



# Destination Sud-Ardenne

**2022**

**Office  
de Tourisme**

**Rapport  
d'activités**

## L'année 2022, une année charnière pour le tourisme en Sud-Ardenne !

Cette année, les offices de tourisme de l'Argonne Ardennaise et du Pays Rethelois ont fusionné pour devenir une destination : la « DESTINATION SUD-ARDENNES ».

Avec le soutien financier des communautés de communes du Pays Rethelois et de l'Argonne Ardennaise, avec la confiance des administrateurs et avec une équipe dynamique et motivée par le développement du tourisme sur notre territoire, nous avons tout au long de cette année posé les fondations d'une destination ambitieuse aux atouts multiples (activités fluviales, randonnées, culture, mémoire, gastronomie, portes d'entrées des Ardennes...).

Sur le terrain cela s'est traduit par le renforcement de l'équipe en matière de communication notamment (recrutement, création d'une identité...).

C'est également l'accompagnement des prestataires touristiques avec la mise en place d'ateliers thématiques et de rendez-vous personnalisés leur permettant de répondre à leurs enjeux et ainsi poursuivre leur développement.

Les fondations posées, 2023 sera l'année du développement de notre belle destination, avec dans le viseur la création et la commercialisation de packages qui nous permettront d'attirer toujours plus de touristes, de créer des liens avec les territoires voisins et ainsi augmenter la durée de séjour sur notre territoire Sud-Ardennais !



Touristiquement vôtre,

**Thomas SAMYN**

*Président de l'Office de Tourisme  
Destination Sud-Ardenne*

### Siège social

44-46 rue du Chemin Salé  
08400 VOUZIERES



destination@sudardennes.fr

### ACTIONNAIRES



### AUTRES FINANCEURS



### PARTENAIRES



**Destination  
Sud-Ardenne**

<b>Portrait robot de l'Office de Tourisme</b>	<b>4</b>
<b>Accueil et information</b>	<b>8</b>
<b>Boutique et billetterie</b>	<b>10</b>
<b>Promotion et communication</b>	<b>12</b>
<b>Ingénierie</b>	<b>18</b>
<b>Finances</b>	<b>24</b>
<b>Plan d'actions 2023</b>	<b>26</b>
<b>12 chiffres clefs</b>	<b>28</b>

*Document arrêté au 25 novembre 2022*

*Les bilans présentés portent sur :*

*- La période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 octobre 2022 (fréquentation, promotion)*

*- La période du 1<sup>er</sup> mars au 16 novembre 2022 (bilans comptables)*

# Portrait robot du nouvel Office de Tourisme Destination Sud-Ardenne

## Les grandes étapes de mise en place de la SPL

### LES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Ils représentent les 2 collectivités actionnaires, et ont été désignés par les conseils communautaires.

5 membres représentent la Communauté de Communes du Pays rethélois	5 membres représentent la Communauté de Communes de l'Argonne Ardennaise
Olivier FLAUZAC	Danielle ANDREY
Michel KOCIUBA	Roland CANIVENQ
Sophie LORIETTE	Dominique CARPENTIER
David POTIER	Hubert OUDIN
Thomas SAMYN	Charles VAN DEN BERGH

**OCTOBRE 2021** 1<sup>ère</sup> réunion préalable à l'installation du Conseil d'Administration

### NOVEMBRE 2021

- Ouverture de compte en capital : réception des documents
- Virement du capital : 40 000€ (20 000€ par actionnaire)
- 2<sup>ème</sup> réunion préalable à l'installation du Conseil d'Administration

### DÉCEMBRE 2021

- Signature et dépôt des statuts de la **Société Publique Locale Destination Sud-Ardenne** (sans S, en référence à la marque transfrontalière Ardenne)
- Élection du Président : **Thomas SAMYN** ; et de la Vice-Présidente : **Danielle ANDREY**
- Vote par le CA du règlement intérieur, des délégations, et nomination de la Directrice opérationnelle
- Immatriculation de l'entreprise auprès du Tribunal de Commerce
- Échanges avec les commissions tourisme des collectivités
- Validation par les instances délibératives des intercommunalités de la convention financière EPCI / SPL
- Approbation par le conseil communautaire Argonne Ardennaise du protocole transfert de personnel communautaire

**FÉVRIER 2022** Arrivée de la 1<sup>ère</sup> salariée dans la société (animatrice numérique de territoire et conseillère en séjour)

**MARS 2022** Transfert du personnel de la Communauté de Communes de l'Argonne Ardennaise (directrice), de l'EPIC Office de Tourisme Argonne en Ardenne (chargée de la commercialisation et de l'animation des filières) et de l'association Office de Tourisme du Pays rethélois (animatrice numérique de territoire + étudiante de licence en alternance).

**AVRIL 2022** Arrivée de la chargée du marketing et de la communication

### MAI 2022

- Transfert du patrimoine de l'EPIC à la SPL
- Dissolution de l'EPIC

## Les 2 points d'accueil - locaux



**Point d'accueil du Rethémois**  
28 rue Thiers - RETHEL  
Tél. 09 54 82 84 22



**Point d'accueil de l'Argonne**  
10 place CARNOT - VOUZIERES  
Tél. 03 24 71 97 57

### À RETHEL

Le premier semestre 2022 a été marqué par la recherche de nouveaux locaux, en raison d'une hausse annoncée du loyer et d'une surface trop petite pour assurer les ambitions de la nouvelle structure.

Le choix s'est porté sur un local de 67 m<sup>2</sup>. Cette localisation à mi-chemin entre l'Hôtel de Ville et la gare TGV préfigure le futur emplacement de l'Office de Tourisme au sein du siège communautaire projeté par la Communauté de Communes du Pays rethémois face à la gare (*lire aussi page 22*). Cette surface permet de développer des espaces cohérents avec les nouvelles missions de l'Office de Tourisme :

- Accueil avec espace de convivialité (désormais accessible aux PMR)
- Boutique de souvenirs et de produits locaux, convertible en petite salle de réunion
- Bureaux

### À VOUZIERES

Le point d'accueil est situé place Carnot depuis 2014. Il s'étend sur 83 m<sup>2</sup> qui sont investis de façon similaire :

- Accueil avec espace de convivialité
- Boutique de souvenirs et de produits locaux
- Bureaux
- Réserve (17 m<sup>2</sup>)

Le manque global d'espace, l'absence de fenêtres dans les bureaux et d'accès par l'arrière, conjugués à des difficultés liées notamment au système de chauffage, conduisent l'Office de Tourisme à rechercher de nouveaux locaux plus fonctionnels et spacieux (*lire aussi page 23*).

### ADAPTATION DES HORAIRES D'OUVERTURE

Depuis fin novembre, 3 rythmes d'ouverture s'appliquent : basse, moyenne et haute saison. Ils permettent d'assurer l'accueil de façon adaptée tout en facilitant la poursuite des autres missions par les membres de l'équipe.

