



LA
CHAMPAGNE
Historique & Viticole
—
AUBE

—
RAPPORT
D'ACTIVITÉ
2022



ÉDITO DU PRÉSIDENT



2022 restera comme l'année de la reprise.

Encore en retrait par rapport aux meilleures années comme 2019, le tourisme reprend de manière contrastée. D'une part, les activités de divertissement et le tourisme commercial dans les centres de marques battent des records. D'autre part, le tourisme de groupe souffre encore d'une reprise très lente. Les fortes chaleurs de l'été ont pénalisé les activités de plein air bien que les ailes de saison soient excellentes. Le tourisme d'affaires a repris à plein régime et notre

destination est identifiée pour les événements favorisant les relations humaines, la facilité d'accès et la simplicité logistique d'une ville où tout se fait à pied. L'ouverture de la Cité du vitrail, du nouvel hôtel la Licorne et du Musée d'Art Moderne va redonner des couleurs à l'offre troyenne et permettre de travailler la clientèle haut de gamme.

En accord avec le Département de l'Aube, l'Agence Départementale du Tourisme a accentué son accompagnement des prestataires à travers une méthode élaborée avec sa propre expertise. Il s'agit de diagnostics sur le marketing, la commercialisation, l'offre et la responsabilité sociale des entreprises (RSE). 23 acteurs du tourisme en ont bénéficié en 2022. Citons comme exemple des lieux de visite dont le catalogue média a été enrichi de vidéos ou des hôtels qui ont bénéficié d'une prestation de homestaging. De plus, l'instruction du Fonds Tourisme Durable pour l'ADEME ainsi que l'affichage environnemental a permis de faire progresser 26 prestataires dans leur empreinte énergétique.

Nous avons poursuivi notre collaboration avec l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est et les Offices de Tourisme sur des campagnes de communication cénotourisme en Champagne, city break, slow tourisme et patrimoine.

Pendant 6 mois, par la volonté du Département, des assises du tourisme ont été menées dans chaque territoire pour écouter le terrain. L'aboutissement de ces assises sera une réflexion collégiale sur l'avenir du tourisme et des axes d'orientation pour la stratégie future de l'ADT.

2023 s'annonce donc dans la continuité avec un point d'orgue « La Route des châteaux de l'Aube », mais aussi avec le lancement d'un nouvel enjeu : celui de l'hospitalité. Il s'agit de valoriser l'attractivité de notre département, fort de sa ruralité, de sa nature préservée, de son patrimoine exceptionnel, de ses liens sociaux authentiques pour promouvoir sa qualité de vie auprès du public à recruter (embauche des entreprises, professions de santé, étudiants...). Grâce à son expérience dans la connaissance des atouts du territoire et dans la mise en réseau de l'ensemble des acteurs, l'ADT va aussi développer une nouvelle fonction d'accueil des nouveaux résidents. Un parcours « nouveaux arrivants » permettra de les enraciner durablement dans le territoire.

Enfin, nous préparons déjà 2024, année des jeux olympiques et de passage de la flamme dans notre département. L'ADT est engagée au côté du Conseil Départemental pour l'accueil des délégations et surtout l'accueil des touristes.

L'Aube continue à séduire en restant humble, vraie et accueillante, c'est son ADN !

Nous l'avons démontré pendant la crise sanitaire, plus que jamais « cohésion et solidarité du territoire » doivent être à l'œuvre pour réussir ensemble.

Merci à tous les acteurs.

