

Rapport d'Activité 2018



Destination innovante et durable



AUBE
en Champagne



ÉDITO

Depuis 50 ans, le Comité Départemental du Tourisme de l'Aube est engagé dans le développement et la promotion touristique du territoire. Tout au long de ces cinq décennies, le CDT et ses partenaires ont renforcé leur collaboration et ont récemment trouvé un enjeu commun dans le slow tourisme, c'est-à-dire un tourisme plus humain, plus durable et responsable. Profiter de son temps de visite, des rencontres, des espaces naturels ou du patrimoine préservé, c'est cette authenticité, cet esprit qui séduit la clientèle touristique de l'Aube et qui valorise le mieux ses richesses.

Forte de ces valeurs communes qui l'animent, la destination dessine sa prochaine étape : la mise en place d'une marque partagée de territoire sur l'ensemble de la Champagne historique et viticole.

Plus qu'une simple référence à la Champagne ajoutée à celle du département, c'est une bannière commune et une identité simplifiée qui va être développée avec une partie de la région.

Sous cet étendard, les acteurs aubois se distinguent par leur dynamisme et leurs 3 piliers authentiques et porteurs :

- Côté vignoble, Route du Champagne en Fête, défilés de la Saint-Vincent et autres événements fédérateurs portés par les vignerons, la Cote des Bar et l'association Cap'C connaissent un vif succès.

- Renoir, Napoléon, Claudel, Rachi, Les Templiers, autant de grands noms qui ont désormais chacun leur écrin pour pouvoir recevoir des visiteurs du monde entier. Ils permettent de communiquer sur un patrimoine préservé qui garde la trace de leur passage et offre une ambiance tantôt médiévale tantôt bucolique aux visiteurs qui cherchent leurs racines.

- Grands espaces de nature, avec les lacs et la Forêt d'Orient autour desquels des projets privés (Guinguette, Hôtel Club, Beaver-Aquapark...) se développent. Ces offres complètent les activités nautiques, pédestres et cyclotouristiques déjà en pleine évolution.

La promesse est à son comble avec nos deux moteurs de croissance du tourisme aubois, Nigloland et McArthurGlen qui privilégiant des offres ambitieuses et durables, en lien avec les acteurs locaux urbains et ruraux.



D'autres grands enjeux façonnent l'Aube, parmi lesquels l'appel à idées pour la reconversion de l'Abbaye de Clairvaux, la structuration du bureau des congrès en synergie avec le département et Troyes Champagne Métropole ou encore la mise en place d'une stratégie de marketing automatisé pour une meilleure acquisition et fidélisation des contacts. Tous ces projets sont rendus possibles grâce à un renforcement de l'observation et des mesures des indicateurs touristiques.

50 ans, noces d'or du CDT et de ses partenaires. « Moi je respecte d'abord ce qui dure plus que les hommes » disait Saint Exupéry. Bien sûr que le travail des hommes et femmes de cette alliance est admirable mais ce qui l'est plus encore, c'est la confiance mutuelle dans les rôles de chacun pour faire briller plus intensément toutes les pépites du territoire ! Cette cohésion existe plus que jamais et c'est la plus belle réussite d'une destination.

Didier Leprince

*Président d'Aube en Champagne
Tourisme et Congrès*

BILAN DES ACTIONS DU CDT EN 2018

CHIFFRES CLÉS 2018

+5 %

De nuitées hôtelières,
soit près de 900 000 nuitées marchandes

59.50 %

De taux d'occupation moyen
des hôtels du département (59.38% Grand Est)

1.45 Jour

Durée moyenne de séjour dans l'Aube

+3 %

De visiteurs sur les sites touristiques, soit près
de 1 500 000 visiteurs sur les sites touristiques
gratuits et payants du département

1.4 Million

Pages vues sur nos sites Web
de l'Aube et ses thématiques

25

Sites web partenaires utilisent
notre flux d'informations Open Data

170

Dossiers Tourisme d'affaires accompagnés,
dont 54 événements accueillis au Centre de Congrès

127

Devis de groupes loisirs transmis aux 8 agences
locales du Club des Réceptifs

98

Communes fleuries

48

Journalistes accueillis

Près de **50 000**

visiteurs accueillis dans les caves labellisées
Vignobles & Découvertes

300

Bénévoles

11

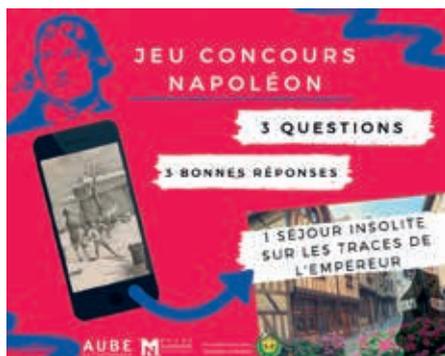
Startups et projets touristiques innovants
accompagnées avec le Slow Tourisme Lab

Source : INSEE, ORTCA, CDT Aube



LES GRANDS ÉVÉNEMENTS 2018

Ouverture du Musée Napoléon à Brienne-Le-Château



Le CDT a accompagné la ville de Brienne-le-Château dans sa communication autour de la réouverture du Musée Napoléon.

