

Emotion en Champagne

PLAN D' ACTIONS 2024
7 DÉCEMBRE 2023

ASSURONS ENSEMBLE UNE PROMOTION PARTAGÉE DE LA DESTINATION POUR ATTIRER DE NOUVEAUX VISITEURS EN CHAMPAGNE

- 2024 : année des Jeux Olympiques et Paralympiques
La France est LE RV mondial du tourisme !
- Un potentiel de développement touristique, économique fort !
- Une nouvelle année record en terme de fréquentation touristique !
3 100 000 touristes et excursionnistes accueillis de janvier à fin octobre 2023 dont 1 700 000 visiteurs internationaux soit +6%
- Le retour de clientèles internationales (britanniques, scandinaves, américains ...)
- Des visiteurs qui vivent des expériences, des « émotions » uniques grâce à vous !



PROJET DE PLAN D' ACTIONS 2024

Enjeu 1 : Contribuer à la transition écologique de la destination

Enjeu 2 : Développer la fierté des habitants

Enjeu 3 : Accompagner les partenaires de notre destination - Communication

Enjeu 4 : Accompagner les partenaires de notre destination - Digital

Enjeu 5 : Mieux accueillir nos visiteurs

Enjeu 6 : Accompagner les partenaires de notre destination – Promotion Commerciale

Enjeu 7 : Accompagner les partenaires de notre destination

Enjeu 8 : Structurer l'Observation

Enjeu 9 : Accompagner les partenaires de notre destination – Événementiels

Sous réserve de l'obtention du budget 2024 par Epernay Agglo Champagne

ENJEU 1 : CONTRIBUER À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE DE LA DESTINATION

- Réseau #Gourdefriendly : développement du réseau, inciter nos partenaires/adhérents à rejoindre cette communauté
- Route de Bulles Vertes avec notre itinéraire à bas carbone
- Filière Randonnées :
 - Topoguide La Champagne à pied (en partenariat avec les OT's d'Hautvillers, des Paysages de la Champagne & d'Epernay en Champagne)
 - Guide de la Véloroute V52 (en partenariat avec les OT's d'Hautvillers, des Paysages de la Champagne, de Châlons-en-Champagne & d'Epernay en Champagne)
 - Topoguide des Circuits Cyclotouristiques autour d'Epernay en Champagne (en partenariat avec Epernay Agglo Champagne)
 - Destination Marais de Saint Gond (avec les OT's des Paysages de la Champagne, Epernay en Champagne, Montmirail et Association Saint-Gond Archéologie et Patrimoine)
 - Editions thématiques (à pied, à vélo, équestre sur l'Agglo)

ENJEU 1 : CONTRIBUER À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE DE LA DESTINATION

Réseau #Gourde friendly

Objectif : Cap « Zéro Déchet » 2030

Concept : Encourager l'utilisation de la gourde en lieu et place des bouteilles en plastiques

Comment ? Référencer et cartographier les points d'eau potable publics et les établissements désirant accueillir les utilisateurs de gourde et valoriser leur démarche éco-responsable et innovante

Cibles : Bars, Restaurants, Boutiques / Boulangeries, Hôtels, Campings/ Prestataires touristiques
+60 ambassadeurs #GourdeFriendly



Intérêt pour nos partenaires

- Valoriser l'image de l'établissement ;
- Générer du flux dans l'établissement ;
- Fournir des services complémentaires ;
- Répondre aux enjeux du marché ;



Épernay TOURISME
EN CHAMPAGNE

ENJEU 1 : CONTRIBUER À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE DE LA DESTINATION

1^{ère} route bas carbone en Champagne et dans le Grand Est : Un territoire d'expérimentation !

- Des expériences immersives pour nos habitants et nos visiteurs français et internationaux.
 - Un outil d'animation de la Route Touristique du Champagne
- Auberge de Saint Fergeux à Gionges, Le Relais du Vigneron à Vertus Blancs-Coteaux, Champagne Piot-Sevillano à Vincelles, Champagne Météyer Père et Fils à Trélou-sur-Marne et l'Office de Tourisme Epernay en Champagne.



@explorationtranquille
www.la-bulle-verte.com

Objectifs 2024 :

- **Poursuivre le développement** de la Route avec de nouvelles Bulles Vertes ;
- **Proposer des solutions d'itinérance touristique** avec des logiques de porte d'entrée du territoire : gare, location de véhicules électriques avec des rencontres, consommation avec mise en avant de produits locaux, rencontre artisans,... ;
- **Commercialisation** : création de premiers séjours progressivement 0 carbone.

ENJEU 1 : CONTRIBUER À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE DE LA DESTINATION

Kit de communication partenaires



RANDONNÉES PÉDESTRE



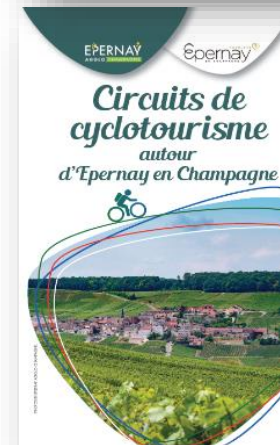
7€

Topoguide La Champagne à Pied

Une sélection d'itinéraires « coup de coeur »
20 fiches en vente dans les 3 offices de tourisme.



RANDONNÉE CYCLOTOURISTIQUE



EPERNAY
AGGLO CHAMPAGNE

Epernay TOURISME
EN CHAMPAGNE

ENJEU 1 : CONTRIBUER À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE DE LA DESTINATION

Kit de communication partenaires

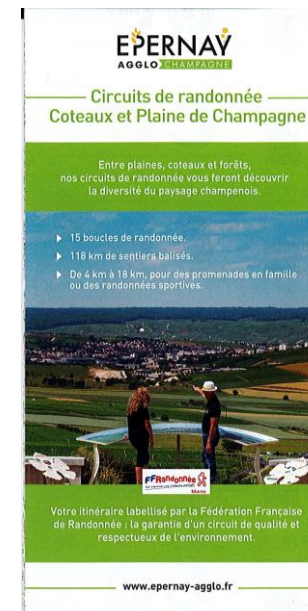


Paysages
de la Champagne
communauté de communes

Epernay
TOURISME
EN CHAMPAGNE



BROCHURES THÉMATIQUES



Avec également les brochures des randonnées pédestre et équestre de Epernay Agglo Champagne