## Les autres moyens matériels de l'Office de Tourisme

La SPL bénéficie du soutien logistique des 2 intercommunalités actionnaires :

- Mise à disposition de véhicules pour le transport de matériel et les salons
- Réparations et petits travaux par les services techniques
- Nettoyage des locaux par la Communauté de Communes du Pays rethémois (à Rethel)
- Prise en charge de frais bureautiques mutualisés et don de matériel informatique par la Communauté de Communes de l'Argonne Ardennaise

(*liste non exhaustive*)

### PROJETS 2023 - Locaux

- Pose d'enseigne et de vitrophanie en façade, dans le respect des règles locales d'urbanisme

## L'équipe au service de la Destination

### Julie RÉAU-DUBOIS - Directrice opérationnelle

**SPÉCIALITÉS** | Marketing | Animation d'équipe | Gestion de projets

**EXPÉRIENCES** | Chargée du développement touristique pour les communautés de communes de l'Argonne Ardennaise et du Pays rethélois | Formatrice en Tourisme et Hôtellerie

34 ans



### Estelle COPPIN

#### Chargée de la commercialisation et de l'animation des filières

**SPÉCIALITÉS** | Gestion de projets | Promotion | Animation du réseau de prestataires | Langue anglaise (bilingue)

**EXPÉRIENCES** | Directrice de l'Office de Tourisme Argonne en Ardenne | OT d'Esternay | OT Saint-Gilles-Croix-de-Vie

33 ans



### Sophie BETTIG - Chargée du marketing et de la communication

**SPÉCIALITÉS** | Éditions | PAO | Réseaux sociaux | Webmarketing | Reportages

**EXPÉRIENCES** | Chargée de communication du Parc Argonne Découverte | Communauté de Communes de l'Argonne Ardennaise | Journaliste en presse locale

40 ans



### Anne-Flore GRUSON

#### Animatrice numérique de territoire et conseillère en séjour

**SPÉCIALITÉS** | Pilotage de projets | Relations avec les prestataires | E-tourisme |

**EXPÉRIENCES** | Office de Tourisme du Pays rethélois | Phare de Verzenay | Agence de voyages

43 ans



### Jennifer LE PEUC'H

#### Animatrice numérique de territoire et conseillère en séjour

**SPÉCIALITÉS** | Instagram | Vente | Création d'escape game

**EXPÉRIENCES** | Office de Tourisme de l'Argonne en Ardenne | OT du Pays rethélois | Musée Verlaine | Animation et accueil en VVF | OT des Crêtes Préardennaises

23 ans



### Amélie NOIR - Étudiante en alternance

**CURSUS** | Licence professionnelle Métiers du Tourisme et des Loisirs

**EXPÉRIENCES** | Musée Guerre et Paix | Musée de la Bière de Stenay | Maison de la Nature de Boul-aux-Bois | 10 mois en Corée

24 ans



## Création de la marque Destination Sud-Ardenne

### 1 - CONCOURS OUVERT AUX HABITANTS

En février, lancement d'un appel à contributions (presse locale et réseaux sociaux) pour déterminer la dénomination commerciale de l'Office de Tourisme : **10** participants (10 élèves de licence du lycée hôtelier de Bazeilles ont également participé).

En mars, évaluation des propositions par le Conseil d'Administration ; choix de « Destination Sud-Ardenne », avec un « S » final exprimant l'appartenance au département. La première participante à avoir suggéré cette dénomination a remporté un panier de produits du Sud-Ardenne d'une valeur de 100 €.

### 2 - CONCERTATION AVEC LES ACTEURS LOCAUX ET INSTITUTIONNELS

En juin, animation d'ateliers afin d'identifier les marqueurs identitaires du territoire, les traits communs et les points lui permettant de se démarquer par rapport à d'autres destinations :

- 14 élus membres des commissions Tourisme / Communication des 2 Communautés de Communes ;
- 27 acteurs touristiques du territoire (hébergeurs, gérants d'activités, producteurs...);
- 3 techniciens Tourisme / Communication de la Communauté de Communes de l'Argonne Ardennaise

Outil central = le portrait chinois (*si la Destination Sud-Ardenne était un animal / une couleur / un aliment...*), dont l'analyse a nourri le travail de création graphique.

### 3 - CRÉATION GRAPHIQUE

En septembre, examen par le Conseil d'Administration de 3 modèles élaborés en interne, et répondant à la synthèse des travaux menés en juin. Sélection de 2 modèles à approfondir.

En octobre, vote du Conseil d'Administration pour sélectionner le modèle retenu.

### 4 - PRÉSENTATION DU LOGO



3 couleurs reflétant les marqueurs du territoire : ■ Canal, lacs, ciel bleu ■ Pleine nature, forêt ■ Champs, soleil

### 5 - MISE EN PLACE DE LA CHARTE GRAPHIQUE ET DÉCLINAISONS DU LOGO

En octobre-novembre, premières mises en place du logotype et de ses ingrédients au sein des supports imprimés élaborés par l'Office de Tourisme.

#### PROJETS 2023 - Marque Destination Sud-Ardenne

- Lancement « grand public » du logo prévu en janvier
- Déploiement sur les réseaux sociaux
- Déclinaison sur les documents administratifs et auprès des partenaires (code de marque)
- Création de versions déclinées par filières (tourisme gourmand, itinérance, tourisme d'affaires, etc.).

1351 demandes | 2046 personnes renseignées\*

L'ensemble des chiffres de fréquentation portent sur la période allant du 1<sup>er</sup> janvier au 31 octobre 2022.

L'année a été marquée par une fermeture pour travaux en début d'année à Vouziers (problèmes de chaudière), par le déménagement du point d'accueil de Rethel début juin (attente de signalisation), et par la fermeture complète de la halte-fluviale de Rethel (attente de nouvelle convention avec VNF), qui est habituellement synonyme de fréquentation touristique par les plaisanciers.

Malgré ces contraintes, les flux sont stables à l'échelle du Sud-Ardennes par rapport à 2021 (-0,7%).

## 1 - ZOOM SUR LA FRÉQUENTATION ESTIVALE (DE JUIN À SEPTEMBRE)

Elle représente 69% de la fréquentation annuelle, soit 929 demandes et 1402 personnes renseignées.

## 2 - ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES VISITEURS

France 86 %

Etranger 14%

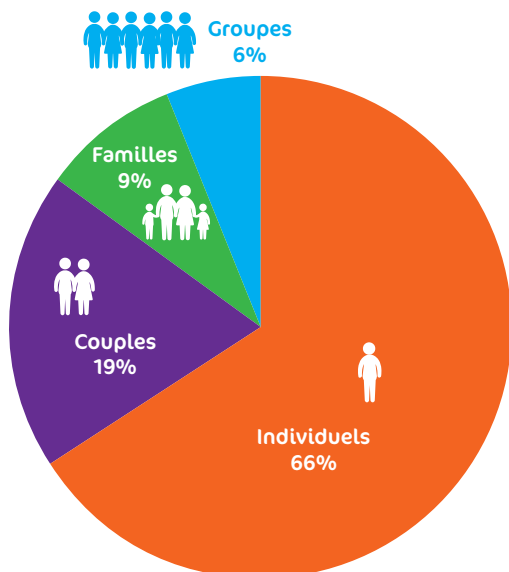
### Top 3 des régions françaises les plus accueillies :

1. Grand Est
2. Hauts-de-France
3. Ile de France

### Top 3 des provenances étrangères les plus représentées :

1. Pays-Bas
2. Belgique
3. Royaume-Uni

## 3 - PROFIL DES VISITEURS



## 4 - MOTIVATIONS DES VISITEURS

### Au point d'accueil de Rethel :

1. Infos pratiques
2. Billetterie\*\*
3. Agenda

### Au point d'accueil de Vouziers :

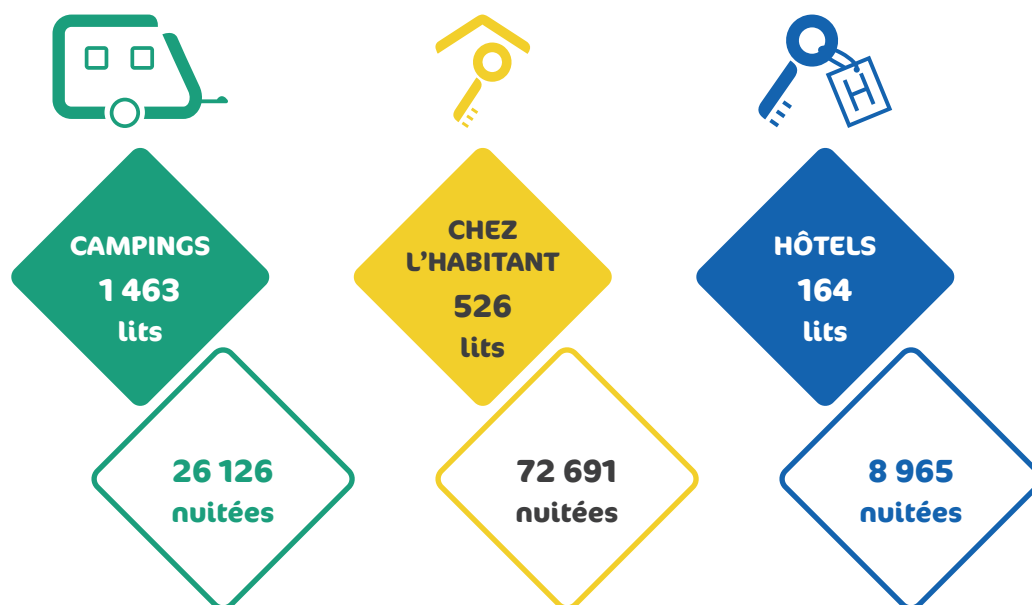
1. Boutique
2. Activités et loisirs (dont randonnée et Voie Verte)
3. Infos pratiques

