

**2023**

# Bilan du plan d'actions

**Office  
de Tourisme**



## Destination Sud-Ardenne



## 2023 : l'Office de Tourisme Destination Sud-Ardenne passe à la vitesse supérieure !

Après la pose des fondations de notre nouvel Office de Tourisme l'année précédente, l'année 2023 a été marquée par le lancement d'une nouvelle mission : la commercialisation de séjours et d'excursions clé-en-main.

Officiellement immatriculé pour vendre ces prestations packagées, l'Office de Tourisme s'est appuyé sur les hébergeurs, restaurateurs et gestionnaires pour créer des suggestions de programme à la journée ou avec nuitées. Les premières ventes et réservations engendrées au 2<sup>nd</sup> semestre sont prometteuses et montrent que notre territoire avait besoin de cet accompagnement et de cette visibilité pour concrétiser les envies des groupes, des familles, des couples, et des cyclotouristes.



Aujourd'hui, toutes les pièces du puzzle sont en place pour booster la fréquentation de la Destination Sud-Ardenne, capitaliser sur la nouvelle Voie Verte, et accompagner les offres existantes ou émergentes sur le Pays rethélois et en Argonne Ardennaise (qu'elles soient gourmandes, nature, culturelles et patrimoniales, ou encore sportives).

L'année 2023 a également permis de proposer nos premiers ateliers numériques au service des acteurs touristiques du Sud-Ardenne, de diffuser des milliers de brochures et goodies aux couleurs de notre Destination, et de commencer à marquer les esprits durablement.

Afin de poursuivre et d'intensifier ces actions, notre Office de Tourisme préparait fin 2023 un plan d'actions ambitieux : création d'un site internet unique, déploiement de nouveaux matériels pour les salons et stands hors les murs, et déménagement du point d'accueil de Vouziers... avec une même motivation : monter en puissance afin de répondre toujours mieux aux attentes des touristes et des acteurs du Sud-Ardenne.

Touristiquement vôtre,

**Thomas SAMYN**

*Président de l'Office de Tourisme Destination Sud-Ardenne*

### Siège social

44-46 rue du Chemin Salé  
08400 VOUZIERES



destination@sudardennes.fr

### ACTIONNAIRES



### AUTRES FINANCEURS



### PARTENAIRES



Document arrêté au 9 février 2024

Les bilans présentés portent sur :

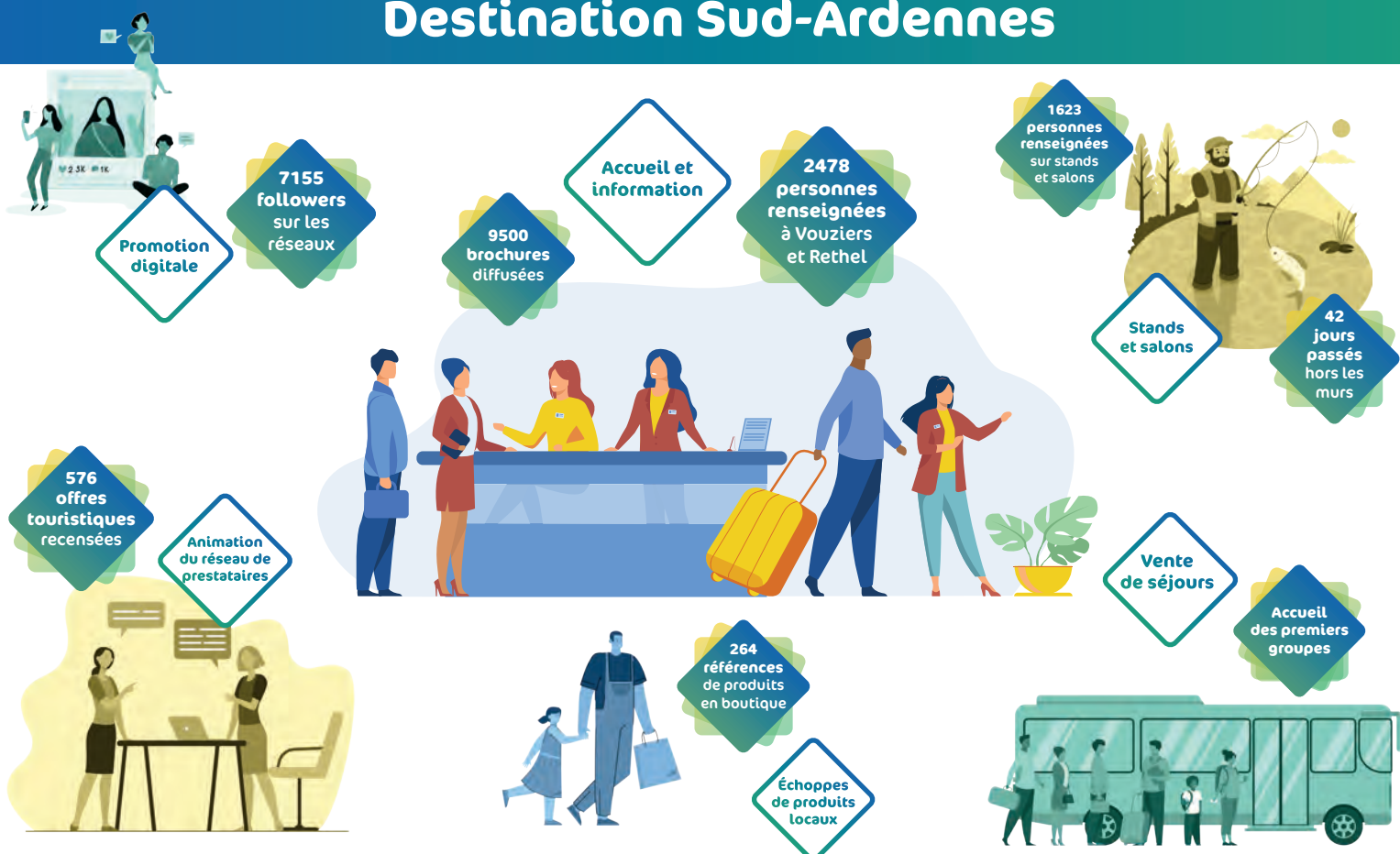
- La période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 octobre 2023 (fréquentation, promotion)
- La période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2023 (boutique)



## Destination Sud-Ardenne

<i>Portrait robot de l'Office de Tourisme</i>	4
<b>Accueil et information</b>	8
<i>Boutique et billetterie</i>	10
<b>Commercialisation</b>	12
<i>Promotion et communication</i>	13
<b>Ingénierie</b>	19
<i>Finances</i>	24
<b>Plan d'actions 2024</b>	26

## Les chiffres-clefs 2023 de l'Office de Tourisme Destination Sud-Ardenne



# Portrait robot de l'Office de Tourisme Destination Sud-Ardenne

## Vie administrative de la SPL

### LES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Ils représentent les 2 collectivités actionnaires, et sont désignés par les conseils communautaires.

5 membres représentent la Communauté de Communes du Pays rethélois	5 membres représentent la Communauté de Communes de l'Argonne Ardennaise
Olivier FLAUZAC	Danielle ANDREY
Michel KOCIUBA	Roland CANIVENQ
Sophie LORIETTE	Dominique CARPENTIER
David POTIER	Hubert OUDIN
Thomas SAMYN	Charles VAN DEN BERGH

Président : **Thomas SAMYN** ; Vice-Présidente : **Danielle ANDREY**

**EN 2023, 6 RÉUNIONS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION.** Chaque procès-verbal de réunion fait l'objet d'un dépôt en sous-préfecture.

### ET 2 RÉUNIONS AVEC LES PRÉSIDENTS DES 2 COLLECTIVITÉS ACTIONNAIRES.

- En juin, pour l'examen et l'approbation des comptes 2022 certifiés par le Commissaire aux Comptes
- En novembre, pour échanger sur la convention de moyens, et sur le dépôt de 2 dossiers LEADER permettant de contribuer au financement des investissements majeurs de l'OT (matériel, site internet).

