

# AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DES ARDENNES

## Projet de Plan d'actions Marketing 2021



## Promouvoir les éléments phares de l'offre touristique

### Participation au Pacte de Destination Ardenne

Préparation du Pacte de Destination Ardenne 2021 sous réserve d'absence de changement de fonctionnement et de financement suite à la désignation récente d'un nouveau Directeur à l'ARTGE :

- ▶ L'ADT, en tant que coordinateur du Pacte Ardenne, participera à plusieurs réunions, initiées par l'Agence Régionale du Tourisme du Grand Est, avec les partenaires locaux, afin de définir les actions de communication à mener ;
- ▶ L'ADT sollicitera les partenaires locaux afin de leur proposer de participer aux actions de communication et de marketing, dans le but d'atteindre un budget total de 500 000 d'euros d'investissements en communication pour 2021 ;
- ▶ Pour 2021, L'ADT investira une partie de son budget marketing dans le Pacte de Destination Ardenne (cf BP 2021) ;
- ▶ Programme d'actions à définir ultérieurement selon les résultats des actions du pacte Ardenne 2020 (campagne d'affichage, publicité télévision, webmarketing, salons professionnels à l'étranger...).

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

- ▶ « Salon Tourissima » - Lille – 29 au 31 janvier 2021 : mise en place d'un grand espace Ardennes rassemblant les partenaires privés et publics. Plusieurs partenaires 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.*
  - Mise en place d'une action de communication en amont du salon, afin de renforcer la présence de l'ADT à ce salon. Campagne avec *la Voix du Nord et le magazine Sortir* ;
- ▶ « Salon International du Tourisme » – Rennes – 12 au 14 février 2021 : mise en place d'un stand clé en main de 15 ou 18 m<sup>2</sup> pour l'ADTA et 2 partenaires payants intéressés par cette nouvelle action. Avec plus de 400 exposants, ce salon attire entre 32 000 et 37 000 visiteurs. Taux de fidélisation des visiteurs = + de 60 %. La Wallonie participe à Rennes depuis de nombreuses années. *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.*
- ▶ « Salon Destinations Nature » - Paris – 18 au 21 mars 2021 : mise en place d'un stand Ardennes, si possible en partenariat avec l'ART Grand Est. Plusieurs partenaires pourraient participer financièrement à l'opération et assurer leur présence. *Promotion des éléments*

*phares de l'offre touristique nature et itinérance des Ardennes, tels que la Voie verte Trans-Ardennes, les lacs de Bairon et des Vieilles-Forges, le VTT, la randonnée pédestre, etc.*

- ▶ Action de communication à définir sur Reims – printemps 2021. Suite à la faible fréquentation du salon Voyages et Saveurs en 2020, nouvelles actions de promotion à définir en septembre - octobre en analysant la programmation des salons prévus dans le nouveau parc des expositions, en 2021.
  - Possibilité également de prévoir un habillage du tram pour promouvoir les Ardennes et faire l'impasse durant un an d'un événement à Reims.

## Participation aux salons grand public et actions de promotion à l'étranger

- ▶ « Salon Fiets en Wandelbeurs » - Utrecht – Pays-Bas – 19 et 20 février 2021 : Salon dédié à la randonnée pédestre et au cyclotourisme. Présence sur le stand d'Atout France et coordination par l'ART Grand Est. *Promotion des éléments phares de l'offre touristique nature et itinérance des Ardennes, tels que la Voie verte Trans-Ardennes, les lacs de Bairon et des Vieilles-Forges, le VTT, la randonnée pédestre, etc ;*
- ▶ « Salon Tour Natur » - Düsseldorf – Allemagne – septembre 2021 : Salon dédié à la randonnée pédestre et au cyclotourisme. Mise en place d'un stand clé en main pour l'ADTA. *Promotion des éléments phares de l'offre touristique nature et itinérance des Ardennes, tels que la Voie verte Trans-Ardennes, les lacs de Bairon et des Vieilles-Forges, le VTT, la randonnée pédestre, etc ;*
- ▶ Campagne de communication internet "Slowtourisme" - marché néerlandais - printemps 2021. Campagne marketing en collaboration avec Atout France Pays-Bas, avec des publicités sur Facebook/Instagram, Page Post Link Ads sous format Video- et/ou Carroussel. Action engagée en 2020, annulée à cause de la crise Covid-19 et reportée sur 2021. Déroulement de l'action au printemps 2021 ;
- ▶ Campagne de communication Internet "Outdooractive.de" - marché allemand – printemps 2021. Campagne marketing web en collaboration avec Atout France Allemagne sur le portail Nature/Outdoor en Allemagne. Mise en avant des circuits vélo des Ardennes avec campagne de publicité à la clé. Action engagée en 2020, annulée à cause de la crise Covid-19 et reportée sur 2021. Déroulement de l'action au printemps 2021.

