



LA
CHAMPAGNE
Historique & Viticole
—
AUBE

—
RAPPORT
D'ACTIVITÉ
2021

ÉDITO DU PRÉSIDENT

Si cette année 2021 ne peut s'inscrire comme une référence de réussite économique, elle aura démontré la force du collectif et la capacité de résilience de l'ensemble des acteurs.

La mobilisation de l'écosystème (offices de tourisme, ART, UMIH, Chambres consulaires...) a permis d'apporter un service de proximité aux acteurs en fonction de leurs besoins. Le concours d'idées a suscité des initiatives remarquables et permis de récompenser 24 nouvelles offres.

L'accompagnement vers la digitalisation a généré 100 nouveaux prestataires réservables en ligne.

En prenant du recul, l'Aube est le département qui a gagné le plus de chambres d'hôtel ces 10 dernières années. C'est aussi celui où plus de 13% des hôtels affichent un écolabel alors que la moyenne nationale et régionale est à 1,4%. Pour autant, beaucoup d'hôtels n'ont pas trouvé repreneur et là est tout l'enjeu de notre soutien auprès des investisseurs que nous allons renforcer. Notre synergie avec les services du département fait le lien avec son rôle en matière de développement durable, d'infrastructures, de culture et de patrimoine. De même, l'instruction du Fonds tourisme Durable et le financement de l'étiquette environnementale pour tous les hôtels, portés tout deux par l'ADT, sont stratégiques pour nos prestataires. Enfin la mise en réseau avec les partenaires du développement économique nous permet de faciliter les financements et l'implantation des projets.

Les changements sociétaux auxquels nous assistons aujourd'hui rendent l'Aube plus attractive : 30% des français prennent désormais en compte l'empreinte écologique de leurs voyages et de fait, partiront moins loin. L'enjeu pour nous est de renforcer notre ADN 'destination durable'. La hausse des prix des carburants et la baisse du pouvoir d'achat pèseront sur le choix des destinations. Là aussi, notre territoire doit s'ouvrir encore plus aux clientèles de proximité. Le télétravail et l'aspiration à vivre mieux nous apportent de nouveaux habitants qui veulent souvent apporter une contribution active à l'animation et à la valorisation du patrimoine. Nous continuerons à soutenir les associations qui les portent.

De même, le voyage d'affaires mis en veille pendant 2 ans, reprend avec de nouvelles exigences qui, là aussi, vont servir notre cause. Après avoir affiché un rapport RSE très vertueux en 2020 et 2021, les entreprises se veulent exemplaires et repensent leurs lieux d'événements. Aujourd'hui faire un congrès à Troyes c'est non seulement un bon calcul financier, un bon calcul écologique et un bon calcul social pour l'entreprise. C'est aussi faire découvrir à ses hôtes un territoire hospitalier.

Forts du constat, nous avons ciblé nos actions pour les années à venir vers un appui renforcé à la montée en gamme des prestataires et une diversification des offres. L'objectif est d'atteindre mutuellement une meilleure performance et surtout de produire des idées de séjours pour les agences réceptives. En effet, à l'heure où le voyage se complexifie, ces agences composent avec les risques sanitaires et environnementaux, organisent les activités saisonnières ou encore des rencontres exclusives : l'essence même du Slow Tourisme.

Plus que jamais le tourisme est une façon d'être, pour un séjour ou pour changer de vie. L'Aube se révèle à ces aventuriers qui ont soif de pleine nature, de partage, de patrimoine, d'histoire et de culture.

Didier Leprince

Président de l'Agence départementale de tourisme de l'Aube



LES CHIFFRES CLÉS 2021

1

LE TOURISME

Nombre d'excursionnistes :
11 millions
9,2 millions en 2020 (+19,6%)
source fluxvision

Dépenses visiteurs en 2021 :
300 millions d'€
230 millions en 2020 (+30%)

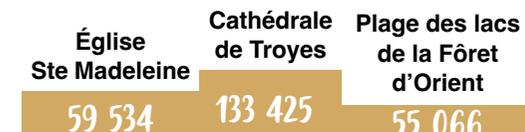
Nombre de touristes en nuitées :
2,5 millions
2,2 millions en 2020 (+13,6%)
source fluxvision nuitées marchandes et non marchandes

