

Plan d'actions 2017



www.ardennes.com



Pôle Ingénierie-Développement



www.ardennes.com



Aide à la professionnalisation des prestataires

- Dans le cadre des précédents schémas de développement, différents services ont été proposés aux prestataires : cellule d'accompagnement (guichet unique), catalogue des formations, site Pro, pré-audits ...
- Afin de développer cette mission d'accompagnement, les évolutions prévues en 2017 concernent :
 - Cellule d'accompagnement : création d'une base de données, organisation de la préparation du rendez-vous et du suivi des contacts ;
 - Site Pro : refonte totale du site avec nombreuses rubriques nouvelles ;
 - Aide à la mise en marché par une optimisation des compétences mobilisables au sein de l'ADT ;
 - Rationalisation de la diffusion des infos sur les démarches qualité et labels existants à partir du kit présentant les divers référentiels.



www.ardennes.com



Développement qualitatif et quantitatif de l'offre touristique

- Maintenir un volume de lits marchands suffisant et diversifié a été l'objectif des actions déjà menées en direction des porteurs de projets (cellule d'accompagnement, animation et promotion des marques et labels, diffusion de données marketing...)
- Pour 2017, de nouvelles pistes de travail compléteront ces actions :
 - Mise en place d'une coordination appropriée au démarchage d'investisseurs entre structures concernées (ADT, CCI, ADE, CD,...) ;
 - Création d'un référentiel qualité Ardennes, en s'appuyant sur les démarches Plan Qualité Tourisme et marque *Ardenne* et évolution du poste d'animateur de labels vers une démarche qualité multisectorielle ;
 - Réalisation d'études économiques à la demande de tiers (étude de marché, de faisabilité...).



www.ardennes.com



Mise en place d'outils stratégiques de développement

- Plusieurs indicateurs stratégiques existent déjà, pilotés par l'ADT : l'Observatoire départemental (partenariat avec la CCI) et qui sera encore optimisé en 2017, l'enquête clientèle en partenariat avec le CRT (prochaine version en 2018), l'enquête conjoncturelle (5 vagues d'enquête durant la saison touristique).
- En 2017, ces outils d'aide à la décision seront complétés par la mise à disposition de fichiers marketing synthétiques réalisés par l'ADT sur la base des analyses diffusées par Atout France.
- Par ailleurs, l'ADT se positionnera comme guichet unique d'information sur les aides aux projets touristiques, européennes ou territoriales.



www.ardennes.com

...



Mise en place d'outils stratégiques de développement à disposition des collectivités

- De plus, un travail spécifique sera mené dans le cadre d'un stage longue durée afin de disposer d'un diagnostic de l'offre départementale en matière d'hôtellerie de plein-air, d'accueil des camping-caristes, de tourisme fluvial.
- Enfin, en partenariat avec l'ADE, la CCI, ID-Champagne-Ardenne et le Conseil départemental, l'ADT participera à la mise à disposition d'une base de données de l'offre disponible en foncier et immobilier touristique à l'attention des investisseurs potentiels endogènes ou exogènes.



www.ardennes.com



Pilotage des filières porteuses

- En plus des filières déjà développées autour des activités de plein air (moto, vélo, sports nature), l'ADT a organisé, dans le cadre du Schéma Départemental, 4 nouvelles filières à fort potentiel : patrimoine, itinérance, mémoire et tourisme durable.
- Il conviendra de poursuivre cette dynamique et de rechercher les passerelles possibles entre toutes les filières dans le domaine de la communication et de la production touristique, en phase avec le futur Schéma Régional du Tourisme.
- Les nouvelles actions concerneront :
 - La généralisation des rencontres, sectorielles ou thématiques, destinées à améliorer les compétences des adhérents (connaissance du territoire, amélioration de l'accueil, veille juridique, marketing,...) ;
 - L'organisation d'une veille propre à chaque filière destinée à maîtriser l'actualité et à la diffuser (nouveaux produits, nouvelles tendances, offre concurrentielle...) ;
 - Un partenariat renforcé avec les OTSI pour les informer des adhérents sur leur territoire et en faire des relais de promotion des filières ;
 - La recherche d'actions de communication très ciblées et peu coûteuses (manifestations sportives ou culturelles locales en priorité) ;



www.ardennes.com



Animation des partenariats

La plupart des actions d'ingénierie-développement n'ont de sens que dans une démarche collaborative. Aussi, de nombreux partenariats existent déjà, qu'il s'agit de consolider et généraliser. L'ADT se positionne clairement comme organisme fédérateur, en quête permanente de passerelles entre les domaines touristiques, culturels et économiques principalement.

