



Les Routes du Comté

Programme - Cadre

2007 / 2013

Nansen Développement - Nicolas Bouveret
12, rue d'Ain – F-39300 Champagnole
Tél. : 03 84 52 22 17 – Fax : 03 84 52 52 82 - GSM : 06 83 40 02 29
nicolas@nansen.fr – www.nansen.fr

Le Comté nous apprend à savourer le temps.

Comité Interprofessionnel du Gruyère de Comté

Avenue de la Résistance - BP 26 - 39801 Poligny Cedex - Tél. 03 84 37 23 51 - Fax 03 84 37 07 85 - cigc@comte.com - www.comte.com

Comité Interprofessionnel créé par décret n° 63-575 du 11 juin 1963. Le logo "Comté clochette" est une marque de certification propriété du CIGC.



Sommaire



Les Routes du Comté « version 2 », la poursuite d'un projet ambitieux	p. 3
Rappel 1 : Les Routes du Comté, un programme de promotion collectif et patrimonial	p. 4
Rappel 2 : Les Routes du Comté, un outil d'aménagement et de développement local	p. 5
Rappel 3 : Les Routes du Comté, une offre touristique résolument tournée vers le Terroir.	p. 6
Rappel 4 : Les Routes du Comté, une réponse aux attentes des touristes d'aujourd'hui	p. 7
Le plan d'actions 2007 / 2013	p. 8-19
Préambule	p. 8
1. Editions papier et éditions électroniques	p. 9
2. Achats d'espaces	p. 10
3. Promotion / Marketing	p. 11-13
4. Relations Presse	p. 14
5. Animation du réseau	p. 15-18
6. Actions spécifiques avec CIVJ et Montagnes du Jura	p. 19
7. Plan de financement prévisionnel	p. 20
Annexes : détail des rencontres avec les partenaires régionaux	p. 21-31
Avec le CRT et Montagnes du Jura	p. 21-22
Avec le CDT Ain	p. 23
Avec le CDT Doubs	p. 23-24
Avec le CDT Jura	p. 25-26
Avec le CIVJ et la Route touristique des Vins du Jura	p. 26-27
Avec l'Institut franc-comtois des Vins et du Goût	p. 27-28
Avec le réseau Bienvenue à la Ferme Doubs/Jura	p. 28-29
Avec le réseau Accueil Paysan	p. 29
Avec les GTJ	p. 30
Avec le PNR Haut-Jura	p. 30
Avec la FDCL Ain	p. 31
Avec les FDCL Doubs/Jura	p. 3

Les Routes du Comté « version 2 », la poursuite d'un projet ambitieux



> Une base reconnue : « Les Routes du Comté »

Le Comté est un patrimoine collectif qui n'appartient pas seulement à la filière, c'est aussi un patrimoine historique, culturel, architectural, qui façonne les paysages, assure une activité économique déterminante sur le Massif jurassien, et vit en symbiose avec les autres secteurs d'activité artisanale, dont au premier chef le tourisme. La filière Comté est donc un élément identifiant fort et un facteur puissant de fierté régionale.

En 2001, un large éventail de partenaires, collectivités locales et régionales, responsables du tourisme, de la culture, de l'agriculture et de l'artisanat ont donc convenu d'investir collectivement à partir de l'année 2002 dans l'outil **Routes du Comté** dans un triple objectif :

- > Donner à l'offre touristique régionale un contenu riche et varié, de qualité, expressif des valeurs artisanales, de solidarité et de respect de l'environnement propres au Massif.
- > Permettre aux acteurs locaux de s'approprier ce projet collectif identifiant, et d'être ainsi acteurs du développement tant local que régional.
- > Lier durablement la mise en tourisme avec la réalité et l'authenticité d'un territoire, et ainsi créer un partenariat gagnant/gagnant entre les acteurs du tourisme qui s'appuient sur le produit phare de la région et la filière Comté qui bénéficie de la promotion afférente.

> Une volonté de poursuivre l'action engagée en 2002

Après 5 années d'actions d'envergure et d'expériences enrichissantes, il apparaît aujourd'hui que la poursuite du programme **Routes du Comté** à partir de 2007 est une évidence pour l'ensemble de la filière Comté et de ses partenaires, financiers ou non, qu'elle a fédéré dans ce réseau touristique et gastronomique.

Une évidence d'autant plus marquée par le fait qu'une grande enquête menée en 2005 auprès des visiteurs et des acteurs du réseau a montré le caractère déterminant du programme dans l'effort de promotion de l'image de la région et la grande satisfaction des visiteurs et des acteurs du réseau.

Ce programme-cadre 2007 / 2013 détaille dans les pages suivantes la stratégie recommandée et les moyens à mettre en œuvre durant la période 2007 / 2013 pour atteindre les objectifs majeurs du programme **Routes du Comté**.

Rappel 1 : Les Routes du Comté, un programme de promotion collectif et patrimonial

La démarche **Routes du Comté** repose sur le principe suivant :

Lier durablement la mise en tourisme avec la réalité et l'authenticité d'un territoire.

> Les acteurs de la filière Comté doivent continuer à l'avenir d'être considérés non pas seulement dans leur dimension économique, mais également comme témoins d'une histoire, présentant une organisation sociale solidaire originale, vivant en symbiose avec son environnement, expression des contraintes naturelles du Massif jurassien, mais aussi modelant les paysages, structurant l'activité villageoise et témoignant d'un patrimoine culturel spécifique.

> Le Comté est reconnu par tous comme faisant partie d'un patrimoine collectif régional qui ne peut se résumer à la seule filière fromagère. Le Comté et sa filière constituent un élément identifiant fort de la région Franche-Comté en général et de la zone AOC Comté en particulier (la zone AOC s'étend sur les départements du Doubs, du Jura et de l'Ain).

> La mise en valeur de ce patrimoine collectif doit donc associer de façon naturelle les partenaires issus de la filière fromagère et du secteur agricole aux partenaires du tourisme et de l'aménagement du territoire.

> Cette association durable entre ces partenaires doit avoir pour objectif de maintenir et renforcer le sentiment d'appartenance régionale et les solidarités internes entre tous les partenaires. Elle doit aussi pouvoir permettre une meilleure promotion de ce patrimoine collectif auprès des visiteurs proches (les Francs-comtois eux-mêmes) ou plus lointains.

> Concrètement, le patrimoine collectif que le programme **Routes du Comté** a pour ambition de continuer de promouvoir est bien entendu le **Terroir**.

Un terroir qui englobe non seulement l'activité Comté (production de lait, transformation et affinage), mais aussi les activités des autres filières fromagères (Morbier, Mont d'Or, Bleu de Gex notamment) et tout ce qui participe de la valorisation du patrimoine rural au sens large : artisanat, viticulture, gastronomie, hébergement de caractère, tourisme rural, manifestations thématiques, mise en avant des sites naturels et de leurs richesses biologiques...

La convergence de tous ces éléments et l'expérience acquise depuis 2002 aboutit aujourd'hui à la poursuite du programme **Routes du Comté**, dont l'intitulé lui-même signifie toute la nature plurielle de sa vocation et traduit de manière attractive pour les visiteurs la notion de réseau de sites et d'événements que le programme a l'ambition de fédérer et de valoriser.

Le produit Comté doit plus que jamais être considéré dans cette démarche de promotion comme l'ambassadeur authentique et de qualité de sa région de production et comme un moteur totalement dévoué à la dynamique touristique créée par cette région.

Enfin, s'est forgé avec l'outil **Routes du Comté** un moyen de développer « autrement » l'image du Comté et de sa filière, en direction des consommateurs d'une part, en ancrant le produit dans son territoire d'origine, et au sein même de la filière Comté, en « interne », d'autre part, en resserrant les liens entre les acteurs de la filière par la valorisation auprès du grand public des hommes, des métiers et des savoir-faire, éléments identitaires essentiels du Massif jurassien.

Rappel 2 : Les Routes du Comté, un outil d'aménagement et de développement local

Allant au-delà d'un simple itinéraire touristique comme on en rencontre souvent, le programme **Routes du Comté** en conserve cependant sa caractéristique propre : **Les Routes du Comté** sont un précieux outil d'aménagement et de développement local pour sa région de production.

Le premier objectif des **Routes du Comté** est de générer, par une augmentation de la fréquentation touristique, des retombées directes et indirectes sur tout le tissu économique régional. En effet, **Les Routes du Comté** permettent de contribuer à l'accroissement du chiffre d'affaires des acteurs régionaux directement impliqués dans l'offre touristique ainsi mise en réseau, et, par là même, au maintien ou à la création d'emplois liés au tourisme dans la région.

Parallèlement, l'autre objectif de l'outil **Routes du Comté** est de fédérer et d'encourager les initiatives locales existantes de valorisation du patrimoine collectif, de la plus modeste à la plus professionnelle. **Les Routes du Comté** doivent rester une chambre d'écho supplémentaire au service de ces initiatives, leur apportant par son organisation et ses moyens financiers un important surcroît de visibilité, d'identité et de promotion.

Et au-delà de la fédération d'initiatives existantes, **Les Routes du Comté** doivent continuer à en susciter et à en faire émerger de nouvelles, afin d'enrichir de manière croissante son offre touristique, et ainsi légitimer un tourisme de gastronomie et de terroir fondé sur une réalité économique, historique et culturelle.

Les Routes du Comté doivent également continuer à faire naître des relations de curiosité entre ces initiatives : les visiteurs d'abord attirés par les sites ou les événements les plus cotés, doivent être incités à s'intéresser à d'autres sites ou événements moins réputés, qui se retrouvent ainsi désenclavés.

En d'autres mots, **Les Routes du Comté** doivent continuer à permettre d'irriguer les zones du territoire moins fréquentées habituellement par les flux touristiques.

En conclusion, l'attractivité des **Routes du Comté** doit continuer à contribuer à générer une fréquentation touristique du territoire croissante, plus organisée et moins saisonnière.

Rappel 3 : Les Routes du Comté, une offre touristique résolument tournée vers le Terroir

Le Terroir et ses différents modes d'expression constituent le champ d'activité naturel des **Routes du Comté**. Et c'est bien sûr cette notion de promotion du terroir que l'on doit continuer à retrouver chez tous les acteurs du réseau.

L'offre touristique proposée par **Les Routes du Comté** tient également compte de la diversité et de l'hétérogénéité des sites ou des événements existants, des plus modestes au plus professionnels. Cette diversité fait l'originalité de la région, Les Routes du Comté doivent donc la respecter. Certes, l'offre touristique du Massif Jurassien est morcelée, diffuse et hétérogène. Mais elle est aussi terriblement ancrée dans la réalité, au-delà de toute superficialité, et soudée autour du produit symbole qu'est le Comté.

