



BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

UN NOUVEAU REGARD POUR PENSER PLUS GRAND

Sommaire

Introduction	3
Ce que nous sommes	9
La plateforme stratégique	16
Nos arguments	22
Ils ont déjà rejoint la Bourgogne-Franche-Comté.....	38
Parlons du tourisme	49
Parlons d'économie	56

Introduction

Nous avons depuis quelques années une nouvelle région construite sur le rapprochement de la Bourgogne et de la Franche-Comté.

Notre région est devenue un nouvel espace qui relie l'Île de France à la frontière Suisse et qui est le premier point de passage entre l'Europe du Nord et l'Europe du Sud.

Ce rapprochement n'aura de sens que si nous sommes capables de trouver collectivement la valeur ajoutée qu'il peut produire.

Ensemble nous sommes plus grands et plus forts...

De cette addition, nous devons trouver les effets multiplicateurs... et déjà elle nous permet de proposer une nouvelle ambition pour le territoire !



Notre région est éminemment accessible ; elle est ouverte avec des franges qui vivent au contact des régions voisines et une armature urbaine qui la consolide en son cœur.

Notre région est pleine de talents et de savoir-faire. Nous devons collectivement mieux le faire savoir.

Notre région n'est pas uniforme, elle doit être riche de ses différences et elle sera forte de sa cohésion.

Notre région doit travailler son attractivité au bénéfice de tous les territoires qui la composent. Elle n'en manque pas : elle doit désormais en montrer la réalité.

Le monde change rapidement. Les atouts d'hier ne sont plus nécessairement ceux d'aujourd'hui. Menaces environnementales, encombrement des métropoles, recherche de sens de la part de nos concitoyens, réinterrogent chacun sur la manière dont il veut construire sa vie.

**Une
grande
ambition
pour un
grand
territoire !**

Nous avons la conviction que la Bourgogne-Franche-Comté peut être une réponse à ces enjeux et une proposition de mode de vie attractive tant pour ceux qui y vivent déjà que pour ceux qui sont à la recherche d'un mode de vie sain et abordable.

Ensemble voyons plus grand

Une démarche pour faire grandir

La réunification des régions Bourgogne et Franche-Comté en 2015 a mis en lumière le besoin d'un nouveau récit pour cette nouvelle région.

1 Unis
sans être
uniformes

2 La
co-construction

3 Les enjeux
stratégiques

1 Unis sans être uniformes

Ensemble nous sommes plus forts. Nous voulons une stratégie commune de promotion territoriale partagée. Une stratégie marketing pour structurer les actions (projets, prise de parole) de l'ensemble des acteurs partenaires. Des actions conjuguées permettent de donner de la cohérence à l'offre globale du territoire et d'en améliorer la lisibilité.





2

Une démarche co-construite

2200 acteurs enquêtés et 1500 clients du territoire

90 experts interviewés

Un comité de pilotage de 100 personnes





3

5 enjeux pour devenir ensemble plus attractifs

Passer d'un territoire désirable touristiquement à un territoire désirable globalement en allumant le moteur des attractivités résidentielles et économiques.

Soutenir les capacités de R&D du territoire, mal connues et sous-estimées... et enjeu majeur de l'économie de la connaissance.

Se raconter en un seul espace et non comme une addition d'anciennes régions.

Développer une approche globale sur quatre grandes thématiques qui vont permettre de singulariser la région et de polariser les efforts : **la santé**, **l'agro-alimentaire** pour lesquels nous sommes forts et **la mobilité et la modernité** que nous devons impérativement renforcer.

Coopérer avec les territoires internes. La Bourgogne-Franche-Comté est une région petite économiquement et démographiquement au regard de ses pairs. **Sa force ne peut venir que de sa capacité à mobiliser toutes les énergies locales.**



Ce que nous sommes

Ce que nous sommes

1

Une région,
des espaces
variés

2

Des traits
identitaires
communs

3

3 biens
communs
perçus

4

Un territoire
sûr et préservé

5

Une région très
accessible



1

Une région dont les espaces portent un développement équilibré et une offre élargie

Urbain

des pôles urbains forts mais encore à taille humaine avec : Dijon et Besançon. Un maillage de villes qui nous connecte aux régions voisines : Auxerre, Nevers, Mâcon, Lons-le-Saunier.

Frontalier

Une des régions où la part des actifs travaillant dans un autre pays est la plus forte !

D'excellence agricole

Des appellations de renom (IGP AOP) qui portent l'excellence et le renom du territoire.

Rural

49% des surfaces sont occupées par des communes très peu denses : 2^{ème} rang national après la Corse. Une présence forte de la forêt avec de grands massifs : Morvan, Jura, Vosges et massifs forestiers.

Industriel

Des bassins industriels forts, surtout dans le Nord-Est de la région et également présents autour notamment du Creusot.

2

Des traits identitaires communs qui transcendent les anciennes limites administratives

Les paysages révèlent malgré leur diversité des liens qui tissent une relation complice entre les deux anciennes régions.

Le vin apparait comme le produit le plus emblématique des 2 ex-régions pour près de la moitié des acteurs et des visiteurs.

Des traits de caractère qui réunissent les habitants et qui concernent principalement l'accueil, leur côté chaleureux et ouvert.

Une très large production de fromages et de viandes aux labels renommés qui sont partie intégrante de la gastronomie française.

Un art de vivre qui se voit créditer à 66% (au même niveau que la Nouvelle Aquitaine).