Cette action s'articule autour de différents axes :

- Actions événementielles, salons, workshops : Présence sur 3 salons, 110 000 visiteurs
- Conférence de presse devant la presse nationale lors du Salon SITEM à Paris, 110 présents
- Mise en relation avec les ambassadeurs locaux, 150 personnes accueillies
- Campagne de publicité digitale (bannières, newsletters, réseaux sociaux), 1 118 262 impressions / 7 421 clics
- Jeu concours Facebook, 6 520 participants
- Relations Presse
- Démarchage commercial



Exposition Arkéaube : Des premiers paysans au Prince de Lavau (-5300/-450)

En 2018, l'exposition ArkéAube portée par le Département a été soutenue dans sa promotion par le CDT :

- Mise en avant sur les Foires de Champagne, 44 923 visiteurs
- Lancement de la saison des guides-bénévoles au sein de l'exposition, 100 présents
- Mise en avant sur notre site web, réseaux sociaux et newsletters, 27 000 contacts
- Relations Presse
- Démarchage commercial



Les 40 ans du Centre UNESCO Louis François



Le CDT a appuyé la communication autour des 40 ans du Centre pour l'Unesco Louis François à travers :

- Mise en avant sur notre site web, réseaux sociaux et newsletters, 27 000 contacts
- Mise en avant dans le dossier de presse 2019 en incluant des dessins d'enfants du concours Graines d'Artistes
- Relations Presse

Les Templiers de L'Aube, le fer de lance de notre communication



- Actions événementielles, salons, workshops : Présence sur 3 salons / 110 000 visiteurs
- Journées Découvertes avec les étudiants du centre universitaire de Troyes Master patrimoine (35)
- Campagne de publicité digitale (bannières, newsletters, réseaux sociaux), 2 162 550 impressions / 7 313 clics
- Sortie de l'épisode 2 du Serious Game Templiers – 2 800 utilisateurs
- Eductour autour des Templiers – 5 agences/ tour-opérateurs et reportage radio
- Travail en cours sur un magazine Templiers qui sera distribué en kiosque en France et remis aux pays partenaires afin qu'ils puissent le développer s'ils le souhaitent dans leurs pays.
- Relations Presse
- Démarchage commercial

LE DÉVELOPPEMENT DES FILIÈRES ET THÉMATIQUES

Oenotourisme

La zone « Côte des Bar » regroupe plus de 130 prestataires et événements touristiques labellisés dont 51 caves qui peuvent arborer le label « Vignobles et découvertes ». En 2018, grâce à l'accompagnement du CDT, 7 nouvelles caves, 1 hébergement et 1 événementiel ont intégré le réseau.

Les différents acteurs oenotouristiques participent aux opérations de promotion mises en place pour présenter l'offre auboise : accueils presse et groupes, rencontre avec des professionnels du tourisme, participation à des salons...

Les caves reconnues pour la qualité de leur accueil participent aux opérations du CDT comme : accueils presse, éductours, opération « Champagne offert » pour les 14 caves signataires de la charte Tourisme d'Affaire. De plus, 7 caves ont participé à l'opération « Vendangeur d'un jour » et accueilli 17 participants.

Axe majeur de la communication du CDT, une campagne web spécifique autour des activités oenotourisme (Champagnes de Renoir, Vendangeur d'un Jour et Route du Champagne en Fête) a été diffusée à hauteur de 10 000€ et a généré 1 592 000 impressions (nombre de fois où le message a été vu). 9 communiqués de presse ont été réalisés et envoyés, dont 3 pour la Route du Champagne en Fête.

A l'occasion de la journée internationale du champagne, #ChampagneDay, le 20 octobre, le CDT a mis en place des actions de communication comme un jeu concours sur Facebook et l'invitation de 5 bloggeur prévus en 2019 afin de rebondir sur cet événement global relayé principalement sur les réseaux sociaux.

Cyclotourisme

Développé en collaboration avec le CRT et le CDT, le réseau auboise « Champagne à vélo » compte 43 prestataires dont 15 détiennent également le label national « Accueil vélo » :

Les prestataires, labellisés pour 3 ans, proposent une offre de services adaptés aux besoins spécifiques des cyclotouristes.

En 2018, ce sont 8 structures qui ont renouvelé leur labellisation. Le réseau compte également 5 nouveaux hébergeurs et 3 loueurs.

De plus, le CDT est associé par le Département sur la réflexion globale du déploiement des vélovoies et voies vertes.



Les itinéraires cyclables du département sont téléchargeables gratuitement sur la plupart des plateformes de partages d'itinéraires

Moto

Développé en collaboration avec le CRT, les antennes locales des Motards en Colère et les CDT de la Région, le label « Accueil Motard » est arboré par 30 prestataires de l'Aube.

Suite à un démarchage ciblé du CDT, 14 nouveaux hébergements souhaitent intégrer ce label reconnu et seront audités prochainement.

Pêche

Dans le cadre du label développé avec la Fédération Départementale de Pêche de l'Aube, les labellisations et renouvellements « hébergements pêche » se poursuivent. 8 hébergements sont à ce jour labellisés, principalement autour des lacs et 5 établissements sont en cours.

Tourisme Et Handicap

Le CDT est l'organisme chargé de la mise en place de la marque « Tourisme et Handicap » dans le département.

9 établissements arborent la marque d'Etat dans l'Aube :

- 1 hôtel,
- 4 meublés de tourisme,
- 3 sites de visite/loisirs,
- 1 chambre d'hôtes



Le CDT a accompagné 1 hébergeur pour son renouvellement ainsi que 2 caves de champagne et un porteur de projet d'hébergement touristique désireux d'intégrer le réseau à terme.

Petites cités de caractère

Ervy-le-Châtel et Mussy-sur-Seine sont les 2 communes auboises labellisées « Petites Cités de Caractère ». Essoyes et Bar-sur-Seine restent homologables suite aux visites du Comité de Contrôle.



Le CDT est membre du comité de pilotage au niveau de la région.

Concours de fleurissement

Suite à la disparition ou défection de certains comités locaux de tourisme, le CDT a repris le relais afin d'assurer une continuité du concours aux administrés concernés. Ainsi, le CDT a recruté des bénévoles, a assuré leur formation et organisé les tournées locales de la Vallée de l'Aube et des Grands lacs. Ces bénévoles se sont vus récompensés de leur engagement en présence du CDT et du CRT.



Le jury départemental a visité 3 communes et 54 particuliers du 10 au 13 juillet dernier. A la suite de ces visites, la commune de La Vendue-Mignot a obtenu sa 1ère fleur et les communes de Villeloup et Bercenay-en-Othe ont été proposées à la Région pour son obtention.