En soutien à l'Association Saint-Gond
Archéologie et Patrimoine

Epernay
TOURISME
EN CHAMPAGNE

ENJEU 2 : DÉVELOPPER LA FIERTÉ DES HABITANTS

- Destination Marne : 15 au 18 Mars 2024 ;
- Foire de Châlons-en-Champagne ;
- Viti-Vini ;
- Habits de Lumière ;
- Greeters , valoriser les visites avec nos greeters locaux ;
- Accueil d'expositions à l'OT valorisant les artistes et les acteurs locaux pour permettre aux habitants de s'approprier leur OT ;
- Export de l'OT sur le territoire : présence sur des manifestations sur le territoire (La Balade qui Pétille à Grauves, Marché Artisanal de Vertus...) pour accueillir les locaux mais aussi les visiteurs français et étrangers ;
- En Rou(t)e Libre événement de promotion des mobilités douces le 19 Mai 2024 valorisant l'intermodalité train + vélo destiné à un public familial & de loisirs. Pilotage ADT de la Marne.



ENJEU 2 : DÉVELOPPER LA FIERTÉ DES HABITANTS

- Bullecyclette : Côte des Blancs



ENJEU 3 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - COMMUNICATION

Une nouvelle dynamique dans la communication et la promotion touristique d'Epernay et de ses villages !

Constat :

Un univers concurrentiel fort entre les destinations en France, en Europe et dans le monde... : besoin de nous démarquer fortement et durablement en s'appuyant sur nos valeurs, notre ADN !

Une identité visuelle qui soutient notre positionnement

Nos valeurs sont celles de la Champagne !

Un signe universel : le cœur !

Le cœur symbolise le cœur du Champagne, de la Champagne !



Partage
Raffinement
Convivialité Excellence
Cœur de la Champagne
Elégance
Hospitalité Art de vivre
Rencontre
Authenticité



Epernay TOURISME
EN CHAMPAGNE

ENJEU 3 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - COMMUNICATION

Poursuite de notre déploiement de nos **Routes thématiques affinitaires dans le cadre de partenariats média** :

- **Route bas carbone en Champagne** en partenariat avec la start-up : La Bulle Verte ;
- **Route des Familles** avec la campagne digitale et le média Kidiklik ;
- **Route des Tops Points de Vue (Coteaux Sud d'Epernay)** avec la campagne digitale et le média Yonder ;

Nouveauté en 2024 : Route des Tops Points de Vue avec un nouveau parcours à venir : **La Côte des Blancs** !



ENJEU 3 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - COMMUNICATION

Kit de communication partenaires

AVRIL
2024



Nos éditions :

- Guide Emotion en Champagne
- Carte de la Route Touristique du Champagne
- Plan d'Épernay

Nos éditions thématiques

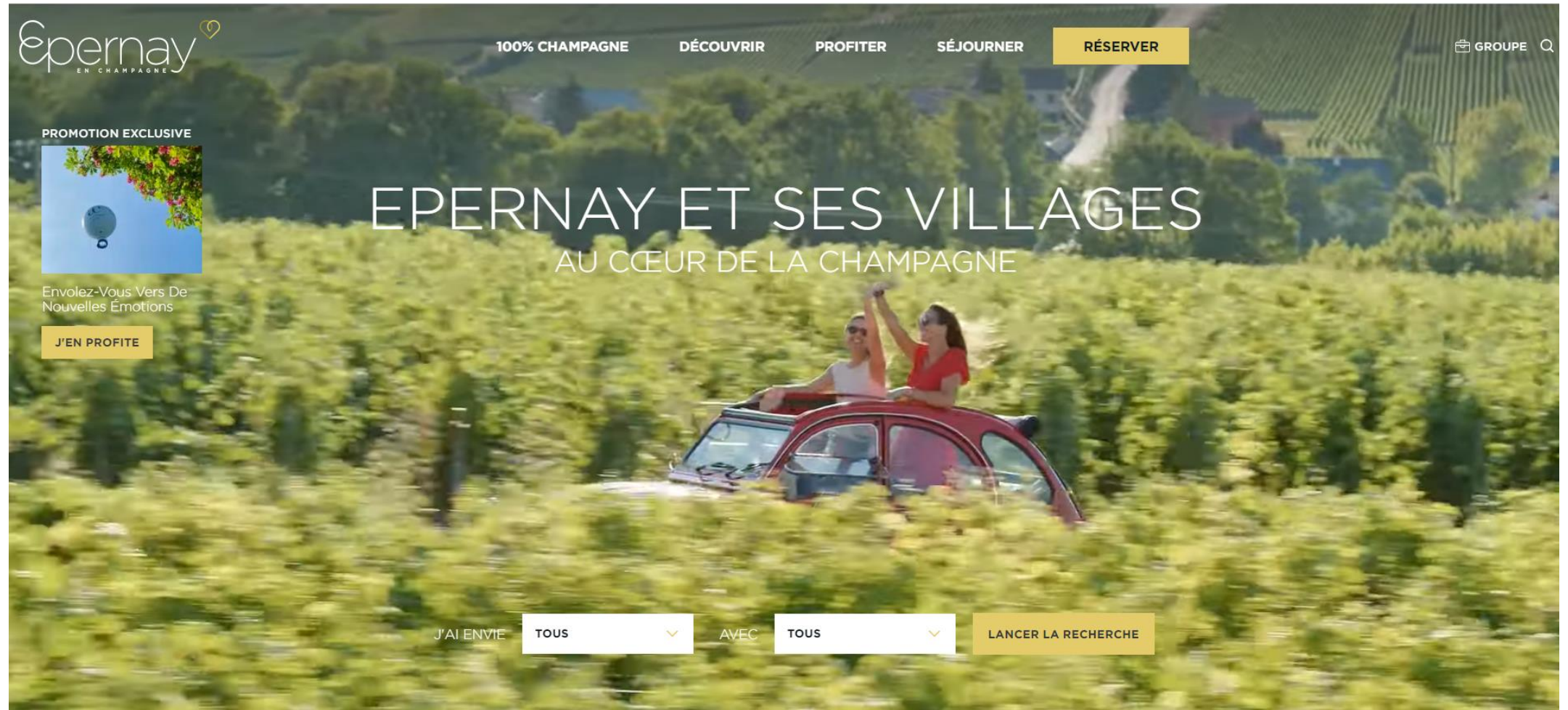
- Randonnée pédestre
- Randonnée à vélo
- Randonnée équestre

Nouveauté :

- Carnet de déambulation Avenue de Champagne



ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL



ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

Poursuivre le développement de l'audience du site, créer de la cohérence entre le site et les réseaux sociaux.

