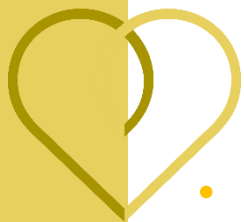


PLAN D' ACTIONS 2025

12 DECEMBRE 2024



UNE SAISON EN OR POUR LE TOURISME!






- De mai à fin août 2024: 380 000 nuitées (+3% VS 2023) sur le territoire Epernay en Champagne , dont 270 000 nuitées de touristes internationaux (+10% VS 2023): 71%
- Top 5 des clientèles internationales



Source: Orange FluxVision – ADT de la Marne - ART Grand Est

- Fréquentation touristique de l'OT (+33%)

Du 01/01/24 au 30/11/2024

35 538 Visiteurs   31%  10 933 Français
 69%  24 605 Internationaux

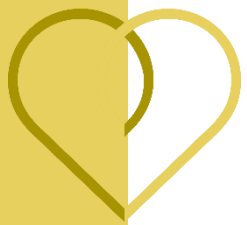
- Top 5 des clientèles internationales



Source : Tourinsoft – OT Epernay en Champagne



©Commune du Mesnil-sur-Oger – Clos Saint-Vincent

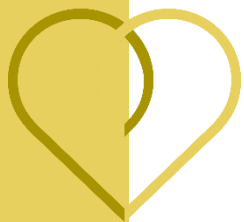


UNE ACTUALITÉ ÉVÈNEMENTIELLE RICHE EN 2025

- **Des évènements impactants :**
 - Avec les 10 ans de l'inscription sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO ;
 - Avec les 10 ans de la véloroute de la Vallée de la Marne ;
 - Avec les 25 ans d'Habits de Lumière ;
 - Avec les 30 ans d'Esprit de Champagne ;
 - Avec les 100 ans de l'avenue de Champagne.
- **Vers un effet « différé » des JO/JP :** Paris a fait rayonner le sport autant que le sport a mis en lumière le patrimoine historique, culturel et artistique de la capitale française. Ce rayonnement de la France dans le monde entier aura des « effets différés », sans compter la réouverture en décembre de la cathédrale Notre-Dame de Paris, qui sera un « aimant » pour attirer des visiteurs du monde entier.



Notre destination doit profiter de ces opportunités pour générer plus de retombées sur notre territoire!



PROJET DE PLAN D' ACTIONS 2025

Enjeu 1 : Contribuer à la transition écologique de la destination – Tourisme de Plein Air

Enjeu 2 : Développer la fierté des habitants

Enjeu 3 : Accompagner les partenaires de notre destination - Communication

Enjeu 4 : Accompagner les partenaires de notre destination - Digital

Enjeu 5 : Mieux accueillir nos visiteurs

Enjeu 6 : Accompagner les partenaires de notre destination – Promotion Commerciale

Enjeu 7 : Accompagner les partenaires de notre destination

Enjeu 8 : Structurer l'Observation

Enjeu 9 : Accompagner les partenaires de notre destination – Événementiels



ENJEU 1 : CONTRIBUER À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE DE LA DESTINATION TOURISME DE PLEIN AIR

Réseau #Gourde friendly

Objectif : Cap « Zéro Déchet » 2030

Concept : Encourager l'utilisation de la gourde en lieu et place des bouteilles en plastique

Comment ? Référencer et cartographier les points **d'eau potable publics** et **les établissements** désirant accueillir les utilisateurs de gourde et valoriser leur démarche éco-responsable et innovante

Cibles : Bars, Restaurants, Boutiques / Boulangeries, Hôtels, Campings/
Prestataires touristiques
34 points d'eau potable publics recensés
+40 ambassadeurs partenaires #GourdeFriendly



Intérêt pour nos partenaires

- Valoriser l'image de l'établissement ;
- Générer du flux dans l'établissement ;
- Fournir des services complémentaires ;
- Répondre aux enjeux du marché.





ENJEU 1 : CONTRIBUER À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE DE LA DESTINATION TOURISME DE PLEIN AIR

L'itinérance douce à Epernay Agglo Champagne



Quelques chiffres-clés :

Randonnée pédestre

- 16 boucles (bientôt 17) réparties sur 15 communes
- 138 km de sentiers balisés
- De 4 à 19 km pour des promenades en famille ou des randonnées sportives



Cyclotourisme

- 5 boucles
- 97 km de routes balisées
- De 7 à 30 km pour des durées et des niveaux de difficulté adaptés à un public le plus large possible



Randonnée équestre

- 4 boucles
- 80 km de chemins balisés
- De 7 à 38 km pour des balades de quelques heures ou des randonnées de plusieurs jours





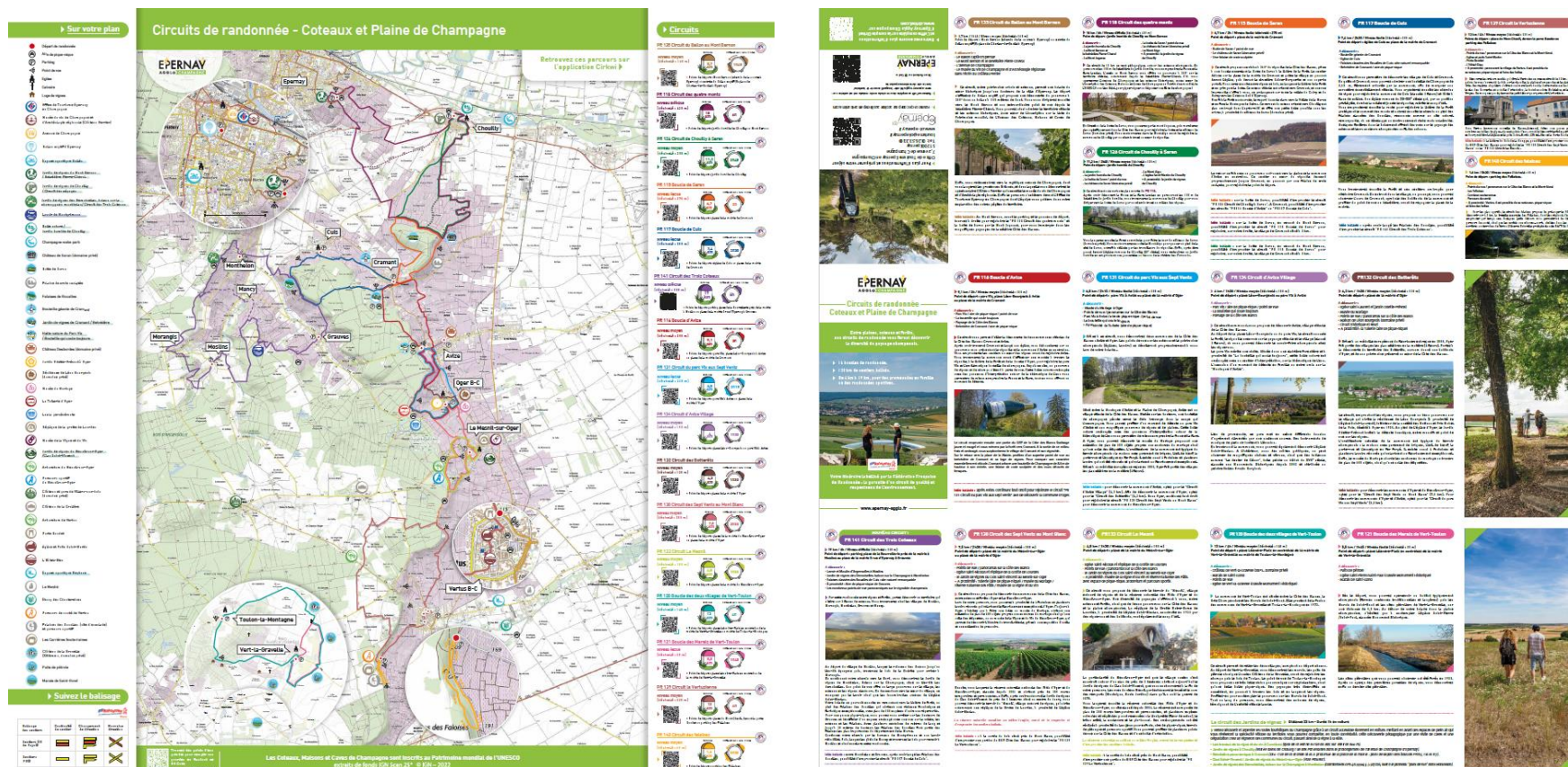
ENJEU 1 : CONTRIBUER À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE DE LA DESTINATION TOURISME DE PLEIN AIR

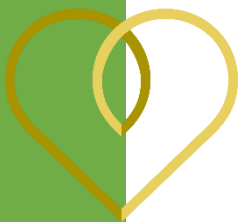
Topoguide de randonnée pédestre (document de travail)

En 2024 Ajout du PR 141 Circuit des Trois Coteaux avec ses points d'intérêts

En 2025 Ajout du parcours de Bergères-lès-Vertus

Mise à jour des descriptifs des circuits en tenant compte des nouveautés : nouvelles connexions entre les boucles / nouvelle étape sur le circuit des Jardins de vignes