Ainsi, l'offre touristique valorisée par **Les Routes du Comté** associe :

- > Les exploitations agricoles ouvertes au grand public, déjà regroupées dans les démarches Bienvenue à la Ferme ou Accueil Paysan.
- > Les fruitières ouvertes aux visites ou possédant au minimum un magasin de vente.
Précisons que ces fruitières assurent naturellement, sans distinction, la promotion de toutes les AOC régionales et des autres composantes du patrimoine gastronomique régional.
- > Les caves d'affinage dont l'accès est possible et organisé.
- > Les activités accompagnées de découverte du patrimoine culturel et naturel (balades commentées proposées par des OTSI, des accompagnateurs moyenne montagne et des Gens de Pays).
- > Les itinéraires de randonnée thématiques (pédestres, équestres, VTT, cyclotouristes) dont les tracés permettent la découverte du patrimoine fromager.
- > Les événements et manifestations thématiques qui jalonnent les saisons touristiques.
- > Les promoteurs naturels de la gastronomie régionale : le réseau des restaurants Tables comtoises, le réseau des Fermes-auberges, des Tables d'Hôtes et des Goûters à la Ferme, le réseau des hôtels-restaurants Logis de France, et également certains établissements non répertoriés dans ces réseaux mais très représentatifs de la gastronomie régionale et séduits par la démarche Routes du Comté.
- > Les points de vente de produits régionaux, et en premier lieu bien sûr les crèmeries-fromageries spécialisées.
- > Les vigneron membres du réseau de la Route touristique des Vins du Jura.
- > Les catégories d'hébergement dont la nature est en cohérence avec le thème valorisé par Les Routes du Comté, et notamment les fermes de séjour, les Gîtes ruraux, les hôtels Logis de France, les centres de vacances, les locations Clévacances, mais aussi les établissements membres du réseau des Grandes Traversées du Jura et, le cas échéant, certains établissements indépendants volontaires.
- > Les sites culturels dont l'activité est en rapport avec la promotion du patrimoine rural régional, en premier lieu la Maison du Comté de Poligny.
- > Les voyagistes régionaux proposant des séjours thématiques (1/2 journée, journée, week-end et plus) directement liés à la découverte du Comté et des terroirs locaux.
- > Et enfin bien entendu le réseau complet des institutions touristiques : CRT, CDT et OTSI.

Rappel 4 : Les Routes du Comté, une réponse aux attentes des touristes d'aujourd'hui

Une route touristique, parce qu'elle constitue un « thème » touristique très précis, représente pour un territoire un produit d'appel très efficace.

Et même si **Les Routes du Comté** ne sont pas « seulement » un itinéraire touristique au sens strict du terme, leur intitulé a été tout spécialement choisi pour suggérer cette notion.

Parallèlement, les données récentes continuent de le montrer, il est évident d'affirmer que la découverte d'un patrimoine est aujourd'hui (avec le farniente !) une motivation essentielle des touristes modernes.

La fréquentation des musées, écomusées, la visite de monuments, la participation aux fêtes locales font partie des habitudes de plus en plus importantes des Français en vacances.

En fait, le touriste moderne profite de ses vacances pour circuler et voir un maximum de choses.

De plus, il est frappant de constater à quel point les touristes d'aujourd'hui ont un réel désir de se « ressourcer » en recherchant un contact étroit avec des valeurs humaines, artisanales, naturelles et collectives qui se dressent comme autant de remparts à « l'industrialisation » généralisée qui les entoure et qui génère une certaine angoisse de la modernité.

Les Routes du Comté se proposent justement de mettre en avant auprès des visiteurs ces valeurs humaines qu'ils recherchent tant.

En multipliant et facilitant les opportunités de rencontres et de découverte (fermes, fruitières, caves, fêtes, événements, balades nature, gastronomie régionale, hébergements typiques, artisanat...), **Les Routes du Comté** possèdent tous les atouts pour étancher de manière précise (mais également variée) la « soif de terroir » dont témoignent les touristes d'aujourd'hui.

En conséquence, un programme de développement touristique tel que **Les Routes du Comté**, avec la légitimité naturelle qu'il tire d'un symbole aussi puissant que le Comté, apparaît toujours comme éminemment porteur pour le Massif Jurassien.

Le plan d'actions 2007 / 2013



> Préambule

Au cours la rencontre du 7 avril 2006 qui réunissait les financeurs 2002/2006 du programme, le Conseil régional de Franche-Comté a confirmé son attachement à la poursuite du programme, dont le succès et la pertinence sont unanimement reconnus, mais a annoncé qu'il ne s'engagera pas sur une participation financière pluri-annuelle.

De leurs côtés, la DATAR et le département de l'Ain ont affirmé leur détermination à participer activement à la poursuite du programme, mais ne purent annoncer précisément à quelle hauteur ils pourraient participer. Les départements du Doubs et du Jura étaient absents à cette réunion, mais ont adopté la même position depuis.

Dans ce contexte et compte tenu de l'expérience acquise au cours des années précédentes, le CIGC propose de construire un nouveau programme 2007 / 2013 sur les bases suivantes :

Même si aucun partenariat financier n'était envisageable à partir de 2007, le CIGC poursuivra tout de même l'action « Routes du Comté », bien entendu avec un budget plus modeste que celui des années précédentes, et privilégiant des actions liées principalement à l'accueil et au fonctionnement local du dispositif.

Ce postulat de base, preuve en soi de la pertinence du premier programme quinquennal et s'appuyant sur cette détermination de la filière Comté, a permis d'étudier en toute sérénité avec les partenaires financiers et les autres partenaires régionaux (*) toutes les pistes de coopération destinées à améliorer et compléter le programme, en tenant compte des enseignements, réussites et difficultés rencontrées lors du premier programme.

Des réunions de travail bilatérales ont été menées avec l'ensemble des autres partenaires (figurent en annexe les résultats détaillés de ces travaux bilatéraux). Il en ressort une grande communauté de vues et un projet de programme cohérent, améliorant la synergie entre tous, et permettant à chaque partenaire de s'associer ou non à telle ou telle action.

Vous trouverez ci-après le plan d'actions prévisionnel (pages 9 à 19) et le plan de financement prévisionnel envisagé (page 20).

() Les 5 partenaires financiers des Routes du Comté :*

- La DIACT
- le Conseil régional de Franche-Comté
- Le Conseil général du Jura
- Le Conseil général du Doubs
- Le Conseil général de l'Ain

et les 13 partenaires régionaux des Routes du Comté :

- Le CRT Franche-Comté
- Le collectif Montagnes du Jura
- Les CDT Ain / CDT Doubs / CDT Jura
- Le CIVJ
- L'institut franc-comtois des Vins et du Goût
- Le réseau Bienvenue à la Ferme Ain/Doubs/Jura
- Le réseau Accueil Paysan Doubs/Jura
- Les GTJ
- Le PNR HJ
- Les FDCL Ain / FDCL Doubs/Jura

1. EDITIONS PAPIER et EDITIONS ELECTRONIQUES



1.A. Edition du Guide annuel trilingue

Le guide annuel trilingue représente le pilier de notre système de communication et doit le rester, caractérisé par un tirage toujours conséquent de 120 000 exemplaires / an.

→ *Budget prévisionnel pour cette action :* **45 000 € H.T. / an**

1.B. Site Internet Routes du Comté / Editions électroniques

Le refonte totale de la présence sur Internet de « l'Univers du Comté » programmée pour le début de l'année 2007 profitera directement au programme puisque les frais engagés dans cette refonte englobent bien entendu le nouveau site Routes du Comté. Aucun budget spécifique n'est donc nécessaire à cette action.

L'animation « quotidienne » du site Internet (gestion des bases de données du réseau et du fichier client, mise à jour des informations, édition des Newsletters mensuelles) représente certes un coût, mais celui-ci est compris dans le budget de fonctionnement global du programme.

→ *Budget prévisionnel pour cette action :* **0 € H.T. / an**
car inclus dans la stratégie Internet globale du CIGC

1.C. Coopération « Edition » avec le CRT

Il est convenu que 2007 verrait la création d'une Newsletter électronique commune aux Routes du Comté et à la Route touristique des Vins du Jura mettant en valeur les itinéraires gastronomiques comtois (32 000 abonnés mail).

→ *Budget prévisionnel pour cette action :* **0 € H.T. / an**
car coût supporté par le CRT, et donc nul pour Les Routes du Comté

Soit un budget prévisionnel Editions papier et éditions électroniques

45 000 € H.T. / an

2. ACHATS d'ESPACES



2.A. Achats d'espaces dans la presse régionale

Etant pour 2007 dans la nécessité d'opérer des choix budgétaires importants, la campagne 2007 ne pourra pas être réalisée.

En revanche, dans la lignée des campagnes d'achats d'espaces précédents, les campagnes 2008 et après seront construites autour de médias qualitatifs à forte notoriété ou de guides d'hébergements régionaux ouverts à la publicité (par exemple : Pays Comtois, En Vadrouille, Maisons Côté Est, Le Point éditions régionales Bourgogne Franche-Comté, Doubs magazine, le guide annuel des Logis de France...).

**→ Budget prévisionnel pour cette action : 0,00 € H.T. en 2007
puis 25 000 € H.T. par an
pour la période 2008 / 2013**

2.B. Campagnes WEB Routes du Comté

2007 verra l'apparition dans le paysage internetto-touristico-régional du tout nouveau site des Routes du Comté, puissamment couplé à un département du site Comté destinés aux consommateurs de tout horizon.

Mais étant pour 2007 dans la nécessité d'opérer des choix budgétaires importants, les campagnes WEB ne pourront pas débuter en 2007.

Afin d'assurer le lancement de ce nouveau déploiement du Comté sur Internet et d'en garantir un succès rapide et durable, il est fortement recommandé d'appuyer ces sites en 2008 par des campagnes marketing en ligne : bannières publicitaires ou jeux en ligne sur des sites gourmands, féminins ou « famille » ; et campagnes de référencement et d'achats de mots-clés sur les principaux moteurs de recherche.

Ces campagnes WEB seront bien entendu à harmoniser (période et sites supports choisis) avec celles engagées par le CRT et Montagnes du Jura.