Top 3 des sites payants*



*en nombre de visiteurs

Top 3 des sites gratuits*



*en nombre de visiteurs

2 CENTRE DE CONGRÈS DE L'AUBE

10 000
congressistes

€ 1 million d'€
de retombées directes

LES CONGRÈS MAJEURS

Congrès de la Fédération Française
des artistes Prestidigitateurs :
600 participants
sur 3 jours

Congrès Amorce :
600 participants
sur 3 jours

A.G Leader France :
150 participants
sur 2 jours

3 ACCOMPAGNEMENT DES PRESTATAIRES TOURISTIQUES

29 porteurs
de projet
accompagnés

Le Slow Tourisme Lab
a accompagné
14 nouvelles
startups
et projets touristiques innovants

100 prestataires
accompagnés individuellement à la
commercialisation en ligne

24 lauréats
concours d'idées

27 dossiers
accompagnés dans le cadre du
Fond Tourisme durable

100 téléphones
déployés pour accompagner les
restaurateurs dans le contrôle du
Pass sanitaire

4 WEB

1 285 000 pages vues
sur aube-champagne.com (+12%)

678 638
visites (+12% 2020)

100 sites web
partenaires en open data

RÔLES CLÉS DE L'ADT auprès des prestataires

Soutenir l'offre

- Trouver des financements de projet
- Obtenir des labels
- Conseils et innovation

Aider à commercialiser

- Optimiser les modèles, les supports et canaux de ventes (grand public, groupes, affaires)
- Mettre en relation avec un large réseau de partenaires

Aider au marketing

- Améliorer la visibilité
- Promotion et presse
- Conseils et outils pour la présence online

Aider sur les réglementations touristiques & RSE

- Remontées d'informations
- Soutien gestion de crise
- Conseils Dév. Durable



LES MISSIONS de l'équipe offre et filières

Le pôle « offre » accompagne les prestataires touristiques:

- Dans l'accompagnement de l'implantation d'une offre nouvelle,
- Dans la diversification de l'offre existante,
- Dans la qualification de l'offre au travers du classement des meublés de tourisme et des labels nationaux ou régionaux thématiques (Vignobles & Découvertes, vélo, Tourisme & Handicap, ...),
- Dans l'accompagnement en termes de développement durable,
- Dans la recherche de financements et la définition du cadre réglementaire.

L'équipe vous propose des mesures et conseils personnalisés en prise directe avec votre projet ou votre offre. Le pôle assure également le développement et l'animation des routes thématiques développées par l'ADT : la route européenne des Templiers et la route médiévale de Rachi en Champagne.

1 ACCOMPAGNEMENT À L'ÉMERGENCE D'UNE NOUVELLE OFFRE

 23 porteurs
de projet et investisseurs

suivis pour la recherche de financements, de partenaires et la structuration de projets d'hébergement, de restauration et d'activité

2 QUALIFICATION DE L'OFFRE

55 meublés classés
(+120% 2020)

110 prestataires
« Vignobles & Découvertes »

46 prestataires
labellisés « La Champagne à Vélo »

3 labellisations
« La Champagne à Vélo »
dont 1 appart hôtel et 2 meublés

8 établissements
détenant la marque d'État
« Tourisme & Handicap »



3

ŒNOTOURISME


Estimation de fréquentation
35 000 personnes
des caves labellisées V&D

43 groupes
accueillis

7% de la fréquentation globale
enregistrée les dimanches et jours fériés

4

ROUTE EUROPÉENNE DES TEMPLIERS




4 nouvelles
adhésions

- + Édition d'un magazine de valorisation
- + Réalisation du 1^{er} forum du patrimoine templier

5

ROUTE MÉDIÉVALE DE RACHI EN CHAMPAGNE

Accompagnement des communes pour élargir l'offre départementale (ex : projet fresques de la communauté de communes Arcis-Mailly-Ramerupt)

Compilation et traduction en français des responsa de Rachi en vue de la réalisation de livrets

6

CLAIRVAUX APRÈS 2023

Participation active au comité technique pour l'avenir de Clairvaux





NEWSLETTER GRAND PUBLIC

6 newsletters
envoyées

Taux d'ouverture moyen
de 24,1 %
contre 21,4 % en 2020

Base de données grand
public de plus de
11 000
adresses mails

LES MISSIONS de l'équipe marketing

- Affirmer un positionnement stratégique de l'Aube comme une destination Slow tourisme en Champagne en déployant des actions de communication et de marketing.
- Réaliser du contenu inspirant (production audiovisuel, storytelling, édition)
- Mettre en place des actions ciblées (campagnes de communication, relations presse) afin de déclencher l'envie de venir dans l'Aube.

