'équipe CDT
- Déploiement des connectivités
- Conventonnement des prestataires connectés
- Création de supports de communication et tutos pour les prestataires
- Intégration de la plateforme de réservation sur jura-tourism :

Phase 2 : novembre – 1^{er} semestre 2024

- Information des partenaires et sensibilisation des OT
- Prospection et suivi des prestataires à équiper
- Suivi technique des connectivités
- Gestion des abonnements et des facturations de commission
- Actions de marketing éditorial sur jura-tourism

Résultats

- Validation du projet par le CA du CDT
- Acquisition de la solution technique

- Mise en ligne de la plateforme le 24/10/23
- 673 offres sur la Place de marché au 25/01/24
- 2 centrales de résa, 20 prestataires connectés
- Communication via la news pro, page dédiée sur le site pro, vidéo, flyer

Actions programmées :

- 2 réunions des OT du Bas et Haut-Jura : présentation des services et plan de déploiement
- Prospection des pros par micro-secteurs, cibles 1 : campings et opérateurs de loisirs
- Réaménagement page Réserver, contenu éditorial, intégration de la résa activités

BILAN FINANCIER 2023

COMPTES CDT CONSOLIDÉS 2023

COMPTE DE RESULTAT 2023

CHARGES		RECETTES	
Guides	5 734 €	Guides	8 053 €
Charges externe et plan d'actions	1 136 623 €	Prestations et réservations	641 465 €
Impôts et taxes	42 320 €	Subvention départemental	1 360 000 €
Salaires et charges	1 000 718 €	Subventions autres	58 398 €
Dotation amortissement	39 423 €	Partenariats	150 408 €
Autres charges	1 960 €	Autres produits	5 261 €
Charges financières	0 €	Produits financiers	8 944 €
Charges exceptionnelles	84 640 €	Produits exceptionnels	30 885 €
	2 311 418 €		2 263 414 €
		RESULTAT	-48 004 €

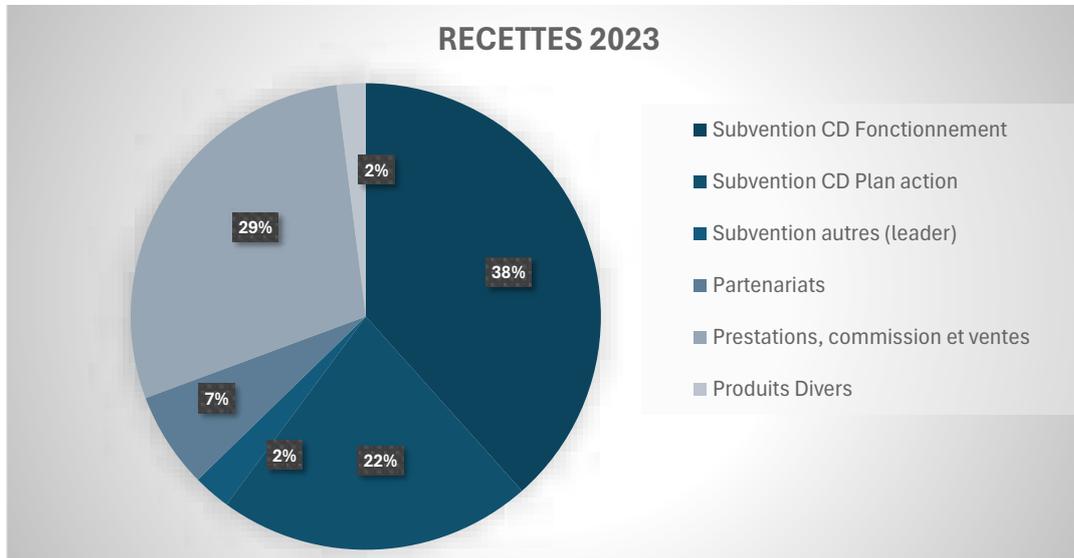
PLAN D' ACTIONS

CHARGES		RECETTES	
Kit communication générique	223 550 €	Subvention Départementale	490 000 €
Numérique et digital	31 166 €	Subvention autres (leader)	58 398 €
Presse et influenceurs	27 678 €		
Hiver	38 180 €	Partenariats	150 408 €
Printemps-été-aoutomne	51 498 €		
Oenotourisme	54 297 €		
Echappée jurassienne	28 570 €		
Relais territorial	20 337 €		
Salons	41 931 €		
Observatoire et expertise	19 343 €		

© Couverture : Stéphane Godin/Jura Tourisme, Mathilde Jegoux/Jura Tourisme - Intérieur : Stéphane Godin/Jura Tourisme, Prépare ta Valise/Jura Tourisme, Maxime Alexandre/Jura Tourisme, Benjamin Becker/Jura Tourisme, Furet Compagny, Mathilde Jegoux/Jura Tourisme, MiZenBoite, Nicolas Gascard/Jura Tourisme, Max Coquard/Bestjobers, Xavier_and_caroline/Jura Tourisme, Serge Reverchon/Jura Tourisme, Sam fait voyager/Jura Tourisme, Benedicte Perron/Jura Tourisme, Lilian Menetrier/Jura Tourisme, Jack Carrot/Jura Tourisme

RECETTES

RECETTES	
Subvention CD Fonctionnement	870 000 €
Subvention CD Plan action	490 000 €
Subvention autres (leader)	58 398 €
Partenariats	150 408 €
Prestations, commission et ventes	649 518 €
Produits Divers	45 090 €
	2 263 414 €



PLAN ACTION 2023

PLAN ACTION 2023	
Kit communication générique	223 550 €
Numérique et digital	31 166 €
Presse et influenceurs	27 678 €
Hiver	38 180 €
Printemps-été-automne	51 498 €
Oenotourisme	54 297 €
Echappée jurassienne	28 570 €
Relais territorial	20 337 €
Salons	41 931 €
Observatoire et expertise	19 343 €
	536 550 €

