

CRT CHAMPAGNE-ARDENNE

ACTIONS GRAND PUBLIC

2012

CALENDRIER 2012

JANVIER	FEVRIER	MARS	AVRIL	MAI	JUIN
1 D Jour de l'an	1 M Ella	1 J Aubin	1 D Hugues	1 M Fête du travail	1 V Justin
2 L Basile	2 J Présentation	2 V Ch. le Bon	2 L Sandrine	2 M Boris	2 S Blandine
3 M Geneviève	3 V Blaise	3 S Guénolé	3 M Richard	3 J Phil., Jacq.	3 D Kévin
4 M Odilon	4 S Véronique	4 D Casimir	4 M Isidore	4 V Sylvain	4 L Clotilde
5 J Edouard	5 D Agathe	5 L Olive	5 J Irène	5 S Judith	5 M Igor
6 V Mélaïne	6 L Gaston	6 M Colette	6 V Marcellin	6 D Prudence	6 M Norbert
7 S Raymond	7 M Eugénie	7 M Félicité	7 S J.-B. de la S.	7 L Gisèle	7 J Gilbert
8 D Lucien	8 M Jacqueline	8 J Jean de Dieu	8 D Pâques	8 M Armist. 1945	8 V Médard
9 L Alix	9 J Apolline	9 V Françoise	9 L L. de Pâques	9 M Pacôme	9 S Diane
10 M Guillaume	10 V Arnaud	10 S Vivien	10 M Fulbert	10 J Solange	10 D Landry
11 M Pauline	11 S ND de Lourdes	11 D Rosine	11 M Stanislas	11 V Estelle	11 L Barnabé
12 J Tatiana	12 D Félix	12 L Justine	12 J Jules	12 S Achille	12 M Guy
13 V Yvette	13 L Béatrice	13 M Rodrigue	13 V Ida	13 D Rolande	13 M Antoine de P.
14 S Nina	14 M Valentin	14 M Mathilde	14 S Maxime	14 L Mathias	14 J Elisée
15 D Rémi	15 M Claude	15 J Louise	15 D Paterne	15 M Denise	15 V Germaine
16 L Marcel	16 J Julienne	16 V Bénédicte	16 L B.-Joseph	16 M Honoré	16 S J.-F. Régis
17 M Roseline	17 V Alexis	17 S Patrice	17 M Anicet	17 J Ascension	17 D Hervé
18 M Prisca	18 S Bernadette	18 D Cyrille	18 M Parfait	18 V Eric	18 L Léonce
19 J Marius	19 D Gabin	19 L Joseph	19 J Emma	19 S Yves	19 M Romuald
20 V Sébastien	20 L Aimée	20 M Printemps	20 V Odette	20 D Bernardin	20 M Silvère
21 S Agnès	21 M Damien	21 M Clémence	21 S Anselme	21 L Constantin	21 J Été
22 D Vincent	22 M Isabelle	22 J Léa	22 D Alexandre	22 M Emile	22 V Alban
23 L Barnard	23 J Lazare	23 V Victorien	23 L Georges	23 M Didier	23 S Audrey
24 M Fr. de Sales	24 V Modeste	24 S Catherine	24 M Fidèle	24 J Donatien	24 D Jean-Baptiste
25 M Conv. S. Paul	25 S Roméo	25 D Annonciation	25 M Marc	25 V Sophie	25 L Prosper
26 J Paule	26 D Nestor	26 L Larissa	26 J Alida	26 S Bérenger	26 M Antheime
27 V Angèle	27 L Honorine	27 M Habib	27 V Zita	27 D Pentecôte	27 M Fernand
28 S Th. d'Aquin	28 M Romain	28 M Gontran	28 S Valérie	28 L Germain	28 J Irénée
29 D Gildas	29 M Auguste	29 J Gwladys	29 D Cath. de Si.	29 M Aymar	29 V Pierre, Paul
30 L Martine		30 V Amédée	30 L Robert	30 M Ferdinand	30 S Martial
31 M Marcelle		31 S Benjamin		31 J Visitation	