3

Les 3 biens communs perçus de la Bourgogne-Franche-Comté

La nature et le bien-être /
le tourisme

Le savoir-faire issu
d'une longue tradition

La création d'entreprises / start-up,
le dynamisme, la matière grise





4

Un territoire sûr et préservé offrant un cadre de vie de grande qualité

Pour les résidents :

Le patrimoine est beau et riche (98%)

Il y fait bon vivre (94%)

Le tissu associatif est riche (85%)

L'environnement est préservé (83%)

Le coût de la vie est abordable (77%)

Pour 32% des 2200 acteurs interrogés, le cadre de vie et la qualité de vie sont la première raison de satisfaction de vivre dans cette région.

Des infrastructures qui permettent une bonne accessibilité au territoire.

Des franges dynamiques qui créent des liens avec d'autres régions.

La beauté du patrimoine témoin d'une riche histoire.

Un art de vivre en miroir de l'identité paysagère du territoire.

2/3

des visiteurs considèrent qu'il y a un art de vivre en Bourgogne-Franche-Comté

5

Une région très accessible pour tous

Un système d'accessibilité très cohérent au regard de la nouvelle configuration du territoire (fusion des deux régions). Les réseaux permettent une facilité d'accès multimodal.

Des infrastructures routières et ferroviaires et qui donnent un accès facile pour les grands bassins économiques et de vie qui sont à proximité : Paris – Lyon/Méditerranée – Allemagne et Suisse.

Une accessibilité aérienne qui est certes extérieure au territoire mais qui permet d'avoir, sur chacun des endroits du territoire, un accès à -2h à un aéroport d'envergure internationale (cette configuration est similaire dans les Hauts-de-France).

Des infrastructures en matière fluviale, notamment le Techniport de Pagny qui développe les transports de marchandises.





La plateforme stratégique

La plateforme stratégique

L'ambition de la région

La région de référence en Europe du mode de vie « sain » et « accessible »

Notre personnalité

Accueillant, bon vivant, solidaire, ouvert, dynamique attaché aux traditions, engagé.

Nos attributs et nos compétences

Une petite France sans la mer - grandes abbayes,

Fleuves, rivières canaux, forêts,

Gastronomie, vignobles et vins de Bourgogne et du Jura, grands crus, diversité et renommée des produits de terroir, toits colorés,

Innovation, R&D privés, savoir-faire industriel, Peugeot, frontière Suisse, Dijon – Beaune – Besançon, ruralité, connexion aux grands centres (Paris – Lyon – Strasbourg – Suisse,...)

Nos valeurs

Sincérité & honnêteté
Fiabilité & robustesse
Passion & compétence
Naturel & authentique
Ouverture & tolérance

Notre ambition Devenir la région de référence autour du mode de vie sain et accessible

L'attractivité de la Bourgogne-Franche-Comté c'est à la fois celle des territoires qui la composent et une manière de construire l'avenir ensemble.

La stratégie d'attractivité, pour être crédible en externe et en interne, doit s'appuyer sur des éléments tangibles c'est-à-dire des points forts et collectifs de la région qui pourront être mis en avant et commencer à apporter aux acteurs et aux habitants des éléments de fierté et surtout les éléments d'un récit qui n'existe pas encore pour cette nouvelle région.

En portant l'ambition sur le territoire du mode de vie sain et accessible, il s'agit de proposer une valeur ajoutée utile à chacun des territoires tout en leur laissant la possibilité d'exprimer leur singularité et leur chemin.



Le territoire du mode de vie sain

Le territoire du mode de vie sain invite à une vision globale d'une vie saine : par l'alimentation, par l'économie et par le territoire.

Il fait la synthèse de 2 grands secteurs dans lesquels la Région dispose d'atouts indéniables : L'excellence de l'alimentation et un territoire qui se préoccupe de la santé des hommes et de l'environnement.





Le territoire accessible

Le territoire accessible fait référence bien sûr à l'extraordinaire facilité d'accès à ce territoire mais à bien plus encore !

Il raconte aussi cette qualité que l'on prête à un individu et qui s'applique à la Bourgogne-Franche-Comté : aimable, accueillant, agréable, bienveillant, issu d'une identité humaniste et sociale revendiquée.

Accessible renvoie aussi à Abordable (Abordable au sens financier du terme) un vrai sujet lorsque l'on se compare au prix du m² dans les grandes métropoles...

Plus qu'un territoire de tous les possibles, il s'agit de faire de notre région un territoire des réalisables.

Accessible : un mot qui raconte à la fois ce qu'est la Bourgogne-Franche-Comté et ce qu'elle veut devenir encore plus fortement ; un territoire ouvert et accueillant pour les individus, pour l'industrie et les entreprises, pour les porteurs de projets.



Nos valeurs

Passion & compétence

La richesse et la diversité des savoir faire que nous avons développés et que nous voulons transmettre entretiennent notre volonté d'atteindre l'excellence et développent notre envie profonde d'innovation qu'elle soit technique ou dans notre façon de travailler.

Sincérité & honnêteté

Nous avons une histoire riche dont nous sommes fiers. En venant dans notre région pour la visiter ou y habiter vous y serez accueillis avec simplicité et vous découvrirez la richesse de notre patrimoine et nos traditions que nous respectons et perpétons.

Naturel & authentique

La nature est omniprésente et nous avons à cœur de préserver la qualité environnementale de notre territoire. Elle fait partie de notre identité, de notre culture et de notre quotidien.

Fiabilité & robustesse,

Nous avons à cœur d'aller jusqu'au bout de ce que nous entreprenons. Tenaces et persévérants, nous tenons les engagements que nous prenons.

Ouverture & tolérance

La Bourgogne-Franche-Comté est historiquement une terre d'accueil, où on est ouverts aux idées nouvelles. Cela nous a permis de nous forger un esprit de solidarité et de coopération.



Nos arguments

#1

3 tendances entrent en résonance avec l'attractivité de la Bourgogne-Franche-Comté

Les modes de vie changent, l'art de vivre attire...

