

# AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DES ARDENNES



## PLAN D' ACTIONS 2018

# DEVELOPPER ET FAIRE CONNAITRE LES OFFRES THEMATIQUES

## **Tourisme de mémoire**

### Structuration et qualification de la filière

- Pour la filière Mémoire, les principales actions sont menées en lien avec le CRT et le Comité du Centenaire. L'ADT coordonne les initiatives des communes et acteurs du département concernés dans le cadre du centenaire de la Grande Guerre (projets ambitieux sur novembre 2018 dans les Ardennes en lien avec la Com d'Agglo - commission Centenaire).

### Promotion de la filière

- Evolution de la brochure thématique sur le tourisme de mémoire en Ardennes. Une brochure qui sera éditée à 6.000 exemplaires, diffusée sur les salons auxquels l'ADT participera ainsi que par les Offices de tourisme et sites touristiques majeures du département.
- participation de l'ADT des Ardennes au Salon Mondial du Tourisme/Pôle Mémoire à Paris du 15 au 18 mars 2018. Action menée en partenariat avec les des Offices du Tourisme du département participants financièrement à l'opération.
- Sur force de proposition de la part de l'ADT des Ardennes, lors de ses présences aux workshops professionnels à la rencontre de journalistes et/ou voyageurs, mise en avant des offres thématiques « mémoire »

## **Tourisme de Gastronomie et Savoir-faire**

### Structuration et qualification de la filière

- A l'ADT est confiée la mise en œuvre du plan de promotion et de communication de la marque collective Ardennes de France qui s'engage à valoriser les produits et savoir-faire typiquement ardennais des 65 adhérents. OBJECTIFS : Augmentation du chiffre d'affaires des adhérents, augmentation de la notoriété de la marque collective Ardennes de France, professionnalisation du réseau.

### Promotion de la filière

- Salon du Bon et du Goût à Reims – 13 au 15 avril - Mise en place d'un espace Ardennes de France rassemblant quelques adhérents du réseau Ardennes de France. Ces partenaires qui participent financièrement à l'opération.
- Mise en place sur une foire/salon dans le quart Nord Est de la France (à définir) d'un espace Ardennes de France rassemblant quelques adhérents du réseau Ardennes de France. Ces partenaires qui participent financièrement à l'opération.

- Développer le matériel de promotion « Ardennes de France » afin d'optimiser le démarchage de la GMS, accentuer la visibilité des produits dans les bars et restaurants...
- Identifier des ambassadeurs (entreprises, VIP ardennais, grands chefs...), prescripteurs des produits Ardennes de France. Fourniture d'un « kit ambassadeur »
- Travail en partenariat avec les Gîtes de France, Clévacances, UDOTSI autour d'un panier avec des produits « Ardennes de France » qui serait proposé aux résidents durant la période estivale.
- Développement d'une stratégie digitale/Réseaux Sociaux spécifique pour la marque collective « Ardennes de France »
  - Définition d'une charte éditoriale
  - Publier les posts selon un planning prédéfini : recettes, vidéos, portraits adhérents, actualités...
  - Campagne de recrutement de fans
  - Travailler avec des influenceurs sur les réseaux sociaux
  - production de contenus textes (story-telling) et vidéo/photos

### **Tourisme à vélo**

#### Structuration et qualification de la filière

- Pour l'itinérance, un travail spécifique à l'activité Vélo concerne le déploiement du label national Accueil Vélo, l'animation du réseau des socio-professionnels, l'accompagnement du dossier de labellisation de l'itinéraire international de la Meuse à Vélo en EuroVélo, et la diffusion d'informations aux EPCI.

#### Promotion de la filière

- Participation des Ardennes aux salons grand public « Fiets en Wandelbeurs », dédiés à la randonnée pédestre et au cyclotourisme. Présence sur le stand "Destination Ardenne" avec nos partenaires des provinces belges de l'Ardenne. Fiets Gand (Belgique) - 10 et 11 février, et Fiets Utrecht (Pays-Bas) 2 - 4 mars. Mutualisation des coûts sous l'enseigne de la Destination Ardenne
- Brochure « à vélo et à pied dans les Ardennes » : document touristique mettant en valeur deux thématiques fortes des Ardennes : le vélo avec et la randonnée pédestre.
  - 36 pages d'information et de suggestions sur les circuits vélo et randonnée pédestre
  - Édité en 2 langues (éditions en français et néerlandais) – 28.000 exemplaires au total
  - Diffusion via les salons, des bourses d'échange et des événements de l'ADT et par les professionnels et partenaires institutionnels du territoire
  - Ré édition de cette brochure pour l'année 2019.
- Eductours et accueil des professionnels :
  - Organisation d'un démarchage de tour-opérateurs anglais sur la thématique de la Meuse à vélo en collaboration avec le CRT et Atout France Grande-Bretagne. L'objectif de cette action c'est de montrer aux voyageurs étrangers les atouts de la Voie verte Trans-Ardennes, dans le but de générer des séjours vélos dans les Ardennes.