**→ Budget prévisionnel pour cette action : 0,00 € H.T. en 2007
puis 20 000 € H.T. par an
pour la période 2008 / 2013**

Soit un budget prévisionnel Achats d'Espaces

0,00 € H.T. / en 2007

puis 45 000 € H.T. / par an à partir de 2008

3. PROMOTION / MARKETING



3.A. Coopération « Promotion » avec certains partenaires régionaux

Comme c'est déjà le cas depuis quelques années, les partenaires régionaux des Routes du Comté doivent pouvoir continuer d'avoir recours régulièrement aux Routes du Comté et aux intervenants Amis du Comté à l'occasion de Salons touristiques ou tout autre opération de promotion grand public.

Concernant le CRT, 2 salons européens grand public auxquels participe le CRT sont susceptibles d'accueillir une animation Routes du Comté : Stuttgart et Bruxelles. Une synergie est également à entreprendre avec les agences de communication du CIGC en Belgique et en Allemagne.

2 salons français professionnels auxquels participe le CRT sont également susceptibles d'accueillir une animation Routes du Comté : Paris (MIT) et Strasbourg (Rendez-vous France).

Cependant, étant pour 2007 dans la nécessité d'opérer des choix budgétaires importants, cette coopération ne pourra pas être réalisée dans son entier dès 2007, mais à partir de 2008 seulement.

Les partenaires concernés par cet axe de coopération :

- Le CRT
- Les CDT Ain (+ par extension le CRT Rhône-Alpes) / CDT Doubs / CDT Jura

→ Budget prévisionnel pour cette action : **5 000 € H.T. en 2007**
puis 10 000 € H.T. par an
pour la période 2008 / 2013

3.B. Coopération « Eductours » avec certains partenaires régionaux

Il serait pertinent que les services commerciaux des partenaires régionaux des Routes du Comté sollicitent aussi souvent que possible les Routes du Comté dans le cadre des éductours de voyageurs qu'ils réalisent. Ce qui, en échange d'une valorisation de l'image des Routes du Comté et des sites fromagers de l'AOC Comté auprès des professionnels accueillis, permettrait d'améliorer encore un peu les conditions d'accueil (déjà excellentes) de ces réceptifs (aide à l'encadrement des invités et au choix des visites, prise en charge de repas, petits cadeaux Comté...).

Les partenaires concernés par cet axe de coopération :

- Le CRT
- Les CDT Ain / CDT Doubs / CDT Jura

→ Budget prévisionnel pour cette action : **5 000 € H.T. / an**

3.C. Coopération « Commercialisation des séjours » avec certains partenaires régionaux

Il est évident que les Routes du Comté doivent être un levier supplémentaire pour favoriser la commercialisation des séjours thématiques créés par les services commerciaux de ses partenaires régionaux.

En premier lieu, ce levier s'actionnera bien entendu de manière basique par la présence de ces séjours dans l'offre touristique des Routes du Comté et dans les éditions qui la valoriseront (Internet, guide annuel, documents presse, newsletters, mailings...)

Mais par ailleurs, ce levier pourra s'actionner de manière plus ponctuelle en s'associant à diverses opérations promotionnelles mises en place par les services commerciaux des partenaires locaux pour la commercialisation de séjours ou d'hébergements « hors saison ».

Par exemple : Pour les clients qui réservent un hébergement ou un séjour thématique entre le 15 mars et le 30 avril :

- 1 bon pour 250 gr de Comté à acheter à la fromagerie locale (bon à faire tamponner pour remboursement par les Routes du Comté).
- 1 bon pour « 1 visite gratuite pour 1 achetée » à la Maison du Comté de Poligny.

- Inclure le guide des Routes du Comté dans chaque confirmation de contrat et prise en charge par les Routes du Comté du surcoût postal généré.



Ou également organiser des jeux-concours avec des séjours thématiques pris en charge par les Routes du Comté et des kilos de Comtés à gagner.

Il va de soi qu'en cas de pareille opération, les Routes du Comté mettraient à profit leur fichier client dans sa totalité.

Les partenaires concernés par cet axe de coopération :

- Les CDT Doubs / CDT Jura
- Le réseau Bienvenue à la Ferme Ain/Doubs/Jura

→ Budget prévisionnel pour cette action : **5 000 € H.T. / an**

3.D. Coopération « Séjours » avec l'Institut franc-comtois des Vins et du Goût

Sous l'impulsion des Routes du Comté, l'Institut a créé en 2006, pour le séjour « Rencontre sensorielles au Pays du Comté » commercialisé par l'hôtel-restaurant le Bois Dormant, un module de 3h00 pour GROUPES de "Découverte des goûts comtois" une intervention d'un Ami du Comté et la formule découverte des 7 vins du Jura (Lieu : Salle de dégustation de Château Pécauld).

Par ailleurs, un projet d'un séjour 3 jours / 2 nuits sur le thème « Paysages de terroirs » à la découverte des paysages du vignoble et du Comté, avec sorties sur le terrain autour de Château-Chalon, dans le Haut-Doubs (Mouthe) et à la Maison du Comté, est en cours de création à l'Institut. Il est évident que les Routes du Comté s'associeront dès sa disponibilité à la promotion d'un tel séjour.

→ Budget prévisionnel pour cette action : **0 € H.T. / an**
*car action engageant
 uniquement des frais
 de personnel*

3.E. Coopération « Marketing » avec le CRT

Il est convenu que le CRT offre aux Routes du Comté la possibilité d'utiliser tout ou partie de son fichier d'adresses postales en cas de besoin formulé par les Routes du Comté (200 000 adresses en France et en Europe).

→ Budget prévisionnel pour cette action : **0 € H.T. / an**
*car fichier fourni
 gratuitement par le CRT*

3.F. Coopération « Evénements » avec certains partenaires régionaux

Tout d'abord, la Route touristique des Vins du Jura ayant aussi pour mission d'organiser quelques événements annuels (le « Pique Nique Vigneron » notamment), il serait pertinent que les Routes du Comté y soient associées et contribuent à leur succès sous la forme d'un apport de fichiers de clients et de prise en charge de mailings promotionnels (comme cela a été fait en 2006), par exemple.

Ensuite, L'Institut franc-comtois des Vins et du Goût ayant aussi pour mission d'organiser le Goutatou, il serait pertinent que les Routes du Comté y soient associées et contribuent à son succès sous la forme d'un apport de fichiers de clients et de prise en charge de mailings promotionnels, par exemple.

Par ailleurs, à l'instar de ce qui existe déjà dans l'Ain grâce à la FDCL de l'Ain, il pourrait être envisagé de créer un événement mensuel avec les FDCL Doubs/jura sur le thème « Un dimanche à la fruitière », journée au cours de laquelle les producteurs motivés d'une fruitière (une seule à la fois par mois) ouvriraient au public leurs fermes, leur atelier, leurs caves et leur magasin.

Les Routes du Comté s'associeraient à l'événement en assurant la promotion et la communication de chaque « dimanche à la fruitière ».

Enfin, il apparaît pertinent qu'un volet de cette action soit consacré à la prestation d'animations Routes du Comté sur certaines manifestations d'envergure nationale. Une sélection est à opérer début 2007 en coopération directe avec le CRT, les 3 CDT et la DIACT.

Les partenaires concernés par cet axe de coopération :

- Le CRT et les CDT Ain / Doubs / Jura
- Le CIVJ / L'institut franc-comtois des Vins et du Goût
- Les FDCL Ain / FDCL Doubs/Jura



→ Budget prévisionnel pour cette action :

15 000 € H.T. / an

3.G. Coopération « Diffusion de documentations »

Tout d'abord, il a été convenu dès 2006 avec le CIVJ de procéder à la diffusion en commun de nos éditions respectives auprès des acteurs régionaux du tourisme, en mutualisant le plus souvent possible les livraisons et les expéditions. Cela doit bien se poursuivre et s'amplifier en 2007 et après.

D'autre part, comme c'est déjà le cas aujourd'hui, il est souhaitable de part et d'autre de poursuivre la diffusion sur le site Internet des Routes du Comté de la documentation gratuite éditée par CIVJ. La réciprocité (pouvoir commander le guide des Routes du Comté sur le site de la Route touristique des Vins du Jura) serait la bienvenue en 2007...

Ensuite, comme cela a déjà été le cas dans les années passées, il est souhaitable de part et d'autre de reprendre la diffusion sur le site Internet des Routes du Comté de la documentation gratuite éditée par le réseau Bienvenue à la Ferme Doubs/Jura.

Et comme cela sera le cas avec le réseau Bienvenue à la Ferme Doubs/Jura, il est souhaitable de part et d'autre de reprendre la diffusion sur le site Internet des Routes du Comté de la documentation gratuite éditée par le réseau Accueil Paysan.

Enfin, comme c'est déjà le cas aujourd'hui également, il est souhaitable de part et d'autre de poursuivre la diffusion sur le site Internet des Routes du Comté de la documentation gratuite éditée par les GTJ.

Il semble également pertinent ici de souligner la création prochaine au sein du CRT d'une plateforme logistique de diffusion de documentation touristique régionale, qui centraliserait à la fois les demandes et les envois.

Les partenaires concernés par cet axe de coopération :

- Le CIVJ
- Le réseau Bienvenue à la Ferme Ain/Doubs/Jura
- Le réseau Accueil Paysan Doubs/Jura
- Les GTJ

→ Budget prévisionnel pour cette action :

0 € H.T. / an

*car coût déjà englobé
dans les frais de
fonctionnement*

Soit un budget prévisionnel Promotion / Marketing

30 000 € H.T. / en 2007

puis 35 000 € H.T. / par an à partir de 2008

4. RELATIONS PRESSE



4.A. Relations Presse menées par le CIGC

A l'instar du programme « version 1 », les actions de relations presse pour les années futures sont à envisager de manière simple : gestion rigoureuse d'un fichier médias complet ; édition et diffusion d'un dossier de presse annuel ; publication de communiqués de presse réguliers ; accueils de journalistes.

Les actions de relations presse plus lourdes (voyages de presse, conférences de presse en région et hors région, rencontres diverses) ne seront à envisager que dans le cadre de projets menés en partenariat avec les acteurs régionaux, donc à budgéter séparément (*cf paragraphe suivant*).

→ Budget prévisionnel pour cette action : 10 000 € H.T. / an

4.B. Coopération « Relations Presse » avec certains partenaires régionaux

A l'instar des coopérations « Promotion », il serait pertinent que les services de presse des partenaires des Routes du Comté sollicitent aussi souvent que possible les Routes du Comté dans le cadre des accueils presse qu'ils réalisent. Ce qui, en échange d'une valorisation de l'image des Routes du Comté et des sites fromagers de la zone AOC Comté auprès des médias accueillis, permettrait d'améliorer encore un peu les conditions d'accueil (déjà excellentes) de ces médias (aide à l'encadrement des journalistes et au choix des visites, prise en charge de repas, petits cadeaux Comté...).

