

SPÉCIAL TOURISME



Le tourisme D'APRÈS

TEXTES DU DOSSIER : MILTINE GUINET

En France, comme dans le monde entier, la crise sanitaire a eu un impact considérable sur l'activité touristique. L'Organisation mondiale du tourisme a estimé les pertes du secteur à 1.300 milliards de dollars en 2020 soit « plus de 11 fois la perte enregistrée pendant la crise économique mondiale de 2009 ». Si en temps normal la France fait figure de première destination touristique mondiale en accueillant plus de 90 millions de touristes par an, elle a particulièrement été

touchée. Plombée par l'absence des touristes étrangers qui représentent généralement la majorité des recettes générées par le secteur, la France a subi une perte de 61 milliards d'euros rien que pour l'année 2020, selon Atout France. Particulièrement meurtri, le secteur du tourisme représentait, avant la pandémie, 8 % du PIB soit, près de 56,2 milliards d'euros de chiffre d'affaires et deux millions d'emplois d'après l'agence de développement touristique de la destination France.

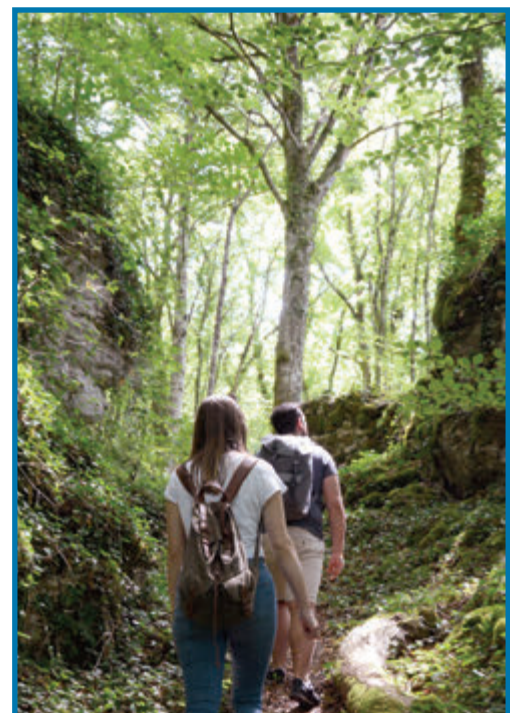
La levée progressive des restrictions sanitaires (réouverture des terrasses, cinémas, magasins dits « non-essentiels » et salles de sport le 19 mai ; réouverture des salles de restaurants le 9 juin ; fin de l'obligation du port du masque en extérieur le 17 juin, fin du couvre-feu le 20 juin et enfin, l'annonce de la réouverture des établissements de nuit pour le 9 juillet) laisse entrevoir une embellie pour le tourisme notamment alimentée par le fort désir d'évasion des Français après plusieurs confinements successifs et une météo printanière très capricieuse. Le baromètre annuel des vacances par Europ Assistance, spécialiste de l'assistance aux voyageurs, révèle que 67 % des Français ont l'intention de partir en vacances cet été, soit seulement deux points de moins qu'en 2019... Ce baromètre indique également que la France serait la destination choisie par 54 % des sondés.

DES VACANCES TOUJOURS EN BLEU, BLANC, ROUGE

Lors de sa visite dans le Lot début juin, le président Emmanuel Macron a par

ailleurs lancé un appel aux Français : « cet été, les vacances, c'est en France ! ». Pour rappel, lors de l'été 2020, 94 % des Français étant partis en vacances sont restés dans le pays. Malgré cela le budget moyen consacré aux vacances par les Français est en baisse de 26 % soit un total de 1.627 euros. « Les personnes interrogées sont par ailleurs 37 % à avoir indiqué privilégier la famille et les amis pour l'hébergement contre 35 % pour les locations saisonnières et 25 % pour l'hôtel », détaille Europ Assistance.

Pour que vacances en France rime avec dépaysement, les acteurs du tourisme sont prêts à tout. À commencer par proposer des offres en lien avec les nouvelles attentes des touristes qui ont émergées avec la crise sanitaire. L'appel de la nature, le besoin de grands espaces, la sécurité sanitaire, la flexibilité sont effectivement les nouvelles priorités des consommateurs. « On observe en effet que les touristes sont vigilants sur les mesures sanitaires mises en place, ils veulent aussi être sûrs de pouvoir annuler à la dernière minute sans devoir payer de pénalités. Les réservations, cette année encore, se font majoritairement au dernier moment. 70 % des touristes réservent de cette manière », informe Sophie Ollier-Daumas, directrice de Bourgogne Franche-Comté Tourisme. ●●●



●●● Lors des dernières vacances scolaires au printemps, la plateforme de location Airbnb a fait un autre constat : « *les lieux moins peuplés et situés hors des villes sont les plus en vogue* ». Les grandes villes, réputées pour densifier la foule, attirent moins. Une aubaine pour la région Bourgogne Franche-Comté qui cumule les atouts. « *Notre rôle est de mettre en avant les richesses du territoire afin de faire de la région une destination à part entière* », présente Sladana Zivkovic, adjointe au maire de Dijon, vice-présidente de Dijon Métropole, déléguée aux relations internationales, au tourisme et aux congrès, présidente de l'Office de tourisme de Dijon métropole.

