



PRÉPAREZ-VOUS
À ÊTRE CONQUIS(E)...



Destination Champagne-Ardenne

*Cohérente & Ambitieuse.
Collaborative & Animée.
Conquérante & Attractive.*

Sur les chemins de la conquête...

La nouvelle communication du Comité Régional de Tourisme de Champagne-Ardenne est marquée du sceau de la dynamique partagée.

Le nouvel esprit qu'elle traduit est le résultat d'un important travail de réflexion et d'une concertation large autour des objectifs suivis. L'aboutissement en a été la mise au point du Schéma pour l'Aménagement, le Développement et l'Organisation Touristique ainsi que du Plan Marketing pour la période 2006-2010. Les orientations ont été approuvées par l'Assemblée Régionale en mai 2006. Les élus ont ainsi clairement affiché leur ambition de faire de la Champagne-Ardenne une véritable destination touristique en valorisant son potentiel et sa diversité.

Le Comité Régional du Tourisme de Champagne-Ardenne a, sans tarder, amorcé les évolutions nécessaires à la réalisation du Schéma et du Plan Marketing. Disponible et à l'écoute, chacun est à présent parfaitement mobilisé pour accompagner tous les acteurs touristiques et faire réussir leurs projets. Ensemble, **nous ferons du tourisme régional un secteur économique particulièrement actif et générateur d'emplois.** Prêts à relever le challenge, nous accomplirons la mutation pour que la destination Champagne-Ardenne conquière une attractivité forte.

Les changements engagés s'illustrent, à présent, au travers **d'une communication pleine de séduction.** A charge pour chacun d'entre nous de la mettre en œuvre avec cohérence et volontarisme pour lui faire produire tous ses effets.

Régine Pillière
Présidente du Comité Régional
du Tourisme de Champagne-Ardenne

*Nouvelle signature :
Une promesse éloquente*

Votre prochaine conquête

Proposition osée ?

Pour se différencier, pour aiguïser l'intérêt de clientèles touristiques déjà abondamment sollicitées, **une communication interpellante** produit un meilleur impact. Pour fédérer tous les acteurs du tourisme, une formule ambitieuse est plus mobilisatrice.

Cette signature pleine d'assurance, sans arrogance, un peu décalée, met parfaitement en valeur auprès des visiteurs, comme des Champardennais, **les qualités de la région.**

Clin d'œil appuyé au vocabulaire galant, inscrit dans **l'univers de la séduction et du plaisir**, la nouvelle signature de la Champagne-Ardenne est une invitation à venir la contempler, à découvrir tous ses charmes, à vivre avec elle de belles émotions, à stimuler l'audace et la curiosité de ses "prétendants"...

Une signature qui interpelle, fédère, dynamise... et rend complice.



Nouvelle identité graphique : Création d'une marque touristique

Autour de la signature de marque "Votre prochaine conquête", l'univers graphique installe des identifiants complémentaires : un sceau et un logo renouvelé.

• Un sceau élégant

Pour s'imposer comme une véritable marque touristique, la destination Champagne-Ardenne est signalée par un **sceau distinctif** ; ce "stemple" (ou estampille) totalement distinct du logo **authentifie comme un label** l'offre touristique émise par les acteurs régionaux. Partenaires privés et publics doivent se l'approprier et l'appliquer à toute communication comme un **véritable certificat d'origine** "Made in Champagne-Ardenne". Ce sceau renforce la cohésion entre Champagne et Ardenne avec, en son centre, les initiales "C" et "A" réunies en une esperluette* symbole d'unité.

*Esperluette : signe typographique "&" représentant le mot "et"

• Un logo homogène

Le logo Champagne-Ardenne a été revisité pour **accentuer le lien** entre Champagne et Ardenne, tout en s'accaparant la **diversité des territoires**. La rosace jaune et vert quadrilobée, aux deux cœurs entrelacés, vient former un trait d'union entre les deux composantes. Plus homogène, le logo est **mieux identifié**.

CHAMPAGNE  ARDENNE

COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME

• Des images incitatives

Présents sur les documents de communication institutionnelle du Comité Régional du Tourisme, des visuels emblématiques figurent trois points d'accroche essentiels pour développer le tourisme en Champagne-Ardenne. Patrimoine, espaces naturels, champagne... évoquent la diversité et la qualité des propositions touristiques.

Esperluette
C + A

Une estampille
marque label



Votre prochaine conquête

Des images
plus incitatives



CHAMPAGNE  ARDENNE

COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME

15, Avenue du Parc des Lacs - B.P. 219 - 51013 Châlons-en-Champagne Cedex - Tél. 33(0)3 26 21 45 90 - Fax 33(0)3 26 21 01 90
www.champagne-ardenne.com - tourism@champagne-ardenne.com



Une stratégie de conquête en 5 points

• Stratégie Internet

- Refonte du site Internet du CRT avec une ergonomie et des fonctions innovantes, un habillage requalifié et une approche thématique repensée ;
- Référencement accentué du site par l'achat de mot-clés ;
- Développement du e-marketing, partenariats web et newsletters électroniques.

• Stratégie éditoriale

- Remise à plat complète des éditions du CRT pour prendre en compte la nouvelle ligne graphique et suivre les orientations du Plan Marketing ;
- Définition d'une gamme de documents :
 - carte touristique papier avec sa déclinaison web ;
 - brochure d'appel "Explorations et Enchantements", à la fois séduisante et informative ;
 - collection de brochures thématiques (randonnées, parcs et jardins, châteaux, artisanat...)

• Stratégie presse

- Plan de conquête auprès des journalistes français établi avec une nouvelle agence de relations presse basée à Lyon "Clair de Lune" ;
- Partenariat avec les CDT et les Offices du Tourisme pour des échanges d'infos et une complémentarité des actions presse.

• Stratégie promotionnelle

Organisation de rencontres "Clubs Champagne-Ardenne" entre les prestataires touristiques champardennais et les professionnels programmeurs (Tour Opérateurs...) pour faire mieux coïncider l'offre et la demande : éductours, workshops.

• Stratégie publicitaire

Un concept décalé et suggestif, des visuels insolites et interpellants.

Nouvelle organisation CRT : Du marché au métier

• Spécialisation et transversalité

Répondant à une nouvelle logique, le Pôle Promotion/Marketing du CRT Champagne-Ardenne est passé d'une approche par marché à une organisation par métier.
Objectif : mieux impliquer tous les acteurs du tourisme et aborder la communication en transversalité.

Effet attendu : meilleure visibilité de la destination Champagne-Ardenne.

• Mission développement

Un Pôle Développement sera mis en place au sein du CRT pour suivre, en relation avec le Conseil Régional et Champagne-Ardenne Développement (CaDev) les projets structurants à venir.



CHAMPAGNE  ARDENNE

COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME