

2ème Soirée des Pros des Ardennes

Lundi 6 décembre 2021

Château-fort de Sedan

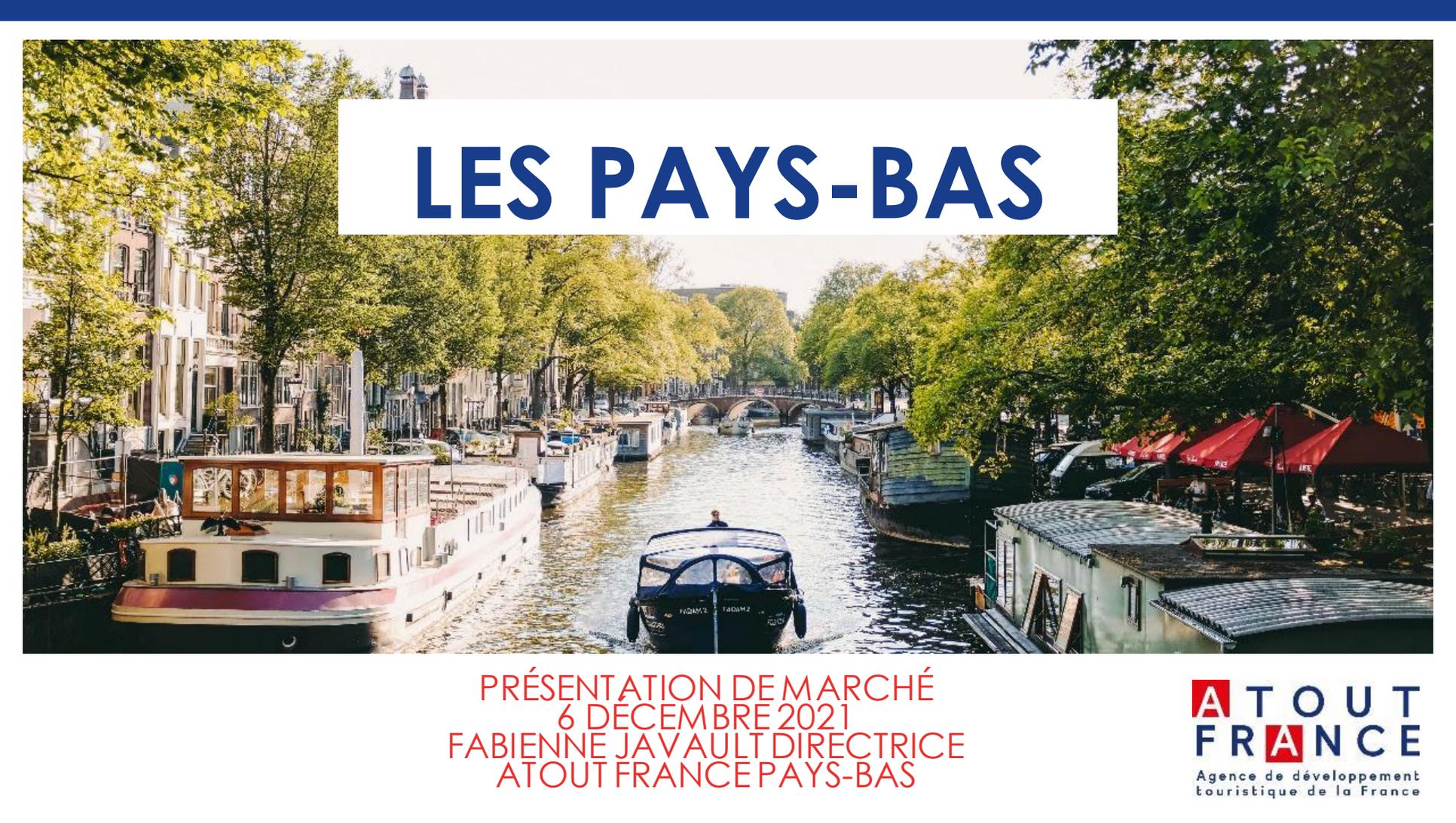


Programme de la Soirée

- **16h30 : Début de la conférence**
- **Mot de bienvenue par Madame Dominique ARNOULD, Présidente déléguée de l'ADT des Ardennes**
- **Mot d'accueil par Monsieur Franck MARCOT, Adjoint au Maire de Sedan**
- **Présentation des activités du groupe ALFRAN et du château-fort de Sedan par Monsieur Méline du Merle, responsable du site**
- **Le touriste néerlandais post-covid par Madame Fabienne JAVALT, Directrice d'Atout France Pays-Bas**
- **Développement d'une offre de tourisme durable par Madame Stéphanie DROTHIER, chargée de mission Durable à l'ADT – Grand témoin : Monsieur Eric Legros, gérant d'un camping durable dans les Vosges**
- **Quelle observation pour demain ? par Monsieur Hervé CAITUCOLI, responsable du pôle Développement à l'ADT**
- **La caisse à outils pour la relance en Ardennes par Madame Stéphanie MARTIN, Conseil Départemental et Monsieur David LAMARE, Directeur de l'ADT des Ardennes**
- **Echanges avec la salle**
- **19h : Fin de la 2ème Soirée des Pros du Tourisme en Ardenne**

Madame Fabienne JAVault
Directrice
Atout-France Pays-Bas





LES PAYS-BAS

PRÉSENTATION DE MARCHÉ
6 DECEMBRE 2021
FABIENNE JAVAUT DIRECTRICE
ATOUT FRANCE PAYS-BAS

A T O U T
F R A N C E
Agence de développement
touristique de la France

SOMMAIRE

- 1 DONNÉES ÉCONOMIQUES DES PAYS-BAS
- 2 DONNÉES TOURISTIQUES DU MARCHÉ NÉERLANDAIS
- 3 LES NÉERLANDAIS EN FRANCE
- 4 FOCUS SUR LES ARDENNES
- 5 COMMENT ABORDER LA CLIENTÈLE NÉERLANDAISE
- 6 ANNEXES
- 7 CONTACTS



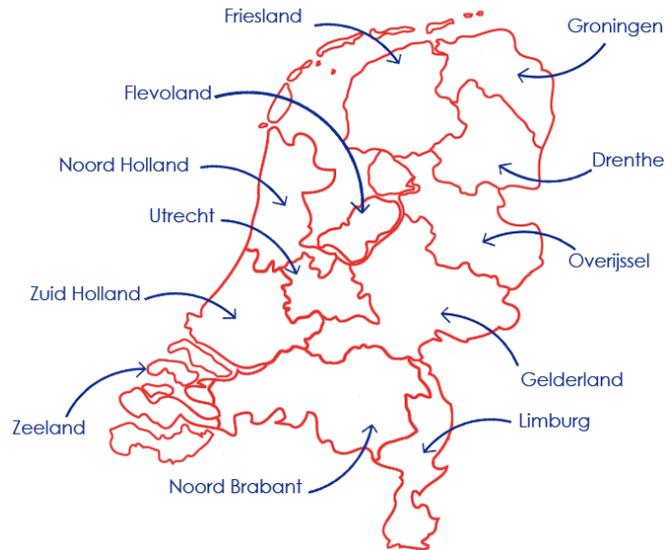
DONNÉES ÉCONOMIQUES DES PAYS- BAS

Les Pays-Bas

⇒ Point sur la conjoncture économique

- **Population** : 17,6 millions habitants.
- **PIB** : -3,8% en 2020 y.o.y. (vs +1,8% en 2019)
Prévision **+3,5% en 2021**
- **PIB/habitant (prix constants)** : \$60.460 (2020)
- **Inflation** : 3,8% en octobre (1,3% en 2020)
- **Taux de chômage** : 3,1% en septembre 2021
- **Budget public excédentaire jusqu'en 2020** (en 2019 1,7% PIB) **Dettes publiques** : 48,6% du PIB

Déficit budgétaire attendu de 5,3% en 2021 et 1,8% en 2022 (prévision du CPB)



— Economie (période crise covid)

La crise a mis un terme à un cycle de croissance élevé dans l'une des économies les plus dynamiques en UE, mais les Pays-Bas ont de fortes capacités de rebond, malgré le poids de plusieurs incertitudes sur la reprise :

- . Les Pays-Bas pourraient être handicapés par la détérioration du contexte international

- . La crise pourrait être amplifiée par des facteurs de volatilité domestique comme l'important endettement hypothécaire ; une retraite dépendant des fonds de pension, et les conséquences économiques et sociales d'un marché du travail flexible

L'épargne accumulée permet toutefois d'assumer le choc : la dette passerait de 48,6 à 65,2% du PIB.





DONNÉES TOURISTIQUES DU MARCHÉ NÉERLANDAIS



Conjoncture touristique avant crise

- Appétence pour les vacances : 83% de taux de départs en 2019
- 44% des Néerlandais choisissent de partir en vacances dans leur propre pays et 56% à l'étranger en 2019
- 84% en Europe
- Deux à trois séjours (2,86) par an en moyenne, voire 4 par an pour 26% des foyers
- Stabilité de la répartition des courts séjours (45%) et séjours de 7 jours et plus (55%)

Toutes destinations (domestique et étranger)	2017*	2018	2019
Nombre de séjours (en millions)	40,4	39,9	39,9
Dépenses touristiques (en milliards €)	19,5	19,8	20,4

Source : NBTC/NIPO 2017-2018-2019-2020 - * changement de taille de l'échantillon représentatif avec l'ajout de nouveaux profils pour mieux correspondre à la composition de la population néerlandaise.

Destination France : repères 2019 avant crise

Parts de marché :

→ **Allemagne 16%, France 12%, Espagne 12%, Belgique 8%**

France : 1ère pour les vacances d'été

Ils voyagent en famille à 51%; en couple à 36%

30% ont entre 35-54 ans, 25% moins de 17 ans et 19% entre 18-34 ans

→ Nombre **d'arrivées** de touristes néerlandais en France :
4,7 millions en 2018 (+9,8%)

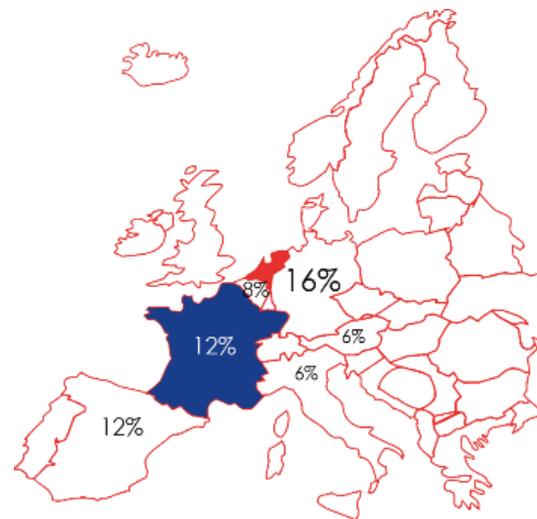
→ Nombre de **nuitées** de touristes néerlandais en France :
32,6 millions en 2018 (+7,5%)
(Hôtellerie et Hôtellerie de Plein Air)

→ 1,9 milliard € de **recettes** en 2019 (légère hausse v. 2018)

La clientèle néerlandaise en France est :

1ère en durée (6,9 nuits) parmi les clientèles d'Europe de l'Ouest

1ère en part de nuitées marchandes (80,7% des nuitées totales)



Impact de la crise sur les départs

- -30% de départs en vacances, -5% domestique et -49% étranger
- **Diminution de la durée de séjour** (2,38 par rapport à 2,86 en 2019) et **baisse des dépenses** (-19,5 milliards €)
- 59% (domestique) et 41% (étranger), **l'inverse par rapport à 2019**
- Pays méditerranéens -63%, Intercontinental -56% et Europe (hors Méd.) -40%
- **Plus de départs à proximité** : Allemagne (1), France (2), Autriche (3), Belgique (4)
- puis : Espagne, Italie, Portugal, Grèce, Suisse

- **France : destination de proximité pour les Néerlandais, résilience de la clientèle :**
 - Légère augmentation de la part de marché (13%) en 2020.

(source : Country Report France 2020)

Retour sur les premiers enseignements de l'été 2021

- La mise en place du Pass sanitaire au milieu de l'été n'a pas été un frein aux départs, il a même rassuré une partie de la clientèle néerlandaise
- Au final, peu de tourisme domestique aux Pays-Bas (**les Néerlandais sont partis à l'étranger** cet été, pays européens, Italie ++)
- **Réservations en (toute) dernière minute** avec importance des conditions d'annulations / remboursements
- **En France, fréquentation remarquable de la clientèle néerlandaise, en hausse cet été sur l'ensemble des régions** aux côtés des clientèles belges, suisses et allemandes
- Hausse des réservations en **localif** sur l'ensemble des territoires (maisons, gîtes...)
- **HPA / France** : beaucoup de questions posées mais très peu d'annulations suite à la mise en place du pass sanitaire ; nombreuses réservations de dernière minute au risque de ne pas trouver de disponibilité dans les campings de leur choix (les Néerlandais s'y prendront plus tôt l'année prochaine pour réserver vers les destinations européennes dont la France, d'où nécessité aux professionnels de **se positionner très tôt** avec leurs prix/conditions) ; également davantage de réservations en direct remarquables au cours de l'été (hors intermédiaires)

Prévisionnel Automne / Hiver 2021

- Selon les tour-opérateurs, **bon niveau de fréquentation** sur la fin d'été / l'automne sur **en région** (ex : TO locatif +33%), la clientèle plus âgée a opté pour cette période, également rassurée par la mise en place du pass sanitaire et moins de foule sur les ailes de saison...
- Formule de **vacances itinérantes** des Néerlandais fréquemment signalées en France en septembre/octobre (HPA, Hôtels)
- Augmentation de réservations aussi pour les destinations « **soleil d'hiver** » car la saison a été très pluvieuse aux Pays-Bas (pays autorisés par les autorités néerlandaises)
- Sur **Paris**, Thalys a repris ses fréquences de départ, d'où très bonne reprise cette fin d'été et automne sur Paris - trains complets
- **Bon niveau de réservation sur les sports d'hiver** (Noël et vacances de février), les Néerlandais ont réservé très tôt ! Certains tour-opérateurs signalent une année record... (intentions de départ, réservations), rigueur des contraintes en Autriche poussent les clients à réserver entre autre en France.