Didier Leprince

Président de l'Agence Départementale de Tourisme de l'Aube



LES CHIFFRES CLÉS 2022

1

LE TOURISME

Nombre d'excursionnistes :

13,5 millions
11 millions en 2021 (+19,47%)
source fluxvision

Taux d'occupation hôtelière

65 %
52% en 2021 (+13 points)
source MKG

Nombre de touristes en nuitées :

6,2 millions
5,2 millions en 2021 (+19%)
source fluxvision nuitées marchandes et non marchandes

4,2 millions
d'excursionnistes sur la zone
McArthurGlen
4,03 millions en 2021 (+5%)
source fluxvision

Top 3 des sites payants*

40 000	763 000	32 454

*en nombre de visiteurs

Top 3 des sites gratuits*

84 048	208 738	78 834

*en nombre de visiteurs

2 TOURISME D'AFFAIRES

27 000
congressistes

180
événements accueillis

€ 3 millions d'€
de retombées indirectes

LES CONGRÈS MAJEURS

Congrès de l'Association
Nationale des Anciens
Combattants et Amis de la
Résistance en juin
400 participants
sur 3 jours

9ème Conférence Internationale
sur les Nouveaux Développements
en PhotoDetection en juillet
300 participants
sur 5 jours

Congrès National de la
Sage-Femme Libérale
en novembre
400 participants
sur 2 jours

3 ACCOMPAGNEMENT DES PRESTATAIRES TOURISTIQUES

22 porteurs
de projet
accompagnés

Le Slow Tourisme Lab
a accompagné
14 nouvelles
startups
et projets touristiques innovants

123 prestataires
accompagnés à la
commercialisation en ligne

20 lauréats
au concours d'idées

24 dossiers
accompagnés dans le cadre du
Fond Tourisme durable

25 prestataires
accompagnés avec les
diagnostics du design de l'offre

4 WEB

1 313 000 pages vues
sur aube-champagne.com (+2,2 %)

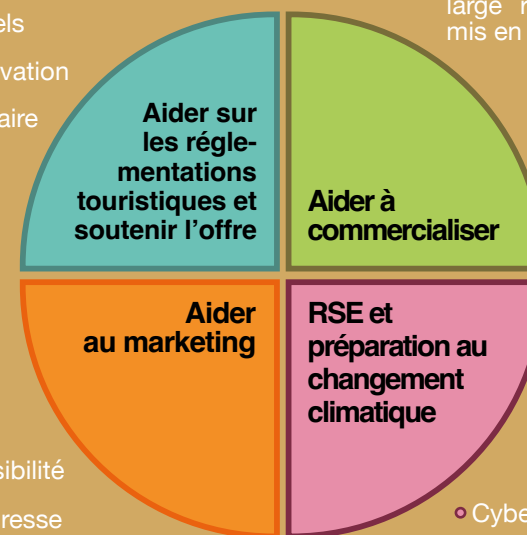
743 287
visites (+9,5 % 2021)

100 sites web
partenaires en open data

RÔLES CLÉS DE L'ADT auprès des prestataires

- Trouver des financements de projet
- Obtenir des labels
- Conseils et innovation
- Veille réglementaire

- Optimiser les modèles, les supports et canaux de ventes (grand public, groupes, affaires)
- Mettre en relation avec un large réseau de partenaires mis en relation



- Améliorer la visibilité
- Promotion et presse
- Conseils et outils pour la présence online

- Cybersécurité
- Soutien gestion de crise
- Conseils Dév. Durable



LES MISSIONS de l'équipe offre et filières

Le pôle « offre » accompagne les prestataires touristiques:

- Dans l'accompagnement de l'implantation d'une offre nouvelle,
- Dans la diversification de l'offre existante,
- Dans la qualification de l'offre au travers du classement des meublés de tourisme et des labels nationaux ou régionaux thématiques (Vignobles & Découvertes, vélo, Tourisme & Handicap, ...),
- Dans l'accompagnement en termes de développement durable,
- Dans la recherche de financements et la définition du cadre réglementaire (instruction du fonds tourisme durable, déploiement de l'affichage environnemental des hôtels...).

L'équipe vous propose des mesures et conseils personnalisés en prise directe avec votre projet ou votre offre. Le pôle assure également le développement et l'animation des routes thématiques : la route européenne des Templiers et la route médiévale de Rachi en Champagne.