Des partenariats stratégiques seront renforcés dès 2017, avec :

- Les O.T dans le cadre de réflexion en cours sur l'étude de la mise en œuvre de la taxe de séjour
- Les consulaires pour la mise en place du référentiel qualité Ardennes et du PQT ;
- Les EPCI pour l'accompagnement des porteurs de projets et l'aide à la définition de stratégies territoriales (schémas locaux de développement touristique)
- Les acteurs touristiques wallons pour la réalisation du projet INTERREG *Ardenne Attractivity* ;
- Les comités départementaux ou fédérations des Ardennes d'intérêt touristique pour concentrer les moyens et compétences dans un objectif d'efficacité.



www.ardennes.com



Préparation et mise en œuvre de la politique touristique départementale

La loi NOTRe a confirmé le tourisme comme une compétence partagée avec l'élaboration d'un schéma régional et des schémas départementaux en cohérence les uns avec les autres ;

L'actuel schéma départemental sera achevé fin 2016.

Dès 2017, l'ADT apportera son concours à l'élaboration et à la mise en œuvre de la politique touristique du département :

- à travers un potentiel prochain schéma départemental,
- en collaborant à la mise en place de plans départementaux (signalisation touristique, PDIPR, tourisme fluvial,...),
- en apportant la contribution des Ardennes à la mise en place d'une stratégie touristique régionale,
- en représentant le département dans la constitution d'un nouveau PNR en Argonne,
- en réunissant régulièrement les O.T et les services Tourisme des EPCI pour informer et échanger sur les divers projets en cours.



www.ardennes.com



Pôle Promotion-Communication



www.ardennes.com



Ardenne Marketing GEIE Ardenne

Contribution au **plan marketing partagé** du projet Ardenne Marketing dans le cadre du portefeuille de projets **Ardenne Attractivity** (salons, accueils pro et presse, webmarketing)

Réflexions en cours :

- Campagne de communication « influenceurs » sur le marché flamand
- Habillage d'un car de tourisme aux couleurs de l'Ardenne
- Création d'un ArdenBox pour l'Ardenne
- Organisation d'un événementiel pour promouvoir l'Ardenne
- Organisation des accueils presse et d'éducteurs pro en collaboration avec l'Ardenne



www.ardennes.com



Webmarketing – TIC

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.

- Participation avec le CRT à la campagne de communication « **Multimédia France** » sur les marchés néerlandais, allemand et anglais
- Participation aux campagnes « **courts-séjours** » et « **vélo** » sur le marché belge avec Atout France
- Mise en place d'une campagne multicanal sur le **marché français** (Search, Display, YouTube)
- Création de **nouveaux contenus vidéos**
- Création et animation des pages **Facebook** en néerlandais et en anglais
- Participation au **Cluster Nature** d'Atout France pour bénéficier des opportunités supplémentaires de promotion sur le volet slow- et eco-tourism



www.ardennes.com



Réseaux Sociaux

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 poursuivra le développement de la visibilité de ses réseaux sociaux, en particulier de sa page Facebook avec l'augmentation de sa communauté de fans.

- La veille pro via **twitter**
 - Animation de twitter pro avec optimisation de la visibilité des informations et de ce twitter via une newsletter hebdomadaire « L'essentiel de l'information de la semaine... »
- Mise en œuvre d'une **stratégie digitale** de l'ADT
 - Nouvelle organisation transversale impliquant toute l'équipe sur le support de Facebook, Instagram...
- Communication digitale en lien avec les relations presse
 - Poursuite de la collaboration entre le community management et les relations presse de l'ADT: **relayer sur les réseaux sociaux** les communiqués de presse, les contenus multimédia, les rencontres presse de l'ADT et les interactions avec les journalistes présents dans les Ardennes lors d'un accueil et les retombées médias
- **Visibilité des différents réseaux sociaux**
 - Réalisation d'un flyer et/ou un autocollant largement diffusé sur les manifestations, salons et à l'accueil de la Vitrine et de Woinic, puis réalisation de supports pub dédiés à la Vitrine et Woinic

Salons et Événements

La **nouveauté pour 2017** sera l'édition d'une brochure de l'ADT en langue allemande et la mise en place d'actions de promotion en **Allemagne** et dans la nouvelle région du **Grand-Est**.