Dans le cas précis des coopérations RP entre les Routes du Comté et le CRT, les contacts réguliers devront être établis entre Aurélia Chimier (CIGC) et Barbara Gris (CRT).

Les partenaires concernés par cet axe de coopération :

- Le CRT
- Les CDT Ain / CDT Doubs / CDT Jura

**→ Budget prévisionnel pour cette action : 5 000 € H.T. en 2007
puis 10 000 € H.T. par an
pour la période 2008 / 2013**

Soit un budget prévisionnel Relations Presse

15 000 € H.T. / en 2007

puis 20 000 € H.T. / par an à partir de 2008

5. ANIMATION DU RÉSEAU



L'équipe d'animation des Routes du Comté (Florence Compagnon et Nicolas Bouveret, intervenant extérieur), en relation étroite avec la direction du CIGC, Aurélia Chimier (responsable communication du CIGC) et Hélène Mouchard (animatrice des Amis du Comté et de la Maison du Comté) et sous le contrôle des membres du Comité de Pilotage, devra bien entendu veiller à mener à bien toutes les actions présentées dans ce nouveau programme-cadre.

De plus, cette équipe devra assurer l'animation du réseau, à savoir :

5.A. Diffuser le guide annuel à tous les « clients » des Routes du Comté

Depuis 2002, les Routes du Comté ont constitué un fichier de plus de 30 000 personnes ayant commandé une documentation Routes du Comté.

Ces personnes, dont le nombre augmente d'environ 3 000 chaque année, reçoivent automatiquement en janvier chaque nouvelle édition du guide annuel des Routes du Comté. Mais face aux contraintes budgétaires auxquelles nous devons faire face en 2007, il apparaît plus judicieux de ne diffuser le guide 2007 qu'aux « nouveaux » clients recrutés pendant l'année 2006 et d'adresser un mail mentionnant sa disponibilité à tous les autres clients dont nous avons l'adresse mail (les 4 000 que nous possédons et les adresses récupérées à l'occasion du jeu concours organisé avec Montagnes du Jura en octobre).

5.B. Poursuivre la « Démarche Qualité Accueil » dans les sites fromagers

Cette démarche initiée en 2006 s'avère riche d'enseignements et s'affirme comme indispensable à la bonne connaissance du réseau et de ses acteurs principaux.

Réservée la première année aux seules fermes et fruitières ouvertes à la visite, cette démarche devra s'étendre dès 2007 à toutes les autres fruitières (celles qui possèdent un magasin de vente) ainsi qu'aux caves d'affinage. Puis à partir de 2008, des visites suivies de l'ensemble des sites fromagers du réseau devront être programmées chaque année.

De plus, il est pertinent et nécessaire que cette démarche s'inscrive dans le cadre de la campagne nationale « Qualité Tourisme » animée en Franche-Comté dès 2007 par le CRT.

5.C. Mettre à jour en permanence l'offre touristique et l'enrichir

L'étendue et la richesse de l'offre touristique proposée par les Routes du Comté entraîne nécessairement une obligation de suivi régulier de l'information.

Devant aller bien au-delà d'une simple mise à jour annuelle des informations sur les membres du réseau et leur actualité, cet effort de rafraîchissement de l'information devra être permanent et quotidien, notamment dans le but de « nourrir » de façon journalistique la nouvelle formule du site Internet des Routes du Comté.

Une grande rigueur et une vigilance de tous les instants s'imposent donc pour atteindre cet objectif.

5.D. Recenser et produire des séjours thématiques pour individuels et groupes, et les valoriser

Il convient de préciser d'emblée que Les Routes du Comté n'ont toujours pas vocation à devenir un nouveau réceptif régional. Au contraire, l'idée principale est d'instaurer un partenariat solide entre les professionnels régionaux existants et l'offre touristique proposée par Les Routes du Comté.

Pour les réceptifs régionaux, Les Routes du Comté doivent avant tout être un centre de ressources (relayant les informations sur l'offre touristique et ses changements réguliers) et une force de promotion de leurs produits touristiques auprès du grand public ou auprès des autres professionnels du voyage.

Cette action a évidemment pour but d'enrichir encore plus l'offre touristique Routes du Comté, de créer des opportunités de communication supplémentaires et d'ouvrir de nouveaux horizons commerciaux pour les acteurs locaux.

5 types de séjours touristiques correspondent au thème mis en avant par Les Routes du Comté :



- Les produits « Gastronomie-Terroir » spécifiques, associant tant que possible Comté et Vins du Jura.
- Les produits « Grand tourisme généralistes », incluant également des visites de sites fromagers.
- Les produits « Événements », basés sur des grandes manifestations, type Percée du Vin Jaune.
- Les produits « Pédagogiques », type stages de cuisine ou incluant une activité type mini-fabrication au cours d'un séjour.
- Les produits « Incentive » destinés aux entreprises en séminaire.

Il s'agira pour cette mission de procéder en 2 temps simultanément : recenser les produits existants chez les réceptifs régionaux et le cas échéant en créer d'autres en partenariat avec ces mêmes réceptifs.

Les Routes du Comté recensent déjà une cinquantaine de séjours thématiques (principalement pour groupes) et les bons résultats obtenus par la création en 2006 de courts séjours avec quelques hôteliers incitent à intensifier la démarche.

Une 3^{ème} voie est également à mettre en place : la création par nos soins « d'idées de circuits » à la journée ou sur plusieurs jours (à la manière d'un guide touristique « Que faire autour d'une fromagerie en voiture à pied, à cheval, à vélo, en raquette, à ski, sur la GTJ, en utilisant la Ligne des Hirondelles... ? »), en agrégeant activités fromagères, hébergement, restauration et tout autre type d'activité dans un secteur donné. Ces « idées » n'étant pas des séjours packagés et vendus par des professionnels, mais juste des « suggestions d'activités » autour d'une ville, d'un village ou d'un lieu donné.

Bien entendu, il n'est pas envisagé une seconde d'en rester au stade de la seule production de séjours. Des actions de promotion et de communication de ces séjours auprès de diverses cibles de clientèles pour contribuer à leur commercialisation sont bien sûr à mettre en place. Mais comme elles se feront en partenariat étroit avec les producteurs/vendeurs eux-mêmes, ces actions sont précisées dans le chapitre 3.

5.E. Veiller à la présence des Routes du Comté chez tous les acteurs du réseau

Comme il est naturel que les Routes du Comté agrègent de manière exhaustive l'offre touristique qu'elles sont censées promouvoir, il est évident que les Routes du Comté doivent être présentes en retour chez chacun des acteurs du réseau.

Cette présence passe évidemment par la mise à disposition de la clientèle de tous les outils de communication édités par les Routes du Comté (le guide gratuit en tout premier lieu), mais aussi par la présence de liens Routes du Comté sur chaque site de chaque acteur.

Cela nécessite donc une distribution lourde et rigoureuse des outils de communication des Routes du Comté auprès de chaque étape du réseau (ce qui est le cas depuis 2002), mais aussi une action plus systématique d'échange de liens avec tous les acteurs possédant un site Internet.

5.F. Réunir annuellement les acteurs du réseau

Une rencontre annuelle est organisée chaque année depuis 2002. Elle permet de réunir en un lieu un large panel d'acteurs du réseau dans une atmosphère détendue et de transmettre un certain nombre de messages importants pour la cohésion du réseau. Le principe d'une telle rencontre est bien entendu à conserver.

5.G. Mesurer l'impact du programme sur son territoire d'application

2 types d'enquêtes ont été menés entre 2002 et 2006 : 4 enquêtes de fréquentation (annuelles) et 2 enquêtes clientèle (2002 et 2005).

Il est primordial de conserver ce principe, mais d'en redéfinir le contenu et le calendrier.

Les enquêtes de fréquentation établies dans le cadre du RIET dans l'Ain, le Doubs et le Jura apparaissent lourdes à compiler et au final peu informatives, puisqu'elles prennent en compte un trop

grand nombre d'informations hétéroclites et ne permettent pas malgré tout un suivi comparatif précis de la fréquentation touristique dans la zone AOC Comté.



Il serait donc en fait plus pertinent de limiter ces enquêtes de fréquentation annuelles aux seuls sites fromagers ouverts à la visite, auprès des producteurs de séjours thématiques et au site Internet, et consacrer une énergie plus importante à la récolte des chiffres (relancer les acteurs, établir des classements...).

Une enquête globale telle que celle réalisée en 2005 a montré toute son importance pour mesurer les performances du programme auprès des visiteurs d'une part, mais aussi auprès des acteurs de la filière et des acteurs touristiques d'autre part.

Il est ainsi souhaitable qu'une telle enquête soit renouvelée pendant la période 2007 / 2013, en 2010 par exemple.

5.H. Informer et réunir le Comité de Pilotage

Le Comité de Pilotage des Routes du Comté, à partir de 2007, sera composé des divers organismes suivants :

CIGC et ses diverses composantes ; DIACT Massif du Jura ; Délégation régionale au Tourisme de Franche-Comté; DRAF Franche-Comté; Conseil régional de Franche-Comté ; Conseil général de l'Ain ; Conseil général du Doubs ; Conseil général du Jura ; FDCL Ain, Doubs et Jura ; CRT Franche-Comté ; CDT Ain, Doubs et Jura ; PNR Haut-Jura ; GTJ ; CIVJ.

Ce Comité de Pilotage se réunira une fois par an (en fin d'année civile), afin d'établir le bilan de l'année écoulée, et de définir les grandes orientations d'actions pour l'année suivante en cohérence avec le présent programme-cadre pour la période 2007 / 2013.

L'équipe d'animation devra informer les membres du Comité de pilotage sur l'avancement du programme au fur et à mesure de la bonne réalisation des actions.

Parallèlement, des séances de travail autour de thèmes précis (par exemple la présence des Routes du Comté sur certaines manifestations) devront réunir régulièrement certains membres du Comité de pilotage selon les thèmes des séances de travail.

**→ Budget prévisionnel pour toutes ces actions : 62 000 € H.T. / an
sauf : 92 000 € H.T. en 2010
en raison de la réalisation de la 3^{ème} enquête globale sur le réseau**

5.I. Développer le réseau hors de la zone AOC Comté

Puisque le Comté est un produit à large diffusion nationale (et dans une moindre mesure internationale), il semble logique que 5 ans après la création des Routes du Comté, une voie de développement nouvelle soit envisagée sous la forme de l'extension de ces routes à l'extérieur de la zone AOC Comté : la France est truffée « d'étapes gourmandes » qui mènent droit au Comté !

