

RAPPORT D'ACTIVITÉS

2019

Sommaire

P.3 | La vie de l'Office de Tourisme

L'organisation de l'équipe
Les temps forts 2019
La marque Qualité Tourisme

P.7 | L'accueil, l'information des visiteurs et la vente

L'accueil (physique, mails, téléphone, numérique) et les nouveaux arrivants
La boutique
L'accueil des groupes

P.11 | La promotion de la destination

Les éditions
Les outils numériques
La promotion grand public
Les relations presse et médias
Les partenariats opérations publicitaires
Application IDVizit

P.18 | L'évènementiel

P.20 | L'animation du réseau des socio-professionnels

P.22 | Les Grandes tendances de l'année (statistiques)

P.24 | Annexes

Enquête clientèle

OFFICE DE
TOURISME

LA VIE DE
L'OFFICE DE TOURISME

L'ORGANISATION DE L'ÉQUIPE



14
experts
à votre service



4
Bureaux d'accueil
3 permanents
1 saisonnier



312
jours
d'ouverture
au public

L'organigramme

📍 Giffaumont-Champaubert - Siège administratif



Olivier JEST
Directeur



Sylvie GRAVIER
Directrice adjointe



Armelle CABADET
Comptabilité
Ressources humaines



Alexandra RICHELOT
Responsable
Pôle accueil



Aline SERRE
Conseillère en séjour



Laura BLOT
Conseillère en séjour
Visites guidées



Noémie DANDEU
Agent
de promotion
groupes



Lionel BOUILLON
Webmaster
Réseau et systèmes

📍 Montier-en-Der



Aline BARBIER
Conseillère en séjour
Animations
Événementiel



Référentes Qualité

Alexandra RICHELOT
Responsable

Corinne LANTENOIS
Référente B.I.T.

Karine BIDAUT
Référente B.I.T.

📍 Saint-Dizier



Nathalie JAKUBOWSKI
Chargée
de promotion



Karine BIDAUT
Agent de promotion
numérique
Animatrice
réseaux sociaux

📍 Vitry-le-François



Corinne LANTENOIS
Responsable
Pôle développement



Evelyne DELISSE
Conseillère en séjour



Jérôme LELOUP
Agent de promotion
numérique
Animateur
numérique de
territoire

Nouveaux outils de communication



Un nouveau site web + 2 mini-sites pour les villes de Saint-Dizier et Vitry-le-François



Un magazine de la destination

Animations au fil des saisons

En partenariat avec les associations locales



Festibière
avril



Journées du patrimoine
septembre



Festival du vélo
juin



Marchés nocturnes
juillet-août



Fête de la Grue
octobre

Visibilité développée

49
labellisés



Label Vignobles & Découvertes renouvelé



Campagne pub dans le métro à Paris



Tournage de la Carte aux Trésors pour France 3



Reportage JT TF1 - 13h
Les Grues cendrées
Le 04/11/2019

Record **268 120**
Grues cendrées
le 03/11/2020



MARQUE QUALITÉ TOURISME

La Démarche Qualité a été un challenge important pour l'équipe de l'Office de Tourisme pendant l'année 2019. Il s'agit du premier audit qualité pour la nouvelle équipe issue de la fusion-absorption datant de 2018. Cette étape importante dans la vie de notre structure a été relevée avec succès puisque l'Office de Tourisme a obtenu le renouvellement de la marque Qualité Tourisme en septembre 2019.

OBJECTIFS

- Renouvellement de la marque Qualité
- Maintien et amélioration de la qualité des services proposés par l'Office de Tourisme

ACTIONS

- Travail de la nouvelle équipe à l'harmonisation et à l'organisation de la démarche qualité sur l'ensemble des bureaux.
- Préparation à un audit complet de notre Office de Tourisme
- Audit durant 2 jours des 4 bureaux d'information

RÉSULTATS

- Challenge réussi pour la nouvelle équipe !
- Obtention du renouvellement de la Marque Qualité Tourisme en septembre 2019



L'ACCUEIL, L'INFORMATION DES VISITEURS ET LA VENTE

L'ACCUEIL

Pour cette année 2019, on constate une baisse globale de la fréquentation par rapport à l'année 2018. Tous les points d'accueil sont impactés par ce recul. La clientèle de proximité, en provenance des départements limitrophes reste majoritaire.

Statistiques en 2018

76 961 visiteurs accueillis
28 030 visiteurs renseignés au comptoir
7 967 visiteurs renseignés à distance

Statistiques 2019



67 590
visiteurs
accueillis



23 274
visiteurs renseignés
au comptoir



5 697
visiteurs renseignés
à distance

Bornes numériques



Borne extérieure

5 197
consultations

Borne intérieure

620
consultations

L'Office de Tourisme s'engage dans l'accueil des nouveaux arrivants

Prenant à cœur notre métier dont l'un des principaux rôles est d'informer, nous intervenons auprès des futurs résidents de notre territoire lors de divers événements d'accueil.