Le département compte donc 98 communes labellisées de 1 à 4 fleurs à savoir :

- 3 communes 4 Fleurs
- 29 communes 3 Fleurs
- 38 communes 2 Fleurs
- 28 communes 1 Fleur

Projet itinéraire culturel européen « Route des Templiers »

Le projet d'itinéraire Culturel Européen Templiers regroupe désormais la France, le Portu-



gal, l'Italie et l'Espagne. Ce projet, de collaboration entre différents pays européens a été initié par le département de l'Aube et la ville de Tomar au Portugal. Le CDT a pris en charge la communication de la Route à travers un site web et une page Facebook dédiés.

L'assemblée générale de la route européenne des templiers a été organisée les 17 et 18 octobre à Pérouse en Italie. Elle a acté :

- l'adhésion d'un nouveau membre actif: Temple Church à Londres.
- Le souhait de développer le réseau notamment Chypre et Israël.
- Une réponse à l'appel à projet Creative Europe sur deux axes : développement du réseau

et développement de l'audience (publics fragilisés, enfants...) en associant notamment la gamification

- Développement de produits dérivés communs

Le CDT a également développé un serious game sur l'histoire des Templiers de l'Aube, ainsi qu'un jeu de cartes avec les figures des avatars du jeu.

Fin 2018, le Comité Départemental de tourisme accompagné d'un expert en montage de dossier européen a répondu à un appel à projet de Creative Europe en association avec les villes de Tomar et Pérouse pour lequel une réponse est attendue pour juin 2019.



L'ACCOMPAGNEMENT DU DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE TOURISTIQUE

Classement des meublés de tourisme

Le CDT a notamment pour mission de classer les meublés de tourisme puisqu'il bénéficie de l'accréditation Organisme de contrôle, renouvelée en 2017 par la COFRAC. Il assiste également les labels « Clévacances » et « Gîtes de France » dans les visites à leur demande. 48 visites de classement ont été réalisées en 2018 dont 26 nouveaux meublés.



Observatoire départemental

Le CDT recense la fréquentation des sites touristiques du département ainsi que la fréquentation dans les caves labellisées Vignobles & Découvertes.

Concernant les données des hébergements, le CDT s'appuie à l'heure actuelle sur les données produites par l'Observatoire Régional du Tourisme de Champagne Ardenne en collaboration avec l'INSEE et OLAKALA. Toutefois, le déploiement de la taxe de séjour et l'accompagnement apporté par le CDT et le Conseil Départemental aux communautés de communes, avec notamment pour objectif l'utilisation d'un outil unique, laissent espérer une collecte plus précise et réactive de ces données, y compris sur des types d'hébergement pas ou mal couverts par les différentes études existantes: meublés de tourisme et chambres d'hôtes.

Recherche et accompagnement d'investisseurs

Le CDT reçoit et accompagne tous les porteurs de projet qui le sollicitent dans leurs démarches pour la création ou la rénovation d'établissements ou d'activités touristiques.

Un plan départemental de développement de l'offre touristique est remis dès le premier rendez-vous. Il rassemble les chiffres clés du département ainsi qu'une description (forces

et faiblesses) de chaque zone touristique du département. Un dossier de qualification du projet est ensuite rédigé par le CDT en collaboration avec le porteur.

Les domaines concernés sont principalement des hébergements, mais aussi des restaurateurs, les sites de visites et caves de champagne, des activités culturelles, les parcs à thème...

Accompagnement des associations pour l'événementiel

Afin d'encourager l'animation du territoire et de favoriser une offre touristique de qualité, le CDT reçoit les associations mettant en place des événements / projets touristiques et les accompagne en fonction de leur besoins :

Mise en place logistique :

- Mise en contact avec les bons relais sur le territoire
- Etablissement du cahier des charges
- Budget prévisionnel
- Aide à la diffusion et communication de l'événement
- Suivi de l'événement (débriefing, axes d'amélioration)

17 associations/ projets ont été accompagnés par le CDT :

- Un Jour, une Eglise
- Amis du Parc
- Amis des Orgues de Chaource
- 60 ans du Golf de la Cordelière
- 350^e anniv du 5^e régiment de dragons
- Championnat de France de jet vitesse
- Chasse et Campagne en Fête au Château de Vaux
- Slow Food Festival à Eaux Puiseaux avec Philippe Bonnet
- 48 heures de l'automobile anciennes à Troyes
- Saint-Vincent à Troyes avec Cap C
- Citext avec Club Textile Intégral
- Nuits de Champagne et Chanson Contemporaine
- Restauration et animations des vitraux de l'église de Montfey
- Cabo Verde en Champagne avec l'association des commerçants de Villenauxe-la-Grande
- Portraits de Passage
- Festival Altana, Esprits des Grands Lacs
- Route historique des Québécois

LA STRUCTURATION DU TOURISME DURABLE

ISO 20121

La norme ISO 20121 est un référentiel international de management responsable dédié à l'activité événementielle. C'est la première norme internationale de filière sur le développement durable. Elle est applicable aux organisations qui contribuent à la conception et à la mise en œuvre d'événements : organisateurs, prestataires de services, gestionnaires de lieux...

Le Comité Départemental de Tourisme de l'Aube positionné en tant que prescripteur du développement durable auprès de ses parties prenantes est engagé dans cette démarche depuis 2013.