Parmi ces étapes gourmandes nationales des Routes du Comté, les crémiers-fromagers spécialisés figurent bien sûr en première place, et on n'y trouve pas que du fromage la plupart du temps (des vins ou des produits d'épicerie fine notamment).

L'on pourrait imaginer de faire de leurs échoppes des « ambassades du Pays du Comté », et, partant, de faire des crémiers des « ambassadeurs du Pays du Comté », informant les clients sur les fromages, les vins, les spécialités gastronomiques et bien entendu les activités touristiques et les solutions d'hébergement et de séjours.

En 2007, il s'agirait donc d'identifier ces ambassadeurs potentiels et motivés, en coopération étroite avec la chargée de mission du CPPR qui sera recrutée en mars pour une démarche similaire. Puis, en 2008, de créer le réseau et de l'animer par diverses opérations à destination des crémiers, de leurs clients et des médias.

**→ Budget prévisionnel pour cette action : 10 000 € H.T. en 2007
puis 50 000 € H.T. par an
pour la période 2008 / 2013**

5.J. Coopération « Information » avec tous les partenaires régionaux



Il apparaît aujourd'hui que les échanges d'informations entre les Routes du Comté et ses partenaires, bien qu'existants, sont encore perfectibles.

Ainsi, afin de mieux faire circuler l'information entre chaque partie, il est souhaité que les Routes du Comté soient destinataires des informations produites par ses partenaires (manifestations, événements, communiqués et dossiers de presse...) au même titre que n'importe quel autre média (l'inverse est déjà vrai aujourd'hui).

Les partenaires concernés par cet axe de coopération :

- Le CRT et Montagnes du Jura
- Les CDT Ain / CDT Doubs / CDT Jura
- Le CIVJ
- L'institut franc-comtois des Vins et du Goût
- Le réseau Bienvenue à la Ferme Ain/Doubs/Jura
- Le réseau Accueil Paysan Doubs/Jura
- Les GTJ
- Le PNR HJ
- Les FDCL Ain / FDCL Doubs/Jura

→ Budget prévisionnel pour cette action :

0 € H.T. / an

*car coût déjà englobé
dans les frais de
fonctionnement*

5.K. Coopération « Eductours OTSI et professionnels locaux du tourisme » avec certains partenaires régionaux

Il apparaît également essentiel que les Routes du Comté (accompagnées par l'association Les Amis du Comté) s'associent à ses partenaires locaux lorsque ceux-ci rencontrent les personnels des OTSI et les professionnels locaux du tourisme afin de mieux faire connaître le réseau et ses composantes, mais aussi « l'univers du Comté » et les différentes manières de le valoriser auprès des visiteurs.

Il apparaît également indispensable que les 4 agents du Call Center du CRT soient intégrés à chaque rencontre avec les OTSI ou les professionnels locaux du tourisme.

Les partenaires concernés par cet axe de coopération :

- Le CRT et son Call Center
- Les CDT Doubs / CDT Jura / CDT Ain
- Le CIVJ
- Le PNR HJ

→ Budget prévisionnel pour cette action :

3 000 € H.T. / an

5.L. Coopération « Formation » avec les FDCL

Il apparaît également essentiel que les Routes du Comté (accompagnées par l'association Les Amis du Comté) s'associent à chacune des FDCL lorsque celles-ci rencontrent les personnels des fruitières lors de sessions de formation, afin de mieux faire connaître le réseau et ses composantes, et les différentes manières de le valoriser auprès de leurs clients.

→ Budget prévisionnel pour cette action :

1 000 € H.T. / an

Soit un budget prévisionnel Animation

76 000 € H.T. / en 2007

***puis 116 000 € H.T. / par an à partir de 2008
(sauf en 2010 : 146 000 € H.T.)***

6. ACTIONS SPÉCIFIQUES AVEC CIVJ ET MONTAGNES DU JURA



6.A. Coopération « Edition » avec le CIVJ

Il a été convenu dès 2006 que 2007 verrait la création d'une édition commune aux Routes du Comté et à la Route touristique des Vins du Jura mettant en valeur les itinéraires gastronomiques comtois.

Compte-tenu des divers besoins de chacune des parties, il a été décidé que cette édition prendrait chaque année la forme d'un dépliant promotionnel 2 volets qui serait encarté au printemps dans divers supports de presse écrite, tels que Saveurs, Détours en France, Balades gourmandes, Régala, Maison Côté Est...

Le tirage total et les supports retenus restent encore à déterminer avec précision.

→ Budget prévisionnel pour cette action : 15 000 € H.T. / an

6.B. Coopération « Relations Presse » avec le CIVJ

Sont envisagés pour 2007 la publication de communiqués de presse communs Routes du Comté / Route touristique des Vins du Jura, et l'organisation d'un voyage de presse « associé ».

→ Budget prévisionnel pour cette action : 5 000 € H.T. / an

6.C. Campagnes WEB Montagnes du Jura

Bien que le plan de communication Montagnes du Jura pour la période post-2006 ne soit pas encore connu à ce jour (appel d'offre pas encore lancé), il est raisonnable de penser que les grandes lignes de l'action engagée en 2003 soient reconduites, et notamment les campagnes Web. Aussi, il est pertinent de garder les mêmes bases de contribution financière qu'en 2006.

→ Budget prévisionnel pour cette action : 8 000 € H.T. / an

6.C. Coopération « Micro-marchés » avec Montagnes du Jura

Bien que le plan de communication Montagnes du Jura pour la période post-2006 ne soit pas encore connu à ce jour (appel d'offre pas encore lancé), il est raisonnable de penser que les grandes lignes de l'action engagée en 2003 soient reconduites; et notamment les opérations micro-marchés. Aussi, il est pertinent de garder les mêmes bases de contribution financière qu'en 2006.

→ Budget prévisionnel pour cette action : 4 000 € H.T. / an

6.D. Coopération « Relations Presse » avec Montagnes du Jura

Bien que le plan de communication Montagnes du Jura pour la période post-2006 ne soit pas encore connu à ce jour (appel d'offre pas encore lancé), il est raisonnable de penser que les grandes lignes de l'action engagée en 2003 soient reconduites, et notamment les relations-presse. Aussi, il est pertinent de garder les mêmes bases de contribution financière qu'en 2006.

→ Budget prévisionnel pour cette action : 2 000 € H.T. / an

Soit un budget prévisionnel Actions spécifiques avec CIVJ et Montagnes du Jura

34 000 € H.T. / an

7. PLAN DE FINANCEMENT PRÉVISIONNEL



→ Récapitulatif budgétaire annuel :

1. Editions papier et éditions électroniques :	45 000 € / an
2. Achats d'espaces :	0,00 € en 2007, puis 45 000 € à partir de 2008
3. Promotion / Marketing :	30 000 € en 2007, puis 35 000 € à partir de 2008
4. Relations Presse :	15 000 € en 2007, puis 20 000 € à partir de 2008
5. Animation du réseau :	76 000 € en 2007, puis 116 000 € à partir de 2008 (et exceptionnellement 146 000 € en 2010)
6. Actions spécifiques avec CIVJ et Montagnes du Jura :	34 000 € / an

→ Clé de répartition financière annuelle : adoptée de manière générale	Apport CIGC :	55 %
	Apport DIACT (FNADT/FEDER)	10 %
	Apport Région Franche-Comté	10 %
	Apport Département Ain	5 %
	Apport Département Doubs	10 %
	Apport Département Jura	10 %

→ Pour l'année 2007

→ Budget global annuel prévisionnel : 200 000 € H.T.

→ Plan de financement exceptionnel pour 2007 : <u>uniquement pour cette année-ci</u>	CIGC :	91 300 € (45,65%)
	DIACT (FNADT/FEDER) :	50 600 € (25,3%)
	Région Franche-Comté :	16 600 € (8,3%)
	Département Ain :	8 300 € (4,15%)
	Département Doubs :	16 600 € (8,3%)
	Département Jura :	16 600 € (8,3%)

→ Pour l'année 2008 et après

→ Budget global annuel prévisionnel : 300 000 € H.T. / par an
(NB : Budget global exceptionnel, pour 2010 uniquement : 330 000 € H.T.)

→ Soit un plan de financement annuel :	CIGC :	165 000 € (55%)
	DIACT :	30 000 € (10%)
	Région Franche-Comté :	30 000 € (10%)
	Département Ain :	15 000 € (5%)
	Département Doubs :	30 000 € (10%)
	Département Jura :	30 000 € (10%)

→ NB : Plan de financement exceptionnel pour 2010 uniquement :	CIGC :	181 500 € (55%)
	DIACT ::	33 000 € (10%)
	Région Franche-Comté :	33 000 € (10%)
	Département Ain :	16 500 € (5%)
	Département Doubs :	33 000 € (10%)
	Département Jura :	33 000 € (10%)

Annexes : détail des rencontres avec les partenaires régionaux

1. Avec le CRT

1.A. Coopération « Information »

En tout premier lieu, il apparaît aujourd'hui que les échanges d'informations entre les Routes du Comté et le CRT, bien qu'existants, sont encore perfectibles.

Ainsi, afin de mieux faire circuler l'information entre chaque partie, il est mutuellement souhaité que les Routes du Comté soient destinataires des informations produites par le CRT (manifestations, événements, communiqués et dossiers de presse...) au même titre que n'importe quel autre média (l'inverse est déjà vrai aujourd'hui).

1.B. Coopération « Promotion »

A l'instar des autres partenaires locaux des Routes du Comté, le CRT doit pouvoir avoir recours régulièrement aux Routes du Comté et aux intervenants Amis du Comté à l'occasion de Salons touristiques ou tout autre opération de promotion grand public initiée par lui-même.

3 salons européens grand public auxquels participe le CRT sont susceptibles d'accueillir une animation Routes du Comté : Stuttgart, Londres et Bruxelles. Une synergie est également à entreprendre avec les agences de communication du CIGC en Belgique et en Allemagne.

2 salons français professionnels auxquels participe le CRT sont susceptibles d'accueillir une animation Routes du Comté : Paris (MIT) et Strasbourg (Rendez-vous en France).

1.C. Coopération « Relations Presse »

A l'instar des coopérations « Promotion », il serait pertinent que les services de presse du CRT sollicite aussi souvent que possible les Routes du Comté dans le cadre des accueils presse qu'ils réalisent, ce qui, en échange d'une valorisation de l'image des Routes du Comté et des sites fromagers de la zone AOC Comté auprès des médias accueillis, permettrait d'améliorer encore un peu les conditions d'accueil (déjà excellentes) de ces médias (aide à l'encadrement des journalistes et au choix des visites, prise en charge de repas, petits cadeaux Comté...).