En 2019, nous avons participé à ce genre d'opérations à la Base aérienne 113 de Saint-Dizier mais aussi à la Mairie de Vitry-le-François et de Saint-Dizier.

Par point d'accueil

Office de Tourisme Giffaumont-Champaubert



58 943 visiteurs
accueillis



16 246 visiteurs
renseignés au comptoir



3 827 visiteurs
renseignés à distance

Bureau d'Information Touristique Saint-Dizier



3 309 visiteurs
accueillis



2 662 visiteurs
renseignés au comptoir



976 visiteurs
renseignés à distance

Bureau d'Information Touristique Vitry-le-François



3 785 visiteurs
accueillis



3 373 visiteurs
renseignés au comptoir



618 visiteurs
renseignés à distance

Bureau d'Information Touristique Montier-en-Der (saisonnier)



1 553 visiteurs
accueillis



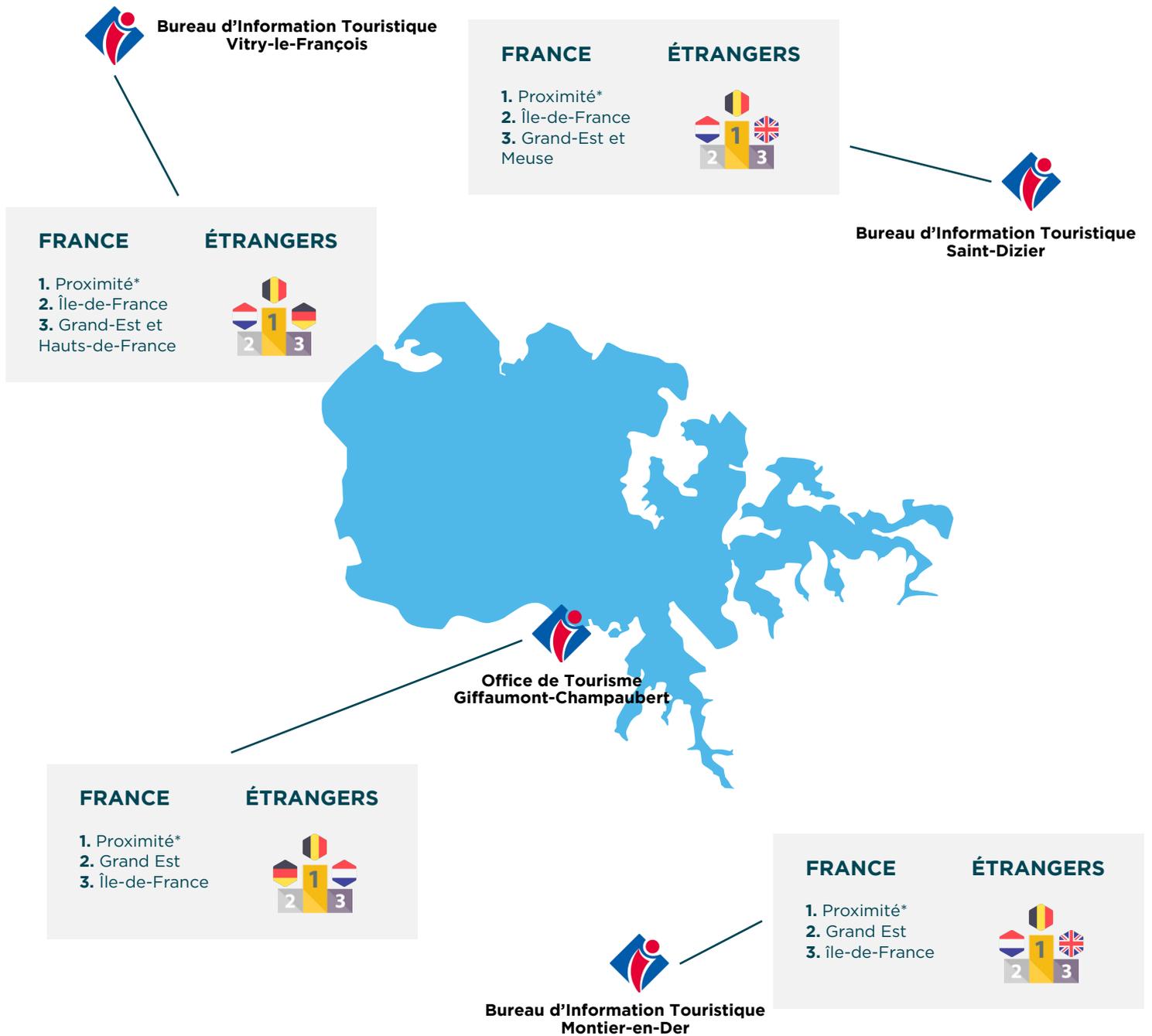
993 visiteurs
renseignés au comptoir



276 visiteurs
renseignés à distance

L'ACCUEIL

Répartition de la clientèle



* Proximité : Marne, Haute-Marne, Aube

Centre d'intérêts

AU LAC DU DER

- 1 Pistes cyclables
- 2 Activités / Loisirs
- 3 Nature / Ornithologie

DANS LES VILLES

- 1 Patrimoine
- 2 Animations
- 3 Activités / Loisirs

LA BOUTIQUE

La boutique de l'Office de Tourisme compte 170 produits différents répartis entre les différents bureaux d'informations. On retrouve différentes catégories d'articles telles que les produits du terroir, les produits artisanaux, l'espace carterie, la librairie, le textile ou encore la vaisselle.