JUILLET	AOÛT	SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DÉCEMBRE
1 D Thierry	1 M Alphonse	1 S Gilles	1 L Thér. de l'E.	1 J Toussaint	1 S Florence
2 L Martinien	2 J Julien Eym.	2 D Ingrid	2 M Léger	2 V Défunts	2 D Viviane
3 M Thomas	3 V Lydie	3 L Grégoire	3 M Gérard	3 S Hubert	3 L Fr.-Xavier
4 M Florent	4 S J.-M. Vianney	4 M Rosalie	4 J Fr. d'Assise	4 D Charles	4 M Barbara
5 J Antoine	5 D Abel	5 M Raïssa	5 V Fleur	5 L Sylvie	5 M Gérald
6 V Mariette	6 L Transfiguration	6 J Bertrand	6 S Bruno	6 M Bertille	6 J Nicolas
7 S Raoul	7 M Gaëtan	7 V Reine	7 D Serge	7 M Carine	7 V Ambroise
8 D Thibault	8 M Dominique	8 S Nativité	8 L Pélagie	8 J Geoffroy	8 S Im. Concept.
9 L Amandine	9 J Amour	9 D Alain	9 M Denis	9 V Théodore	9 D Pierre Fourier
10 M Ulrich	10 V Laurent	10 L Inès	10 M Ghislain	10 S Léon	10 L Romaric
11 M Benoît	11 S Claire	11 M Adelphe	11 J Firmin	11 D Armist. 1918	11 M Daniel
12 J Olivier	12 D Clarisse	12 M Apollinaire	12 V Wilfried	12 L Christian	12 M Jean. F. de C.
13 V Henri, Joël	13 L Hippolyte	13 J Aimé	13 S Gérard	13 M Brice	13 J Lucie
14 S Fête Nationale	14 M Evrard	14 V La Croix	14 D Juste	14 M Sidoine	14 V Odile
15 D Donald	15 M Assomption	15 S Roland	15 L Thér. d'Avila	15 J Albert	15 S Ninon
16 L ND Mt Carmel	16 J Armel	16 D Edith	16 M Edwige	16 V Marguerite	16 D Alice
17 M Charlotte	17 V Hyacinthe	17 L Renaud	17 M Baudouin	17 S Elisabeth	17 L Gaël
18 M Frédéric	18 S Hélène	18 M Nadège	18 J Luc	18 D Aude	18 M Gatien
19 J Arsène	19 D Jean-Eudes	19 M Emilie	19 V René	19 L Tanguy	19 M Urbain
20 V Marina	20 L Bernard	20 J Davy	20 S Adeline	20 M Edmond	20 J Théophile
21 S Victor	21 M Christophe	21 V Matthieu	21 D Céline	21 M Prés. de Marie	21 V Hiver
22 D Marie-Mad.	22 M Fabrice	22 S Maurice	22 L Elodie	22 J Cécile	22 S Fr.-Xavière
23 L Brigitte	23 J Rose de Lima	23 D Automne	23 M Jean de C.	23 V Clément	23 D Armand
24 M Christine	24 V Barthélémy	24 L Thècle	24 M Florentin	24 S Flora	24 L Adèle
25 M Jacques	25 S Louis	25 M Hermann	25 J Crépin	25 D Catherine	25 M Noël
26 J Anne, Joachim	26 D Natacha	26 M Côme, Damien	26 V Dimitri	26 L Delphine	26 M Etienne
27 V Nathalie	27 L Monique	27 J Vincent de P.	27 S Emeline	27 M Sévrin	27 J Jean
28 S Samson	28 M Augustin	28 V Venceslas	28 D Jude	28 M Jacq. de la M.	28 V Innocents
29 D Marthe	29 M Sabine	29 S Michel	29 L Narcisse	29 J Saturnin	29 S David
30 L Juliette	30 J Fiacre	30 D Jérôme	30 M Bienvenu	30 V André	30 D Roger
31 M Ignace de L.	31 V Aristide		31 M Quentin		31 L Sylvestre