**NOUVEAUTÉ 2023 : CONVENTION DE MOYENS TRIPARTITE.** Les 2 collectivités actionnaires contribuent chacune à hauteur de 50%, pour un montant total de 300 000 € de subvention de fonctionnement.

## Les 2 points d'accueil - locaux

### À RETHEL

L'enseigne et la vitrophanie ont été posées en février.

La seconde année dans ce nouveau local a permis de continuer à améliorer l'aménagement du point d'information, de la boutique de produits locaux et de la partie bureaux.



**Point d'accueil du Rethélois**  
28 rue Thiers - RETHEL  
Tél. 09 54 82 84 22

## À VOUZIERS

En mai, la réflexion portée par la Communauté de Communes et la Ville de Vouziers sur la rénovation de l'ancien Tribunal en Médiathèque / Office de Tourisme a été abandonnée. Elle avait permis de caractériser les besoins de l'Office de Tourisme.

Les recherches ont repris pour trouver un nouveau local plus fonctionnel et comportant moins de défauts techniques que l'actuel. Elles ont abouti à la rupture du bail de location du local 10 place Carnot.

Fin novembre, les contacts étaient en cours pour transférer le point d'accueil de l'Office de Tourisme dans un local commercial venant de se libérer rue Chanzy, plus vaste et plus adapté aux PMR.



**Point d'accueil de l'Argonne**  
10 place CARNOT - VOUZIERS  
Tél. 03 24 71 97 57

## HORAIRES D'OUVERTURE

Les rythmes d'ouverture sont inchangés sur les 2 sites, avec 3 modèles basse / moyenne / haute saison.

Ils permettent d'assurer l'accueil de façon adaptée tout en facilitant la poursuite des autres missions par les membres de l'équipe.

## Les autres moyens matériels de l'Office de Tourisme

La SPL bénéficie du soutien logistique des 2 intercommunalités actionnaires :

- Mise à disposition de véhicules pour le transport de matériel et les salons
- Prêt de matériel d'animation pour les stands et salons (ex. : smoothyclette, chèvre à traire grandeur nature en résine...)
- Réparations et petits travaux par les services techniques
- Nettoyage des locaux par la Communauté de Communes du Pays rethémois (à Rethel)

*(liste non exhaustive)*

Une réflexion est en cours pour l'acquisition d'un véhicule aménagé permettant à l'Office de Tourisme d'aller plus loin dans ses actions de promotion hors les murs. Elle devrait conduire au dépôt d'un dossier LEADER (volet coopération territoriale) courant 2024.

### PROJETS 2023 - Locaux

- ✓ Pose d'enseigne et de vitrophanie en façade, dans le respect des règles locales d'urbanisme

### PROJETS 2024 - Locaux

- Transfert du point d'accueil de Vouziers dans un nouveau local commercial

## L'équipe au service de la Destination

### Julie RÉAU-DUBOIS - Directrice opérationnelle

**FORMATIONS & ATELIERS SUIVIS EN 2023** | Quels enjeux devront relever les institutionnels du tourisme à l'horizon 2040 ? | DUERP | Premiers secours & gestes qui sauvent | Eductour Sedan

35 ans



### Estelle COPPIN

#### Chargée de la commercialisation et de l'animation des filières

**FORMATIONS & ATELIERS SUIVIS EN 2023** | Passeport Vert | Concevoir des fiches produits efficaces | Premiers secours & gestes qui sauvent | Eductours Ardennes Thiérache, Sedan

34 ans

### Sophie BETTIG - Chargée du marketing et de la communication

**FORMATIONS & ATELIERS SUIVIS EN 2023** | Travel Content Summit (webinaire) | Créer son compte TikTok | Gestion de contenus sur l'appli Henoo | Nouvelles collections site internet Iris Interactive | Premiers secours & gestes qui sauvent

41 ans



### Anne-Flore GRUSON

#### Animatrice numérique de territoire et conseillère en séjour

**FORMATIONS & ATELIERS SUIVIS EN 2023** | Animation Numérique de Territoire (Interreg VI) | Ce qui attend les hébergeurs touristiques en 2023 | Le numérique au service de l'attractivité | Tendances Réseaux Sociaux | Créer son compte TikTok | Premiers secours & gestes qui sauvent

44 ans

### Jennifer LE PEUC'H

#### Animatrice numérique de territoire et conseillère en séjour

**FORMATIONS & ATELIERS SUIVIS EN 2023** | Tendances Réseaux Sociaux | Créer son compte TikTok | Nouvelles collections site internet Iris Interactive | Premiers secours & gestes qui sauvent | Eductours Crêtes préardennaises, Val d'Ardenne, Sedan

24 ans



### Cylia BALINGON - Étudiante en alternance - Commercialisation

*Tutrices : Estelle COPPIN et Anne-Flore GRUSON*

**CURSUS** | Bachelor Management d'entreprises à l'EFRA de Reims

**EXPÉRIENCES** | Office de Tourisme de Charleville-Sedan | Château-Fort de Sedan

21 ans

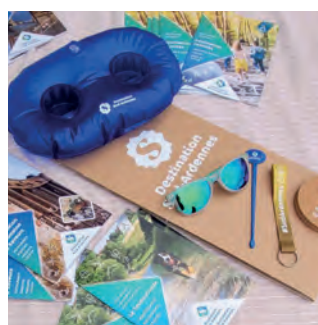
## Déploiement de la marque Destination Sud-Ardenne

### 1 - LANCEMENT DE L'IDENTITÉ VISUELLE

- Présentation de l'identité visuelle de la Destination Sud-Ardenne lors des Soirées des Pros (janvier)
- Point-presse avec L'Union - L'Ardennais (janvier)
- Déploiement sur les réseaux sociaux (janvier)
- Création d'une collection de brochures unique en son genre (*voir plus loin*)
- Harmonisation des documents de promotion, administratifs et comptables
- Création de tenues de travail (tee-shirts, polos et survestes)
- Déclinaison du logo à l'occasion d'Octobre Rose et de Noël



Avec une année de recul, le logo et la charte graphique ont été bien accueillis par le public, généralement séduits. Bonne appropriation également par les habitants et les institutions locales. Cela vient valider le positionnement de la marque.



### 2 - DES GOODIES POUR VÉHICULER LA MARQUE

Pour amplifier les actions menées hors les murs (*lire plus loin*), des objets publicitaires ont été réalisés. Ils sont offerts sur stands et salons à la suite d'animations et de jeux, ou tout simplement en guise de souvenir pour prolonger le contact avec l'équipe et marquer les esprits durablement.

Les commandes 2023 ont porté sur des lunettes de soleil, des sous-bocks, des agitateurs à cocktails, des coussins porte-gobelets (= ambiance Sud, plage, destination conviviale et festive), des tatouages éphémères (pour les plus jeunes et le côté plage), ainsi que des objets facilitant la gestion des déchets en itinérance.

### 2 - ICONOGRAPHIE ET PHOTOTHÈQUE

Travail de l'équipe pour enrichir et diversifier le fonds photos/vidéos dont dispose l'Office de Tourisme pour ses actions de promotion et celles de ses partenaires.

Soutien de l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est, qui réalise des reportages photos saisonniers et thématiques, et met à disposition les images produites par ses équipes (accueil de Pierre DEFONTAINE et Coline ROMAIRE en octobre sur le Rethélois, après un premier accueil un printemps 2022 en Argonne).

#### PROJETS 2023 - Marque Destination Sud-Ardenne

- ✓ Lancement « grand public » du logo prévu en janvier
- ✓ Déploiement sur les réseaux sociaux
- ✓ Déclinaison sur les documents administratifs et auprès des partenaires (code de marque)
- ✗ Création de versions déclinées par filières (tourisme gourmand, itinérance, tourisme d'affaires, etc.).

#### PROJETS 2024 - Marque Destination Sud-Ardenne

- Création de logos déclinés par filières (tourisme gourmand, itinérance, tourisme d'affaires, etc.).

1586 demandes | 2478 personnes renseignées à Rethel et Vouziers\*

L'ensemble des chiffres de fréquentation portent sur la période allant du 1<sup>er</sup> janvier au 31 octobre 2023.