Chiffre d'affaires boutique accueil
27 391 €



Chiffre d'affaires billetterie
4 189 €



LES GROUPES



Adultes

93 groupes (+36%)

3 247 personnes (+22 %)

En 2018, nous totalisons 68 groupes pour 2 649 personnes



Enfants

56 groupes (-3%)

2 666 personnes (-4%)

En 2018, nous totalisons 58 groupes pour 2 795 personnes



Nous constatons une nette **hausse de la clientèle adultes en 2019 et notamment + 44% de forfaits** ce qui se traduit par une belle augmentation du chiffre d'affaires (CA) 2019 qui est de **101 092 €** soit **une augmentation de 22%**. Cela représente une **hausse de bénéfice de 25 %** pour un total de **12 572 €**.

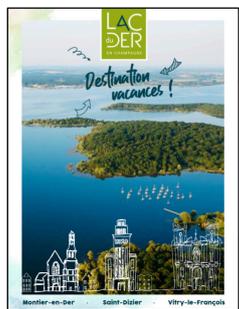
À titre de comparaison, le CA 2018 était de 83 000 € et le bénéfice de 10 034 €.



LA PROMOTION DE LA DESTINATION

ÉDITIONS

L'année 2019 a été l'occasion pour l'Office de Tourisme de sortir son tout premier **magazine touristique appelé « Destination vacances »**. Ce magazine présente le Lac du Der et sa région de manière différente et originale. Le contenu, rédigé par l'équipe de l'Office de Tourisme, privilégie un rédactionnel et des visuels axés sur le partage d'expérience et l'humain, sous l'angle éditorial d'un blog adapté à la famille.



Magazine
20 000
exemplaires

NOUVEAUTÉ !



Carte touristique
20 000
exemplaires



Guide Loisirs
12 000
exemplaires

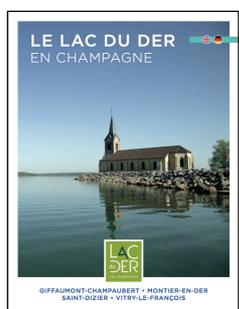


Pochette
10 000
exemplaires

NOUVEAUTÉ !

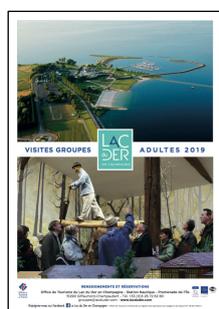


Ch. Avantages
6 500
exemplaires



Guide
Accueil ANG/ALL
2 000
exemplaires

NOUVEAUTÉ !



Brochure
groupes adultes
2 000
exemplaires



Brochure
groupes enfants
100
exemplaires



Impression à la demande

Plusieurs brochures conçues en interne sont imprimées à la demande comme le guide des hébergements, le calendrier des restaurants, le guide du toutourisme, le flyer des animations ou encore le flyer des visites du mercredi.

LES OUTILS NUMÉRIQUES

Site web

La réalisation de notre nouveau site web aura pris près de 6 mois. Publié en février 2019, il disposait d'un contenu éditorial à sa sortie de plus de 220 pages. Ce site répond aux standards actuels en terme de navigation et d'accessibilité. Il a notamment été pensé « mobile first », c'est à dire que l'utilisation sur Smartphone est optimisée au maximum.

Le contenu éditorial du site est également évolutif et de nouvelles pages ou actualités voient régulièrement le jour. À cet effet, en septembre 2019, 2 mini-sites dédiés aux villes de Saint-Dizier et Vitry-le-François ont été publiés.



313 901
visites (+0,91%)



234 968
visiteurs uniques (-0,59%)



984 392
pages lues (+0,95%)

70% des visiteurs sur le site web proviennent de la région Grand Est et Île-de-France

On note également une baisse des consultations sur ordinateur (-11%) et tablettes (-14,6%) mais une augmentation sur mobile (+10,5%)

LES 5 PAGES LES PLUS LUES



Les brochures
119 811 consultations



Agenda
23 138 consultations



La magie du lever
des grues cendrées
16 241 consultations



Le Lac du Der
en Champagne
13 528 consultations



Hébergements
13 280 consultations

Réseaux sociaux



Facebook
15 026 abonnés
186 publications



Instagram
1 446 abonnés
16 publications



PUBLICATIONS FACEBOOK LES + POPULAIRES

Feu d'artifice (04/07) - 172 321 personnes atteintes

Fermeture de la plage de Braucourt (26/07) - 138 137 personnes atteintes

Record du comptage de Grues cendrées (post 04/11) - 83 583 personnes atteintes

WiFi territorial



10 924 connexions
à Giffaumont-Champaubert



1 492 connexions
à Vitry-le-François



89 connexions
à Saint-Dizier

Total de
connexions
12 505

Avis en ligne

Facebook - 26 avis - Note 4,8

My Business - 126 avis - Note 4

TripAdvisor - 12 avis - Note 4

LA PROMOTION GRAND PUBLIC

L'Office de Tourisme a représenté la destination Lac du Der en Champagne lors de salons touristiques grands publics.