CAP SUR LE LOCAL

Comme l'été 2020, la clientèle de cette année sera encore majoritairement locale : « *nous poursuivons notre travail qui consiste à attirer les clients de proximité qui ont plus de facilités à venir compte tenu du contexte sanitaire et qui peuvent visiter un lieu à la journée* », précise Isabelle Corond-peintre, directrice de Côte-d'Or Tourisme. Le tourisme de proximité va également être l'axe stratégique fort de l'Office de tourisme dijonnais cet été : « *sur le nombre de demandes au comptoir on observe déjà une majorité de visiteurs issus de la grande région (39 %). La clientèle nationale est également très importante puisque 19 % des visiteurs viennent d'Île-de-France* ». Une campagne d'affichage ciblant principalement les Dijonnais ou encore les touristes situés à moins de trois heures de Dijon ainsi que Allemands, Belges, Suisses et Néerlandais vient d'être lancée. Des paysages emblématiques de la ville dont le lac Kir, la place de la Libération s'apparentant à des destinations touristiques phares comme le Canada, la Floride, Osaka ou encore Washington arborent le slogan « *Zappez la Floride, osez Dijon* ». Un ton décalé pour « *attiser la curiosité* » selon Sladana Zivkovic. « *Avec la crise sanitaire, de nombreux territoires se retrouvent sur le même terrain concurrentiel, à savoir le tourisme régional et européen. On a pris le parti du décalage* ». Déclinée sur plusieurs thématiques (patrimoine culturel, tourisme de plein air, tourisme urbain...) et traduite en trois langues (anglais, allemand et néerlandais) la campagne est visible depuis le début du mois de juin dans les gares parisiennes, lyonnaises et celle de Strasbourg ainsi que sur les réseaux sociaux. « *Nous avons des atouts que nulle autre ville de cette région n'a. Dijon, est une capitale régionale historique, architecturale, une ville d'art et d'histoire, portée sur la gastronomie et le vin. Il est essentiel de la mettre en avant* », motive François Rebsamen, maire de Dijon et président

de Dijon métropole.

LE TOURISME EXPÉRIENTIEL COMME OUTIL DE MARKETING TERRITORIAL

À l'heure où la course à l'attractivité est de plus en plus rude entre les territoires, proposer aux touristes de vivre une expérience unique apparaît comme la solution idéale. Le tourisme expérientiel qui cherche à créer un univers en mobilisant les cinq sens des visiteurs permet une approche sur-mesure. En étant actifs, les touristes sont ainsi plus réceptifs et plus enclins à partager ensuite leurs souvenirs dans leur cercle de proches. « *Les touristes sont de plus en plus demandeurs d'ateliers, ils veulent vivre une expérience* », confirme Sladana Zivkovic. C'est la raison pour laquelle de nombreux ateliers sont proposés cet été. À commencer par l'atelier street-art : « *depuis quelques années on assiste à un renouveau de l'art urbain à Dijon. Cet atelier invite les participants à parcourir la ville à la découverte de ces œuvres cachées* ». À l'issue de la déambulation, un moment de création en présence du collectif dijonnais Art Go ! est également prévu. Jusqu'au mois d'octobre, l'Office de tourisme de Dijon a mis en place un atelier biéologie qui présente notamment une variété de bières produites sur Dijon et sa métropole. « *À la fois ludique, sensoriel, pédagogique et convivial, cet atelier s'adresse aussi bien aux amateurs avertis qu'aux néophytes poussés par la curiosité* », explique Sladana Zivkovic. Pour 25 euros, le touriste de passage à Dijon cet été pourra aussi déguster des vins de qualité et jouir des conseils d'un œnologue reconnu et certifié sur la terrasse de la Tour Philippe le Bon qui domine la place de la Libération. Pour une immersion totale, un autre atelier proposera de fabriquer sa propre moutarde. Organisé en partenariat avec la dernière grande moutarderie familiale bourguignonne née en 1840, la Moutarderie Edmond Fallot, cet atelier révélera tous les secrets de fabrication du condiment consommé dans plus de 65 pays au monde. Pour les plus fins palais, un atelier autour des secrets de la truffe avec une présentation du travail de cavage avec les chiens de la Maison aux Mille truffes est également programmé. Une dégustation de produits à la truffe est comprise dans l'atelier avec, une option incluant un déjeuner entièrement à la truffe pour une soixantaine d'euros. Enfin, les besoins de fraîcheur seront assouvis par un atelier de mixologie, ●●●



DENIS PHOTOGRAPHY

« **Les touristes sont de plus en plus demandeurs d'ateliers, ils veulent vivre une expérience.** »

Sladana Zivkovic, présidente de l'Office de tourisme de Dijon métropole.



OFFICE DE TOURISME DE DIJON MÉTROPOLE



OFFICE DE TOURISME DE DIJON MÉTROPOLE



OFFICE DE TOURISME DE DIJON MÉTROPOLE



PARC NATIONAL DE FORÊTS

●●● plus communément appelée l'art du cocktail. Comment réaliser un savoureux breuvage ? Avec quelles techniques, quel matériel ? Comment associer les saveurs ? Guidés par un bartender-mixologue, les participants vont, au cours d'une heure d'atelier, élaborer un élixir aux particularités locales avant de le déguster. Enfin, pour les plus jeunes, le duc Philippe Le Bon propose durant tout l'été une visite guidée dans le cœur de ville pour une immersion dans le Dijon du XV^e siècle.

L'APPEL DE LA NATURE

Après des confinements successifs et des restrictions de déplacement ayant sérieusement pesé sur le moral des Français, l'appel de la nature est plus fort que jamais. Pour répondre à ce besoin, la région regorge à encore de bons plans. À commencer par le Parc national de forêts entre Champagne et Bourgogne. Créé en 2019 après plus d'une décennie de travaux, le parc qui a l'ambition de préserver l'espace naturel ainsi que la biodiversité de la forêt, de la plaine a été lancé en 2020. De nombreuses activités dont une balade à dos d'âne, des initiations à la sylvothérapie (concept de

Plus dynamique, le Golf de Besançon et ses 200 hectares de verdure offrent un dépaysement total à deux pas de la ville. Harmonieusement dessiné à la fin des années 1960 le parcours de 18 trous est accessible à tous quel que soit son niveau de jeu. Samantha Perez, nouvelle directrice du domaine depuis février 2020, compte bien insister pour « faire tomber les clichés sur le golf. C'est la raison pour laquelle nous avons lancé des initiations gratuites encadrées par un enseignant diplômé avec le matériel fourni ». Le rendez-vous est donné un dimanche par mois jusqu'à l'automne (29 août, 19 septembre et 10 octobre, inscription par mail accueil@golfbesancon.com). « Nous mettons également un point d'honneur à accueillir des groupes de scolaires pour des initiations. On se dit que la pratique d'un sport à l'école peut aider à déconstruire certains préjugés », précise-t-elle. Pour les plus gourmands, la terrasse du restaurant offre une vue imprenable sur le green. Des événements festifs y auront lieu tout l'été notamment à l'occasion du 14 juillet avec un dîner de gala suivi d'un feu d'artifice.