\* hors personnes renseignées sur salons et stands hors les murs

\*\* Ce point confirme l'intérêt du développement de nouveaux services



## 2253 lits d'hébergement touristique dans le Sud-Ardennes



L'ensemble représentait **15,7% des 14 383 lits** recensés par l'Agence de Développement Touristique et la Chambre de Commerce et de l'Industrie des Ardennes en 2021 (source : *Chiffres clés 2021*).

Ces hébergements touristiques généraient :

- **56 emplois**
- **3 313 091 € de chiffre d'affaires**

## Ressources provenant de la taxe de séjour

### EN ARGONNE ARDENNAISE

Les fonds collectés en 2022 correspondent au second semestre de l'année 2021 et au premier semestre de l'année 2022 (la collecte est organisée après chaque fin de semestre).

Sur l'exercice 2022, la Communauté de Communes de l'Argonne Ardennaise a levé **43 283,01 €** au titre de la taxe de séjour. Malgré la crise sanitaire toujours en cours, ce montant était en hausse de 21% par rapport à l'exercice précédent.

La taxe de séjour n'est pas instaurée sur le territoire du Pays rethélois.

### PROJETS 2023 - Mission Accueil et information

- Harmoniser la qualification des contacts entre les 2 points d'accueil
- Qualifier les contacts renseignés hors les murs (salons et stands)
- Développer une collection de brochures à même de répondre de façon exhaustive et de façon micro-ciblée
- Mettre en place une solution digitale de renseignement au comptoir (également utilisable hors les murs)

## Réouverture à Vouziers et création d'une boutique à Rehel

### 1 - RÉOUVERTURE DE LA BOUTIQUE AU POINT D'ACCUEIL DE VOUZIERS

Fin 2021, l'EPIC qui portait l'Office de Tourisme de l'Argonne en Ardenne avait décidé l'arrêt de la vente des produits alimentaires. La dissolution de cet EPIC a engendré un inventaire ainsi que le rachat par la SPL Destination Sud-Ardenne du stock de souvenirs, livres et cartes postales, pour un montant de 2 560,90 € (prix d'achat).

La boutique a rouvert en mai 2022, après mise en place du logiciel de caisse et de la chaîne de procédures comptables.

Le dépôt-vente de produits artisanaux a été remis en œuvre en mai, avec signature de 9 nouvelles conventions entre la SPL et les producteurs (vannerie et autres objets artisanaux, livres...).

### 2 - CRÉATION D'UNE BOUTIQUE AU POINT D'ACCUEIL DE RETHEL

Le déménagement dans les nouveaux locaux, rue Thiers, a permis d'augmenter la surface d'accueil du public, et d'en dédier une partie à la boutique de souvenirs.

Le point de vente est opérationnel depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2022, après achat de mobilier, transfert d'une partie du stock de Vouziers (souvenirs et dépôt-vente), mise en place du logiciel de caisse et des procédures comptables.



### 3 - DÉVELOPPEMENT DE LA VENTE DE PRODUITS LOCAUX

À partir de septembre, des contacts ont été pris avec plusieurs dizaines de producteurs locaux (alimentaire et artisanat) afin de leur proposer de vendre dans nos Offices de Tourisme sous le régime du dépôt-vente (période de l'année plus favorable pour échanger avec ces professionnels).

Le cadre mis en œuvre est le suivant :

- Mettre en valeur les productions du Pays rethélois et de l'Argonne Ardennaise
- Rendre service aux producteurs et artisans
- Sélectionner des produits ou des contenants non vendus dans les boutiques locales (complémentarité)
- La commission prélevée par l'Office de Tourisme est la même pour tous les fournisseurs

Fin 2022, la communication sur ces nouveaux services et sur ces gammes de produits venait d'être lancée, avec création d'un nom pour les 2 points de vente : **Les Échoppes du Sud-Ardennes**.

18 conventions avaient été signées avec les producteurs ou artisans.

En fin d'année, les boutiques des 2 points de vente proposaient au total :

- 39 références de produits Alimentaires
- 32 références de produits d'Artisanat
- 20 références de Livres
- 15 références de Souvenirs
- 3 références de Revues (66 numéros différents)



## 5 - PRINCIPAUX INDICATEURS DE VENTE EN BOUTIQUE

L'ouverture partielle des points de vente occasionne un volume de vente limité sur l'exercice 2022.

- **Chiffre d'affaires boutique du 1<sup>er</sup> mai au 31 octobre : 1 919,70 €**
- **217 clients**

Ces chiffres ne bénéficiaient pas encore des retombées liées au développement de la gamme de produits locaux alimentaires et artisanaux, intervenu à l'automne.

### La billetterie, un service stratégique en haute saison

L'Office de Tourisme Destination Sud-Ardenne a également étendu à ses 2 points d'accueil la mission de vente de billets pour des spectacles régionaux, par conventionnement avec les organisateurs.

- **Spectacles Son et lumière à La Cassine : 245 billets**
- **Festival du Cabaret Vert : 88 billets et pass**
- **Chiffre d'affaires billetterie en 2022 : 7 185 €**

#### Les enjeux :

Ce service touche les touristes de passage ainsi que les habitants (**127 clients**). Malgré la multiplication des billetteries en ligne, la vente physique reste un enjeu important pour la plupart des organisateurs et pour de nombreux clients (manque d'aisance numérique).

#### Les points forts du service billetterie de l'Office de Tourisme :

- Seul point de vente pour le Cabaret Vert à Vouziers
- Un des 2 seuls points de vente pour le Cabaret Vert à Reethel
- À Reethel comme à Vouziers, l'Office de Tourisme est le seul point de vente pour la Cassine
- Billets pour la Cassine moins chers qu'en ligne
- Accompagnement pour le choix du placement dans le gradin
- Impression des billets La Cassine

#### PROJETS 2023 - Mission Boutique et billetterie

- Développer une nouvelle gamme de souvenirs estampillés Sud-Ardenne
- Privilégier les fournisseurs locaux et régionaux
- Continuer à élargir l'offre de dépôt-vente
- Acheter du mobilier adapté à chaque point de vente pour mettre en valeur chaque type de produits
- Revoir l'aménagement général pour mettre la boutique au cœur du parcours des visiteurs (concept : traversée de l'espace boutique pour accéder à la documentation touristique)
- Mise en place de vitrines suivant des thématiques touristiques et commerciales saisonnières

## Création d'un poste dédié au marketing et à la communication

La constitution de la Destination Sud-Ardenne est synonyme de création de marque et d'intensification des actions de promotion. Une réflexion sur les ressources à mobiliser en interne pour répondre aux ambitions a donc été menée en amont, et a abouti à la création d'un poste dédié au marketing et à la communication.

Le recrutement a été lancé en janvier, les entretiens en février, et la recrue est arrivée **fin avril**. Ses missions vont de la stratégie à la production. Cette ressource supplémentaire a contribué à accentuer les actions menées sur les réseaux sociaux, la prise de vues, et permet la conception en interne de l'ensemble des documents et éditions avec logiciels professionnels de PAO.