WWW.QUALICERT.FR

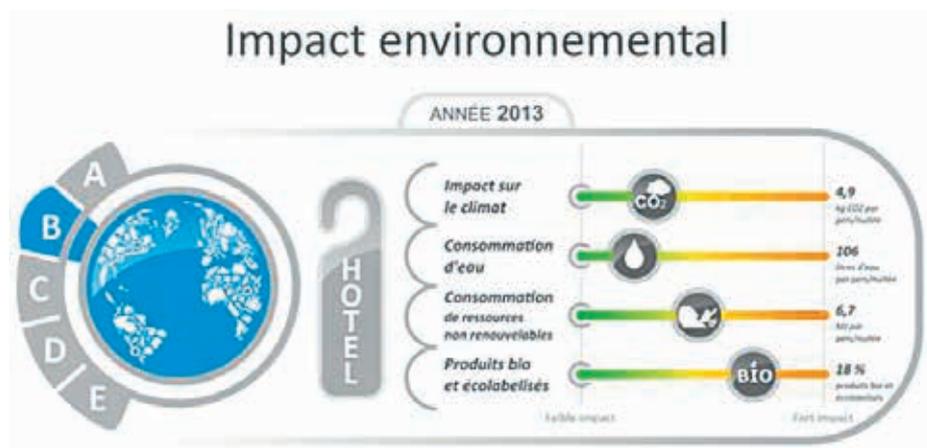
Affichage environnemental

Poursuivant sa démarche initiée en 2012, qui a abouti à faire de l'Aube le département leader en affichage environnemental avec un collectif de 14 hôtels aubois engagés, le CDT renouvelle un projet d'accompagnement des hôtels sur l'évolution de cette étiquette.

Ce dispositif permet de connaître l'impact environnemental d'un touriste pour une nuit et un petit déjeuner. Un diagnostic permet de réduire

les coûts de fonctionnement grâce à la mise en place d'un plan d'actions.

Depuis fin 2016, le CDT fait partie d'un groupe de travail national regroupant l'ADEME, CCI France, UMIH France, GNI SYNHORCA France, qui a pour projet un pré-déploiement de l'affichage environnemental auprès de 100 hôtels sur toute la France. Le CDT a obtenu que 10 hôtels soient localisés dans l'Aube. 7 sont à ce jour étiquetés.



Passeport vert

Le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) a lancé depuis 2011 une campagne internationale du « Passeport Vert » qui vise à orienter les touristes vers des choix de vacances responsables. En novembre 2017, le CDT a signé un mémorandum avec l'ONU pour s'engager dans cette démarche et renforcer l'image responsable de la destination touristique de l'Aube.

Le CDT a pour mission d'animer un réseau d'acteurs du tourisme durable et de mesurer

la performance environnementale, économique et sociale des actions entreprises.

La dernière formation assurée par Butterfly Tourisme du comité de pilotage composé d'élus et de responsables du département, des chambres consulaires et du CDT a eu lieu les 16 et 17 avril 2018 afin de préciser les orientations suite aux différentes rencontres d'écoute des parties prenantes. Des groupes de travail thématiques vont être mis en place prochainement.



L'INFORMATION DU GRAND PUBLIC

Enrichissement et promotion du contenu informatif

Le CDT poursuit son travail d'optimisation du référencement de l'ensemble des sites et notamment sur www.aube-champagne.com.

Les nouvelles obligations de sécurisations (https) et le passage à l'utilisation de la cartographie google en version payante a motivé beaucoup de changements techniques dans les sites. De plus le passage à la RGPD a permis de clarifier la politique de gestion des contacts.

Il a été réalisé en 2018 et son positionnement est maintenant beaucoup plus présent sur les requêtes faites par les internautes (76.5 % via des recherches sur des moteurs). Nous enregistrons +18% de visiteurs soit 1 134 000 utilisateurs et +18% de pages vues (1,4 Million de pages vues) vis-à-vis de l'année 2017.

Ce travail d'optimisation se traduit par une augmentation du temps passé sur le site 1'30" en moyenne et par une meilleure fidélisation +22 % d'utilisateurs fidèles (484 000 visiteurs nouveaux et 490 000 visiteurs « habitués »).

La consultation du site est maintenant faite à 52 % sur smart phone, 39 % sur PC et 9% sur tablette. Notons l'augmentation de 18% des clics sortants vers les sites des prestataires soit 100 000 clics en 2018 contre 85 000 en 2017.

Les sites www.aube-champagne.com et www.congres-champagne.com disposent d'un chat depuis avril 2016. Ce dernier permet de contacter de manière très rapide les équipes du CDT sur des questions diverses. Plus de 430 conversations sur aube-champagne.com soit 24 % et 20 sur congres-champagne.com soit une baisse de 17% sur la période 2018.

Enfin depuis septembre 2017, l'ensemble de nos sites propose l'e-réputation des établissements touristiques par le biais de l'outil Fairquest.

Statistiques de nos sites internet (01/04/2018 au 01/04/2019)

L'ensemble de nos sites internet représente 1,49 million de pages vues sur l'Aube ou ses thématiques, soit une hausse de 20,7%. Notre site principal enregistre à lui seul 1,4 M de



pages vues et en progression de 18,2 % avec une stagnation du temps moyen passé sur les pages à 1 minute et 28 secondes.

De plus, grâce à la politique d'Open Data du CDT, les données du tourisme auboisi sont utilisées sur 30 sites internet, 1 carte interactive, 2 bornes d'information et 12 applications.

Concernant les brochures...

La réédition, actualisation et création de brochures par le CDT viennent compléter l'offre informative déjà présente sur le territoire. Cette documentation est diffusée grâce :

- aux prestataires touristiques du département
- à l'envoi par courrier lors d'une demande auprès du CDT
- à la diffusion sur des salons

L'ensemble des brochures du CDT est disponible également au format PDF sur le site www.aube-champagne.com/fr/brochures-et-documentations/.

Animation du contenu expérientiel et éditorial

Testeurs-reporters

Le CDT poursuit sa politique de marketing de contenu en renouvelant son opération « testeurs-reporters ». 30 articles ont été publiés en 2018 autour des événements, activités et nou-

veautés sur le territoire.