Tendances générales et attentes des clients néerlandais (post crise)

- Séjour en voiture individuelle privilégié sur l'Europe
- Réservations en (toute) dernière minute avec importance des conditions d'annulations / remboursements
- Tendance à l'augmentation du budget vacances car épargne
- **Et plus particulièrement pour la France :**
 - Appétence pour le **littoral** et la **campagne**, activités de plein air, milieu naturel et convivialité, dans le respect de l'environnement et des habitants
 - Recherche de **grands espaces**, destinations moins fréquentées
 - Demande pour des locations de maisons et villas, **locatif indépendant** et plutôt haut de gamme mais aussi **gîtes**, toujours avec un bon confort et un bon niveau de propreté
 - Préférence pour **emplacements et locations** avec sanitaires privés en Hôtellerie de plein air
 - Tourisme itinérant, **forte augmentation des ventes de camping-cars** sur 2020 et 2021, itinérance France et/ou Europe avec rajeunissement des cibles sur ce type de mode de vacances (les Vans)

— Les Néerlandais et le tourisme durable

⇒ Le tourisme durable : perceptions et motivations (suite à enquête)

Ce n'est pas (encore) un critère décisif de choix des répondants rencontrés, cependant la thématique n'est pas incompatible avec leur perception de vacances en France

- Les Néerlandais ont l'image de la France comme **un pays qui valorise et préserve son patrimoine, sa nature, sa culture, sa gastronomie.**
- L'état d'esprit associé aux vacances en France est celui de la **simplicité, de l'authenticité, du circuit court** (produits locaux, marchés artisanaux), **marcher, faire du vélo, possibilité de dormir dans des campings écologiques / respectueux de l'environnement ou chez l'habitant** par exemple ... Et qui par conséquent incite à une forme de **tourisme « authentique »** dans la même lignée de ce que pourrait être un « tourisme durable ».
- La **situation post Covid peut également être un tremplin** pour aborder cette thématique (sans jugement ni confrontation) : l'envie de « faire autrement », « se questionner », « la prise de conscience que la crise a changé des choses »...

→ C'est une thématique qui prend de plus en plus d'importance et qui vaut la peine d'être valorisée, que ce soit de façon explicite via les initiatives des villes/ régions en France, carte des bornes de rechargement des voitures électriques, ou de façon implicite, liée à l'état d'esprit associé aux vacances en France : authenticité, circuit court, alternatives de transport, logement chez l'habitant, etc...

Source : Egérie Research – focus groupe campagne 'Ce qui compte vraiment' - Pays-Bas

— Tendances générales du Tourisme d'Affaires

- Les professionnels du tourisme d'affaires aux Pays-Bas s'attendent à retrouver un niveau d'activités normal (eq. à 2019) d'ici à 2 années (2022)
- Actuellement, seuls les groupes très limités en nombre de personnes partent
- Les clients des agences déclarent souhaiter retrouver le plus vite possible une **activité en présentiel, en « face to face meetings »**, les conférences en visio ne remplaceront jamais le contact
- Les recherches et le choix se portent très clairement vers des **formules de voyages respectueuses de l'environnement** (destinations de proximité, choix du train plutôt que l'avion).

— Préparation du séjour

⇒ Importance d'Internet et du multi canal

- **98% des foyers** disposent d'un accès Internet (record européen !)

⇒ Inspiration, orientation, réservation

- Dans la phase d'inspiration, importance des **réseaux sociaux, des blogs**
- Les **salons** et les **magazines** servent à s'orienter et à s'informer, la réservation se fait ensuite sur **Internet**
- 91% des séjours vers la France sont **réservés en ligne** avec ou sans intermédiaire et en majorité pour le transport et l'hébergement, 9% par e-mail ou SMS, et 4% par téléphone y compris Skype
- Les 65 ans et plus réservent encore souvent **personnellement** leur séjour en agence et par téléphone

— Intermédiation et canaux de distribution

⇒ **60% d'intermédiation pour un séjour en France – (étude 2020)**

(67% étranger, -14 points v. 2019 en raison de l'arrêt des destinations long courrier)

⇒ **Avec un intermédiaire :**

50% hébergement seul

10% séjours all-inclusive (circuits, packages et sur mesure)

3% transport (=sites des transporteurs)

⇒ **Sans intermédiaire :**

20% hébergement réservé en direct

17% séjours non réservés avant le départ

— Canaux de distribution (intermédiaires)

Environ 220 tour-opérateurs, 800 agences de voyages et 1150 conseillers de voyage indépendants

Les conseillers de voyages indépendants :

Regroupés dans des réseaux, ils travaillent à partir de leur domicile en entretenant des relations personnelles avec leurs clients proches géographiquement. Réseaux par ordre d'importance :

The Travel Club & Travel Factory, Travelcounsellor, Personal Touch Travel, The Travel Company, Reisbureau at Home, Face 2 Face Travel, VakantieXperts, Mijnreiskennis, Nederlandse Vakantie Consulente, Mobiel Reisadvies Kupers...

Les OTA (Online Travel Agencies) :

Les plus importantes en CA : **Booking.com, Tripadvisor, Expedia, Hotels.com, AirBnB, Trivago, Secret Escapes**

Sites d'avis les plus importants : **Zoover, Trip Advisor, Vakantiereiswijzer, Vakantiepanel, Travelta, Shareyourhistory...**

Impact crise 2020/1^{er} semestre 2021 : peu de faillites depuis la crise (hors réseau de distribution D-Reizen), mais petites structures plus touchées, ex : les conseillers de voyages indépendants et TOs spécialisés sur des thématiques de séjours très précises. Impactés également, les spécialistes longs courriers car longues restrictions de voyages sur ces destinations depuis bientôt 2 ans.

— Liste des principaux tour-opérateurs

La France est revendue par les généralistes suivants :

- ANWB Reizen (Pharos Reizen)
- Avila reizen
- De Jong Intra
- Doets Reizen (*nouveau depuis 2020*)
- ITG Reizen
- Style in Travel (*nouveau depuis 2020*)
- Sunweb (*nouveau depuis 2020*)
- TUI (regroupant depuis 2021 la programmation de KRAS)
- Untamed Travel (*nouveau depuis 2020*)

Quelques spécialistes :

- ANWB Campings/Reizen (HPA)
- European Camping Group (HPA)
- Eurocamp (HPA)
- Rent a Tent (HPA)
- Roan Comfort (HPA)
- Vacanceselect (HPA)
- Vacansoleil (HPA)

- Belvilla (Locatif)
- Interhome (Locatif)
- Novasol (Locatif)

— Plateformes en ligne, OTA = force de frappe

- De manière générale **les plateformes OTA revendent les offres de tour-opérateurs**
- Offre hôtelière en majorité (hébergement sec), parfois locatif
- **Zoover** aux Pays-Bas (site d'avis, comparateur) a été racheté par Vakantie.nl, on y trouve des produits de Trivago, booking.com, mais aussi des tour-opérateurs comme Interhome, Belvilla...
- Possibilité de visibilité via le site (1,2 millions sessions/mois), le blog (350 K sessions par mois), l'E-newsletter (200 K abonnés), facebook (53 K fans), instagram, pinterest...
- De la même manière les **réseaux des conseillers de voyages** revendent les produits des tour-opérateurs comme TUI, ANWB Reizen...
- Certains TOs détiennent leurs propres réseaux de distribution tel que Bookunited qui a racheté le réseau Travelclub

Conseil :

être référencé dans les offres TOs pour apparaître sur les plateformes en ligne et élargir la distribution

— Etapes de la programmation TOs

Programmes

les TOs généralistes ainsi que les plus gros spécialistes en locatif et hôtellerie de plein air sortent leur **programmation autour de mi-décembre** pour la saison qui suit.

Internet

Les tour-opérateurs commercialisent leurs produits via leur plateforme internet, certains disposent encore de brochures papier. Les produits de base des tour-opérateurs sont réservables par les clients durant toute l'année. Les nouveaux produits et offres promotionnelles viennent s'ajouter au cours de l'année (à noter l'importance des offres spéciales pour les vacances de mai).

Négociation

Pour les généralistes et les spécialistes en hébergement, **la négociation pour la programmation de la saison suivante se fait généralement entre mai et août**. Les visites sur place ont lieu entre juillet et septembre.

2 saisons dans la commercialisation des TOs

Saison estivale : d'avril à octobre (vacances principales, city trips, courts séjours...)

Saison hivernale : mi-décembre à fin avril (sports d'hiver, city trips, courts séjours...)

La commission des TOs est de 20 à 23%.



— Habitudes commerciales et évolutions

Quelles évolutions générales connaît le marché de la distribution ?

Montée en gamme de la demande avec hôtellerie de plein air haut de gamme et hébergements insolites recherchés

. En plus de la réservation de l'hébergement, demande existante pour des produits améliorant et facilitant le séjour : coupe-queue, lieux de visites inédits, pass transports... les tour-opérateurs sont **demandeurs de ce type de prestations** (les proposer au cours des workshops et/ou webinaires)

. Nécessité de **se distinguer** tant dans les **prix** que dans la **qualité** et le **renouvellement de l'offre** auprès des Tour-opérateurs et en direct auprès des clients

. Souhait d'**offres spéciales** hébergeurs en tout début de saison pour faire démarrer les ventes de la destination. Certains concurrents (Espagne, Italie) procèdent ainsi et gagnent des clients dès le lancement des réservations. Moins habituel dans les pratiques commerciales françaises

. Souhait de **davantage de capacité en nombre de lits** (maisons, appartements) sur la saison estivale en France, la demande existe et est souvent refoulée par manque de disponibilités

. **Vacances de printemps fin avril/début mai (Meivakantie*)** : souplesse sur les prix attendue pour répondre à la demande du marché (clientèle familiale) = premiers départs de l'année des familles (hors sports d'hiver)

Source : ANVR/enquêtes TOs

* Aux Pays-Bas, les vacances de Pâques n'existent pas en avril, d'où l'importance de ces vacances de mai.



LES NÉERLANDAIS EN FRANCE

Dessertes des Pays-Bas vers la France

⇒ En avion

Compagnies	Villes de départ	Aéroports desservis	Fréquences pré covid
Air France/KLM	Amsterdam	Paris CDG	12 vols par jour
		Bordeaux, Clermont-Ferrand, Genève, Lyon, Marseille, Montpellier, Nantes, Nice, Rennes, Strasbourg, Toulouse, Bâle/Mulhouse	1-6 vols par jour
Transavia	Rotterdam	Montpellier, Bergerac	
		Toulon, Bastia	Printemps-été
		Chambéry, Genève	Hiver
	Amsterdam	Chambéry	Hiver
		Paris Orly, Nice	Toute l'année
Eindhoven	Nice		
Easyjet	Amsterdam	Genève, Bâle/Mulhouse, Nice	
Ryanair	Düsseldorf Weeze	Béziers-Agde	2 fois par semaine
	Eindhoven	Marseille	1 à 3 fois par semaine

Dessertes des Pays-Bas vers la France

⇒ En train d'Amsterdam/Schiphol/Rotterdam

⇒ Thalys

Villes desservies	Liaisons par jour pré covid	Trajet
Paris	8 (5 à ce jour)	Direct
CDG et MLV/Disneyland Paris	2 – pas encore réactivée	Direct
Lille	7	Via Anvers ou Bruxelles

⇒ Thalys spéciaux (samedis)

Villes desservies	Liaisons par jour pré covid	Trajet
Thalys Hiver (confirmé 2021 - 2022)	Bourg St Maurice	Direct
Thalys Soleil (confirmé 2021)	Avignon	
	Valence	
	Aix-en-Provence	
	Marseille (TGV Med)	Via Valence

⇒ En autocar

○ **ID Bus SNCF**

Amsterdam - Lille/Paris-Bercy

○ **Eurolines**

Plusieurs liaisons au départ d'Amsterdam et autres villes de départ

○ **Megabus**

Amsterdam – Paris (et autres destinations)