L'harmonisation de la qualification des contacts n'a pas pu être mise en place en 2023, faute d'outil unique commun aux 2 points d'accueil. Les démarches attendues de l'ADT se sont concrétisées fin octobre, et l'harmonisation des saisies sera effective en 2024. Cependant, la base de données retenue par l'ADT, Constellation, est un Système d'Information Touristique relativement ancien et qui est limité dans ses fonctionnalités.

Les flux sont en nette hausse : +17% de demandes reçues au sein des 2 points d'accueil, et +21% de personnes renseignées.

## 1 - ZOOM SUR LA FRÉQUENTATION ESTIVALE (DE JUIN À SEPTEMBRE)

Elle représente 59% de la fréquentation annuelle, soit 937 demandes et 1472 personnes renseignées.

## 2 - ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES VISITEURS

90% DE FRANÇAIS

À noter : l'Île-de-France est en progression

9% des visiteurs venaient des Hauts-de-France

72% des visiteurs venaient du Grand Est

9% des visiteurs venaient d'une autre région française (= l'un des départements en jaune)

10% D'ÉTRANGERS

### TOP 3 :

1. Belges (en progression)
2. Néerlandais
3. Britanniques

## 3 - CENTRES D'INTÉRÊT / MOTIVATIONS DES VISITEURS

1

Activités & loisirs

2

Voie Verte Sud-Ardennes

3

Patrimoine

\* hors personnes renseignées sur salons et stands hors les murs (lire plus loin)



## Observation du territoire : focus sur les plateformes locatives

L'ART Grand Est et l'ADT des Ardennes disposent de données sur la fréquentation des meublés touristiques et appartements chez l'habitant (AirBNB) par le biais de la plateforme AirDNA.

Voici les grandes données qui ressortent des statistiques mises à disposition de l'Office de Tourisme :

**109 311 nuitées**  
dans le Sud-Ardennes  
du 01/01 au 31/10/2023

**+17%\***  
par rapport  
à 2022

\* Dans le détail : +27% de nuitées sur le Pays rethélois  
et +11% en Argonne Ardennaise

**3 846 413 € de chiffre**  
d'affaires sur le Sud-Ardennes  
du 01/01 au 31/10/2023

**+39%\*\***  
par rapport  
à 2022

\*\* Dans le détail : +62% de CA sur le Pays rethélois  
et +26% en Argonne Ardennaise

## La taxe de séjour dans le Sud-Ardennes

### EN ARGONNE ARDENNAISE

Les fonds collectés en 2023 correspondent au 2<sup>nd</sup> semestre de l'année 2022 et au 1<sup>er</sup> semestre de l'année 2023. Sur l'exercice 2023, la Communauté de Communes de l'Argonne Ardennaise a levé **31 499.61 €** au titre de la taxe de séjour (*chiffre non définitif, arrêté au 14/12/2023, en baisse de 27% par rapport à l'exercice précédent*).

L'Office de Tourisme a accompagné la réflexion menée par la Communauté de Communes en vue de la télédéclaration de la taxe de séjour par les hébergeurs (étude des solutions techniques). Cette nouvelle procédure sera effective en 2024 et devrait constituer une nouvelle source de données pour l'observation de l'activité touristique sur le territoire. L'OT accompagne également la réflexion sur les moyens à mettre en œuvre pour sensibiliser les hébergeurs.

### SUR LE PAYS RETHÉLOIS

La Communauté de Communes du Pays rethélois a voté l'instauration de la taxe de séjour au 1<sup>er</sup> janvier 2024.

## Digitalisation de l'information : engagement avec Henoo

En complément des brochures diffusées dans les points d'accueil et hors les murs, une solution digitale a été mise en place au 1<sup>er</sup> novembre. Elle permet de créer des guides thématiques type ou sur-mesure, qui peuvent être envoyés aux usagers par le biais d'un QR code ou d'un envoi par email. Cette solution innovante montrera sa plus-value sur la saison 2024.

### PROJETS 2023 - Mission Accueil et information

- ✘ Harmoniser la qualification des contacts entre les 2 points d'accueil
- ✔ Qualifier les contacts renseignés hors les murs (salons et stands)
- ✔ Développer une collection de brochures à même de répondre de façon exhaustive et de façon micro-ciblée
- ✘ Mettre en place une solution digitale de renseignement au comptoir (également utilisable hors les murs)

### PROJETS 2024 - Mission Accueil et information

- Harmoniser la qualification des contacts entre les 2 points d'accueil
- Déployer la nouvelle solution digitale de renseignement au comptoir (point d'accueil + hors les murs)

## Boutique de produits locaux : les échoppes du Sud-Ardennes

### 1 - RÉAMÉNAGEMENT DE LA BOUTIQUE AU POINT D'ACCUEIL DE VOUZIERS

Dans l'attente d'un transfert vers un nouveau local, le sens de circulation a été réorganisé afin que les visiteurs entrent par l'espace boutique, et le traversent pour rejoindre l'espace dédié aux informations/brochures. Ce réaménagement stratégique met en valeur la gamme de produits proposés à la vente.



### 2 - VALORISATION DES PRODUCTEURS / EMPREINTE « SUD-ARDENNES » DANS LES ÉCHOPPES

En lien avec la marque Destination Sud-Ardennes, les étiquettes de prix ont été changées et positionnées sur de petits rondins de bois qui correspondent bien avec le mobilier brut des 2 boutiques (étagères en palettes, notamment).

Des fiches portraits ont été mises en place pour chaque producteur, afin de présenter ses caractéristiques, sa localisation, ses labels et les modalités éventuelles de visite de ferme/laboratoire/atelier.



### 3 - VITRINES SAISONNIÈRES ET ANIMATION DE POINT DE VENTE



Les vitrines et la décoration des 2 points d'accueil varient tout au long de l'année :

- Pour attirer l'attention sur les activités de saison (rando au printemps, nouvelle Voie Verte, automne, Octobre rose...)
- Pour mettre en valeur les produits en vente dans les échoppes (Pâques, Noël et fêtes de fin d'année, fête des mères/pères, des grands-pères/grands-mères...)

De plus, le point d'accueil de Rethel a été doté d'un **chevalet de trottoir** identique à celui existant à Vouziers. Il contribue à attirer l'attention des passants (piétons et véhicules). Une autorisation municipale a été sollicitée et accordée pour cet équipement.

Enfin, des animations pour enfants ont été proposées aux petites vacances scolaires, afin d'attirer un public familial en recherche d'idées de loisirs dans le Sud-Ardennes.

### 4 - + DE PRODUCTEURS ET + DE RÉFÉRENCES PRODUITS

L'Office de Tourisme valorise les producteurs et artisans du Sud-Ardennes en mettant en vente leurs productions. 32 prestataires ont déjà conventionné (contre 18 un an auparavant).

Au 31 octobre fin d'année, les échoppes du Sud-Ardennes proposaient 264 références produits (contre 109 à la même date en 2022) :

- 172 références de produits Alimentaires (x4 en 1 an)
- 46 références de produits d'Artisanat (+45% en 1 an)
- 29 références de Livres (+45% en 1 an)
- 14 références de Souvenirs (stable)
- 3 références de Revues (63 numéros différents)



### 5 - PRINCIPAUX INDICATEURS DE VENTE EN BOUTIQUE

L'ouverture complète des points de vente sur l'année 2023 occasionne un volume de vente bien plus conséquent qu'en 2022, année de la relance à Vouziers et de la création de l'échoppe de Rethel.

- **Chiffre d'affaires boutique du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre : 15 486 €**
- **480 clients (x2)**
- **Panier moyen : 32,26 €**

## 6 - POLITIQUE « EMBALLAGES »

En conformité avec la réglementation (interdiction des emballages gratuits à usage unique), l'Office de Tourisme s'est doté de sachets krafts et d'emballages cadeaux pratiques pour la clientèle.

Pour les paniers garnis, des corbeilles en carton et des rondins en bois local sont proposés. Tous ces emballages sont **réutilisables** et facturés aux clients.