Objectifs

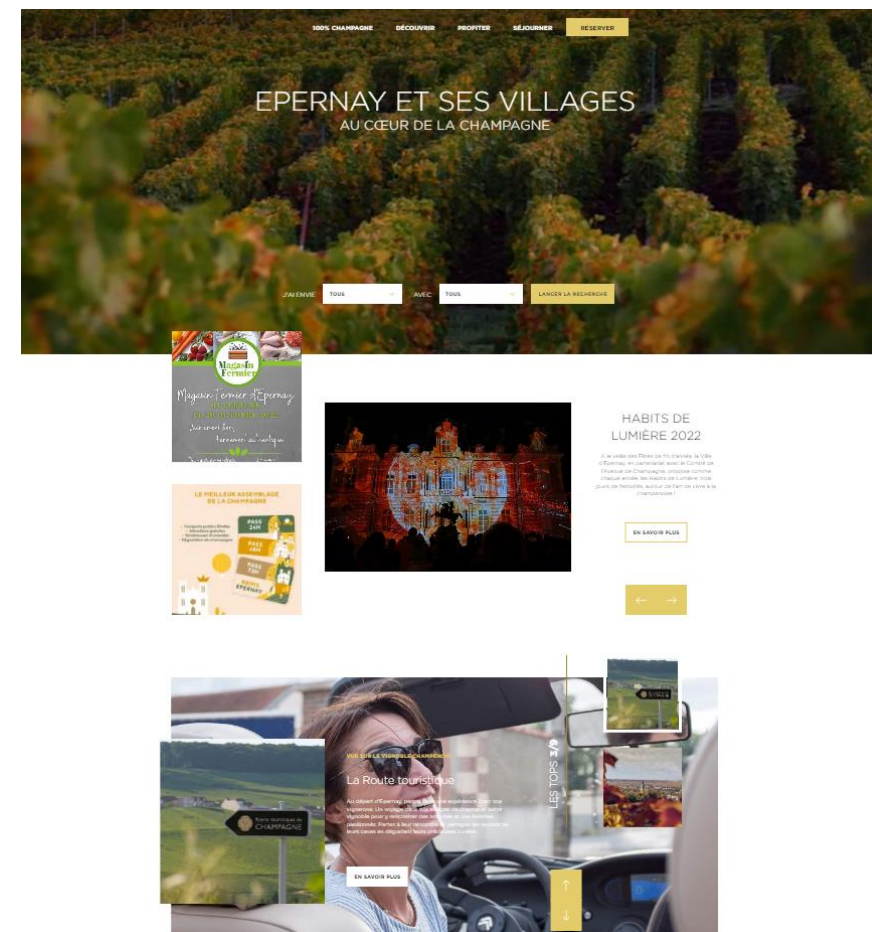
- Offrir aux internautes une **plateforme de référence unique** pour découvrir Epernay en Champagne et ses villages de charme...
et **planifier ses activités**
- Offrir à tous les partenaires une visibilité optimisée (fiches partenaires)

Ambition

- Un site mixte **inspirationnel et commercial** !
- Un **site vu et lu par Google** pour développer l'audience
- Un **site responsive**
- Editorialisation et personnalisation des contenus
- Mise en avant des **47 communes d'Epernay Agglo Champagne**

Commercialisation

- Valorisation de la place de marché **Régiondo** connectée à **Explore Grand Est**



ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

Enjeu de la commercialisation

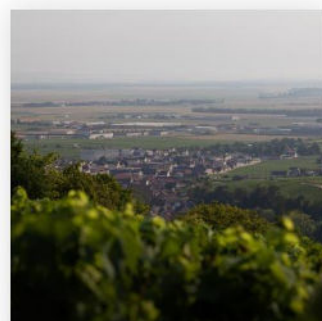
- Explore Grand-Est, la nouvelle plateforme de commercialisation régionale :
 - 2550 offres publiées ;
 - 1200 prestataires inscrits.
- Régiondo, la plateforme de commercialisation déployée à l'échelle du département depuis 2020 :
 - 1 071 000€ de chiffre d'affaires ;
 - environ 150 prestataires.
- L'Office de Tourisme d'Epernay en Champagne :
 - 56 601€ de chiffre d'affaires ;
 - + de 40 prestataires ;
 - 194 offres.



ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

Attentes & besoins de l'Office :

- **Alimentez votre espace VIT**
(pour des informations et contenus à jour storytellés et des visuels inspirationnels)
- **Plan de notoriété, faire parler les sites de nos partenaires pour l'Office de Tourisme** pour augmenter l'indice de confiance sur Google (29/100) : une visibilité augmentée réciproque pour accéder à de meilleures positions sur Google ; « le Netlinking : c'est le bouche à oreille dans la vraie vie ! »
- **Nouveauté 2024 : Incarner et humaniser la destination !**
Collection de vidéos des « Tronches », « Gueules » du territoire !
Campagne digitale d'envergure pour valoriser nos personnalités!
Création d'un réseau des Ambassadeurs d'Emotion.



AVIZE
Champagne Michel Gonet

RÉSERVER

1



BOUZY
Champagne Paul-Louis Martin

RÉSERVER

2



HAUTVILLERS
Champagne Joseph Desruets

RÉSERVER

3

Informations non complétées
dans l'espace VIT pour le N°2

ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

Attentes & besoins de l'Office :

Retour d'expérience :

