Rapport d'activité 2021

BILAN DE L'ANNÉE 2021

UNE ANNÉE DE » transition

REIMS
CITÉ DES SACRES ET DU CHAMPAGNE

Éditorial

CATHERINE VAUTRIN
Présidente du Grand Reims
Présidente de l'Office
de tourisme

PHILIPPE VERGER
Directeur général
de l'Office de tourisme

Sans surprise, la crise sanitaire qui touche le monde depuis 2020 a fortement impacté la bonne conduite de la stratégie de l'Office de Tourisme du Grand Reims (OTGR).

Pour autant, l'OTGR a su s'adapter encore en 2021 et poursuivre son action sans relâche en lien avec l'ensemble des partenaires dans ce contexte particulièrement contraint, avec des modalités opérationnelles complexes et un manque de visibilité à court terme déstabilisant pour l'ensemble des acteurs.

La période que nous traversons démontre, si cela était encore nécessaire, l'importance du travail collectif, tant pour ses effets immédiats que pour préparer l'avenir.

2 années de crise qui ont rendu ô combien stratégique l'activité de l'Office de tourisme.

Développer, innover, prospecter, soutenir...
Dans le devenir du tourisme durable, un tourisme raisonné recentré sur l'essentiel, dans une offre renouvelée, ciblée et attractive, dans la mise en marché de nos produits. Dans l'humain, l'excellence, l'exigence, le numérique et la résilience.

Plus que jamais bouillonnent l'énergie et la mobilisation pour soutenir et relancer le tourisme.

Sommaire

04 **LES PRINCIPAUX INDICATEURS DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE**
- AU NIVEAU MONDIAL 04
- EN FRANCE 04
- EN GRAND EST 06
- DANS LE GRAND REIMS 07

09 **L'ACTIVITÉ COMMERCIALE DE l'OTGR**
- LA PLATEFORME DE COMMERCIALISATION 09
- L'ACTIVITÉ GROUPES ET INDIVIDUELS 10
- LA BOUTIQUE 19

20 **LES OPÉRATIONS PHARE DE L'OTGR**
- PIQUE-NIQUES EN CHAMPAGNE 20
- EXPÉRIENCES À LA RÉMOISE 21
- POUR UN ÉTÉ ROYAL : CHAMPAGNE ! 22
- CHASSE AUX TRÉSORS 22
- REIMS À TABLE 23

24 **LES OPÉRATIONS DE PROMOTION ET DE COMMUNICATION**
- LES SALONS ET EDUCTOURS PROFESSIONNELS 25
- LES ACCUEILS PRESSE ET INFLUENCEURS 26
- LES SALONS GRAND PUBLIC LOISIRS 27
- LES CAMPAGNES NATIONALES 28

30 **LES RÉSEAUX SOCIAUX**

32 **LES PARTENARIATS**
- LA FORMATION DES PARTENAIRES 33

34 **L'ÉQUIPE DE L'OTGR**

REIMS
CITÉ DES SACRES ET DU CHAMPAGNE

Rapport d'activité 2021

Les principaux indicateurs de l'activité touristique

Sources : UNTWO, Icao, Insee, en partenariat avec les comités régionaux et départementaux du tourisme, OTGR, Pierre&vacances, SNCF, Covidtracker, Clic France, Mkg Consulting

Au niveau mondial

Une fréquentation en légère progression par rapport à 2020.

415 millions

d'arrivées de touristes internationaux en 2021

+4% vs 2020 | **-72%** vs 2019
(**+19%** en Europe vs 2020)

49.8%

de la population mondiale totalement vaccinée au 31.12.2021
(**8,29%** au 01.07.2021)

En France

La fréquentation étrangère est encore en recul malgré la bonne tenue de certains marchés européens. **Près de 45 millions de touristes étrangers en 2021, soit une baisse de 50% par rapport à 2019.**
9 août 2021 : instauration du pass sanitaire.

37 millions

de Français sont partis en vacances à raison de **1,8 séjour** durant l'été

Ils ont généré **98 millions de nuitées**, dont **90%** en France

40% des Français sont partis sur le littoral
30% à la campagne
19% en ville (+1 point vs 2020)

Tendance Forte

Voyage de dernière minute

39% des séjours réservés à J-15

Une économie touristique soutenue par les marches de proximité

DÉPENSES DES EUROPÉENS EN FRANCE EN 2021 VS 2019

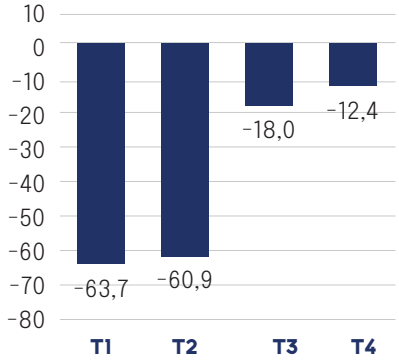
À noter

les Britanniques sont quasi absents
(-77% vs 2019)