En France et en Europe, les citoyens sont de plus en plus à la recherche de modes de vie que les grandes métropoles ne savent plus nécessairement offrir : plus de sens que de richesses matérielles, un rythme plus harmonieux et plus d'espace, plus de relations humaines et moins de solitude urbaine, un nouveau rapport à la nature, au manger sain ; un besoin de lieux, d'environnement offrant à la fois stimulation intellectuelle, un sentiment d'appartenance à quelque chose de grand.

On prête plus facilement aux régions touristiques qu'aux autres un art de vivre et une qualité de vie. En ce sens la Bourgogne-Franche-Comté dispose d'atouts et d'un capital d'image.



Territoire peu dense, mais voisine d'espaces très peuplés, Ile de France, région Lyonnaise, Suisse, la Bourgogne-Franche-Comté peut s'appuyer sur certaines de ses franges périphériques pour consolider sa démographie et en faire le laboratoire de son attractivité résidentielle.





#2

C'est dans ces territoires de haute qualité de vie que les pôles de compétitivité de demain auront tendance à se développer nous dit Michel Godet.



3 tendances entrent en résonance avec l'attractivité de la Bourgogne-Franche-Comté

L'offre de territoire pour les individus va l'emporter sur l'offre de territoire pour les entreprises. Les emplois dépendent de moins en moins de la localisation des entreprises et les entreprises dépendent de plus en plus de la capacité de séduction du territoire.

La concurrence entre les territoires va se poursuivre et s'accroître. De nouveaux territoires, séducteurs par leur environnement, leur patrimoine, leur art de vivre jouent leurs cartes pour attirer des activités à forte valeur ajoutée.

Ainsi, de nouvelles offres « de vie » vont apparaître... Des signaux faibles montrent que l'envie de territoire à taille humaine augmente... comme l'envie de nature qui est une attente largement exprimée par les actifs.

Le développement d'internet et de la mobilité permet désormais à toute une population, principalement de niveau supérieur de se localiser là où elle le souhaite.

#3

3 tendances entrent en résonance avec l'attractivité de la Bourgogne-Franche-Comté

Le développement des réseaux numériques sera probablement le point de rupture qui mettra fin au modèle de polarisation par les transports.

La dématérialisation du travail, combinée à un développement des réseaux feront émerger de nouvelles modalités qui desserrent totalement ou partiellement la contrainte : lieu de vie = lieu de travail.

Il en va de même de la distribution. Internet est devenu le plus grand supermarché du monde et des filières logistiques ultra puissantes remettent à quasi égalité le new-yorkais et l'habitant d'un village bourguignon...



Crédit photo : Austin Distel

Pour un territoire déjà très bien connecté comme la Bourgogne-Franche-Comté, l'enjeu n'est plus son accessibilité externe mais ses accessibilités internes. Il s'agira de compenser la faible densité (un atout de séduction) par une offre de transport interne ultra-efficace et ultra-modulable (un atout de fonctionnalité).



1

Notre conviction

Les territoires à taille humaine peuvent répondre aux attentes fortes des actifs qui recherchent un équilibre de vie et qui ont une conscience environnementale forte.

2 Notre conviction

La diversité de notre région par sa géographie, son économie, ses environnements naturels, ses styles de vie... font une offre unique dès lors que l'on privilégie leur complémentarité.



3 Notre conviction

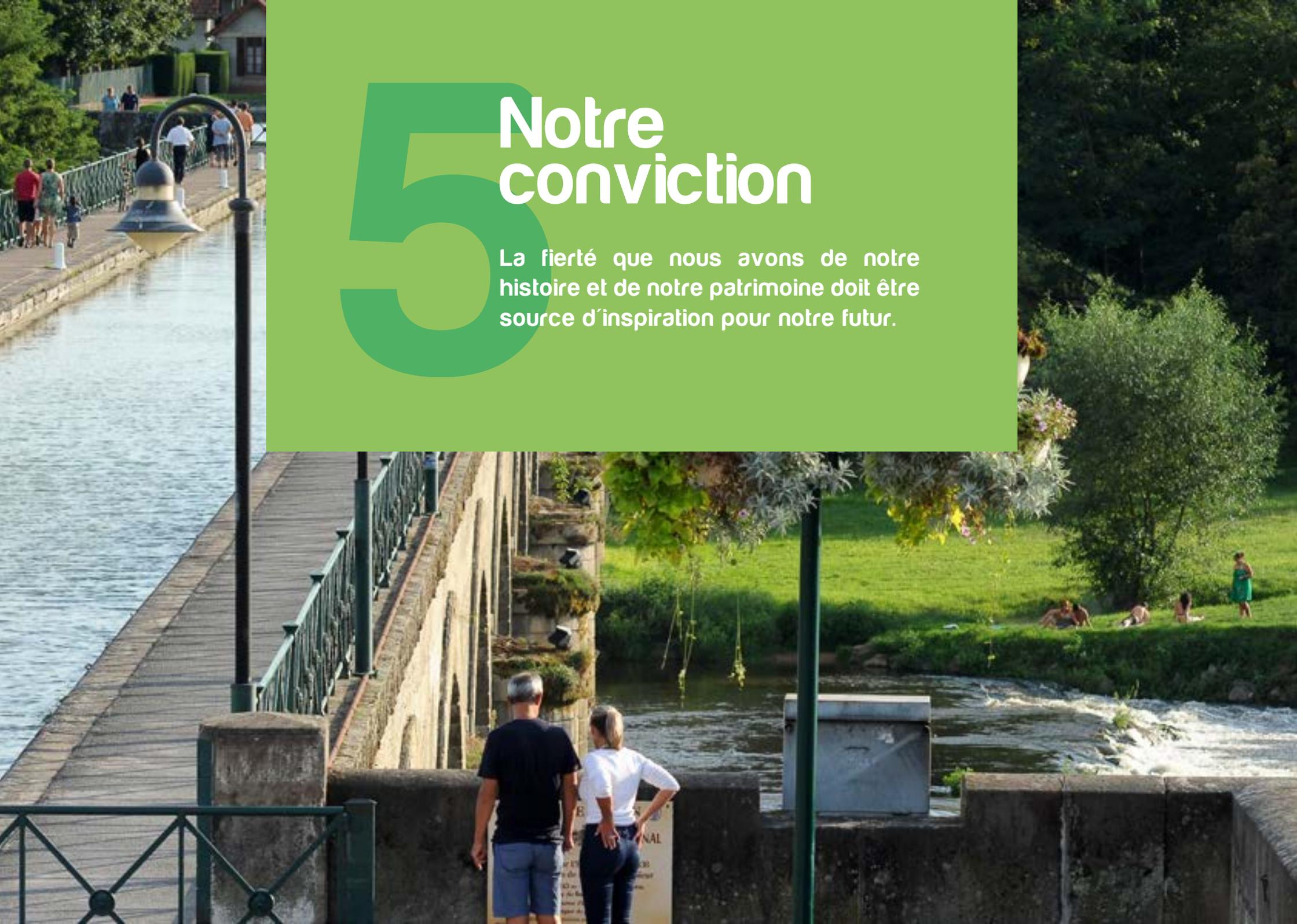
L'innovation apportera au monde rural un meilleur accès aux services, de nouvelles formes de mobilités et permettra une préservation du patrimoine naturel et foncier.