LA MODE DU VOYAGE SOLO

Le besoin d'espace sera également assouvi par les modes de transports et de voyages solitaires comme les bateaux de plaisance sans permis qu'on peut louer notamment grâce à la société Les Canalous, née au bord du Canal de Bourgogne. « La France a le plus grand réseau navigable d'Europe », rappelle Voies navigables de France. En région, les canaux de Bourgogne, du Nivernais, du Centre, de Roanne à Digoin, du canal Latéral à la Loire, de Briare et du Loing, et les rivières navigables de la Seille et de l'Yonne, soit 1.200 kilomètres de voies d'eau sont exploités par VNF Centre-Bourgogne qui mise sur une clientèle essentiellement locale depuis le début de la pan-



GOLF DE BESANCON

« En BFC, la plaisance permet de générer 74 millions d'euros de retombées économiques. »

Source : VNF

développement personnel et de bien-être basé sur les bienfaits des arbres) à travers des stages ou encore des séances de yoga en plein air y sont proposées tout l'été.

DÉPAYSEMENT CHIC AU CHÂTEAU DE GILLY-LÈS-CÎTEAUX

Fermé à plusieurs reprises en raison des confinements ces derniers mois, le Château de Gilly-lès-Cîteaux en a profité pour faire peau neuve. D'importants travaux de rénovation ont en effet été réalisés sur les couloirs, les sols ou encore certaines chambres. « Nous avons également mis les périodes de fermeture forcée à profit pour totalement réaménager les cuisines afin d'offrir plus de confort aux équipes », indique Rémy Besozzi, directeur de l'établissement cinq étoiles. Si habituellement le château accueille une clientèle essentiellement étrangère, à 80 %, cette cible risque d'être plus minoritaire cette année en raison de la pandémie. « Nous allons nous focaliser sur les touristes locaux cet été », développe-t-il. La terrasse qui a également bénéficié d'un réaménagement pour donner sur le parc devrait contribuer à l'attrait des locaux désireux de redécouvrir le lieu classé. « Les clients viennent avant tout pour le cadre et l'histoire du château. » La cuisine d'exception, dirigée par le nouveau chef, Pascal Espinat, qui excelle dans l'art de revisiter la cuisine du terroir est également un atout pour le château qui n'a qu'un seul mot à la bouche : « la qualité ».



CHÂTEAU DE GILLY



CHÂTEAU DE GILLY

démie. « En Bourgogne Franche-Comté, rien que la navigation de plaisance permet de générer 74 millions d'euros de retombées économiques directes par an et est source de plus de 600 emplois locaux », rappelle VNF Centre-Bourgogne. Pour les plus nostalgiques, un jeune bourguignon propose de louer un Solex pour sillonner la région. Installé au cœur de la gare de Nuits-Saint-Georges, le café-vélo La Solexerie a ouvert ses portes le 19 mai. Jérémie Rizet, à la tête de l'établissement a répondu à un appel à projet lancé par SNCF Gares & connexions à travers sa plateforme « 1001 gares ». Séduit par le projet de boutique de location de Solex pour des balades touristiques dans le vignoble bourguignon et de restauration rapide, la Société nationale des chemins de fer français a proposé une surface de 51 mètres carrés au jeune entrepreneur. Diplômé d'un bac + 3 dans le secteur du commerce sportif et d'un Certificat de qualification professionnelle de mécanicien cycles, Jérémie Rizet avait à cœur d'allier ces deux compétences notamment renforcées lors de son expérience professionnelle au sein des cycles Lapiere comme mécanicien. « C'est une réelle joie de voir ce projet se concrétiser après un an de travaux », glisse-t-il. En plus de la vente, location et réparation sur tous types de vélos et de l'offre restauration, La Solexerie propose la location de vélos à assistance électrique pour les personnes non titulaires d'un Brevet de sécurité routière (BSR) nécessaire à l'utilisation des Solex. Pour les familles avec jeunes enfants, des remorques adaptables aux Solex et vélos à assistance électrique sont également disponibles.

LES VACANCES EN ROUE LIBRE

Encore plus dans l'ère du temps, les voyages en van ou en fourgons aménagés. Idéal en termes de distanciation sociale, ce mode de voyage conjugue les besoins

EN CHIFFRES

1.627

C'EST LE BUDGET MOYEN QUE LES FRANÇAIS VONT CONSACRER À LEURS VACANCES CETTE ANNÉE. SOIT UNE BAISSSE DE 26 % PAR RAPPORT À 2019.

(source : Baromètre annuel des vacances Europ assistance)

Plus de 300.000

ENTREPRISES LIÉES AU SECTEUR DU TOURISME ONT BÉNÉFICIÉ D'AIDES DE L'ÉTAT. EN TOUT, 31 MILLIARDS D'EUROS D'AIDES ONT ÉTÉ DÉBLOQUÉES PAR LE GOUVERNEMENT.