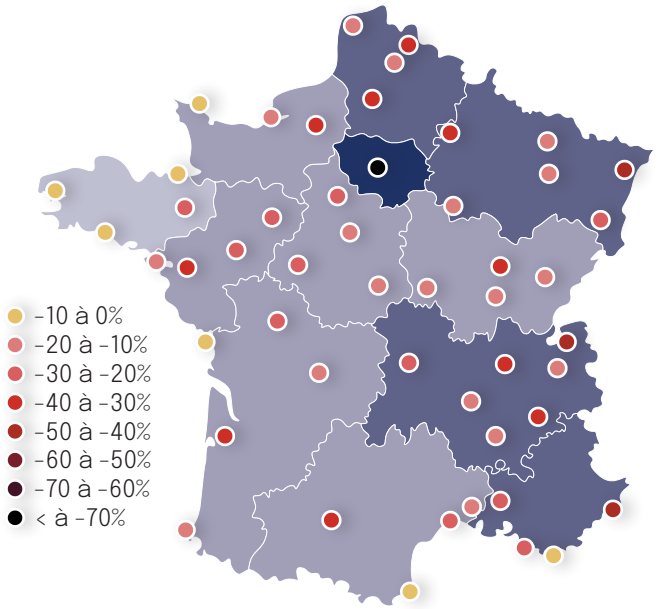
Fréquentation hôtelière

2021 affiche une lente reprise de la performance hôtelière vs 2020. Deux phases : un 1er semestre encore très impacté par les restrictions sanitaires puis un second en nette amélioration.

Au global, l'hôtellerie française clôture 2021 sur un repli de -43% de son chiffre d'affaires par rapport à 2019.



ÉVOLUTION (%) DES NUITÉES HÔTELIÈRES TRIMESTRIELLES PAR RAPPORT AUX MÊMES TRIMESTRES 2019



ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES HÔTELIER PAR AGGLOMÉRATION ET RÉGION EN 2021
(en % par rapport à 2019)

zoom

Entre mai & août 2021
Évolution du nombre de nuitées touristiques vs 2019 :

Tous hébergements confondus : **-19%**

Hôtels : **- 30%**

Campings : **-7%**

Total des nuitées en Ile-de-France : **- 59%**

Fréquentation des lieux culturels

Une légère reprise

fréquentation globale

+35% environ vs 2020

- 67 % vs 2019

Centre des Monuments Nationaux
4 766 800 visiteurs
+35,8% vs 2020
- 52,2% vs 2019

Le Louvre
2,8M de visiteurs
+3,8% vs 2020
-71% vs 2019

Château de Versailles
2M de visiteurs
idem 2020
-75,6% vs 2019

Tour Eiffel
1,5M de visiteurs
-3,8% vs 2020
- 75,6% vs 2019

Grand Est

2e région métropolitaine la plus touchée par la baisse de fréquentation touristique.

6.6 millions

de nuitées entre mai et août 2021

- 35 % vs 2019

fréquentation hôtelière
-38%
vs 2019

taux d'occupation moyen hôtelier
42,6%
en 2021

fréquentation des campings
-30%
vs 2019

La Marne s'en sort un peu mieux avec seulement 15% de nuitées en moins vs 2019

Fréquentation étrangère

Les touristes peinent à revenir

touristes étrangers
-56%
vs 2019

Hollandais, allemands et belges représentent 80% de la clientèle étrangère

Grand Reims

Baromètre de fréquentation

Office de Tourisme

102 506 visiteurs

+ 23% vs 2020
- 64% vs 2019

LIEUX D'ACCUEIL
Rockefeller — 96 162 personnes
Fismes et Gare — 6 344 personnes

67% Français
33% Etrangers

À noter
2020
Identique

2019
57% Français
43% Etrangers

2021 nouveauté

Réouverture du bureau d'accueil Gare Reims Centre

Un nouvel aménagement pour offrir un espace de qualité et une expérience de visite pensés en fonction des attentes des visiteurs.

Cathédrale Notre Dame
910 984 visiteurs
+54% vs 2020
- 43% vs 2019

Musées de Reims
43 798 visiteurs
+9,4% vs 2020
- 25,7% vs 2019

NOTA : Musées ouverts 192 jours en 2021 ; 199 jours en 2020 ; 309 jours en 2019

Palais du Tau
61 241 visiteurs
+7% vs 2020
- 37% vs 2019

Marché de Noël
600 000 visiteurs
- 23% vs 2019

NOTA : 4 jours d'ouverture en plus en 2019

Hébergement

Dans l'hôtellerie traditionnelle

Taux d'occupation : **44%** (contre 63% en 2019)
Revenu Moyen par Chambre (RMC) : **97€** (idem 2019)
Revenu par chambre disponible (RevPar) : **42€** (-39% vs 2019)