Des opérations de promotion auprès des journalistes et des blogueurs ont également été menées au cours de l'année.



24
jours
de salon

4
jours
de salon
pro avec des
journalistes
et blogueurs



LES RELATION PRESSE ET MÉDIA

Au cours de cette année 2019, l'Office de Tourisme du Lac du Der en Champagne a réalisé de nombreux accueils presse (journalistes, blogueurs etc.). Des médias locaux, régionaux, nationaux mais aussi internationaux ont également mis en valeur la destination grâce à des reportages ou des articles relayant les atouts et les animations de la région. Cette visibilité accrue de la destination a aussi été permise grâce au soutien de l'Agence de Développement Touristique de la Marne, La Maison du Tourisme de la Haute-Marne ou encore l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est.



Télévisions

- **TF1** - JT 13h - Reportage sur les Grues cendrées
- **France 3** - Météo à la carte
- **Voyage** - Sur les routes mythiques de France (diffusion 2020)
- **France 3** - Tournage de la Carte aux Trésors (diffusion 2020)
- **France 5** - Tournage les 100 lieux qu'il faut voir (diffusion 2020)
- **TV Saarbrücken (ARD)**
- **Puissance TV**



Radios

- **France Bleu**
- **RCF**
- **Active Radio**



Journaux / Magazines

- **L'Union**
- **JHM**
- **La Voix de la Haute-Marne**
- **L'Est républicain**
- **Option Auto** - Road Trip au Lac du Der
- **Notre Temps**
- **Kampeerauto** - Magazine néerlandais à destination des camping-caristes.
- **Living France** - Magazine britannique à destination des résidents qui souhaitent déménager et vivre en France.
- **Urban TV** - Dossier spécial 12 pages
- **Balades, le magazine rando - MDT 52**
- **Le Chêne Vert**
- **Saint-Dizier Der et Blaise Mag**
- **Vitry Mag**



BLOGUEURS

- **Rencontre le Monde**  Lire l'article
- **Amoureuse de voyage**  Lire l'article
- **Vio vadrouille**  Lire l'article
- **Ti Piment**  Lire l'article



Le tournage de l'émission a eu lieu le 23 septembre 2019 et sa diffusion s'est déroulée le 22 avril 2020. **3 millions de personnes** ont regardé l'émission. 2,3 millions le soir de diffusion et 700 000 en replay. **3 posts Facebook** sur la page Lac du Der en Champagne ont atteint **90 000 personnes** et générés **50 000 interactions**. À la suite de l'émission, **1 770 personnes** ont consulté le site web du Lac du Der en 1 journée.

PARTENARIATS ET OPÉRATIONS PUBLICITAIRES

Les opérations publicitaires sur l'année 2019 ont eu pour objectif de cibler les habitants de notre territoire mais aussi la population du Grand-Est et ses grandes agglomérations (Reims, Nancy, Metz). La campagne d'affichage dans le métro de Paris a permis également de toucher la clientèle de l'Île-de-France.

Le profil type ciblé lors de ces campagnes publicitaires est la famille intéressée par les activités de plein-air et les balades dans la nature et les grands espaces.

Les animations de l'automne ont également été mises en avant lors de certaines opérations de communication. Il faut noter également la présence de nos partenaires institutionnels tels que l'Agence de Développement Touristique de la Marne, La Maison du Tourisme de la Haute-Marne ou encore l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est qui ont été à nos côtés pour ce type d'opérations de communication.



Campagne pub dans le métro de Paris

15 552

affichages sur écrans numériques

167

affichages faces couloir

3

millions de personnes exposées

Achat d'espaces publicitaires

► Presse Quotidienne régionale

Suppléments Printemps / Été

- L'Union

- JHM

- La Voix de la Haute-Marne

► Télévisions locales

- Canal 32 : « C'est déjà l'été », spot publicité au mois de juillet et août sur les activités et les marchés.

- Puissance TV : reportages + spots TV durant l'été

► Presse

- Magazine Géo spécial escapades en France (mai 2019)

► Numérique

- Contenu sponsorisé sur Facebook avec une redirection sur le site web

1 480 000 vues pour 9 600 clics

Opération pacte de destination

► Campagne de notoriété

- Posts sponsorisés sur les réseaux sociaux Facebook et Instagram. Du 07/08 au 30/09 avec comme cible l'Île-de-France, le Grand Est, les Hauts-de-France et la Belgique.

3 900 000 vues et 75 000 clics sur la page Lac du Der du site web lachampagne.com.