- **Publicité**/publi-rédactionnel dans magazines francophiles en Allemagne et diffusion de documentation touristique sur les Ardennes dans la Sarre ;
- Participation sous la marque Ardenne aux **salons thématiques** vélo et randonnée « Fiets » aux Pays-Bas et en Belgique, participation au Salon des Vacances de Bruxelles sous la marque France et participation éventuelle au salon Destination Nature à Paris selon budget ;
- « **Escapades dans les Ardennes** » au salon Tendance Nature à Reims pour séduire une clientèle régionale et soutien aux initiatives d'événementiel dans la nouvelle Grande Région ou en Ardenne ;
- Présence aux **manifestations locales** (Foire de Sedan et de Chalons en Champagne),



www.ardennes.com



Communication

- Une toute nouvelle réflexion sera menée 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**
 - **Refonte des éditions papier et de leur contenu**
- Valorisation de l'ArdenBox
 - Installation de la box dans des lieux à fort passage dans la zone de chalandise du département (street marketing)
- **Campagnes de communication** et insertions publicitaires en fonction des opportunités permettant de bénéficier de **tarifs privilégiés.**
 - Insertions publicitaires en Belgique, aux Pays-Bas et en Grande-Bretagne en collaboration avec le CRT et Atout France afin d'augmenter la **notoriété des Ardennes**
 - Optimisation de la promotion des filières par le service développement



www.ardennes.com



Presse

En 2017, l'ADT souhaite poursuivre le développement et l'animation des relations avec la presse française et étrangère : **susciter des accueils presse, des reportages et la reprise de communiqués de presse.**

- Participations aux **rencontres presse** telles que Deptour à Paris et Collection France à Bruxelles ;
- Participations éventuelles à des rencontres presse sur le marché suisse et avec des bloggeurs ;
- En partenariat avec le CRT, collaboration avec les **agences de presse** de l'ADT aux Pays-Bas, en Grande-Bretagne et en Irlande via l'agence anglaise ;
- Diffusion des **communiqués de presse** et lettres d'information via la base de données « Datapresse », puis l'actualisation, l'édition et la diffusion du **dossier de presse** de l'ADT (3 versions linguistiques FR, NL et GB) ;
- Révision et refonte de **l'espace presse sur ardennes.com** (avec l'intégration du fil d'actualité Twitter, Facebook et les contenus multimédia) ;
- Collaboration entre les relations presse et le community management de l'ADT, **relais sur les réseaux sociaux** les communiqués de presse, les contenus multimédia, les rencontres presse de l'ADT et les interagir avec les journalistes présents dans les Ardennes lors d'un accueil.



www.ardennes.com



Professionnels de voyage

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.

- Le travail auprès des **tour-opérateurs** est prioritairement effectué sur les **marchés étrangers**, en raison de l'intermédiation des réservations.
 - Participation au workshops pro en collaboration avec le CRT et Atout France afin de rencontrer des tour-opérateurs étrangers: Workshop Rendez-vous en France, Workshop Pro **Pays-Bas, Allemagne et Luxembourg** ;
 - Projet de réalisation d'un document print pour les pro mettant en avant les offres de grande qualité du département ;
- En ce qui concerne la **clientèle groupes** (autocariste, associations, clubs CE et écoles), ciblage des clients de proximité (**France/Wallonie**) ;
 - Participation au Workshop Travel à Bruxelles afin de rencontrer les réseaux alternatifs, associations, fédérations, mutuelles, écoles, autocaristes... du marché belge ;
 - Organisation d'une soirée événementielle Pro lors de la réunion annuelle de la FBAA (fédération belge des autocars et autocaristes) ;
 - Organisation d'un Eductour pour **autocaristes belges** en partenariat avec les OT du département ;
 - Réédition du catalogue groupes départemental.



www.ardennes.com



Ardennes de France

Promotion et Communication

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

- Réflexion engagée pour relooker le logo ;
- Participation à **la Foire de Libramont 2017** avec un chapiteau « Ardennes de France » dans l'espace « Ardenne Joyeuse ». Les adhérents assureront la présence et une partie du financement ;
- Mise en place du « Village Ardennes de France » **au Festival Mondial des Théâtres de marionnettes de Charleville** en septembre 2017 ;
- Participation/soutien aux manifestations locales et/ou aux initiatives d'événementiels dans la nouvelle Grande Région ou en Ardenne (Foires de Sedan et de Chalons en Champagne) ;
- Mise en place d'un évènement par mois type : Jeu concours FB + avec une radio en partenaire ;
- Développement de la vente en grandes et moyennes surfaces (Carrefour, Cora....).



www.ardennes.com