> S O M M A I R E <

FRANCE	P. 4
BELGIQUE	P.12
GRANDE-BRETAGNE	P. 13
PAYS-BAS	P. 14
MARCHES EMERGENTS - AUSTRALIE	P. 15

FRANCE

NOM / DESCRIPTIF	DATE(S)
◆ REFERENCEMENT DU SITE INTERNET	Tout au long de l'année 2012

Afin de poursuivre la promotion de notre site, une campagne de référencement naturel et payant sur 3 ans avec LSF Interactive va se poursuivre avec des campagnes autour du site internet, des opérations e-marketing et de l'événementiel.

FRANCE



NOM / DESCRIPTIF	DATE(S)
◆ « DEMARCHE AMBASSADEURS » Stratégie de communication forte en direction des habitants <i>Ouvert au partenariat</i>	Tout au long de l'année 2012

Objectifs Faire découvrir ou redécouvrir aux Champardennais l'offre touristique de leur région, leur donner un rôle de prescripteur et viser à renforcer le sentiment de fierté d'appartenance à la Région. Inciter les habitants à faire connaître les richesses de la destination avec des offres privilégiées.

Démarche :

Suite à la réunion du 8 septembre 2011 avec les Comités Départementaux du Tourisme et les Offices de Tourisme il a été décidé de mettre en place:

- un réseau de grands sites et évènements « forts » de la région à valoriser auprès des habitants ;
- un concept fort mettant en avant l'esprit d'appartenance à notre territoire appuyé par une campagne décalée.

Par ailleurs, une démarche auprès des Comités d'Entreprise de la région sera mise en place.

Une prochaine réunion de travail sera programmée le 24 novembre.

Lancement de la campagne : printemps 2012

FRANCE

NOM / DESCRIPTIF	DATE(S)
◆ « DEMARCHE AMBASSADEURS » Stratégie de communication forte en direction des habitants Participation à la journée de la mobilité <i>Ouvert au partenariat</i>	Septembre 2012

Objectifs : Faire découvrir ou redécouvrir aux Champardennais l'offre touristique de leur région, leur donner un rôle de prescripteur et viser à renforcer le sentiment de fierté d'appartenance à la Région. Inciter les habitants à faire connaître les richesses de la destination.

Démarche :

Participation à la Journée de la Mobilité : Cette opération nationale met en vedette les réseaux de transport locaux qui proposent au public des offres pour faire découvrir les avantages des transports en commun et, à terme, favoriser une évolution du comportement de chacun dans une perspective de développement durable. La Région, en collaboration avec les autorités organisatrices de transports (AOT), donnent la possibilité de voyager dans toute la Champagne-Ardenne pour 1 " pendant une journée. Ainsi, vous pourrez aller et venir librement sur les réseaux TER et Trans Champagne-Ardenne, ainsi que sur la quasi-totalité des transports organisés par les AOT de la région.

En 2011, Champagne-Ardenne Tourisme était partenaire de l'opération et a proposé au Conseil Régional des offres privilèges grâce au soutien des offices de tourisme.

Rôle des partenaires

Les offres et événements qui seront identifiés dans le cadre de la stratégie habitants et accessibles en TER, viendront alimenter cette journée de la mobilité, en septembre 2012.

FRANCE

NOM / DESCRIPTIF	DATE(S)
◆ « DEMARCHE AMBASSADEURS » Edition spéciale « Balades 2012 » avec l'Union <i>Ouvert au partenariat</i>	Tout au long de l'année 2012

Une édition spéciale « BALADES 2012 » est envisagée avec le journal l'Union. La 1ere édition, en 2011, a été soutenue financièrement par le Conseil Régional. L'Union prévoit de lancer le 21 avril 2012 un nouveau guide à 200 000 exemplaires, encarté gratuitement dans 120 000 exemplaires du quotidien (diffusion dans la Marne, les Ardennes et l'Aisne). 80 000 exemplaires seront diffusés par les partenaires.