ENJEU 1 : CONTRIBUER À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE DE LA DESTINATION TOURISME DE PLEIN AIR

Parcours de randonnée pédestre à Bergères-lès-Vertus

Parcours en cours de finalisation avec le CDRP



Deux pistes envisagées :

1. Parcours scindé en deux boucles :

- « Nord » : 6,7 km
- « Sud » : 7,7 km

2. Une seule grande boucle de 13,6 km.

→ *Parcours qui s'imbrique dans le maillage existant en reliant le PR 140.*



ENJEU 1 : CONTRIBUER À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE DE LA DESTINATION

TOURISME DE PLEIN AIR



RANDONNÉES PÉDESTRE

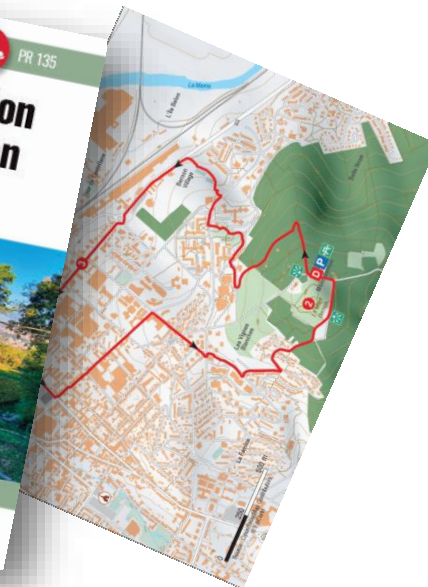
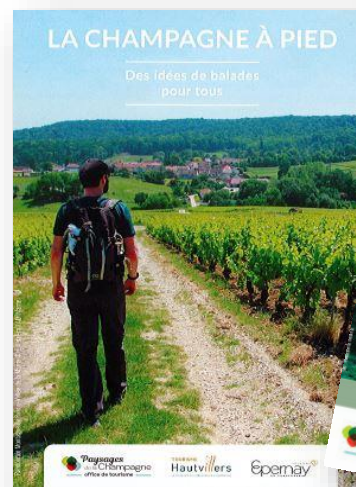


Paysages
de la Champagne
communauté de communes

Epernay
TOURISME
EN CHAMPAGNE



En soutien à l'Association Saint-Gond Archéologie et Patrimoine



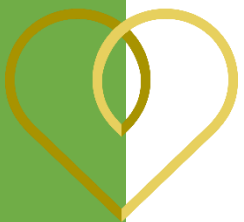
Topoguide La Champagne à Pied

Une sélection d'itinéraires « coup de cœur »
20 fiches en vente dans les 3 offices de tourisme.

Epernay
TOURISME
EN CHAMPAGNE

Paysages
de la Champagne
communauté de communes

TOURISME
Hautvillers
14 VILLAGES AU CŒUR DE LA CHAMPAGNE

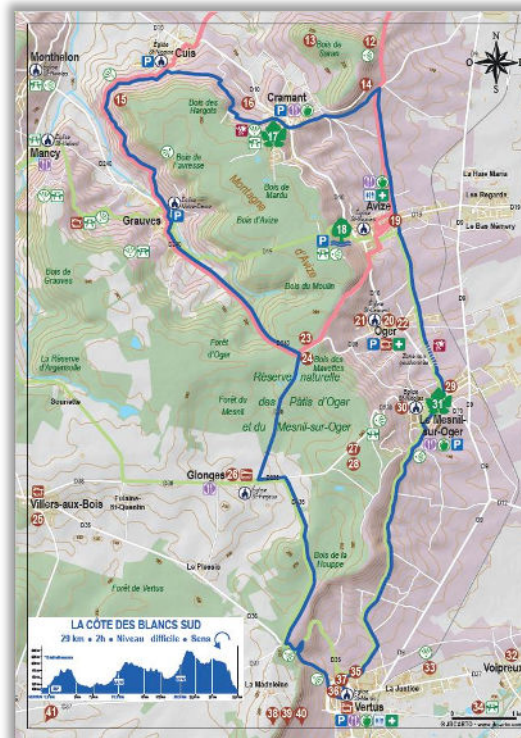
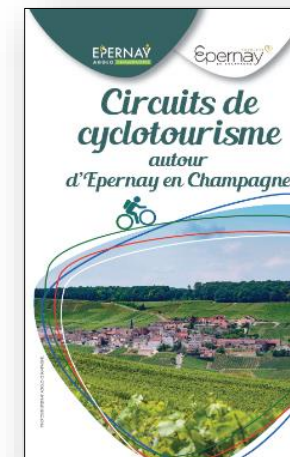


ENJEU 1 : CONTRIBUER À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE DE LA DESTINATION TOURISME DE PLEIN AIR

Fiches de présentation des circuits cyclotouristiques

Support de communication :

- Fiches de présentation, pour distribution à l'Office de Tourisme et dans les communes du territoire



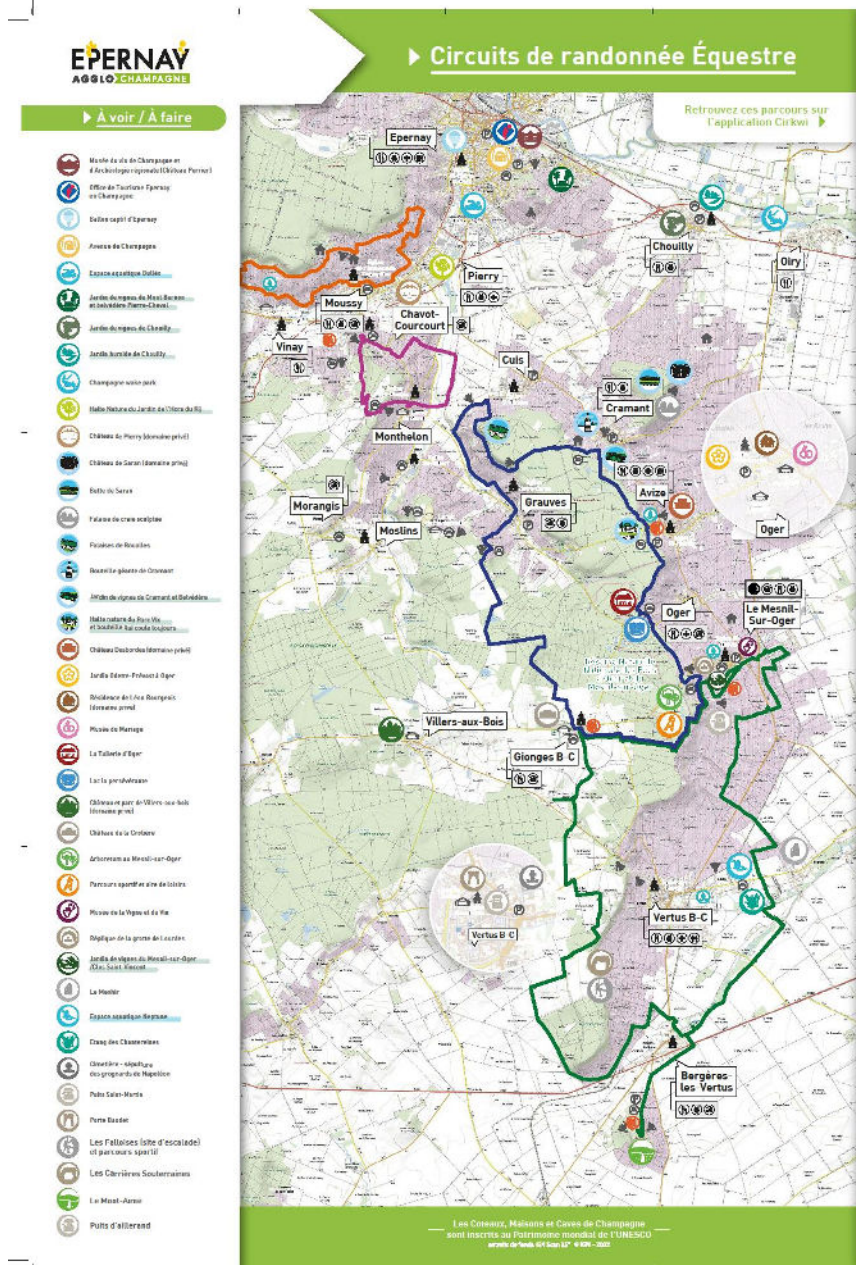
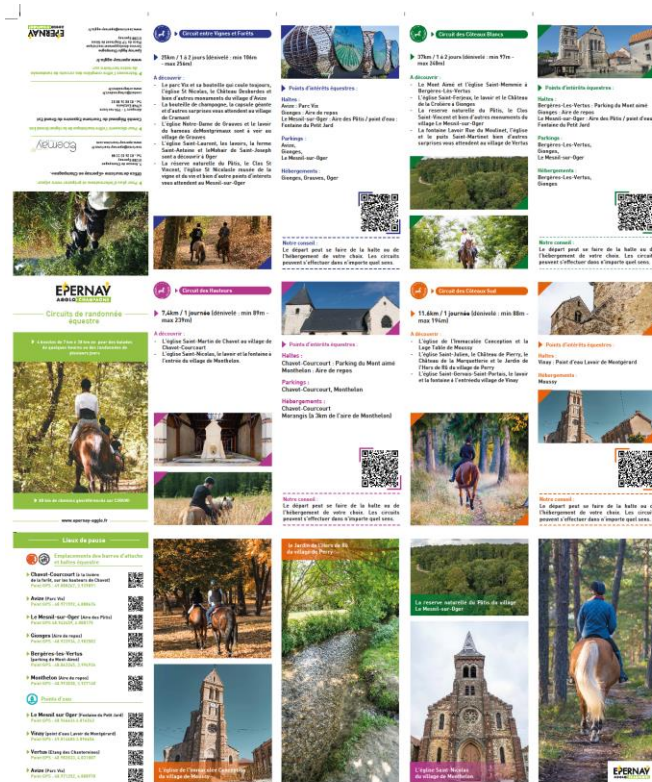