Taxe de séjour (TS) collectée

1 302 845 €

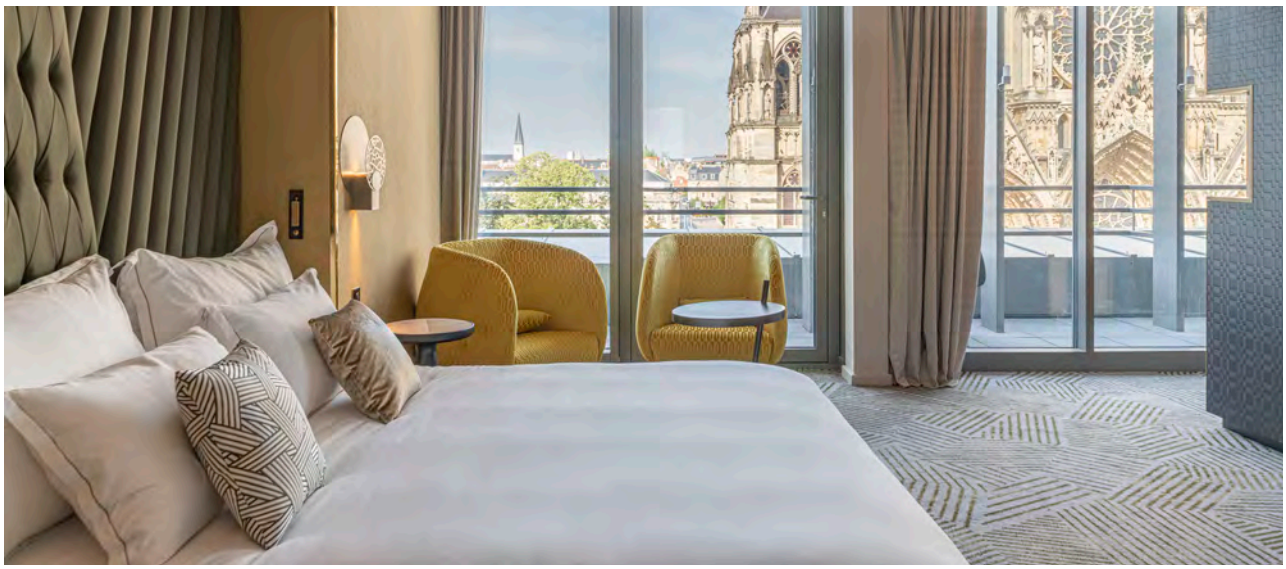
+63% vs 2020 / **-36%** vs 2019

VENTILATION TS 2021 HÔTELLERIE TRADITIONNELLE / OPÉRATEURS NUM.

- **77%** hôtellerie traditionnelle
- **23%** Opérateurs numériques
  (Airbnb - Abritel -Booking - Gîte de France - Le Boncoin - Mister B&B - Clévacances)

VENTILATION TS 2021 (HORS OPÉRATEURS NUMÉRIQUES)

- **82%** Hôtel de tourisme
- **14%** Résidence de tourisme
- **2%** Meublé de tourisme
- **1%** Chambre d'hôtes
- **0,5%** CIS
- **0,5%** Camping



L'activité commerciale de l'OTGR

Déploiement d'une plateforme de commercialisation

L'Office de Tourisme du Grand Reims et l'ADT Marne ont conduit une réflexion conjointe sur les besoins des prestataires en matière de commercialisation. Celle-ci a abouti à un projet fédérateur commun à tout le territoire de la Marne et porté collectivement par les 9 Offices de Tourisme de la destination.

LES OBJECTIFS

Apporter **une solution de vente en ligne efficace** aux prestataires du Grand Reims et soutenir leur activité.

Doter l'OTGR d'un outil de vente en ligne adapté au monde **de l'e-commerce** actuel et aux principaux canaux de distribution en ligne.

Adopter un outil de vente **facilitant l'interconnexion** avec les outils métiers de l'OTGR.

Apporter à la destination une solution de vente commune pour **être ensemble plus performants**.

REGIONDO

Lancement en mai 2021 de la place de marche Regiondo

COMPARATIF AVEC CITYBREAK

Nombre de prestataires vendus (hors hôtels)

En 2019 : 28 prestataires pour 41 offres vendues

En 2020 : 45 prestataires pour 60 offres vendues

95 000 euros TTC de CA généré via Régiondo

(75 000 € sur reims-tourisme.com, 20 000 € à l'accueil de l'Office)

A l'échelle de la Marne, le chiffre d'affaires est de 500 000 euros.

L'OTGR a mis en vente **près de 300 produits*** de **133** prestataires marnais (dont **25** issus du Grand Reims)

** le nombre de produits disponibles varie en fonction de la saisonnalité*

L'activité commerciale toujours impactée par la crise

2021 se caractérise par un premier semestre touristique quasiment à l'arrêt. L'année affiche néanmoins des résultats bien supérieurs à 2020 avec l'embellie de l'été et une forte reprise de l'activité observée à partir du mois de septembre. Les visites guidées et les ventes de forfaits se sont également considérablement développées (rapport de 1 à 5). Le tourisme d'affaires reste au point mort.

Deux tendances s'affirment :

- La réduction de la taille des groupes dans les autocars (25 personnes en moyenne) et une augmentation significative des petits groupes (- de 15 personnes) voire des mini-groupes (cellule familiale) avec un souhait marqué de personnalisation plus poussée des prestations.
- L'instantanéité des demandes et l'augmentation des réservations de dernière minute.

Dans ce contexte inédit, le pôle commercial de l'OTGR a su s'adapter et faire preuve d'agilité pour répondre aux exigences et aux envies des clients tout en conservant un dialogue permanent avec les prestataires.

Visites guidées

Les visites guidées ont rencontré **un vif succès auprès des Marnais** et de manière moins significative auprès des résidents des régions limitrophes. Quelques étrangers (Suisses, Belges et Allemands…) ont également participé à ces visites.