La chargée de marketing / communication a également piloté chaque étape de la création du logo : méthodologie, concertation, propositions de graphisme et préparation du déploiement.

## Fusion et création de réseaux sociaux « Destination Sud-Ardenne »

### 1 - 4600 ABONNÉS À LA PAGE FACEBOOK

En mai, les 2 anciennes pages Facebook des Offices de Tourisme du Pays rethélois et de l'Argonne Ardennaise ont été transformées en « Destination Sud-Ardenne ».

Les sujets abordés et la fréquence de parution suivent les saisons. Ils permettent de mettre en valeur :

- L'offre d'activités
- Les hébergements
- Les événements
- Les actions de promotion (salons, stands hors les murs...)
- Les points de vente de l'Office de Tourisme (produits locaux)
- Les services proposés aux acteurs touristiques du Sud-Ardenne



### 2 - 1200 FOLLOWERS SUR INSTAGRAM

En mai, les 2 comptes Instagram des anciens Offices de Tourisme ont été transformés en « Destination Sud-Ardenne ».

Pour coller aux codes de chaque réseau social, de nombreux sujets sont abordés sur Facebook et sur Instagram sous des angles différents (choix de photos et rédaction).

Le calendrier éditorial rebondit également sur des journées mondiales thématiques (Journée mondiale des animaux, Nuit des étoiles, poème de Verlaine le jour de l'automne...)



### 3 - CRÉATION ET ANIMATION D'UNE PAGE LINKEDIN

Développement d'une page professionnelle afin d'asseoir le nouvel Office de Tourisme auprès :

- Des partenaires touristiques régionaux (autres Offices de Tourisme, ADT, ART...)
- Du réseau de journalistes et d'influenceurs
- Des fournisseurs



Ce canal contribue à rendre plus lisible la nouvelle structure, sa stratégie et ses plus-values. Fin 2022, la page comptait environ **180 abonnés**.

En filigrane, la présence active de l'équipe sur le réseau LinkedIn contribue à la visibilité du territoire.

## 4 - PRÉSENCE INDIVIDUELLE DE L'ÉQUIPE SUR LES RÉSEAUX

Les membres de l'équipe sont actives sur les réseaux sociaux à titre individuel : partage de publications, posts tournés façon témoignage ou retours d'expériences, commentaires...

Sur Facebook, cette présence est portée, au choix de chacune, par les profils personnels et/ou les profils professionnels sous la forme « Prénom Sud-Ardennes ». Cela permet notamment des partages sur des groupes locaux ou thématiques et (inter)nationaux, **qui amplifient fortement la portée des publications** (nombre de vues).

Sur LinkedIn, les publications de chacune participent à décrypter la vie de l'Office de Tourisme et son plan d'actions.

### PROJETS 2023 - Mission Réseaux sociaux

- Pousser les publications par un budget publicitaire dédié
- Créer une chaîne YouTube
- Créer un compte Tiktok

## Promotion de la Destination Sud-Ardennes sur salons et « hors les murs »

Les actions de promotion sur salons professionnels et « grand public » se sont intensifiées avec la mutualisation des équipes du Rethélois et de l'Argonne. L'évolution de la crise sanitaire s'est révélée particulièrement propice à ce plan d'actions, avec la reprise de nombreux salons et événements mis en sommeil les 2 années précédentes.





## 1 - SALONS PROFESSIONNELS

Chaque participation à un salon professionnel a été menée en synergie avec l'Agence de Développement Touristique (Lille, Paris, Reims) ou l'Entente intercommunale Argonne (2 opportunités à Châlons). La plupart du temps, la tenue des stands est menée conjointement avec les Offices de Tourisme voisins et de l'ensemble des Ardennes (mutualisation des moyens humains, du matériel et des frais de participation).

Ces salons sont des opportunités réelles de toucher des clientèles susceptibles de séjourner dans le Sud-Ardennes. **Chaque salon correspond à un thème, à une ou des clientèles** (seniors, familles, groupes) **et à une saison touristique** (printemps, ponts du mois de mai, arrière-saison d'automne...).

## 2 - ACTIONS HORS LES MURS

Constat national : de moins en moins de vacanciers passent la porte des Offices de Tourisme. À ce constat, s'ajoute un point stratégique dans le plan marketing de la Destination Sud-Ardennes : il est essentiel de sensibiliser les habitants à l'offre touristique qui les entoure, afin d'en faire des **ambassadeurs du territoire**. Il est donc souhaitable d'aller au-devant du public dans un objectif de promotion et d'information.

L'équipe de l'Office de Tourisme s'est emparée de nombreux événements locaux afin d'aller à la rencontre des touristes et des habitants. Les stands hors les murs ont donné lieu à :

- De petites animations (énigmes, roue de la chance...)
- De petits jeux-concours avec distribution d'objets publicitaires
- La diffusion de brochures

## Brochures éditées par l'Office de Tourisme

L'information du public et la promotion s'appuient sur la documentation éditée au plan départemental (ADT, CD08), celle des acteurs touristiques locaux, des territoires voisins, et les supports produits par l'Office de Tourisme Destination Sud-Ardennes au service de l'offre de son propre territoire.

### 1 - GUIDES DE DÉCOUVERTE TERRITORIAUX

Traditionnellement, le document central édité par un Office de Tourisme est un guide d'accueil aussi exhaustif que possible sur les activités et services touristiques de son territoire. Dans les Ardennes, depuis 2019, ces guides constituent une collection coordonnée par l'Union Départementale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative (UDOTSI), avec mutualisation du maquettage et des frais d'impression.

Au moment de leur préparation, entre octobre 2021 et janvier 2022, le choix a été fait de maintenir les guides correspondant aux périmètres des anciens Offices de Tourisme :

- 1 guide du Pays rethélois
- 1 guide de l'Argonne en Ardenne

Chacun de ces guides est paru en février à 3500 exemplaires. De nouvelles rubriques ont permis de créer des ponts entre l'offre rethéloise et l'offre vouzinoise, afin de donner corps à la destination émergente. Ces guides ont été diffusés tout au long de l'année dans le cadre des actions de promotion, auprès des hébergeurs, au comptoir dans les 2 points d'accueil, en ligne, et par courrier.

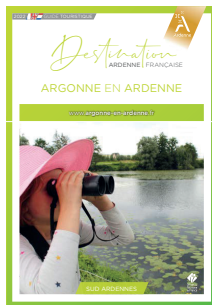
## 2- GUIDE DES HÉBERGEMENTS

Tous les gîtes, hôtels, campings, chambres d'hôtes, insolites et aires de camping-cars ont été rassemblés dans une nouvelle brochure, la première produite à l'échelle du Sud-Ardenne. Une réunion menée durant l'hiver a permis d'associer les hébergeurs à cette nouvelle approche éditoriale.

Ce guide, paru en mai, offre 120 adresses enrichies de photos et d'infos pratiques, et permet de renseigner de façon qualifiée :

- Les futurs vacanciers en recherche d'un hébergement pour leur séjour
- Les habitants de la région prévoyant une escapade
- Les locaux à la recherche d'une solution pour rassembler leurs proches

Les 500 exemplaires ont été diffusés au fil de la saison.



## Stimulation des relations presse et accueil de journalistes

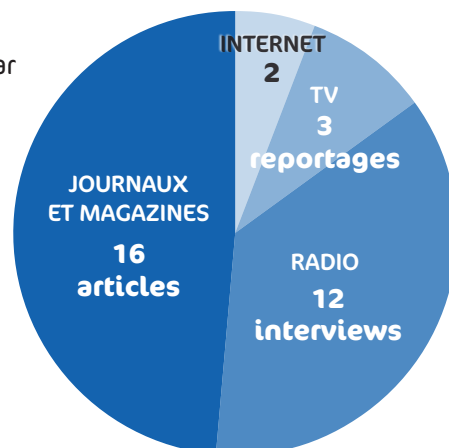
### 1 - MOYENS MIS EN ŒUVRE ET RETOMBÉES MÉDIATIQUES

Les étapes de création de la SPL Destination Sud-Ardenne ont été suivies par la presse locale (journal, radios). La présence médiatique de l'Office de Tourisme a permis à la fois de décrypter auprès de la population locale les évolutions en cours, et de contribuer à la visibilité du territoire touristique Sud-Ardenne dans les médias.

