

# Plan d'actions marketing

Agence de Développement Touristique des Ardennes  
2017



[www.ardennes.com](http://www.ardennes.com)

Festival Mondial des Théâtres de Marionnettes







## La promotion touristique des Ardennes

Dans ce plan d’actions marketing, vous trouverez les actions de promotion et de communication de l’Agence de Développement Touristique des Ardennes (ADT) pour :

- **LA STRATÉGIE DIGITALE**
  
- **LA STRATÉGIE « COMMUNICATION PRINT »**
  
- **LA STRATÉGIE « SALONS/ÉVÈNEMENTS »**
  
- **LA STRATÉGIE « RELATIONS PRESSE »**
  
- **LA STRATÉGIE « PROFESSIONNELS DE VOYAGE »**
  
- **LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION D’ARDENNES DE FRANCE**

En dehors de la stratégie marketing de l’ADT pour promouvoir l’ensemble de l’offre touristique du département des Ardennes, l’ADT contribue pleinement au plan marketing partagé du projet Ardenne Marketing dans le cadre du portefeuille de projets Ardenne Attractivity (Interreg V).

En mutualisant les moyens, une promotion et une communication touristique du Massif de l’Ardenne en France, en Belgique et au Luxembourg est mise en place par le GEIE Destination Ardenne.

A travers plusieurs actions marketing (salons, éditions, relations presse, digital marketing...), le client sera sensibilisé aux incontournables de la « Grande Ardenne ».

**Contact :**

**Jauko Rappel**

Responsable Promotion et Communication

Tél. : 03 24 56 67 74

[rappel@ardennes.com](mailto:rappel@ardennes.com)

## **STRATÉGIE DIGITALE**

Intensifier les actions de webmarketing à travers les campagnes de communication et de publicité sur internet prioritairement sur les marchés prioritaires: France, Belgique, Pays-Bas et Grande-Bretagne et Allemagne.

### **- Grande campagne webmarketing France**

Au 30 juin 2016, la page Facebook «Tourisme en Ardennes » comptait 10 000 fans, soit 29 % d’augmentation depuis le 1er janvier 2016.

L’ADT a décidé de développer davantage sa visibilité via ses réseaux sociaux, en particulier sa page Facebook avec l’augmentation de sa communauté de fans, de développer Instagram, puis en ce qui concerne Twitter de se concentrer sur l’événementiel.

Pour cela, l’agence WELIKETRAVEL accompagnera l’ADT dans cette mission

### **- Page Facebook en néerlandais (Pays-Bas et Flandre)**

Au vu de :

- l’importance de la clientèle néerlandophone dans les Ardennes ;
- des tendances de consommation sur ces deux marchés ;
- et la pertinence de cet outil de communication,

l’ADT a décidé de travailler avec l’agence BALTUS COMMUNICATIONS pour la mise en place d’une page Facebook des Ardennes en néerlandais.

### **- Campagne digitale des Marques mondiales Atout France (Pays-Bas)**

Mutualisation des moyens en participant avec le CRT et Atout France Pays-Bas à la campagne de communication « Multimédia France » sur le marchés néerlandais.

### **- Grande campagne de webmarketing sur le marché belge (Belgique)**

Cette campagne comporte deux volets thématiques :

- o Campagne courts séjours sur le marché belge « weekendfrance.be ». Valorisation de 16 offres de courts séjours sur un dispositif en ligne, accompagné de publicité.
- o Campagne vélo sur le marché belge « La France à vélo ». Valorisation des itinéraires et offres vélos des Ardennes sur un dispositif en ligne, accompagné d’une campagne publicitaire.

### **- Renforcer l’attractivité et la lisibilité du territoire par l’achat multimédias**

- o Réalisation de plusieurs mini-films en collaboration avec le CRT Champagne-Ardenne pour la valorisation des Ardennes sur les produits du terroir, les balades nature et les le patrimoine, etc.

- Mise en œuvre d’un reportage photo afin d’enrichir la photothèque de l’ADT avec des visuels adaptés aux tendances actuelles.