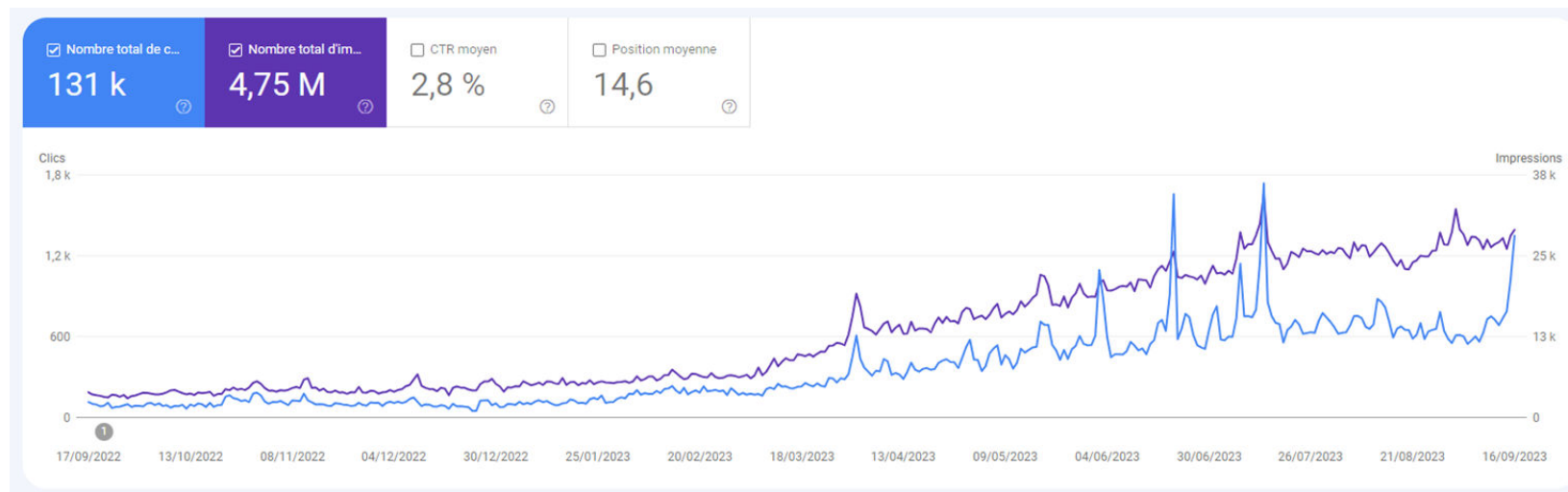
« Je trouve un hébergement type airbnb à Fleury-la-Rivière, les hôtels d'Epernay étant tous complets. L'hôte, une femme adorable, me donne quelques consignes classiques pour préparer mon arrivée. Puis, d'un coup, elle m'envoie une liste de ses meilleures adresses et activités pour découvrir le territoire + le programme complet des Habits de Lumière en me redirigeant sur cette page !! »



ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

Evolution 2022 - 2023

Nombre d'utilisateurs : 159 126	+ 120%
Nombre de pages consultées : 476 554	+ 100%
Durée de session : 00:03:08	+ 27%



Progression du site de l'Office de Tourisme sur 2023 grâce aux nouveaux contenus

ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

Accroître votre visibilité grâce à la notoriété

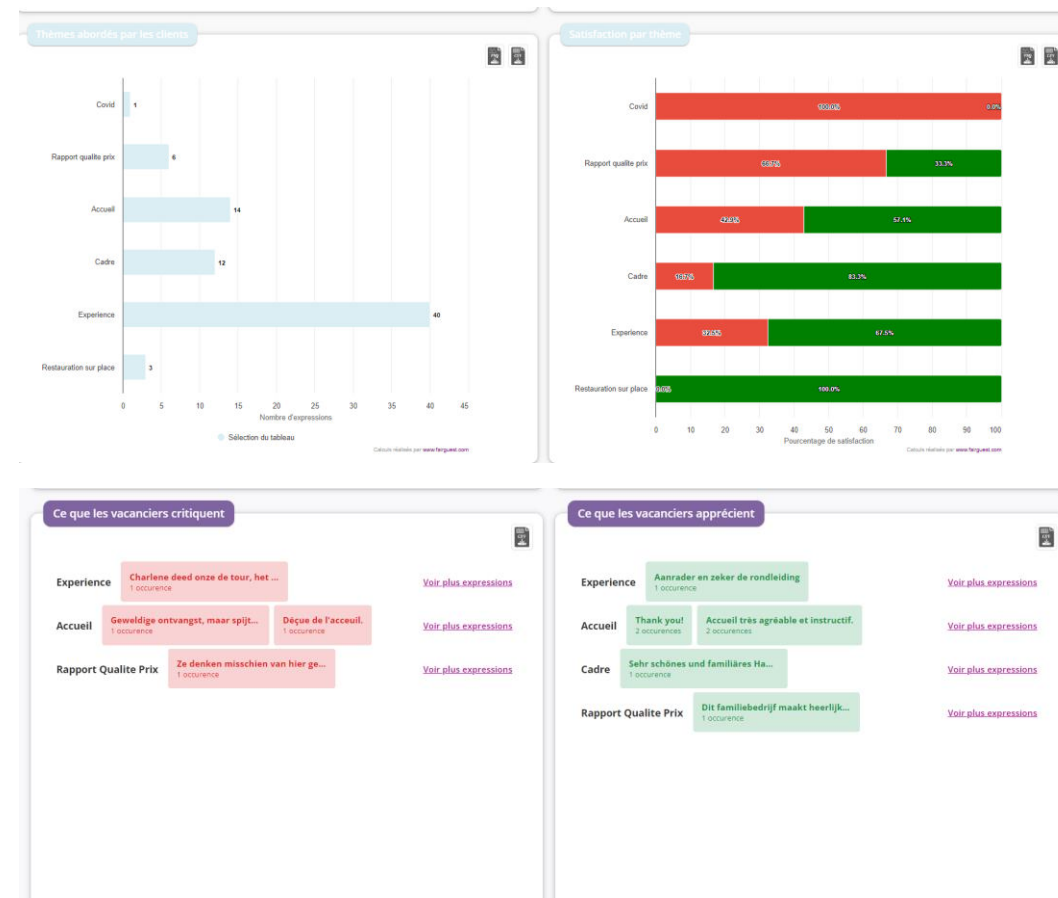
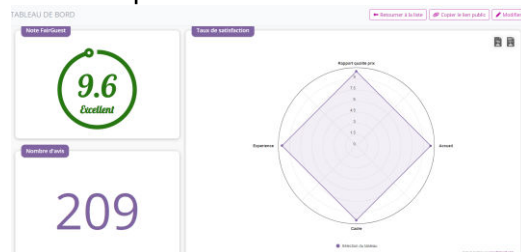
Les avis clients constituent votre e-reputation et influent les achats des internautes : une prestation avec une note moyenne élevée aura plus de chance d'être consultée et réservée.

Les plateformes d'avis clients sont nombreuses...

Fairguest permet d'agréger les avis d'une vingtaine de plateformes et de calculer une note sur 10.