1 ACCOMPAGNEMENT À L'ÉMERGENCE D'UNE NOUVELLE OFFRE

 **22 porteurs
de projet et investisseurs**
suivis pour la recherche de financements, de partenaires et
la structuration de projets d'hébergement, de restauration et
d'activité

2 QUALIFICATION DE L'OFFRE

46 meublés classés

70 prestataires
« Vignobles & Découvertes »

51 prestataires
labellisés « La Champagne à Vélo »

8 établissements
détenant la marque d'État
« Tourisme & Handicap »

3 LES PETITES CITÉS DE CARACTÈRE



- Participation au comité d'homologation
- 2 nouvelles communes dans le réseau départemental: Les Riceys et Bar-sur-Seine



4 ŒNOTOURISME

Estimation de fréquentation
30 000 personnes
des caves labellisées V&D

131 groupes
accueillis

7,30 % de la fréquentation globale
enregistrée les dimanches et jours fériés



5 DIAGNOSTICS ET DESIGN DE L'OFFRE TOURISTIQUE

25 prestataires ont été accompagnés par les équipes de l'ADT sur des problématiques de structuration de l'offre, commercialisation, marketing et RSE. A suivi une phase de réflexion, d'analyse et de préconisations dans un objectif d'amélioration de l'offre pour mieux s'adapter à des perspectives de montée en gamme de l'offre touristique du département.

Exemples d'actions réalisées suite aux diagnostics: recherche de financements, accompagnement RSE, audit digital, réalisation de vidéos promotionnelles...

6 ROUTE MÉDIÉVALE DE RACHI EN CHAMPAGNE

Réponse positive suite à l'appel à projet 2019 de l'AEPJ - European Route of Jewish Heritage avec une incubation de 3 ans

- Lancement du projet Fresques de la Communauté de communes d'Arcis-Mailly-Ramerupt
- Création d'une offre touristique et animation du territoire par CulturistiQ
- Collaboration avec l'Association « Route du Judaïsme Rhénan »
- Participation aux JECPJ



7 ROUTE EUROPÉENNE DES TEMPLIERS



→ 7 nouveaux
membres



NEWSLETTER GRAND PUBLIC

9 newsletters
envoyées

Taux d'ouverture moyen
de 21 %

Base de données grand
public de plus de
11 000
adresses mails

LES MISSIONS de l'équipe marketing

- Affirmer un positionnement stratégique de l'Aube comme une destination Slow tourisme en Champagne en déployant des actions de communication et de marketing.
- Réaliser du contenu inspirant (production audiovisuel, storytelling, édition)
- Mettre en place des actions ciblées (campagnes de communication, relations presse) afin de déclencher l'envie de venir dans l'Aube.

L'équipe marketing assure une mission d'accompagnement des prestataires touristiques et des porteurs de projet en apportant son expertise et ses conseils dans le but de valoriser les expériences à vivre dans l'Aube.

1 NOS OUTILS DE PROMOTION

LE SITE INTERNET GRAND PUBLIC

AUDIENCE

743 287
visites (+9,5% 2021)

1 313 000
pages vues (+2,2% 2021)

TOP 5 DES PAGES LES PLUS CONSULTÉES

1. Shopping - 28 % 2021
2. Les grands Lacs de la Forêt d'Orient + 2 % 2021
3. Les activités autour des lacs + 95 % 2021
4. Les meilleurs spots de baignade + 30 % 2021
5. Les hébergements insolites dans l'Aube - 18 % 2021

LES RÉSEAUX SOCIAUX : @AubeChampagne

f 25 000
followers (+40% 2021)

ig 3606
followers (+27% 2021)

2 NOS ACTIONS

AUTOUR DES GRANDS LACS DE LA FORÊT D'ORIENT

Création d'outils de promotion diffusés sur le périmètre des lacs afin de proposer aux visiteurs de découvrir l'ensemble de l'offre touristique autour d'eux grâce à un principe de géolocalisation.