(source : Étysée)

de communion avec la nature, la liberté et les économies puisqu'il est à la fois mode de transport et solution d'hébergement. Rendu à la mode grâce aux réseaux sociaux, le concept du vantravel, traduit voyage en van, fait de plus en plus d'adeptes. Mobho installé à Saint-Julien en Côte-d'Or a décidé de surfer sur le phénomène en se lançant, il y a tout juste un an dans l'aménagement de fourgons. Véritable entreprise familiale (le père, David Brenot et deux fils, William 24 ans et Arthur, 21 ans), Mobho est avant tout une aventure de passionnés : « on voyageait tous en van depuis quelque temps, après une étude de marché pour analyser la demande existante, on s'est dit que c'était un beau projet », raconte William Brenot. Pari réussi puisque l'entreprise créée en plein confinement en mars 2020 a rapidement croulé sous les demandes : « on en avait une douzaine par jours ! », s'enthousiasme-t-il. L'entreprise qui mise sur deux cibles distinctes, les grands fourgons de deux mètres de haut et les vans de moins de deux mètres davantage « passe-partout », travaille sur deux modèles emblématiques, le Sprinter de Mercedes et le Crafter de Volkswagen : « nous dessinons tout en 3D nous-mêmes, nos meubles en alu, pour plus de légèreté et une meilleure résistance à la déformation ont une très longue durée de vie, c'est à peu près l'équivalent de la durée de vie des deux véhicules, relativement haut de gamme, que nous travaillons ». S'ils ont lancé ce pari notamment par amour pour l'évasion, les fondateurs de Mobho n'oublient néanmoins pas l'importance de leurs racines en privilégiant des fournisseurs locaux : « par exemple, les découpes laser sont effectuées par une entreprise de Longvic. On essaie au maximum de travailler avec des prestataires du coin ». Pour satisfaire la clientèle assez large (femmes, jeunes, entrepre-



LA SOLEXERIE

neurs de 40 ans et plus et familles), Mobho est notamment spécialisé dans les aménagements modulables : « la flexibilité est notre maître mot, le kit conversion que nous proposons est composé de rails destinés à accueillir les meubles qui peuvent s'enlever en fonction des besoins. En trente minutes, les meubles peuvent être réinstallés ! », expose-t-il fièrement.

DES VACANCES « INSTAGRAMMABLES »

Que la destination de vacances choisie soit photogénique, pittoresque ou en langage millennials (génération née entre les années 1980 et 2000), « instagrammable » ! C'est une des autres grandes tendances qui s'impose en matière de tourisme depuis quelques années. Une étude du site de voyage Expedia révèle en effet que deux tiers des 18-34 ans interrogés affirment que le caractère photogénique de leur lieu de vacances est un critère prioritaire devant les festivités proposées ou encore les perspectives culturelles de la destination. La majorité des sondés aurait ●●●



en Bourgogne - Franche - Comté



On n'est jamais à court d'idées pour se changer les idées

www.bourgognefranchecomte.com

sortez
chez vous

en Bourgogne - Franche - Comté

●●● en effet avoué choisir un endroit qui serait synonyme de clichés réussis pour pouvoir les publier sur leurs réseaux sociaux. Toujours d'après cette enquête, les hommes seraient plus soucieux que les femmes sur cet aspect. Là encore, la Bourgogne Franche-Comté a des cartes à jouer et elle peut notamment compter sur le soutien de plusieurs groupes amateurs lancés ces dernières années sur Facebook et Instagram. Le groupe « Besançon j'aime ma

« Deux-tiers des 18-34 ans avouent choisir une destination de vacances pour ses qualités photogéniques. »

Source : Expedia

ville », créé en 2018 par Mikaël Demenge, community manager et influenceur à Besançon, compte plus de 13.400 membres amateurs qui publient quotidiennement leurs photos de la cité comtoise. Face au succès du groupe, le pro des réseaux sociaux a décliné le concept : « Besançon, j'aime mon commerce et mon artisanat de proximité », « Besançon, j'aime ma ville d'autrefois » et bien d'autres. « Le but de ces groupes est de générer des liens autour de l'amour de Besançon », explique Mikaël Demenge. Au pays de la moutarde et des vignes, « Cotedorpix, j'aime la Côte-d'Or », est un groupe né pendant le premier confinement sous l'impulsion du photographe amateur, Nicolas Daubigney. « Nous étions tous enfermés pour lutter contre la propagation du virus, en cherchant un peu, j'ai remarqué qu'aucun groupe Facebook spécifiquement

INITIATIVES



Une campagne de promotion inédite

Pour accompagner la relance de l'activité touristique locale, le conseil départemental de Côte-d'Or a mis en place deux axes stratégiques forts en matière d'attractivité, respectivement

intitulés « Venez vous ressourcer en Côte-d'Or » et « Venez vous installer en Côte-d'Or ». « En juin, nous avons également investi le petit écran afin de promouvoir les richesses du territoire départemental. Le but de ce spot télévisé était de positionner la Côte-d'Or comme première destination nature et patrimoine entre Paris et Lyon et ainsi donner envie à tous les Français de venir la découvrir », informe Côte-d'Or tourisme. Enfin, les bons-vacances et chèques-cadeaux mis en place l'été dernier pour accompagner la relance touristique sont prolongés jusqu'au 31 décembre 2021. « Ils étaient offerts par tirage au sort. Ce dispositif avait pour finalité d'encourager les séjours locaux en remerciant notamment les soignants pour leur dévouement. »

LA FABRIQUE DE PAIN D'ÉPICES

Découvrez, visitez, dégustez...



MULOT & PETITJEAN

6 BOULEVARD DE L'OUEST
DIJON

T. 03 80 66 30 80

www.mulotpetitjean.fr

consacré au département n'existait. J'ai voulu rassembler tous les amoureux du patrimoine de notre département, en demandant aux internautes de poster leurs plus belles photos, dans un esprit de convivialité, chacun selon sa sensibilité. Bien des Côte-d'Oriens ne connaissent pas leur territoire qui est grand et très divers. Cotedorpix met en valeur nos richesses locales connues ou insolites et permet de découvrir de nouveaux coins,

pour ne citer qu'elles.