## 7 - PROJET : CRÉATION DE SOUVENIRS SUD-ARDENNES FABRIQUÉS EN FRANCE

Afin de prolonger le travail sur la marque Destination Sud-Ardenne, et avec le recul de l'équipe sur les attentes exprimées par la clientèle, une gamme de souvenirs va être développée en 2024. Le Conseil d'Administration s'est exprimé à ce sujet en octobre, et a fixé les principales orientations :

- Produits **fabriqués localement, en France** et/ou le plus près possible de notre région
- Produits **personnalisés** se différenciant de ceux vendus aux alentours (magnets, marque-pages...)
- Produits aussi **éco-responsables** que possible (durabilité, recyclabilité, etc.)

En fin d'année, les premiers produits personnalisés étaient disponibles à la vente :

- Savons artisanaux et locaux gravés avec le logo de l'OT (*par l'Atelier de la Réserve*)
- Bâtons de marche en bois local, gravés Destination Sud-Ardenne (*par Guy ANSELME, basé dans le Sedanais*)

### La billetterie, un service stratégique en haute saison

L'Office de Tourisme Destination Sud-Ardenne a reconduit la vente de billets pour le spectacle son et lumière organisé à La Cassine, par conventionnement avec les organisateurs.

- **Spectacles Son et lumière à La Cassine : 242 billets (stable alors que la réédition de Robin des Bois engendre moins de flux sur place)**
- **Chiffre d'affaires billetterie en 2023 : 3 459 €**

**Les points forts du service billetterie de l'Office de Tourisme.** À Reethel comme à Vouziers, l'Office de Tourisme est le seul point de vente. Les billets pour la Cassine moins chers qu'en ligne. Le client est accompagné pour le choix de son placement dans le gradin, et les billets sont imprimés sans supplément.

Concernant le festival Cabaret Vert, un compromis doit être trouvé avec les organisateurs concernant le commissionnement de l'OT.

### PROJETS 2023 - Mission Boutique et billetterie

- ✘ ✓ Développer une nouvelle gamme de souvenirs estampillés Sud-Ardenne
- ✓ Privilégier les fournisseurs locaux et régionaux
- ✓ Continuer à élargir l'offre de dépôt-vente
- ✓ Acheter du mobilier adapté à chaque point de vente pour mettre en valeur chaque type de produits
- ✓ Revoir l'aménagement général pour mettre la boutique au cœur du parcours des visiteurs (concept : traversée de l'espace boutique pour accéder à la documentation touristique)
- ✓ Mise en place de vitrines suivant des thématiques touristiques et commerciales saisonnières

### PROJETS 2024 - Mission Boutique et Billetterie

- Développer une nouvelle gamme de souvenirs estampillés Sud-Ardenne
- Étendre la Billetterie à d'autres événements régionaux
- Aménager le nouveau local à Vouziers, avec des meubles faits maison (matériaux de récup type palettes et tourets) et par achat de mobilier en fonction des meilleures opportunités
- Autonomisation de la solution logicielle de gestion de la caisse, des stocks et des factures de dépôt-vente afin de coller aux besoins actuels et émergents (*jusqu'ici, l'interface était partagée avec le Parc Argonne Découverte afin de limiter les frais d'abonnement*)

## Démarches préalables à la vente d'excursions et de séjours

### 1 - LES DOCUMENTS ADMINISTRATIFS

La première partie de l'année a été consacrée à une veille concurrentielle, aux échanges avec la comptable de la SPL et l'assistance juridique de la Fédération des EPL de France en vue d'établir :

- **Les Conditions Générales de Vente**
- **Un modèle de Convention de mandat (liant l'OT et chaque prestataire « revendu » par l'OT)**
- **Des modèles de fiches prestations et produits (annexés à chaque convention de mandat)**

Cette étape était incontournable pour aborder la commercialisation en protégeant les intérêts de chaque partie (fixation des commissions perçues par l'Office de Tourisme, encadrement des cas d'annulation, etc.).

Au second semestre, les premières conventions de mandat ont été signées.



### 2 - CRÉATION DES DOCUMENTS MIS À DISPOSITION DE LA CLIENTÈLE

Dans la continuité de la charte graphique, et pour accompagner au mieux chaque étape du parcours client, l'équipe a décliné différents modèles de supports web et imprimés :

- **Carnet de voyage personnalisé**
- **Bons d'échange (à présenter au moment de l'arrivée dans l'établissement)**
- **Bons cadeaux (séjours offerts par des tiers)**



### 3 - PROMOTION DU SERVICE COMMERCIALISATION

Les premières actions de communication ont porté sur :

- La création d'une **adresse email dédiée** : escapades@sudardennes.fr
- La création de rubrique et la **publication de pages au sein des 2 sites internet** exploités par l'OT
- Une campagne de **2 mailings à destination de 740 clubs de randonneurs** du Grand Est, des Hauts-de-France et d'Île-de-France
- L'intégration d'une offre « tribu » Sud-Ardenne au sein du catalogue diffusé par l'ADT lors du salon CE/CSE de Lille (en septembre)

### 4 - PREMIÈRES VENTES DE SÉJOURS ET D'EXCURSIONS

- Plusieurs groupes accueillis dans le cadre du conventionnement avec l'OT de Charleville/Sedan (journées de visite et restauration au sein d'un séjour de plusieurs jours dans les Ardennes)
- 1 groupe prévu en novembre, 1<sup>er</sup> client 100% Sud-Ardenne
- Vente de week-ends à thème dans le cadre de l'événement *Un Dimanche à la Campagne* (lots offerts par les organisateurs) et pour des opérations de marketing territorial menées par la CCAA - *valables sur la saison 2024*

### PROJETS 2024 - Mission Commercialisation

- Création d'une brochure d'appel
- Création d'un catalogue avec exemples de séjours et excursions (par affinités et par type de public, ex. : PMR)
- Campagnes de mailing et de phoning pour conquérir de nouvelles cibles et/ou relancer les contacts
- Professionnalisation de l'équipe par le biais de formation(s)

## Développement des réseaux sociaux de la Destination Sud-Ardenne

### 1 - 7155 ABONNÉS, FOLLOWERS ET FANS

- 5250 sur la page Facebook (+14% par rapport au 31/10/2022)
- 1540 sur le compte Instagram (+21%)
- 360 sur la page LinkedIn (x2,5)

Le début d'année 2023 a été marqué par la création de la chaîne YouTube (*janvier*), qui contribue à la visibilité de la Destination (référencement). L'Office de Tourisme y diffuse des vidéos produites par l'équipe ou par ses partenaires.

En fin d'année, le compte TikTok de la Destination était en cours de déploiement, dans le but de toucher une nouvelle clientèle en adoptant un ton plus léger.



### 2 - STRATÉGIE ÉDITORIALE

Chaque compte « Destination Sud-Ardenne » sur les réseaux sociaux poursuit un objectif spécifique (cible, format et thématiques différentes). Cela n'empêche pas une reprise de certains contenus d'un réseau à un autre.

Les sujets abordés et la fréquence de parution suivent les saisons. L'année 2023 a notamment été marquée par la publication de séries thématiques constituant des RDV pour le public :

- La Balade de la semaine (27 posts Facebook et Instagram d'avril à novembre)
- Les petits secrets de nos échoppes (valorisation des producteurs revendu en boutique)
- Mon repas 100% Sud-Ardenne (à l'occasion de la Semaine du Goût)

Les journées mondiales et autres marronniers sont également prétextes à mettre en valeur l'offre du territoire.

### 3 - PREMIÈRES DÉPENSES PUBLICITAIRES SUR LES RÉSEAUX

Afin de soutenir la valorisation de l'offre de randonnée, 250€ de budget ont été dépensés pour diffuser à une audience plus large 4 posts issus de la série « La Balade de la semaine ». Le constat est instructif :

- Visibilité x10
- Hausse du nombre de followers

#### PROJETS 2023 - Mission Réseaux sociaux

- ✓ Pousser les publications par un budget publicitaire dédié
- ✓ Créer une chaîne YouTube
- ✓ Créer un compte Tiktok

#### PROJETS 2024 - Mission Promotion / Réseaux sociaux

- Continuer à pousser les publications par un budget publicitaire dédié
- Développer le compte TikTok
- Intensifier la production de vidéos pour YouTube et de Réels pour Facebook et Instagram

En 2023, l'Office de Tourisme a créé sa première série de brochures correspondant à son périmètre. Dans le cadre des missions d'information/accueil et de promotion, l'OT s'appuie sur cette collection, ainsi que sur la documentation éditée au plan départemental, celle des acteurs touristiques locaux, des territoires voisins...