Pour l'édition 2012, des entrées thématiques seront prévues : Champagne, Randonnées, Bien être, « La Champagne à vélo » et « Les Ardennes à vélo », Patrimoine, etc ainsi :

- qu'une carte régionale avec les Points d'intérêts (région + Aisne)
- que la mise en place d'un jeux-concours avec dotation
- qu'un projet d'application pour smartphone et tablette numérique
- qu'une mise en avant des manifestations et évènements

Une conférence de presse de lancement sera organisée.

Budget : Pas d'information à ce jour de la part de l'Union

FRANCE



NOM / DESCRIPTIF	DATE(S)
◆ PROMOTION SUR L'ÉTAPE DE SOMMESOUS <i>Ouvert au partenariat</i>	Tout au long de l'année 2012

L'étape de l'autoroute de Sommesous, située sur la A26 entre Troyes et Châlons-en-Champagne, qui accueille chaque année 1 million de automobilistes, a été réaménagée en 2011.

Dans le prolongement de l'espace de promotion touristique qui devrait être mis en place fin 2011, un évènement sur un week-end de forte fréquentation pourrait être mis en place ; Au programme : dégustation de produits, menus spécifiques dans le restaurant, séjours à gagner.

PARTENAIRES

ORGANISME	CONTACT	PARTICIPATION

FRANCE

NOM / DESCRIPTIF	DATE(S)
<p>◆ « PASSIONS WEEK-END » - PARTENARIAT AVEC LA SANEF</p> <p style="text-align: right;"><i>Ouvert au partenariat</i></p>	<p>Tout au long de l'année 2012</p>

Champagne-Ardenne Tourisme souhaite reconduire en 2012 le partenariat mené avec la Sanef. L'objectif vise à inciter les clients Sanef (700 000 abonnés au télépéage Liber-T) à partir à la découverte des richesses culturelles et touristiques des régions françaises.

Caractéristiques techniques :

La Sanef proposera à ses abonnés, dans la partie « *Passions week-ends* » de son site internet (74 000 visiteurs uniques/mois), des produits touristiques de 6 régions partenaires (Alsace, Champagne-Ardenne, Lorraine, Normandie, Pas de Calais & Picardie) permettant de bénéficier de avantages spécifiques (coupe de champagne, cadeaux de bienvenue...).

Les produits seront mis en ligne dans l'espace « abonné » du site www.sanef.com et www.sapn.fr tout au long de l'année avec une rotation régulière. Les internautes peuvent consulter les offres et réserver directement en ligne.

Actions de promotion :

Une campagne de référencement et une stratégie de push-mailing (sur ses fichiers clients abonnés : 200 000 abonnés) seront menées par la Sanef pour les inciter à consulter l'offre touristique. La radio 107.7 se fera également le relais de ces offres et proposera des interviews tout au long de l'opération (6,5 interviews/partenaire diffusées 28 fois sur le réseau en 2011).

Au total, 60 000 " de communication ont été offerts à chaque CRT en 2011.

Notre agence réceptive dédiée au territoire régional « Via Champagne-Ardenne » sera partenaire de cette opération.

PARTENAIRES

ORGANISME	CONTACT	REMARQUES

FRANCE

NOM / DESCRIPTIF	DATE(S)
◆ PARTENARIAT AVEC LE CONSEIL REGIONAL <i>Fermé au partenariat</i>	Tout au long de l'année 2012

Champagne-Ardenne Tourisme sera présent aux côtés du Conseil Régional à l'occasion de certaines manifestations fortes, telles :

- le Salon de l'Agriculture à Paris, du 25 février au 4 février 2012 ;
- la Foire de Châlons-en-Champagne ; du 31 août au 10 septembre 2012
- la Fête des Vendanges à Montmartre ; octobre 2012
- ò