QUAND L'ENTREPRISE S'INVITE ENDEMENT LES VACANCES

De plus en plus d'entreprises ouvrent leurs portes au public. Concept typiquement français, le tourisme industriel fait de plus en plus d'adeptes notamment en ces temps de crise sanitaire où les destinations locales sont privilégiées. La fabrique de pain d'épices dijonnaise Mulot & Petitjean devrait susciter l'engouement de tous les publics cet été d'autant que la maison familiale s'est récemment dotée d'une nouvelle muséographie pour fêter ses 225 ans d'existence. « L'articulation de la visite est inchangée mais les supports vidéo consacrés à la fabrication du pain d'épices ont été actualisés dans leur globalité », détaille Alice Abraham,

« 39 % des visiteurs accueillis à l'Office de Dijon depuis le printemps proviennent de Bourgogne Franche-Comté. »

Source : Office de tourisme Dijon

donne des idées de balades ou des infos sur les lieux remarquables, les personnes célèbres... », détaille ce passionné. Groupe non fermé, chacun peut y accéder : habitants locaux, étrangers... « Si cela peut contribuer au tourisme en Côte-d'Or, tant mieux ! » Le hashtag « cotedorpix » est d'ailleurs devenu une référence sur les réseaux sociaux et en particulier sur Instagram. Le nombre d'abonnés, progresse quant à lui d'environ 6 % chaque mois. Depuis le lancement du groupe, Nicolas Daubigney a été rejoint par de grandes figures dijonnaises de la photo dont Denis Da Silva, Stéphane Rouillard, Cesar Vargas ou encore Karine Alexandre

ham, responsable communication et export. En 2020, la maison emblématique fondée en 1796 a réalisé de nombreux investissements afin de renouveler son parc de machines pour réduire ses consommations d'énergie ou encore les pertes de matières afin de lutter contre le gaspillage alimentaire. « Le parcours de la visite met notamment en avant les engagements RSE de Mulot & Petitjean tout en faisant découvrir un savoir-faire ayant fait de Dijon la capitale du pain d'épices. » L'autre nouveauté consiste à faire à voir le laboratoire de recherche et développement au public depuis l'intérieur du musée. Les secrets de fabrication ●●●

SAUVONS LES GROTTES DE BÈZE

À proximité immédiate de la résurgence de la Bèze, la grotte de la Cretanne aurait servi de refuge aux moines dès l'an 88. La rivière alimentant la source a quant à elle été découverte en 1950 par des spéléologues dijonnais. Les grottes de Bèze, commune de 750 habitants en Côte-d'Or, se visitent à pied et en barque depuis les années 1970. Ouvertes au public d'avril à octobre, les grottes accueillent jusqu'à 30.000 visiteurs par an hors crise sanitaire. « C'est un site touristique majeur de l'Est dijonnais, il est classé dans les 20 premiers sites de fréquentation au niveau du département », détaille Sébastien Maître, adjoint du patrimoine de la ville de Bèze. Fragilisé par la pandémie et les restrictions sanitaires comme les jauges réduites, le site a perdu un tiers de sa fréquentation l'an dernier. « Lors de l'inspection du lieu en janvier, le Bureau de recherches géologiques et minières (BRGM) de Dijon, un établissement public habilité à contrôler les éventuelles failles des grottes, a identifié un certain nombre de zones à risques devant impérativement être sécurisées. À l'issue de ce diagnostic, des études géotechniques ont été réalisées afin de

définir des travaux lesquels s'élèvent à 36.499,75 euros hors-tax », expose-t-il. Seulement, la régie municipale des grottes ne disposant pas de ressources suffisantes pour financer l'intégralité des travaux et permettre sa réouverture, une campagne de financement participatif à destination du grand public a été lancée sur la plateforme Kisskissbankbank.com. « Cet appel aux dons a pour but de financer une partie des travaux. Le plafond à atteindre est de 8.000 euros. » En échange, les généreux donateurs se verront offrir de multiples récompenses comme l'inscription de leur nom à l'entrée du site, une visite privée de la grotte pour cinq personnes, un livre sur la commune et son histoire ou encore l'honneur d'avoir une stalactite renommée au nom des contributeurs. La campagne, ouverte jusqu'au 31 juillet, a déjà récolté 41 % de la somme souhaitée. « On compte sur le soutien des locaux. Il est important de rappeler que chaque année, 600.000 personnes visitent le village médiéval de Bèze. Ici, toute une économie s'est développée par rapport à l'attrait des grottes, une boutique d'artisanat, trois hôtels... », insiste l'adjoint du patrimoine.



VILLE DE BÈZE

VILLE DE BÈZE

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



APPLI BALADES EN BOURGOGNE
+ DE 150 BALADES
À PIED, À VÉLO,
EN VOITURE, EN CANOË



www.cotedor-tourisme.com
#lacotedorjadore



Le canal de Bourgogne et Châteauneuf © Rozenn Krebel

LA CITADELLE SE RENOUVELLE

Fermée pendant de nombreux mois comme les autres sites culturels du pays, la Citadelle a mis à profit cette période sans accueil de public pour se projeter dans l'après-crise. Depuis le 19 mai c'est donc une nouvelle Citadelle qui a rouvert aux visiteurs.