Journées Séjours MICE	2019	2020	2021	Évolution 2021 vs 2019	Évolution 2021 vs 2020
CA TTC	163 555 €	24 815 €	75 161 €	-54%	+202%
Nombre de dossiers	1 103	179	477	-57%	+166%

82% des dossiers traités ont été contractualisés

focus — Visites guidées pour les individuels

284 visites effectuées

5 550 participants

- 37% vs 2019 | **+29%** vs 2020

17 personnes par visite en moyenne

41 720 euros TTC chiffres affaires

- 30% vs 2019 | **+42%** vs 2020

TOP DES VENTES

1. **Cathédrale**
2. **Circuits pédestres** (classique et Art déco)
3. **Palais du Tau**
4. **Basilique & musée St-Remi**

Forfaits
journées/séjours - MICE & Loisirs

Une interruption totale d'activité pendant 5 mois : reprise le 13.06.21

Les forfaits et séjours ont séduit principalement des visiteurs d'Île-de-France…
Très peu d'étrangers : principalement des Belges, Italiens et Hollandais.

Journées / Séjours/ MICE	2019	2020	2021	Évolution 2021 vs 2019	Évolution 2021 vs 2020
CA TTC	496 380 €	69 486 €	337 915 €	-32%	386%
Nombre de dossiers	220	42	112	-49%	167%
Nombre de personnes	7 290	920	3 155	-57%	243%

Dont des forfaits mini-groupes (-10 pers.)

11 forfaits journée

6 forfaits sur plusieurs jours hors nuitée

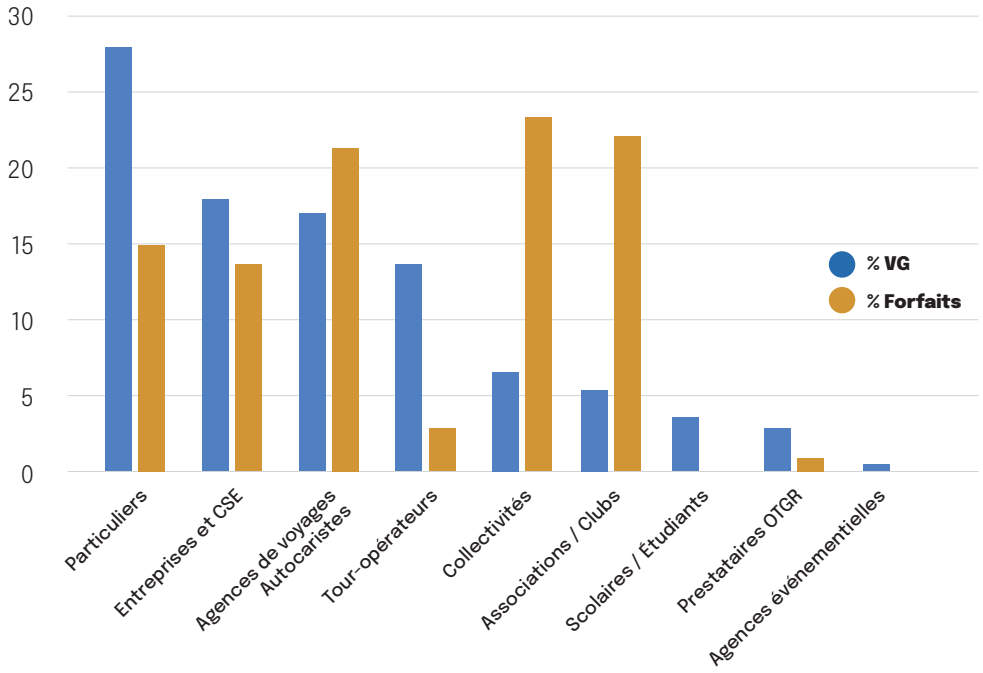
2 forfaits affaires (dont 1 avec hébergement)

193 visites guidées

Les 30 dossiers du tourisme d'affaires traités en 2021 concernent exclusivement le grand quart Nord-Est : **Île-de-France - Grand Est - Nord**

40% des dossiers traités ont été contractualisés

TYPOLOGIE DES CLIENTS VISITES GUIDÉES (VG) ET FORFAITS



À noter

Les avoirs proposés en 2020 en lieu et place du remboursement prévu par l'article 211-14 du code du tourisme (ordonnance N° 2020-315 du 25 mars 2020) étaient valables 18 mois à compter de la date d'annulation du contrat initial. Passé ce délai, sans date de report, les clients devaient être remboursés

à ce titre, 20 avoirs ont été utilisés dans le cadre de visites guidées sèches et 16 dans le cadre de forfaits. L'OTGR a procédé à 22 remboursements.

Viking Cruises

Un nouveau partenaire commercial

Viking Cruises, 1ère compagnie mondiale de croisière fluviale, a choisi Reims pour deux extensions de circuits :
- **Trêves (All.) <> Bambergue (All.)**
- **Trêves (All.) <> Bâle (S).**

À noter

D'août à fin novembre 2021
59 haltes, **4 198 croisiéristes** accueillis

CA : **18 220 €** TTC

PROGRAMME **DÉJEUNER + VISITE DE LA CATHÉDRALE**

11 GUIDES CONFÉRENCIERS
anglophones formés à cet accueil

Les visites conjointes Ville de Reims et Office de Tourisme

2021 nouveauté

Reims Urban Nature Festival Outdoor

1ère édition
du 2 au 13 Juin 2021

10 visites organisées

134 participants

Des visites organisées par l'OTGR à choisir parmi différents thèmes

Reims à vélo :
2 circuits : « de place en place » & « de la Vesle au Canal »

A la découverte de la butte St-Nicaise et des remparts de Reims

Allons flâner sur les grands boulevards

Balade au cœur du jardin avec 2 lieux :
le parc de la patte d'Oie & le Parc Schneiter