ENJEU 1 : CONTRIBUER À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE DE LA DESTINATION

TOURISME DE PLEIN AIR

Topoguide randonnée équestre

- Support de communication pour promouvoir les itinéraires équestres et les points d'intérêts touristiques et pratiques, également accessibles et disponibles sur  et 
- Livret disponible à l'office de tourisme et en ligne





ENJEU 1 : CONTRIBUER À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE DE LA DESTINATION TOURISME DE PLEIN AIR

Micro Aventure

Travail en cours avec l'Office de Tourisme Epernay en Champagne, et en lien avec l'ADT Marne, pour la création d'une micro-aventure sur le territoire.

Objectif : Créer un catalogue d'offres de micro-aventures en Champagne.



Vertige et effervescence : Une micro-aventure en Champagne



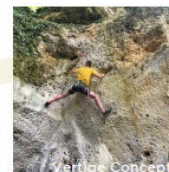
Une Micro-aventure ?

C'est séjour de courte durée (d'une demi-journée à un week-end) qui permet aux participants de sortir de leur quotidien à travers des séjours originaux, authentiques et dépaysants. Les micro-aventuriers sont à la recherche de pratiques durables qui leur permettent de sortir de leur zone de confort sans pour autant faire des milliers de kilomètres. Les micro-aventures se pratiquent le plus souvent avec un guide pour plus de sécurité et d'immersion.

Micro-aventure d'un week-end

Jour 1

- Arrivée en gare d'Epernay
- Transport en voiture électrique d'Epernay aux Falloise de Vertus avec la société XX
- Escalade avec un guide qualifié de Vertige Concept sur des voies de niveau débutant à expérimenté (3A à 7B)
- Pique-nique au pied des falaises avec des produits du terroir champenois proposés par le Relais du Vigneron
- Bivouac insolite en portaledge sur les falaises avec Vertige Concept



Jour 2

- Petit déjeuner au pied des falaises fourni par le Relais du Vigneron
- Balade vers Vertus (30 min) à travers la Côte des Blancs (PR 139; PR 140)
- **Expérience de la Bulle Verte au Relais du Vignerons :**
Balade à vélo dans les coteaux, découverte du terroir et de ses produits
Déjeuner au restaurant Terre de Craie avec des produits locaux et de saison
Dégustation commentée de plusieurs cuvées au domaine Charles Pougeoise
- Retour en gare d'Epernay en voiture électrique



Ne pas jeter ce document sur la voie publique



ENJEU 1 : CONTRIBUER À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE DE LA DESTINATION TOURISME DE PLEIN AIR

1^{ère} route bas carbone en Champagne et dans le Grand Est : Un territoire d'expérimentation !

- Des expériences immersives pour nos habitants et nos visiteurs français et internationaux.
Un outil d'animation de la Route Touristique du Champagne
- Auberge de Saint Fergeux à Gionges, Le Relais du Vigneron à Vertus Blancs-Coteaux, Champagne Piot-Sevillano à Vincelles, Champagne Météyer Père et Fils à Trélou-sur-Marne et l'Office de Tourisme Epernay en Champagne.

Objectifs 2025 :

- **Poursuivre le développement** de la Route avec de nouvelles Bulles Vertes ;
- **Proposer des solutions d'itinérance touristique avec des logiques de porte d'entrée du territoire** : gare, location de véhicules électriques avec des rencontres, consommation avec mise en avant de produits locaux, rencontre artisans,... ;
- **Commercialisation** : création de premiers séjours progressivement 0 carbone.



@explorationtranquille
www.la-bulle-verte.com



ENJEU 1 : CONTRIBUER À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE DE LA DESTINATION

TOURISME DE PLEIN AIR



👉 Vidéo à retrouver sur You Tube TourismeEpernay « Découvrez la Route Bas Carbone »

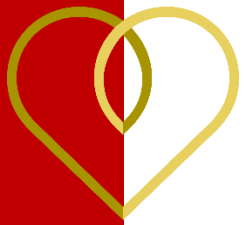




ENJEU 2 : DÉVELOPPER LA FIERTÉ DES HABITANTS

- **Foire de Châlons-en-Champagne ;**
- **Tendance Nature** à Reims;
- **Greeters**, valoriser les visites avec nos greeters locaux ;
- **Accueil d'expositions à l'OT** valorisant les artistes et les acteurs locaux pour permettre aux habitants de s'approprier leur OT ;
- **Export de l'OT sur le territoire** : présence sur des manifestations sur le territoire (La Balade qui Pétille à Grauves, Marché Artisanal d'Automne de Blancs-Coteaux, Virades de l'Espoir à Vélye...) pour accueillir les locaux mais aussi les visiteurs français et étrangers ;

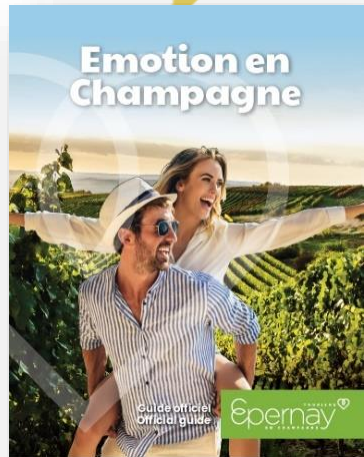




ENJEU 3 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION COMMUNICATION

Kit de communication partenaires

Avril
2025

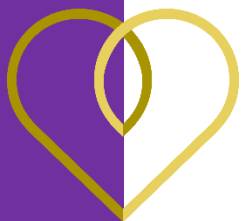


Nos éditions :

- Guide Emotion en Champagne
- Carnet de l'avenue, balade iconique
- Carte de la Route Touristique du Champagne
- Plan d'Epernay

Nos éditions thématiques

- Randonnée pédestre
- Randonnée à vélo
- Randonnée équestre



ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

Épernay
EN CHAMPAGNE

100% CHAMPAGNE DÉCOUVRIR PROFITER SÉJOURNER AGENDA **RÉSERVER**

GROUPE FR Q

PROMOTION EXCLUSIVE

Envolez-Vous Vers De Nouvelles Émotions

J'EN PROFITE

EPERNAY ET SES VILLAGES
AU CŒUR DE LA CHAMPAGNE

J'AI ENVIE TOUS ▼ AVEC TOUS ▼ **LANCER LA RECHERCHE**



ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

Poursuivre le développement de l'audience du site, créer de la cohérence entre le site et les réseaux sociaux.

Objectifs

- Offrir aux internautes une **plateforme de référence unique** pour découvrir Epernay en Champagne et ses villages de charme... et **planifier ses activités**
- Offrir à tous les partenaires une visibilité optimisée (fiches partenaires)

Ambition

- Un site mixte **inspirationnel et commercial** !
- Un **site vu et lu par Google** pour développer l'audience
- Un **site responsive**
- Editorialisation et personnalisation des contenus
- Mise en avant des **47 communes d'Epernay Agglo Champagne**

Commercialisation

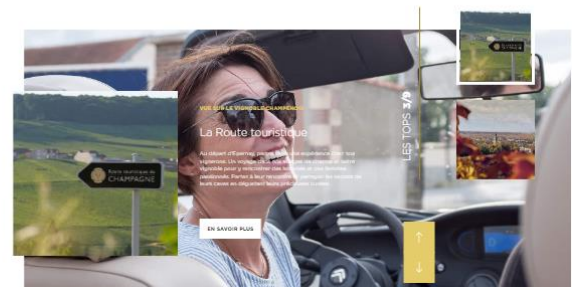
- Valorisation de la place de marché **Regiondo** connectée à **Explore Grand Est**

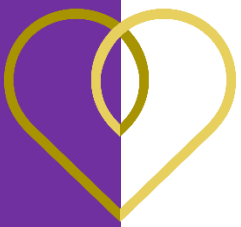


HABITS DE
LUMIÈRE 2022

Un rendez-vous incontournable de l'été à Epernay, au cœur du vignoble de la Vallée de la Marne, en Champagne, pour découvrir les traditions et les paysages de la région.