Les recettes de Marion

Une rubrique vidéo gastronomique « les recettes de Marion » a été développée en partenariat avec différents restaurateurs de l'Aube. L'objectif : mettre en avant les produits locaux à travers des recettes originales tout en valorisant une bonne adresse



Partenariat avec l'association Portraits de Passage

En partenariat avec l'association auboise « Portraits de Passage », des interviews de prestataires touristiques ont été réalisées tout au long de l'année

Réseaux sociaux

Le relais de ce contenu expérientiel sur les réseaux sociaux ainsi que les jeux concours ont permis l'acquisition de nouveaux contacts qualifiés et engagés (ex jeu Facebook aux couleurs de Napoléon)

Facebook :

- Loisirs : 11828 fans sur @Aube.Champagne
- Centre de Congrès : 163 fans

Twitter :

- Loisirs @AubeChampagne – 2 533 abonnés
- Affaires @AubeCongrès – 617 abonnés

Instagram :

- 1018 abonnés

Newsletters

Au travers des différentes actions (salons, workshops, jeu concours, inscriptions newsletters, champagne breaks...), le CDT enrichit chaque année sa base de données.

Pour la faire vivre, l'envoi de newsletters a lieu régulièrement auprès des contacts Grand Public (11 616), professionnels, comités d'entreprise (CE), associations (5 896) et tourisme d'affaires (9 339).

Les newsletters ont un taux moyen d'ouverture de 21.8 % pour le grand public, 20.4 % pour les groupes (TO groupes, CE et associations) et 17.3% pour le tourisme d'affaires.

Presse

42 Journalistes presse nationale accueillis.

6 journalistes presse internationale dont 1 journaliste presse Allemagne, 4 journalistes presse Belgique et 1 journaliste presse Italie.

Accompagnement tournage de films

53 décors ont été répertoriés sur le site Film France suite à différentes campagnes de repérages effectuées avec TCM et le Bureau d'Accueil des Tournages Grand Est.

Un voyage d'inspiration organisé avec Court en Scène et TCM : accueil de 3 productions.

Campagne de communication web

Campagne display / native advertising et réseaux sociaux

La campagne web 2018 du CDT se compose de ces volets :

- Campagne display à travers des bandeaux publicitaires
- Native Advertising (marché français) : articles rédactionnels mis en avant sur des sites web d'actualité
- Publicités sur les Réseaux Sociaux : Jeu concours Napoléon / Route du Champagne en Fête / Vendangeur d'un Jour

Cette campagne a permis de générer 5.4 millions d'impressions (nombre de vues sur la bannière) et 44 000 clics.

Marketing Automation

Cela consiste à l'automatisation de campagnes marketing déclenchées par un ensemble de conditions prédéfinies et en fonction du comportement de l'utilisateur. Ex : si l'internaute clique sur un séjour famille, il recevra à j+5 une relance sur cette même thématique.

Le CDT s'est engagé dans cette action en mettant en place des scénarios automatisés en fonction des cibles principales

Ex : Mise en place d'un guide PDF en fonction de la cible > Campagne push pour inciter les internautes à télécharger le guide en laissant leur email > Génération de leads > Relance en fonction de l'intérêt qu'ils ont manifesté

Campagne de communication La Champagne

Plusieurs actions ont été menées dans le cadre de la promotion de la destination la Champagne :

- Salon des Vacances de Bruxelles avec pôle et dossier de presse commun
- Cluster Oenotourisme : mise en place d'actions conjointes avec Atout France vers Belgique et Grande Bretagne.
- Relais auprès de nos prestataires pour l'intégration à la marque Refined Art de Vivre
- Réflexion autour des actions du Pacte de Destination la Champagne

Les salons grand public

Le CDT et ses partenaires ont participé en 2018 au :

- Salon des Vacances de Bruxelles : sous une bannière commune La Champagne, en partenariat avec la Haute-Marne et la Marne. Un dossier de presse commun a été diffusé
- Foires de Champagne avec des points presse et rdv B2B organisés sur le salon

Ces salons ont permis de récolter 361 contacts.

Accueil touristique

Les touristes ont pu découvrir les événements estivaux du département et rencontrer les prestataires qui ont répondu présents lors des Welcome Apéros organisés tous les samedis matins en juillet et en août à la maison des lacs à Mesnil-Saint-Père.

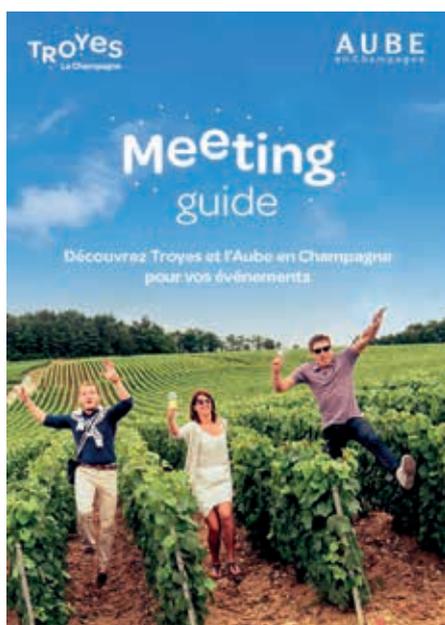
Un agent d'accueil était mobilisé toute la saison pour animer l'accueil touristique.

LE CDT ANIME LA COMMERCIALISATION DE LA DESTINATION AFFAIRES ET LOISIRS

Elaboration des outils commerciaux

La création et la mise à jour d'outils ont permis d'accompagner les actions de promotion et de prospection:

- Brochure groupe en versions française et anglaise à destination des comités d'entreprise, associations et professionnels du tourisme (autocaristes, agences) ; création de quatre nouveaux produits et mise à l'honneur de l'exposition ArkéAube, thématique annuelle 2019; diffusion papier à près de 4200 contacts
- Renouvellement du « Meeting guide », guide de l'organisateur d'événements présentant l'ensemble de l'offre tourisme d'affaires du département. Ce guide bilingue français-anglais a été édité en 2 000 exemplaires et est téléchargeable sur le site congres-champagne.com.