« Nous avons pris le parti d'intensifier la programmation culturelle de la Citadelle », pose Alexandre Arnodo, directeur de la Citadelle depuis le mois de janvier. « Depuis le début de notre mandat, le choix était de transformer la Citadelle », complète François Bousso, conseiller municipal délégué à la Citadelle et au tourisme. C'est la raison pour laquelle de nombreux chantiers ont été lancés : « l'absence de public a permis d'accélérer ces travaux de rénovation qui se sont par ailleurs déroulés dans des conditions optimales ». Parmi les grands changements, le départ du lion Hélios, fin mai. « C'est la traduction de l'engagement de la ville qui consiste à améliorer le bien-être animal. Ce départ va par ailleurs permettre de libérer les 800 mètres carrés de son enclos qui vont être utilisés pour agrandir l'espace réservé aux tigres de Sibérie », précise l'élu qui ne cache pas que le « parc zoologique de la Citadelle représente l'intérêt le plus important en termes de fréquentation ». Le site classé au patri-

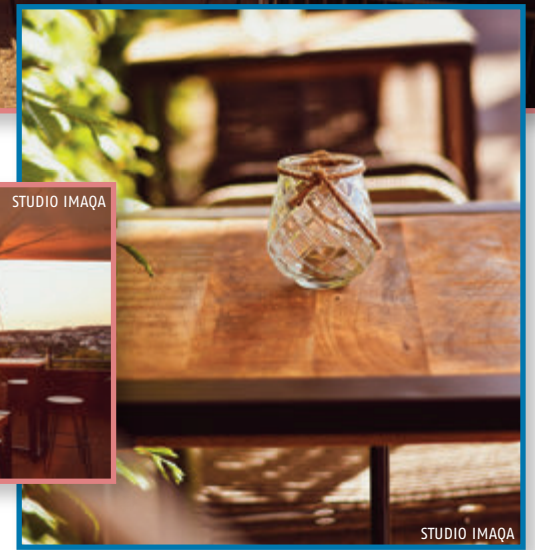
moine mondial de l'Unesco peut néanmoins compter sur sa dernière nouveauté, un bar éphémère en rooftop, pour attirer le public. Le Quinzé, dont le nom fait référence au XVIIe siècle au cours duquel les Espagnols et notamment la famille royale des Habsbourg possédaient la Franche-Comté et dont on retrouve aujourd'hui de nombreux rappels architecturaux à Besançon, est l'un des grands projets du confinement. Pensé comme un « bar-restaurant scène culturelle », le lieu éphémère de 300 mètres carrés situé sur la terrasse Vauban propose à la clientèle d'assister à des concerts en plein air en dégustant des produits locaux. « Un jardin d'aromatiques dédié à la préparation des plats du Quinzé a même été mis en place au sein de la Citadelle », vante le directeur. « La clientèle principale est locale, même avant la crise sanitaire. D'où l'importance de proposer une offre nouvelle. Avoir conscience que les attentes des visiteurs évoluent en même temps que la société est également indispensable pour pérenniser la fréquentation du site », ajoute François Bousso. Un pari gagnant puisque depuis la réouverture du 19 mai, le site emblématique de Besançon a déjà accueilli plus de 17.000 visiteurs.



STUDIO IMAQA



STUDIO IMAQA



STUDIO IMAQA



Château de Gilly Grandes Etapes Françaises

Hôtel & Restaurant entre Dijon et Beaune

Une expérience unique dans cette demeure cistercienne des XIVe et XVIIe siècles.

Déjeuner d'affaires à partir de 36€/pers

Réception et fête de famille (baptême, communion, anniversaire, mariage...)

Séminaire et journée de travail

Grand espace en intérieur et extérieur pour vos événements privés ou d'entreprise



●●● du célèbre gâteau aux épices demeureront cependant préservés. Chaque année, 37.000 visiteurs foulent les pas du musée. Parmi eux, de plus en plus de locaux qui souhaitent redécouvrir un savoir-faire emblématique du territoire. Première société labellisée

travers des visites. Chef-lieu de la production d'anis, Flavigny-sur-Ozerain abrite l'abbaye Saint-Pierre où sont encore fabriqués les petits bonbons. La fabrique familiale et artisanale dirigée par Catherine Troubat compte une trentaine de personnes. Labellisée « entreprise du patrimoine



ANIS DE FLAVIGNY

« entreprise du patrimoine vivant » dans le domaine de la gastronomie en Bourgogne, la Maison Mulot & Petitjean fait par ailleurs partie d'un réseau d'associations nationales animées par le même désir qu'est celui d'accueillir des visiteurs.

TOUT SUR LES ANIS DE FLAVIGNY

Symboliques de notre enfance, les anis de Flavigny se mettent eux aussi en scène à

vivant » en 2017, les Anis de Flavigny rejoignent ainsi un réseau composé de grands noms de l'artisanat dont la Cristallerie Baccarat, la porcelaine de Limoges ou encore la maison Chanel. « C'est une véritable reconnaissance de l'excellence du savoir-faire des anis. Un savoir rare, maîtrisé et issu d'une longue tradition ancrée sur le territoire. Un patrimoine qu'il est important de valoriser car il met en avant la fabrication française. D'ailleurs, la technique ●●●



ANIS DE FLAVIGNY



CENTRE HOLISTIQUE
Marie DE BOURGOGNE



HÔTEL
LE CEP

BEAUNE | BOURGOGNE



Team-Building & Séminaires, un service tout-en-un.

Des expériences à partager entre collaborateurs : petit-déjeuner d'affaires, privatisation du Spa ou du Caveau de dégustation, escape-game, balade en vélo dans les vignes, tant de possibilités que l'Hôtel Le Cep***** vous met à disposition.

Sur-mesure & convivialité

Ses 61 chambres, ses cours classées du XVIème siècle, 5 espaces de séminaires, vous offrent un cadre unique pour vos comités de direction ou pour renforcer le lien de vos équipes autour d'un verre... ou d'un paperboard, le tout en profitant de la qualité de notre Hospitalité*****.