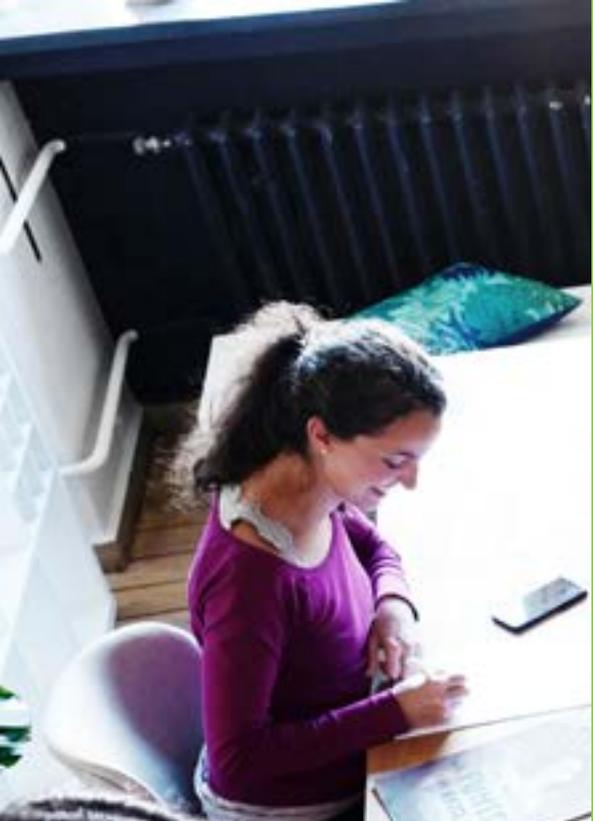
4 Notre conviction

Notre art de vivre, notre gastronomie, notre nature offrent un cadre de vie harmonieux, respectueux de l'environnement et authentique.



5 Notre conviction

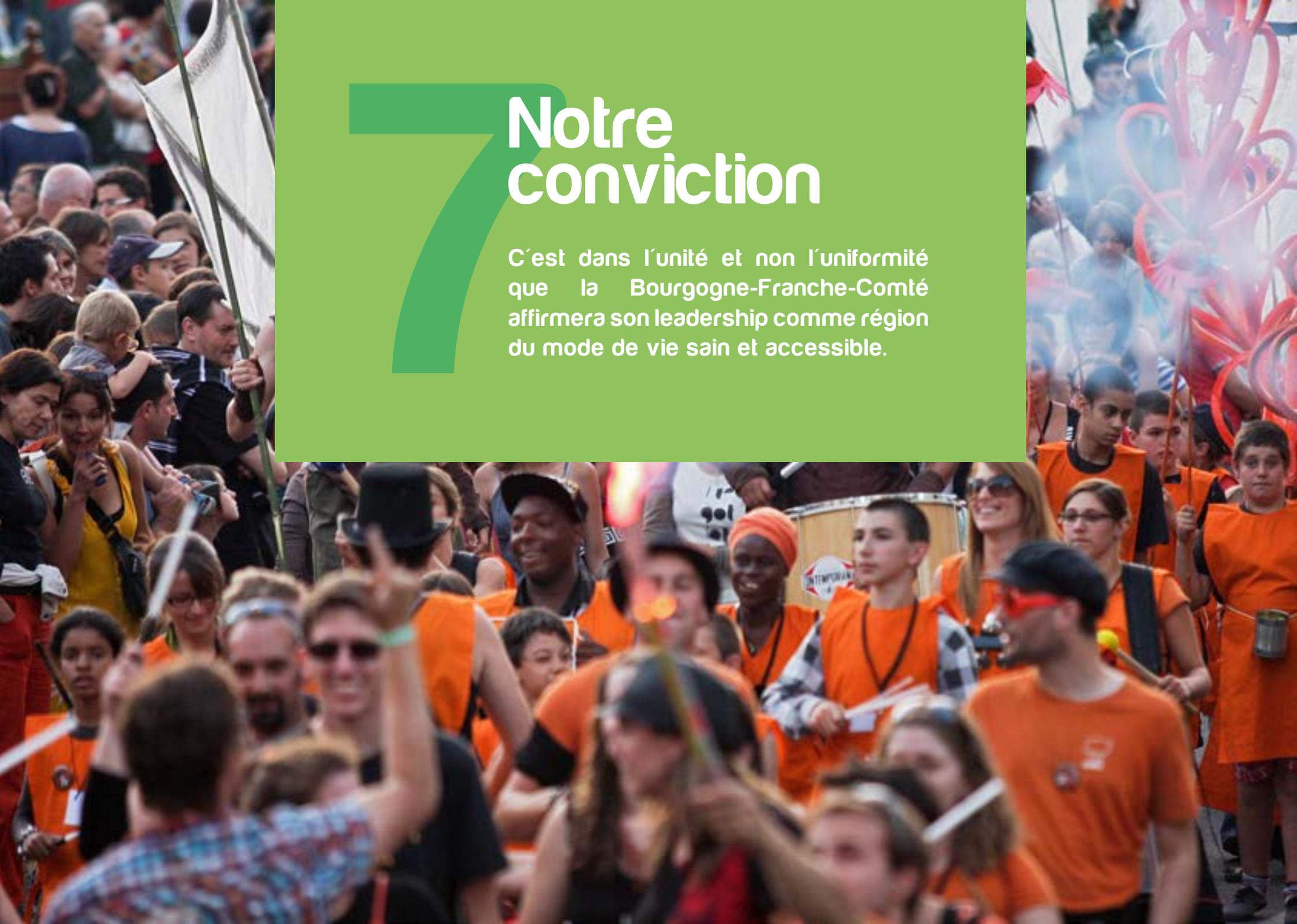
La fierté que nous avons de notre histoire et de notre patrimoine doit être source d'inspiration pour notre futur.