593
scans
sur le QR Code

CAMPAGNE DIGITALE RÉSEAUX SOCIAUX

9 300 000
personnes touchées

Leviers utilisés : réalisation de jeux concours, campagnes de notoriété, campagnes de trafic vers le site web, augmentation du nombre d'abonnés...

MYTF1 - CAMPAGNE PRÉ-ROLL

En partenariat avec Troyes La Champagne

↑ **6690**
trafic sur le site
aube-champagne.com



↘ **856 000**
impressions

20 jours ↗
du 14 mars au 3 avril

CAMPAGNES COMMERCIALES OENOTOURISME ET SLOW TOURISME EN CHAMPAGNE

En collaboration avec l'Agence Régionale du Tourisme et Explore Grand-Est



2 campagnes
commerciales

↑ **9249**
visites sur la landing page

€ **379 000€**
d'intention d'achat

+ **Campagnes**
sur les marchés
Belges et Britanniques
En partenariat avec Atout France

GUIDE TAO - LA CHAMPAGNE, UN VOYAGE ETHIQUE ET DURABLE



Édition d'un guide touristique avec une sélection de

9300 adresses
pour voyager engagé en Champagne

Distribution dans toutes les bonnes librairies en France,
Belgique et Québec

LES MAGAZINES



155 000 ex.
Un été dans l'Aube, en
partenariat avec CD10
et l'Est Eclair



7000 ex.
Programme des visites et
animations dans les églises
de l'Aube



10 000 ex.
l'Aube La Champagne
au Naturel

PRESSE

20 journalistes
accueillis

78 retombées
dans la presse nationale



france.2

LE PELERIN

Cyclo magisme



ACCOMPAGNEMENT DES ÉVÉNEMENTS



- Le Printemps Gourmand - Les Riceys
- La Route du Champagne en fête
- Le Champagne Day by OenoSpheres
- Génération Mozart



LES MISSIONS de l'équipe commerciale

- Accompagner les prestataires pour mieux vendre leurs offres au grand public et aux professionnels (agences de voyages et réceptives, autocaristes et tour-opérateurs).
- Créer et promouvoir les offres de séminaires et congrès aux organisateurs d'événements : agences événementielles, entreprises, associations et fédérations professionnelles

L'équipe vous propose des actions et conseils personnalisés pour vous commercialiser online et off-line, stimuler vos réservations, être représenté sur les marchés français et étrangers et connaître les tendances du marché et la transformation de la demande.

1 TOURISME DE LOISIRS LES RÉSEAUX

Adhésion aux réseaux professionnels :



Les actions commerciales et l'accueil des professionnels

130
nouveaux prospects qualifiés

75 relais
actifs de commercialisation

LA COMMUNICATION ET LES OUTILS

12 newsletters
grand public et groupes

Taux d'ouverture moyen
de 22,9 %

Brochure «**Incontournables**» La Champagne traduite en français et en anglais

Mise à jour du site **Champagne Breaks Groupes** avec **38 offres** classées par thématique

LE SUIVI DES DEMANDES DE SÉJOURS

Le Club des réceptifs La Champagne propose des offres durables adaptées aux nouvelles attentes des voyageurs, à la fois individuels, groupes et mini-groupes.

Mise en place d'une action de force de vente externalisée en fin d'année auprès des responsables groupes, professionnels du Tourisme, CSE et clubs affinitaires

11 projets
de sorties et séjours détectés

42 demandes
transmises au Club des réceptifs

LA PLATEFORME DE COMMERCIALISATION ELLOHA



Mis à votre disposition gratuitement, cet outil de réservation en marque blanche vous permet de :

- Rendre votre offre visible et réservable en ligne sans commission sur votre propre site, sur celui de l'ADT, des Offices de Tourisme de l'Aube et sur la plateforme Explore Grand-Est.
- Diffuser vos offres sur des plateformes payantes à forte visibilité (Google Hotels Ads, Tripadvisor, Booking, Expedia...) en gérant vos produits à partir d'un seul planning d'ouverture et de disponibilités.

123 prestataires
accompagnés individuellement à
la commercialisation en ligne



2 BUREAU DES CONGRÈS



Le bureau des congrès porté par l'ADT, sous la bannière « Troyes La Champagne Events », coordonne la promotion de la destination et les demandes entrantes des trois sites d'accueil : Centre de congrès de l'Aube, Le Cube - Troyes Champagne Expo et l'Espace Argence ainsi que l'ensemble de l'offre affaires du territoire.

LES RÉSEAUX

Adhésion aux réseaux professionnels :



4 opérations
(forums, rencontres,
workshops, éducteurs)

15 repérages
pour l'accueil d'événements

70
nouveaux prospects qualifiés

Près de **50 événements professionnels d'envergure** nationale et internationale confirmés pour 2023 à 2024

LA COMMUNICATION ET LES OUTILS

2 articles dans des supports spécialisés (Tendance Nomad et Meet&Travel Mag Spécial Centres de congrès)

Référencement sur la plateforme 1001 salles, Mice Explore Grand-Est, France Congrès & Événements et Atout France

Page LinkedIn :

2600 abonnés
(+64% en un an)

88 860
impressions des posts

65
publications

Taux d'engagement moyen
de 14,48 %

L'ACCOMPAGNEMENT ET LE SUIVI DES DEMANDES

160 dossiers
accompagnés pour des
projets entre 2022 et 2025

50%
de taux de transformation

Tous les événements à venir sur l'agenda :

<https://www.congres-champagne.com/calendar/>

FOCUS SUR L'ACTIVITÉ DU CENTRE DE CONGRÈS DE L'AUBE

79 événements accueillis, hors événements internes et culturels, avec près de **15 000 participants**



LES SOLUTIONS d'accompagnement

1 LE SLOW TOURISME LAB



Le Slow Tourisme Lab est le premier incubateur national du tourisme rural et durable. Il accompagne les startups hors du département qui adressent une offre durable et éthique de l'Aube et les projets innovants à l'initiative des prestataires aubois eux-mêmes.

Le Slow Tourisme Lab accompagne le développement économique des entreprises en évaluant la maturité, le business model et l'innovation durable au regard des tendances de marchés.

Par son réseau, son expertise et ses conseils, il met en relation les startups et l'écosystème aubois dans une logique de croissance et d'accès au marché.

Enfin le Slow Tourisme Lab participe au développement de filières touristiques durables dans la mobilité douce, l'itinérance et plus largement pour l'attractivité de la ruralité dans une logique d'économie circulaire.

14 startups et projets touristiques accompagnés en 2022 et incubés dans des thématiques durables tels que :

- Des hébergements insolites en ruralité,
- Des circuits touristiques expérientiels, ludiques à forte médiation patrimoniales (nature, culture),
- Des plates-formes de commercialisation de séjours durables, d'immersion territoriale par le télétravail ou l'apprentissage linguistique.

2 A.M.I TERRITOIRE D'EXPÉRIMENTATION

Dans le cadre de l'Appel à Manifestation d'Intérêt « Plateformes d'appui à l'innovation et à l'expérimentation touristiques » porté par Atout France, l'Agence Départementale du Tourisme de l'Aube a porté sa candidature (Septembre 2022) et a été retenue (novembre 2022) dans le cadre du projet d'expérimenter de nouvelles offres de service de mobilité en ruralité.