Rotterdam - Lille

○ **Flixbus**

Amsterdam/La Haye/Rotterdam/Utrecht – Paris

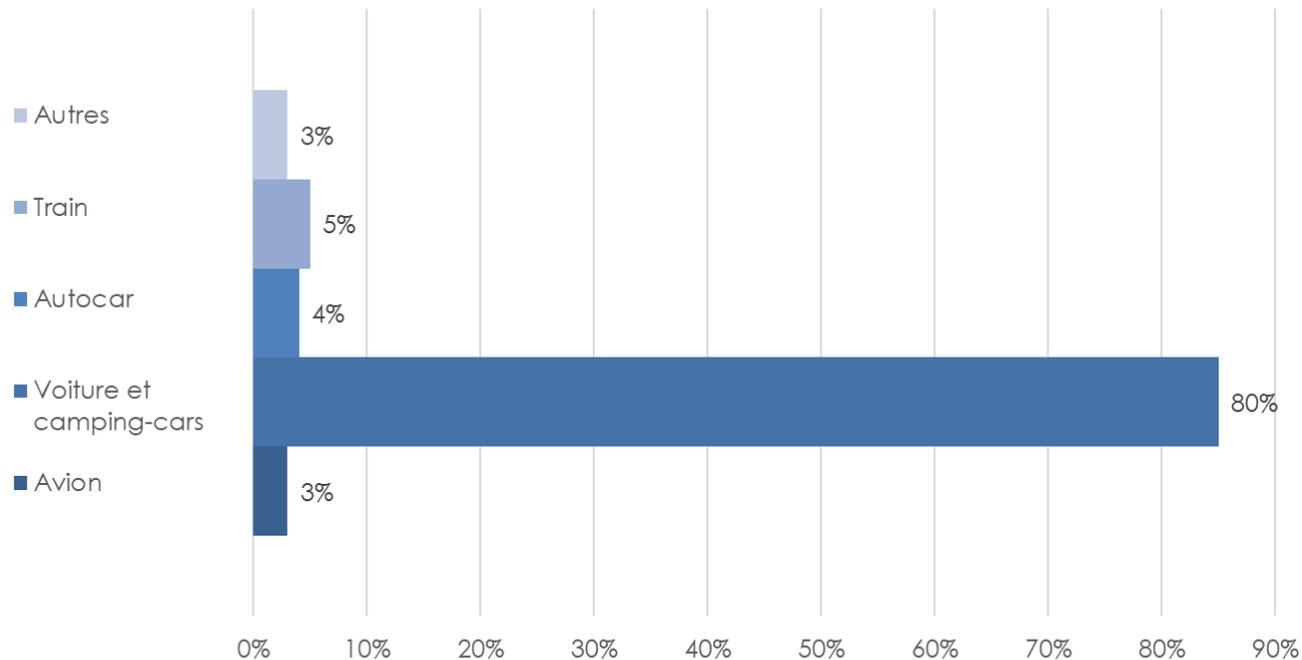
Amsterdam/Utrecht – toute la France

○ **Interbus**

Plusieurs liaisons au départ d'Amsterdam et autres villes

Nouveauté : vols Ryanair de Belgique vers Lourdes, peut intéresser la clientèle néerlandaise

Transport vers la France (2020)



Source : NBTC NIPO CVO 2020 – attention, l'échantillon représentatif a été amélioré et augmenté depuis 2017 pour prendre en compte les personnes de nationalité non-néerlandaise habitant aux Pays-Bas.

— Rappel - France : arrivées et nuitées des Néerlandais

→ Nombre **d'arrivées** de touristes néerlandais en France :

4,7 millions en 2018 (+9,8% v. 2017)

→ Nombre de **nuitées** de touristes néerlandais en France :

32,6 millions en 2018 (+7,5% v. 2017)
(Hôtellerie et Hôtellerie de Plein Air)

La clientèle néerlandaise représentait 5% des volumes de clients internationaux en France en 2018 et 3,4% des recettes avec 1,929 milliards € en 2019.

Tendances recettes : en hausse en 2021



— Perception de la destination par les Néerlandais

ATOUTS

La proximité, l'accessibilité

La nature, les paysages variés, l'espace

La culture et le patrimoine

La qualité de vie et l'art de vivre (gastronomie, vins...)

L'authenticité (les marchés, les produits locaux...)

Se prête bien au tourisme itinérant

Une offre en hôtellerie de plein air de qualité

L'accueil des enfants

L'ensoleillement

POINTS D'AMELIORATION

Des prix jugés trop élevés (sur lieux touristiques)

La difficulté de se faire comprendre / la langue

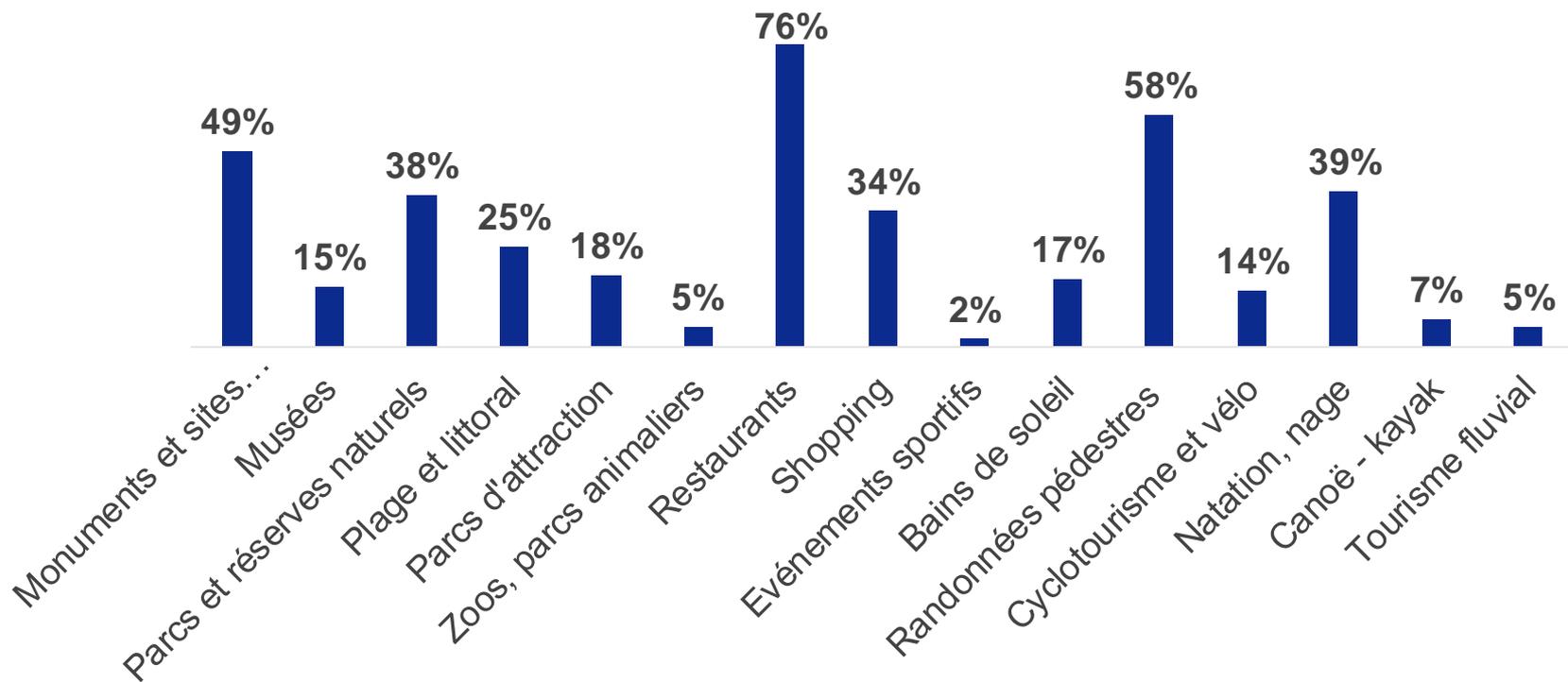
Une météo parfois instable

Moins connue par les jeunes (17-26 ans)

Parfois un sentiment d'insécurité (grèves...)



Types de séjours et activités en France (2020)



Source : NBTC NIPO CVO 2020 – attention, l'échantillon représentatif a été amélioré et augmenté depuis 2017 pour prendre en compte les personnes de nationalité non-néerlandaise habitant aux Pays-Bas.





FOCUS SUR LES ARDENNES

— Ardennes : fréquentation de la clientèle néerlandaise

- Sur le territoire Ardenne franco-belge (2019)

Les néerlandais représentent 11% des visiteurs des sites (environ 811.514 visiteurs néerlandais) et 23,2% des nuitées avec près de 2 millions de nuitées néerlandaises

- Sur les territoires des Ardennes (2019)

Les néerlandais représentent 5% des visiteurs des sites (environ 26.186 visiteurs néerlandais) et 7,5% des nuitées avec 70.122 de nuitées néerlandaises

Répartition des nuitées :

54% en camping

19% chez l'habitant

14% en hébergement de groupes

13% en hôtels



— Ardennes : intermédiation programmation

- La plupart des sites des tour-opérateurs néerlandais font une distinction d'approche et offre produits entre Ardennes françaises et Ardennes belges
- Certains font aussi parfois remonter les destinations FR ou BE sans distinction, donc « par défaut » sans précision de 'pays/nationalité'
- Dans la plupart des cas, il y a plus de produits Ardennes belges qu'Ardennes françaises, mais si l'opérateur propose des voyages vers les deux territoires, le tarif reste globalement dans la même fourchette de prix
- La plupart des séjours organisés proposés sont en pleine nature, soit à vélo soit à pied

Nous comptons 36 offres dans les Ardennes belges, 2 dans les Ardennes françaises (cyclotourisme Meuse et Camping des Vieilles-Forges) et 2 couvrant les Ardennes au global (Eigen-Wijze Reizen).

Tour-opérateurs néerlandais observés :

SNP Natuurreizen, Suncamp, Vacanceselect, TUI, Belvilla, Eigen-Wijze Reizen, ANWB Reizen (ex Pharos Reizen).



— Ardennes : Profil des produits relevés

. **SNP Reizen** : Circuit à vélo le long de la Meuse
4 jours/ 3 nuits, en hôtels et chambres d'hôtes
Le long du château de Sedan, Charleville-Mézières, l'Abbaye de Mouzon...
A partir de 485 € pp sur base de 2 personnes

. **Eigen-Weizen Reizen** : Vacances à vélo – Itinéraire 5 pays
Transport des bagages, distance journalière 37-83 km
10 jours / 9 nuits, hôtel, petit-déjeuner
A partir de 850 € pp

. **Eigen-Wijze Reizen** : Véloroute le long de la Meuse
De Maastricht à Sedan ou inversement, voie verte des Trans-Ardenes
Transport des bagages, distance journalière 32-68 km
7 nuits à partir de 670 € pp

. **Homair** : Séjour au camping du Lac des Vieilles Forges
A partir de 162 € par nuit en bungalow



— Ardennes : Campagnes 2021

- **Campagne réseaux sociaux : 17 juin au 18 juillet**

- Impressions : 2.575.936
- Clics obtenus : 15.388
- CPC : 0,58€
- CTR : 0,60% (norme entre 0,5 et 1 %)

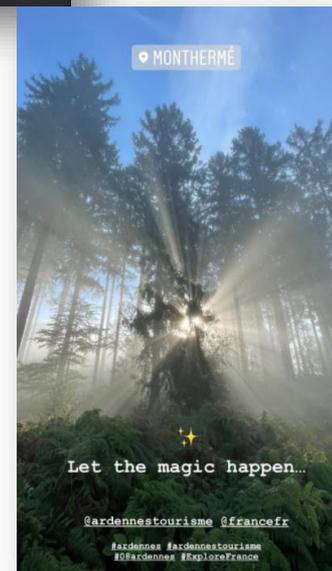
- **Instameet tourisme durable :**

- 2 créatrices de contenus (Claire Droppert, OutdoorDichtbij)
- 23 posts et 2 articles de blogs ([OutdoorDichtbij](#) et [MountainReporters](#))
- 5.644 engagements
- 108.078 vues des posts
- Taux d'engagement : 5,2%

- **Site France.fr**

<https://nl.france.fr/nl/campagne/ontdek-de-franse-ardennen>

- 18 450 pages vues
- Temps moyen de 1 mn 34 par article



— Ardennes : Campagnes 2021 vers 2022

- Campagne Ardennes/ART Grand-Est Pan-Européenne – volet 2

Lancement 17 novembre 2021 : inspiration 2022

- Objectif : Accroître la notoriété de la destination
- Cible : DINKS – couple sans enfants
- Thématique : cyclotourisme

Plan media :

- Canaux à 100% digital
 - Campagne social média de 4 semaines – via l'agence Pretty Social Media
 - ➔ nous permet d'atteindre les fans des pages spécialisées en cyclotourisme FietsActief, Fietsmagazine et Seasons



#ExploreFrance

Explore
France



COMMENT ABORDER LA CLIENTÈLE NÉERLANDAISE



— Comment communiquer avec eux ?

- Ils apprécient une documentation et un site Internet **en néerlandais**, à défaut d'une traduction complète, quelques pages en néerlandais suffiront pour ensuite passer à l'anglais
- Un site bien référencé naturellement remontant dans la 1ère page de réponses sur Google.
« Google Trends » est un bon outil pour trouver les mots et expressions utilisés par les Néerlandais dans leur recherche (<https://www.google.nl/trends/>)
- Information **claire et directe**, peu de 'littérature'
- Importance des **cartes** afin de situer la région, l'hébergement, le site
- Affichage clair des prix précisant exactement ce qui est compris ou pas
- Importance des **réseaux sociaux** et des applications smartphones pertinentes pour la clientèle de tout âge

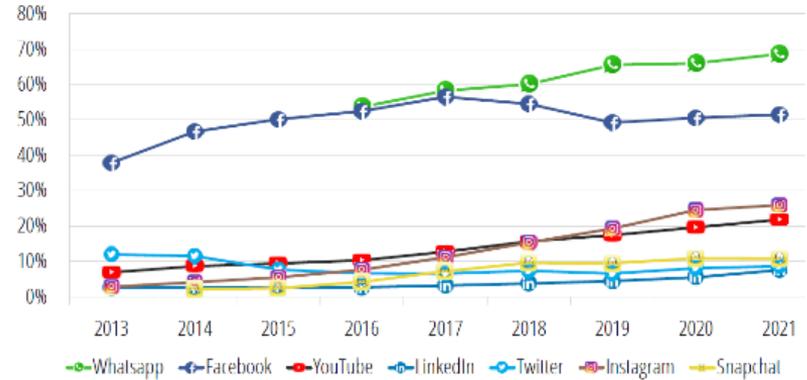
Réseaux sociaux

13,7 millions de Néerlandais de plus de 15 ans utilisent les réseaux sociaux en 2021, avec en moyenne **4 plateformes par utilisateur** et une durée de **97 minutes d'utilisation quotidienne**. Les 15-19 ans et les 20-39 ans sont présents sur cinq plateformes en moyenne en 2021.