6 Notre conviction

Nous faisons le pari que demain les entreprises iront là où iront les talents. Ensemble, nous devons apporter les réponses à tous ceux qui sont en recherche de plus de sens et plus de relations humaines.



A large crowd of people is shown at a festival. In the center, there is a green rectangular overlay with white text. The text includes a large number '7' followed by the title 'Notre conviction' and a paragraph of text. The background shows people in orange shirts, some playing drums, and others holding flags. The overall atmosphere is festive and energetic.

7 Notre conviction

C'est dans l'unité et non l'uniformité que la Bourgogne-Franche-Comté affirmera son leadership comme région du mode de vie sain et accessible.

1

Notre engagement

Nous accueillons les personnes qui veulent s'installer sur notre territoire avec sincérité et sommes ouverts aux idées qu'ils peuvent apporter.





2 Notre engagement

Nous avons à cœur de rendre nos services les plus accessibles possibles pour faciliter l'installation des talents sur notre territoire et rendre possible leur projet.

3 Notre engagement

Nous sommes un territoire innovant, industriel et avons la passion de partager et transmettre nos savoirs et nos découvertes.



4 Notre engagement

Nous voulons rester connectés aux grandes régions qui nous entourent et développer les échanges avec elles.





5 Notre engagement

Nous devons affirmer un nouveau référentiel fondé sur la qualité de vie des hommes et la protection de notre cadre de vie, objectifs que nous pouvons porter.

An aerial photograph of a French village, likely in Burgundy-Franche-Comté. The foreground shows several houses with red-tiled roofs and lush green trees. The middle ground features rolling green hills with scattered trees. In the background, a large town with many buildings and a church spire is visible under a clear sky.

Ils ont déjà rejoint la
Bourgogne-Franche-Comté...



La Bourgogne-Franche-Comté est déjà attractive. Elle attire chaque année **de nouveaux habitants qui viennent y trouver la concrétisation de leurs projets de vie.**

La Bourgogne-France-Comté rassemble avec ses territoires une offre singulière autour du mode de vie sain et du territoire de l'accessible : les témoignages ci-après en sont les meilleures preuves.

C'est ici le début d'une collection qui ne demande qu'à s'enrichir.





Stephan Geipel Restaurateur, Dole (Jura)

Allemand et... cuisinier.

Stephan Geipel et son épouse Laetitia ont beaucoup bourlingué dans les restaurants étoilés et les Relais et Châteaux.

« Puis on a eu envie de **sortir de cet univers** pour faire quelque chose par nous-mêmes, de façon décontractée », explique le chef : « On voulait s'installer à la campagne. On a cherché **une petite ville agréable à vivre, bien desservie et avec un potentiel commercial : Dole** s'est imposée à nous. »

Il distille depuis 5 ans son art de la bistronomie dans le respect des produits locaux et son soufflé au vin jaune est unique et mérite le détour.



Wafa Coutan, Artisane, Chalon-sur-Saône (Saône-et-Loire)

Wafa Coutan a passé 15 années de sa vie à « vivre dans un avion ». Un jour à Miami, le lendemain à Dubaï... comme directrice marketing pour L'Oréal, Lancôme ou encore Yves-Saint-Laurent. Elle a choisi de **changer de vie** il y a trois ans : « *j'ai toujours eu envie de **créer mon entreprise ; je voulais faire quelque chose qui ait du sens.** »*

Une opportunité s'ouvre pour son mari à **Chalon-sur-Saône** en 2016. C'est le déclic. Wafa tourne la page et débute **son aventure de cheffe d'entreprise** en Bourgogne-Franche-Comté.

Dans sa nouvelle maison familiale, elle aménage le rez-de-chaussée en atelier de fabrication et devient « artisane biscuitière ». Les épicerie fines et les hôtels de luxe s'arrachent ses sablés, ses florentines et autres « petits bisous » commercialisés sous la marque « Mignart ».



Roelof Ligtmans, Vigneron Mercurey (Saône-et-Loire)

Rien ne prédestinait Roelof Ligtmans à devenir **vigneron**. Néerlandais, historien puis commercial dans l'informatique, il **tombe amoureux de la Bourgogne-Franche-Comté** à la faveur d'un séjour dans le Morvan.