Notre objectif dans le cadre de cet Appel à Manifestation d'Intérêt est d'apporter une étude qui viendra compléter la réflexion et les solutions possibles pour :

- Déterminer les différentes offres de location de Vélo à Assistance Electrique, Autopartage en ruralité et navettes
- L'investissement nécessaire et coûts de fonctionnement
- L'organisation de la flotte et de la clientèle
- Le portage de la solution par un opérateur privé, public ou mixte
- L'expérience et benchmark des entreprises susceptibles de coconstruire la mise en place de ce service

3 FOND TOURISME DURABLE

Dans le cadre de ce même Plan de relance, l'ADEME a retenu la candidature de l'ADT pour instruire les dossiers du Fonds tourisme durable pour le territoire.

Le Fonds Tourisme durable va au-delà de l'aide financière ; il s'agit d'un véritable accompagnement global à la mise en place d'une stratégie durable pour accélérer la transition écologique. Cette aide s'adresse aux prestataires touristiques des zones rurales ayant un statut de professionnel du tourisme et un code NAF reconnu par l'ADEME.

Le Fonds Tourisme Durable permet d'accéder à des aides forfaitaires (de 5000 à 200 000 €), dans tous les domaines de la transition écologique avec pour objectif de :

- réduire et maîtriser les coûts fixes (rénovation de l'isolation, achat de lave-linge/sèche-linge/ mitigeur, achat d'ampoules LED ...)
- valoriser la mobilité douce et la préservation de la biodiversité (frais paysagiste, achat d'abris à vélos, cuve de récupération de pluie ; composteur...)
- favoriser l'engagement écologique (formation pour les éco-gestes, achat de supports pour valoriser l'économie d'énergie, outils de communication).

L'ADT a accompagné 24 prestataires touristiques dans leur transition écologique dans le cadre du FTD. Ils ont chacun bénéficié de conseils techniques personnalisés sous forme d'un diagnostic complet, décliné ensuite en plan d'actions en fonction de financements existants, et d'une aide au montage du dossier de subventions. Une personne à temps complet a été recrutée pour accompagner les prestataires touristiques dans leur transition écologique et dans l'aide aux dépôts des différentes subventions.



4 LE CONCOURS D'IDÉES

L'ADT a décidé de renouveler son concours d'idées afin de favoriser le développement et la pérennisation de nouvelles offres compatibles avec les contraintes sanitaires mais aussi avec les attentes du touriste sur la flexibilité commerciale, le respect de l'environnement et les circuits courts.

20 offres
retenues par le jury

Les offres retenues ont bénéficié d'un accompagnement pouvant aller de **1000€ à 5000€** pour financer des prestations d'ingénierie, de communication ou le pré-achat de places, pour un **budget total de 86 000€**.

5 PROJET DO IT

En collaboration avec l'Agence Régionale du Tourisme

DO IT est une opération de Design Thinking, c'est-à-dire une méthodologie innovante qui permet de transformer les idées et les projets en actions réelles et en prototypes tangibles.

Un tremplin pour qui veut imaginer une nouvelle offre, développer une nouvelle dynamique pour sa structure, se renouveler, tester de nouvelles possibilités de développement, mieux adapter son offre aux clientèles qu'il souhaite attirer, avec :

- Un accompagnement très personnalisé dans l'esprit du coaching (petits groupes de 6 maxi, temps de coaching individuel, suivi)
- Un format sur-mesure et pragmatique qui part des souhaits des prestataires ou porteurs de projet, leurs envies, leur contexte, leurs clients, ...et qui permet d'acquérir plus de confiance et de plaisir pour passer à l'action.

6 partenaires
accompagnés pour l'émergence
de leur offre

6 séminaires
de groupe et de coaching individuel
par une agence spécialisée



Création : TADAAAAM Studio 2023
Photos : Vanessa Martin/Cash, pistache, Nigoland, Le Bonheur des Genis,
Studio OG, Olivier Douard, ADT Aube, Parcel, Clara Ferrand

AUBE EN CHAMPAGNE TOURISME & CONGRÈS

34 Quai Dampierre - 10000 TROYES

@AubeChampagne

www.aube-champagne.com