L'équipe marketing assure une mission d'accompagnement des prestataires touristiques et des porteurs de projet en apportant son expertise et ses conseils dans le but de valoriser les expériences à vivre dans l'Aube.

1 NOS OUTILS DE PROMOTION LE SITE INTERNET GRAND PUBLIC

AUDIENCE

678 638
visites (+12% 2020)

1 285 000
pages vues (+12% 2020)

TOP 5 DES PAGES LES PLUS CONSULTÉES

1. Shopping + 22 % 2020
2. Les grands Lacs de la Forêt d'Orient + 14 % 2020
3. Les hébergements insolites + 46 % 2020
4. Les spas dans l'Aube en Champagne + 104 % 2020
5. Visiter la ville de Troyes + 32 % 2020

LES RÉSEAUX SOCIAUX : @AubeChampagne

f 18 000
followers (+9% 2020)

ig 2830
followers (+34% 2020)

2 NOS ACTIONS « À LA SAINT VALENTIN JE DORS À L'HÔTEL »

Remboursement de 50€ sur la facture d'une nuit d'hôtel dans l'Aube entre le 12 février et le 7 mars



€ 65
demandes
de remboursement ont
été prises en compte

CAMPAGNE DIGITALE RÉSEAUX SOCIAUX

1 260 000
personnes touchées

34700 clics
sur les publicités

Thématiques : Slow tourisme dans l'Aube, les bonnes raisons de venir dans l'Aube, La Route du vitrail, le shopping

CAMPAGNE D’AFFICHAGE GARE DE L’EST



73 écrans
en gare et sur les quais

15 jours
du 25 avril au 9 mai

CAMPAGNE DIGITALE LA CHAMPAGNE

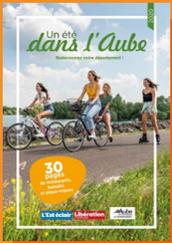
En collaboration avec l'Agence Régionale du Tourisme et Explore Grand-Est



15,5 millions
d'impressions

Thématiques : Oenotourisme en Champagne
et Slow tourisme en Champagne

LES MAGAZINES



155 000 ex.
Un été dans l'Aube



65 000 ex.
Le guide de l'oenotourisme
en Champagne



10 000 ex.
Échappées Champenoises

PRESSE

18 journalistes
accueillis

71 retombées
dans la presse nationale



ACCOMPAGNEMENT DES ÉVÉNEMENTS



- 500 ans du Jubé de Villemaure
- Les Entretiens Culturels de Champagne
- Champagne Party !
- Mon week-end en Champagne
- Champagne Day
- Génération Mozart
- Visites théâtralisées de Clairvaux





LES MISSIONS de l'équipe commerciale

- Accompagner les prestataires pour mieux vendre leurs offres au grand public et aux professionnels (agences de voyages et réceptives, autocaristes et tour-opérateurs).
- Créer et promouvoir les offres de séminaires et congrès aux organisateurs d'événements : agences événementielles, entreprises, associations et fédérations professionnelles

L'équipe vous propose des actions et conseils personnalisés pour vous commercialiser online et off-line, stimuler vos réservations, être représenté sur les marchés français et étrangers et connaître les tendances du marché et la transformation de la demande.

1

TOURISME DE LOISIRS

LES RÉSEAUX

Adhésion aux réseaux professionnels :



Les actions commerciales et l'accueil des professionnels

 **130**
nouveaux prospects qualifiés

LA COMMUNICATION ET LES OUTILS


11 newsletters
grand public et groupes

Taux d'ouverture moyen
 **de 31,2 %**

Brochure «**Incontournables**» La Champagne traduite en français et en anglais

LE SUIVI DES DEMANDES DE SÉJOURS

Élargissement du Club des réceptifs à La Champagne comprenant désormais des agences de l'Aube, de la Marne et de la Haute-Marne. Il propose des offres durables adaptées aux nouvelles attentes des voyageurs, à la fois individuels, groupes et mini-groupes.

