



« **L'AUTOMNE, C'EST EN BOURGOGNE** »
LA DESTINATION BOURGOGNE DEVOILE
SA CAMPAGNE PUBLICITAIRE SPECIALE "AUTOMNE"

Dès le 5 septembre, la marque **Designed by Bourgogne** - une des 3 marques de destination développées et animées par Bourgogne-Franche-Comté Tourisme - s'affiche à travers une campagne de communication complice et contemporaine qui valorise l'automne.

Cette campagne Automne 2019 a été imaginée par *l'agence Signe des Temps* avec le **Collectif Tourisme Bourgogne** qui applique depuis 4 ans un **Plan Marketing Partagé**, une action forte d'intelligence territoriale qui met en commun une vision et des ressources pour plus de cohérence et d'impact. Il est constitué de **Bourgogne-Franche-Comté Tourisme (CRT)**, des **Agences de Développement Touristique (ADT) de la Côte-d'Or, de la Nièvre, de la Saône-et-Loire et de l'Yonne**, et plus récemment du **Parc naturel régional du Morvan**.

L'occasion de renforcer son statut de **destination week-end incontournable en automne** en valorisant une palette d'expériences à vivre. En Bourgogne, l'automne est esthétique, riche, réconfortant, énergisant : cette grande opération collective met en avant les activités, les couleurs, les saveurs, les lumières exceptionnelles de l'automne en Bourgogne auprès des clientèles franciliennes.

Redécouvrir le Musée des Beaux-Arts de Dijon entièrement métamorphosé et prendre un verre en terrasse par une douce fin d'après-midi, voir les vignobles du Chablis ou encore du Pouilly et les forêts du Morvan notamment ainsi que du futur Parc national des forêts de Bourgogne et Champagne, "s'enflammer" jour après jour avec leurs nuances cuivrées, s'offrir une balade à vélo sur la Voie verte de 71 ou en bateau sur le Canal du Nivernais ou le Canal de Bourgogne par une belle journée d'été indien, venir déguster quelques vins en attendant la fin des vendanges et le millésime suivant... Un programme attirant à 1h30 de Paris.

Construite dans une logique de *storytelling*, un mode de communication qui permet une meilleure implication des cibles - elle met en scène une collection de situations clin d'œil dans un ton intimiste et humoristique dans de superbes décors d'automne. Pour l'occasion, une estampille "**L'automne, c'est en Bourgogne**" a été spécialement créée et habille l'ensemble des supports de communication, créant un vrai repère d'image et une formule qu'on retient. Marque forte, marque complice, **Designed by Bourgogne** affiche sa personnalité cette saison encore et se positionne comme une réponse aux attentes des consommateurs - des aspirations toutes particulières en cette période de rentrée, à l'aube des vacances de la Toussaint et avant les prémices des fêtes de fin d'année.

Du 5 septembre au 19 octobre 2019, la Bourgogne sera ainsi déployée sur une **campagne omnicanale : affichage sur les quais du métro parisien** (plus de 130 écrans digitaux), et sur l'impressionnant écran géant de la salle des échanges de la gare de **La Défense** pendant la première semaine d'Automne. La marque investit également les médias sociaux en déployant cet univers automnal autour de nouvelles histoires imaginées spécifiquement pour ces canaux essentiels et développées sur une **série de 5 vidéos Facebook, Instagram et Youtube**.

Une opération en Relay H de distribution du magazine « Designed by Bourgogne » pour tout achat d'un titre féminin complète ce dispositif.

Enfin pour inciter à un départ (quasi) immédiat, une opération d'envoi d'une newsletter à un million d'abonnés et un habillage du site web **Oui.sncf** aux couleurs de "L'automne, c'est en Bourgogne" aura lieu durant un week-end entier, ainsi qu'une bâche géante dans le hall de la gare de Lyon



Pour la première fois cette année, l'ensemble des **Offices de Tourisme de Bourgogne** est invité à relayer la campagne et ses messages via leurs propres canaux de communication, afin d'augmenter son impact tout en partageant un même storytelling. Une action originale organisée grâce à la tenue d'ateliers en amont et le concours d'offices référents (Office de Tourisme de Beaune / Office de Tourisme Puisaye-Forterre / Office de Tourisme du Morvan des Grands Lacs / Office de Tourisme de Cosne-Pouilly-sur-Loire / Office de Tourisme de Cluny) et l'appui du comité éditorial permanent ADTs / CRT.