## Diffusion des éditions touristiques généralistes des Ardennes

Valorisation des éléments phares de l'offre touristique dans les éditions 2021 et 2022 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.*

- ▶ **Campagne de diffusion du Magazine « Inspirations Ardennes 2021 »** à l'extérieur du département des Ardennes afin de favoriser les courts séjours de proximité.
  - L'ADT engagera un prestataire de services afin de diffuser le magazine Inspirations Ardennes 2021 dans des lieux avec des flux importants (commerces, lieux culturels et lieux touristiques) dans la Marne, le Nord, le Pas-de-Calais, l'Aisne et la Belgique durant le mois de mars 2021 ;
  - C'est l'occasion d'inciter, notamment, les cibles de proximité à découvrir ou redécouvrir le département.
- ▶ Participation à la « **Bourse d'échange de documentations touristiques** », avec pour objectif de rendre possible la diffusion de toute la documentation départementale dans les OT et chez les prestataires touristiques pour les vacances de printemps.
 

Celle-ci devrait être reconduite en 2021 via l'UDOTSI qui coordonne la diffusion de la documentation via les 8 offices de Tourisme du département, le PNR des Ardennes, la Communauté de Communes Ardennes Thiérache (en l'absence d'OT sur ce territoire), la Chambre d'Agriculture...

## Réalisation des éditions touristiques généralistes des Ardennes

- ▶ Le magazine touristique de l'ADT des Ardennes « **Inspirations Ardennes 2021** » : support majeur, entièrement refondu, de séduction de la destination Ardennes :
  - 64 pages d'inspirations à travers des portraits et thématiques fortes du département ;
  - Édité en 4 langues (éditions en français, néerlandais, anglais et allemand) – avec un maximum de 43.000 exemplaires au total ;
  - Diffusion via les salons et des événements de l'ADTA et par les professionnels et partenaires institutionnels du territoire ;
  - Vente de plusieurs pages d'insertions publicitaires dans le magazine afin de réduire le coût.
  - Réédition de ce magazine au 2ème semestre 2021.
- ▶ Brochure « **A vélo et à pied dans les Ardennes 2022** » : document touristique mettant en valeur deux thématiques fortes des Ardennes : le vélo 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'ADTA et par les professionnels et partenaires institutionnels du territoire ;
  - Vente de plusieurs pages d'insertions publicitaires dans la brochure afin de réduire le coût ;
  - Réédition de cette brochure à l'automne 2021 pour l'année 2022.

- ▶ Brochure « **Clévacances** » document présentant l’offre touristique des meublés et chambres d’hôtes labellisés
  - 40 pages ;
  - Diffusion via les adhérents, les salons, les bourses d’échanges et des évènements de l’ADTA, Mairies et Comités d’Entreprises Ardennais, et par les professionnels et partenaires institutionnels du territoire ;
  - Déploiement de cette brochure pour l’année 2022.
  
- ▶ Mise à jour et ré impression de la « **Carte touristique des Ardennes** », support fortement plébiscité par la clientèle touristique des Ardennes :
  - Mise à jour recto/verso des informations touristiques et cartographiques pour cette nouvelle version 2022/2023 ;
  - Réimpression de la carte touristique à 60 000 ex. ;
  - Diffusion via les salons, les bourses d’échanges et des évènements de l’ADTA et par les professionnels et partenaires institutionnels du territoire ;
  - Réédition de cette carte touristique à l’automne 2021 pour l’année 2022/2023.

## Promouvoir les éléments phares de l’offre touristique par une stratégie digitale numérique :

- ▶ L’ADT souhaite poursuivre en 2021 l’augmentation de sa visibilité sur internet et notamment via ses réseaux sociaux, en particulier sa page Facebook et son compte Instagram.
  - Nombre de sessions annuelles sur ardennes.com en 2019 = 711 507 (vs 633 752 en 2018), nombre de sessions du 1er janvier au 31 juillet 2020 = 343 585 ;
  - Nombre de fans Facebook = 52 728 en juillet 2020 ;
  - Nombre d’abonnés à Instagram = 6 648 en juillet 2020.
  