Hotel Le Cep***** - 27 rue Maufoux, 21200 Beaune.
Tel. 03 80 22 35 48 - resa@hotel-cep-beaune.com
hotel-cep-beaune.com & centre-marietbourgogne.com



Privatisation du
Caveau de dégustation



Séminaires jusqu'à 100 personnes



Petit-déjeuner d'affaires



Privatisation du Spa



Brunch et Cocktails

UN NOUVEAU CASINO DANS LE JURA

Après 17 mois de travaux et un investissement de 8,5 millions d'euros, le casino Joa de Saint-Laurent-en-Grandvaux (Jura), 33e établissement du groupe, a ouvert ses portes le 19 mai. Pensé comme un pôle de loisirs, l'établissement incarne l'ambition de Joa qui consiste à changer le regard des gens sur l'univers des casinos et en faire de véritables destinations de sortie. En tout, le casino qui cible une clientèle essentiellement locale et résidant dans le bassin genevois, s'étend sur une surface de 2.000 mètres carrés dont 50 % sont dédiés aux activités hors-jeux puisqu'il propose également une offre bar, restauration et des animations. « L'espace hors-jeux s'adresse à tous ceux qui sont à la recherche d'un lieu design et convivial pour passer une soirée seul, en famille ou entre amis, se restaurer, boire un verre en terrasse face aux monts du Jura, danser, se divertir et pourquoi pas jouer. Un espace spectacle a également été conçu pour accueillir des dîners-spectacles », présente le groupe Joa, deuxième opérateur de jeu en France. En effet, le restaurant baptisé Le Comptoir associe une cuisine de qualité à la convivialité d'un bistrot. « Le chef Michel Patarin y propose des plats signature qui ont fait leurs preuves dans d'autres établissements du groupe comme la fameuse salade César revisitée ou encore la brochette d'onglet de bœuf de 300 grammes pour les amateurs de viande. Des menus du jour mettant en avant les produits locaux (cromesquis au morbier, croustillants de cacouyad, filet de poulet aux morilles et vin jaune,

truite de la petite montagne aux amandes ou saucisse de Morteau) font aussi partie de l'offre » détaille Christophe Janot, directeur général du casino. Chaleureux et moderne le complexe s'intègre parfaitement au paysage jurassien grâce à un mariage de bois et de pierres. « Pour la construction de ce casino, le groupe Joa s'est associé à Christophe Bondaz, architecte spécialisé dans les projets de moyenne montagne », ajoute le directeur général en espérant ainsi « attirer une nouvelle clientèle grâce à une offre de loisirs inédite ». Les 75 machines à sous à partir d'un centime dont des exclusivités européennes comme une machine à sous monumentale de trois mètres de haut pour un mètre de large, les 17 postes de jeux électroniques (dix postes de Roulette Anglaise, sept postes de Black Jack) et les deux tables de Black Jack devraient largement séduire toutes les typologies de joueurs. Plus insolite, le casino dispose d'un patio réservé extérieur pour ceux qui souhaitent jouer en plein air.

« CHALLENGER LES POIDS LOURDS DES PARIS EN LIGNE »

Selon Christophe Janot qui a fait carrière dans l'univers des casinos, l'objectif de ce nouvel établissement est d'être complémentaire au casino Joa de Lons-le-Saunier en termes de chalandise « en accentuant notre présence sur le quart Est c'est-à-dire la Suisse, Saint-Claude et Oyonnax. Cette région a de nombreux atouts, elle devrait se développer dans les prochaines années notamment

grâce à la proximité avec la Suisse ou encore l'accélération des créations d'emplois et le développement du tourisme vert ». Enfin, pour « challenger les poids lourds des paris



en ligne », le groupe mise sur son site de jeux en ligne (www.joabet.fr). « Au-delà des paris, sportifs et hippiques, Joabet offre un programme de fidélité unique sur le marché, disponible dans nos 33 casinos et en ligne. Ce programme récompense les parieurs en leur permettant de vivre des expériences exclusives dans les différents établissements du groupe comme des remises au bar ou au restaurant, des repas ou tickets de jeu offerts, des paris gratuits et plein d'autres surprises. »

●●● de la dragéification du bonbon mise au point avant 1591, est unique, elle ne se transmet qu'au sein de la Fabrique, aucune école ne l'enseigne. Ce patrimoine immatériel se conjugue à l'histoire et à l'architecture du lieu », vante la présidente, Catherine Troubat.

À LA DÉCOUVERTE DU BARRAGE VOUGLANS

Changement de décor. Troquons les douces sucrées pour une atmosphère plus électrique. Situé dans le Jura sur la rivière de l'Ain, le barrage de Vouglans est le troisième plus grand barrage de France métropolitaine avec une capacité de stockage de 600 millions de mètres cubes d'eau. Mis en service le 12 avril 1968 à l'issue d'un chantier mobilisant 600 personnes, il a historiquement permis de réguler le Rhône dans lequel se jetait l'Ain. Soumis à d'importantes variations de débit, le Rhône était ainsi parfois difficilement navigable. Mesurant près de 427 mètres de large au couronnement et 103 mètres de haut, le barrage dispose de quatre vannes de crues qui