Sur une page activité du site web de l'office de tourisme, le visiteur retrouve :

- Note globale sur 10
- Répartition des avis de médiocre à excellent
- Lien vers les plateformes d'avis



ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL



Les réseaux sociaux de l'Office de Tourisme sont dans une bonne dynamique !

	2022	2023
Communauté	12 200 Communauté majoritairement locale, friande d'événements et d'activités	12 470 Femme de 35-44 ans, vivant en France et en local + petit pourcentage de pays limitrophes
Taux d'engagement par impression	0,84%	2,5%
Trafic sur le site internet	415 visites/mois issues de Facebook en moyenne	660 visites/mois issues de Facebook en moyenne
Taux d'engagement du groupe Facebook	0,42%	3,05%



Facebook est un soutien fondamental pour notre site internet pour générer plus de trafic !

Besoins de l'Office :

Ne pas hésiter à nous envoyer de belles photos de vos offres et de votre structure et de nous communiquer vos événements pour une meilleure visibilité !

ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

- La plateforme est devenue **le premier tour opérateur au monde !**
 - **1 voyageur sur 4** choisit sa destination en fonction d'Instagram qui héberge 600 millions de photos labellisées « voyage »
 - **46%** des utilisateurs utilisent Instagram pour choisir leur prochain voyage
- = augmenter nos efforts sur ce réseau fondamental dans le secteur du tourisme !

	2022	2023
Communauté	6 067 Les internationaux cherchent des inspirations pour leur séjours (oeno)touristiques. Les Français et champenois recherchent de nouvelles expériences.	7 233 Les internationaux cherchent des inspirations pour leur séjours (oeno)touristiques. Les Français/Champenois recherchent des expériences et photos de la région.
Engagement	2,88%	3,4%



#VISITEPERNAY 

ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

	2022	2023
Communauté	1690	2300 (+36%)
Engagement	4,93%	2,31%

→ Création de ce réseau, le 25 février 2021



Nouveautés 2024 :

Apporter de la valeur ajoutée en vous informant sur nos actions et sur la filière tourisme !

ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

5 orientations majeures pour 2024

- ✓ Poursuivre le **développement de contenus** expérientiels, événementiels et insolites & l'**optimisation SEO des contenus**
- ✓ Développement **d'une campagne digitale** sur la thématique « les tronches du territoire » pour incarner et humaniser l'expérience dans une logique d'Ambassadeurs d'Emotion !
- ✓ Poursuivre la stratégie digitale de 2023 et s'appuyer sur nos réseaux sociaux pour **générer du trafic sur notre site internet**. Accentuer nos efforts sur Instagram avec la mise en place d'une stratégie d'influence
- ✓ **Améliorations & développements de notre site internet anglophone :**
Changement d'URL : www.visitchampagneregion.com
Développement de l'**optimisation des contenus SEO** sur le marché anglophone
Faciliter le parcours clients
Blog inspirationnel pour répondre aux requêtes des anglophones : avec les Jeux Olympiques et Paralympiques à Paris en 2024, avec les bons plans de l'équipe.
- ✓ **Sobriété numérique**
Renforcer les pages qui performant, redimensionner et optimiser les photos pour limiter le temps de téléchargement des pages

ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

NOS CAMPAGNES DIGITALES D'ENVERGURES EN 2024

ZOOM SUR :

1. **Reconduction du partenariat média avec Kidiklik,**
(le meilleur des sorties pour enfants).... pour parler à des communautés locales qui recherchent des expériences à vivre en famille lors de leurs sorties découvertes !
 - Visibilité sur les réseaux sociaux : 10 000 personnes) ;
 - Visibilité sur le site internet de Kidiklik (15 000 utilisateurs)
 - Avec une audience locale sur les réseaux sociaux.
2. **Reconduction d'un partenariat média** pour valoriser des « caractères » du territoire !
Résultats garanties minimum :
 - Visibilité sur les réseaux sociaux : 120 000 personnes
 - Visibilité sur le site internet : 600 000 visiteurs / mois
 - Avec une audience CSP+ Urbains (40% Paris et Ile de France)



ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

GESTION DE LA RELATION CLIENTS

ZOOM SUR :

Création d'un **jeu concours annuel** pour mettre en place une **base de données qualifiée** avec le soutien de l'accueil et lors de salons grand public!

Développement d'un espace dédié afin de récupérer la data sur notre site internet (formulaire de contacts pour participer au jeu concours)

Création d'un calendrier de l'Avent avec des lots à gagner (Facebook et Instagram)

Besoins de l'Office :


Sollicitation de lots auprès de nos partenaires (visites avec dégustation, activités, hébergements, restaurants,...) pour ce jeu-concours annuel et le calendrier de l'Avent



ENJEU 5 : MIEUX ACCUEILLIR NOS VISITEURS

Fréquentation touristique de l'OT

Du 01/01/23 au 31/10/2023

24163 Visiteurs   27,99%  6763 Français
 72,01% 17400 Etrangers



18%



17%



11%



11%



6%



Autres

37%



ENJEU 5 : MIEUX ACCUEILLIR NOS VISITEURS

- Mieux conseiller grâce à nos routes thématiques ;
- Renforcer la présence des produits « Made in Marne » dans la boutique de l'OT pour accentuer la commercialisation et valoriser les produits en circuit court;
- Animation du réseau des Greeters pour des visites authentiques ;
- Un OT qui s'exporte sur le territoire lors de manifestations (la balade qui pétille à Grauves, le marché artisanal de Vertus ...)
- Démarche qualité



ENJEU 5 : MIEUX ACCUEILLIR NOS VISITEURS

- Renfort des **visites guidées** par l'Office de Tourisme :
 - **1 heure au cœur de l'avenue** : Sur plus d'un kilomètre, déambulez dans cette avenue surnommée « Les Champs Elysées de la Champagne », connue pour ses hôtels particuliers et ses impressionnantes façades. Sous vos pieds, plus de 200 millions de bouteilles de champagne dorment en attendant d'être dégustées. Le guide vous dévoilera des secrets et anecdotes qui ont fait la réputation de cette avenue historique, inscrite sur la liste du Patrimoine Mondiale de l'UNESCO. (8,50€/adulte, 4,50€/enfants)
 - **Nouveauté : Epernay Gourmand** : Partez à la découverte de la prestigieuse avenue de Champagne avec un guide de l'Office de Tourisme, qui vous fera découvrir son histoire et ses secrets. A la fin de la visite, une pause gourmande bien méritée vous attendra, dans une maison de champagne située sur la célèbre avenue. Vous pourrez déguster une flûte de champagne et savourer une spécialité locale à l'occasion de ce moment convivial, qui vous ravira les papilles !
- Développement des visites guidées « **Art et Champagne** » intégrant les œuvres du Festival Vign'Art
- Dès que Epernay sera **Ville Art & Histoire** : mise en place des modalités de **coopération entre l'OT et l'Animation de l'Architecture et du Patrimoine** ;