En 2007, **il plaque tout**, se forme au lycée viticole de Beaune et **reprend le domaine de la Monette, à Mercurey**... Aujourd'hui, le domaine s'apprête à renaître, en bio : « Les Pays-Bas sont un pays où tout est minimaliste. Ici, à Mercurey, **j'ai vu les choses en grand** et senti qu'on pouvait aller de l'avant. Cette nouvelle échelle donnait au bio tout son sens. »

Roelof produit 50 000 bouteilles chaque année. Et il vient de planter 4 500 jeunes greffes qui devraient donner, d'ici 2 ans, encore une autre dimension à son domaine.

Anaïs Bescond, Championne de biathlon (Jura)

Anaïs Bescond ne serait jamais devenue l'une des meilleures biathlètes du monde si sa famille n'avait pas quitté son bocage normand natal pour s'installer à **Morbier, dans le Jura**, lorsqu'elle avait 5 ans. Elle y découvre les joies de la glisse. Alpin ou fond ? « Nos parents ont choisi le fond pour les trois enfants, **un sport financièrement accessible** ».

Pilier de l'équipe de France de ski nordique depuis 2007, elle a à son actif sept médailles mondiales et trois titres olympiques.





Photo © David Cesbron

Grégory Haye, Créateur de l'entreprise Aromacomtois Amancey (Doubs)

« Après une première vie professionnelle bien remplie d'ingénieur dans l'industrie, Grégory Haye souhaitait **devenir le contributeur d'une autre économie, en revenant à des choses simples, proches de la nature.**

En 2017, avec deux associés, il crée Aromacomtois qui produit des huiles essentielles de résineux (sapin blanc, sapin douglas, pin sylvestre, mélèze, épicéa, etc.) issues de la **cueillette sauvage dans le massif du Jura**, en partenariat avec l'Office national des forêts.

Nous transformons ces huiles essentielles en produits de thérapie, cosmétique, parfumerie et confiserie que **nous distribuons à 99 % dans la région**, en privilégiant les magasins bio, les pharmacies et **les commerces de proximité en milieu rural.** »

Chheng Tiv, Cheffe d'entreprise Morteau (Doubs)

Originaire avec sa famille du Cambodge, Chheng Tiv débarque il y a une trentaine d'année à **Besançon**.

Après un parcours dans l'industrie : de la mécanique de précision, aux semi-conducteurs, elle reprend en 2018 la **société Jean Obertino** à Morteau une institution locale qui fabrique depuis 1931 des cloches en bronze. L'une des dernières, labellisée **Entreprise du patrimoine vivant (EPV)**.

Chheng Tiv prévoit de **développer l'export**. Elle parle le chinois, le thaïlandais, l'allemand et l'anglais. **Très attachée à la Bourgogne-Franche-Comté**, elle aime entendre, chaque matin d'été, en ouvrant ses fenêtres, sonner les cloches des montbéliardes.



**Un récit
désormais
à écrire
ensemble !**



À qui devons nous parler ?

A **celles et ceux qui veulent changer de vie** pour un mode de vie sain et réaliser leurs projets et leurs envies.

Aux visiteurs que nous accueillerons avec chaleur et bienveillance, à qui nous rendrons facile l'accès à toutes les richesses patrimoniales, naturelles et culturelles de notre vaste région. Nous ferons en sorte qu'ils y trouvent le plaisir des bonnes choses, une nature régénérante pour toutes les activités de plein air, une culture et un patrimoine riches, profonds et vivants...

Aux entreprises qui ont besoin d'une région attractive pour garder et attirer de nouveaux talents.

Aux habitants fiers de leur région, qui en sont les premiers ambassadeurs et que nous devons aider à la raconter.

A la jeunesse de la région et d'ailleurs pour leur donner des raisons de rester ou venir en Bourgogne-Franche-Comté.

Aux actifs mobiles, des régions voisines qui peuvent trouver une offre régionale diversifiée (de la métropole aux espaces très peu peuplés) en phase avec leurs attentes sociétales et à proximité de grandes métropoles et qui attendent une promesse d'ouverture et d'accueil.

Les acteurs des filières d'excellence (agricole, agro alimentaire, santé, bio-tech, industries de la mobilité) qui se voient reconnus et promus et qui vont faire l'objet de démarche transversales de promotion.

A hand is shown in the foreground, palm up, reaching towards a vast, hazy landscape. The background features rolling hills and a bright sky with soft, wispy clouds, suggesting a sunrise or sunset. The overall mood is one of hope and aspiration.

Comment poursuivre cette démarche ?

Ce document est une première version qui doit s'enrichir dans le temps des apports et des exemples de chacun. Il est à écrire avec nos partenaires.

Il doit **aider les acteurs de la Bourgogne-Franche-Comté à raconter le territoire dans son ensemble et à mettre en valeur** ce qui dans chaque territoire ou activité prend du sens avec l'espace régional.

Ce n'est pas un guide de marque, car le choix a été fait de ne pas ajouter une marque d'attractivité à ce nouveau territoire qui dispose déjà de marques fortes et internationalement reconnues.



Parlons du tourisme



3 destinations, 1 région

Notre communication et nos prises de parole sont ancrées autour de trois marques de destination touristique :

La Bourgogne, Les Montagnes du Jura, Le Massif des Vosges.

De **grandes thématiques** enrichissent l'offre touristique : le **patrimoine culturel** et les biens inscrits sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO, l'**Itinérance** et plus spécifiquement la randonnée, le cyclotourisme, le fluvial ainsi que l'**oenotourisme**, la **gastronomie** et le **tourisme d'affaires**.