- ▶ La stratégie a pour objectifs :
  - D’accroître la visibilité de la destination sur les réseaux sociaux pour séduire et engager la communauté ;
  - D’augmenter la visibilité des contenus par une stratégie éditoriale ;
  - D’inspirer les communautés et générer du trafic ;
  - Via des campagnes de recrutement de fans et de sponsoring qualifiées en partenariat avec des prestataires touristiques du département.

► Animation des réseaux sociaux de l'ADT :

- Valorisation régulière de nouveautés, d'offres, de sites touristiques ou d'évènements au travers de posts de séduction auprès des communautés engagées des réseaux sociaux de l'ADT :
  - Facebook ;
  - Instagram ;
  - Twitter.
- Le Community Manager de l'ADT veille à valoriser davantage les Ardennes sur tous les réseaux sociaux (partages, retweets...);

► Campagne de publicité sur un bouquet de sites portails en France avec pour objectif :

- Augmenter la visibilité des Ardennes sur internet ;
- Accroître le nombre de sessions/visites sur [ardennes.com](http://ardennes.com) ;
- Donner une image positive et touristique des Ardennes.;
- La cible de cette campagne est le grand public français et belge wallon, situés dans la zone de chalandise de la région parisienne et du grand Nord-Est de la France et de la Wallonie.

► Intensifier la promotion de l'offre touristique des Ardennes sur Internet, grâce à des partenariats avec la Destination Ardenne et le Pacte de Destination pour des actions de webmarketing mutualisées au travers de campagnes de communication et de publicité sur internet à l'attention des marchés prioritaires : France, Belgique, Pays-Bas, Grande-Bretagne et Allemagne :

- ☑ Participation active à la campagne web Ardenne, afin de valoriser les Ardennes françaises via le site transfrontalier [www.visitardenne.com](http://www.visitardenne.com) ;
- ☑ Enrichir en permanence les contenus du site [www.visitardenne.com](http://www.visitardenne.com) à travers les ANT de la destination.

► Création de contenus multi-supports pour les publicités et la communication sur internet, dans les éditions, pour l'affichage et pour la presse :

- Réalisation d'un nouveau reportage photo avec des photos adaptées aux besoins des actions de promotion et de communication de l'ADT ;
- Réalisation de nouvelles vidéos promotionnelles aux besoins des actions de promotion et de communication de l'ADT.

► Animation du site Ardennes.com :

- Valorisation régulière de nouveautés, d'offres, de sites touristiques ou d'évènements. Rubrique complétée par des séjours, agenda, hébergements, brochures, communiqués de presse, pages thématiques grand public et groupes ;
- Publication d'actualités, de brochures et toutes informations grand public ;
- Rédaction, conception et diffusion de la newsletter grand public avec comme contenu des sujets d'actualité, des offres Clévacances, un bon plan d'Ardennes de France et des possibilités de réserver gîtes, week-ends ou hôtels sur Internet ;
- Rédaction et diffusion des newsletters Pro en fonction de l'actualité à communiquer auprès des professionnels du tourisme ardennais ;
- Réflexion et travail sur une refonte graphique complète du site web ardennes.com pour une mise en ligne en 2022.

► Veille permanente du site Ardennes.com

Une veille portant sur la qualité de saisie au sein du Système d'Information Touristique départemental est assurée afin d'alerter les OT dans les cas suivants :

- . Erreurs de saisie, dates, droits et/ou absence d'une photo ;
- . Demandes diverses remontées par un prestataire pour création ou mise à jour de sa fiche ;
- . Demandes d'organisations/associations pour promouvoir un évènement ;
- . Mise en place d'un tag spécifique.

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

En 2021, l'ADT continuera son travail de promotion, de pré-commercialisation et de sensibilisation des tour-opérateurs, autocaristes, agences de voyages, CE, clubs, associations et écoles. Le travail auprès des tour-opérateurs est surtout effectué sur les marchés étrangers, la clientèle étrangère passant encore régulièrement par un intermédiaire pour les réservations. En ce qui concerne la clientèle groupes (autocaristes, associations, clubs CE et écoles), il s'agit surtout de clients de proximité (France/Wallonie) :

- « Salon Rendez-vous en France » - Nantes – Multi-marchés – 23 et 24 mars 2021 : Salon professionnel dédié à la rencontre des tour-opérateurs du monde entier afin de mettre en valeur l'offre touristique et l'offre d'hébergement des Ardennes. Cette action sera menée en collaboration avec l'ART GE si aucun changement en ce sens. Action engagée en 2020, annulée à cause de la crise Covid-19 et reportée sur 2021. *Promotion des éléments phares de l'offre touristique nature et itinérance des Ardennes, tels que la Voie verte Trans-Ardennes, les lacs de Bairon et des Vieilles-Forges, le VTT, la randonnée pédestre, etc.*