- ***Actions de communication dans le cadre du Cluster Nature d’Atout France***

L’ADT poursuit son adhésion au Cluster Nature d’Atout France pour bénéficier des opportunités supplémentaires de promotion sur le volet slow- et eco-tourism

- Accueil de bloggeurs/influenceurs allemands
- Campagne sous forme de quiz nature sur marché belge

## **STRATÉGIE « COMMUNICATION PRINT »**

### **- *Refonte complète des éditions de l’ADT***

Une toute nouvelle réflexion est menée depuis début 2017 pour la refonte complète des éditions et de la communication de l’ADT des Ardennes pour 2018 et pour les années suivantes.

- Création d’une nouvelle identité graphique pour l’ADT
- Réalisation d’un magazine touristique sur les Ardennes
- Réalisation de la carte touristique des Ardennes dans le cadre du projet transfrontalier de l’Ardenne

### **- *Opération de street-marketing dans la Sarre (Allemagne)***

Opération de promotion et de séduction dans la Sarre afin de séduire et d’informer les habitants de cette région allemande, frontalière avec la France, dans le but de favoriser le développement des séjours touristiques dans les Ardennes.

- Du 8 au 10 juin, 3 jours de promotion et de visibilité « Ardennes » avec distribution de documentation, de l’information, des dégustations aux portes du grand centre commercial « Europagallerie » à Sarrebruck.
- Mise en place de l’ArdenBox.

### **- *Valorisation de l’ArdenBox (Grand-Est)***

L’ArdenBox, outil innovant de la promotion et de la communication touristique des Ardennes à travers plusieurs vidéos séduisantes sur les thématiques nature et patrimoine des Ardennes.

- Installation de la box dans des lieux à fort passage dans la zone de chalandise du département

### **- *Plan média print (France/Europe)***

Campagnes de communication et insertions publicitaires en fonction des opportunités permettant de bénéficier de tarifs privilégiés.

- Insertions publicitaires en Belgique, aux Pays-Bas afin d’augmenter la notoriété des Ardennes
- Publicité/publi-rédactionnel dans magazines francophiles en Allemagne
- Optimisation de la promotion des filières

### **- *Campagne de communication Hauts-de-France (France)***

Mise en place d’un plan média spécifique pour cette région française à fort potentiel de développement de clientèle.

- Mise en place d’un plan média spécifique

## **STRATÉGIE « SALONS/ÉVÉNEMENTS »**

### **- Plan d’actions salons 2017**

Renforcer l’attractivité et la lisibilité du territoire des Ardennes à travers un plan de promotion salons afin de favoriser les courts-séjours dans les Ardennes

### **Participation 2017 de l’ADT des Ardennes aux salons grand public**

<b>Date</b>	<b>Lieu</b>	<b>Descriptif de l’action</b>	<b>Partenariat</b>	<b>Contact</b>
11 et 12 février	Utrecht (Pays-Bas)	Participation des Ardennes au salon grand public « Fiets en Wandelbeurs », dédié à la randonnée pédestre et au cyclotourisme. Présence sur le stand de la Wallonie avec nos partenaires des provinces belges de l’Ardenne.	Fermé au partenariat	Cécile HUREAUX <a href="mailto:hureaux@ardennes.com">hureaux@ardennes.com</a>
18 et 19 février	Gand (Belgique)	Participation des Ardennes au salon grand public « Fiets en Wandelbeurs », dédié à la randonnée pédestre et au cyclotourisme. Présence sur le stand de la Wallonie avec nos partenaires des provinces belges de l’Ardenne.	Fermé au partenariat	Cécile HUREAUX <a href="mailto:hureaux@ardennes.com">hureaux@ardennes.com</a>
Du 3 au 5 mars	Lille	Participation des Ardennes au salon grand public « Tourissima ».	Ouvert au partenariat	Cécile HUREAUX <a href="mailto:hureaux@ardennes.com">hureaux@ardennes.com</a>
Du 16 au 19 mars	Paris	Participation des Ardennes au salon grand public « Destinations Nature ».	Ouvert au partenariat	Cécile HUREAUX <a href="mailto:hureaux@ardennes.com">hureaux@ardennes.com</a>
Du 17 au 19 mars	Reims	« Escapades dans les Ardennes » au salon « Tendances Nature » à Reims.	Ouvert au partenariat	Cécile HUREAUX <a href="mailto:hureaux@ardennes.com">hureaux@ardennes.com</a>