EN SAVOIR PLUS



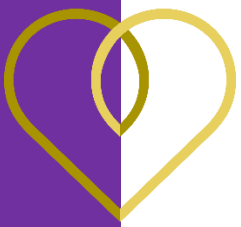


ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

Enjeu de la commercialisation

- Explore Grand-Est, la plateforme de commercialisation régionale :
 - + de 3000 offres publiées ;
 - + de 2000 prestataires inscrits.
- Regiondo, la plateforme de commercialisation déployée à l'échelle du département depuis 2020 :
 - Près de 2M€ de chiffre d'affaires ;
 - environ 160 prestataires.
- L'Office de Tourisme Epernay en Champagne :
 - 42 700€ de chiffre d'affaires ;
 - + de 40 prestataires ;
 - 130 offres.

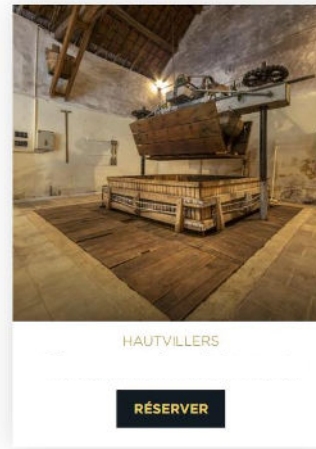
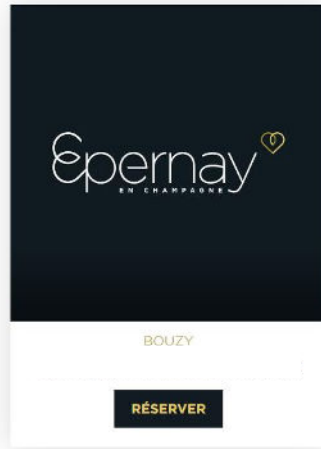
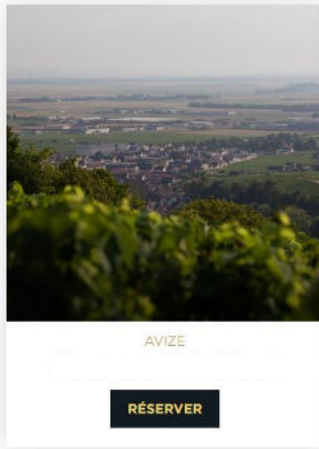




ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

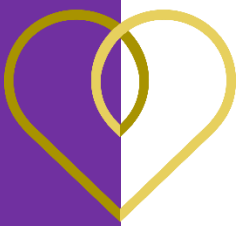
Attentes & besoins de l'Office :

- **Alimentez votre espace VIT**
(pour des informations et contenus à jour storytellés et des visuels inspirationnels)



Mettez en avant ce qui vous différencie !

- **Plan de notoriété, faire parler les sites de nos partenaires pour l'Office de Tourisme** pour augmenter l'indice de confiance sur Google (31/100) : une visibilité augmentée réciproque pour accéder à de meilleures positions sur Google ; « **le Netlinking** : c'est le bouche à oreille dans la vraie vie ! »
- **Incarner et humaniser la destination :**
Saison 2 - collection des Portraits Champenois !



ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

Attentes & besoins de l'Office :

Retour d'expérience :

« Je trouve un hébergement type airbnb à Fleury-la-Rivière, les hôtels d'Epernay étant tous complets. L'hôte, une femme adorable, me donne quelques consignes classiques pour préparer mon arrivée. Puis, d'un coup, elle m'envoie une liste de ses meilleures adresses et activités pour découvrir le territoire + le programme complet des Habits de Lumière en me redirigeant sur cette page !! »





ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

Ecosystème Global

Le Marketing est digital :

80% du parcours client est digital aujourd'hui (site & réseaux sociaux)

8 pers/10 qui viennent à Epernay sont passées par le site web et/ou les réseaux sociaux de l'OT Epernay en Champagne

- Vaisseau amiral de la destination : FR + GB et en 2025, version NL
- Nos réseaux sociaux sont en appui et alimentent notre site internet.

Le digital est fondamental !

Nouveauté : Rencontre Printanière : Rendez-vous des Pro's : astuces, clés...

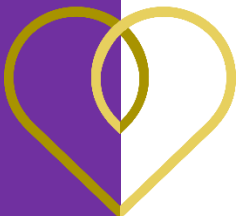
Objectif : améliorer vos performances sur votre propre site internet !

Date : 20 mars 2025

Concept :

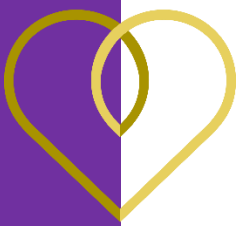
Une soirée à destination des professionnels sur les tendances du digital, partage de 10 conseils clés à appliquer chez vous pour assurer et renforcer votre visibilité.





ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

Site web	2023	2024
Nombre d'utilisateurs	167 420	273 791
Nombre de pages consultées	507 124	835 379
Nombre de sessions	216 999	357 816
Durée moyenne de la session	03:08	03:10
Taux de rebond	43,5 %	26,4%



ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – DIGITAL

Avis clients

Accroître votre visibilité grâce à la notoriété

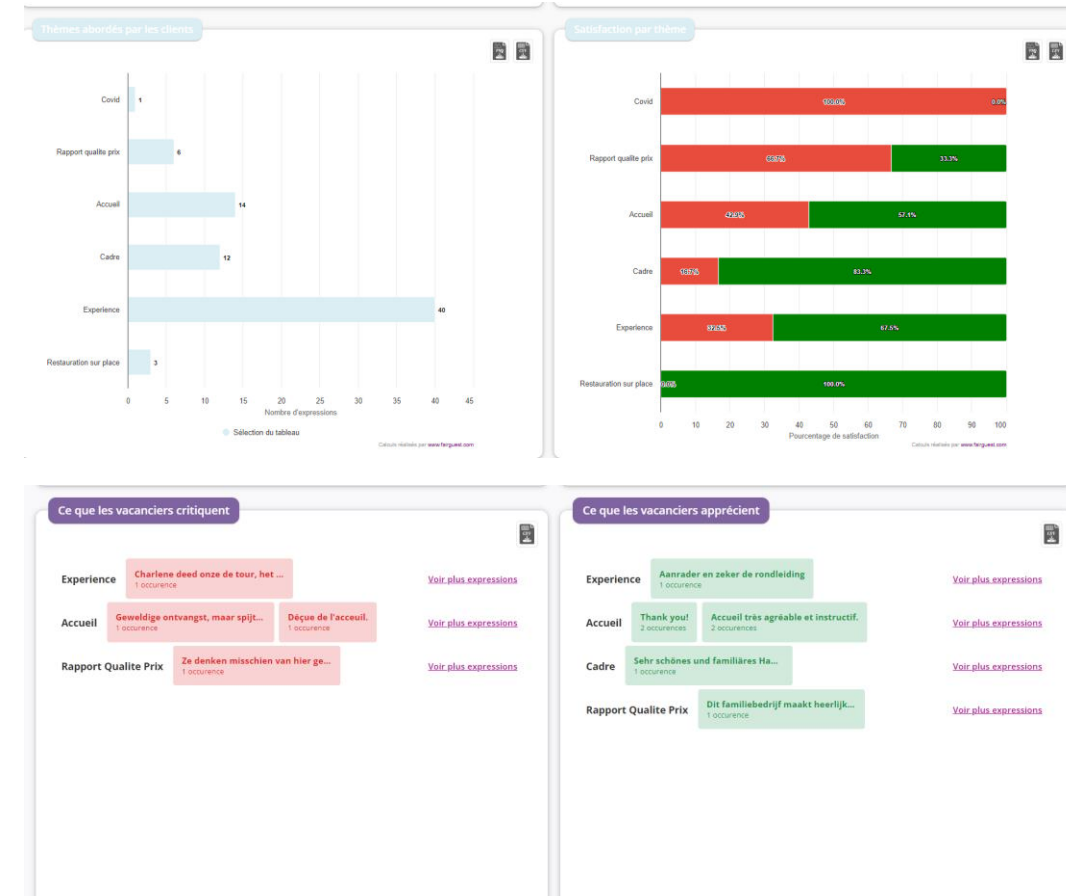
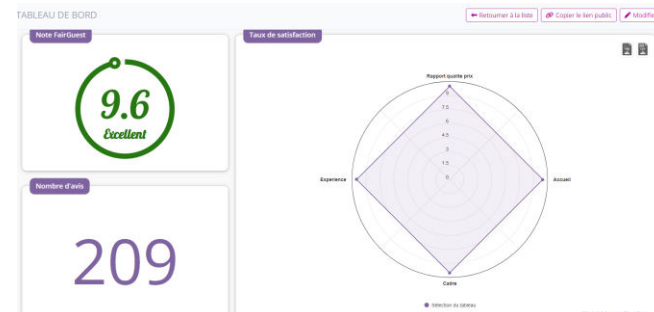
Les avis clients constituent votre e-reputation et influent les achats des internautes : une prestation avec une note moyenne élevée aura plus de chance d'être consultée et réservée.

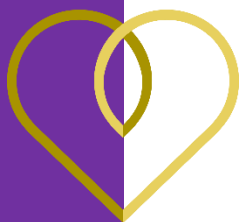
Les plateformes d'avis clients sont nombreuses...

Fairguest permet d'agréger les avis d'une vingtaine de plateformes et de calculer une note sur 10.