TikTok connaît une augmentation de +149% par rapport à 2020 (1,7 million d'inscrits et 836.000 utilisateurs quotidiens) avec un élargissement des âges des utilisateurs, qui ont désormais plutôt entre 15 et 24 ans. **Pinterest** a également connu une forte augmentation avec +10% par rapport à 2020, soit 3,9 millions d'utilisateurs en 2021.

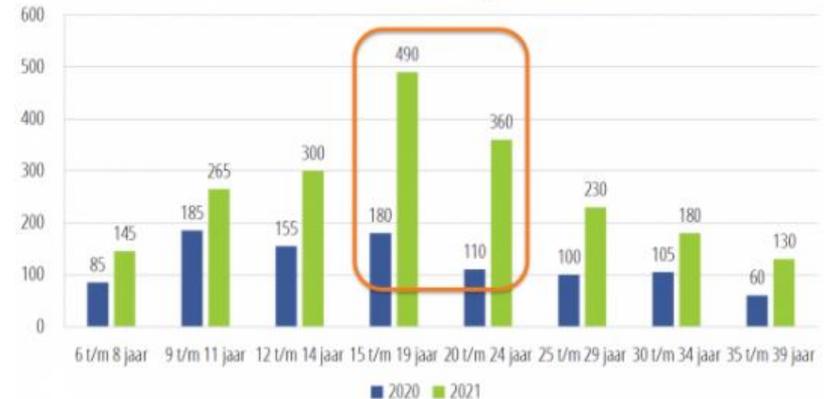
Twitter augmente de 5% par rapport à 2020. Les grandes plateformes comme **YouTube**, **Facebook** restent stables ou croissent très légèrement, tandis que d'autres continuent leur développement comme **Instagram** (+5% en 2021) - bien que moins populaire auprès des +50 ans - et **LinkedIn** (+6% en 2021).

Dagelijks gebruik van social media



Utilisation quotidienne des principaux réseaux sociaux

Gebruik TikTok naar leeftijd (x 1.000)



Samenvatting van TikTok per platform en leeftijd

Les Néerlandais sont ainsi....

- Ils admirent leur famille royale
- Sont fiers de leur pays
- Disent toujours ce qu'ils pensent
- Ont des habitudes alimentaires différentes
- Sont les champions du vélo
- Sont des découvreurs et voyageurs
- Aiment le confort chez eux et souhaitent le trouver en vacances
- Ont complètement adopté les réseaux sociaux à tout âge
- Dépensent leur argent seulement après l'avoir économisé
- Sont de plus en plus amateurs de vins et de champagne





CONTACTS

Vos contacts Atout France aux Pays-Bas

⇒ **Direction**

Fabienne Javault – fabienne.javault@atout-france.fr

⇒ **Adjointe au Directeur - Marketing, E-marketing, Etudes**

Sandrine Buffenoir – sandrine.buffenoir@atout-france.fr

⇒ **Tour-opérateurs, MICE & Salons**

Diana Klinkenberg – diana.klinkenberg@atout-france.fr

⇒ **Media & Relations publiques**

Marieke Smits-De Jonge – marieke.smits@atout-france.fr

Sannerien van Aerts – sannerien.van-aerts@atout-france.fr

A T O U T
F R **A** N C E

Agence de développement
touristique de la France

Tourisme Durable en Ardennes

Madame Stéphanie DROTHIER
Chargée de mission
ADT des Ardennes



Tourisme Durable dans les Ardennes

1. Tourisme durable : de quoi parle-t-on ?
2. Un changement nécessaire
3. La demande évolue
4. L'offre s'organise
5. Et dans les Ardennes ?
6. Comment faire ?



TOURISME DURABLE

ECOTOURISME

SLOWTOURISME

Définitions

Tourisme Durable :

« Un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil »

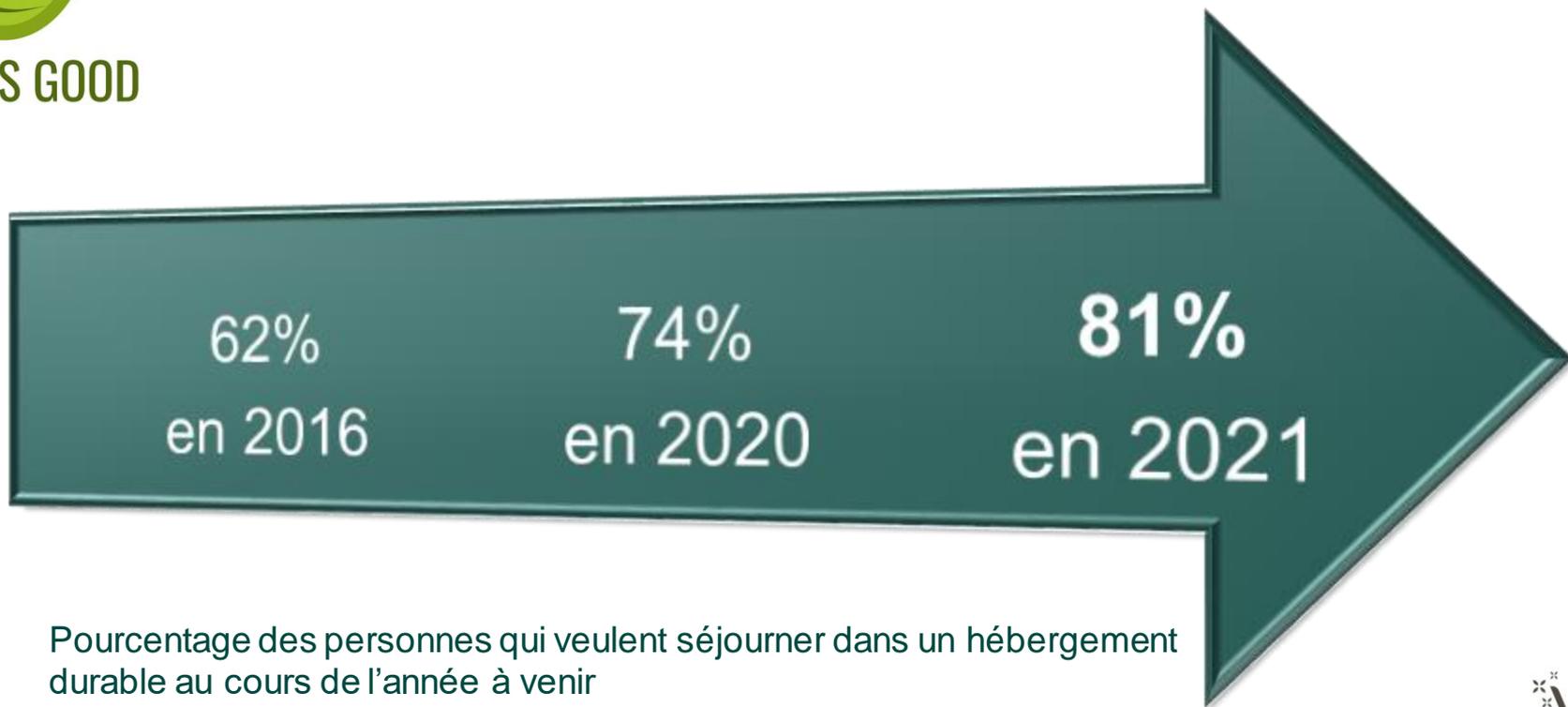
Selon l'OMT



Impact du tourisme en France

118 millions de tonnes de CO₂
11% des émissions de gaz à effet de
serre
3/4 dues aux **transports**
L'hébergement, les achats de biens
et la restauration représentent **20%**
des émissions totales

Evolution de la demande



Pourcentage des personnes qui veulent séjourner dans un hébergement durable au cours de l'année à venir

Source : études Booking (2016-2020 et 2021)

Etude Booking - 2021



84%
Souhaitent réduire les déchets
53% n'apprécie PAS les
hébergements sans dispositif
de recyclage

83%
Souhaitent réduire leur
consommation d'énergie



79%
Apprécie les mobilités
respectueuses de
l'environnement

CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE DES BÂTIMENTS

ZOOM SUR LE DÉCRET TERTIAIRE

DECRET TERTIAIRE

Le **nouveau décret tertiaire** fixe les échéances d'économies d'énergie par rapport à une consommation de référence qui ne peut être antérieure à 2010: -40 % d'ici 2030, -50 % d'ici 2040 et -60 % d'ici 2050.

Bâtiments de + de 1000m²

EGALIM + loi AGEF

Lutte contre le gaspillage alimentaire
Possibilité d'emporter les aliments ou boissons non consommés sur place
Interdiction du plastique



La réglementation



FRIENDS AROUND THE WORLD

La Pointe aux Canoniers - Janvier 2020



PRÉSERVER

Des séjours certifiés responsables



CONTRIBUER

Solidarité au cœur, avec la Fondation Club Med



SE RÉVÉLER

Diversité, inclusion et égalité des chances

80%
DES VILLAGES
CERTIFIÉS GREEN GLOBE



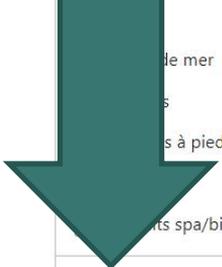
POUR UN TOURISME
DURABLE

Le développement durable au Club Med



L'offre s'organise





le mer	316
s	33
s à pied	947
	402
nts spa/bien-être	146

Durabilité

<input checked="" type="checkbox"/> Établissements Voyage Durable	2003
---	------



	3
	75
	1070
	351
	39
	465

passer un bon moment

<input type="checkbox"/> Randonnée	1328
<input type="checkbox"/> Pêche	993
<input type="checkbox"/> Balades à pied	947
<input type="checkbox"/> Équitation	925
<input type="checkbox"/> Cyclisme	824



Le Domaine □□□□ 👍+

[La Chapelle-de-Guinchay](#) · [Indiquer sur la carte](#)

📍 Établissement Voyage Durable

Situé à La Chapelle-de-Guinchay, l'établissement Le Domaine dispose d'un restaurant, d'une piscine extérieure ouverte en saison, d'un salon commun et d'un jardin.

Exceptionnel 9,7
617 expériences vécues

Situation géographique 9,5

[Voir les tarifs](#)



Logis Des Sources ★★ 👍

[Creney-près-Troyes](#) · [Indiquer sur la carte](#)

📍 Établissement Voyage Durable

Situé à 5 km du centre historique de Troyes, face à la zone des magasins d'usine de Pont-Saint-Marie, l'établissement Logis Des Sources vous propose gratuitement un parking souterrain sécurisé et des...

Très bien 8,0
2 189 expériences vécues

[Voir les tarifs](#)



martine et jacques 👍+

Hébergement géré par un particulier

[Grayan-et-l'Hôpital](#) · [Indiquer sur la carte](#)

📍 Établissement Voyage Durable

Offrant une vue sur la piscine, le martine et jacques de Grayan-et-l'Hôpital propose des hébergements et un court de tennis.

Superbe 8,8
100 expériences vécues

[Voir les tarifs](#)

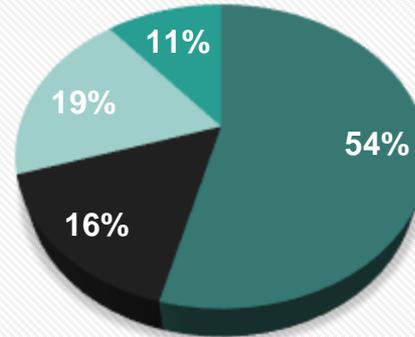
Et dans les Ardennes ?



Et dans les Ardennes?

56 adhérents français au Club Ardenne Ecotourism
(145 en Ardenne transfrontalière)

Activités des adhérents du Club Ardenne Ecotourism



3 ÉTABLISSEMENTS LABELLISÉS CLEF VERTE



**UNE OFFRE D'HERGEMENTS
VARIEE
INSOLITE OU TRADITIONNELLE**



OFFRE DIVERSIFIÉE D'ACTIVITÉS NATURE



RESTAURATION VEGAN, BIO LOCALE



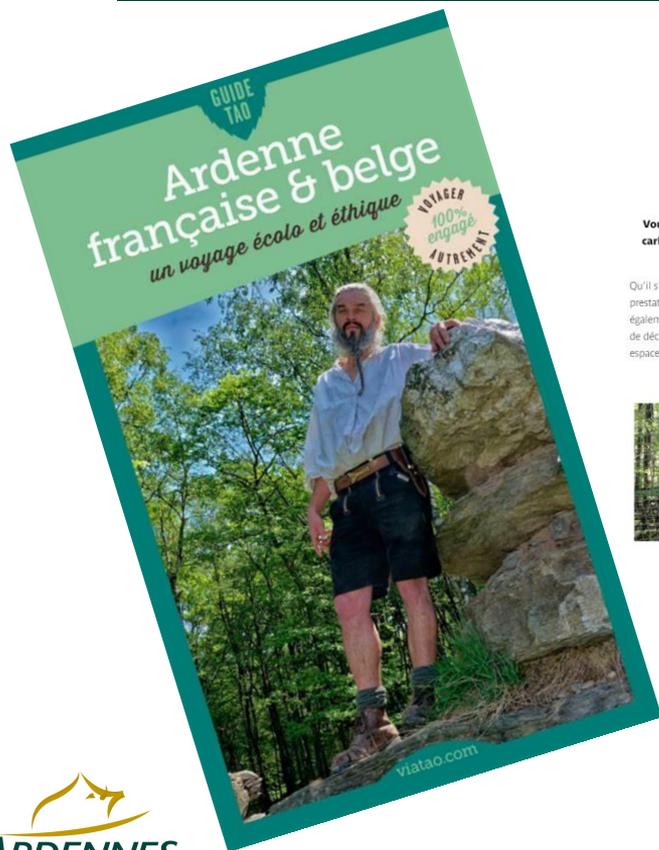
ZÉRO DÉCHET



POUR TOUS LES PUBLICS



Communication



ÉCOTOURISME EN ARDENNE

LES BONNES ADRESSES DE NOS PRESTATAIRES ENGAGÉS

Vous êtes à la recherche d'un séjour 100% durable ? Vous essayez à tout prix de diminuer votre empreinte carbone, vous êtes dans une démarche de zéro déchet ou vous trouvez simplement important de respecter l'environnement lors de vos voyages ? Découvrez les bons plans de nos prestataires engagés !

Qu'il s'agisse d'une activité, d'un hébergement ou d'un lieu de restauration, cette page regroupe tous les bons plans de nos prestataires engagés dans une démarche de développement durable. En plus de vous présenter leur activité, ils partagent également leur coup de cœur en Ardenne. L'objectif est de favoriser les rencontres avec des acteurs engagés et vous proposer de découvrir les richesses de l'Ardenne. Ensemble, agissons autour de valeurs communes et partagées pour préserver nos espaces naturels et notre cadre de vie.



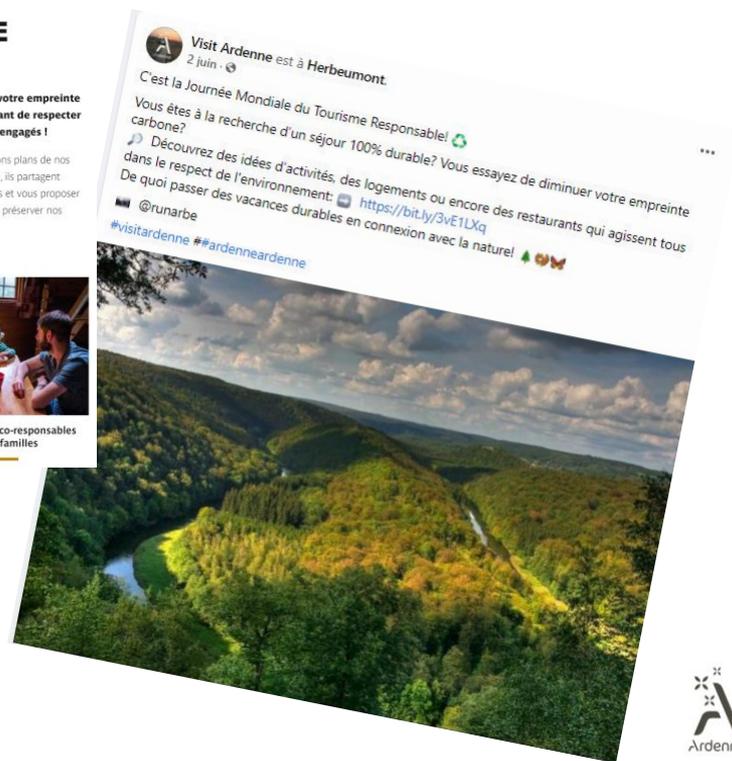
Tourisme responsable en famille



Nos produits locaux et artisanaux



Hébergements éco-responsables pour les familles



Principaux impacts d'une activité touristique sur l'environnement



Consommation d'eau



Production de déchets

Impacts sur la biodiversité



Gaspiilage alimentaire



Consommation de produits chimiques et rejet d'eaux usées

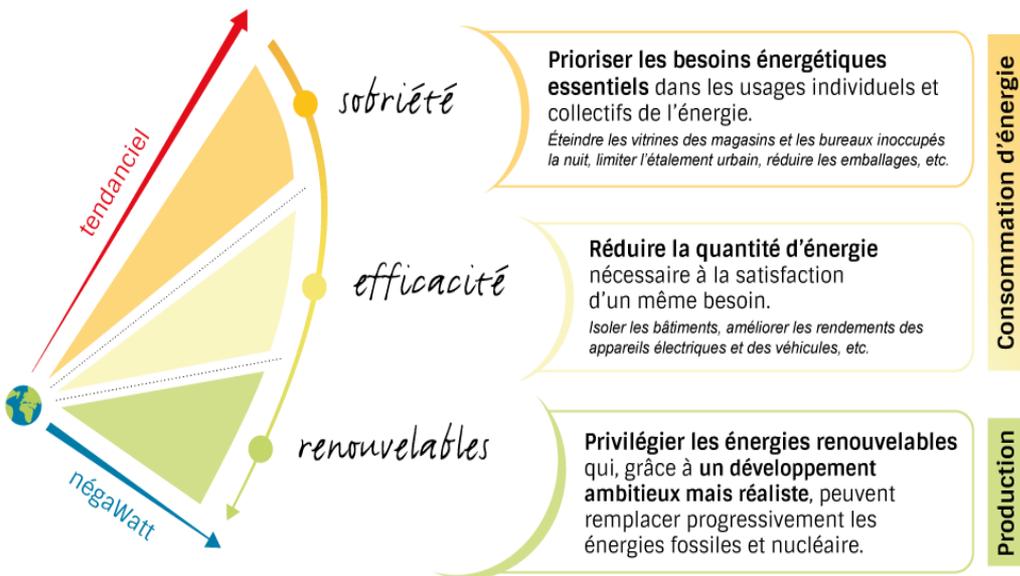


Consommation d'énergie

Emissions de CO²

Que faire?

Logique NégaWatt



© Association négaWatt - www.negawatt.org

Règle des 5 R

Le zéro déchet chez soi

La règle des 5 R à suivre dans l'ordre pour réduire ses déchets



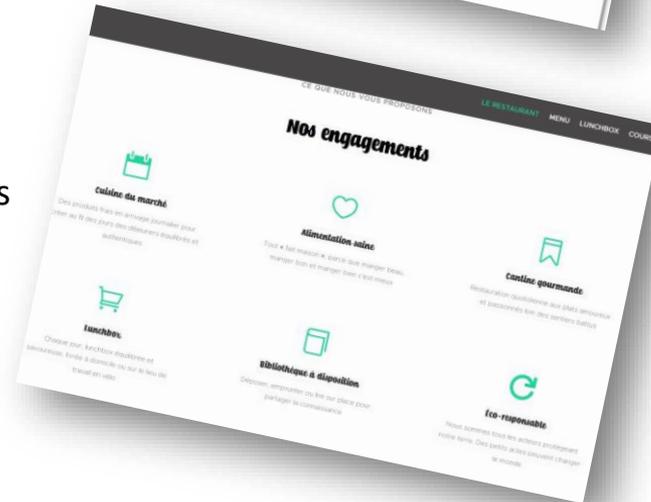
Source : Greenweez

Faire savoir et sensibiliser

S'agissant désormais d'un avantage concurrentiel, les professionnels ont tout intérêt à **faire connaître leur engagement sur place et dans leur communication.**

Exemples :

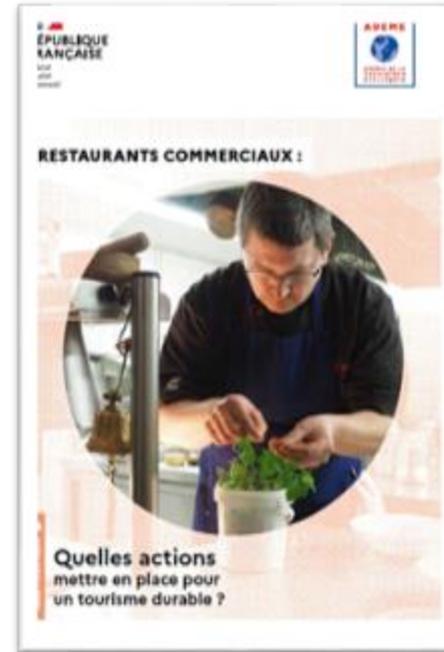
- ✓ Restaurants : proposer une vraie offre végétarienne
- ✓ Hôtels : sensibiliser aux éco-gestes
- ✓ Meublés : inviter à composter
- ✓ Sites de visite : offre spéciale pour les visiteurs venus en train ou à vélo



Des outils en ligne



Guide pratique à l'attention des hébergeurs pour engager des actions environnementales - La librairie ADEME



RESTAURANTS COMMERCIAUX : Quelles actions mettre en place pour un tourisme durable ? - La librairie ADEME

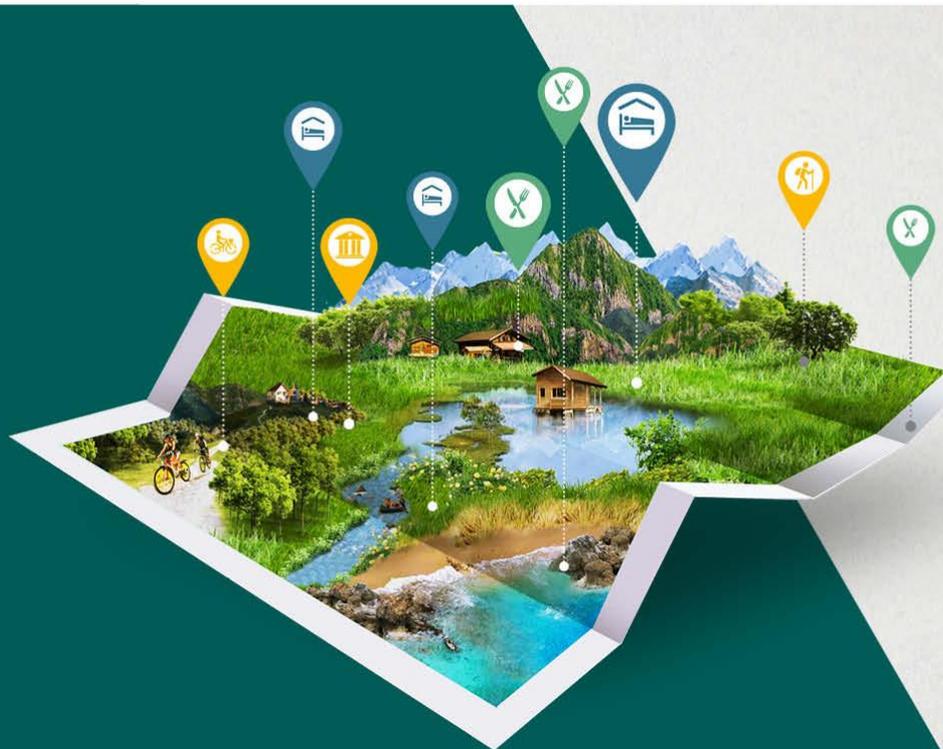


FONDS TOURISME DURABLE

Incroyable mais vert !

Restaurateurs, hébergeurs, acteurs du
slow tourisme, avec France Relance
et les financements de l'ADEME,
empruntez le chemin du tourisme durable.

agirpourlatransition.ademe.fr/entreprises





Hébergement

- 📍 Hôtels et hébergements similaires - NAF 55.10Z,
- 📍 Terrains de camping et parcs pour caravanes ou véhicules de loisirs - NAF 55.30Z,
- 📍 Hébergements touristiques et autres hébergements de courte durée - NAF 55.20Z,
- 📍 Autres hébergements - NAF 55.90Z.

Restauration

- 📍 Restauration traditionnelle - NAF 56.10A,
- 📍 Service de traiteur ayant une activité événementielle - NAF 56.21Z.

+ structures du tourisme social avec un code NAF association ou les activités d'agritourisme avec un code NAF agricole

EXEMPLES D'ACTIONS FINANÇABLES



- **Formation aux écocgestes** pour les employés
- Actions de communication pour valoriser votre engagement
- Dispositif de détection d'ouverture de fenêtre sur les radiateurs des chambres
- Bâche de nuit pour piscines
- Sèche-linge performant
- **Lave-linge** économe en eau et en énergie
- Dispositifs d'économies d'eau dans les salles de bain
- Abri vélo équipé de production photovoltaïque pour la recharge
- Contenants pour **stockage de produits en vrac**
- Broyeurs de végétaux
- Composteur
- Récupérateur d'eau de pluie
- Etc



- Contenants durables pour que les clients puissent rapporter les restes de repas (obligatoire)
- Eplucheuse, essoreuse, ...
- Création d'un **potager et/ou d'un verger**
- **Cellule de refroidissement, isolation d'une chambre froide** existante
- Supports de **communication** pour l'information des clients sur votre démarche de transition écologique
- L'achat supports en matériaux durables pour les **menus du jour**
- Contenants durables pour **substitution des emballages individuels**
- Vaisselle, couverts, serviettes, nappes, dessous de table pour remplacer le jetable
- **Sèche-linge** performant
- **Lave-linge** économe en eau et en énergie
- **Lave-vaisselle** performant
- **Formation** à la restauration durable
- Réducteurs de débit d'eau, chasse d'eau double flux
- Etc.