FRANCE

NOM / DESCRIPTIF	DATE(S)
◆ LANCEMENT DES VIDEOS ET FLASHCODES « SUIVEZ-LE-GUIDE » <i>Ouvert au partenariat</i>	Mars/Avril 2012

En 2011, le CRT Champagne-Ardenne a été approché par Via Media Production pour la réalisation de vidéos de moins de 3 minutes avec le journaliste et chroniqueur historique Frédéric Gersal. Ces programmes, en français, seront disponibles sur le site internet du CRT et seront téléchargeables sur mobile par des bornes « flash codes ».

9 vidéos ont été tournées et montées en 2011 (Sedan, Charleville-Mézières, Reims, Les lacs de Champagne, Hautvillers, Mémorial de Gaulle, Langres, Troyes et Essoyes).

Cette première série de vidéos fera l'objet d'un lancement avec la presse quotidienne régionale et une présence de Frédéric Gersal. Sur 1 ou 2 journée(s) des conférences de presse seront organisées sur 4 sites (1 par titre régional) pour présenter les vidéos et le concept des « flash codes »

Un communiqué de presse sera mis en place reprenant l'ensemble des vidéos.

Le but est de faire ce lancement en mars/avril avant le début de la saison touristique

Coût Aide technique souhaitée.

PARTENAIRES

ORGANISME	CONTACT	REMARQUES

BELGIQUE

NOM / DESCRIPTIF	DATE(S)
◆ SALON INTERNATIONAL DES VACANCES DE BRUXELLES LA CHAMPAGNE-ARDENNE, HOTE D'HONNEUR <i>Ouvert au partenariat</i>	2 au 6 février 2012 (54 ^{ème} édition)

Le Salon des Vacances de Bruxelles est le premier salon du tourisme en Belgique. Chaque année, il accueille environ 115 000 visiteurs (60% néerlandophones, 40% francophones). Un pavillon entier est consacré à la destination France.

Après l'Alsace, le Nord/Pas-de-Calais et la Bourgogne, **la Champagne-Ardenne sera donc Hôte d'Honneur de la destination France sur un espace de 680 m².**

Caractéristiques techniques :

Stand de 700 m² sur l'Espace Atout France, dont un espace restauration de 300 m². En qualité d'hôte d'honneur, nous aurons également à disposition un espace « Animations » (dégustation, musique, confrérie, etc.).

Plan de communication dédié :

Un plan de communication fort et percutant est mis en place pour l'occasion (d'une valeur de 40 000€) comprenant :

- Page de publi-rédactionnel dans le magazine « Vos vacances » (800 000 exemplaires) (rédaction prise en charge par le magazine).
- Page de publi-rédactionnel dans le journal « Livret de famille » (40 000 exemplaires)
- Mise en ligne de brochures à télécharger sur franceguide
- Présence dans le e-news salon envoyé en janvier 2012
- E-news spécifique après le salon sur une approche produit
- Une conférence de presse avec 80 journalistes attendus lors de l'inauguration

Rappel du coût de la participation :

CDT 2 000 € + prise en charge financière des animations

OT 1 300 € avec une présence souhaitée durant les 5 jours

Sites ou prestataires privés : 150 €/jour + propositions de dégustations (ou animations)

Notre agence réceptive dédiée au tourisme régional « Via Champagne-Ardenne » sera également présente sur le salon.

IMPORTANT

Une réunion, à l'attention de tous les partenaires (CDT, offices de tourisme, partenaires privés, animations etc.), aura lieu au Conseil Régional à Châlons en Champagne, Salle Henri Lagache, le Lundi 5 décembre prochain à 14 h 30.