## **STRATÉGIE « RELATIONS PRESSE »**

### **- *Plan d'actions presse 2017***

En 2017, l'ADT poursuivra le développement et l'animation des relations avec la presse française et étrangère pour :

- susciter des accueils presse, des reportages et la reprise de communiqués de presse.

### **- *Workshops/salons spécialisés pour la presse***

Participations aux rencontres presse afin d'animer et élargir les relations avec les journalistes, les inviter à des voyages de presse et les inciter à réaliser un reportage sur notre destination.

- Deptour à Paris (16-17 janvier)
- Collection France à Bruxelles (19 janvier)

### **- *Diffusion des communiqués de presse (France/étranger)***

Rédaction et envoi de communiqués de presse et de lettres d'information afin d'informer les journalistes de tourisme sur l'actualité touristique des Ardennes.

- Via Datapresse (France/Belgique)
- Via des agences de relations presse aux Pays-Bas (Baltus Communications) et en Grande-Bretagne (Ian Weightman Services)
- Mesurer les retombés via les agences à l'étranger (Grande-Bretagne et Pays-Bas) puis par un abonnement de clipping presse en France (EDD).

### **- *Réalisation d'un dossier de presse sur les Ardennes***

Suivi de l'actualisation, de l'édition et de la diffusion du dossier de presse de l'ADT (3 versions linguistiques FR, NL et GB)

### **- *Assurer les accueils de presse dans les Ardennes***

Réalisations de programmes de voyage presse aux journalistes français et étrangers souhaitant visiter les Ardennes afin de générer des retombées presse avec pour but d'écrire un article, faire un reportage TV et/ou radio sur le département.

- Invitation personnalisée par l'ADT (France/Belgique) et par les agences de presse étrangères : Ian Weightman Media Services Ltd. (Grande-Bretagne) et Baltus communications (Pays-Bas) aux médias dont le lectorat est en adéquation avec notre destination touristique
- Organisation du voyage de presse (programme sur-mesure)
- Accueil et/ou accompagnement des journalistes

### **- *Les relations presse via internet***

Favoriser des relations presse multimédias, sociales et interactives :

- Révision et refonte de l'espace presse sur ardennes.com
- Relais sur les réseaux sociaux des communiqués de presse, de contenus multimédia, des rencontres presse de l'ADT et l'interaction avec les journalistes présents dans les Ardennes lors d'un accueil.



## **STRATÉGIE « PROFESSIONNELS DE VOYAGE »**

### **- *Plan d’actions pro 2017***

En 2017, l’ADT poursuit son travail de promotion, de pré-commercialisation et de sensibilisation auprès des tour-opérateurs, autocaristes, agences de voyages, CE, clubs et associations.

### **- *Salons et workshops professionnels***

Le travail auprès des tour-opérateurs est prioritairement effectué sur les marchés étrangers, en raison de l’intermédiation des réservations.

- Workshop Rendez-vous en France à Rouen – 28/29 mars  
Rencontre de tour-opérateurs du monde entier intéressés par la destination France
- Workshop Grand-Est à Metz – 7 avril  
Rencontre d’autocaristes et tour-opérateurs français, belges, luxembourgeois et allemands intéressés par la nouvelle région Grand-Est
- Workshop France à Luxembourg – juin  
À la rencontre des tour-opérateurs et autocaristes luxembourgeois intéressés par la destination France.
- Workshop France à Cologne – 3 juillet  
Sur l’espace du Cluster Nature d’Atout France, à la rencontre des tour-opérateurs et autocaristes allemands intéressés par la destination France.
- Workshop « Club-Champagne-Ardenne » aux Pays-Bas – 19/20 septembre  
Événement co-organisé par Atout France Pays-Bas et le CRT Champagne-Ardenne pour favoriser les rencontres entre professionnels de tourisme de Champagne-Ardenne et tour-opérateurs néerlandais, spécialisés dans le Terroir et la Nature.