ENJEU 5 : MIEUX ACCUEILLIR NOS VISITEURS

ACCUEIL

- Développement des visites guidées sur tout notre territoire : propositions de visites par thématique (histoire, œnologie, gastronomie) pour les groupes et les individuels ;
- Présence régulière du pôle Accueil sur toute la destination : rendez-vous, échanges et visites de terrain auprès de nos acteurs du territoire.

BOUTIQUE

- Paniers garnis avec prix gourmands pour faire découvrir les produits locaux ;
- Référencement des articles et produits locaux avec adaptation selon la saison ;
- Proposer des produits et offres en accord avec l'actualité (Fête des mères, Pâques, Noël, etc).

ECOUTE CLIENT

- S'assurer de la bonne satisfaction des clients (suivi et bilan des réclamations/suggestions, questionnaires de satisfaction, avis sur les réseaux sociaux GMB et Trip Advisor...)
- Présentation lors de la réunion du Groupe Qualité Destination du bilan de l'écoute client et axes d'amélioration proposés et mis en œuvre par l'équipe

ENJEU 5 : MIEUX ACCUEILLIR NOS VISITEURS

Démarche Qualité

- Audits de renouvellement marque Qualité Tourisme & label Tourisme & Handicap menés en 2023
- Réunion du Groupe de Travail Qualité Destination: mise en œuvre d'un plan d'actions Qualité à l'échelle de l'OT et de la destination



Office de Tourisme Epernay en Champagne

438 avis • N° 3 sur 34 activités à Épernay • Offices de tourisme

4,5 ★★★★★ 756 avis Google ⓘ

Epernay TOURISME
EN CHAMPAGNE

ENJEU 6 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – PROMOTION COMMERCIALE

Salons Grand Public Internationaux

SALON DES VACANCES



Salon des Vacances

1 au 4 février 2024
Bruxelles (Belgique)
Ouvert au partenariat
Présence souhaitée 1
partenaire / OT (soit par jour
soit pour la durée)

Champagner Fest

12 au 14 avril 2024
Ettlingen (Allemagne)
En partenariat avec la Ville
d'Epernay et Epernay Jumelages

Salon Grand Public Local

Destination Marne

15 au 18 mars 2024
Châlons-en-Champagne
Stand de 18 m²
Gratuité, espace offert par l'OT
Epernay en Champagne

**SALON
DESTINATION
MARNE**

DU 15 AU 18 MARS 2023
12 ÈME ÉDITION
CAPITOLE - CHÂLONS EN CHAMPAGNE



Epernay TOURISME
EN CHAMPAGNE

ENJEU 6 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – PROMOTION COMMERCIALE

Salons Professionnels
Multi-marchés

Rendez-vous en France
avec ses pré-tours

26 et 27 Mars 2024 - Toulouse

Promotion et la commercialisation
de la destination France.

2 jours de rendez-vous
préprogrammés, pour rencontrer
près de **750 prescripteurs** de **55 pays** sélectionnés.



Ouvert au partenariat

Destination Vignobles
avec ses pré-tours

Octobre 2024

Pour information l'édition 2022 : **156 prescripteurs internationaux** invités par Atout France et **153 exposants français** spécialistes de l'œnotourisme. **4300 rendez-vous d'affaires.**



ENJEU 6 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – PROMOTION COMMERCIALE



- Nombre de pass Reims-Epernay vendus en 2023 :
 - Pass Epernay 24h : 59
 - Pass Reims Epernay 48h : 696
 - Pass Reims Epernay 72h : 402
- 100% dématérialisé
- Promotion du pass par les OT's
- Commercialisation sur Regiondo
- 2024 : déploiement du pass auprès des acteurs touristiques au travers d'une réunion dédiée.

ENJEU 6 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – PROMOTION COMMERCIALE

Démarchage agences réceptives
& conciergeries parisiennes

Concept & Objectif : renforcer la connaissance des agences réceptives et des conciergeries parisiennes sur notre destination afin de mieux commercialiser Epernay en Champagne. Paris est la porte d'entrée du tourisme international.

Date : 2024 à définir. (en lien avec l'ADT Marne)



ENJEU 6 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – PROMOTION COMMERCIALE

Tourisme d'affaires - MICE

- 2 éductours dédiés au tourisme d'affaires, pour mettre en avant la destination
- Un évènement « La Champagne » sous forme de dîner afin de mettre en avant la Champagne, promotion auprès des agences ou corporates. (lieu à confirmer : Lyon ou Belgique, piloté par l'ADT Marne, fin 2024)
- Projet d'un **workshop** sur la Foire de Châlons-en-Champagne, avec 750 exposants, lieu idéal pour toucher le tourisme d'affaires local.



ENJEU 6 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – PROMOTION COMMERCIALE

Tourisme d'affaires - MICE



VIDEO MICE

ENJEU 6 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – PROMOTION COMMERCIALE

Nouveauté

Presse & Pro :

Projet : Champagne Event chez Fortnum & Mason à Londres - 17 et 18 Avril 2024

Thématique : Oenotourisme durable

Concept : Opération commerciale à Londres auprès de tour-opérateurs et de la presse spécialisée vin

Objectif : Promouvoir La Champagne, Epernay en Champagne et plus particulièrement vos activités

Partenariat : 12 vignerons/agences souhaités proposant une activité oenotouristique...

Déroulé :

- Masterclass avec la presse spécialisée vin (20 à 25 journalistes) ;
- Workshop avec tour-opérateurs (30 à 35 TO spécialisés) ;
- Présentation du marché britannique par l'agence et l'Office de Tourisme Epernay en Champagne ;
- Présentation de la destination Epernay en Champagne auprès des professionnels ;
- Projet de mobilisation d'importateurs en lien avec Business France (à confirmer).