Reims by night

Journées européennes du patrimoine
18 & 19 septembre 2021

70
sites ouverts à la visite

38 714
participants
dont **399 scolaires**

35
visites guidées organisées par l'Office de tourisme

1 368 personnes

5 NOUVEAUX CIRCUITS
Croix-Rouge, Maison Blanche, Clairmarais, Narcisse Brunette et Parc de la Patte d'Oie

132 participants

2021 nouveauté

Zoom sur la Convention Ville d'Art et d'Histoire
La Ville de Reims – service du patrimoine en charge du label Ville d'Art et d'Histoire et l'Office de Tourisme du Grand Reims, tous deux concernés par la mise en valeur du patrimoine ont conclu un partenariat pour renforcer et démultiplier les dispositifs de médiation et de valorisation du patrimoine et de l'histoire de Reims.

Chefs de Gare
8e édition
du 11 au 17 octobre 2021

L'OTGR a proposé chaque jour une visite de la Gare de Reims et de ses sous-sols :

stand de tir

abris antiaériens

images d'archives

et la « célèbre » locomotive à vapeur en gare : « Wladimir »

74 % **Taux de remplissage**

La semaine bleue
du 17 au 31 octobre 2021

Temps fort intergénérationnel

Près de **100** participants

Un succès confirmé d'année en année !

SIX VISITES INÉDITES ORIGINALES !

1. Balade gourmande
2. Découverte de la butte St-Nicaise
3. Reims, capitale gallo-romaine
4. Les vitraux de la cathédrale
5. Reims à vélo
6. Sciences Po.

Reims City Tour

2019
Total billets : 8 440
1 121 circuits réalisés

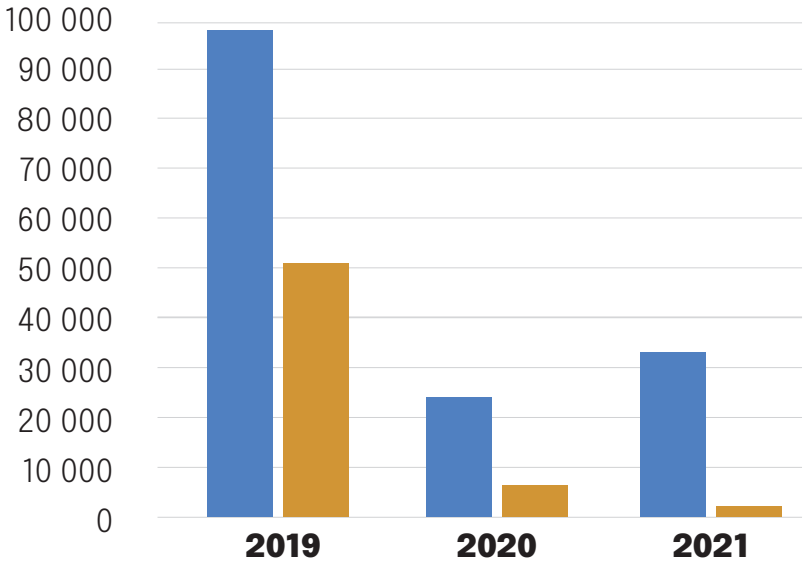
Ventes OTGR
5 922 billets vendus

2020
Total billets : 1 965
338 circuits réalisés

Ventes OTGR
1 007 billets vendus

2021
Total billets : 2 574
315 circuits réalisés

Ventes OTGR
1 163 billets vendus



CHIFFRE D'AFFAIRES

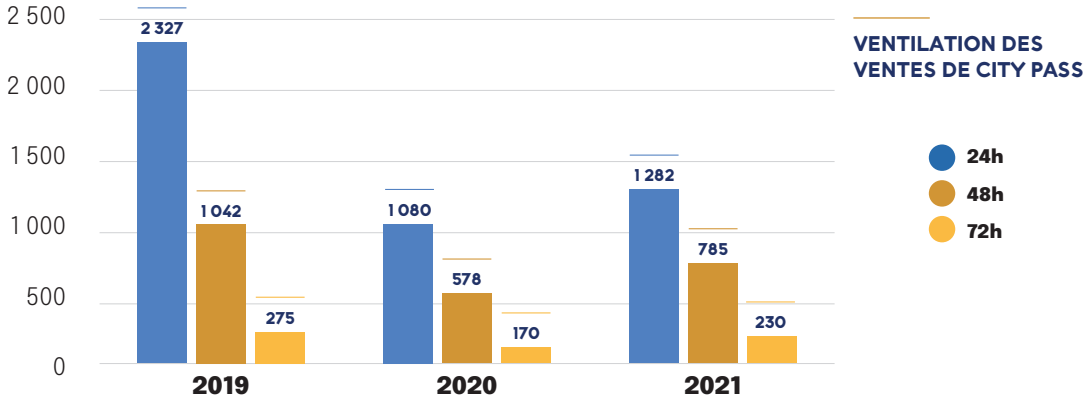
- **Total ventes** (CA TTC)
- **Ventes OTGR** (CA TTC)