Dans ce cas précis, les contacts réguliers devront être établis entre Aurélia Chimier (CIGC) et Barbara Gris (CRT).

1.D. Coopération « Eductours »

A l'instar de ce qui est fait depuis 2005, il serait pertinent de poursuivre la coopération entre le CRT et les Routes du Comté dans le cadre des éductours de voyageurs qu'ils réalisent. Ce qui, en échange d'une valorisation de l'image des Routes du Comté et des sites fromagers de l'AOC Comté auprès des professionnels accueillis, permettrait d'améliorer encore un peu les conditions d'accueil (déjà excellentes) de ces réceptifs (aide à l'encadrement des invités et au choix des visites, prise en charge de repas, petits cadeaux Comté...).

1.E. Coopération « Eductours OTSI et professionnels locaux du tourisme »

Il apparaît essentiel que 4 agents du Call Center du CRT soient intégrés à chaque rencontre avec les OTSI ou les professionnels locaux du tourisme organisées par les Routes du Comté (accompagnées par l'association Les Amis du Comté) et ses partenaires locaux afin de mieux faire connaître le réseau et ses composantes, mais aussi « l'univers du Comté » et les différentes manières de le valoriser auprès des visiteurs.

1.F. Coopération « Développement du réseau hors de la zone AOC Comté »



Puisque le Comté est un produit à large diffusion nationale (et dans une moindre mesure internationale), il semble logique que 5 ans après la création des Routes du Comté, une voie de développement nouvelle soit envisagée sous la forme de l'extension de ces routes à l'extérieur de la zone AOC Comté : la France est truffée « d'étapes gourmandes » qui mènent droit au Comté !

Parmi ces étapes gourmandes nationales des Routes du Comté, les crémiers-fromagers spécialisés figurent bien sûr en première place, et on n'y trouve pas que du fromage la plupart du temps (des vins ou des produits d'épicerie fine notamment).

On pourrait imaginer de faire de leurs échoppes des « ambassades du Pays du Comté », et, partant, de faire des crémiers des « ambassadeurs du Pays du Comté », informant les clients sur les fromages, les vins, les spécialités gastronomiques et bien entendu les activités touristiques et les solutions d'hébergement et de séjours.

Il s'agirait donc, en 2007, d'identifier ces ambassadeurs potentiels et motivés, puis, en 2008, de créer le réseau et de l'animer par diverses opérations à destination des crémiers, de leurs clients et des médias.

1.G. Coopération « Campagnes WEB »

2007 verra l'apparition dans le paysage internetto-touristico-régional du tout nouveau site des Routes du Comté, puissamment couplé à un département du site Comté destinés aux consommateurs de tout horizon.

Afin d'assurer le lancement de ce nouveau déploiement du Comté sur Internet et d'en garantir un succès rapide et durable, il est fortement recommandé d'appuyer ces sites par des campagnes marketing en ligne : bannières publicitaires ou jeux en ligne sur des sites gourmands, féminins ou « famille » ; et campagnes de référencement et d'achats de mots-clés sur les principaux moteurs de recherche.

Ces campagnes WEB seront bien entendu à harmoniser (période et sites supports choisis) avec celles engagées par le CRT et Montagnes du Jura.

1.H. Coopération « Edition »

Il est convenu que 2007 verrait la création d'une Newsletter électronique commune aux Routes du Comté et à la Route touristique des Vins du Jura mettant en valeur les itinéraires gastronomiques comtois (25 000 abonnés mail).

1.I. Coopération « Marketing »

Il est convenu que le CRT offre aux Routes du Comté la possibilité d'utiliser tout ou partie de son fichier d'adresses postales en cas de besoin formulé par les Routes du Comté (200 000 adresses en France et en Europe).

2. Avec Montagnes du Jura

Bien que le plan de communication Montagnes du Jura pour la période post-2006 ne soit pas encore connu à ce jour (appel d'offre pas encore lancé), il est raisonnable de penser que les grandes lignes de l'action engagée en 2003 soient reconduites : Campagnes Web ; opération micro-marchés et relations-presse. Aussi, il est pertinent de garder les mêmes bases de contribution financière qu'en 2006.

3. Avec le CDT Ain

Les opportunités de coopération potentielles entre les Routes du Comté et le CDT Ain reposent sur 4 axes :



3.A. Coopération « Information »

En tout premier lieu, il apparaît aujourd'hui que les échanges d'informations entre le CDT Ain et les Routes du Comté, bien qu'existants, sont encore perfectibles.

Ainsi, afin de mieux faire circuler l'information entre chacun des partenaires, il est souhaité que les Routes du Comté soient destinataires des informations produites par le CDT Ain (manifestations, événements, communiqués et dossiers de presse...) au même titre que n'importe quel autre média (l'inverse est déjà vrai aujourd'hui).

3.B. Coopération « Promotion »

Comme c'est déjà le cas depuis quelques années, le CDT Ain doit pouvoir continuer d'avoir recours régulièrement aux Routes du Comté et aux intervenants Amis du Comté à l'occasion de Salons touristiques ou tout autre opération de promotion grand public.

3.C. Coopération « Relations Presse »

A l'instar des coopérations « Promotion », il serait pertinent que le service de presse du CDT Ain sollicite aussi souvent que possible les Routes du Comté dans le cadre des accueils presse qu'il réalise, ce qui, en échange d'une valorisation de l'image des Routes du Comté et des sites fromagers de l'Ain auprès des médias accueillis, permettrait d'améliorer encore un peu les conditions d'accueil (déjà excellentes) de ces médias (aide à l'encadrement des journalistes et au choix des visites, prise en charge de repas, petits cadeaux Comté...).

3.D. Coopération « Eductours »

A l'instar des coopérations « Presse », il serait pertinent que le service commercial du CDT Ain (Loisirs Accueil Ain) sollicite aussi souvent que possible les Routes du Comté dans le cadre des éductours de voyageurs qu'il réalise, ce qui, en échange d'une valorisation de l'image des Routes du Comté et des sites fromagers de l'Ain auprès des professionnels accueillis, permettrait d'améliorer encore un peu les conditions d'accueil (déjà excellentes) de ces réceptifs (aide à l'encadrement des invités et au choix des visites, prise en charge de repas, petits cadeaux Comté...).

4. Avec le CDT Doubs

Les opportunités de coopération potentielles entre les Routes du Comté et le CDT Doubs reposent sur 6 axes :

4.A. Coopération « Information »

En tout premier lieu, il apparaît aujourd'hui que les échanges d'informations entre le CDT Doubs et les Routes du Comté, bien qu'existants, sont encore perfectibles.

Ainsi, afin de mieux faire circuler l'information entre chacun des partenaires, il est souhaité que les Routes du Comté soient destinataires des informations produites par le CDT Doubs (manifestations, événements, communiqués et dossiers de presse...) au même titre que n'importe quel autre média (l'inverse est déjà vrai aujourd'hui).

4.B. Coopération « Promotion »

Comme c'est déjà le cas depuis quelques années, le CDT Doubs doit pouvoir continuer d'avoir recours régulièrement aux Routes du Comté et aux intervenants Amis du Comté à l'occasion de Salons touristiques ou tout autre opération de promotion grand public.

A l'inverse, il est souhaité également que les Amis du Comté ou le GAG sollicitent le service Promotion du CDT Doubs à chaque fois qu'une intervention dans un salon autre que touristique est programmée, ce afin d'assurer une promotion supplémentaire du territoire.



4.C. Coopération « Relations Presse »

A l'instar des coopérations « Promotion », il serait pertinent que le service de presse du CDT Doubs sollicite aussi souvent que possible les Routes du Comté dans le cadre des accueils presse qu'il réalise, ce qui, en échange d'une valorisation de l'image des Routes du Comté et des sites fromagers du Doubs auprès des médias accueillis, permettrait d'améliorer encore un peu les conditions d'accueil (déjà excellentes) de ces médias (aide à l'encadrement des journalistes et au choix des visites, prise en charge de repas, petits cadeaux Comté...).

4.D. Coopération « Eductours »

A l'instar des coopérations « Presse », il serait pertinent que le service commercial du CDT Doubs (Loisirs Accueil Doubs) sollicite aussi souvent que possible les Routes du Comté dans le cadre des éductours de voyageurs qu'il réalise, ce qui, en échange d'une valorisation de l'image des Routes du Comté et des sites fromagers du Doubs auprès des professionnels accueillis, permettrait d'améliorer encore un peu les conditions d'accueil (déjà excellentes) de ces réceptifs (aide à l'encadrement des invités et au choix des visites, prise en charge de repas, petits cadeaux Comté...).

4.E. Coopération « Commercialisation des séjours »

Il est évident que les Routes du Comté doivent être un levier supplémentaire pour favoriser la commercialisation des séjours thématiques créés par Loisirs Accueil Doubs.

En premier lieu, ce levier s'actionnera bien entendu de manière basique par la présence de ces séjours dans l'offre touristique des Routes du Comté et dans les éditions qui la valoriseront (Internet, guide annuel, documents presse, newsletters, mailings...)

Mais par ailleurs, ce levier pourra s'actionner de manière plus ponctuelle en s'associant à diverses opérations promotionnelles mises en place par Loisirs Accueil Doubs pour la commercialisation de séjours ou d'hébergements « hors saison ».

Par exemple : Pour les clients qui réservent un hébergement ou un séjour thématique entre le 15 mars et le 30 avril :

- 1 bon pour 250 gr de Comté à acheter à la fromagerie locale (bon à faire tamponner pour remboursement par les Routes du Comté).
- 1 bon pour « 1 visite gratuite pour 1 achetée » à la Maison du Comté de Poligny.
- Inclure le guide des Routes du Comté dans chaque confirmation de contrat et prise en charge par les Routes du Comté du surcoût postal généré.

Ou également organiser des jeux-concours avec des séjours thématiques pris en charge par les Routes du Comté et des kilos de Comtés à gagner.

Il va de soi qu'en cas de pareille opération, les Routes du Comté mettraient à profit leur fichier client dans sa totalité.

4.F. Coopération « Eductours OTSI et professionnels départementaux du tourisme »

Enfin, il apparaît également essentiel que les Routes du Comté et les Amis du Comté s'associent au CDT Doubs lorsque celui-ci rencontre les personnels des OTSI du Doubs et les professionnels départementaux du tourisme afin de mieux faire connaître le réseau et ses composantes, mais aussi « l'univers du Comté » et les différentes manières de le valoriser auprès des visiteurs.