- Bannière sur le site internet Cirkwi Visibilité importante en Belgique

► Sets de table

- **15 000 sets** de table distribués dans les restaurants de Nancy et son agglomération

► OUI.SNCF

- Article dédié au Lac du Der dans la rubrique la Champagne avec habillage du site web et envoi d'une newsletter.

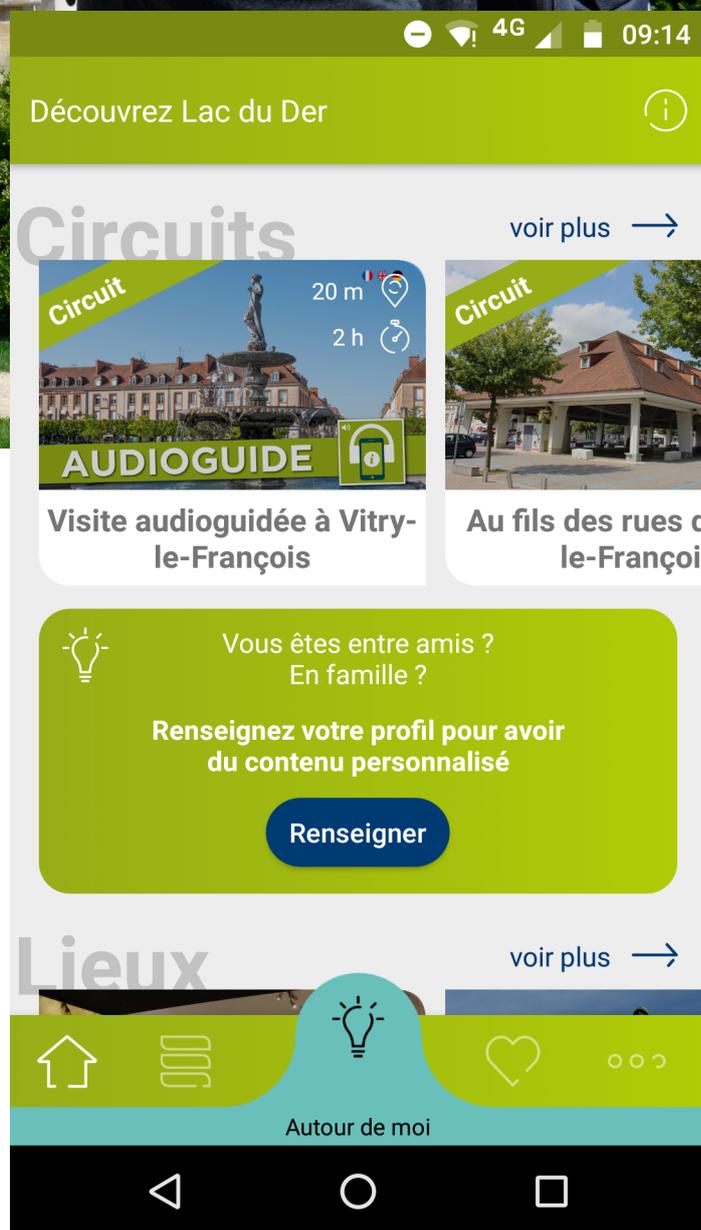
16 568 clics sur la page Lac du Der du site web lachampagne.com.

APPLICATION IDVIZIT



L'application IDVizit permet de proposer aux visiteurs des idées de balades et de découvertes selon plusieurs paramètres comme leur géolocalisation, la météo, leur profil (famille, couple etc.) ou encore le temps dont ils disposent. L'Office de Tourisme avec l'aide de l'Agence de Développement Touristique de la Marne est entré dans ce dispositif à la fin de l'année 2019. Dès lors, plusieurs circuits touristiques et lieux de visite ont été intégrés dans cette application qui va continuer de se développer durant l'année 2020.

Cette application est disponible sur l'App Store et le Play Store.





ÉVÈNEMENTIEL

ÉVÈNEMENTIEL

Au cours de l'année 2019, l'Office de Tourisme a organisé plusieurs événements en partenariat avec des associations locales mais aussi des acteurs économiques du territoire. Plusieurs expositions se sont déroulées dans les locaux des bureaux d'informations afin de mettre en valeur les talents locaux. L'Office de Tourisme s'est aussi engagé à devenir partenaire de grands rendez-vous incontournables et de grande envergure. Des partenariats qui se sont généralement matérialisés par une aide logistique ou une présence physique afin de promouvoir la destination touristique.