Coût prévisionnel par partenaire : 1 700€ (le tarif inclut le transport, l'hébergement, le diner du Mercredi 17/04)

ENJEU 6 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – PROMOTION COMMERCIALE

Presse – Parutions/ Publi rédactionnel

Enjeu : Travailler l'image et l'attractivité de la destination en partenariat avec l'ADT Marne, l'ART GE et les OT de la Marne. Faire rayonner la destination, la rendre plus visible et ainsi accroître sa notoriété.

Quel fonctionnement pour les accueils de presse ?

- En direct avec l'Office de tourisme Epernay en Champagne ;
- Mutualisés avec d'autres OT's de la Marne ;
- En soutien avec l'ADT de la Marne et l'ART Grand Est.

MERCI pour le soutien que vous nous apportez dans les accueils de presse

Pour mémoire en 2023 : 26 journalistes accueillis



ENJEU 6 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – PROMOTION COMMERCIALE

Presse – Parutions/ Publi rédactionnel

Accueils de Presse & Influenceurs sur les marchés France, Europe et marchés lointains... en partenariat avec l'ADT, l'ARTGE et les OT's de la Marne.

Premières parutions pour l'année 2024

- **Magazine Balades** : 6 pages de reportage au printemps 2024
Partenariat : OT Epernay en Champagne, OT Hautvillers et ADT Marne
- **Destination France** : 6 pages de reportage Décembre 2023/ Janvier/ Février 2024
Partenariat : OT Epernay en Champagne, OT Hautvillers et Paysages de la Champagne
- **Evenaar TV** : reportage TV, diffusion en Mars 2024 (Ushuaïa de la télévision belge)



ENJEU 6 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – PROMOTION COMMERCIALE

Presse – accueils journalistes

Accueils de presse pour l'année 2024

- **Projet de recrutement** d'une agence de presse sur la France par l'ADT en lien avec les OT
- **Accueil de presse** selon demandes de la presse + développement d'accueils touristiques dédiés.
- **Accueil de presse pour la soirée Blanche du 14 Juillet et Habits de Lumières 2024** (l'OT gère le rayonnement international de cet événement.)
- **Projet de réalisation d'un Guide Spécial WE à Epernay en Champagne** avec les différentes communautés de communes... portage à définir, clé de répartition financière avec les différents organismes, pages de publicité pour limiter les coûts... avec parution fin 2024, début 2025 pour les 100 ans de l'avenue de Champagne, les 10 ans de l'Unesco et les 25 ans d'Habits de Lumière. Projet avec Hachette Livre en mode Guide du Routard.

ENJEU 6 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – PROMOTION COMMERCIALE

Presse – accueils journalistes

Projet : Champagne Day – 25 Octobre 2024

Concept : Soirée d'exception avec une cuisine d'exception et des champagnes d'exception dans un lieu d'exception (Musée ou Hôtel de Ville)

Objectif : Promouvoir Le Champagne et La Champagne lors de cette journée mondiale du champagne auprès des locaux mais également des touristes.

Partenariat : Musée ou Ville d'Epernay/vignerons

Chaque année, le 4^{ème} vendredi d'Octobre met à l'honneur sa majesté le Champagne!
Célébration de ce jour plein d'effervescence en dégustant du Champagne en partageant vos émotions, vos coups de cœur en photos, en vidéos sur vos réseaux sociaux avec le #Champagneday

La commercialisation se fera sur la place de marché Régiondo.

Les bénéfices de cet événement seront versés à une association : LISE, dans le cadre d'Octobre Rose.

ENJEU 6 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – PROMOTION COMMERCIALE

Service Réceptif

Offre : Service proposé à des groupes constitués de + de 10 pers.

Notre clientèle se compose de professionnels du tourisme (autocaristes et agences de voyages) - clubs - CE - groupes familiaux...

Commercialisation des prestations suivantes:

- Visites Guidées : 38%
- Mini-forfaits ou ½ journées thématiques : 13%
- Programmes-journée : 15%
- Séjours : 3%
- Prestations sèches : 4 %;
- Tours en petit train touristique (réservation groupe) : 27%



En 2023, nous sommes à environ 83% du CA moyen avant COVID-19.

Reprise de l'activité :

- 2020 : +/- 5 % d'un CA annuel moyen
- 2021 : +/- 28 % d'un CA annuel moyen
- 2022 : +/- 60 % d'un CA annuel moyen

Notre **service réceptif** est à votre disposition et à la disposition de vos clients, si ces derniers recherchent **des activités complémentaires** à la vôtre pour la mise en place de leur journée / séjour.

Notre e-brochure (2024) est éditée et consultable sur notre site internet dans la rubrique « Groupes ».

ENJEU 7 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – FORMATION 2023

- **Les Rendez-vous de l'Office** (2 Eductours, un à Epernay, un autre aux alentours)
- **Accueil d'un Eductour Mobilité Douce en Champagne** en partenariat avec l'ARTGE
Pour les OT's du Grand Est – ouvert aux membres du club NOVA.

Nouveautés

- **Les Cafés de l'OT**
Concept :
Essentiellement en virtuel pour former nos partenaires sur l'offre du territoire (points de vue, jardins de vignes, parcours de randonnées de notre Agglo)... avec une séquence courte et un invité à chaque Café

Objectif : Former nos partenaires/adhérents à l'offre du territoire.
Partenariat : La direction du tourisme de l'agglomération d'Epernay ainsi que les partenaires 2023/2024 de l'Office de Tourisme Epernay en Champagne.
- **Afterwork**
Concept : Une soirée à destination des pro's avec des experts pour améliorer vos/nos performances digitales ! Le parcours clients est aujourd'hui à 80 % digital. 8 visiteurs sur 10 viennent par le digital. Le marketing est donc digital.
Objectif : Partage de bonnes pratiques, astuces, retour d'expériences... dans la bonne humeur et la convivialité !
Partenariat : ouvert à tous nos partenaires/ adhérents