- Poursuite de l'adaptation des outils de communication existants (sites web, présentations clients, emailings, outils pour salons...);
- Mise en ligne de nouveaux forfaits dédiés aux individuels sur www.champagne-breaks.com,

en collaboration avec la place de marché touristique **Authentic-break.com**, outil au service de la commercialisation du territoire ;

- Mise en avant des nouvelles offres groupes et des offres oenotouristiques sur le site dédié groupes.champagne-breaks.com/fr/;
- Développement d'un nouveau coffret-cadeau de produits locaux destiné aux partenaires revendeurs, aux entreprises locales et aux organisateurs de congrès et événements, en collaboration avec la boutique troyenne « A la Une de Troyes ».

Recherche de partenariats commerciaux et démarchage

Le CDT a capitalisé sur l'adhésion à des réseaux nationaux pour bénéficier d'une visibilité, d'une prescription commerciale, d'outils marketing, de la connaissance des marchés et de leur évolution et pour partager des expériences et des savoir-faire avec d'autres professionnels. Il a donc renouvelé son adhésion au réseau Tourisme & Territoires et Destination groupes (Réseau national des destinations départementales). L'adhésion à Atout France a quant à elle été mutualisée avec Troyes Champagne Tourisme.

La stratégie étant de développer les autocaristes, de nombreuses actions ont été mises en place auprès de cette cible :

- Démarchage téléphonique annuel auprès de 250 autocaristes, dont 20 se sont inscrits à l'éducteur autocaristes et 20 démarchés physiquement ;
- Campagne de promotion téléphonique avec 100 appels argumentés dans le cadre de l'édition de la brochure groupes 2019 qui a généré 17 demandes de devis immédiats ;
- Trois newsletters dédiées

Concernant le tourisme d'affaires, l'adhésion à l'AIVFC (Association Internationale des Villes Francophones de Congrès) a été renouvelée. Le territoire a également rejoint l'UNIMEV (Union Nationale des Métiers de l'Événement) et

France Congrès et Événements, en partenariat avec Troyes Champagne Métropole.

Le démarchage proactif s'est poursuivi avec 1500 prospects démarchés par téléphone et une soixantaine de rendez-vous et visites de repérage effectués.

Une présentation de la destination loisirs et affaires a également été réalisée auprès de l'ensemble des collaborateurs de la direction des ventes Accor au siège à Paris.



Rencontre des professionnels du tourisme de loisirs

Le CDT a participé à plusieurs salons et workshops professionnels, principalement à destination de la clientèle groupe :

- Salons Rendez-vous en France, Destination France – IFTM, Langres Tourisme, SITEM
- Workshop transfrontalier Grand-Est, workshop Club Groupe
- Événement à Londres

Neufs éducteurs ont également été réalisés, rassemblant près de 80 prospects:

- Éducteur professionnels du tourisme ;
- Journée découverte associations sur la thématique Napoléon ; éducteur Templiers ;

- Eductour USA et Pré-tour Destination Vignobles en collaboration avec le CRT ;
- Quatre éductours personnalisés pour des agences spécialisées culture ou oenotourisme.

Rencontre des professionnels du tourisme d'affaires

Le CDT a participé et organisé plusieurs actions pour promouvoir la destination affaires auprès des organisateurs d'événements français, en collaboration avec ses partenaires locaux :

Événements hors du territoire :

- French ComInTech et Les Sommets du Digital sur l'innovation ;
- Congrès FFMAS (Fédération nationale des métiers de l'assistanat) ;
- Soirée champagne à Paris avec la créatrice troyenne 2maiparis ;
- Soirée de prospection L'AIVFC se met en Seine ;
- Journée commerciale France Congrès ;
- Workshop inversé MP2 à Marseille ;
- Soirée Mice au Musée Grévin

Événements et éductours dans l'Aube :

- 6 éductours personnalisés et un éductour en groupe à destination d'agences événementielles et associations professionnelles ;
- Stand sur la soirée de la Fondation UTT et la Convention Citext ;
- Collaboration à la mise en place de la journée « Créer du lien » avec l'ESC Troyes.

Les différentes actions menées ont permis au CDT de collecter plus de 130 nouveaux contacts

et de sensibiliser plus de 400 contacts groupes loisirs et prospects affaires.

Accompagnement et suivi du tourisme de loisirs

Le CDT a traité 132 demandes de séjours et d'excursion de groupes : 5 demandes « sèches » avec renvoi direct vers les partenaires aubois et 127 devis groupes transmis au Club des réceptifs.

52 groupes, de 11 à 110 personnes ont été accueillis (44 excursions pour 8 séjours) avec une moyenne de 33.5 participants par groupe.

Accompagnement et suivi du tourisme d'affaires

Réponse au client : analyse du cahier des charges et devis

170 dossiers concernant l'ensemble de l'offre affaires du département ont été accompagnés pour des projets entre 2018 et 2021, de 10 à 1 500 personnes.

Parmi ces dossiers, 70 % le sont pour le Centre de congrès et 30% pour les autres lieux d'événements de l'Aube et la destination en général.

62 dossiers soit 175 demandes ont été envoyés aux partenaires dont les prestations ont été recommandées directement aux clients.

Les actions dans l'accompagnement des clients sont :

- la rédaction de l'offre et l'aide à la réalisation du dossier s'il s'agit d'une candidature
- l'envoi de recommandations et la mise en relation avec les prestataires aubois répondant

au cahier des charges (lieux de congrès et d'événements, hébergements, traiteurs, restaurants, agences réceptives, caves de champagne, sociétés de visites et activités etc.),

- l'accueil de décideurs en visite de repérage
- l'assistance à la promotion de l'événement

Concernant le Centre de congrès, 137 devis ont été réalisés et 78 contrats signés pour 2018 à 2020. De nombreux dossiers étant toujours en cours.