Nouvelle plaquette constituée de
29 nouvelles offres

Plaquette envoyée à 
5000 contacts

 Promotion téléphonique ciblée auprès de
500 professionnels

79 demandes
transmises directement aux
prestataires ou au Club des
réceptifs

LA PLATEFORME DE COMMERCIALISATION ELLOHA



100 prestataires accompagnés individuellement à la commercialisation en ligne

Mis à votre disposition gratuitement, cet outil de réservation en marque blanche vous permet de :

- Rendre votre offre visible et réservable en ligne sans commission sur votre propre site, sur celui de l'ADT, des Offices de Tourisme de l'Aube et sur la plateforme Explore Grand-Est.
- Diffuser vos offres sur des plateformes payantes à forte visibilité (Google Hotels Ads, Tripadvisor, Booking, Expedia...) en gérant vos produits à partir d'un seul planning d'ouverture et de disponibilités.



2 TOURISME D'AFFAIRES



Le bureau des congrès porté par l'ADT, sous la bannière « Troyes La Champagne Events », coordonne la promotion de la destination et les demandes entrantes des trois sites d'accueil : Centre de congrès de l'Aube, Le Cube - Troyes Champagne Expo et l'Espace Argence ainsi que l'ensemble de l'offre affaires du territoire.

LES RÉSEAUX

Adhésion aux réseaux professionnels :



8 opérations
(forums, rencontres,
workshops, éductours)

11 repérages
pour l'accueil d'événements

70
nouveaux prospects qualifiés

Près de **20 congrès d'envergure** nationale et internationale confirmés pour 2022 à 2024

LA COMMUNICATION ET LES OUTILS

6 newsletters
groupes

Newsletters envoyées à
5000
contacts qualifiés

Taux d'ouverture moyen
de 19 %

2 articles et publications dans des supports spécialisés

Référencement sur la plateforme 1001 salles, Mice Explore Grand-Est, France Congrès & Evénements et Atout France

Lancement de l'offre hybride et clé en main ConneC'Troyes



Offre ConneC'Troyes

La solution hybride pour vos prochains événements
Gardez l'humain au coeur des échanges !



Page LinkedIn :

1500 abonnés
(+1006 abonnés en un an)

89 403
impressions des posts

Taux d'engagement moyen
de 6,57 %

100
publications

L'ACCOMPAGNEMENT ET LE SUIVI DES DEMANDES

295 dossiers
accompagnés pour des
projets entre 2021 et 2025

Tous les événements à venir sur l'agenda :

<https://www.congres-champagne.com/calendar/>

FOCUS SUR L'ACTIVITÉ DU CENTRE DE CONGRÈS DE L'AUBE

64 événements accueillis, hors événements internes et culturels

Le Centre de Congrès de l'Aube a obtenu la certification "Vérification des mesures sanitaires COVID - 19" d'AFNOR



LES SOLUTIONS d'accompagnement

1 LE SLOW TOURISME LAB



Le Slow Tourisme Lab est le premier incubateur national du tourisme rural et durable. Il accompagne les startups hors du département qui adressent une offre durable et éthique de l'Aube et les projets innovants à l'initiative des prestataires aubois eux-mêmes.

Le Slow Tourisme Lab accompagne le développement économique des entreprises en évaluant la maturité, le business model et l'innovation durable au regard des tendances de marchés.

Par son réseau, son expertise et ses conseils, il met en relation les startups et l'écosystème aubois dans une logique de croissance et d'accès au marché.

Enfin le Slow Tourisme Lab participe au développement de filières touristiques durables dans la mobilité douce, l'itinérance et plus largement pour l'attractivité de la ruralité dans une logique d'économie circulaire.

14 startups et projets touristiques accompagnés en 2021 et incubés dans des thématiques durables tels que :

- Des hébergements insolites en ruralité,
- Des circuits touristiques expérientiels, ludiques à forte médiation patrimoniales (nature, culture),
- Des plates-formes de commercialisation de séjours durables, d'immersion territoriale par le télétravail ou l'apprentissage linguistique.