Évènements



Festibière
20 Avril



Festival du vélo
1^{er} juin



Fête de la musique
21 juin
2 concerts sur la station nautique



Animations plages
Juillet et août
avec Bubble Foot et Imperial Paintball



Boutique éphémère
Juillet et août
Producteurs et artistes (peinture) locaux.
90 références de produits



Marchés nocturnes
Juillet et août
25 exposants, producteurs et artisans locaux + animations musicales et feux d'artifice



Concert Tribute to Hallyday
3 août



Journées Européennes du Patrimoine
21 et 22 septembre



Fête de la Grue
Du 19/10 au 27/10
Une semaine d'animations autour de l'oiseau emblématique du Lac du Der



Marathon du Der
apport dans la communication (photos + newsletter)

Festival Musical'Été à Saint-Dizier
Présence du Casino JOA dans le village du festival

© les contributeurs du projet Vitry-le-François à travers le temps

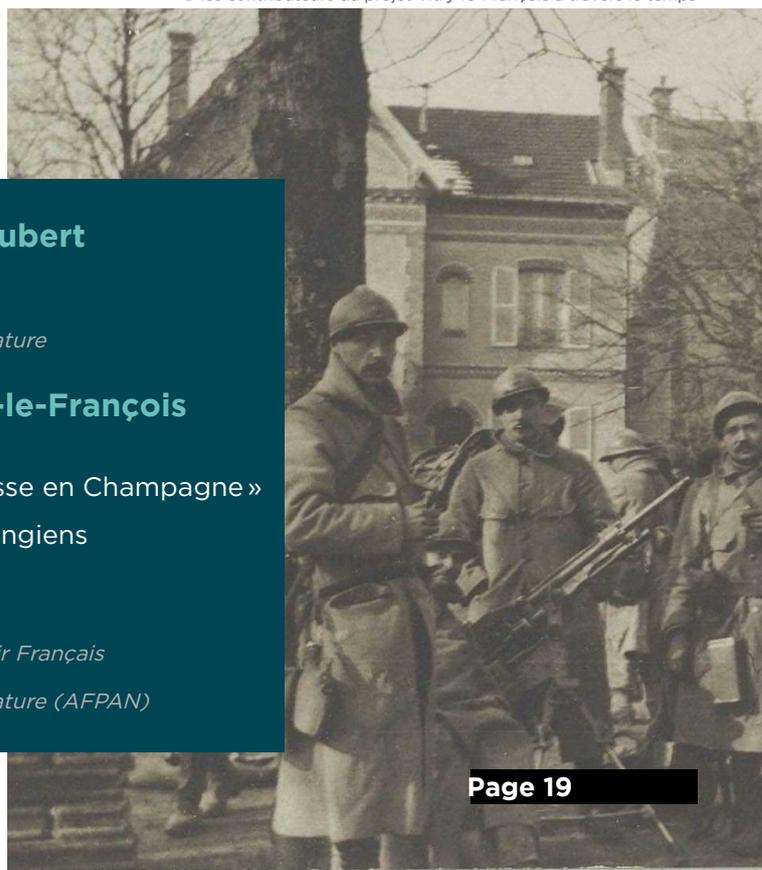
Expositions

À l'Office de Tourisme, à Giffaumont-Champaubert

- Peintures de l'Atelier des Grands Lacs
- Photos du Collectif des photographes du Der
dans le cadre du Festival International de la Photo Animalière et de Nature

Au Bureau d'Information Touristique de Vitry-le-François

- Photos du D'Clic Vitryat - Le pays vitryat au 4 saisons
- « 1916 parcours et destins du corps expéditionnaire russe en Champagne »
Organisée par le département de la Marne et le Souvenir Français
- Ponthion, histoire d'un palais royal au temps des Carolingiens
Organisée par l'Association Ponthion Le Palais perdu de Charlemagne
- L'Histoire du Tour de France
Organisée par M. Bernard Sartori - historien local
- « Chienne de Guerre »
Organisée par les Archives Départementales de la Marne et le Souvenir Français
- Photos du Concours Jeunes Photo Nature 2013
dans le cadre du Festival International de la Photo Animalière et de Nature (AFPAN)





L'ANIMATION DU RÉSEAU DES SOCIO-PROFESSIONNELS

L'ANIMATION DU RÉSEAU

L'Office de Tourisme organise au fil des années des rencontres et réunions de travail afin d'associer les prestataires aux réflexions et travaux de l'association.

Adhérents

282

adhérents en 2019

Répartition des partenaires :

- 120** hébergements touristiques
- 50** activités de loisirs, visites et patrimoine
- 43** commerces, terroir et artisanat
- 34** restaurants
- 16** associations/animations locales
- 19** sympathisants

Grands rendez-vous

Le 13 mars 2019, l'Office de Tourisme a également co-organisé avec l'ART Grand Est, dans le cadre du programme Compétences Tourisme, un **Digital Day**.

Cette journée s'est déroulée dans les locaux de l'Office de Tourisme et a été animée par Jérôme Forget de Guest & Strategy.

Nos partenaires ont pu repartir avec des pistes de réflexion concernant le développement de leur visibilité sur le web et les méthodes de commercialisation.

Nos principaux rendez-vous de l'année ont bien entendu été renouvelés et notamment :

- Le lancement de saison
- L'assemblée générale
- Le bilan de saison
- Les visites chez nos adhérents
- Un éductour
- Les pots de bienvenue

Communication

Le lancement de notre nouveau site web a été relayé auprès de nos partenaires. 1 newsletter a été envoyée pour présenter ce nouvel outil. Par la suite, des communications régulières ont été adressées aux prestataires afin qu'ils puissent mettre à jour leurs données via le système Votre Information Touristique, déployé par l'ADT Marne.