Crédit d'impôt pour la rénovation énergétique des TPE/PME

Son montant est de 30 % des dépenses éligibles, dans la limite de 25 000 € de crédit d'impôt par entreprise.

Les travaux éligibles sont les suivants :

- **isolation** de combles ou de toitures (hors combles perdus), des murs, des toitures-terrasses
- **chauffe-eau solaire** collectif
- pompe à chaleur (PAC) de type air/eau, eau/eau ou sol/eau (y compris PAC hybrides, PAC à absorption et PAC à moteur gaz)
- **ventilation mécanique** simple flux ou double flux
- raccordement d'un bâtiment tertiaire à un réseau de chaleur ou à un réseau de froid
- chaudière biomasse collective
- systèmes de régulation/programmation du chauffage et de la ventilation

Factures avant le 31/12/2021

Certificats d'économies d'énergie

De nombreux travaux ouvrent droit aux Certificats d'Economie d'Energie dans les bâtiments résidentiels et tertiaires (isolation, chauffage, ventilation, éclairage,...). Ils sont **cumulables** avec d'autres aides.

Toutes les fiches (+ de 200) sont disponibles sur <http://calculateur-cee.ademe.fr/>

Simulation possible sur le site nr.pro.fr

Climaxion

Chauffage géothermie / solaire...

Borne recharge pour véhicules électriques

Informations détaillées sur les aides : www.faire.gouv.fr

Des questions ?
Besoin de conseils sur : les
aides, votre plan d'action ?
Contactez-moi :

drothier@ardennes.com

03 24 56 68 67

[Télécharger l'étude](#)



POTENTIELS ET PISTES DE REFLEXION POUR DEVELOPPER LE
TOURISME DURABLE DANS LES ARDENNES FRANÇAISES

Etude de mai à septembre 2021

Héra Houdry-Fabre

Service Ingénierie

Agence de Développement Touristique des Ardennes

ARDENNES
Tourisme

Monsieur Eric LEGROS
Gérant du camping du
Mettey 4*
Vosges





M Eric Legros

Gérant du camping du Mettey à Vagney dans les Vosges

- 🏕️ Président de la Fédération Départementale de l'hôtellerie de plein air des Vosges et Président de la Fédération Régionale;
- 🏕️ Membre du bureau National de la FNHPA;
- 🏕️ Président du groupe de travail partenariat public /privé
- 🏕️ Président du groupe de travail de l'opportunité des petits campings ainsi que le frein
- 🏕️ Membre de la commission Développement Durable de la FNHPA





Camping en 2 mots

**Camping Qualité
Tourisme**

**Camping Via
Natura**

**Marque Valeur
Parc Naturel**

**Classé
4 étoiles**





Description de l'offre

69 Emplacements

10 Ecogites

6 "Vosgeslodges" (cabanes en bois)

7 Hébergements insolites



Démarche écologique



Profil des clients

Haute Saison

Français : 40 %

Etrangers : 60 % (une
quinzaine de
nationalités différentes)

Basse Saison

Français : 70 %

Etrangers : 30 %
(Europe du Nord)



Observation touristique

Monsieur Hervé CAITUCOLI
Responsable pôle développement
- Ingénierie ADT



LE TOURISME DANS LES ARDENNES

CHIFFRES CLÉS

2020



Quelle
observation
pour demain ?



Enjeux de l'observation touristique

- Indicateurs indispensables pour évaluer les **retombées économiques de la filière** vis-à-vis des acteurs publics et collectivités dans le cadre des subventions accordées aux porteurs de projets ;
- Mieux connaître les clientèles qui fréquentent le territoire dans le cadre de la **mise en œuvre des plans marketing** et autres actions de promotion et communication ;
- Apporter des indicateurs précis **aux porteurs de projets**, cabinets d'études, banques et autres partenaires financiers dans le cadre de projets de création, extension, modernisation de l'offre touristique.



Organisation actuelle de l'observation



INSEE + Atout France – **Etat**
ORTGE – **Région** Grand Est / OTW Région
Wallonne
ADT08 + CCI – **Département**
Enquêtes par cabinets privés

Les indicateurs fournis aujourd'hui par l'Observatoire Départemental du Tourisme

- Accueil par **nationalité** dans les O.T et évolutions/ N-1
- Emplois et C.A dans les O.T
- Fréquentation des sites internet
- **Hébergement** : par catégorie, offre, nuitées par nationalités et évolutions, C.A et emplois
- **E-réputation** de l'hébergement et des sites de visite
- Fréquentation par nationalités du **tourisme fluvial**
- Fréquentation et CA générés sur la **Voie Verte TransArdennes**
- Offre, fréquentation par nationalités, répartition Groupes/ Individuels, C.A et emplois pour les **sites de visites et d'activités**
- Bilan météo saison Avril - Octobre
- Bilan de la saison touristique en France et en Région Grand Est
- Enquête conjoncturelle **saison estivale** 5 vagues Ardennes
- Chiffres clés du tourisme de l'Ardenne **transfrontalière** (territoire GEIE)

Ardennes 2020

6 chiffres à retenir

- 34 022 lits touristiques dont 16 822 lits marchands (+13 % par rapport à 2019) et 17 200 lits non marchands
- 691 369 nuitées en hébergements marchands
- 26,3 millions d'euros de chiffre d'affaires direct
- 70 millions d'euros de retombées économiques
- 3 % du PIB des Ardennes
- 1400 emplois liés à l'activité touristique

Retrouvez l'intégralité des chiffres du tourisme 2020 en téléchargeant la brochure *Le tourisme dans les Ardennes : Chiffres clés 2020* sur le site : www.ardennes.com (onglet pro).



Adresses utiles :

AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DES ARDENNES
 24, Place Ducale - BP 419
 081 07 Charleville-Mézières Cedex
www.ardennes.com - developpement@ardennes.com
 Tél. 03 24 56 67 71



CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DES ARDENNES
 18A, avenue Georges Corneau
 08000 Charleville-Mézières
www.ardennes.cci.fr - tourisme@ardennes.cci.fr
 Tél. 03 24 56 62 62



Crêtes Préardennaises

Les chiffres clés du tourisme 2020

L'offre

Hébergement : 1520 lits soit 8 % du département
 Animation : 6 sites observés
 Accueil : 3 points d'accueil

Nombre de lits par type d'hébergement



Le chiffre d'affaires* : 1 599 212 €

	En euros	Répartition
Hébergement	1 342 252 €	83,9 %
Animation	235 483 €	14,7 %
Accueil	21 477 €	1,4 %
Total	1 599 212 €	100 %

* hors restauration et chiffre d'affaires indirect

La fréquentation

Hébergement

	En nuitées	Répartition
hôtel	3 805	5,9 %
camping	5 293	8,2 %
hébergement de groupes, local	55 376	85,9 %
total	64 474	100 %

Sites de visite

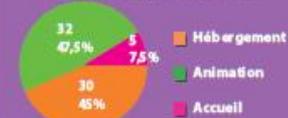
	Visiteurs	Répartition
musées	11 640	18,6 %
monuments	18 061	28,9 %
sites naturels, activités	32 730	52,4 %
total	62 431	100 %

Accueil : 2755 visiteurs

Les emplois

67 emplois directs

Emplois par activité



Nuitées par nationalité



Données départementales

Principales tendances actuelles

- Forte croissance d'une offre d'hébergements « hors des radars »
- Émergence du tourisme durable
- Difficulté croissante pour collecter les résultats des prestataires
- Mise à disposition de nouvelles technologies



Pistes d'évolution de l'observation du tourisme...

....mesurer autrement sa performance touristique

- Acquisition et partage des outils Flux Vision Tourisme et AirDNA
- Amélioration de la collecte Terrain
- Mise en place d'indicateurs adaptés à un développement durable



De nouveaux outils disponibles



De nouveaux outils disponibles





Orange Flux Vision : les données mensuelles 2021 pour ARDENNES (08)

Navigation menu:

- Les VISITEURS Français et Etrangers
- Les NUIITEES Françaises et Etrangères
- Les VISITEURS Français selon les régions
- Les VISITEURS Etrangers selon les Pays d'origine
- L'année 2020 (visiteurs)

Categorie Visiteur

- Excursionniste
- Touriste

Région ?

Grand Est



ATTENTION : cette courbe affiche les données 2020 et 2019 recalées aux jours-semaine comparables de 2021, notamment pour que les "samedis" de 2021 puisse se comparer visuellement aux "samedis" de 2020 et de 2019

Versus 2020 :

-19% -9% +28% +35% -2% -15% +5% -11%

Versus 2019 (depuis juillet seulement) :

+8%

■ 2021 ■ 2020 ■ 2019

Source : Orange Flux Vision pour ART Grand Est et ADT Ardennes ; DATAs COMPLETES; traitement ORT GE
Les données analysées concernent uniquement les catégories de visiteurs Excursionniste et Touriste ; Données ARDENNES (08)

De nouveaux outils disponibles



Exemple de données fournies par territoire



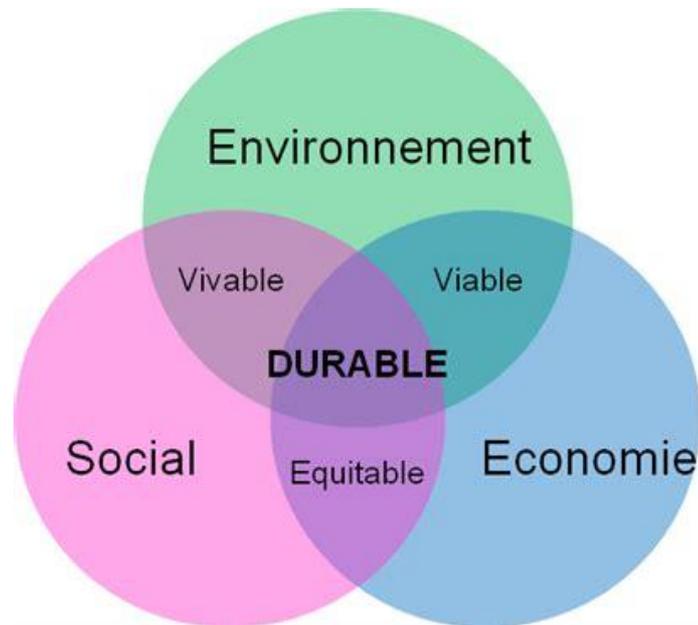
Année	ZONAGE	Mois	Offres actives_All	Reservations_ All	Nuitées_All	TO (All)	Revenus_All (EUR)	Durée moyenne (All)
2021	CA Ardenne Métropole	3	176	720	5417,28	0,267082359	146697,25	2,671686747
2021	CA Ardenne Métropole	4	184	705	5423,88	0,255290017	165823,95	3,527659574
2021	CA Ardenne Métropole	5	229	932	7917,36	0,336607883	248211,9	3,076923077
2021	CA Ardenne Métropole	6	232	1062	8679	0,350221013	261315,5	3,054027505
2021	CA Ardenne Métropole	7	266	1484	12167,76	0,506922989	381653,4	2,989369242
2021	CA Ardenne Métropole	8	298	1453	13571,58	0,574680924	442708,9	3,438233264
2021	CA Ardenne Métropole	9	352	1612	12745,92	0,520580125	429730,25	3,150931677

Améliorer la collecte des données auprès des prestataires

- Conditionner les aides financières à la participation à l'enquête annuelle
- Conditionner l'adhésion à une démarche qualité par une participation à l'enquête annuelle
- Consolider l'analyse d'indicateurs clés (T.O, part du tourisme d'affaires, groupes/individuels...)



Mise en place d'indicateurs adaptés à un développement durable



Dimension économique

- Nombre d'emplois salariés et C.A estimé
- Nombre d'entreprises touristiques et ancienneté
- Répartition du tourisme dans le temps et l'espace



Dimension sociale



- Nombre de sites labellisés Tourisme et Handicap
- Nombre d'établissements acceptant les Chèques Vacances
- Nombre d'entreprises employant des personnes en situation de handicap
- Part de la clientèle intrarégionale
- Analyse de la satisfaction des visiteurs



Dimension Environnementale



- S'appuyer sur des **labels** structurants (Pavillon bleu, Station verte, VVF...)
- Suivre la progression des hébergements **écolabellisés** (Ecolabel européen, Clef verte, Green Globe, Ardenne Ecotourism...)
- Mesurer la **satisfaction** des visiteurs (analyses clients sur performance environnementale : propreté, beauté des paysages, qualité de l'air, accès aux transports publics...)
- Estimer les **émissions de GES** produites par les déplacements (Bilan Carbone ADEME)
- Estimer la consommation d'**électricité** du tourisme (Open Data d'ENEDIS)
- Estimer la quantité de **déchets** liée au tourisme (ADEME - VALODEA)
- Nombre de km de **pistes cyclables**
- Nombre de sites accessibles en **transports collectifs publics**
- Nombre de professionnels **formés** au développement durable, à la **RSE** (Responsabilité Sociétale et Environnementale)

Retrouvez tous les indicateurs sur le site pro de l'Agence de Développement Touristique des Ardennes :

<http://pro.ardennes.com/>



ARDENNES TOURISME
LE SITE POUR LES PROS

ARDENNES
Agence de Développement
Touristique

Présentation de l'ADT - Marketing-Communication - Observation/Veille - Mon projet - Labels et filières - Contactez nous - Newsletter pro

Chiffres clés

Les chiffres clés du tourisme dans les Ardennes

View this publication on Calaméo



Publish at Calaméo or browse the library.