- Sur force de proposition de la part de l'ADT des Ardennes, lors de ses présences aux workshops professionnels à la rencontre de journalistes et/ou voyageurs, mise en avant des offres thématiques « Tourisme à vélo »

### Tourisme fluvial et Tourisme de Nature et Loisirs

#### Structuration et qualification de la filière

- Poursuite de l'animation de la démarche globale de mise en tourisme du canal des Ardennes (sous réserve).
- Nouveautés 2018 : analyse de la fréquentation des bases fluviales + focus sur activité camping-caristes + estimation offre locative non répertoriée.

#### Promotion de la filière

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, tourisme fluvial, tourisme à vélo et randonnée à pied. Le département des Ardennes a toute sa place au sein de ce Cluster thématique d'Atout France.
  - Accueil de bloggeurs/influenceurs allemands et belges
  - Campagne sous forme de quiz nature sur marché belge
  - Actions de communication sur les filières vélo, fluvial et pédestre

## PROMOUVOIR LES ELEMENTS PHARES DE L'OFFRE TOURISTIQUE

### Participation aux salons et rencontres grand public en France et en Europe

- A travers la présence du GEIE Destination Ardenne au Salon Vakanz à Luxembourg du 12 au 14 janvier 2018, présence des Ardennes sur ce marché à fort potentiel. Financement par le GEIE Destination Ardenne. **Promotion des éléments phares de l'offre touristique, tels que la Voie verte Trans-Ardennes, le tourisme Fluvial, le Musée Guerre et Paix, etc.**
- Participation des Ardennes aux salons grand public : « Tourissima » - Lille - 26 au 28 janvier : mise en place d'un grand stand Ardennes rassemblant les partenaires privés et publics. 10 partenaires qui participent financièrement à l'opération. **Promotion des éléments phares de l'offre touristique, tels que la Voie verte Trans-Ardennes, les lacs de Bairon et des Vieilles Forges, le Musée Guerre et Paix, etc.**

### Réalisation des éditions touristiques des Ardennes

- Valorisation des éléments phares de l'offre touristique dans les éditions 2018 de l'ADT, tels que **la Voie verte Trans-Ardennes, les lacs de Bairon et des Vieilles Forges, le tourisme Fluvial, le Musée Guerre et Paix, etc.**

- Magazine touristique 2018 et 2019 de l'ADT des Ardennes :
  - 60 pages d'inspirations à travers des portraits et thématiques fortes du département
  - Édité en 4 langues (éditions en français, néerlandais, allemand et anglais) – 50.000 exemplaires au total
  - Diffusion via les salons, des bourses d'échange et des événements de l'ADT et par les professionnels et partenaires institutionnels du territoire
  - Ré édition du magazine touristique des Ardennes pour l'année 2019.
  - Grace à la vente de 10 pages de publicité dans le magazine, l'ADT génère des recettes.
- Carte touristique du département des Ardennes : cartographie touristique du département en lien avec le GEIE Destination Ardenne, à travers la valorisation du Massif de l'Ardenne transfrontalier sur la carte du département. Cofinancement avec le GEIE Ardenne.

Promouvoir les éléments phares de l'offre touristique par une stratégie digitale numérique

- Création de contenus textes (story-telling) et vidéos pour l'utilisation web
- Content Marketing : développer et adapter des contenus SEO et vidéos pour ardennes.com en s'appuyant sur les éléments phares de l'offre touristique des Ardennes tels que **la Voie verte Trans-Ardennes, les lacs de Bairon et des Vieilles Forges, le tourisme Fluvial, le Musée Guerre et Paix, etc.**
- Diffusion des contenus via divers portails en collaboration avec CRT
- Content marketing sur le marché allemand, néerlandais, anglais, anglais, belge ....
  - Production de contenus "Ardennes",
  - Diffusion de ces contenus via Atout France D, NL, GB, GB
- L'ADT souhaite développer davantage sa visibilité via ses réseaux sociaux, en particulier sa page Facebook avec l'augmentation de sa communauté de fans et le développement d'Instagram. Pour cela, l'agence WELIKETRAVEL accompagnera l'ADT dans cette mission avec les objectifs suivants :
  - Accroître la notoriété de la destination sur les Réseaux sociaux pour séduire et engager la communauté
  - Augmenter la visibilité des contenus par une stratégie éditoriale
  - Inspirer les communautés et générer du trafic
  - Campagne de recrutement qualifié de fans et campagne géo localisée de publications sponsorisées (Paris, Hauts-de-France, Bruxelles, Flandre, Pays-Bas)
  - Animation de la page Facebook en néerlandais