À noter

Des résultats obtenus en l'absence de **Champagne Wine Tour en 2021**

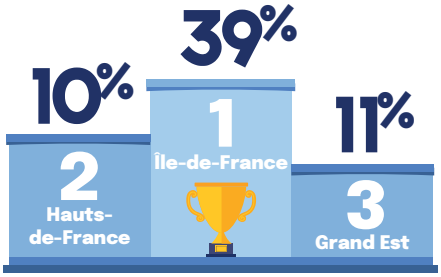
Reims City Pass

2019	2020	2021
3 644 ventes	**1 828 ventes** (-50%)	**2 297 ventes** (+26%)
CA TTC : 91 695 €	CA TTC : 41 690 €	CA TTC : 61 590 €



TOP 3
international
(30%)

TOP 3
France
(70%)



2021 nouveauté

Curiocity Gourmand

Création d'un nouveau produit, vendu exclusivement au comptoir de l'Office de Tourisme : le Curiocity gourmand, un jeu de piste dans le centre-ville de Reims réunit indices et lieux de dégustation pour résoudre une énigme. L'activité permet de mettre en valeur les partenaires gourmands de l'Office de Tourisme.

Une première phase de test sans accompagnement promotionnel a permis de constater l'intérêt du public et notamment celui des rémois qui ont plébiscité la convivialité de l'expérience. Initiée en français, l'activité a été adaptée en langue anglaise par l'équipe de l'Office de Tourisme pour la prochaine saison.

La boutique

La réouverture de la boutique le 12 mai 2021 a permis de booster le chiffre d'affaires par rapport à 2020.

Marge brute commerciale

39 342 euros

TAUX DE MARGE BRUTE : 44%

Ticket moyen

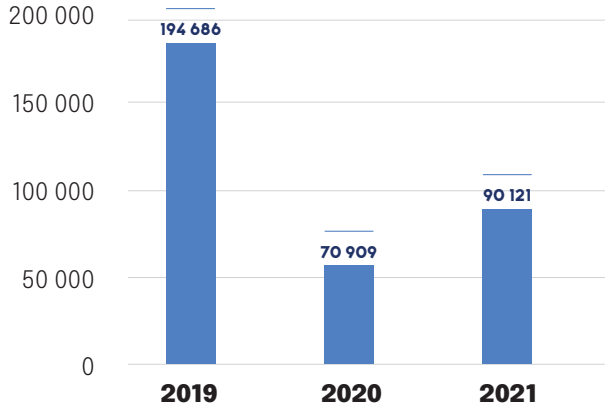
1,07 euro

+40% VS 2019

Panier moyen

12,56 euros

+0,7% VS 2019



ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES TTC

FOSSIER, TOUJOURS LEADER DES VENTES

1 **Biscuits roses** en sachet Fossier

2 **Boîte métal** Fossier cathédrale

3 **Étui** de 12 biscuits roses Fossier

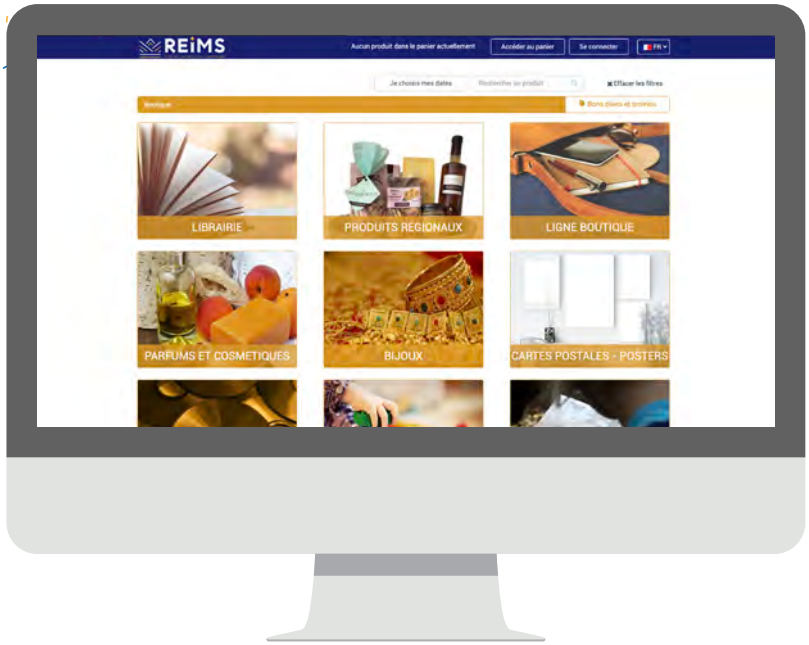
4 **Médaille** de la Monnaie de Paris

5 **Carte postale** de Michel Jolyot

OUVERTURE DE LA BOUTIQUE EN LIGNE EN AVRIL

www.boutique.reims-tourisme.com

L'Office de Tourisme du Grand Reims propose désormais des produits exclusifs et des bons plans disponibles sur un site dédié 24h/24 toute l'année. Livraison à domicile ou click&collect, un service simple et rapide !



Les opérations phare de l'OTGR

En composant avec les différentes contraintes liées à la crise sanitaire, l'OTGR a conçu, produit et promu des initiatives pour stimuler le tourisme de proximité, favoriser la découverte des richesses du territoire par les résidents, encourager un tourisme de ressourcement et soutenir la relance d'activité de ses partenaires.

2021 nouveauté

Pique-niques en Champagne

Les différentes vagues de confinements ont provoqué chez la plupart d'entre nous un fort désir de grand air et de **dépaysement à « deux pas de chez soi »**. Et quoi de mieux pour cela qu'un pique-nique pour s'évader quelques heures, pour déguster de bonnes et belles choses et profiter de la beauté des paysages de nos vignobles.