SOUTIEN À LA FILIÈRE TOURISTIQUE



Le Conseil départemental des Ardennes renouvelle l'opération « Votre séjour dans les Ardennes remboursé à 50% ».

Pour en savoir +

PROS : VOTRE SITE WEB AVEC ELLOHA



elloha

elloha, un outil pour booster vos réservations. Bénéficiez d'une gratuité de juin à décembre 2021!

Pour en savoir +

APPELS À PROJETS

Consultez tous les appels à projets et consultations publiques des collectivités.

Pour en savoir +

SUIVEZ-NOUS !



RECHERCHE SUR LE SITE

RECHERCHER...

Document à télécharger ici.

► Enquête conjoncturelle du mois de juillet 2021, à télécharger ici

Opération Evadez-vous dans les Ardennes

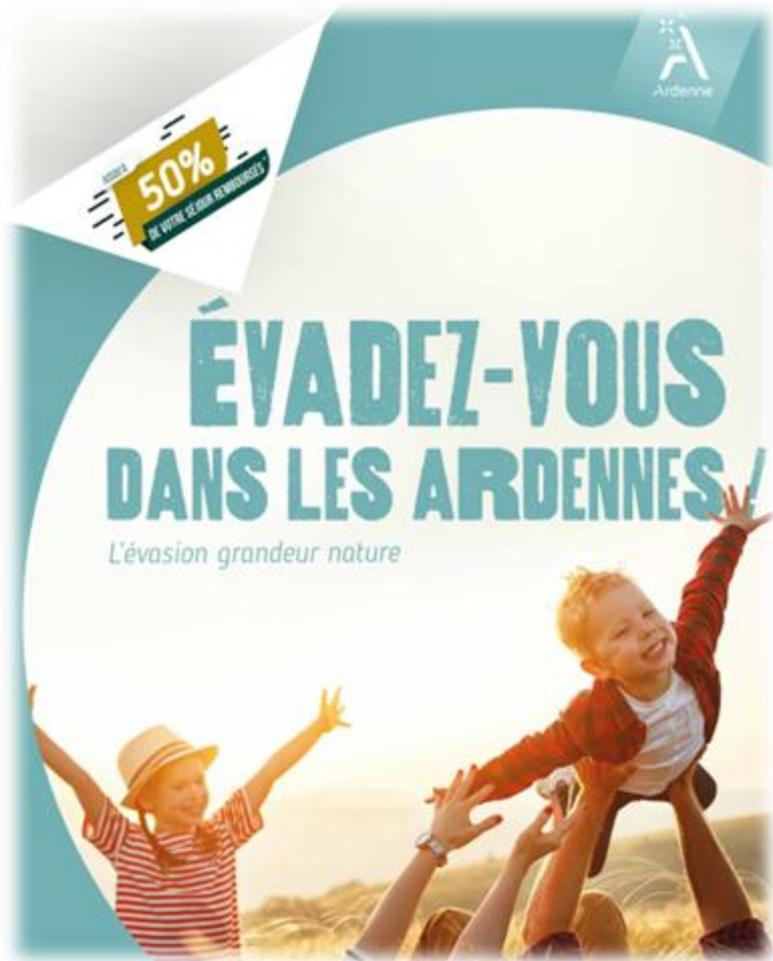
Madame Stéphanie MARTIN

Chef de Service : développement rural, agriculture, tourisme

Direction de l'aménagement du territoire

Conseil départemental des Ardennes





Un dispositif instauré en juillet 2020

Objectif : Favoriser l'économie
touristique
ardennaise impactée
par la crise sanitaire

LE PRINCIPE

JUSQU'À **100€** REMBOURSÉS* PAR LE CD08 !

jusqu'à
50%
de remise sur votre séjour

ÉVADEZ-VOUS DANS LES ARDENNES /

L'évasion grandeur nature



Préparez votre séjour sur

WWW.ARDENNES.COM

Du 31 mars au 31 décembre 2021

Les modalités du dispositif (2021)

2

Nuitées consécutives minimum dans les Ardennes



+

1

Restaurant, activité culturelle ou de loisirs





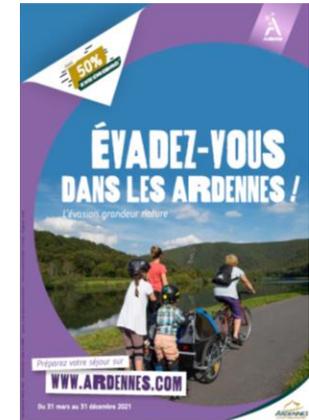
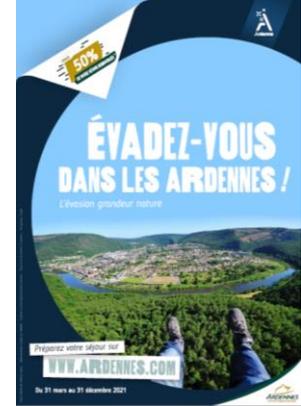
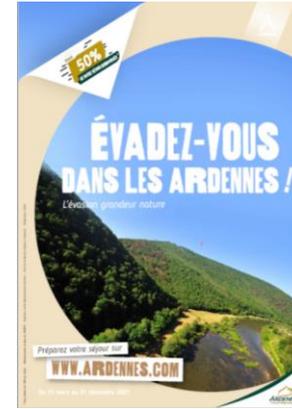
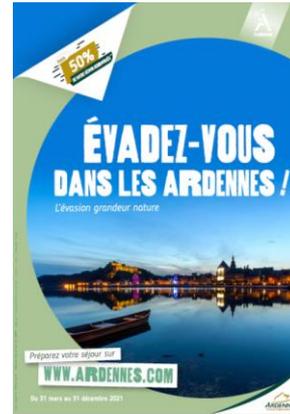
100 % dématérialisé sur cd08.fr



5 webinaires d'informations
(en mars et juin 2021)

Des outils de communication à disposition :

- ✓ 1 kit de communication numérique
 - Foire Aux Questions
 - flyer
 - 5 visuels d'affiches
- ✓ 1 kit de communication papier
 - 100 flyers
 - 1 affiche A3
 - Foire Aux Questions
- ✓ 1 Newsletter « pro »



Le dispositif en chiffres



8 419
demandes

En 2020 : 4 000 demandes

€

719 000 €
remboursés

En 2020 : 350 000 €

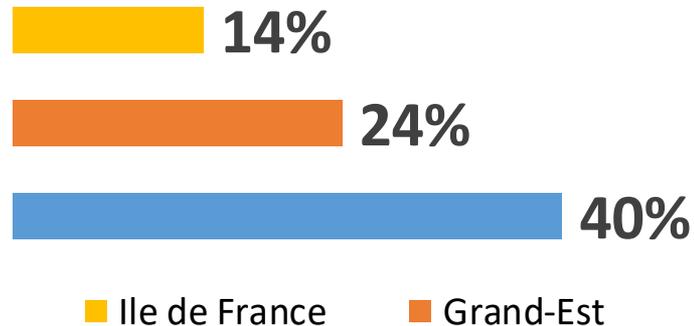
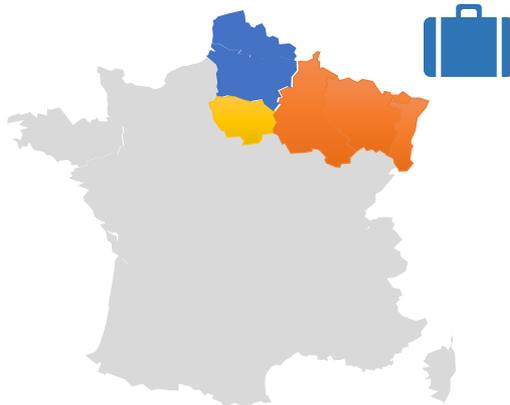
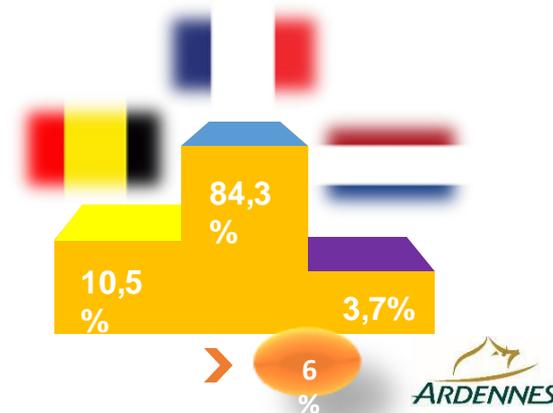
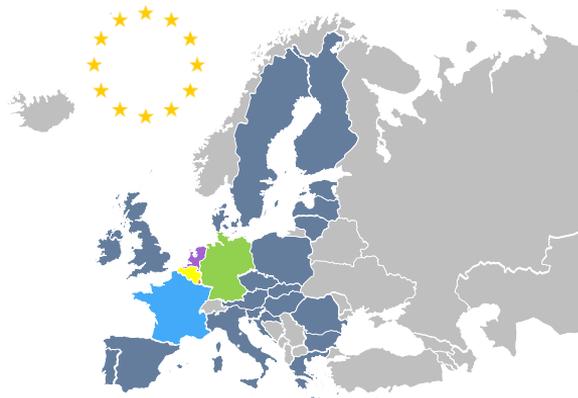