Enfin, notre groupe Facebook **Presta'Der** lancé en 2018 a permis de continuer à fluidifier l'échange d'informations avec l'ensemble du réseau des adhérents à l'Office de Tourisme.



Labels

L'Office de Tourisme participe aux côtés des partenaires institutionnels à la valorisation des labels sur notre destination.





LES GRANDES TENDANCES DE L'ANNÉE

LES TENDANCES 2019



1 200 000
journées visite



321 500
nuitées pour **210 000**
personnes logées



5 000
lits marchands



31 500
lits résidences
secondaires

Impact économique et social



26 millions d'euros

de retombées directes et indirectes liées aux séjours marchands et non marchands

9,6 millions d'euros

de retombées directes et indirectes liées à la clientèle à la journée



600

emplois équivalents
temps plein

Chiffres clés



87 050
personnes sur les plages
142 960 en 2018



66 746
personnes ont fait
le tour du lac à vélo
70 654 en 2018

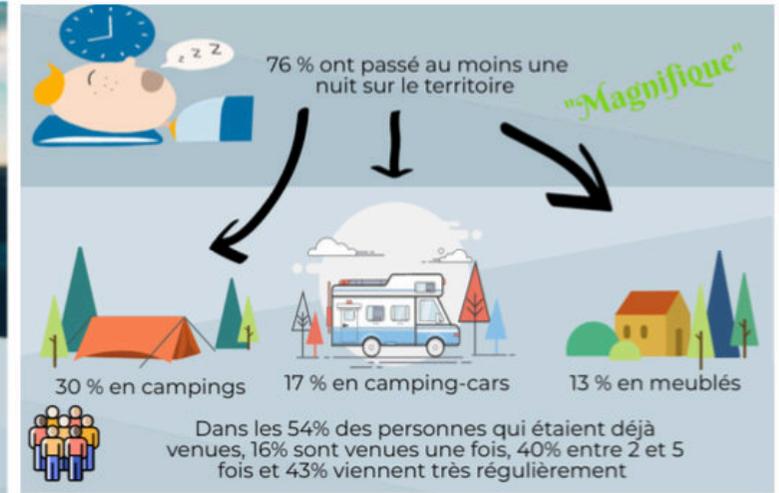
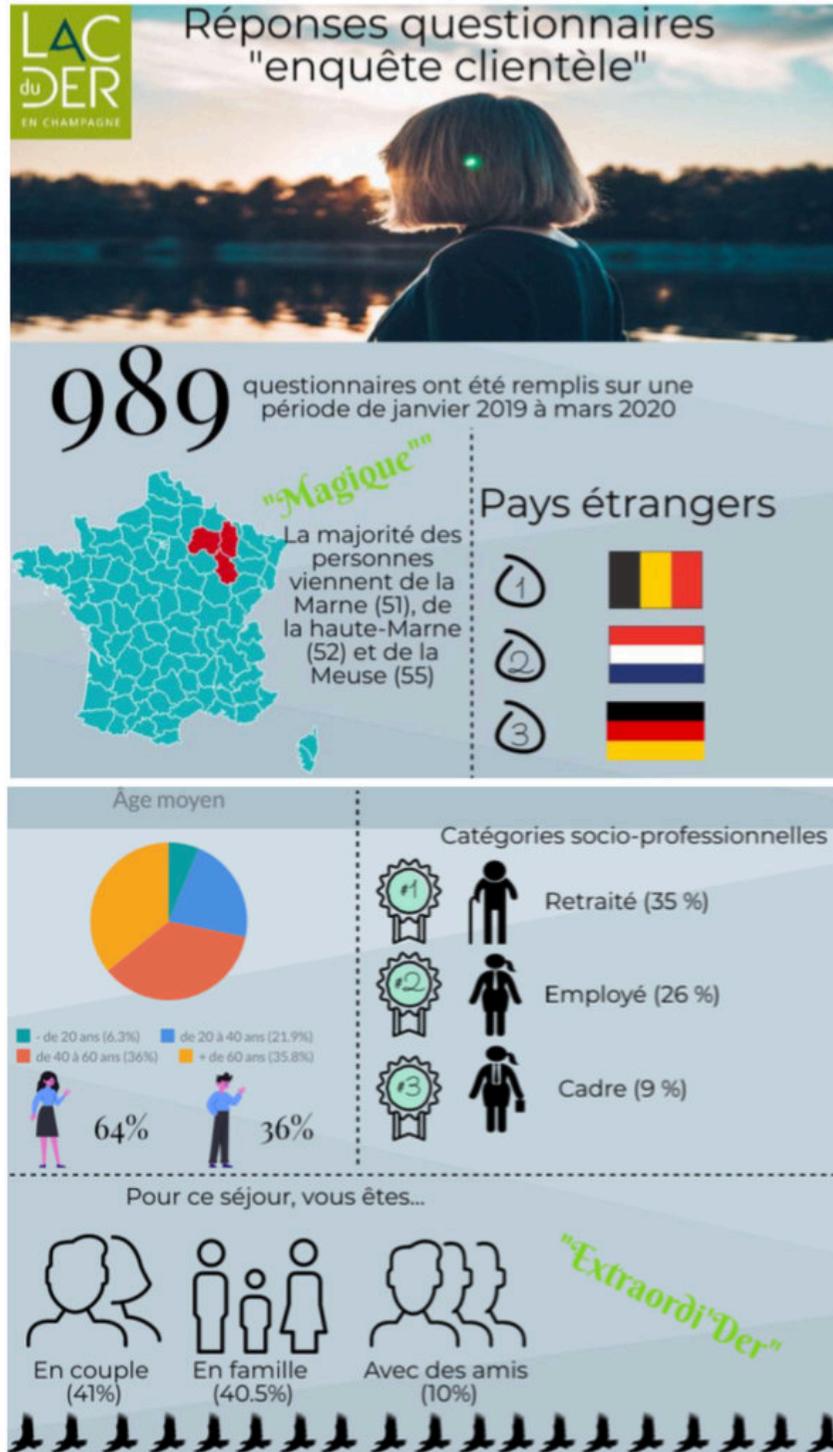