Fin octobre, on recensait **33 articles, reportages et interviews** diffusés et mentionnant l'Office de Tourisme Destination Sud-Ardenne.

Moyens d'actions mis en œuvre par l'équipe :

- Organisation de points-presses
- Envoi d'informations aux journalistes
- Réponse aux demandes d'interviews
- Orientation des journalistes vers les prestataires et les partenaires
- Accompagnement de voyages de presse



## 2 - ACCUEIL DES ÉQUIPES DE L'AGENCE RÉGIONALE DU TOURISME

Début août, l'ADT a piloté sur 3 jours un voyage de découverte des Ardennes proposé à 5 acteurs clefs de l'ART Grand Est : responsable presse et influenceurs, attaché de presse, chargées de communication et community manager.

L'ADT s'est appuyée sur les Offices de Tourisme, et a organisé un déjeuner en commun en amont de la visite du Parc Argonne Découverte, identifié comme site incontournable. Cette prise de contact a permis de présenter :

- Le positionnement marketing de la Destination Sud-Ardennes
- Les pépites du territoire et les offres remarquables
- Les dynamiques en cours et les projets à venir sur le territoire

Les contacts pris à cette occasion sont entretenus depuis, afin que les équipes de l'ART soient le plus à même de valoriser l'offre touristique du Sud-Ardennes dans ses actions de promotion, d'accueil de journalistes et d'influenceurs.

## 3 - ARTICULATION AVEC L'AGENCE REVOLUTIONR

L'Office de Tourisme assure un travail conséquent pour nourrir les actions de relations presse nationales mises en œuvre par l'agence parisienne retenue par la Communauté de Communes de l'Argonne Ardennaise : fourniture d'informations, de contacts, de photos, relecture des contenus touristiques des communiqués, dossiers de presse et livrets d'accueil, accompagnement de journaliste. Cette articulation exige une grande réactivité.

## Présence digitale et outils numériques

### 1 - ANIMATION DE LA BASE DE DONNÉES DÉPARTEMENTALE

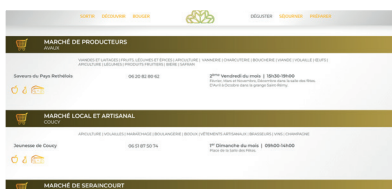
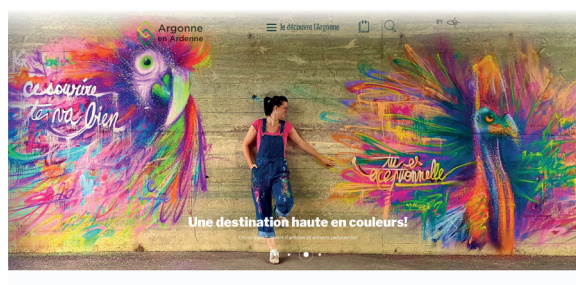
L'un des outils fondamentaux d'un Office de Tourisme est son Système d'Information Touristique. Dans les Ardennes, l'Agence Départementale du Tourisme porte la solution Constellation, et confie aux Offices de Tourisme la qualification des activités touristiques, hébergements, itinéraires, monuments, restaurants, services... Fin octobre, l'équipe tenait à jour **556 fiches détaillées** comportant coordonnées, descriptifs, tarifs, photos, liens, horaires et autres informations pratiques (ainsi que 450 fiches correspondant à des manifestations). Cette base de données est la source de toutes les actions de l'Office de Tourisme, et représente un travail minutieux au quotidien.

### 2 - SITES INTERNET TERRITORIAUX

Au moment de leur union, les deux Offices de Tourisme étaient chacun équipés d'un site internet :

- Le site [argonne-en-ardenne.fr](http://argonne-en-ardenne.fr), financé par la Communauté de Communes de l'Argonne Ardennaise et mis en ligne en 2019
- Le site [paysrethelois-tourisme.com](http://paysrethelois-tourisme.com), financé par la subvention de la Communauté de Communes du Pays rethélois à son Office de Tourisme et mis en ligne en mars 2022

La saison 2022 a permis de faire vivre ces espaces et d'en corriger certains défauts.





La fin d'année a été consacrée à de premières prises de contact préalables à la réflexion sur un futur site unique au service de la Destination Sud-Ardenne. Cet outil central devra faire converger :

- **La promotion des offres touristiques**
- **Une solution de commercialisation d'excursions et de séjours**
- **Des ressources pour les acteurs locaux**
- **Une stratégie éditoriale bien articulée avec les actions menées sur les réseaux sociaux**

Le nom de domaine sudardennes.fr a été enregistré en juillet. Il est déjà exploité pour les adresses email.

### **3- VEILLE ET RECHERCHE D'OUTILS COMPLÉMENTAIRES**

Au-delà et autour du projet de site internet unique, des contacts ont été pris auprès de fournisseurs de solutions innovantes, notamment pour valoriser l'offre d'itinérance sur le territoire (Voie Verte, Canal, sentiers de randonnée, itinéraires thématiques...). Certaines pistes incluent une dimension de digitalisation des renseignements au public, qui serait complémentaire de la délivrance physique de la documentation touristique papier.

### **4- ÉMERGENCE D'UNE E-RÉPUTATION**

La création de la marque Destination Sud-Ardenne pose un enjeu de référencement sur internet en général, et le moteur de recherche Google en particulier.

Les 2 fiches établissements Google Business sont tenues à jour régulièrement, et sont la première pierre d'un intense travail à venir dans les prochaines années.

#### **PROJETS 2023 - Mission Promotion et communication**

- Développer une collection de brochures par thèmes et par clientèles
- Accompagner les projets de commercialisation
- Mettre en place un plan d'actions thématique annuel (2023 = la randonnée)
- Investir dans du matériel pour les stands et salons (mobilier, accessoires, tenues...)
- Identifier de nouvelles opportunités d'actions hors les murs

## Diversification des publics touchés par l'Office de Tourisme

### 1 - DÉVELOPPEMENT DU TOUTOURISME

Le label « Toutourisme » est décerné aux destinations touristiques qui offrent des services aux vacanciers accompagnés de leur chien :

- Remise d'un kit d'accueil
- Guide des hébergements, restaurants et activités accessibles avec son animal
- Toutobar pour les chiens dans les points d'accueil (gamelles d'eau)

Avec ses grands espaces propices aux balades, le territoire Sud-Ardenne a de réels atouts pour séduire la clientèle des propriétaires canins. L'enjeu économique est réel : des enquêtes montrent que près de la moitié des familles souhaiteraient partir en vacances avec leur chien si c'était possible. Elles rencontrent souvent des difficultés pour trouver les informations concernant l'accès possible ou non aux différentes offres touristiques.

Le label détenu par l'Office de Tourisme de l'Argonne en Ardenne a été repris par la Destination Sud-Ardenne, et étendu au point d'accueil de Rehel.



### 2 - ACTIONS EN LIEN AVEC LA MISSION LOCALE SUD-ARDENNES

En juin, dans un objectif d'appropriation du territoire par ses jeunes habitants, afin d'impulser une dynamique sur le territoire et d'associer les jeunes à la mise en œuvre d'activités de loisirs, des ateliers ont été co-animés avec l'animateur LEADER de l'Argonne Ardennaise. L'un des enjeux était d'inciter les jeunes suivis par la Mission Locale à devenir les ambassadeurs de demain ! Depuis, ce partenariat a conduit à l'accueil de plusieurs jeunes en stage au sein de l'Office de Tourisme (encadrement des jeunes par l'équipe, transferts de compétences). Ces accueils ont notamment permis de détecter le potentiel d'Amélie NOIR, embauchée en juillet en alternance dans le cadre de sa licence professionnelle.