2 APPEL À PROJET SLOW TOURISME

Le plan de relance organisé par l'ADEME et le gouvernement, et notamment l'Appel à Projet - Fond du Tourisme Durable, a permis de mettre en lumière des initiatives locales et nationales et de par essence a donné un rayonnement au Slow Tourisme Lab et à son potentiel d'accompagnement.

13 entrepreneurs ont été accompagnés pour la constitution, le développement et la structuration de leur projet dans le cadre de cet Appel à Projet national.

Au final, **2 lauréats** ont été sélectionné et financés à **153 000 € d'investissement** pour leur innovation durable, leur implication dans le territoire et leur écosystème et leur développement d'offres et de services pour les clientèles dites slow tourisme.

3 FOND TOURISME DURABLE

Dans le cadre de ce même Plan de relance, l'ADEME a retenu la candidature de l'ADT pour instruire les dossiers du Fonds tourisme durable pour le territoire.

Le Fonds Tourisme durable va au-delà de l'aide financière ; il s'agit d'un véritable accompagnement global à la mise en place d'une stratégie durable pour accélérer la transition écologique. Cette aide s'adresse aux prestataires touristiques des zones rurales ayant un statut de professionnel du tourisme et un code NAF reconnu par l'ADEME.

Le Fonds Tourisme Durable permet d'accéder à des aides forfaitaires (de 5000 à 200 000 €), dans tous les domaines de la transition écologique avec pour objectif de :

- réduire et maîtriser les coûts fixes (rénovation de l'isolation, achat de lave-linge/sèche-linge/mitigeur, achat d'ampoules LED ...)
- valoriser la mobilité douce et la préservation de la biodiversité (frais paysagiste, achat d'abris à vélos, cuve de récupération de pluie ; composteur...)
- favoriser l'engagement écologique (formation pour les éco-gestes, achat de supports pour valoriser l'économie d'énergie, outils de communication).

L'ADT a accompagné 16 prestataires touristiques dans leur transition écologique dans le cadre du FTD. Ils ont chacun bénéficié de conseils techniques personnalisés sous forme d'un diagnostic complet, décliné ensuite en plan d'actions en fonction de financements existants, et d'une aide au montage du dossier de subventions. Une personne à temps complet a été recrutée pour accompagner les prestataires touristiques dans leur transition écologique et dans l'aide aux dépôts des différentes subventions.



4 LE CONCOURS D'IDÉES

L'ADT a décidé de renouveler son concours d'idées afin de favoriser le développement et la pérennisation de nouvelles offres compatibles avec les contraintes sanitaires mais aussi avec les attentes du touriste sur la flexibilité commerciale, le respect de l'environnement et les circuits courts.

 **26 dossiers**
réceptionnés

24 offres
retenues par le jury

Les offres retenues ont bénéficié d'un accompagnement pouvant aller de **1000€ à 5000€** pour financer des prestations d'ingénierie, de communication ou le pré-achat de places, pour un **budget total de 106 500€**.

5 PROJET DO IT

En collaboration avec l'Agence Régionale du Tourisme

DO IT est une opération de Design Thinking, c'est-à-dire une méthodologie innovante qui permet de transformer les idées et les projets en actions réelles et en prototypes tangibles.

Un tremplin pour qui veut imaginer une nouvelle offre, développer une nouvelle dynamique pour sa structure, se renouveler, tester de nouvelles possibilités de développement, mieux adapter son offre aux clientèles qu'il souhaite attirer, avec :

- Un accompagnement très personnalisé dans l'esprit du coaching (petits groupes de 6 maxi, temps de coaching individuel, suivi)
- Un format sur-mesure et pragmatique qui part des souhaits des prestataires ou porteurs de projet, leurs envies, leur contexte, leurs clients, ...et qui permet d'acquérir plus de confiance et de plaisir pour passer à l'action.

9 candidatures
ont été reçues et examinées lors
d'un comité de pilotage

6 structures
ont intégré le programme
dans l'Aube



Création : TADAAAAM Studio 2022
Photos : Nigloland, Le Bonheur des Gens, Aube Champagne, Olivier Douard, L'Empreinte des Fées, Studio OG, Estelle, La Bougeotte Française.

AUBE EN CHAMPAGNE TOURISME & CONGRÈS

34 Quai Dampierre - 10000 TROYES

@AubeChampagne

www.aube-champagne.com