- ▶ Dans le cadre du Pacte Ardenne, selon les opportunités présentes : participations aux salons et/ou workshops professionnels et à la rencontre avec des voyageurs :
  - Workshops « France » – marchés néerlandais, allemand, belge. Rencontres avec des professionnels de voyage de nos marchés étrangers de proximité. Programme à définir selon les opportunités et le calendrier des salons workshops pro d'Atout France ;
  - WTM à Londres – marché anglais/européen/mondial ;
  - Mise en avant des thématiques fortes des Ardennes : tourisme à vélo, patrimoine et tourisme de mémoire, diversité des hébergements puis des 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.*
  
- ▶ Campagne de communication et de publicité multimédia avec une ou plusieurs associations d'autocaristes:
  - En fonction de l'évolution de la situation, relancer la promotion du tourisme de groupes dans les Ardennes en collaboration avec une fédération d'autocaristes en France et/ou en Belgique ;
  - L'objectif de cette action est d'informer les autocaristes des actualités des Ardennes dans le but d'une programmation des Ardennes dans leur catalogue ;
  - Article sur le site web du partenaire ;
  - E-mailing dédié ;
  - Article dans les magazines pro ;
  - Publicité dans le guide annuel.
  
- ▶ Édition pour autocaristes et professionnels de voyage : réédition du catalogue groupes départemental 2021 regroupant de nombreuses 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.
  
- ▶ Eductours et accueil des professionnels :
  - Selon les opportunités, accueils et accompagnements de tour-opérateurs ou autocaristes souhaitant valoriser les Ardennes dans leurs programmes.

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

Lors de ses présences aux workshops presse à la rencontre des journalistes, bloggeurs et influenceurs, mise en avant des thématiques fortes des Ardennes : tourisme à vélo, tourisme de mémoire, patrimoine, nature, évènementiel, gastronomie, 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 – janvier 2021 – à destination des journalistes et influenceurs de la presse touristique française ;
- ▶ Workshop Collection France à Bruxelles 2021 – date à définir selon programme d'Atout France Belgique, disponible fin septembre 2020 – médias et blogueurs influents touristiques belges ;
- ▶ Workshop IMM à Londres 2021 – dates à définir selon programme d'Atout France Grande-Bretagne, disponible fin septembre 2020 – médias et blogueurs influents touristique britanniques ;
- ▶ Salon des blogueurs, lieu inconnu à ce jour, avril 2021 ;
- ▶ Diffusion et rédaction des communiqués de presse en France et à l'étranger mettant en avant l'actualité touristique et 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 le fichier presse de l'ADT des Ardennes en France ;
  - ▶ Via les agences de presse de l'ART Grand Est sur les marchés étrangers prioritaires dans le cadre du Pacte de Destination Ardenne : Belgique, Pays- Bas, Allemagne et Grande-Bretagne ;
  - ▶ Via l'organisation de conférences de presse et d'interviews ;
  - ▶ Evaluer des actions presse provoquées, par la veille et par le calcul de l'Equivalent en Valeur Publicitaire (EVP).
- ▶ Assurer les accueils de journalistes et de blogueurs français et étrangers lors de voyages de presse : concevoir le programme, organiser, inviter et superviser l'accueil, accompagner et assister. Des partenariats financiers ont été établis avec les prestataires touristiques privés et publics du département et la compagnie SNCF ;
- ▶ Pour 2021, mise à jour et réédition du dossier de presse général sur les Ardennes (disponible en langue française et anglaise), exclusivement destiné aux journalistes de tourisme/blogueurs et influenceurs de voyage comprenant toutes les thématiques fortes du département, le tourisme à vélo, tourisme de mémoire, patrimoine, nature, évènementiel, la gastronomie, 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.* Le dossier de presse sera également proposé en langue néerlandaise en 2021.

- ▶ Mise à jour et édition du dossier de presse thématique “Les Ardennes, l’expérience pleine nature” version française et anglaise. Création d’une version néerlandaise pour 2021. Diffusion via workshops presse, rencontres presse, conférences presse, etc. ;
  - ▶ Commande de goodies (stylos, clés USB, sacs en tissu et carnets de notes) pour diffusion auprès des journalistes, des professionnels de voyage et des investisseurs potentiels.