Chaque intervenant socio-économique du tourisme doit devenir porte-parole de cette stratégie, levier de rayonnement puissant, en l'intégrant dans ses propres prises de parole.

Comment mettre en avant ma région dans mes prises de paroles ?

- Je m'inscris dans une dynamique de marques de destination dont la portée dépasse les frontières de mon territoire ou de mon offre.
- Je m'approprie une communication et une image de marque performantes qui valorisent mon territoire ou mon offre touristique et apportent de la valeur ajoutée à ma propre communication.

Le choix des mots

Facteur de cohérence et de croissance, « Le mode de vie sain et accessible » se traduit par le choix des mots et des images dans les prises de parole.

Pour favoriser l'imprégnation de notre positionnement dans notre discours, quelques mots clés à décliner dans vos prises de parole touristiques :

Ambiance

Valeurs, charme, authenticité, convivialité, chaleureux, passion, partage, transmission, simple, naturelle, se retrouver, amicale, rencontres, émotions, essentiel, proximité, échanges, curieux, sophistiqué, identitaire, se mettre au vert, qualité, générosité...

Patrimoine naturel

Grands espaces, immensité, richesses, harmonie, découverte, 4 saisons, émerveillement, ressourcement, grandiose, plénitude, préservé, évasion, accessibles, proximité, écologie...



Patrimoine culturel

Traditions, séculaires,
terroir, façonner,
savoir-faire, perpétuer,
artisanat, traces, mémoires,
précieux, pédagogiques,
identité, histoire, sens,
remarquable, art de vivre à
la française, villes et villages
de caractère, exception,
romantisme, coopération,
collectif...

Offre de loisirs

Profiter, bien-être, sens,
dépassement, surprises,
saveurs, escapades,
expériences, dynamisme,
itinérance, bienfaits, initiation,
découverte, ressourcement,
accessible, facile, ludique,
experts, à son rythme, mobilité
douce...



Les images clés



De grands espaces qui offrent une sensation de liberté, d'air pur et de dépaysement sont à privilégier.

Des destinations inspirantes, poétiques, où face aux trésors de l'histoire, à la douceur des paysages et à l'omniprésence de l'eau, le voyageur est invité à la découverte.

Loin du tourisme de masse qui offre des expériences uniques et authentiques, un environnement rassurant et sécurisé.

Des territoires à découvrir en 4 saisons.

Les images clés



Présenter des destinations ouvertes, en mouvement, contemporaines et éco-concernées, qui protègent les sites et l'environnement, qui encouragent les circuits courts locaux ainsi que les initiatives durables.

1

Des destinations conviviales et généreuses, gourmandes, épicuriennes, festives et humanistes qui permettent la rencontre avec les hommes et savoir-faire et d'approcher leurs secrets : la simplicité des terroirs combinée à la sophistication de grands noms.

2

Loin du tourisme de masse qui offre des expériences uniques et authentiques, un environnement rassurant et sécurisé.

Les images clés



L'offre patrimoniale et culturelle, riche, diversifiée, « reconnue » (UNESCO) à forte personnalité doit également trouver sa place dans le choix des images touristiques.

3

Positionner nos destinations comme un réflexe au cœur des pratiques de week-ends et de courts séjours.

Donner du sens aux « esprits voyageurs » qui souhaitent découvrir notre territoire à forte personnalité touristique, « hors des sentiers battus », « en prenant leur temps » (slowtourisme), pas uniquement dans une recherche de vitalité et de sportivité.

4

Une offre patrimoniale remarquable, dense sur des aires territoriales facilement accessibles.

L'art et la culture sont ici à portée de mains.