37 662
Nuitées

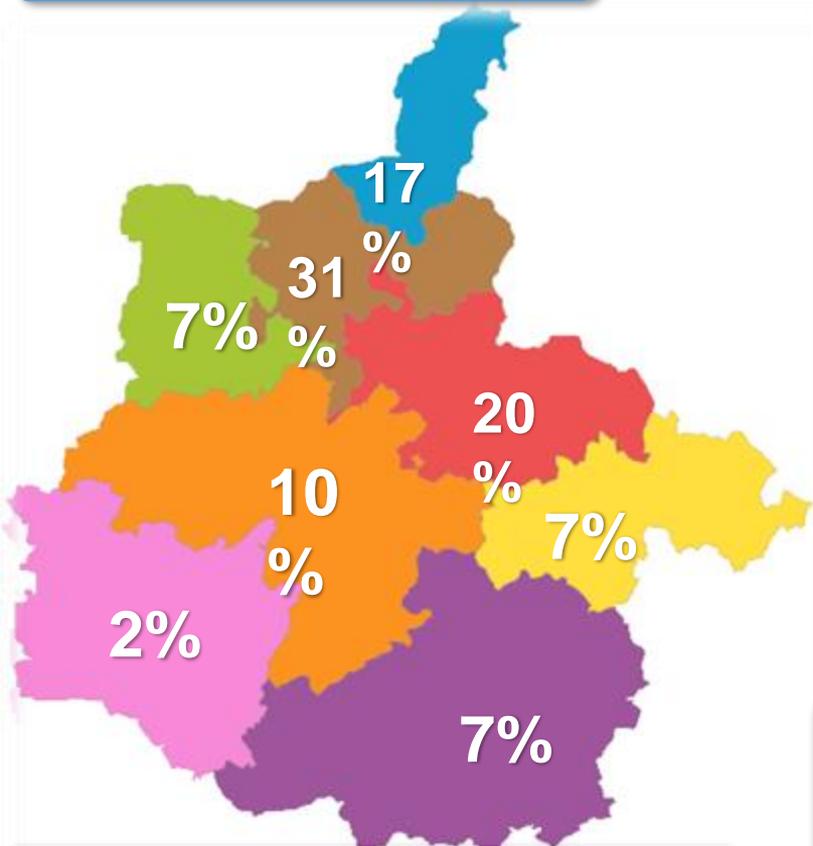
En 2020 : 18 078 nuitées



Provenance des touristes

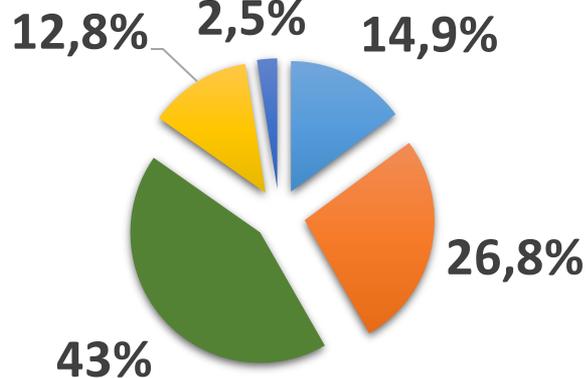


Hébergements



Répartition géographique des hébergements

Répartition par type d'hébergement



■ Hôtel
■ Gîte

■ Camping
■ Chambre d'hôte



4,6 jours

Durée moyenne des séjours

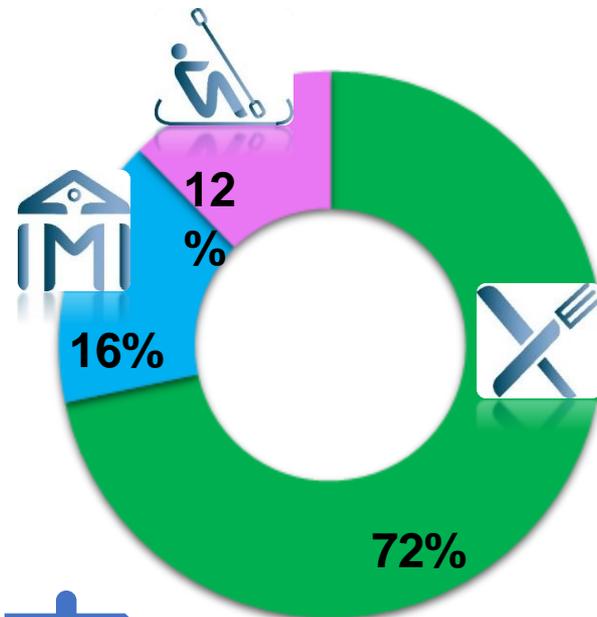


Prestations

Les sites touristiques les plus représentés



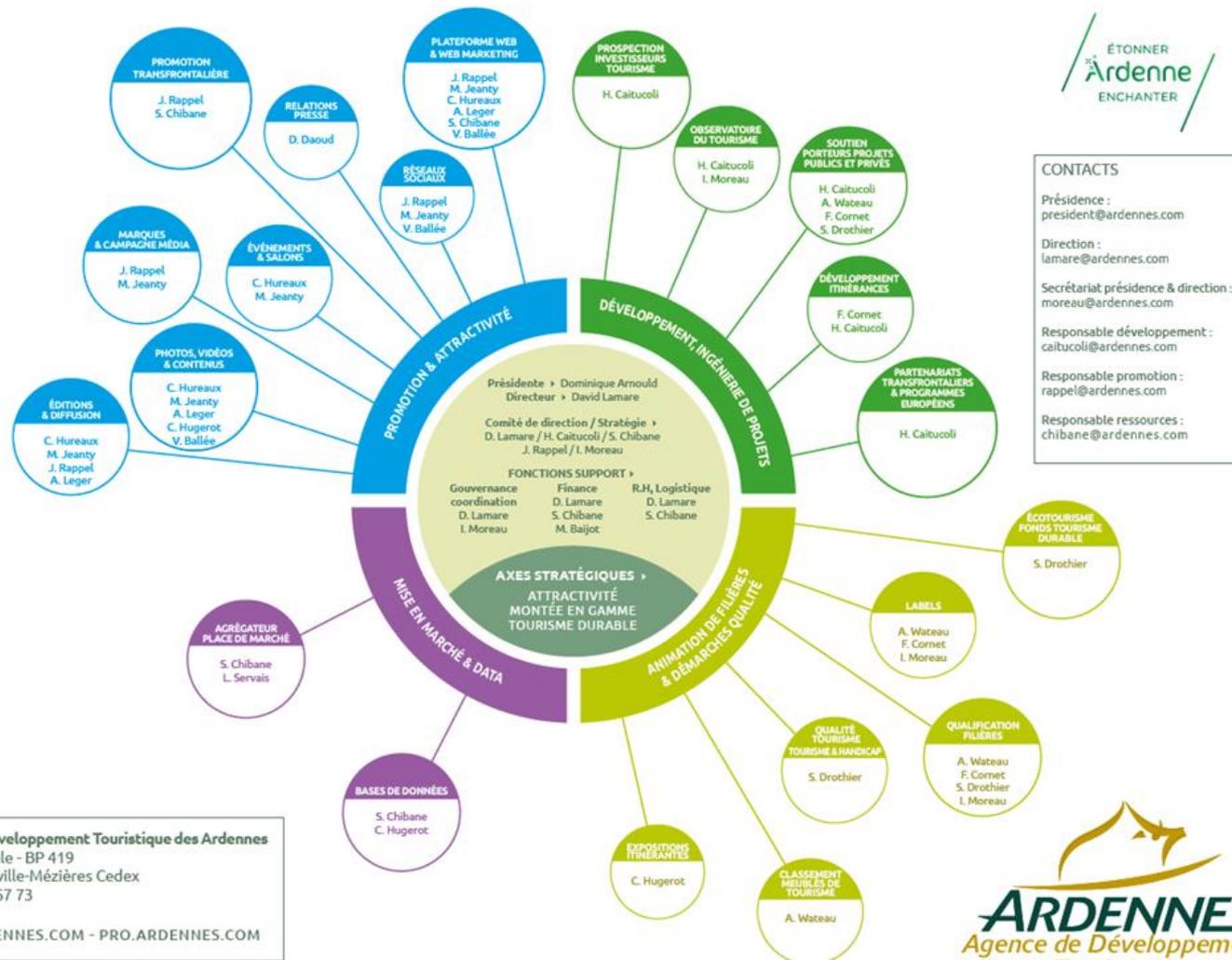
Répartition par type de prestation



Actions 2022 ADT

Monsieur David LAMARE
Directeur ADT





CONTACTS

Présidence :
president@ardennes.com

Direction :
lamare@ardennes.com

Secrétariat présidence & direction :
moreau@ardennes.com

Responsable développement :
caltucoli@ardennes.com

Responsable promotion :
rappel@ardennes.com

Responsable ressources :
chibane@ardennes.com

Agence de Développement Touristique des Ardennes
24 place Ducale - BP 419
08107 Charleville-Mézières Cedex
Tél. 03 24 56 67 73

WWW.ARDENNES.COM - PRO.ARDENNES.COM

Pôle Développement - Ingénierie

Poursuite de la qualification et l'incitation à la montée en gamme des hébergements touristiques :

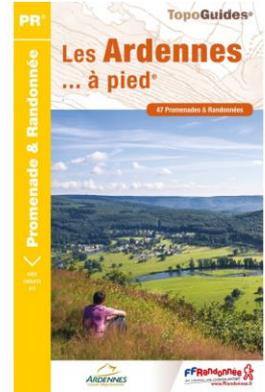
- **Conseil aux projets de développement publics et privés** : hôtellerie-restauration, sites de visites et de loisirs, hébergements chez l'habitant ;
- Mise en œuvre du **nouveau classement** national en **Meublés de Tourisme** ;
- Déploiement d'un **nouveau référentiel qualité chambres d'hôtes** ;
- Accompagnement des acteurs touristiques dans l'obtention des labels **Tourisme et Handicap, Qualité Tourisme** ;
- Optimisation des réseaux **Accueil Vélo (dont séminaire technique)** et **Accueil Moto** ;
- Accueil du congrès national **Clévacances France** en juin 2022.



Pôle Développement - Ingénierie

Mise en avant des filières à fort potentiel de développement, organisations de séminaires :

- Poursuite de l'animation de la **mise en tourisme du canal des Ardennes** en lien avec le Conseil départemental, ECPI, Conseil régional, Etat ;
- Tourisme durable : organisation de groupes de travail et d'un séminaire préalable à l'**élaboration d'un Schéma Durable**, poursuite du partenariat avec l'**ADEME (Fonds Tourisme Durable)**, animation du **Club Ardenne Ecotourism** ;
- Mise en avant de la filière gastronomie et des **circuits courts** (projet Interreg VI...) ;
- Valorisation des activités de loisirs de plein-air en lien notamment avec le **Club Ardennes Nature Aventures** ;
- Mise en tourisme des villes et villages via notamment le déploiement du label **Villes et Villages Fleuris**.



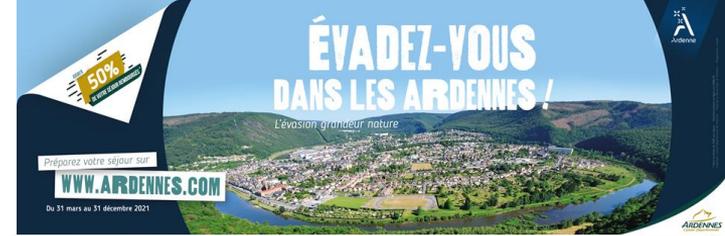
Pôle Marketing

Pacte de Destination Ardenne 2022

En partenariat avec l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est : poursuite de la mise en place d'actions de communication partenariales : valorisation des filières en essor (cyclotourisme, pédestre, patrimoine) via campagnes digitales en lien avec le CD, EPCI/OT, sites de visites et de loisirs, événementiels.

Pour rappel en 2021 : un plan média de 500 000 € cofinancé entre la région Grand Est, l'ADTA et les partenaires de l'ADTA (2 M€ en 3 ans dont 50% ART/AF)

- Région Grand Est = 250 000€
- ADTA = 80 000€
- Partenaires de l'ADTA = 170 000 €



Pôle Marketing

Stratégie salons grand public et professionnel en France et à l'étranger

Pilotage de stands ARDENNES sur la base d'un cofinancement entre ADTA et partenaires :

- Salon Tourissima à Lille
- Salon Destinations Nature à Paris
- Salon Tendance Nature à Reims
- Salon Fiets (vélo et randonnée) à Gand (B)
- Salon Fiets (vélo et randonnée) à Utrecht (NL)
- Salon professionnel Rendez-vous en France à Nantes



ÉTONNER
l'Ardenne
ENCHANTER

ARDENNES Inspirations

ÉCOTOURISME

Vivez
l'expérience
grandeur
nature

y break
LES TRACES
DE RIMBAUD



Pôle Marketing

Refonte complète du site www.ardennes.com

Livraison pour **saison 2022**

Nouvelle arborescence

Navigation simplifiée

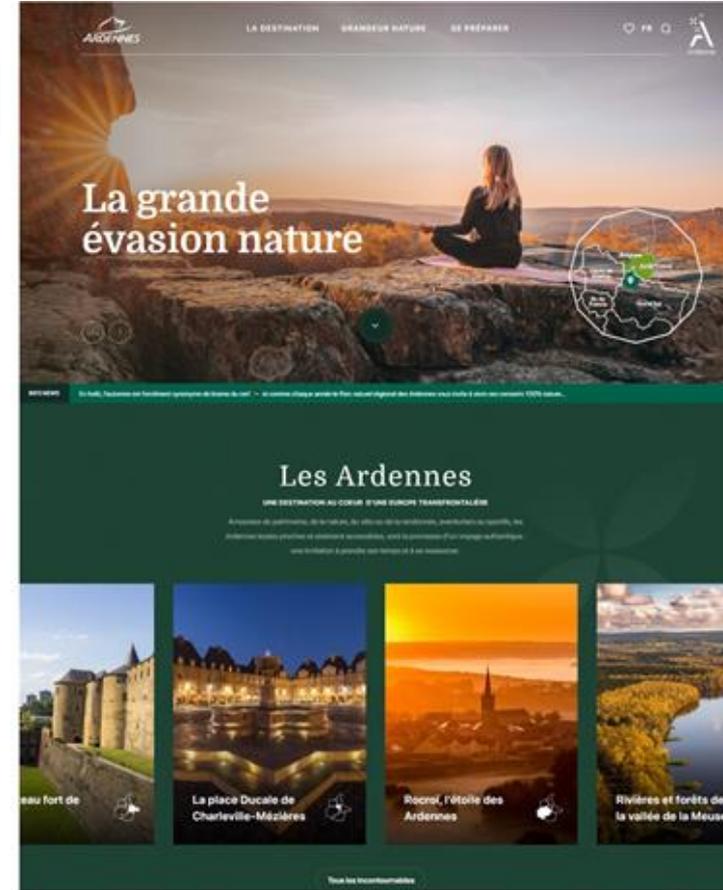
Nouveaux contenus rédactionnels et photographiques

Lieux incontournables en Ardennes

Valorisation des **vidéos promotionnelles touristiques** réalisées en 2021

Valorisation de l'itinérance (cyclotourisme et pédestre) et notamment de l'itinéraire européen **La Meuse à Vélo/trans-Ardennes**

+ Mise en avant d'événementiels (Tour de France 2022 en Ardennes...)



Pôle Marketing

Promotion du nouveau site web

Campagne de référencement naturel : SEO & SEA

Campagnes web partenariales avec Atout France & ARTGE/partenaires pacte Ardenne 2022

Animation des réseaux sociaux de l'ADTA (sponsorisés et non sponsorisés) pour augmentation du nombre d'abonnés à Ardennes Tourisme



#ExploreFrance

Explore
France



Pôle Marketing

Actions auprès des journalistes et blogueurs

Travail avec une **agence de presse** néerlandaise et une anglaise

En mettant l'accent sur le **tourisme durable**

A la rencontre des **journalistes et blogueurs influents**

- Janvier 2022 à Bruxelles
- Janvier 2022 à Paris

Mise à jour dossier de presse et accueils de presse français et étrangers avec partenaires : OT, ARTGE, Atout France, GEIE.



Pôle Ressources

Data, commercialisation en ligne



- Assistance technique dans le cadre du déploiement à titre gracieux – au travers du financement du Conseil départemental - de la **solution digitale ELLOHA**, conseils auprès des OT des Ardennes et des prestataires touristiques : intégration du moteur de réservation, connectivités à la plateforme (340 K€ CA à date Vs 200 K€ 2020) ;
- Administration du **Système d'Information Touristique** (SIT) riche de plus de 3000 objets d'informations touristiques saisis et qualifiés ;
- Formation et assistance technique auprès des OT dans le cadre de la **mise à jour du SIT** ;
- Organisation d'**expositions** itinérantes ;
- Valoriser et diffuser l'offre qualifiée par l'intermédiaire du portail officiel **Datatourisme** (Porté par la DGE/Bercy et ADN Tourisme).



Merci de
votre
attention