### 3 - ACTIONS EN LIEN AVEC LE FJEP - CENTRE SOCIAL DE VOUZIERES

Des ateliers ont été proposés en juin aux jeunes du territoire, notamment dans le but de les rendre ambassadeurs de leur région. Avec l'animateur LEADER et à l'aide de post-its, de Lego® et de cartes, ils ont exprimé leurs connaissances ainsi que leurs attentes en matière de loisirs et d'activités touristiques de proximité. Ces actions étaient complétées par des EducTour d'une demie-journée, à la découverte de sites touristiques du territoire. Pour les jeunes concernés, il s'agissait aussi d'identifier des employeurs potentiels (stages, emplois saisonniers).

### 4 - À LA RENCONTRE DU RELAIS D'ASSISTANTES MATERNELLES DU PAYS RETHÉLOIS

L'Office de Tourisme est intervenu en juin, dans le cadre des animations proposées aux nourrices agréées. Enjeu : faire connaître l'Office de Tourisme ainsi que nos missions ; renforcer les liens avec les acteurs du territoire. Objectifs : faire mieux connaître les offres sur le territoire Sud-Ardenne, valoriser les prestataires, amener la population à être « cliente » de son offre touristique.

### 5 - PARTENARIATS AVEC LA SPHÈRE SCOLAIRE

En avril : accueil de la classe de 2<sup>ème</sup> année BTS Tourisme à Bazeilles pour une journée Verlaine dans le Pays rethélois : Escape Game avec le street art (Rehel) et visite du musée et du sentier d'interprétation (Juniville)

Cet accueil avait pour but de montrer à des élèves en tourisme 4 concepts différents de valorisation d'une offre touristique sur la même thématique.



En octobre, l'Office de Tourisme a été intégré dans un parcours d'entreprises de la ville pour que des lycéens en section professionnelle du **lycée Paul-Verlaine** posent des questions : « *Quelles sont les principales activités touristiques à faire à Rethel ?* »

Depuis août, travail en collaboration avec une professeur d'histoire-géographie et une documentaliste du même lycée pour fournir des documents historiques en vue de réaliser une carte virtuelle de Rethel sous la guerre 1914-18.

En novembre, l'Office de Tourisme est intervenu auprès d'une enseignante du **pôle scolaire Dorà-Lévi à Vouziers**, dans le cadre d'une action « carte postale ». L'équipe a animé un atelier de connaissance du territoire, et portera l'affranchissement et l'envoi des cartes postales du territoire à 13 écoles ailleurs en France. Objectifs :

- **Amener enfants et parents à découvrir les activités locales pour les rendre ambassadeurs et prescripteurs**
- **Faire découvrir le territoire à des cibles extérieures**
- **Aider les enseignants à réfléchir sur les sorties scolaires et identifier l'Office comme acteur référent**

Cette action a été suivie d'une présentation complète de l'Office de Tourisme lors d'une réunion trimestrielle du Conseil des maîtres.

L'Office de Tourisme a également fourni des brochures dans le cadre du projet mené par une institutrice de **l'école Jean-Mermoz à Rethel**.

## Participation à des groupes de travail sur des projets locaux

### 1 - FESTIVAL VOIX VERTES

L'Office de Tourisme fait partie des partenaires mobilisés par l'Association culturelle Les Tourelles dans le cadre de la préparation du festival programmé le 23 juin 2023. Il rebondit sur l'ouverture de la Voie Verte Sud-Ardenne, et est destiné à avoir lieu chaque année en Argonne, dans le Pays rethélois ou sur les Crêtes.

Outre le relais de cet événement l'une des missions de la Destination Sud-Ardenne sera la vente de billets pour le festival (par convention).

L'Office de Tourisme contribue également à nourrir le programme proposé aux festivaliers en amont des concerts (visites autour du patrimoine, jeu de piste *À la recherche de l'avion de Roland-Garros* dans les rues de Vouziers, parcours street-art...).



### 2 - ÉVÉNEMENTS ORGANISÉS PAR DYNAMIC ARGONNE

En mai, l'Office de Tourisme a participé à la Foire de Vouziers (4 jours). L'équipe est allée à la rencontre des habitants, investissant un espace différent chaque jour et proposant des animations thématiques en lien avec l'offre touristique du territoire.

Le Rallye estival proposé par l'association des commerçants entre dans une logique de gamification de l'offre touristique. L'Office de Tourisme a fourni à Dynamic Argonne la liste des hébergements, sites touristiques et événements estivaux, puis diffusé une cinquantaine de kits de participation offerts au public. De nombreux participants sont passés par l'Office de Tourisme pour résoudre leurs énigmes et avoir de l'aide dans leurs recherches. Il s'agissait souvent d'habitants, mais aussi de touristes.

### 3 - COLLECTIFS OCTOBRE ROSE

Dans le Rethélois comme en Argonne Ardennaise, l'Office de Tourisme a participé aux collectifs portant les événements organisés pour prévenir, sensibiliser et lever des fonds en faveur de la lutte contre le cancer du sein :

- **Organisation de 2 randonnées thématiques**
- **Dépôt-vente d'objets d'artisanat local**
- **Animation sur les temps forts locaux : décoration de galets à disposer dans des lieux touristiques**
- **Vente d'enveloppes de tombola au point d'accueil de Vouziers**



photo Gabrielle H. Photographe

Le montant des inscriptions et l'ensemble des recettes concernées ont été reversés à la Ligue Contre le Cancer.

## Collaboration avec le réseau d'acteurs touristiques institutionnels

L'équipe est en contact régulier avec les équipes des organismes en charge du développement touristique départemental et régional. Outre les échanges réguliers au quotidien pour assurer la visibilité de l'offre du Sud-Ardennes ainsi que l'efficacité des outils et actions mis en place collectivement, ont notamment eu lieu :

- La bourse d'échanges des Offices de Tourisme des Ardennes, coordonnée par l'UDOTSI au printemps
- 2 réunions de travail avec l'ADT et les représentants des Communautés de Communes (mars, septembre)
- Un RDV de travail avec l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est (septembre)
- L'Assemblée générale de l'UDOTSI, en novembre, avec élection au bureau de Thomas SAMYN (vice-président) et Estelle COPPIN (trésorière)

Ces temps d'échange sont précieux dans le contexte de création de la Destination Sud-Ardennes, et après les 2 années marquées par des contacts à distance en raison de la crise sanitaire.

Par ailleurs, en lien avec l'Entente Intercommunale Argonne, qui regroupe 4 communautés de communes des Ardennes, de la Marne et de la Meuse, des réunions sont également menées avec les Offices Tourisme d'Argonne-Meuse, de l'Argonne Champenoise et de Cœur de Lorraine afin de proposer et de réaliser des actions communes.

## Conception et vente d'activités touristiques clef-en-main

### 1 - CRÉATION D'UNE VISITE VIRTUELLE DE L'ÉGLISE SAINT-NICOLAS DE RETHEL

Réalisation d'une visite virtuelle par Manon ARTIQUE, étudiante en alternance à l'OT sur l'année scolaire 2021-2022. Disponible gratuitement sur l'application izi TRAVEL. Parcours à suivre sur place ou à distance, avec visite commentée et images (durée d'environ 45 minutes)

Une affiche est présente à l'intérieur de l'église pour inviter les visiteurs à explorer ces ressources audio, photos et vidéos (**107 téléchargements** de février à novembre).



### 2 - COMMERCIALISATION DE L'ESCAPE GAME Ô VOLEURS CRÉÉ EN 2021

L'Office de Tourisme du Pays rethélois avait créé en 2020-2021 un escape game urbain sur le thème de Paul Verlaine (travail de Jennifer LE PEUC'H pendant son contrat en alternance). À ce jour, **125 personnes** ont expérimenté cette découverte de Rethel et de son patrimoine par le biais d'une application mobile interactive.

La promotion de cette activité se poursuit par tous canaux possibles, car elle répond à des tendances touristiques fortes et des attentes de la clientèle.