Sur une page activité du site web de l'office de tourisme, le visiteur retrouve :

- Note globale sur 10
- Répartition des avis de médiocre à excellent
- Lien vers les plateformes d'avis





ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

Les réseaux sociaux de l'Office de Tourisme sont dans une **bonne dynamique** !



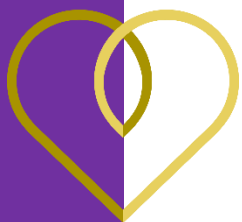
Objectif annuel	Résultat année 2024
+200 abonnés	+ 518 (14 356)
Min 6000 conversions vers le site internet	13 376

Facebook est un soutien fondamental pour notre site internet pour générer plus de trafic !

Besoins de l'Office :

Nous avons la capacité de vous rendre plus visible, plus lisible !

Ne pas hésiter à nous envoyer de belles photos de vos offres et de votre structure et de nous communiquer vos événements pour une meilleure visibilité ! (de façon anticipée)



ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

- La plateforme est devenue **le premier tour opérateur au monde !**
 - **1 voyageur sur 4** choisit sa destination en fonction d'Instagram qui héberge 600 millions de photos labellisées « voyage »
 - **46%** des utilisateurs utilisent Instagram pour choisir leur prochain voyage
- = augmenter nos efforts sur ce réseau fondamental dans le secteur du tourisme !



Objectif annuel	Résultat année 2024
+2 000 abonnés	+2 090 (8 981)
Taux d'engagement >3%	3,9 %

Besoins de l'Office :

Accélérez votre visibilité sur les réseaux sociaux de l'Office de Tourisme !

Ne pas hésiter à nous envoyer vos contenus/événements pour nous alimenter (**de façon anticipée**) !



ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

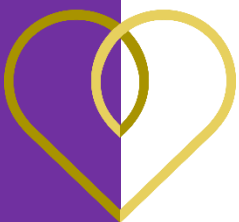
Notre communauté de professionnels ne cesse d'augmenter !

- 3085 (+34%) vs 2023
- Taux d'engagement : 35% (+10 points) vs 2023



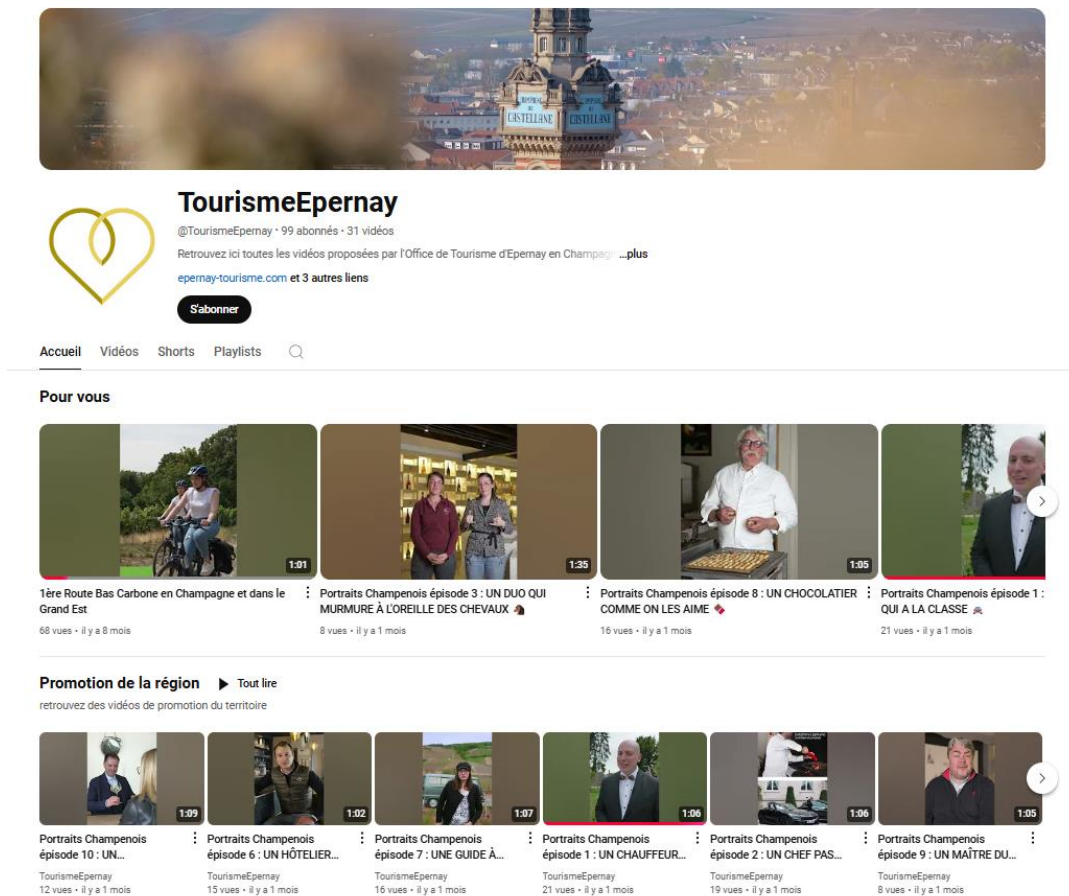
LinkedIn : parole aux réseaux de professionnels !

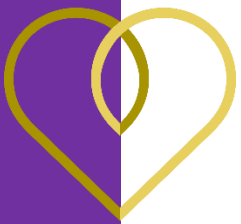
Rejoignez notre communauté LinkedIn pour tout connaître sur les actions de l'OT & sur le territoire !



ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

Une chaîne Youtube avec des vidéos immersives de la destination et de ses acteurs à votre disposition pour vos outils !



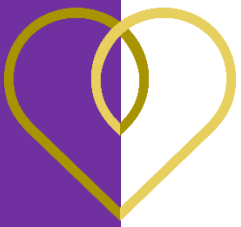


ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

Newsletters de l'Office de Tourisme : des outils à votre disposition !

- Une newsletter hebdomadaire « **Que faire ce week-end ?** » dédiée au grand public (version française)
- Une newsletter mensuelle dédiée à nos partenaires et aux professionnels

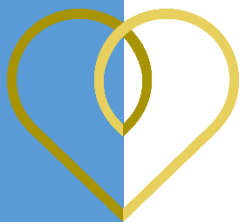




ENJEU 4 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION - DIGITAL

7 orientations majeures pour 2025

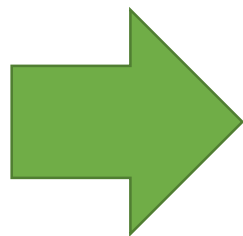
- ✓ Poursuivre le **développement de contenus** expérientiels, événementiels et insolites & **l'optimisation SEO des contenus** (référencement naturel) sur des requêtes fortes : week-ends en Champagne, l'événementiel sur le territoire (100 ans de l'avenue de Champagne, 25 ans d'Habits de Lumière, 10 ans de l'inscription à l'UNESCO) sur le site FR, GB et notre blog « Plan my trip ».
- ✓ **Installation du widget SNCF Connect**, pour **simplifier le parcours utilisateur & la réservation** vers notre destination (une réplique du moteur de recherche SNCF Connect)
- ✓ **Développement de la saison 2 de notre série « Portraits Champenois »** pour incarner et humaniser l'expérience sur notre territoire dans une logique d'Ambassadeurs d'Emotion !
- ✓ Poursuivre la stratégie digitale de 2024 et s'appuyer sur nos réseaux sociaux pour **générer du trafic sur notre site internet**. Accentuer nos efforts sur Instagram avec la mise en place d'une stratégie d'influence.
- ✓ **Améliorations & développements de notre site internet néerlandais**
Développement **de l'optimisation des contenus SEO** sur le marché néerlandais.
Faciliter le parcours clients avec le développement de contenus répondant aux requêtes des clientèles néerlandophones :
1^{ère} des clientèles étrangères : Pays-Bas (17,5%)
2^{ème} des clientèles étrangères : Belgique (16,7%)
- ✓ **Module gestion de la relation client : marketing automation**
- ✓ **Sobriété numérique**
Renforcer les pages qui performant, redimensionner et optimiser les photos pour limiter le temps de téléchargement des pages.