35 kilomètres de long. À plusieurs mètres de l'aval du barrage, est située l'usine de production d'électricité de Saut-Mortier. Cette dernière est ouverte aux visites durant tout l'été à partir du 5 juillet. « Elle produit, en mégawattheure, l'équivalent de la consommation annuelle d'une ville de 27.500 habitants. C'est une très belle installation pour le territoire du Jura », commente Romain Apparigliato, délégué territorial Vallée de l'Ain pour EDF. Selon lui, faire découvrir l'univers de l'hydroélectricité à travers le fonctionnement du barrage-usine de Saut-Mortier conjugué

moyen de faire passer des messages forts sur les énergies renouvelables. Le tourisme industriel est un outil indéniable sur le volet de l'emploi puisqu'il met en avant les entreprises et peut par la suite susciter des vocations. Donner à voir l'industrie d'aujourd'hui est crucial pour attirer des jeunes sur les métiers techniques. » Très impliqué au sein du programme « Une rivière, un territoire » d'EDF s'appuyant notamment sur un fonds d'investissement national de huit millions d'euros destiné à contribuer à la création de valeur et d'emploi sur les territoires, Romain Apparigliato insiste sur l'importance du tourisme industriel comme

barrage grâce à deux belvédères construits en 2019 et accessibles gratuitement. L'un est situé sur la rive gauche sur la commune de Lect et propose une scénographie autour de l'histoire de la construction du barrage avec des dates clés, l'autre, sur la rive gauche (sur la commune de Cernon), offre une vue imprenable sur le barrage grâce à une passerelle suspendue. Prix de la visite du barrage-usine, dix euros par personne sur inscription au 03 84 25 27 47 (à partir de 12 ans, présentation d'une pièce d'identité lors de l'inscription et pour accéder à la visite, port de chaussures plates et fermées, bonne condition physique requise).

LE TERROIR POUR PROLONGER LES VACANCES

Parce que l'on se souvient tous des nougats qu'on a goûtés lors d'un périple ●●●

« Le tourisme industriel est un outil indéniable sur le volet de l'emploi puisqu'il met en avant les entreprises et peut par la suite susciter des vocations. Donner à voir l'industrie d'aujourd'hui est crucial pour attirer des jeunes sur les métiers techniques. »

Romain Apparigliato d'EDF

DAVID VUILLAUMI - EDF



permettent d'évacuer l'eau en urgence avec un débit de 1.600 mètres cubes par seconde (contre 320 mètres cubes par seconde quand l'eau passe par les turbines). Au total, l'ensemble de l'ouvrage couvre une superficie de 1.600 hectares. Le lac, lui, mesure

de nombreux intérêts. Recruter grâce au tourisme industriel « C'est dans un premier temps pédagogique puisque ces visites permettent d'expliquer au grand public le fonctionnement d'une centrale hydroélectrique, c'est également un



AIRDIASOL ROTH - EDF

●●● à Montélimar, des calissons dégustés à Aix ou encore du copieux Kouign amann englouti sur une plage bretonne entre deux baignades, tour d'horizon - non exhaustif - de nos meilleures spécialités locales, légèrement revisitées cet été. Généralement incontournable à l'heure du thé, les nonnettes s'incrustent à l'apéritif en version salée. Deux saveurs sont à découvrir, l'une à l'oignon, l'autre aux pois chiches et menthe. « Ces produits s'intègrent dans une gamme de mini-nonnettes salées. Le format bouchée est très apprécié pour des moments de convivialité », présente la Maison Mulot & Petitjean. À remporter dans sa valise, le Petit Blanc, un fromage de campagne fabriqué avec du lait entièrement issu de la région. Il est fabriqué sur le site de la Laitière de Bourgogne à Sainte-Marie-la-Blanche en Côte-d'Or par la fromagerie Delin qui ambitionne de concevoir toute une gamme 100 % BFC. Pour les envies sucrées, l'entreprise de fabrication de pain d'épices traditionnel de Vercel dans le Doubs, Dêlicassie, propose une édition limitée de biscuits à messages présentés dans une boîte poétiquement illustrée en hommage à la région signée Créa-bisontine. Enfin, les Anis de Flavigny n'en ont pas fini de se mettre au vert en élargissant la gamme bio, confectionnée avec du sucre de canne bio et équitable. « Désormais, cette gamme propose dix arômes naturels : anis, violette, menthe, mandarine, cassis, réglisse, gingembre, citron, eucalyptus et cannelle-orange », présente Catherine Troubat présidente des Anis de Flavigny. ■



UN PASS TOURISME POUR DÉCOUVRIR BESANÇON

En juillet 2019, un « pass tourisme » pour soutenir le tourisme à Besançon a été lancé par Grand Besançon métropole. Dans le détail, ce pass offre un accès illimité au réseau de transport Ginko en formule 24 heures, 48 heures ou 72 heures, une entrée gratuite dans quatre sites culturels incontournables de Besançon (Citadelle, Musée des Beaux-Arts et d'Archéologie, Musée du Temps et la Maison Victor Hugo), des tarifs réduits pour accéder au Fonds régional d'art contemporain (Frac), au Musée-parc des maisons comtoises à Nancray ou encore à la base de loisirs d'Osselle ainsi qu'une réduction sur la location d'un vélo à assistance électrique auprès de MyCycle à Besançon.



J.C.SEXE / GRAND BESANÇON MÉTROPOLE

PLUS QU'UN LIEU, UNE EXPÉRIENCE



SITE VAUBAN MUSÉE COMTOIS MUSÉUM MUSÉE DE LA RÉSISTANCE ET DE LA DÉPORTATION

CITADELLE
BESANÇON
PATRIMOINE MONDIAL DE L'UNESCO

NOS TEMPS FORTS ÉTÉ 2021

Nouveauté : À partir de fin juin

RECONSTITUTION D'UNE CHAMBRE DE SOLDATS

Du 10 juillet au 19 septembre

EXPOSITION

« CANTI. Vie remarquable des arbres et vie quotidienne »

15 juillet au 14 Août du jeudi au samedi

BALADES NOCTURNES

« Voyage en utopies » (Cie ED&N)

Du 26 juillet au 8 août, tous les jours

ATELIER D'INITIATION À L'ESCRIME POUR LES ENFANTS

(7-14 ans).

Samedi 21 août

SPECTACLE NOCTURNE

(Cie Duende Flamenco)



TOUTE LA PROGRAMMATION SUR citadelle.com

besançon
boosteur de
bonheur **b**