Un comptage routier a été effectué sur la Station Nautique durant les mois de juillet et août 2019. Au total on dénombre **120 135** véhicules entrants soit **360 500** personnes en moyenne.

ANNEXES

ENQUÊTE CLIENTÈLE

Afin d'affiner le profil de notre clientèle, nous avons réalisé en 2019 une grande enquête permettant de mieux connaître nos visiteurs mais également leurs attentes et la perception qu'ils ont du Lac du Der. Les résultats vous sont présentés dans ces annexes.



"Très propre, très grand, sauvage et accessible"

Office de tourisme

82% des personnes sont passées à l'office de tourisme

3% sont venus pour réserver une visite guidée

16% sont venus pour acheter dans la boutique



95% sont venus pour des informations

"Un lieu merveilleux d'eau et de lumière"



"Détente"

Les activités le plus pratiquées...



Détente, repos : 59%



Balade à pied, randonnée : 66%

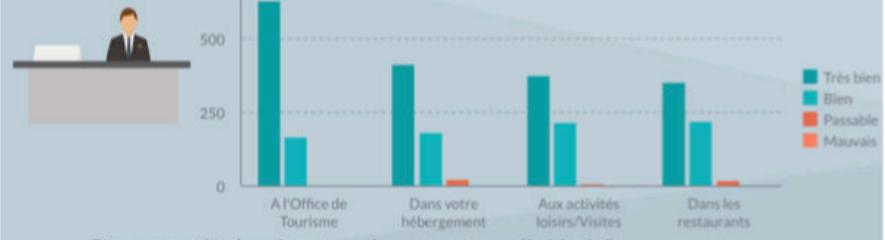


Visites du patrimoine : 44%

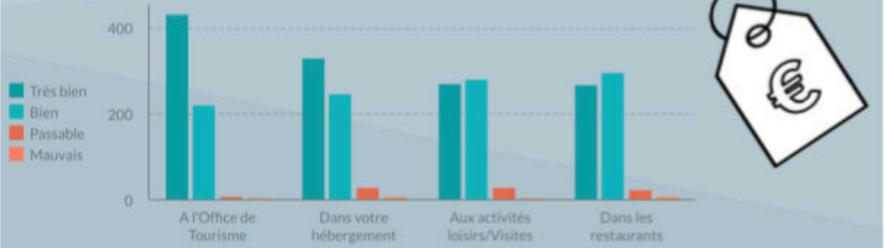
Qu'avez-vous pensé de l'accueil qui vous a été réservé ?



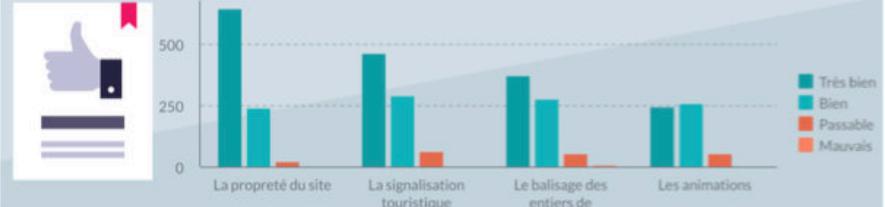
Qu'avez vous pensé des services qui vous ont été proposés ?



Comment évalueriez-vous le rapport qualité/prix ?



Pouvez-vous nous donner votre avis sur :



Ce qui vous a le plus plu...

"Le patrimoine"

"Le calme et la tranquillité"

"Les chemins de randonnées et les pistes cyclables"

"Le respect de la nature, ce qui contribue à une bonne observation des oiseaux"

Ce qui vous a le plus manqué...

"Des commerces de proximité"



"Le soleil !"



"Grand manque d'animations"



Suggestions d'améliorations...

"Développer les commerces aux alentours (notamment pour le pain)"



"Plus d'animations autour du Lac"



"Aucune amélioration, tout était parfait"



"Améliorer le balisage des pistes cyclables et sentiers de randonnées"