5. Avec le CDT Jura



Les opportunités de coopération potentielles entre les Routes du Comté et le CDT Jura reposent sur 7 axes :

5.A. Coopération « Information »

En tout premier lieu, il apparaît aujourd'hui que les échanges d'informations entre le CDT Jura et les Routes du Comté, bien qu'existants, sont encore perfectibles.

Ainsi, afin de mieux faire circuler l'information entre chacun des partenaires, il est souhaité que les Routes du Comté soient destinataires des informations produites par le CDT Jura (manifestations, événements, communiqués et dossiers de presse...) au même titre que n'importe quel autre média (l'inverse est déjà vrai aujourd'hui).

5.B. Coopération « Promotion »

Comme c'est déjà le cas depuis quelques années, le CDT Jura doit pouvoir continuer d'avoir recours régulièrement aux Routes du Comté et aux intervenants Amis du Comté à l'occasion de Salons touristiques ou tout autre opération de promotion grand public.

5.C. Coopération « Relations Presse »

A l'instar des coopérations « Promotion », il serait pertinent que le service de presse du CDT Jura sollicite aussi souvent que possible les Routes du Comté dans le cadre des accueils presse qu'il réalise, ce qui, en échange d'une valorisation de l'image des Routes du Comté et des sites fromagers du Jura auprès des médias accueillis, permettrait d'améliorer encore un peu les conditions d'accueil (déjà excellentes) de ces médias (aide à l'encadrement des journalistes et au choix des visites, prise en charge de repas, petits cadeaux Comté...).

5.D. Coopération « Eductours »

A l'instar des coopérations « Presse », il serait pertinent que le service commercial du CDT Jura (Loisirs Accueil Jura) sollicite aussi souvent que possible les Routes du Comté dans le cadre des éductours de voyageurs qu'il réalise, ce qui, en échange d'une valorisation de l'image des Routes du Comté et des sites fromagers du Jura auprès des professionnels accueillis, permettrait d'améliorer encore un peu les conditions d'accueil (déjà excellentes) de ces réceptifs (aide à l'encadrement des invités et au choix des visites, prise en charge de repas, petits cadeaux Comté...).

5.E. Coopération « Commercialisation des séjours »

Il est évident que les Routes du Comté doivent être un levier supplémentaire pour favoriser la commercialisation des séjours thématiques créés par Loisirs Accueil Jura.

En premier lieu, ce levier s'actionnera bien entendu de manière basique par la présence de ces séjours dans l'offre touristique des Routes du Comté et dans les éditions qui la valoriseront (Internet, guide annuel, documents presse, newsletters, mailings...)

Mais par ailleurs, ce levier pourra s'actionner de manière plus ponctuelle en s'associant à diverses opérations promotionnelles mises en place par Loisirs Accueil Jura pour la commercialisation de séjours ou d'hébergements « hors saison ».

Par exemple : Pour les clients qui réservent un hébergement ou un séjour thématique entre le 15 mars et le 30 avril :

- 1 bon pour 250 gr de Comté à acheter à la fromagerie locale (bon à faire tamponner pour remboursement par les Routes du Comté).
- 1 bon pour « 1 visite gratuite pour 1 achetée » à la Maison du Comté de Poligny.
- Inclure le guide des Routes du Comté dans chaque confirmation de contrat et prise en charge par les Routes du Comté du surcoût postal généré.

Ou également organiser des jeux-concours avec des séjours thématiques pris en charge par les Routes du Comté et des kilos de Comtés à gagner.

Il va de soi qu'en cas de pareille opération, les Routes du Comté mettraient à profit leur fichier client dans sa totalité.



5.F. Coopération « Eductours OTSI et professionnels départementaux du tourisme »

Enfin, il apparaît également essentiel que les Routes du Comté et les Amis du Comté s'associent au CDT Jura lorsque celui-ci rencontre les personnels des OTSI du Jura et les professionnels départementaux du tourisme afin de mieux faire connaître le réseau et ses composantes, mais aussi « l'univers du Comté » et les différentes manières de le valoriser auprès des visiteurs.

Il est d'ores et déjà proposé que le thème 2007 retenu pour les rencontres avec les OTSI en mai et juin soit « Connaissance des Vins du Jura et du Comté ».

5.G. Autres voies de coopération dépassant le seul cadre des Routes du Comté

Du côté du Conseil général du Jura, il apparaît qu'au delà des Routes du Comté seules, le Comté peut jouer un rôle légitime et non négligeable dans 4 autres voies de coopération :

- Participer au lancement en 2007 du tronçon jurassien de la Véloroute Nantes-Budapest.
- Contribuer à l'aménagement de deux ronds-points d'accueil aux sorties d'autoroute de Sellières et Bersaillin.
- Introduire un module « Connaissance des Vins du Jura et du Comté » dans les conventions de financements d'aide à la création d'hébergements touristiques que le Conseil général du Jura signe avec les porteurs de projets.
- Collaborer avec le SRD 39 (service des routes départementales du Jura) pour le développement de la nouvelle signalisation d'intérêt local (SIL), et les inciter à mentionner Les Routes du Comté ou le Comté dans cette signalisation.

6. Avec le CIVJ (Comité Interprofessionnel des Vins du Jura) et la Route touristique des Vins du Jura

Les opportunités de coopération potentielles entre les Routes du Comté et le CIVJ reposent sur 6 axes :

6.A. Coopération « Information »

En tout premier lieu, il apparaît aujourd'hui que les échanges d'informations entre le CIVJ et les Routes du Comté, bien qu'existants, sont encore perfectibles.

Ainsi, afin de mieux faire circuler l'information entre chacun des partenaires, il est souhaité que les Routes du Comté soient destinataires des informations produites par le CIVJ (manifestations, événements, communiqués et dossiers de presse...) au même titre que n'importe quel autre média (l'inverse vient d'être mise en place du côté des Routes du Comté).

Par ailleurs, il a été convenu dès 2006 que le CIVJ intègre le Comité de pilotage des Routes du Comté, et à l'inverse que le CIGC intègre celui de la Route touristique des Vins du Jura.

Enfin, il a été également convenu dès 2006 que les outils de communication édités par la Route touristique des Vins du Jura (guide pratique et carte touristique) intègrent les fromageries Routes du Comté à partir des informations fournies par les Routes du Comté.

6.B. Coopération « Edition »

Il a été convenu dès 2006 que 2007 verrait la création d'une édition commune aux Routes du Comté et à la Route touristique des Vins du Jura mettant en valeur les itinéraires gastronomiques comtois.

Compte-tenu des divers besoins de chacune des parties, il a été décidé que cette édition prendrait chaque année la forme d'un dépliant promotionnel 2 volets qui serait encarté au printemps dans divers supports de presse écrite, tels que Saveurs, Détours en France, Balades gourmandes, Régals, Maison Côté Est...



Le tirage total et les supports retenus restent encore à déterminer avec précision.

6.C. Coopération « Evénements »

La Route touristique des Vins du Jura ayant aussi pour mission d'organiser quelques événements annuels (le « Pique Nique Vigneron » notamment), il serait pertinent que les Routes du Comté y soient associées et contribuent à leur succès sous la forme d'un apport de fichiers de clients et de prise en charge de mailings promotionnels (comme cela a été fait en 2006), par exemple.

6.D. Coopération « Diffusion de documentations »

Il a été convenu dès 2006 de procéder à la diffusion en commun de nos éditions respectives auprès des acteurs régionaux du tourisme, en mutualisant le plus souvent possible les livraisons et les expéditions. Cela doit bien se poursuivre et s'amplifier en 2007 et après.

D'autre part, comme c'est déjà le cas aujourd'hui, il est souhaitable de part et d'autre de poursuivre la diffusion sur le site Internet des Routes du Comté de la documentation gratuite éditée par CIVJ.

La réciprocité (pouvoir commander le guide des Routes du Comté sur le site de la Route touristique des Vins du Jura) serait la bienvenue en 2007...

6.E. Coopération « Eductours OTSI »

Il apparaît également essentiel que les Routes du Comté et les Amis du Comté s'associent au CIVJ lorsque celui-ci rencontre les personnels des 8 OTSI situés sur son territoire, afin de mieux faire connaître le réseau et ses composantes, mais aussi « l'univers du Comté » et les différentes manières de le valoriser auprès des visiteurs.

Il est ainsi d'ores et déjà proposé que ces rencontres avec les OTSI soient placées dès 2007 sous le thème « Connaissance des Vins du Jura et du Comté ».

6.F. Coopération « Relations Presse »

Sont envisagés pour 2007 la publication de communiqués de presse communs Routes du Comté / Route touristique des Vins du Jura, et sans doute l'organisation d'un voyage de presse « associé ».

7. Avec l'Institut franc-comtois des Vins et du Goût

Les opportunités de coopération potentielles entre les Routes du Comté et l'Institut reposent sur 4 axes :

7.A. Coopération « Information »

En tout premier lieu, il apparaît aujourd'hui que les échanges d'informations entre l'Institut et les Routes du Comté, bien qu'existants, sont encore perfectibles.

Ainsi, afin de mieux faire circuler l'information entre chacun des partenaires, il est souhaité que les Routes du Comté soient destinataires des informations produites par l'Institut (manifestations, événements, communiqués et dossiers de presse...) au même titre que n'importe quel autre média (l'inverse vient d'être mise en place du côté des Routes du Comté).

7.B. Coopération « Séjours »



Sous l'impulsion des Routes du Comté, l'Institut a créé en 2006, pour le séjour « Rencontre sensorielles au Pays du Comté » commercialisé par l'hôtel-restaurant le Bois Dormant, un module de 3h00 pour GROUPES de "Découverte des goûts comtois" une intervention d'un Ami du Comté et la formule découverte des 7 vins du Jura (Lieu : Salle de dégustation de Château Pécauld).

Par ailleurs, un projet d'un séjour 3 jours / 2 nuits sur le thème « Paysages de terroirs » à la découverte des paysages du vignoble et du Comté, avec sorties sur le terrain autour de Château-Chalon, dans le Haut-Doubs (Mouthe) et à la Maison du Comté, est en cours de création à l'Institut. Il est évident que les Routes du Comté s'associeront dès sa disponibilité à la promotion d'un tel séjour.

7.C. Coopération « Evénements »

L'Institut ayant aussi pour mission d'organiser le Goutatou, il serait pertinent que les Routes du Comté y soient associées et contribuent à son succès sous la forme d'un apport de fichiers de clients et de prise en charge de mailings promotionnels, par exemple.