ENJEU 5 : MIEUX ACCUEILLIR NOS VISITEURS

Démarche Qualité

- En marche vers le nouveau label Destination d'Excellence – Nouveau pilier écoresponsable – Objectif France: 1^{ère} destination durable à l'horizon 2030
- Réunion du Groupe de Travail Qualité Destination: mise en œuvre d'un plan d'actions Qualité à l'échelle de l'OT et de la destination



Office de Tourisme Epernay en Champagne

4.5 441

N° 2 sur 113 à Épernay

Identifiant de page : 6782307



Office de Tourisme d'Epernay en Champagne

Site Web

Itinéraire

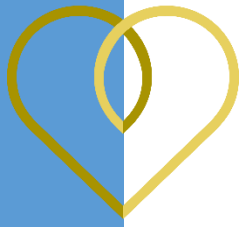
Enregistrer

Appeler

4,5 ★★★★★ 794 avis ⓘ

Office de tourisme

Epernay TOURISME
EN CHAMPAGNE



ENJEU 5 : MIEUX ACCUEILLIR NOS VISITEURS

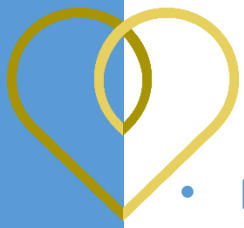
- Mieux conseiller grâce à nos routes thématiques ;
- Renforcer la présence des produits « **Made in Marne** » dans la **boutique de l'OT** pour accentuer la commercialisation et valoriser les produits en circuit court;
- Animation du réseau des **Greeters** pour des visites authentiques ;
- **Un OT qui s'exporte sur le territoire lors de manifestations** (la balade qui pétille à Grauves, le marché artisanal de Vertus ...)
- **Démarche Qualité**





ENJEU 5 : MIEUX ACCUEILLIR NOS VISITEURS

- Développement des **visites guidées** par l'Office de Tourisme avec nos 2 guides conférencières (Solange et Aurélie) :
- **1 heure au cœur de l'avenue** : Sur plus d'un kilomètre, déambulez dans cette avenue surnommée « Les Champs-Élysées de la Champagne », connue pour ses hôtels particuliers et ses impressionnantes façades. Sous vos pieds, plus de 200 millions de bouteilles de champagne dorment en attendant d'être dégustées. Le guide vous dévoilera des secrets et anecdotes qui ont fait la réputation de cette avenue historique, inscrite sur la liste du Patrimoine Mondiale de l'UNESCO.
- **Art & Champagne** : visite intégrant les œuvres du Festival Vign'Art à Epernay
- **Epernay Gourmand** : Partez à la découverte de la prestigieuse avenue de Champagne avec un guide de l'Office de Tourisme, qui vous fera découvrir son histoire et ses secrets. A la fin de la visite, une pause gourmande bien méritée vous attendra, dans une maison de champagne située sur la célèbre avenue. Vous pourrez déguster une flûte de champagne et savourer une spécialité locale à l'occasion de ce moment convivial, qui vous ravira les papilles !

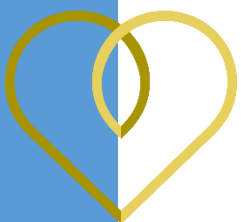


ENJEU 5 : MIEUX ACCUEILLIR NOS VISITEURS

- **Nouveauté** : activités à destination des familles
 - Visite guidée thématique pour la Saint Valentin, à l'occasion d'**Epernay Mon Amour**
 - Ateliers thématisés pour les enfants (Halloween, Noël, Pâques etc)



- Mise en place d'un escape game outdoor immersif et ludique pour les familles, en collaboration avec la Ville d'Epernay et l'Association Epernay Patrimoine – Printemps 2025
- Dès que Epernay sera **Ville d'Art & d'Histoire** : mise en place des modalités de **coopération entre l'OT et l'Animation de l'Architecture et du Patrimoine** ;



ENJEU 5 : MIEUX ACCUEILLIR NOS VISITEURS

EXPOSITIONS

De janvier à décembre 2025

Concept :

- Des expositions proposant des thèmes variés et des techniques multiples.

Objectifs :

- Promouvoir les artistes, artisans et partenaires du territoire.
- Promouvoir les savoir-faire, le patrimoine culturel, architectural, naturel, industriel...
- Susciter la curiosité d'un public local en l'invitant à venir à l'Office de Tourisme.
- Etre une vitrine pour des artistes extérieurs à notre région mais attachés à notre territoire.
- Développer les ventes.

Le programme :

- En janvier : exposition sur la Saint-Vincent d'Epernay avec l'Archiconfrérie
- Du 01.02 au 01.03 : Artistes divers à l'occasion d'Epernay mon amour
- Du 06.03 au 20.04 : Fady Ferhi, artiste peintre parisienne et champenoise de cœur
- Du 24.04 au 09.06 : Serge M, photographe angevin et visiteur régulier
- Du 13.06 au 27.07 : Marie Maïer, spécialiste en création et sparnacienne
- Du 31.07 au 14.09 : Julia Janisson, designer graphique et illustratrice rémoise
- Du 16.09 au 02.11 : Patrick Tisserand, artiste peintre grauviot
- En novembre & décembre : Exposition à l'occasion des Habits de Lumière



SergeM



Julia Janisson – Studio Junia



ENJEU 6 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – PROMOTION

Salons Grand Public France

EN ENVOL | Du 25 juillet
Aérodrome de Chambley au 3 août **2025**



Champagner Fest

- 11 au 13 avril 2024
- Ettlingen (Allemagne)
- En partenariat avec la Ville d'Epernay et Epernay Jumelages
- 7 partenaires Champagne





ENJEU 6 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION PROMOTION

Presse – Accueils de presse

Enjeu : Travailler l'image et l'attractivité de la destination en partenariat avec l'ADT Marne, l'ART Grand-Est et les OT's de la Marne. Faire rayonner la destination, la rendre plus visible et ainsi accroître sa notoriété.

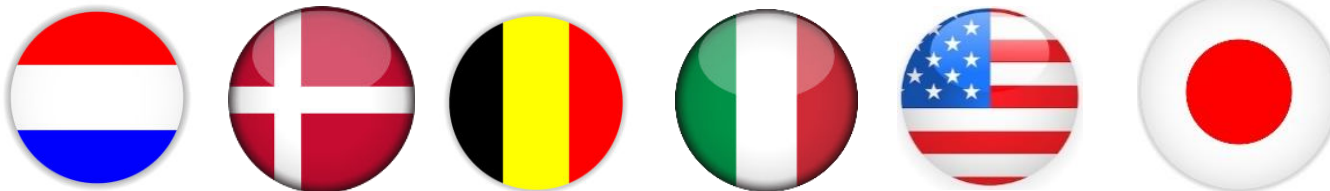
- Marchés cibles : Belgique, Pays-Bas, Grande Bretagne, Allemagne, Etats-Unis

Quel fonctionnement pour les accueils de presse ?

- En direct avec l'Office de tourisme Epernay en Champagne ;
- Mutualisés avec d'autres OT's de la Marne ;
- En soutien avec l'ADT de la Marne et l'ART Grand Est.

MERCI pour le soutien que vous nous apportez dans les accueils de presse

Pour mémoire en 2024 : 12 journalistes accueillis





ENJEU 6 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION PROMOTION

Presse – Accueils de presse

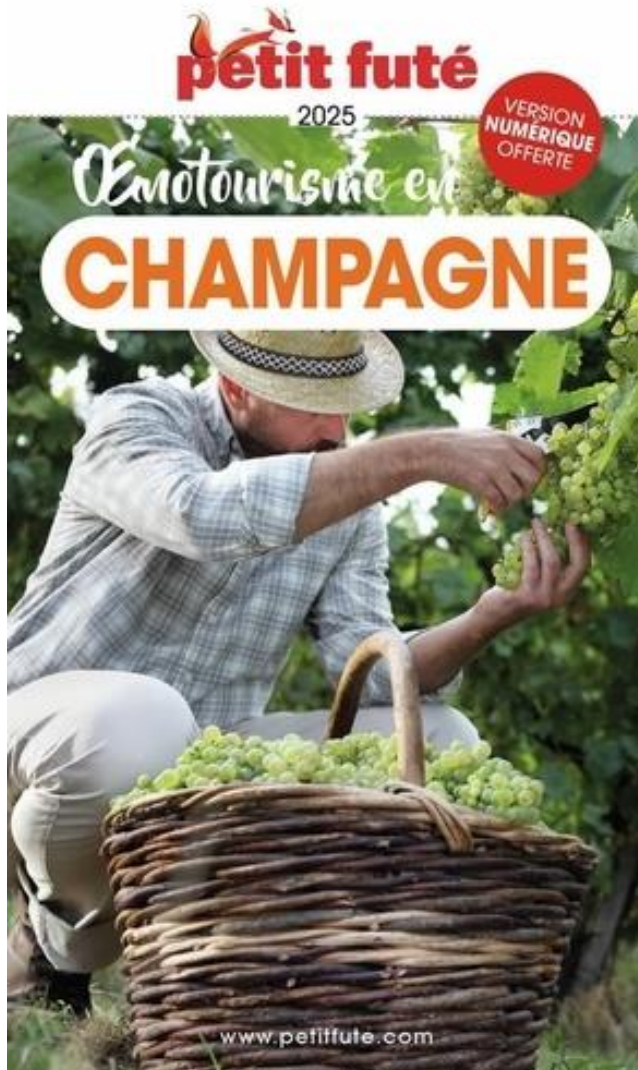
Accueils de presse pour l'année 2025

- **Projet de recrutement** d'une agence de presse commune sur la France en partenariat avec les OT's d'Hautvillers et des Paysages de La Champagne avec l'appui des fonds Leader.
- **Accueil de presse** selon demandes de la presse + développement d'accueils touristiques dédiés, notamment dans le cadre de notre année événementielle.
- **Accueil de presse international** dans le cadre des 25 ans des Habits de Lumières 2025.