L'OTGR a eu l'initiative du lancement de cette nouvelle offre visant à mettre en avant **les meilleurs coins à pique-nique du Grand Reims** de façon dynamique et ludique à travers la diffusion de cartes postales à collectionner.

LE DISPOSITIF

Les 9 offices de tourisme de la Marne se sont associés à cette initiative pour dénicher **75 spots** à pique-nique en Champagne :

- **17 sites dits « TOTEMS »,** souvent connus du grand public marnais, ont été identifiés et mis en avant dans les offices de tourisme, sur leurs sites internet et sur le site dédié. ***www.piqueniquesenchampagne.fr***. Vitrines du dispositif, ces lieux incontournables suscitent le désir de découvrir d'autres endroits idylliques et l'envie de les collectionner.
- **58 sites « SURPRISES »,** plus insolites, restaient à découvrir auprès des restaurants partenaires de l'opération pour tout repas à emporter acheté.

Une mise en œuvre à l'échelle de la Marne rendue possible grâce au soutien de l'Agence de Développement Touristique du département.

LA COMMUNICATION

49 300 cartes TOTEM + **156 600** cartes SURPRISES

Campagne **presse départementale**

Campagne **affichage digital Reims**

Instagram **408 abonnés**, taux moyen d'engagement de **7%**

Site internet **12 691 vues**

528 QR Codes scannés

2021 nouveauté

Expériences à la rémoise

L'Office de Tourisme du Grand Reims a initié en 2021 un concept inédit de tourisme expérientiel.

Les « Expériences à la rémoise » désignent un ensemble d'activités à vivre en famille ou en mini-groupe sur une journée ou une demi-journée à Reims et ses alentours. Elles mettent particulièrement à l'honneur le savoir-faire local et permettent à une clientèle résidentielle ou de passage de rencontrer les acteurs insolites du territoire (tonneliers, tailleurs de pierre, vignerons, parfumeurs, verriers...) dont les métiers ont des marqueurs identitaires forts. Une nouvelle expérience de tourisme alternatif où le voyageur n'est plus simple spectateur mais acteur.

EXPERIENCES
À LA RÉMOISE

6
expériences disponibles en 2021

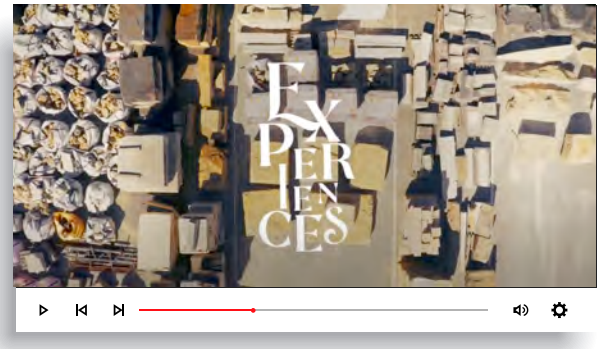
DE 35 À 80 EUROS

En 2021
185
billets vendus

DONT 51 BONS CADEAUX

DÉCOUVRIR LES EXPÉRIENCES EN VIDÉO

VISUALISER



https://youtu.be/nUTob9eRyvM

Pour un Été Royal : Champagne !
2e édition

Du 1er juillet au 30 septembre 2021, pour célébrer le retour des touristes dans la Cité des Sacres, l'Office de Tourisme du Grand Reims a réactivé l'opération « séduction », menée en 2020, baptisée « Pour un Été Royal : Champagne ! »

LE PRINCIPE EST SIMPLE

2 nuits à l'hôtel + **1** restaurant + **1 activité** touristique = **1 bouteille** de champagne offerte

784 bouteilles offertes

VS 1096 EN 2020

Soit

9 bouteilles par jour

sur la durée de l'opération.

2021 nouveauté

Chasse aux trésors

En juillet 2021, l'Office de Tourisme du Grand Reims a pris part au lancement d'une toute nouvelle opération imaginée par l'association 286m : **Vignotrésor.**
Il s'agit d'une chasse aux trésors grandeur nature, permettant de découvrir le patrimoine du Parc Naturel Régional de la Montagne de Reims. A la clef pour les participants ayant réuni les indices, un tirage au sort pour remporter un lot. (1 mathusalem de champagne chaque trimestre). L'événement est promu et vendu par l'Office de Tourisme du Grand Reims et par l'ensemble du réseau des offices de tourisme de la Marne.

Cette première édition n'a pas pleinement répondu aux attentes des organisateurs. Le week-end de lancement notamment a été très mitigé, contrarié par une météo capricieuse et une faible fréquentation touristique sur le secteur. Néanmoins, ce test a permis de dégager le fort potentiel d'attractivité de l'opération pour les familles et les jeunes.

2021 nouveauté

Reims à table

Un événement imaginé par l'Office de Tourisme du Grand Reims pour aider à la relance de l'activité des restaurateurs frappés de plein fouet par la crise sanitaire

5 catégories

- *Gastronomique* — RAFFINÉ
- *Gourmande* — TRADITIONNELLE
- *Bistrot* — BAR À MANGER
- *Cuisines* — DU MONDE
- *Vite fait* — BIEN FAIT, À EMPORTER

5 PRIX seront décernés par le grand public lors d'une cérémonie de clôture

155 restaurants participants

Au 31 décembre 2021

4 637 participants

84 BONS CADEAUX OFFERTS POUR UNE VALEUR DE **10 840 EUROS**

LE CONCEPT

Des « Olympiades Gourmandes » fédérant l'ensemble des talents pour célébrer à l'échelle du territoire le bien vivre et le « Bon manger » et incitant les habitants et touristes à voter, avec bienveillance, pour leurs établissements coup de cœur.