### 1 - TROIS GUIDES THÉMATIQUES

La création de la marque Destination Sud-Ardenne a permis d'établir une stratégie adaptée pour les supports imprimés, en se basant sur les forces du territoire (son offre), les demandes de la clientèle et les opportunités de diffusion.

3 brochures couvrent l'ensemble de l'offre répertoriée sur le Sud-Ardenne :

- Un guide Hébergements
- Un guide Patrimoine & Saveurs
- Un guide Nature, Sports & Bien-être



### 2- DEUX GUIDES AFFINITAIRES

Afin de s'adresser spécifiquement à certains visiteurs avec des contenus sur-mesure, et d'être en capacité de partir à la conquête de nouvelles clientèles, l'Office de Tourisme a décliné 2 brochures contenant exclusivement des informations adaptées à 2 types de public :

- Un guide Familles (activités pour les tout-petits, les enfants, les ados)
- Un ToutouGuide pour les vacanciers accompagnés de leur chien

Ces supports apportent une plus-value dans la qualité de l'accueil proposé au sein de la Destination Sud-Ardenne. Ils sont également efficaces pour revendiquer les atouts du territoire vis-à-vis de ces 2 cibles (sur stands et salons, notamment).

La création de cette collection de brochure a contribué à afficher une destination unique, et à inciter le public à circuler au sein du Sud-Ardenne. Elle a aussi permis de défricher les axes et contenus qui orienteront le futur site internet unique de la destination.

Elle a été très bien accueillie tant par les acteurs touristiques du territoire, que par les prospects rencontrés sur salons, ou encore dans toutes les situations d'accueil (au comptoir, par courrier...). Le bilan est encourageant et va dans le sens de la reconduction de cette collection en 2024.

#### PROJETS 2023 - Mission Promotion / Brochures

- ✓ Développer une collection de brochures par thèmes et par clientèles
- ✓ Accompagner les projets de commercialisation

#### PROJETS 2024 - Mission Promotion / Brochures

- Étendre la collection (sites de Mémoire)
- Développer des supports complets pour la promotion de la commercialisation (plaquette et catalogue)
- Relancer le réseau de Relais d'Information Touristique au sein de sites générant des flux de visiteurs

Pour toucher de nouveaux publics, l'Office de Tourisme participe à des salons professionnels, par lui-même ou dans le cadre de groupement via l'ADT et avec les autres OT. Il anime également des stands sur des événements locaux et régionaux générant des flux de visiteurs et suivant des thématiques convergentes avec l'offre du territoire. **Sur 2023, l'équipe a ainsi été sur le terrain durant 42 jours, et ainsi touché 1623 personnes.**



## 1 - SE CRÉER DES OPPORTUNITÉS

L'ADT réoriente ses actions et ne coordonne plus que le pavillon Ardennes au salon Tourissima à Lille en janvier. Notre Office de Tourisme a donc proposé à ses voisins de participer conjointement au salon Tendence Nature à Reims et au salon de la Moto à Troyes. Durant l'été, l'OT a bénéficié de l'invitation de l'ART à l'événement bisannuel Grand Est Mondial Air Ballons, dont c'était malheureusement la dernière édition.

L'équipe a également contribué à 5 journées d'animation du stand Argonne porté par l'Entente intercommunale. Localement, l'OT est à l'écoute de toutes les opportunités qui convergent avec sa stratégie de promotion.

## 2 - SE DÉMARQUER, ANIMER ET SURPRENDRE

L'équipe propose des animations pour chaque événement, afin d'attirer sur le stand et de marquer les esprits durablement, en particulier avec des jeux-concours et des objets publicitaires. Parmi les propositions innovantes mises en place en 2023, un jeu de l'oie façon Destination Sud-Ardenne : **le jeu de Wouah !** Une invitation à sillonner le territoire pour découvrir ses pépites, avec plateau de jeu et pions originaux et dés géants.

*Les points d'intérêt mis en valeur sont modulables.*



### 3 - PROFIL DES CLIENTÈLES RENCONTRÉES / FOCUS SUR LES 6 + GROS SALONS ET STANDS

<b>Tourissima</b> Lille (janvier)	<b>Tendance Nature</b> Reims (mars)	<b>Salon de la Moto</b> Troyes (mars)	<b>La Voie Verte en fête</b> Château-Porcien (juin)	<b>Salon de la Chasse et de la Pêche</b> Charleville-Mézières (juillet)	<b>Grand Est Mondial Air Ballons</b> Chambley (juillet)
Majorité de couples	Majorité de couples	Majorité de couples	Majorité de couples	Majorité de familles	Majorité de couples
Cible Hauts-de-France	Cible Marne	Cible Champagne-Ardenne	Cible locale et de passage	Cible locale et belge	Cible Grand Est et de passage
<i>Demandes sur toutes les formes d'activités et hébergements</i>	<i>Demandes sur la Voie Verte, la randonnée et les activités nature</i>	<i>Demandes sur toutes les formes d'activités, restaurants et hébergements</i>	<i>Demandes sur la Voie Verte et les activités à faire avec les enfants</i>	<i>Demandes sur la Voie Verte, les activités nature, la baignade</i>	<i>Demandes sur les activités nature, patrimoine et la Voie Verte</i>

#### PROJETS 2023 - Mission Promotion / Stands et salons

- ✓ Investir dans du matériel pour les stands et salons (mobilier, accessoires, tenues...)
- ✓ Identifier de nouvelles opportunités d'actions hors les murs

#### PROJETS 2024 - Mission Promotion / Stands et salons

- Continuer à investir dans du matériel pour les stands et salons (mobilier pratique + matériel d'animation)
- Continuer à diversifier les hors les murs (en impliquant le Conseil des Acteurs du Tourisme)
- Se démarquer en allant là où le public ne s'attend pas à de la promotion touristique

#### Marketing digital : premières campagnes d'emailing

Dans le cadre de la promotion de l'offre de randonnée, et de la valorisation de la nouvelle mission de commercialisation de séjours/excursions, l'Office de Tourisme a loué un fichier de **741 adresses email de clubs de randonneurs du Grand Est, des Hauts-de-France et d'Île-de-France**.

Deux campagnes ont été envoyées à 1 mois d'intervalle (fin avril et mi-mai), comprenant chacune des suggestions de randonnées thématiques et une présentation du service de commercialisation.

À l'issue de cette opération, l'Office de Tourisme a **acquis un fichier de 242 contacts « chauds »**, correspondant à tous les responsables de clubs ayant ouvert les emails et cliqué sur les contenus proposés. **La Destination Sud-Ardenne dispose désormais de cette base de données** contenant adresses mail, numéros de téléphone et adresse postales complètes, pour des actions de marketing ciblées qui permettront de mettre en valeur l'offre du territoire envoi de plaquettes et d'email, relances par phoning...)

#### PROJETS 2024 - Mission Promotion / Marketing digital

- Exploiter la base de données « clubs de randonneurs » pour concrétiser des excursions/séjours
- Constituer ou acquérir d'autres bases de données
- Relancer les contacts par des campagne de phoning après emailing
- Thème phare 2024 : le sport (en lien avec les Jeux Olympiques)



## Stimulation des relations presse et accueil de journalistes

Fin octobre, on recensait **40 articles, reportages et interviews** diffusés et mentionnant l'Office de Tourisme Destination Sud-Ardenne.

L'équipe organise des points-presse, répond aux demandes des journalistes, les oriente vers ses partenaires et prestataires, contribue à fixer le programme des voyages de presse, et accompagne une partie de ces derniers.