ENJEU 6 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION PROMOTION

Presse – Parutions/Publi rédactionnel



- **Le Petit Fûté :**
Oenotourisme en Champagne 2025

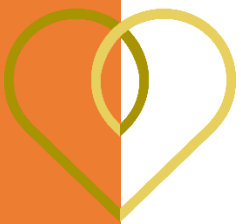


ENJEU 6 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION PROMOTION EVENEMENTIELLE

#Champagne Day – 24 Octobre 2025 - 2^{ème} Edition

Concept : Soirée d'exception avec une cuisine d'exception et des champagnes d'exception dans un lieu d'exception à l'Hôtel de Ville d'Epernay.





ENJEU 6 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION

Nouveauté 2025 : Workshop Rencontres Entreprises

Un événement pour renforcer les synergies locales en tourisme d'affaires

Concept : Rencontre entre nos partenaires et les entreprises de la région, organisée en collaboration avec l'ADT Marne, Reims Congrès, l'Office de Tourisme de Châlons-en-Champagne et l'Office de Tourisme d'Epernay en Champagne

Slogan : « Sans aller très loin, on peut se sentir ailleurs »

Date : Fin septembre 2025

Lieu : Reims

Participation partenaires : 150 €

Mobilisation de 5 partenaires au niveau d'Epernay en Champagne

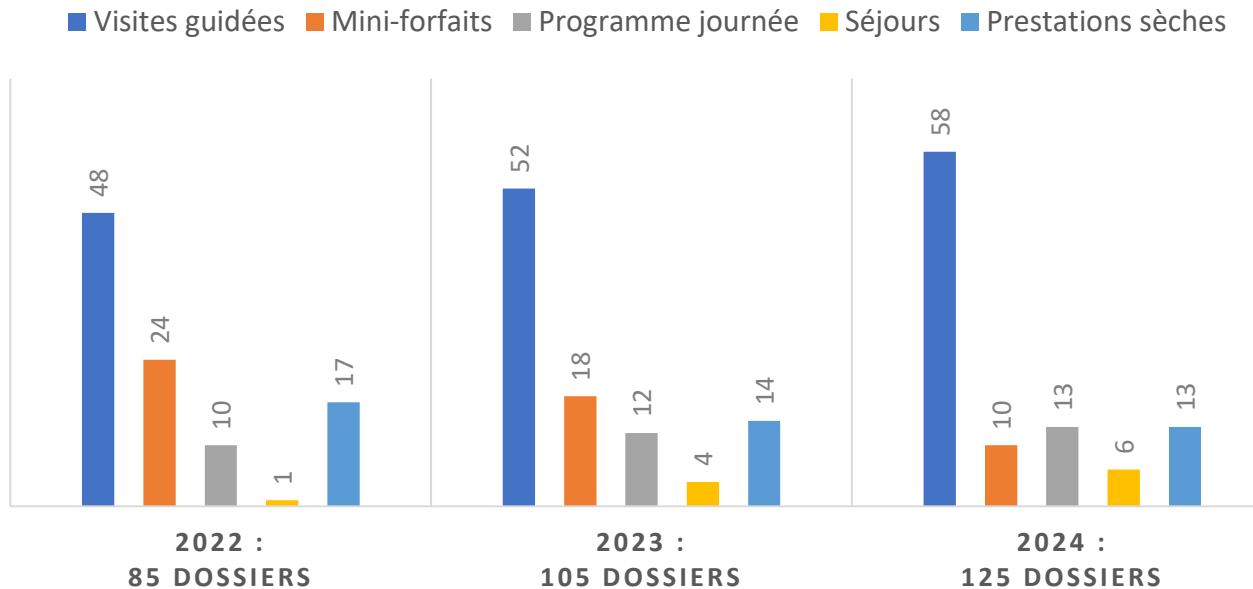
Inscription : Par mail, dans l'ordre d'arrivée

ENJEU 6 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION SERVICE GROUPES

Offre : Service proposé à des groupes constitués à partir de 10 à 15 pers.

Notre clientèle se compose de professionnels du tourisme (autocaristes et agences de voyages) - clubs – CE – groupes familiaux...

RÉPARTITION PRESTATIONS VENDUES EN %



Notre **service groupes** est à votre disposition et à la disposition de vos clients, si ces derniers recherchent **des activités complémentaires** à la vôtre pour la mise en place de leur journée / séjour.

Notre **e-brochure** (2025) est consultable sur notre site internet dans la rubrique « Groupes ».

ENJEU 6 : PROMOTION COMMERCIALE AUPRES DES PROFESSIONNELS GROUPES

3 marchés cibles :



- **Campagne mutualisée de prospection France avec une force commerciale externalisée**
Eductour sur le territoire prévu avec l'ensemble des partenaires Promotion-Services en novembre 2025

Embarquez pour un voyage ludique à travers l'histoire de la Champagne !



MUSEE DU VIN DE CHAMPAGNE ET D'ARCHEOLOGIE REGIONALE

EN SAVOIR PLUS

Découvrez la champagne autrement !



CAVEAU CHAMPAGNE LALLEMENT - PETIT TRAIN DES VIGNOBLES DE CHAMPAGNE

EN SAVOIR PLUS

Les douceurs champenoises, la puissance du partage



CHOCOLATERIE THIBAUT

EN SAVOIR PLUS

Des croisières commentées au cœur des vignes



BATEAU CHAMPAGNE VALLEE

EN SAVOIR PLUS

Prenez de la hauteur à bord du Ballon d'Épernay



BALLON D'EPERNAY

EN SAVOIR PLUS

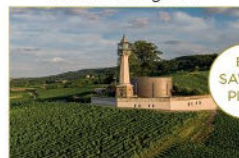
Là où le champagne prend tous ses sens



PRESSORIA

EN SAVOIR PLUS

Une visite pétillante au cœur du vignoble



PHARE DE VERZENAY

EN SAVOIR PLUS

Berceau des Princes, le bijou est à l'intérieur !



CHÂTEAU DE CONDÉ

EN SAVOIR PLUS

Bilan 2024 :

- **Flux prometteurs pour 2025 :** à l'échelle de l'Office de tourisme, + de 45 devis effectués au 09/12/24, avec un taux de concrétisation d'environ 20 %

- **Plateforme de distribution B2B France For Groups, opérée par Touren Service (plateforme Grand Est)**

Mise en ligne de nos prestations groupes : visites guidées pédestres et en autocars

- **Eductour ADT/OT, marché Royaume-Uni**

ENJEU 6 : PROMOTION COMMERCIALE AUPRES DES PROFESSIONNELS GROUPES

Multi marchés :



- **Pré-tour « Rendez-vous en France »**

27 au 30 mars 2025

- Avant le salon, accueil sur le territoire d'une délégation de TO, venant des Etats-Unis, du Canada, du Japon, de Taïwan et de Chine - partenariat avec l'ART GRAND EST.

- **Rendez-vous en France**

1^{er} et 2 avril 2025 – Lyon

- Pilote : Atout France en partenariat avec l'ART Grand Est
- 800 TO, 30 journalistes du monde entier et 70 pays représentés

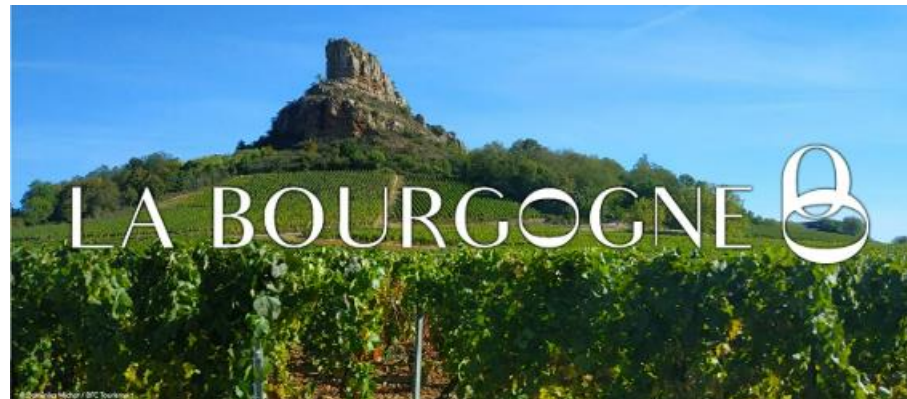


ENJEU 6 : PROMOTION COMMERCIALE

Webinaire USA 2025



- Avec des TO's
- Partenariat OT avec le CRT Bourgogne Franche-Comté et Atout France USA
- **Objectif** : commercialiser La Champagne et la Bourgogne



ENJEU 6 : PROMOTION COMMERCIALE AUPRES DES INDIVIDUELS

PASS REIMS / EPERNAY



- Logique de destination et de construction commune
- 100% dématérialisé
- 100 activités œnotouristiques, culturelles...
- Commercialisation sur Régio.do

• 2 404 Pass Reims-Epernay

Top 5 des entrées générées (en 2023) :

- 1) Musée du vin de Champagne et d'Archéologie régionale
- 2) Pressoria
- 3) Mouvéo
- 4) Office de Tourisme Epernay en Champagne : train touristique
- 5) Ballon d'Epernay

• Top 3 des utilisateurs :



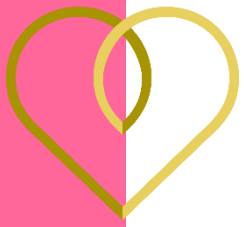
• Partenariats :

Avec la SNCF : transport en commun gratuit (1 aller/retour Reims-Epernay en TER avec la SNCF)

18 partenaires à l'échelle du territoire

• Orientation 2025 :

Développer la visibilité de notre pass auprès des visiteurs mais aussi des partenaires



ENJEU 7 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – EDUCTOURS

- **Les Rendez-vous de l'Office :** 3 Eductours à Epernay et dans notre Agglo (Auberge de Saint-Fergeux à Gionges, nouveautés sur le territoire...)