Concernant l'origine des demandes, 71% arrivent directement au CDT ou via un relais local départemental, ou font suite à des actions de prospection ; 13% émanent du bouche à oreille et d'organisateur ayant déjà assisté à un autre événement au Centre de congrès ; 16% émanent de recommandations de partenaires.

Suivi de l'événement et satisfaction client

54 événements ont été accueillis au Centre de congrès en 2018, hors événements internes et culturels, représentant plus de 11 000 participants avec une moyenne de 200 participants par événement, toute dimension d'événements confondus. Les deux tiers sont fidèles et reviennent depuis au moins une année. Les événements sont à 51% d'envergure locale, 22% régionale (Grand Est), 23% nationale et 4% internationale.

Huit interventions des caves de champagne partenaires ont eu lieu dans le cadre de l'offre « Champagne offert » et 43 prestations traiteurs ont été réalisées. Enfin, le CDT était présent via une banque d'accueil touristique sur six événements.

180 individuels regroupés au sein d'associations locales ont également pu découvrir le Centre de congrès lors de visites commentées ou de répétitions privées de l'Orchestre Symphonique de l'Aube.



LES OUTILS NUMÉRIQUES MUTUALISÉS PAR LE CDT

Un Système d'information touristique partagé

La base de données commune et partagée entre les OT, le CDT et le Comité Régional du Tourisme de Champagne-Ardenne depuis 2013 poursuit son évolution et sa réorganisation suite à la restructuration des Offices de Tourisme (loi NOTRe).

Elle intègre dorénavant les plannings de disponibilité des Gîtes de France et permet ainsi de démultiplier leur commercialisation via l'ouverture en Open data.

FairGuest permet d'observer l'e-réputation selon les typologies d'établissements (Hôtels, Restaurant, Activités ...). Directement connecté au Système d'Informations Touristiques du département et des Offices de Tourisme de l'Aube, FairGuest vous permet de consulter tous les avis déposés par les vacanciers sur les plateformes les plus utilisées (Booking, Google+, tripadvisor, la fourchette, Logis etc). Cet outil est accessible pour l'ensemble des Offices de Tourisme de l'Aube, mais également pour les socio-pros. Ces derniers peuvent ainsi analyser, optimiser et mieux répondre aux avis qui leur sont laissés. Une ouverture d'analyse plus large des socio-pros va être effectuée en 2019.

Un outil commun pour l'accueil touristique

Cet outil d'enregistrement des demandes et accueil de touristes est en place depuis plusieurs années. Il permet d'analyser la fréquentation et les demandes de nos touristes de façon uniforme. Il permet également de coller aux

besoins spécifiques des Offices de tourisme, comme l'analyse des ventes en boutique tout en offrant une ergonomie simple et rapide sur tablette ou PC.

Le Wifi territorial

18 lieux sont équipés du WIFI AUBE (dont les capitaineries). Les utilisateurs du WIFI Aube sont automatiquement redirigés vers le site aube-champagne.com leur proposant de découvrir, au plus proche d'eux, les activités et établissements touristiques de l'Aube. Suite aux dysfonctionnements constatés le CDT a pris en charge la nouvelle installation de 14 serveurs spécifiques pour une meilleure utilisation. S'est adjoint au système un outil d'analyse des connexions. Sur l'ensemble du territoire nous comptons 1720 utilisateurs et 62 000 sessions (+4 %)

Open data et sites paramétrables

Les partenariats avec de nombreux sites sont toujours actifs. Notons par exemple Circuits de France www.cirkwi.com et <http://rando-champagne-ardenne.com/> pour la randonnée ; ou encore une cartographie de la Fédération de pêche de l'Aube, l'application Echappée Champenoise de la société Maskott (producteur de Champagne), géovélo.fr (circuits vélo), Terre de Champagne (promotion d'événements), l'application Culture Moov (outil de médiation culturelle).

Le CDT participe activement au développement et à l'ingénierie de l'Open Data touristique national sous l'impulsion de la DGE (sous-direction du tourisme) et Tourisme et Territoires (Comité d'expertise et Comité de travail opérationnel).

L'Aube y poste quotidiennement ses données, soient environ 5 000 fiches de prestations touristiques et manifestations. Ces données ont été téléchargées et utilisées par 75 comptes (startups, TPE/PME) ; soit une réutilisation de 165 000 fiches depuis mi 2017.

En outre afin de diffuser l'offre touristique de l'Aube en Champagne, le CDT propose aux prestataires touristiques la possibilité de refondre leur site internet vers un site adapté pour tous supports mais surtout connecté à l'offre touristique du département tels que :

- www.48heures.com
- www.champagne-cudel.fr
- www.logis-aube.com
- www.bienvenue-en-champagne.com
- www.congres-champagne.com
- www.tourisme-cotedesbar.com



LE SLOW TOURISME LAB

Le concept du Slow Tourism Lab

Créé depuis septembre 2017 le Slow Tourisme Lab est le 1er incubateur au monde de startups et d'entreprises souhaitant innover dans le tourisme durable.

Il est l'initiative du Comité Départemental du Tourisme de l'Aube et de ses partenaires : la Technopole de l'Aube et Y Schools (anciennement Groupe ESC Troyes) et membre de réseau France Tourisme Lab, réseau porté par le DGE.

Le Slow Tourisme Lab est un panel d'outils, d'accompagnement et de mise en réseau qui permet de détecter et soutenir les projets innovants dans le tourisme authentique et durable.



Il associe le numérique sans le stress, permet la réappropriation de la nature, utilise l'itinérance douce, valorise les savoirs faire locaux, favorise les liens humains, l'économie collaborative et celle des seniors pour améliorer l'expérience touristique.