Parmi les retombées remarquables à noter sur 2023 :

- France 3 Champagne-Ardenne (série de 4 épisodes sur Rethel et le Rethélois en mai)
- Camping-Car Magazine (dans le cadre de la stimulation des relations presse par l'agence RevolutionR)
- Ushuaïa TV (2 émissions consacrées à l'Argonne Ardennaise et au Sud-Ardenne fin septembre)
- Frankfurter Allgemeine (reportage sur l'Auberge de Verlaine suite en avril, diffusé en juillet)
- Grande, premier site de voyage en Flandre (reportage en itinérance le long de la nouvelle Voie Verte Sud-Ardenne (accueil en juin à Rethel, diffusion en juillet)

Par ailleurs, l'équipe a participé à l'accueil du photographe influenceur Loïc Lagarde, invité par l'ADT et spécialisé dans le patrimoine (sur l'étape de Montgon, qui s'ajoutait à celles d'Asfeld, Bairon et du Parc Argonne Découverte).



### PROJETS 2024 - Mission Promotion / Relations presse

- Poursuivre les contacts avec la presse locale
- Continuer d'être force de proposition pour les accueils de presse apportés par l'agence RevolutionR
- Stimuler et accompagner la venue d'influenceurs sur le territoire

## Présence digitale et outils numériques

### 1 - ANIMATION DE LA BASE DE DONNÉES DÉPARTEMENTALE

Fin octobre, l'équipe tenait à jour **576 fiches détaillées** comportant coordonnées, descriptifs, tarifs, photos, liens, horaires et autres informations pratiques (ainsi que +300 fiches correspondant à des manifestations). Cette base de données est la source de toutes les actions de l'Office de Tourisme, et représente un travail minutieux au quotidien.

### 2 - SITES INTERNET TERRITORIAUX

L'Office de Tourisme continue de faire vivre et d'exploiter les 2 sites internet qui avaient été créés par les 2 anciens OT du Pays rethélois et de l'Argonne en Ardenne.

Malgré les efforts mis en œuvre par l'équipe pour travailler les contenus et résoudre certains dysfonctionnements, le constat a été fait que cette situation est insatisfaisante :

- Incapacité d'afficher une destination unifiée et de faire le lien entre les offres du territoire
- Arborescence et fonctionnalités non adaptées aux usages actuels des internautes
- Impossibilité de répondre aux enjeux de la mission de commercialisation (vente en ligne)
- Manque de visibilité de la marque Destination Sud-Ardenne (charte graphique, référencement...)

Les statistiques observées sur 2023 confirment que les résultats ne sont pas à la hauteur des enjeux :

44 visiteurs / jour  
en moyenne

Temps moyen passé  
sur site : 1 minute  
et 20 secondes

Taux de rebond\* :  
53 à 67% (un bon score  
est inférieur à 50%)

\* Part des visiteurs qui quittent  
le site en n'ayant consulté  
qu'une page sans naviguer dans  
les autres rubriques du site

En fin d'année, le Conseil d'Administration a examiné les possibilités qui s'offrent à l'Office de Tourisme, en tenant compte des nouvelles tendances digitales en matière de promotion touristique. La stratégie s'orientait vers la création d'un site internet unique ([www.sudardennes.fr](http://www.sudardennes.fr)) répondant à l'ensemble des enjeux actuels et à venir de l'OT.

Les agences spécialisées dans la promotion des destinations touristiques proposent des **solutions très évolutives**, avec abonnement et développement continu de nouvelles fonctionnalités. Cette approche permet de lutter contre l'obsolescence programmée des sites internet, et d'éviter de coûteuses et récurrentes refontes intégrales.

Par ailleurs, le choix de l'OT s'oriente vers une solution d'hébergement reconnue pour son **faible impact environnemental** (serveurs reconditionnés et en partie alimentés par des énergies « vertes »).

Enfin, l'OT souhaite s'appuyer sur l'expertise des agences spécialisées dans la promotion touristique afin de bénéficier d'un **accompagnement éditorial poussé** (travail sur l'arborescence, la narration, les mots-clefs à privilégier en fonction du positionnement de la destination, l'optimisation du référencement naturel...).

L'investissement dans un nouveau site internet à la hauteur des enjeux de la Destination Sud-Ardenne a fait l'objet d'un **dépôt de dossier LEADER (approuvé en GAL début décembre)**, et d'une **demande de subvention auprès de la Région Grand Est**.

### 3 - ACCROÎTRE LA VISIBILITÉ DE L'OFFRE LOCALE ET MICRO-LOCALE

En fin d'année, l'Office de Tourisme s'est engagé avec Henoo, application mobile et site internet de valorisation du patrimoine local. Cette solution, en partie collaborative, permet d'inciter les usagers à cheminer de site touristique en site touristique, par le biais de suggestions et de guides thématiques.

Elle s'appuie sur la base de données Constellation, et permet également de valoriser des micro-sites ne rentrant pas forcément dans les critères justifiant une parution sur les sites internet ou dans les brochures thématiques (exemples : monuments liés au tourisme de mémoire, petit patrimoine local non classé, etc.).

Cet outil est complémentaire des outils sociaux comme le site internet de destination. Son déploiement contribuera à faire circuler les visiteurs, les faire rester, et aidera les locaux à s'approprier toujours plus leur territoire.

### 4- ÉMERGENCE D'UNE E-RÉPUTATION

Les 2 fiches établissements Google Business sont tenues à jour régulièrement. Elles contribuent à la visibilité des 2 points d'accueil à la moindre requête Google incluant les mots-clefs « Destination Sud Ardennes », « Sud Ardennes », « Office de Tourisme Rethel » ou « Office de Tourisme Vouziers » (*Google = 85% des recherches web en 2023*).

Les visiteurs peuvent laisser des avis sur leur expérience au sein des points d'accueil, ou en lien avec les services proposés par l'OT. Au 31 octobre 2023 :

- Fiche point d'accueil de Rethel = 4/5 (2 avis)
- Fiche point d'accueil de Vouziers = 4,8/5 (10 avis, incluant ceux de l'ancien OT de l'Argonne en Ardenne)

#### PROJETS 2023 - Mission Promotion / Site internet et présence digitale

- ✓ Investir dans du matériel pour les stands et salons (meubles, accessoires, tenues...)
- ✓ Identifier de nouvelles opportunités d'actions hors les murs (*se démarquer en allant là où le public ne s'attend pas à de la promotion touristique*)

#### OPPORTUNITÉS ET ACTIONS NON PRÉVUES, RÉALISÉES EN 2023 :

- ✓ Recherche de financements + dépôt de 2 dossiers LEADER (site internet, matériel salons)

#### PROJETS 2024 - Mission Promotion / Site internet et présence digitale

- Mettre en ligne un site internet de destination complet et fonctionnel
- Déployer des contenus sur l'appli Henoo
- Combiner les outils de vente, d'emailing et les réseaux sociaux afin d'aboutir à une Gestion de la Relation Client plus fluide

## Ateliers numériques pour les prestataires touristiques

Pour accompagner au mieux les acteurs touristiques, l'Office de Tourisme Destination Sud-Ardenne propose des ateliers de prise en main des principaux outils numériques, en petits groupes :

- Facebook débutant
- Facebook avancé
- Instagram débutant
- Instagram avancé
- Réaliser son diagnostic numérique
- La réputation en ligne



2 sessions ont eu lieu en mars 2023 : Facebook avancé et Instagram avancé.



L'accompagnement par l'équipe de l'Office de Tourisme passe également par des **RDV personnalisés** avec les prestataires ayant des besoins spécifiques, ou dont les attentes couvrent plusieurs thèmes d'ateliers. 3 RDV personnalisés ont eu lieu en 2023, chez 2 hébergeurs et 1 prestataire « bien-être ».

Ce travail partenarial a pour ambition d'**accroître la visibilité de la Destination Sud-Ardenne** sur les principaux canaux d'information et de promotion. D'autres thèmes devraient suivre dans les prochaines années, en lien avec la communication, la commercialisation, l'éco-tourisme, les labels, l'accueil, la relation clients...

Le programme est disponible en ligne, et envoyé régulièrement par email. aux prestataires du territoire. Une campagne de phoning a également été menée à l'automne afin de sensibiliser les acteurs les plus éloignés du numérique, et de toucher le plus grand nombre.