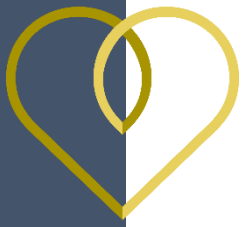




ENJEU 8 : STRUCTURER L'OBSERVATION

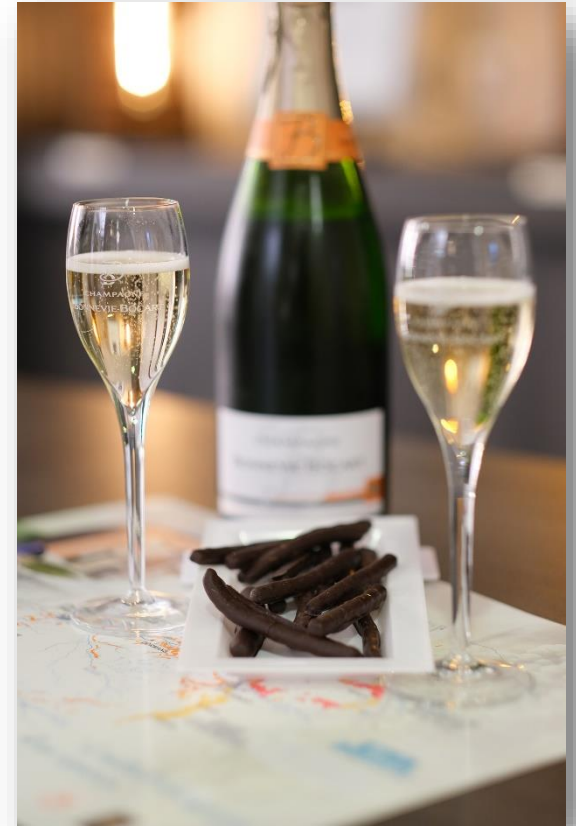
« On anticipe que ce que l'on mesure » Niels Bohr

- Utiliser la donnée pour éclairer, piloter, cibler et anticiper
- Connaître les grandes données de l'économie touristique, les retombées économiques, la connaissance des attentes de nos visiteurs, l'examen de nos faiblesses et handicaps, la collecte et l'exploitation des données touristiques, ... tout cela nous offre des marges de progression importantes. A la clé, c'est du CA supplémentaire et des gisements d'emplois.
- Nos premiers outils ; Flux Vision Orange, MKG Hospitality, Portail Villes Airbnb, datavisualisation, dispositif économique et Enquête Marketing des Clientèles....
- **3^{ème} Conférence Bilan de Fréquentation Touristique 2025 avec une matinale annuelle** (national, régional, départemental, local & témoignages)
- **Création d'un support avec les Chiffres Clés du Tourisme**



ENJEU 9 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION – EVENEMENTIELS

- **Saint-Vincent** - janvier 2025
- **Epernay Mon Amour** - 10 au 16 février 2025 - 4^{ème} édition
- **Jeunes Talents du Tourisme** - 1er quadrimestre 2025 - 13^{ème} édition
- **Ateliers Tastings à l'OT**, dont :
Champagnes & Coteaux Champenois 100% Fût de Chêne - 3 dates en 2025
avec notre partenaire Amorescence - Commercialisation via Régiondo





ENJEU 9 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION EVENEMENTIELS

SAINT-VINCENT 2025

18 janvier à Epernay

Concept :

- Exposition à l'Office de Tourisme en janvier avec l'Archiconfrérie.

Objectif :

- Promouvoir un des temps forts de cette année de multiples célébrations.

22 janvier au Mesnil-sur-Oger

Concept :

- Programme journée & soirée Saint-Vincent organisée par la Confrérie du Mesnil-sur-Oger : célébration – banquet gastronomique – buffet campagnard soirée dansante. Une offre privilégiée avec un nombre de places limité !

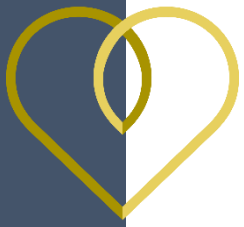
Objectif :

- Inviter les visiteurs à partager un temps fort de notre territoire au cours d'une expérience exclusive.

Communication :

- Création et diffusion d'un flyer et d'une affiche, communication sur les réseaux sociaux...





ENJEU 9 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION EVENEMENTIELS

EPERNAY MON AMOUR

Du 10 au 16 février



Concept :

- Rencontres et expériences inédites, personnalisées, « sur mesure » pour tous les amoureux mais aussi les amis et les célibataires

Objectifs :

- Positionner la destination sur le romantisme
- Organiser un événement fédérateur avec des temps forts et l'inscrire dans l'ADN du territoire
- Faire rayonner la destination et les partenaires qui se mobilisent
- Animer le territoire en basse saison et créer une dynamique économique sur une période creuse

Communication :

- Sucettes Decaux, Cinéma Le Palace, Presse Régionale (France Bleu, ELJ, l'Union, l'Hebdo du Vendredi, Bulle FM...), nationale et internationale (diffusion via les réseaux Agence Balmoral (Belgique), Strategy Consulting (UK), Agence Silfra Communication (Paris) - Conférence de presse en janvier 2025.



ENJEU 9 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION EVENEMENTIELS

JEUNES TALENTS DU TOURISME



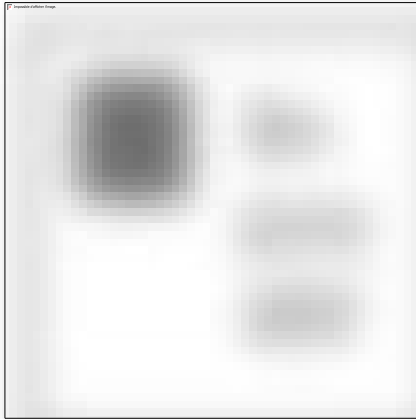
- Partenaire de l'ADT Marne et de Jeunes Talents TV
- Membre du Jury de sélection
- Organisation des rencontres du Prix du Public à l'Office de Tourisme (mars 2025)
- Candidature auprès de l'ADT jusqu'au 11 janvier 2025
- 3 catégories :
 - Champagne - Œnotourisme
 - Activités culturelles, naturelles, artisanales et de loisirs
 - Hébergements, Restauration et Produits du Terroir
- Critères de sélection :
 - Avoir moins de 10 ans d'activité
 - Elaborer et/ou concevoir son produit
 - Justifier d'un réel savoir-faire
 - Etre dans une démarche liée à la qualité et à la créativité
 - S'inscrire dans une conduite de développement durable



ENJEU 9 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION EVENEMENTIELS

ESPRIT DE CHAMPAGNE

30^{ème} édition - **La rencontre** - De début mai à début décembre 2025



6 000



Dégustations

2024

64



Partenaires
(champagnes & activités)

Esprit
DE CHAMPAGNE

13^{ème} édition - **La découverte** - De début mai à fin octobre 2025



734



Passagers

2024

11 535€



Chiffre d'affaires



Epernay
TOURISME
EN CHAMPAGNE



ENJEU 9 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION EVENEMENTIELS

VIGNOBLES EN SCENE - Les journées Vignobles & Découvertes

(17)-18-19 octobre 2025

Le Fascinant Week-end Vignobles & Découvertes change de nom et de concept et devient Vignobles en Scènes, un évènement national, collectif, pour faire rayonner les territoires viticoles, l'œnotourisme, l'interaction vin/gastronomie/production locale et les labellisés Vignobles & Découvertes.



Evolution du concept national :

- 1 évènement de lancement à Paris auprès des médias.
- Des temps forts en région : diners & banquets dans des lieux insolites.
- 3 collections d'animations sur les territoires : Les gustatives, Les immersives, Les créatives.
- Des animations inédites et expérientielles.





ENJEU 9 : ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DE NOTRE DESTINATION EVENEMENTIELS

VIGNOBLES EN SCENE - Les journées Vignobles & Découvertes

Projet imaginé :

Un évènement festif qui permettra de célébrer également les 30 ans d'Esprit de Champagne.



- Un banquet souterrain avec un dîner en cave pour nous différencier d'autres territoires &
- Un « village vigneron » avec Champagnes, produits de bouche, art & artisanat, animations, avec nos partenaires Esprit de Champagne labellisés Vignobles & Découvertes.
- Dans un lieu qui peut accueillir nos partenaires Esprit de Champagne labellisés Vignobles & Découvertes. (Champagnes & activités).

Objectif :

- Faire vivre aux visiteurs une expérience unique de La Champagne.

Partenariat :

- Offices de Tourisme et ADT de la Marne.



A vos idées et suggestions !

EN ROUTE POUR 2025 !