GRANDE-BRETAGNE



NOM / DESCRIPTIF	DATE(S)
◆ CAMPAGNE FRANCE 2012 <i>Ouvert au partenariat</i>	Tout au long de l'année 2012

Objectif Profiter de l'image et de la médiatisation des jeux olympiques 2012 (juillet) pour réaliser une campagne visant à la promotion de la destination France en Grande-Bretagne et en Irlande, avant et après la compétition.

L'idée est d'associer le nom d'une épreuve olympique avec une destination et/ou activité touristique de manière décalée et humoristique, sous la signature de campagne « France, let the games begin » lancée en février/mars 2012.

Un plan média d'une valeur de 600 000 euros va être mis en place. L'ensemble est réparti vers de l'affichage, de la presse écrite (nationale et régionale) et une campagne web (référencement, acquisition d'audience, banniering, etc.) visant à générer du trafic sur le dispositif de campagne.

Un site www.beginfrance.com sera mis en place sur lequel il sera possible de placer du contenu éditorial, des offres, d'établir une démarche sur les réseaux sociaux, etc.

« Via Champagne-Ardenne » sera partenaire de cette opération.

Participation partenaire : 2 500 " TTC sur la base de 4 partenaires

PARTENAIRES

ORGANISME	CONTACT	REMARQUES

PAYS-BAS

NOM / DESCRIPTIF	DATE(S)
◆ FIETS EN WANDELBEURS À AMSTERDAM <i>Ouvert au partenariat</i>	11 et 12 février 2012

C'est le plus grand salon néerlandais sur la thématique « cyclotourisme et randonnées pédestres ».

Selon les statistiques en hausse, plus de la moitié des séjours des Néerlandais sont concernés par ces thématiques. Présence sur un espace Atout France.

Fréquentation en 2011 : 22 100 visiteurs (18 250 visiteurs en 2010 et 14 050 en 2009)

Partenariat :

Un comptoir simple, sur lequel pourront être présentes 2 personnes de 2 structures différentes, sera attribué à chaque partenaire souhaitant participer.

Les prestataires « La Champagne à vélo » et « Les Ardennes à vélo » de la région seront mis en avant.

Public visé :

Institutionnels (CRT, CDT, OT), prestataires de produits vélo et/ou randonnées.

Coût :

Participation du CRT à hauteur de 50 % de l'opération globale.

Participation partenaire : 1 200 " TTC/partenaire (sur la base de 6 partenaires, soit 3 modules simples).

Il est envisagé à la suite du FIETS de mettre en place un démarchage auprès des tours opérateurs.

PARTENAIRES

ORGANISME	CONTACT	REMARQUES

MARCHES EMERGENTS

AUSTRALIE

NOM / DESCRIPTIF	DATE(S)
♦ CHAMPAGNE-ARDENNE : INVITEE D'HONNEUR DU WORKSHOP FRANCE 2012 <i>Ouvert au partenariat</i>	10 au 14 septembre 2012

Objectif Faire découvrir ou redécouvrir, par l'intermédiaire de événements de prestige et de workshops, la destination Champagne-Ardenne aux tours opérateurs, agents de voyages, journalistes australiens, personnalités, etc.

Nature de l'opération :

1500 agents de voyages attendus sur 3 villes : Sydney, Melbourne et Perth. La Champagne-Ardenne, en qualité d'invitée d'honneur, aura son propre stand dans un emplacement privilégié. Des événements seront organisés autour de cette opération (exposition photos, dîners, etc.) Des accueils presse seront également programmés pour annoncer notre présence sur cette opération (émission TV Gateway, magazine « Gourmet Traveller Wine », etc.).

En parallèle, une campagne de communication est prévue : 4 pages de publi-rédactionnel magazine « Rendez-vous en France », campagne « Explore France » (microsite avec page dédiée et e-newsletter (+ de 500 000 emails envoyés), newsletter Franceguide, etc.).

Participation partenaire : 5000" TTC pour un stand dans les villes de Melbourne et Sidney (voyage compris)

PARTENAIRES

ORGANISME	CONTACT	REMARQUES

NOTES

NOTES

NOTES

NOTES