### PROJETS 2023 - Mission Ingénierie / Animation numérique du territoire

- ✓ • Développement des ateliers avec les prestataires

### PROJETS 2024 - Mission Ingénierie / Animation numérique du territoire

- Élargir les thématiques des ateliers
- Proposer un planning tenant compte des disponibilités des acteurs touristiques (calendrier panaché)
- S'appuyer sur le programme Interreg VI pour proposer de nouvelles modalités d'animation numérique du territoire (intervenants extérieurs, etc.)

## Des liens renforcés avec et entre les acteurs touristiques

### 1 - LES SOIRÉES DES PROS

Mi-janvier, les hébergeurs, restaurateurs et gérants d'activités touristiques du Sud-Ardenne ont été invités à 2 soirées leur permettant de mieux connaître l'équipe de l'Office de Tourisme, ses nouvelles missions et les services proposés aux prestataires.

À Vieux-lès-Asfeld et au Chesne, les participants ont découvert de nouveaux lieux touristiques en plein développement (la Paillote Ardennaise et la Maison Bertrand), ils ont pu échanger entre eux, déguster des produits locaux et découvrir en avant-première le nouveau logo de la Destination.

### 2 - LE CONSEIL DES ACTEURS DU TOURISME

En mars, les acteurs touristiques ont été conviés aux premières réunions du Conseil des Acteurs du Tourisme, nouvel organe créé pour que les socio-professionnels soient force de proposition dans la stratégie et le plan d'actions mis en œuvre par l'OT. 18 personnes ont participé, et 3 groupes de travail ont été constitués :

- Groupe « Promouvoir et séduire »
- Groupe « Concevoir et vendre »
- Groupe « Accompagner et fédérer »

En 2024, des réunions thématiques sont prévues autour de chacun de ces thèmes, afin d'échanger entre acteurs touristiques, et d'amplifier les liens entre ces acteurs et l'équipe de l'OT.

### 3 - BOURSES D'ÉCHANGE DE DOCUMENTATION TOURISTIQUE

Fin mai, 2 bourses d'échange ont été proposées afin de contribuer à la diffusion des brochures de l'OT, et de permettre aux acteurs touristiques d'échanger leurs supports.

À la Maison de la Nature de Boult-aux-Bois et au Rucher du Marcassin à Seraincourt, ces moments ont été ponctués de visites et de temps d'information sur l'offre de randonnée (intervention de la CC de l'Argonne Ardennaise) et le Festival Voix Vertes (par l'association Les Tourelles)...

#### PROJETS 2023 - Mission Ingénierie / Liens avec les acteurs touristiques

- ✓ • Premières Soirées des Pros

#### PROJETS 2024 - Mission Ingénierie / Liens avec les acteurs touristiques

- Faire vivre le Conseil des Acteurs du Tourisme
- Continuer à créer du lien en proposant des RDV à dates, horaires et lieux variés (Soirées des Pros, bourses d'échanges, etc.)

## Animation des filières touristiques

### 1 - VISITE DES NOUVEAUX HÉBERGEMENTS

L'Office de Tourisme visite chaque nouvel hébergement touristique en vue de son référencement sur les supports de promotion (web et brochures).

En lien avec l'ADT, l'équipe accompagne également chaque visite effectuée en vue du classement en étoiles ou de la labellisation Clévacances d'un hébergement touristique.

Ce sont des moments privilégiés pour appréhender l'offre locale, et pour faire en sorte que les acteurs touristiques identifient l'Office comme l'un de leurs interlocuteurs privilégiés.

## 2 - NOUVEAU DISPOSITIF : PASSEPORT VERT

L'Office de Tourisme, en partenariat avec l'ADT des Ardennes et le GEIE de l'Ardenne transfrontalière, se sont engagés dans une démarche visant à renforcer et valoriser des pratiques éco-responsables, afin de réduire l'impact environnemental des activités, des hébergements et des transports liés au tourisme.

L'OT a contribué à sensibiliser les acteurs, et a mené 6 entretiens avec des professionnels du territoire afin de recueillir leurs attentes et leurs visions des démarches à mener collectivement et individuellement en matière de développement durable.

### Les adhérents de l'Office de Tourisme

Tous les prestataires touristiques du Sud-Ardennes peuvent adhérer à l'Office de Tourisme afin de bénéficier de services renforcés. L'adhésion est obligatoire pour bénéficier des ateliers numériques et RDV personnalisés.

#### Package adhésion Standard (18€/an)

- Accès aux ateliers et RDV personnalisés
- Plus de visibilité sur les supports de promotion de la Destination Sud-Ardennes
- Invitation aux réunions d'information, accès à toutes les newsletters professionnelles
- Documentation touristique fournie par l'Office de Tourisme (à venir chercher à Rethel ou à Vouziers)

#### Package adhésion Confort (30€/an)

- Avantages du package Standard +
- Livraison de la documentation touristique
- Publications dédiées à l'établissement sur les réseaux sociaux de l'Office de Tourisme (avec, si besoin, un reportage photo réalisé par notre équipe)
- Mise à disposition de contenus « Destination Sud-Ardennes » prêts à l'emploi pour les réseaux sociaux

Fin 2023, l'OT comptait 4 adhérents Standard et 7 adhérents Confort.

### PROJETS 2024 - Mission Ingénierie / Adhésions

- Étendre la gamme de services inclus dans l'adhésion
- Développer le nombre d'adhérents à l'Office de Tourisme

### Eductours : faire connaître le territoire aux acteurs touristiques des environs

Début 2023, l'ADT des Ardennes et les offices de tourisme ardennais ont fait le constat du besoin d'enrichir la connaissance mutuelle des différents territoires ardennais. L'équipe a ainsi été invitée à plusieurs eductours sur les crêtes préardennaises, la Vallée de la Meuse, Ardennes Thiérache et sur le Sedanais.

En mai, l'OT a proposé à ses partenaires 2 journées de visite, sur le Pays rethélois et sur l'Argonne Ardennaise, en mettant en avant prioritairement de nouvelles activités et des pépites méconnues. L'invitation a été élargie à tous les OT et collectivités voisin-e-s de la Destination Sud-Ardennes (dans l'Aisne, la Marne et la Meuse).

Ces journées ont été enrichissantes tant pour l'équipe que pour la vingtaine de participants, qui ont identifié des offres singulières qu'ils sont désormais à même de valoriser auprès de leur clientèle et de leur réseau professionnel.



### PROJETS 2024 - Mission Ingénierie / Eductours

- Renouveler l'invitation et renforcer les liens avec les territoires voisins (Ardennes, Aisne, Marne, Meuse)

## Collaboration avec le réseau d'acteurs touristiques institutionnels

L'équipe est en contact régulier avec les équipes des organismes en charge du développement touristique départemental et régional. Outre les échanges réguliers au quotidien pour assurer la visibilité de l'offre du Sud-Ardenne ainsi que l'efficacité des outils et actions mis en place collectivement, ont notamment eu lieu :

- La bourse d'échanges des Offices de Tourisme des Ardennes, coordonnée par l'équipe au nom de l'UDOTSI
- Des échanges réguliers avec les différents services de l'ADT
- Le GEIE de l'Ardenne transfrontalière (publication d'une expérience Sud-Ardennoise sur [visitardenne.com](http://visitardenne.com))
- Un RDV de travail avec l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est
- L'UDOTSI, dont Thomas SAMYN est l'un des vice-présidents et Estelle COPPIN la trésorière

## Contribuer à des événements locaux et mettre les acteurs en réseau

### 1 - RALLYE DE DYNAMIC ARGONNE

L'Office de Tourisme a proposé ses services à l'association de commerçants afin d'identifier des lieux touristiques et des événements susceptibles de constituer des étapes et des temps forts de son rallye estival. L'OT a mené une animation dans le cadre d'Ardennes Plages, à Bairon, contribué à la diffusion des livrets-jeux, et relayé l'information sur ses réseaux sociaux.