### 3 - JEU DE PISTE « À LA RECHERCHE DE L'AVION DE ROLAND GARROS »

Andréa HECQUET, étudiante en licence professionnelle en 2018-2019, avait créé pour l'Office de Tourisme Argonne en Ardenne un jeu de piste à destination des enfants et leurs familles. Sur une demie-journée, il propose de visiter différents quartiers de Vouziers pour en découvrir le patrimoine remarquable et les personnages illustres. Les énigmes sont récompensées par les pièces d'une maquette d'avion, clin d'œil au célèbre aviateur mort dans les environs de Vouziers en 1918. Depuis son lancement en 2020, **107 kits ont été vendus**, sans compter ceux offerts dans le cadre de jeux-concours.

Cette nouvelle activité avait été soutenue financièrement par les fonds LEADER.



## Lancement d'animations dans les points d'accueil

Fin octobre, afin d'inciter les familles avec enfants à fréquenter le Sud-Ardenne, et pour que ces dernières s'appuient sur l'Office de Tourisme pour faire le plein d'informations sur leurs loisirs de proximité, l'équipe a proposé des animations gratuites sur le thème d'Halloween dans ses 2 points d'accueil.

Une chasse au trésor, un jeu des 7 différences, un atelier créatif et un « devine-tête » ont été proposés, et étaient récompensés par des bonbons et des objets publicitaires aux couleurs du Sud-Ardenne. Sur une semaine, **113 enfants ont participé** à ces activités à Rethel et à Vouziers (jour de pointe : 39 enfants au point d'accueil de Rethel le 31 octobre).



## Ateliers numériques pour les prestataires touristiques

Pour accompagner au mieux les acteurs touristiques, l'Office de Tourisme Destination Sud-Ardenne met en place des temps d'information et des ateliers de prise en main des principaux outils numériques.

Une première série de RDV a été proposée sur novembre et décembre 2022, autour de 6 thèmes : Facebook débutant et avancé, Instagram débutant et avancé, avis clients et diagnostic de la présence digitale de chaque établissement. Ces ateliers se veulent concrets, et sont proposés **en petits groupes**.

L'accompagnement par l'équipe de l'Office de Tourisme peut également passer par des **RDV personnalisés** avec chaque prestataire intéressé.



*Hébergeurs et prestataires de loisirs réunis en atelier.*

Ce travail partenarial a pour ambition d'**accroître la visibilité de la Destination Sud-Ardenne** sur les principaux canaux d'information et de promotion.

Les contenus développés tiennent compte des besoins exprimés par les acteurs touristiques locaux (sondage réalisé en février 2022), et suivent les grandes tendances de la communication digitale (veille assurée par l'équipe et partage des compétences détenues en interne). D'autres thèmes devraient suivre dans les prochaines années, en lien avec la communication, la commercialisation, l'éco-tourisme, les labels, l'accueil, la relation clients...



## Repérage et accompagnement des nouveaux prestataires

L'équipe de l'Office de Tourisme va à la rencontre des nouveaux prestataires et leur rend visite pour découvrir leurs nouvelles activités et les conseiller. Ces échanges permettent également de mettre en valeur les missions et actions menées aux côtés des acteurs touristiques locaux.

### 1 - DÉMARCHES EN VUE DE LA COMMERCIALISATION

La mutualisation des deux anciens Offices de Tourisme et les moyens supplémentaires alloués par les collectivités actionnaires sont synonymes de nouveaux outils à développer au service de la Destination Sud-Ardenne. Cette mission concernerait des prestations « sèches » et des produits packagés (excursions et séjours), avec un modèle de commissionnement à établir.

Les clientèles visées sont :

- Individuels / tribus
- Groupes constitués
- Groupes affinitaires

La fin d'année a permis de premières prises de contact en vue de l'immatriculation de l'Office de Tourisme, étape préalable à l'obtention de la licence autorisant la vente de séjours et voyages. La souscription d'une garantie financière fait partie des étapes préalables incontournables.

### 2 - MISE EN PLACE D'UNE ADHÉSION DES PRESTATAIRES AVEC SERVICES SUPPLÉMENTAIRES

La stratégie de la Destination Sud-Ardenne s'inscrit dans la continuité de celle de l'Office de Tourisme du Pays rethélois. Tout en menant ses actions au service de la totalité des acteurs touristiques (service public), l'Office de Tourisme proposera des prestations soumises à adhésion.

2 formules d'adhésion sont proposées à partir de la fin 2022 : 18 € (offert jusqu'au 31/12) et 30 €. La souscription de l'une ou l'autre est obligatoire pour bénéficier des ateliers thématiques et des RDV personnalisés (*lire page 27*).

### 3- INSTAURATION D'UN COMITÉ TECHNIQUE IMPLIQUANT LES ACTEURS DU TERRITOIRE

Le Code du Tourisme impose la constitution d'un comité technique associant les professionnels du tourisme. Cette instance, qui pourrait également associer d'autres acteurs locaux, sera force de proposition pour les futurs plans d'actions de l'Office de Tourisme (chaque proposition sera étudiée par le Conseil d'Administration).

En fin d'année, l'équipe préparait 2 temps forts programmés en janvier 2023 à destination des acteurs touristiques (présentation de l'équipe, des missions, de la charte graphique et des actions à venir, échanges entre prestataires, etc.). Ces soirées seront l'occasion de mobiliser des personnes souhaitant participer au comité technique.

### 4 - RÉFLEXION SUR LES FUTURS LOCAUX DES 2 POINTS D'ACCUEIL

Situés dans les 2 villes-centres du Sud-Ardenne, les locaux actuels des 2 points d'accueil comportent des atouts ainsi que des handicaps.

Les besoins identifiés combinent l'ensemble des fonctions de l'Office de Tourisme :

- Accueil/information
- Boutique (souvenirs, terroir)
- Ingénierie (bureaux)
- Coordination (salles de réunion et espace pour les RDV)
- Animation (espace Toutourisme, espace enfants...)
- Stockage (documentation, matériel, stocks boutique)

Il s'agit également de préparer l'avenir sans être trop rapidement à l'étroit, et d'être en capacité d'**accueillir un public plus large**, ce qui passera également par l'obtention de labels et certifications (pistes : Tourisme et Handicap, Accueil Vélo, Accueil Motards, Qualité Tourisme, club Ardenne Ecotourism).

À Rethel, la réflexion s'inscrit dans le cadre de l'aménagement du nouveau siège de la Communauté de Communes du Pays rethélois, dont l'Office de Tourisme serait l'une des portes d'entrée. Le bâtiment retenu est situé à proximité de la gare TGV.



**À Vouziers**, la Communauté de Communes de l'Argonne Ardennaise et la Mairie de Vouziers portent un projet de transfert de la bibliothèque-ludothèque et de l'Office de Tourisme dans l'ancien tribunal d'instance. Cet élément patrimonial chargé d'histoire, qui a notamment vu Verlaine jugé en 1885, pourrait devenir un pôle culturel et touristique majeur, avec de nouveaux services (micro-folie, fab lab...).



L'année 2022 a été consacrée au recensement des besoins et à des études de faisabilité. En novembre, des visites ont été proposées aux élus locaux afin de constater les limites des locaux actuels ainsi que le potentiel du bâtiment constituant l'ancien tribunal. Un planning d'animations « grand public » a également été élaboré par les techniciens des structures concernées, afin de créer du lien entre leurs publics et leurs actions. Ce programme pourra être mis en place à partir de 2023.

L'aboutissement de ce projet offrirait une occasion supplémentaire de développer des itinéraires autour de Verlaine et des lieux témoins de sa présence dans le Sud-Ardenne.

### PROJETS 2023 - Mission Ingénierie

- Étendre le partenariat aux 2 RAM du territoire et renouveler le RDV de façon annuelle
- Poursuite des démarches en vue de la commercialisation d'excursions et de séjours (dont formation sur les aspects juridiques et commerciaux, et création de packages)
- Développement des ateliers avec les prestataires
- Premières « Soirées des pros »
- Actions à destination des personnes à mobilité réduite (PMR)

# FINANCES | Bilan comptable au 31 décembre 2022

Ce premier exercice comptable pour la SPL Destination Sud-Ardenne porte sur une année incomplète (de février à décembre 2022).