Promouvoir les éléments phares de l'offre touristique auprès des voyageurs

- Sur force de proposition de la part de l'ADT des Ardennes, lors de ses présences aux workshops professionnels à la rencontre voyageurs, mise en avant des thématiques fortes des Ardennes : tourisme à vélo, tourisme de mémoire, la diversité de l'hébergement, etc. Puis sur les éléments phares de l'offre touristique départementale : **la Voie verte Trans-Ardennes, les lacs de Bairon et des Vieilles Forges, le tourisme Fluvial, le Musée Guerre et Paix, etc.**
- Workshop « Club-Champagne-Ardenne » aux Pays-Bas – 8 février - à destination des voyageurs néerlandais.
- Salon ITB à Berlin - 7 au 11 mars : Participation avec le CRT Champagne et Ardenne sur l'espace Grand-Est – à destination des voyageurs allemands et européens.

- Développement des newsletters professionnelles avec les bureaux d'Atout France NL/GB/B et D afin de communiquer sur les nouveautés des Ardennes: **Voie verte Trans-Ardennes**, **Musée Guerre & Paix**, Village historique de Montcornet, l'Ardenne Remonte le Temps, etc...
- Édition pour autocaristes : ré édition du catalogue groupes départemental qui regroupe 25 offres packagées pour les voyages en groupes, dont des packages sur la thématique Mémoire avec le **Musée Guerre et Paix**. Brochure éditée en français à 1500 ex
  - Diffusion via les salons, workshops et mailings auprès des autocaristes français et belges
  - Cette édition est réalisée et cofinancée en partenariat avec les Offices de Tourisme du département.

Promouvoir les éléments phares de l'offre touristique auprès des journalistes et médias de tourisme

- Sur force de proposition de la part de l'ADT des Ardennes, lors de ses présences aux workshops presse à la rencontre journalistes, bloggeurs et influenceurs, mise en avant des thématiques fortes des Ardennes : tourisme à vélo, tourisme de mémoire, tourisme fluvial, patrimoine, nature, etc. Puis sur les éléments phares de l'offre touristique départementale : **la Voie verte Trans-Ardennes, les lacs de Bairon et des Vieilles Forges, le tourisme Fluvial, le Musée Guerre et Paix, etc.**
- Workshop Deptour à Paris - 15-16 janvier – à destination des journalistes et influenceurs de la presse touristique française.
- Collection France à Bruxelles - 18 janvier - à destination des journalistes et influenceurs de la presse touristique belge.
- Diffusion et rédaction des communiqués de presse en France et à l'étranger mettant en avant les éléments phares de l'offre touristique des Ardennes, tels que **la Voie verte Trans-Ardennes, les lacs de Bairon et des Vieilles Forges, le tourisme Fluvial, le Musée Guerre et Paix, etc.**
  - via Datapresse, une solution de gestion des relations presse en France
  - via les agences de presse sur les marchés étrangers prioritaires : Pays-Bas et Grande-Bretagne
  - via l'organisation de conférences de presse et d'interviews.
  - Evaluer des actions presse par la veille grâce à un abonnement de clipping presse en France (EDD) jusqu'à juin 2018, les agences presse de l'étranger et par le calcul de l'Equivalent en Valeur Publicitaire (EVP).
- Assurer les accueils de journalistes/ voyages de presse: inviter, concevoir le programme, organiser et superviser l'accueil, accueillir, accompagner et assister. De nombreux partenariats financiers ont été établis avec les prestataires privés et publics du département.
  - Réalisation d'un dossier de presse sur les Ardennes, exclusivement destiné aux journalistes de tourisme comprenant toutes les thématiques fortes du département, tels que **la Voie verte Trans-Ardennes, les lacs de Bairon et des Vieilles Forges, le tourisme Fluvial, le Musée Guerre et Paix, etc.**
    - 28 pages d'idées de sujets pour les médias
    - Édité en 4 langues (éditions en français, néerlandais, allemand et anglais) – 340 exemplaires au total
    - Diffusion via workshops presse, rencontres presse, conférences presse, etc.
    - Refonte du dossier de presse des Ardennes pour l'année 2019.