Le Slow Tourisme Lab est adapté aux zones rurales. Il contribue à la préservation et à la valorisation du patrimoine local en répondant favorablement aux 3 enjeux du développement durable (économique, sociétal et environnemental).

L'intérêt de ce dispositif est, à long-terme, de dynamiser les zones rurales en ralentissement économique, créer des liens entre les prestataires traditionnels et l'innovation et de diffuser le concept de développement durable dans la région Grand-Est.

L'accompagnement des startups et les initiatives locales

Le Slow Tourisme Lab œuvre pour le développement de l'économie touristique par le biais de l'accompagnement des initiatives portées par les startups du territoire, les startups hors du département qui adressent une offre durable et éthique de l'Aube et les projets innovants à l'initiative des prestataires touristiques eux-mêmes.

Le Slow Tourisme Lab a accompagné 11 startups et projets touristiques innovants en 2018 :

Accompagnement et incubation à la Technopole de l'Aube :

- House & Friends : Business plan, accompagnement à l'installation et l'incubation à Troyes, accompagnement à la recherche de demeures.
- Moodyx : Sourcing d'informations touristiques, accompagnement à la recherche de financement, présence sur salon.
- FRED : Business plan, sourcing d'artisans.

Accompagnement et développement :

- Objectif 2050 : Accompagnement à la recherche de financement.
- Au Calme : Sourcing d'hébergements, accompagnement recherche de financement.
- Alma Mundi : Accompagnement à la réalisation d'un séjour sur la thématique du deuil.
- Château de Vaux : Accompagnement à la réalisation de l'événement Chasse et Campagne en Fête.
- Un jour, une Eglise : Accompagnement et production de la communication des visites d'églises (print et web). Formation des bénévoles.

Accompagnement et fourniture de données :

- Fairtrip : Sourcing de prestataires favorisant les circuits courts.
- Oh la Vache : Sourcing de producteurs locaux.

- Au cœur de paysan : Sourcing de prestataires du secteur agricole pouvant accueillir des randonneurs.

Outre l'accompagnement de startups le Slow Tourisme Lab a soutenu le Slow Food Festival premier festival Slow Food en Champagne (initiative de l'hôtel-restaurant Le Carré Long à Eaux Puiseaux). Le festival a réuni 30 exposants et accueilli près de 1 000 visiteurs.

Des rencontres

Durant l'année le Slow Tourisme Lab a réuni sous la forme de petits déjeuners conviviaux, des startups, des acteurs du tourisme, des entrepreneurs et des grands comptes autour du développement de projets et d'innovation touristiques. Sur des thèmes tels que la mobilité électrique, le développement de la culture, la silver économie ou encore la commercialisation ces meetups ont permis de phosphorer et de faire se rencontrer des cercles de partenaires autour de projets communs.



La plateforme de mise en relation

Parce qu'on ne peut pas toujours se rencontrer physiquement, le Slow Tourisme Lab a souhaité développer une plateforme permettant :

- De faire la promotion d'événements,
 - D'organiser la mise en relation entre startup, institutionnels, professionnels du tourisme,
 - De faire des demandes ou des propositions de savoir-faire, de partenariats entre startups
- Véritable outil d'échange, cette plateforme gratuite permet déjà aux startups de prendre contact entre elles, de présenter son projet et de rechercher des partenaires.

Rendez-vous sur le nouveau site www.slow-tourisme-lab.fr,

inscrivez-vous et suivez l'actualité de l'innovation touristique sur le slow et sur les autres communautés.

ANIMER LES ACTEURS DU TOURISME : LE CDT FÉDÈRE

Les journées découvertes

En 2018, le CDT a organisé trois journées découvertes. 96 personnes ont participé et (re) découvert le musée Napoléon, la Maison Rachi ou bien encore la champignonnière de Cussangy par exemple.

En complément de ces journées, une rencontre privilégiée avec le personnel des hôtels et hébergements de plein air a été organisée au musée Napoléon le 9 février. En compagnie des offices de tourisme, une présentation des nouveautés leur a été faite afin qu'ils puissent au mieux renseigner leurs clients.

Afterwork des prestataires aubois

Le CDT renouvelle cette rencontre conviviale et productive rassemblant tous les partenaires touristiques aubois. Le 6 décembre, plus de 80 partenaires ont répondu présents à cette soirée d'échanges.

Les guides-bénévoles

Ce regroupement autour des bénévoles se compose des organisations/associations ainsi que des instances institutionnelles suivantes :

- Un Jour, une Eglise
- Cathédrale Saint-Pierre Saint Paul de Troyes
- Amis du Parc
- Art, Culture et Spiritualité
- Diocèse de Troyes - Pastorale du Tourisme
- Comité Départemental du Tourisme de l'Aube
- Conseil Départemental de l'Aube
- Archives Départementales de l'Aube

Ce programme livret et web a permis de réunir 6800 visiteurs dans les Eglises de l'Aube. La Cathédrale de Troyes a quant à elle accueilli plus de 67000 visiteurs en juillet et août.

Les nouveautés en 2018 :

Communication

- Un Jour, Une Eglise, Opération labellisée « Année européenne du patrimoine culturel 2018 » qui offre une visibilité nationale
- 300 badges « guides-bénévoles offerts par GRAVOTECH

Formation

- Formation Réseaux Sociaux le 13 Novembre
- Formation en partenariat avec le Centre Universitaire de Troyes



Association des Logis de l'Aube



L'association, animée par le CDT, comprend 18 hôtels-restaurants qui participent dans une grande majorité aux actions du CDT.

La brochure des établissements a été rééditée et diffusée dans les offices de tourisme du territoire.



LA
CHAMPAGNE

Historique & Viticole

AUBE
en Champagne

Aube en Champagne Tourisme
et Congrès

Comité Départemental
du Tourisme de l'Aube

34, Quai Dampierre

10000 Troyes

bonjour@aube-champagne.com

www.aube-champagne.com