### **- *Éditions pour tour-opérateurs et autocaristes***

- Projet de réalisation d’un document print pour les pros mettant en avant les offres de grande qualité du département.
- Réédition du catalogue groupes départemental.

### **- *Éductours et soirée professionnelle***

- Projet d’organisation d’une soirée événementielle Pro lors de la réunion annuelle de la FBAA (Fédération Belge des Autocars et Autocaristes) ;
- Organisation d’un Éductour pour autocaristes belges en partenariat avec les OT du département.

## **LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION D’ARDENNES DE FRANCE**

### **- Promotion et Communication**

En 2017, la marque collective Ardenne de France fêtera ses 30 ans! Dans toutes les actions de communication, cet anniversaire sera le fil conducteur.

- o Sponsoring, plan-média, jeux concours, spots radio...

### **- Diffusion élargie du nouveau logo ‘Ardenne de France’**

Le nouveau logo de la marque collective Ardenne de France sera diffusé sur les différents outils de communication

- o Réédition de tout le matériel de promotion de la marque : sacs, vignettes, vitrophanies, autocollants...

### **- Éditions et diffusion des supports de communication**

Afin de faire rayonner la marque collective Ardenne de France, plusieurs supports de communication sont mis à jour et/ou élaborés :

- o Réédition et diffusion de la brochure Ardenne de France
- o Création et diffusion des fiches recettes avec un nouveau look
- o Migration du site web [www.ardennes-de-france.com](http://www.ardennes-de-france.com) vers [www.ardennes.com](http://www.ardennes.com)
- o Développement des partenariats avec les grandes entreprises et les influenceurs

### **- Présence d’Ardenne de France aux foires et salons**

Renforcer l’attractivité et la lisibilité de la marque collective Ardenne de France.

Date	Lieu	Descriptif de l’action	Partenariat	Contact
31 mars au 2 avril	Reims	Participation de la marque collective « Ardenne de France » au salon grand public « Du bon et du goût », dédié à la gastronomie et au savoir-faire.	Ouvert au partenariat	Claire TITEUX <a href="mailto:titeux@ardennes.com">titeux@ardennes.com</a>
28 au 31 juillet	Libramont (Belgique)	Participation de la marque collective « Ardenne de France » à la plus grande foire agricole de Belgique sur l’espace « Ardenne Joyeuse » dédié à la gastronomie et au savoir-faire.	Ouvert au partenariat	Claire TITEUX <a href="mailto:titeux@ardennes.com">titeux@ardennes.com</a>
Du 15 au 24 septembre	Charleville-Mézières	Mise en place du « Village Ardenne de France » au Festival Mondial des Théâtres de Marionnettes de Charleville en septembre 2017	Ouvert au partenariat.	Claire TITEUX <a href="mailto:titeux@ardennes.com">titeux@ardennes.com</a>

### **- Développement de la vente en grandes et moyennes surfaces (Carrefour, Cora...)**

- o Accompagner les adhérents pour mieux valoriser les produits de la marque collective dans les grandes et moyennes surfaces du département et des départements aux alentours.





24 place Ducale - B.P. 419 - 08107 Charleville-Mézières Cedex – France  
Tél. : +33 (0)3 24 56 06 08 - [infos@ardennes.com](mailto:infos@ardennes.com)

[www.ardennes.com](http://www.ardennes.com)

[www.sports-nature-ardennes.com](http://www.sports-nature-ardennes.com)

[fleurer.ardennes.com](http://fleurer.ardennes.com)

[www.ardennes-de-france.com](http://www.ardennes-de-france.com)