### 2 - JOURNÉES NATIONALES DE L'ARCHITECTURE

L'OT a répondu à la demande de l'Association de Médiation de l'Architecture en Territoire Ardennes (AMATA), qui souhaitait proposer une animation grand public en octobre, à l'occasion des Journées Nationales de l'Architecture. L'équipe a permis à l'association de se rapprocher, notamment, de la Ville de Vouziers et de l'association Les Tourelles. Ces dernières ont accompagné le projet au plan logistique :

- Chasse au trésor dans les rues de Vouziers (14 octobre)
- Exposition sur l'architecture contemporaine, *Patrimoines Invisibles*, aux Tourelles

Le contenu et la finalité de ces animations convergeaient parfaitement avec les plans d'actions de l'OT.

### 3 - COLLECTIFS OCTOBRE ROSE

Dans le Rethélois comme en Argonne Ardennaise, l'Office de Tourisme a participé aux collectifs portant les événements organisés pour prévenir, sensibiliser et lever des fonds en faveur de la lutte contre le cancer du sein :

- Participation à l'organisation d'une cani-rando au départ de Vrized (15 octobre)
- Dépôt-vente d'objets d'artisanat local
- Boîtes à dons

Le montant des inscriptions et les recettes concernées ont été reversés à la Ligue Contre le Cancer.

## Diversification des publics touchés par l'Office de Tourisme

### 1 - ACTIONS EN LIEN AVEC LE FJEP - CENTRE SOCIAL DE VOUZIERS

En 2023, le FJEP-CS s'est appuyé sur l'Office de Tourisme à 3 reprises :

- Animation pour jeunes/ados : le jeu du goût, dégustation des saveurs sucrées du Sud-Ardenne les yeux bandés pour (re)découvrir des nouvelles saveurs et déguster un goûter local
- Ardennes Tour : découverte des pépites du Sud-Ardenne, jeu pour nommer et placer des activités sur une carte
- Séminaire Jeunes, avec le GAL de l'Argonne Ardennaise : conseils pratiques pour créer son propre escape game et participation au jury examinant les projets imaginés par les jeunes

### 2 - PARTENARIATS AVEC LA SPHÈRE SCOLAIRE

- Partenariat avec le Collège de l'Argonne, à Grandpré, pour accompagner le club « Découverte des Ar-

dennes » (fourniture de brochures d'information et de clefs USB)

- Contribution à la réalisation d'une carte interactive de Rethel sur les lieux de mémoire et noms de rues en lien avec les trois conflits, avec une professeure du **Lycée Verlaine**
- Poursuite du partenariat avec les enseignants du **pôle scolaire Dora-Lévi à Vouziers**, dans le cadre d'une action d'envoi de cartes postales du territoire à d'autres écoliers en France (animation d'ateliers et fourniture de supports d'information).
- Intervention auprès d'**étudiants en BPJEPS**, en juillet à la Maison de la Nature, dans le cadre de leur voyage d'études sur les acteurs nature du Sud-Ardenne

### 3 - COOPÉRATION AVEC LES CENTRES DE LOISIRS

- Fourniture de brochures et de tatouages Destination Sud-Ardenne à Familles Rurales, pour le **centre de loisirs proposé en juillet-août à Grandpré**
- Fourniture de brochures et de tatouages Destination Sud-Ardenne au FJEP-CS, pour le **centre de loisirs proposé en août à Vouziers**

#### PROJETS 2023 - Mission Ingénierie / Diversification des publics

- ✓ Partage de contacts les services des 2 intercommunalités

#### PROJETS 2024 - Mission Ingénierie / Diversification des publics

- Poursuivre les partenariats, en fonction des opportunités qui se présentent et des initiatives de l'équipe

### Conception et vente d'activités touristiques clef-en-main

#### 1 - DÉCOUVERTE DU PATRIMOINE DÈS LE PLUS JEUNE ÂGE

- Escape game urbain Ô Voleurs (Rethel) : 17 parties vendues
- Kit d'explorateur à la recherche de l'avion de Roland Garros (Vouziers) : 23 kits vendus

#### 2 - LES AUTRES CONTENUS ET PROPOSITIONS MISES À DISPOSITION DU PUBLIC

- Visite virtuelle audio-guidée de l'église Saint-Nicolas (Rethel) sur l'appli IziTravel (accès libre), dont les contenus devraient être enrichis en 2024
- Circuit du Matrimoine, décliné du Circuit du Patrimoine vouzinois, à l'occasion de la Journée internationale des Droits des Femmes
- Jeu de piste dans les rues de Vouziers à l'occasion du Festival Voix Vertes
- Programme local des sites ouverts à l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine
- Réédition du livret de visite « Dans les rues de Rethel, sur les pas des femmes », à l'occasion d'Octobre Rose (disponible toute l'année)

### Réflexion sur la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise

L'équipe a mené une première réflexion sur les dimensions que pourrait couvrir le plan d'actions de l'OT en matière de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise, et sur les pistes d'actions, comme la réorientation progressive des achats vers des fournisseurs de proximité (le cas échéant). L'objectif est de disposer de documents synthétiques présentant les actions de l'OT en matière de RSE, à destination des partenaires, des acteurs touristiques et des usagers.

#### PROJETS 2024 - Mission Ingénierie / Responsabilité Sociétale de l'Entreprise

- Accueillir en étudiant susceptible de contribuer à élaborer la RSE de l'OT durant une période de stage
- Élaborer un document public afin de faire connaître les contours de cette RSE

# PLAN D' ACTIONS | Nouveautés 2024

## ACCUEIL & INFORMATION



- Nouveau local commercial à Vouziers
- Digitalisation de l'information au comptoir
- Harmonisation des données

## BOUTIQUE & BILLETTERIE



- Gamme de souvenirs Destination Sud-Ardenne
- Billetterie pour d'autres événements régionaux
- Contrat autonome pour le logiciel de caisse

## COMMERCIALISATION



- Création d'une brochure d'appel
- Création d'un catalogue
- Campagnes de mailing et de phoning
- Logiciel Groupes
- Formation(s)

## ANIMATION DE FILIÈRES



- Animation de réunions
- Accompagnement des prestataires pour l'adhésion à des labels et certifications
- Participation aux ateliers Passeport Vert

## ANIMATION DU RÉSEAU DE PROS



- Faire vivre le Conseil des Acteurs du Tourisme
- RDV à dates, horaires et lieux variés (Soirées des Pros, bourses d'échanges, etc.)
- Développer le nombre d'adhérents
- Étendre la gamme de services inclus dans l'adhésion à l'OT
- Renforcer les liens avec les territoires voisins (Ardenne, Aisne, Marne, Meuse)

## ANIMATION NUMÉRIQUE DU TERRITOIRE



- Élargir les thématiques des ateliers
- Nouveau planning
- Programme Interreg VI (intervenants extérieurs, etc.)

## PROMOTION DIGITALE



- Site internet de destination
- Budget publicitaire sur les réseaux sociaux
- Développement du compte TikTok
- Production de vidéos (en interne)
- Valorisation du petit patrimoine (Henoo)
- Poursuite de la diversification des publics
- Fluidité de la Gestion de la Relation Client

## PROMOTION MULTI-SUPPORTS



- Déclinaison de la marque par filières
- Réédition + extension de la collection de brochures
- Création de plans de ville
- Réseau de Relais d'Information Touristique
- Thème phare 2024 : le sport (Jeux Olympiques)
- Relations presse locale, spécialisée et étrangère + stimulation réseau d'influenceurs

## ÉVÉNEMENTIELS



- Intensifier les hors-les-murs
- Achat de matériel (mobiliers + outils d'animation)
- Participer à des événements moins classiques (au-delà du champ touristique)

## RESSOURCES HUMAINES



- Formation continue du personnel
- Points d'équipe réguliers
- Eductours
- Former les jeunes aux métiers d'un OT (stagiaires en tourisme, Mission Locale, école de la 2nd Chance...)

## RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DE L'ENTREPRISE



- Élaboration avec le concours d'un étudiant (stage)
- Valorisation auprès du grand public

## ACTIONS TRANSVERSALES



- Aménagement du nouveau local à Vouziers
- Veille stratégique sur les missions de l'OT