La stratégie Designed by Bourgogne est portée par Bourgogne-Franche- Comté Tourisme qui équilibre ses actions entre 3 marques structurées en collectifs de cofinancements : Designed by Bourgogne, Montagnes du Jura (marque partagée) et Massif des Vosges et l'échelle régionale: Itinérances (randonnées, tourisme fluvial, vélotourisme), Patrimoine (cités patrimoniales, visites culturelles, sites Unesco, gastronomie et oenotourisme), Oenotourisme et Tourisme d'affaires.

UNE COLLECTION DE MESSAGES DECLINES EN AFFICHAGE DIGITAL, DONT :



bourgogne-tourisme.com

ON A TOUS UNE BONNE RAISON D'ALLER EN BOURGOGNE



bourgogne-tourisme.com

ON A TOUS UNE BONNE RAISON D'ALLER EN BOURGOGNE



bourgogne-tourisme.com

ON A TOUS UNE BONNE RAISON D'ALLER EN BOURGOGNE



bourgogne-tourisme.com

ON A TOUS UNE BONNE RAISON D'ALLER EN BOURGOGNE





Vignes de Chablis

Designed by
Bourgogne

bourgogne-tourisme.com

ON A TOUS UNE BONNE RAISON
D'ALLER EN BOURGOGNE



Roches de Basseville du canal du Nivernais

Designed by
Bourgogne

bourgogne-tourisme.com

ON A TOUS UNE BONNE RAISON
D'ALLER EN BOURGOGNE



Morvan - Lac de Chaumeçon

Designed by
Bourgogne

bourgogne-tourisme.com

ON A TOUS UNE BONNE RAISON
D'ALLER EN BOURGOGNE



Forêt domaniale de Châtillon

Designed by
Bourgogne

bourgogne-tourisme.com

ON A TOUS UNE BONNE RAISON
D'ALLER EN BOURGOGNE



Château de Sully

Designed by
Bourgogne

bourgogne-tourisme.com

ON A TOUS UNE BONNE RAISON
D'ALLER EN BOURGOGNE



Truffe grise de Bourgogne - Tuber Uncinatum

Designed by
Bourgogne

bourgogne-tourisme.com

ON A TOUS UNE BONNE RAISON
D'ALLER EN BOURGOGNE





FICHE TECHNIQUE

Agence globale (création et mediaplanning) : Signe des Temps

Agence réseaux sociaux : We Like Travel

Agence emarketing : Médiaveille

Plan média :

- Affichage digital dans le métro à Paris du 5 septembre au 19 octobre

Sur 130 écrans sur les quais, sur l'écran géant de la salle des échanges en gare de La Défense, sur les écrans des boutiques Relay H

Plus de 27 millions de contacts estimés

- Une campagne développée sur le web avec une campagne de sponsoring sur Facebook / Instagram, du 9 septembre au 15 octobre, avec 1 vidéo master et 4 vidéos thématiques

- partenariat avec Oui.sncf

Envoi d'une newsletter dédiée à 1 million de contacts

Habillage du site web durant un weekend aux couleurs de "L'automne, c'est en Bourgogne"

Création de contenus éditoriaux dédiés

- La présence parisienne est complétée par la diffusion du magazine Designed by Bourgogne à 30000 exemplaires aux lecteurs de 20 Minutes et aux clients des boutiques Relay H en gares parisiennes.

**projections réalisées en regard des objectifs et investissements médias*

CONTACTS

BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE TOURISME

Yann BELLET • Directeur adjoint et Chef de marque Designed by Bourgogne,

y.bellet@bfctourisme.com

Barbara GRIS-PICHOT • b.gris@bfctourisme.com

Delphine NAULIN • d.naulin@bfctourisme.com / Tél. 03 81 25 08 15

YONNE TOURISME

Stéphanie Wahl • presse@tourisme-yonne.com / 03 86 72 92 03