Parlons d'économie

Une région accessible

2,8 millions d'habitants

14 gares TGV

1h35 de Paris depuis Dijon

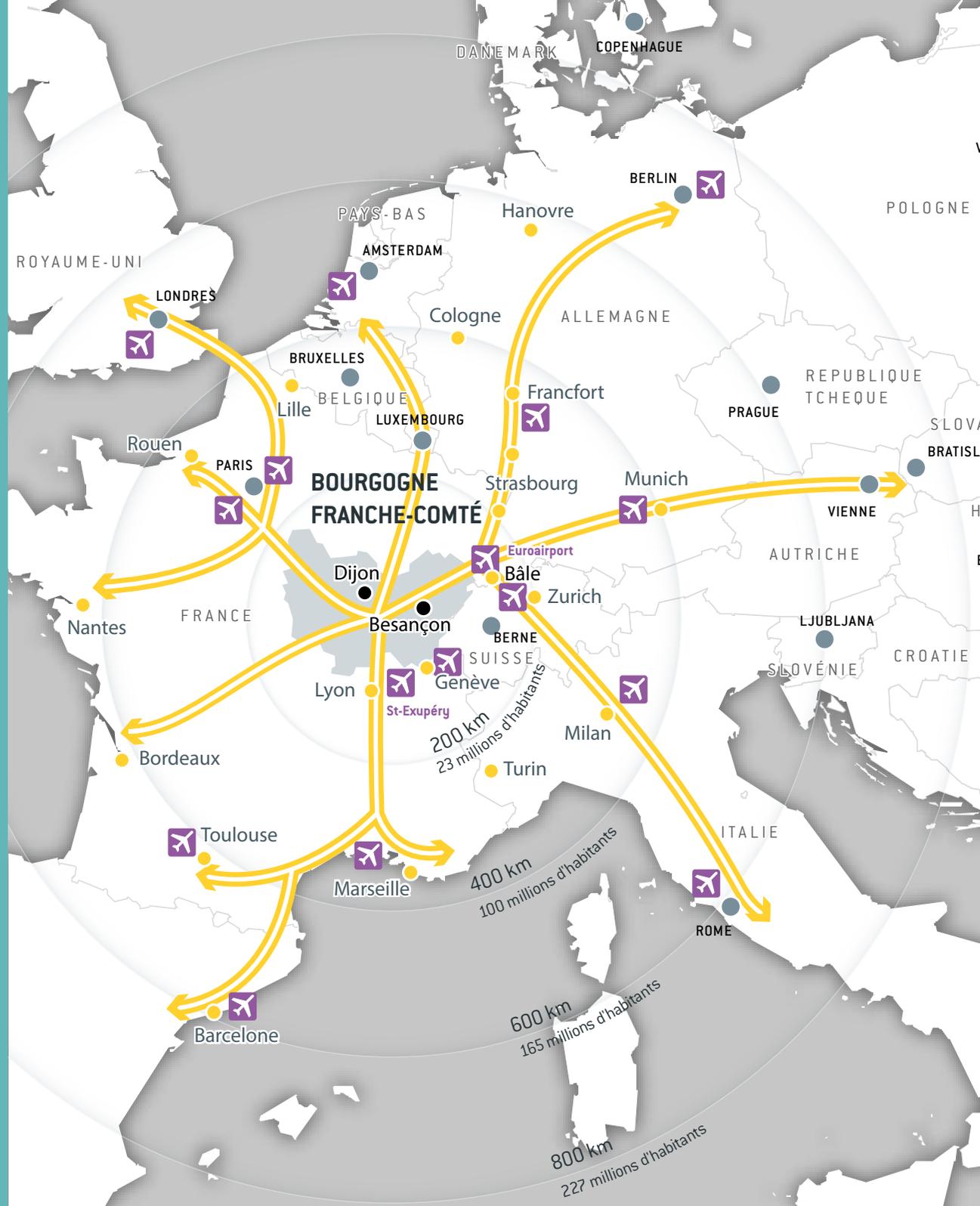
2h05 de Paris depuis Besançon

9 autoroutes formant un carrefour stratégique

2 aéroports régionaux

230 km de frontière avec la Suisse

1 612 km de voies fluviales



7 RAISONS DE S'INTERESSER À L'ATTRACTIVITÉ

- Mon entreprise va mieux si mon territoire va bien
- Pour attirer des talents et des compétences
- Pour fédérer et motiver ses collaborateurs en montrant son appartenance au territoire
- Pour développer des synergies avec d'autres (effet réseau)
- Pour doter ma marque d'un supplément d'âme et de valeur
- Pour renforcer ma visibilité
- Pour donner une origine à mes produits

Mots clés

Humaniste, solidaire, bienveillante,
innovation, invention, créativité, ingéniosité
savoir-faire d'excellence,
originale, singulière et plurielle
naturelle, préservée...



Un territoire où les possibles se réalisent

Insister sur tous les éléments de modernité, de dynamisme, d'innovation y compris la présence conjointe d'éléments contemporains et anciens.

La tradition du progrès est dans nos gènes qui innovent et inventent. Notre région fourmille d'initiatives pour être un réservoir de solutions aux besoins des transformations environnementales, sociétales, énergétiques, technologiques...

Des entreprises sont nées, naissent et se développent, d'autres sont venues et viendront y trouver des hommes, de l'imagination, de l'audace et des compétences : la matière première de toute innovation pour s'inscrire dans un futur souhaitable et durable.

Mots clés

Coopération, cluster, industrie, technologies, alimentation, santé, agroalimentaire, vin, signes de qualité, mobilité, luxe, économie circulaire, transition énergétique...



4 thématiques clés

Nous nous positionnons comme la région du mode de vie sain et de l'accessible

1

La passion créatrice

technique ancestrale et nouvelles technologies high tech se conjuguent au futur, soutenues par l'ingéniosité des femmes et des hommes à dépasser leurs limites et leur aptitude à trouver des solutions au croisement des disciplines. **L'aptitude au dépassement technologique, l'art de préserver les ressources.**

2

Une innovation au service du développement durable

La région s'appuie un appareil de recherche et développement conséquent et résolument tourné vers les principes d'une croissance durable contribuant ainsi à l'amélioration de la qualité de vie. Des écosystèmes territoriaux, des groupements d'entreprises, des starts-up travaillent ainsi sur des solutions. pour l'alimentation, la mobilité, les énergies (hydrogène), l'économie circulaire...

3

Une économie contributive

la solidarité entre acteurs, la coopération des acteurs privés et publics sont facilitées par la culture sociale héritée du passé et transmise de génération en génération. **Le sens des femmes et des hommes.**

4

L'art du futur

sensibilité et tradition, les activités industrielles se développent et prospèrent en harmonie avec un cadre de vie préservé où la nature est omniprésente. **L'esprit de la durabilité.**



Les images clés

La passion créatrice

- Le vin, la vigne : les grands crus les plus connus dans le monde... les climats de Bourgogne
- L'horlogerie, la lunetterie : le développement des activités liées aux savoir-faire d'exception pour le luxe
- La métallurgie pour l'automobile, le ferroviaire

Une innovation au service du développement durable

- Réservoir de solutions industrielles, les savoir-faire s'inscrivent dans les dynamiques de la transformation sociétale
- Des dispositifs médicaux aux biotechnologies
- De l'automobile aux mobilités du futur
- De l'énergie de puissance à l'hydrogène énergie
- De l'agro-alimentaire à la nutrition-santé

Une économie contributive

- La capacité de solidarité
- Les acteurs économiques ont eu à cœur de transmettre les connaissances
- Un engagement collectif pour la formation
- Innovation sociale, territoire de penseurs et d'utopistes

L'art du futur

- Les nanotechnologies
- Les biotechnologies et les innovations Car T-cell
- La FrenchTech, 150 start-ups soutenues
- L'Hydrogène

BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

www.attractive.bourgognefranche-comte.fr