Les premiers mois ont permis d'optimiser certaines dépenses en mutualisant des contrats, abonnements, du matériel et du mobilier.

	<i>Prévisionnel</i>	<i>Réel estimé (selon réalisations au 15 novembre 2022)</i>
<b>INVESTISSEMENTS</b>		
Matériel informatique	3 500 €	1 417 €
Caution Rethel	-	700 €
<b>FINANCEMENTS</b>		
Subvention CC Pays Rethélois	150 000 €	112 500 €
Subvention CC Argonne en Ardenne	150 000 €	112 500 €
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>		
Vente boutique Argonne	-	1 271 €
Vente boutique Rethel	-	86 €
Commissions dépôt-vente	-	170 €
Commissions billetterie	-	333 €
<b>CHARGES EXTERNES</b>		
Valeur du stock boutique racheté	-	2 561 €
<b>Fournitures consommables</b>	<b>8 300 €</b>	<b>5 186 €</b>
Electricité / eau / fioul	7 000 €	2 462 €
Petit équipement	500 €	815 €
Produits d'entretien	300 €	525 €
Fournitures administratives et événementiels	500 €	1 384 €
<b>Services extérieurs</b>	<b>76 096 €</b>	<b>66 252 €</b>
Location immobilière	13 166 €	10 922 €
Location de matériels	1 200 €	1 072 €
Entretien et réparations	1 500 €	2 370 €
Assurances	1 200 €	950 €
Documentation	900 €	181 €
Honoraires comptables / juridiques	11 000 €	10 535 €
Honoraires CAC	4 930 €	4 930 €
Maintenance	2 500 €	3 387 €
Publicité, publications	32 000 €	19 059 €
Publicité		1 200 €
Foires et expositions		2 046 €
Cadeaux à la clientèle, goodies		1 984 €
Catalogues, supports de communication		13 829 €
Déplacements	4 000 €	5 077 €
Frais postaux	1 000 €	523 €
Frais télécommunications	1 200 €	754 €
Services bancaires	300 €	471 €
Cotisations	1 200 €	6 024 € (*)
<b>Impôts et taxes</b>	<b>2 071 €</b>	<b>2 411 €</b>
<b>Salaires</b>	<b>131 750 €</b>	<b>118 896 €</b>
Salaires bruts avant aides perçues		138 564 €
Aides perçues		- 19 668 €
<b>Charges sociales</b>	<b>43 836 €</b>	<b>30 406 €</b>
Charges sociales avant exonération ZRR		40 885 €
Exonération ZRR		- 10 479 €
<b>Amortissements</b>	<b>1 070 €</b>	<b>365 €</b>
<b>Impôt sur les bénéfices</b>	<b>5 531 €</b>	<b>207 €</b>
<b>Excédent</b>	<b>31 346 €</b>	<b>574 €</b>



La ventilation de certaines dépenses par le cabinet comptable CDER de Rethel a été réalisée différemment du prévisionnel initial.

\* Pour la période préalable à l'ouverture de la SPL Destination Sud-Ardenne, la cotisation à la fédération des EPL (4500€) a été financée à parts égales par les 2 actionnaires. Une réflexion est en cours sur la reconduction de cette cotisation désormais réglée par l'Office de Tourisme ou sur une alternative proposée par CDER (expertise et accompagnement juridiques).

## AXES STRATÉGIQUES

- Développer la filière itinérance
- Cibles stratégiques : amener le public extérieur au territoire à découvrir, consommer et séjourner
- Valoriser les acteurs touristiques du Sud-Ardennes et accompagner leur professionnalisation
- Faire de l'Office de Tourisme un acteur de référence sur son territoire

## PLAN D' ACTIONS

1. Accroître la visibilité de la Destination Sud-Ardennes
2. Attirer de nouvelles cibles de clientèles dans le Sud-Ardennes
3. Qualifier les contacts et professionnaliser l'écosystème touristique local
4. Accentuer l'ancrage local des achats et des actions

### 1 - ACCROÎTRE LA VISIBILITÉ DE LA DESTINATION SUD-ARDENNES

- **Déploiement de la marque et de son identité visuelle**  
DIRECTION / COMMUNICATION
- **Promotion sur salons et stands hors les murs**  
TOUTE L'ÉQUIPE
- **Mise en œuvre d'actions complémentaires et/ou alternatives aux stands et salons (street marketing)**  
DIRECTION / COMMUNICATION
- **Augmentation des flux dans les points d'accueil, sur les réseaux sociaux et les sites internet**  
TOUTE L'ÉQUIPE
- **Réflexion sur un Office de Tourisme ambulant (stratégie, matériel...)**  
ANIMATION FILIÈRES + AMÉLIE
- **Travail avec les partenaires des territoires voisins (Reims, Aisne)**  
DIRECTION / ANIMATION FILIÈRES
- **Matériel professionnel pour la promotion et l'événementiel**  
COMMUNICATION / COMMERCIALISATION

### 2 - ATTIRER DE NOUVELLES CIBLES DE CLIENTÈLES DANS LE SUD-ARDENNES

- **Thème phare 2023 : itinérance et randonnée (webmarketing)**  
COMMUNICATION
- **Création des premiers packages (excursions, séjours)**  
COMMERCIALISATION / COMMUNICATION
- **Mise en œuvre de premiers outils de commercialisation**  
COMMERCIALISATION / COMMUNICATION
- **Accueil d'influenceurs en lien avec l'offre du territoire**  
COMMUNICATION et 2 ANT
- **Stimulation des retombées médiatiques**  
COMMUNICATION
- **Création et animation d'une chaîne YouTube**  
COMMUNICATION
- **Création et animation d'un compte Tiktok**

### 3 - QUALIFIER LES CONTACTS ET PROFESSIONNALISER L'ÉCOSYSTÈME TOURISTIQUE LOCAL

- **Indicateurs et statistiques sur les actions hors les murs**  
2 ANT
- **Harmonisation de la saisie des contacts clients**  
TOUTE L'ÉQUIPE
- **Digitalisation de l'information au comptoir (complémentarité avec la documentation papier)**  
TOUTE L'ÉQUIPE
- **Soirée des professionnels du tourisme du Sud-Ardenne**  
COMMERCIALISATION
- **Constitution du comité technique**  
DIRECTION / COMMERCIALISATION
- **Ateliers thématiques à destination des prestataires**  
TOUTE L'ÉQUIPE
- **Accompagnement du développement des labels, filières et pratiques touristiques**  
COMMERCIALISATION

### 4 - ACCENTUER L'ANCRAGE LOCAL DES ACHATS ET DES ACTIONS

- **Achats en circuit court (goodies, souvenirs, supports de communication...)**  
TOUTE L'ÉQUIPE
- **Développement de la gamme de produits proposés en dépôt-vente**  
AF ET JLP
- **Élaboration d'une démarche de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise**  
ÉTUDIANTE + COMMERCIALISATION
- **Accompagnement des événements locaux axés sur le développement durable**  
COMMERCIALISATION

# 12 chiffres à retenir sur l'Office de Tourisme Destination Sud-Ardenne



**300 000 €** de budget  
de fonctionnement



**10**  
administrateurs



**6 salariées**  
(5,5 ETP)



**2 points**  
d'accueil



**556 offres**  
touristiques  
tenues à jour



**2 046 visiteurs**  
accueillis  
et renseignés



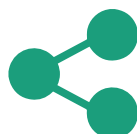
**109 références**  
en boutique



**7185 €** de chiffre  
d'affaires **billetterie**



**7 500 brochures**  
diffusées



**+ de 6 000 followers**  
sur les réseaux sociaux



**39 jours sur stands**  
et salons



**237 acteurs**  
touristiques  
référéncés