ENJEU 8 : STRUCTURER L'OBSERVATION

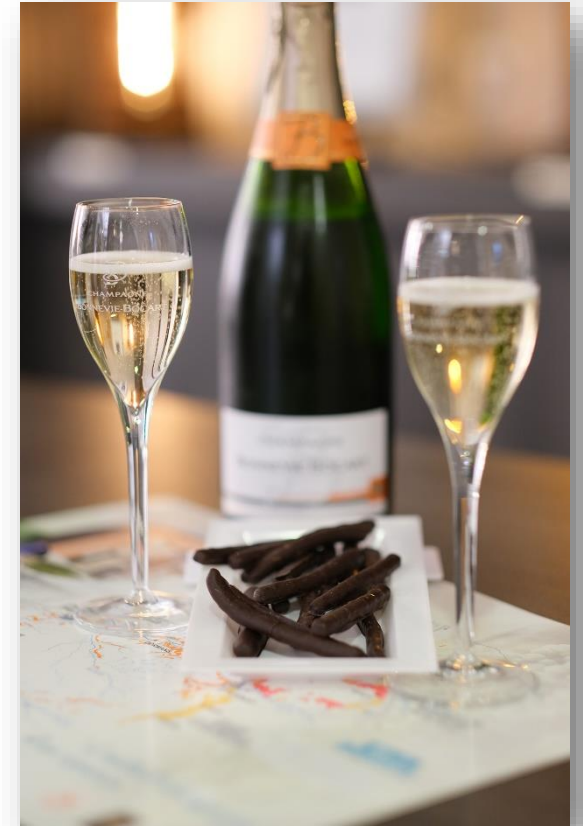
« On anticipe que ce que l'on mesure » Niels Bohr

- Utiliser la donnée pour éclairer, piloter, cibler et anticiper
- Connaître les grandes données de l'économie touristique, les retombées économiques, la connaissance des attentes de nos visiteurs, l'examen de nos faiblesses et handicaps, la collecte et l'exploitation des données touristiques, ... tout cela nous offre des marges de progression importantes. A la clé, c'est du CA supplémentaire et des gisements d'emplois.
- Nos premiers outils ; Flux Vision Orange, MKG Hospitality, Portail Villes Airbnb, datavisualisation, dispositif économique et Enquête Marketing des Clientèles...
- **Conférence Bilan de Fréquentation Touristique 2024 avec une matinale annuelle le 21 Octobre 2024** (national, régional, départemental, local & témoignages)
- **Création d'un support avec les Chiffres Clés du Tourisme**

ENJEU 9 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – EVENEMENTIELS

- Epernay Mon Amour – 14 au 18 Février 2024 – Saison 3
- Esprit de Champagne de mai à décembre 2024
- Ateliers accord Mets & Champagnes à l'OT
(avec nos partenaires Amorescence et Educavin)*
- Ateliers sur d'autres thématiques avec les partenaires de l'OT*
- Programme d'expositions régulières 2024
au sein de l'Office de Tourisme

* avec commercialisation en ligne sur Régiondo



ENJEU 9 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – EVENEMENTIELS

EPERNAY MON AMOUR



Concept :

- Rencontres et expériences inédites, personnalisées, « sur mesure » pour tous les amoureux mais aussi les amis et (nouveau) les célibataires

Objectifs :

- Positionner la destination sur le romantisme
- Organiser un événement fédérateur avec des temps forts et l'inscrire dans l'ADN du territoire
- Faire rayonner la destination et les partenaires qui se mobilisent
- Animer le territoire en basse saison et créer une dynamique économique sur une période creuse

Communication :

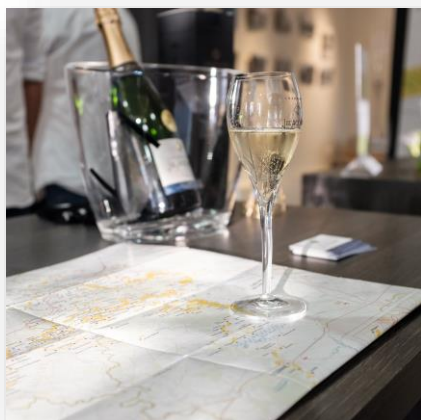
- Sucettes Decaux, Cinéma Le Palace, Les Vitrines d'Epernay, Presse Régionale (France Bleu, ELJ, Newsmag, l'Union, l'Hebdo du Vendredi, Bulle FM...), nationale et internationale (Destination France...) - Conférence de presse en janvier 2024

Du 14 au 18 février 2024

ENJEU 9 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – EVENEMENTIELS

ESPRIT DE CHAMPAGNE

29^{ème} édition - **La rencontre** - De début mai à début décembre 2024



5900

Dégustations

2023

68

Partenaires
(champagnes & activités)

Esprit
DE CHAMPAGNE

12^{ème} édition - **La découverte** - De début mai à fin octobre 2024



864

Passagers

2023

13285€

Chiffre d'affaires



Epernay
TOURISME
EN CHAMPAGNE

ENJEU 9 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – EVENEMENTIELS

Fascinant Week-end Vignobles & Découvertes en Champagne

5ème édition : 3ème week-end d'Octobre 2024

Concept :

Un programme oeno-festif pour une véritable immersion oenotouristique à la découverte du vignoble de Champagne et des labellisés Vignobles & Découvertes !

- Animations (ateliers mets & champagnes, atelier art & champagnes...) proposés et animés par des partenaires de l'Office de Tourisme et commercialisés via Régiondo
- Navettes à destination des labellisés Vignobles & Découvertes

Objectif :

Faire vivre aux visiteurs l'expérience de la Champagne

Partenariat :

Offices de Tourisme et ADT de la Marne



ENJEU 9 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – EVENEMENTIELS

JEUNES TALENTS DU TOURISME



- Partenaire de l'ADT Marne et de Jeunes Talents TV
- Membre du Jury de sélection
- Organisation des rencontres du Prix du Public à l'Office de Tourisme (début mars 2024)
- Candidature auprès de l'ADT jusqu'au 28 janvier 2024
- 3 catégories:
 - Champagne - Oenotourisme
 - Hébergements, Restauration et Produits du Terroir
 - Activités culturelles, naturelles, artisanales et de loisirs



ENJEU 9 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – EVENEMENTIELS

Vidéos de la destination



DES OUTILS À VOTRE DISPOSITION



VIDÉO DE LA DESTINATION



MUSÉE D'EPERNAY

ENJEU 9 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – EVENEMENTIELS

Vidéos de la destination



DES OUTILS À VOTRE DISPOSITION

CAPSULES THÉMATIQUES



ACTIVITÉS DE LOISIRS



FAMILLE



GASTRONOMIE



On a tous à cœur d'échanger !

« Seul, on va vite ; ensemble on va plus loin ! »

Balthazar Dadvisard