7.D. Autres voies de coopération dépassant le seul cadre des Routes du Comté

Il semble que la collaboration de l'Institut soit souhaitable aux côtés du CIGC dans le cas d'opérations de promotion diverses : Challenge du Comté 2007 (participation au jury), Semaine du Goût, opération vers les crémiers de France, accueils presse...

8. Avec le réseau Bienvenue à la Ferme Doubs/Jura

Les opportunités de coopération potentielles entre les Routes du Comté et le réseau Bienvenue à la Ferme Doubs/Jura reposent sur 3 axes :

8.A. Coopération « Information »

En tout premier lieu, il apparaît aujourd'hui que les échanges d'informations entre le réseau Bienvenue à la Ferme Doubs/Jura et les Routes du Comté, bien qu'existants, sont encore perfectibles.

Ainsi, afin de mieux faire circuler l'information entre chacun des partenaires, il est souhaité que les Routes du Comté soient destinataires des informations produites par le réseau Bienvenue à la Ferme Doubs/Jura (manifestations, événements, communiqués et dossiers de presse...) au même titre que n'importe quel autre média (l'inverse vient d'être mise en place du côté des Routes du Comté).

Par ailleurs, la base de données des Routes du Comté intègre la totalité des membres du réseau Bienvenue à la Ferme Doubs/Jura, et doit continuer de l'intégrer dans l'avenir. Pour optimiser la mise à jour de ces informations, une rencontre annuelle est à programmer entre animateurs.

Enfin, il serait pertinent de mettre en relief les fermes de découverte labellisée « Bienvenue à la Ferme » par rapport aux autres fermes dans la base de données des Routes du Comté, afin qu'ils soient plus facilement repérables dans les outils de communication Routes du Comté (guide annuel et site Internet notamment).

8.B. Coopération « Commercialisation des séjours »

Il est évident que les Routes du Comté doivent être un levier supplémentaire pour favoriser la commercialisation des hébergements à la ferme ou les séjours thématiques créés par les membres du réseau Bienvenue à la Ferme Doubs/Jura.

En premier lieu, ce levier s'actionnera bien entendu de manière basique par la présence de ces séjours dans l'offre touristique des Routes du Comté et dans les éditions qui la valoriseront (Internet, guide annuel, documents presse, newsletters, mailings...)

Mais par ailleurs, ce levier pourra s'actionner de manière plus ponctuelle en s'associant à diverses opérations promotionnelles mises en place par le réseau Bienvenue à la Ferme Doubs/Jura pour la commercialisation de séjours ou d'hébergements « hors saison ».



Par exemple : Pour les clients qui réservent un hébergement ou un séjour thématique entre le 15 mars et le 30 avril ou entre le 1^{er} octobre et le 15 décembre :

- 1 bon pour 250 gr de Comté à acheter à la fruitière locale (bon à faire tamponner pour remboursement par les Routes du Comté).
- 1 bon pour « 1 visite gratuite pour 1 achetée » à la Maison du Comté de Poligny.
- Inclure le guide des Routes du Comté dans chaque confirmation de contrat et prise en charge par les Routes du Comté du surcoût postal généré.

Ou également organiser des jeux-concours avec des séjours thématiques prise en charge par les Routes du Comté et des kilos de Comtés à gagner.

Il va de soi qu'en cas de pareille opération, les Routes du Comté mettraient à profit leur fichier client dans sa totalité.

8.C. Coopération « Diffusion de documentations »

Comme cela a déjà été le cas dans les années passées, il est souhaitable de part et d'autre de reprendre la diffusion sur le site Internet des Routes du Comté de la documentation gratuite éditée par le réseau Bienvenue à la Ferme Doubs/Jura.

9. Avec le réseau Accueil Paysan Doubs/Jura

Les opportunités de coopération potentielles entre les Routes du Comté et le réseau Accueil Paysan Doubs/Jura reposent sur 2 axes :

9.A. Coopération « Information »

En tout premier lieu, il apparaît aujourd'hui que les échanges d'informations entre le réseau Accueil Paysan Doubs/Jura et les Routes du Comté, bien qu'existants, sont encore perfectibles.

Ainsi, afin de mieux faire circuler l'information entre chacun des partenaires, il est souhaité que les Routes du Comté soient destinataires des informations produites par le réseau Accueil Paysan Doubs/Jura (manifestations, événements, communiqués et dossiers de presse...) au même titre que n'importe quel autre média (l'inverse vient d'être mise en place du côté des Routes du Comté).

Par ailleurs, la base de données des Routes du Comté intègre la totalité des membres du réseau Accueil Paysan Doubs/Jura, et doit continuer de l'intégrer dans l'avenir. Pour optimiser la mise à jour de ces informations, une rencontre annuelle est à programmer entre animateurs.

Enfin, il serait pertinent de mettre en relief les fermes de découverte labellisée « Accueil Paysan » par rapport aux autres fermes dans la base de données des Routes du Comté, afin qu'ils soient plus facilement repérables dans les outils de communication Routes du Comté (guide annuel et site Internet notamment).

9.B. Coopération « Diffusion de documentations »

Comme cela sera le cas avec le réseau Bienvenue à la Ferme Doubs/Jura, il est souhaitable de part et d'autre de reprendre la diffusion sur le site Internet des Routes du Comté de la documentation gratuite éditée par le réseau Accueil Paysan Doubs/Jura.

10. Avec les GTJ (Grandes Traversées du Jura)



Les opportunités de coopération potentielles entre les Routes du Comté et les GTJ reposent sur 2 axes :

10.A. Coopération « Information »

En tout premier lieu, il apparaît aujourd'hui que les échanges d'informations entre les GTJ et les Routes du Comté, bien qu'existants, sont encore perfectibles.

Ainsi, afin de mieux faire circuler l'information entre chacun des partenaires, il est souhaité que les Routes du Comté soient destinataires des informations produites par les GTJ (manifestations, événements, communiqués et dossiers de presse...) au même titre que n'importe quel autre média (l'inverse vient d'être mise en place du côté des Routes du Comté).

Par ailleurs, la base de données des Routes du Comté intègre la totalité des hébergements membres du réseau GTJ, et doit continuer de l'intégrer dans l'avenir. Simplement, une méthode simple de mise à jour annuelle des informations sur ces hébergements reste encore à mettre au point.

Enfin, certains hébergements du réseau GTJ sont labellisés « Rando Accueil ». Ces hébergements garantissant des niveaux supérieurs de qualité, il serait pertinent de les mettre également en relief dans la base de données des Routes du Comté, afin qu'ils soient plus facilement repérables dans les outils de communication Routes du Comté (site Internet notamment).

10.B. Coopération « Diffusion de documentations »

Comme c'est déjà le cas aujourd'hui, il est souhaitable de part et d'autre de poursuivre la diffusion sur le site Internet des Routes du Comté de la documentation gratuite éditée par les GTJ.

11. Avec le PNRHJ (Parc Naturel Régional du Haut-Jura)

Les opportunités de coopération potentielles entre les Routes du Comté et le PNRHJ reposent sur 2 axes :

11.A. Coopération « Information »

En tout premier lieu, il apparaît aujourd'hui que les échanges d'informations entre le PNRHJ et les Routes du Comté, bien qu'existants, sont encore perfectibles.

Ainsi, afin de mieux faire circuler l'information entre chacun des partenaires, il est souhaité que les Routes du Comté soient destinataires des informations produites par le PNRHJ (manifestations, événements, communiqués et dossiers de presse...) au même titre que n'importe quel autre média (l'inverse est déjà partiellement vrai aujourd'hui).

11.B. Coopération « Eductours OTSI et Accompagnateurs en montagne »

Il apparaît également essentiel que les Routes du Comté et les Amis du Comté s'associent au PNRHJ lorsque celui-ci rencontre les personnels des OTSI de son territoire et les Accompagnateurs en montagne, afin de mieux faire connaître le réseau et ses composantes, mais aussi « l'univers du Comté » et les différentes manières de le valoriser auprès des visiteurs.

12 Avec la FDCL Ain (Fédération des coopératives laitières)



Les opportunités de coopération potentielles entre les Routes du Comté et la FDCL Ain reposent sur 2 axes :

12.A. Coopération « Information »

En tout premier lieu, il apparaît aujourd'hui que les échanges d'informations entre la FDCL Ain et les Routes du Comté, bien qu'existants, sont encore perfectibles.

Ainsi, afin de mieux faire circuler l'information entre chacun des partenaires, il est souhaité que les Routes du Comté soient destinataires des informations produites par la FDCL Ain (manifestations, événements, communiqués et dossiers de presse...) au même titre que n'importe quel autre média (l'inverse vient d'être mise en place du côté des Routes du Comté).

12.B. Coopération « Formation »

Il apparaît également essentiel que les Routes du Comté et les Amis du Comté s'associent à la FDCL Ain lorsque celle-ci rencontre les personnels des fruitières de l'Ain lors de sessions de formation, afin de mieux faire connaître le réseau et ses composantes, et les différentes manières de le valoriser auprès de leurs clients.

13. Avec les FDCL Doubs/Jura (Fédération des coopératives laitières)

Les opportunités de coopération potentielles entre les Routes du Comté et les FDCL Doubs/Jura reposent sur 3 axes :

13.A. Coopération « Information »

En tout premier lieu, il apparaît aujourd'hui que les échanges d'informations entre les FDCL Doubs/Jura et les Routes du Comté, bien qu'existants, sont encore perfectibles.

Ainsi, afin de mieux faire circuler l'information entre chacun des partenaires, il est souhaité que les Routes du Comté soient destinataires des informations produites par les FDCL Doubs/Jura (manifestations, événements, communiqués et dossiers de presse...) au même titre que n'importe quel autre média (l'inverse vient d'être mise en place du côté des Routes du Comté).

13.B. Coopération « Formation »

Il apparaît également essentiel que les Routes du Comté et les Amis du Comté s'associent aux FDCL Doubs/Jura lorsque celles-ci rencontrent les personnels des fruitières du Doubs et du Jura lors de sessions de formation, afin de mieux faire connaître le réseau et ses composantes, et les différentes manières de le valoriser auprès de leurs clients.

13.C. Coopération « Evénements »

A l'instar de ce qui existe déjà dans l'Ain, il pourrait être envisagé de créer un événement mensuel sur le thème « Un dimanche à la fruitière », journée au cours de laquelle les producteurs motivés d'une fruitière (une seule à la fois par mois) ouvriraient au public leurs fermes, leur atelier, leurs caves et leur magasin.

Les Routes du Comté s'associeraient à l'événement en assurant la promotion et la communication de chaque « dimanche à la fruitière ».