LES ENJEUX

- Booster l'ensemble du secteur de la restauration autour d'un évènement commun vecteur d'image, de notoriété et de fréquentation.
- Faire en sorte que ces restaurateurs deviennent acteurs de la valorisation de ce patrimoine vivant, en partageant ce sens de la convivialité, du partage, de l'hospitalité, de la qualité.
- Générer une fierté collective d'appartenance au territoire.
- Défendre les valeurs identitaires du territoire.

LE PRINCIPE

Un jeu événement en « phy-gital » d'une durée de 6 mois.
Les Rémois sont invités à soutenir leurs restaurants favoris en attribuant un vote sur la plateforme dédiée www.reimsatable.fr grâce à des QR codes présents dans les établissements participants.
Chaque semaine des bons cadeaux récompensent les votants tirés au sort.

Parrain de l'événement
Arnaud Lallement, Chef de l'Assiette Champenoise***

Lancement officiel
Lundi 11 octobre
Hôtel de Ville de Reims

STREET MARKETING
Chalet Chef de Gare, 1 semaine de présence sur le parvis de la gare Reims centre.

PRESSE
News Mag : Cahier spécial et insertions récurrentes
Reflets actuels : display digital
L'Union : cahier spécial

AFFICHAGE
Abribus 120x176
JC Decaux Ville de Reims
du 18.10 au 07.11

SOCIAL MEDIA
Feed Instagram avec concours calendrier de l'avent.

Les opérations de promotion et de communication

Le plan de promotion établi chaque année par l'Office de Tourisme pour valoriser la destination auprès des marchés cibles est le fruit d'une collaboration étroite avec les partenaires institutionnels du tourisme au niveau national, régional et départemental.

Une veille permanente d'Atout France permet ainsi d'identifier les opportunités d'actions stratégiques à mettre en œuvre. Ces informations servent à partager et co-construire avec l'ARTGE, l'ADT et les autres OT* des plans d'actions pertinents, cohérents à l'échelle du territoire et, très souvent, de mutualiser des ressources.

Depuis 2020, la stratégie marketing s'est nécessairement recentrée vers les marchés de proximité (France, Benelux, Allemagne…). La poursuite des échanges et des actions vers les marchés lointains demeure toutefois essentielle dans la perspective de la sortie de crise.

Malgré les bouleversements, l'Office a su maintenir plusieurs actions phares parmi les salons, les éductours professionnels et les accueils presse…

MARCHÉ DE NOËL

*ARTGE : Agence Régionale du Tourisme Grand-Est,
ADT : Agence de Développement Touristique de la Marne, OT : Offices de Tourisme

Les Salons & Éductours professionnels

Des annulations en cascade compensées par quelques initiatives en distanciel.

France Excellence America Latina

work shop

20 • 22 septembre 2021
Événement à distance
Partenariat Atout France

Format > Conférences + rendez-vous avec les Tour-opérateurs et les agences de voyage

Objectif > Positionner la destination France comme leader de l'offre touristique de luxe

Marché > Brésil

Cibles > 80 acheteurs dont des Tour-opérateurs, agences de voyage et autres réseaux haut de gamme

À noter

30 rendez-vous en face à face obtenus

IFTM Top Resa

salon

5 - 8 octobre 2021 | Paris
Événement en présentiel
Partenariat ADT Marne

Format > salon traditionnel et stand partagé avec 6 acteurs de la destination

Marché > Multi-marchés

À noter

Une centaine de contacts qualifiés rencontrés

Fam Trip Brésil

Éductour

10 - 14 novembre 2021
Événement en présentiel
Partenariat Atout France et Air France

Découverte de la destination Champagne pour des Tour-opérateurs brésiliens haut de gamme/luxe

Découverte de Reims

Éductour

3 - 5 novembre 2021
Événement en présentiel
Partenariat ARTGE

Découverte de l'offre du territoire pour les personnels de l'ARTGE

Événement la Champagne à Londres

9 décembre 2021
Événement en présentiel

L'Office de Tourisme n'a pu se rendre sur place et s'est fait représenter par Atout France
35 agences anglaises conviées

Les Accueils Presse & Influenceurs

Les capacités d'anticipation et de planification extrêmement réduites des journalistes et des prestataires touristiques ont fortement pénalisé les possibilités d'organiser des déplacements.

Les équipes de l'OTGR ont alimenté à distance de nombreuses demandes d'information provenant majoritairement de journalistes italiens, japonais, allemands, belges et français.

L'OTGR a fait preuve d'agilité et de réactivité pour coordonner des accueils presse et influenceurs dès que la situation le permettait notamment :

Juillet 2021
Accueil de 4 influenceurs
« ***voyages & culture*** » ***Parisiens***
totalisant plus
de 700 000 abonnés

10 septembre
Thierry Beaurepère
pour ***Pleine Vie***

18-19 novembre
Ludovic Bischoff
pour ***Les Echos***

9-13 décembre
Sacha Retting pour
la presse allemande

Les salons grand public loisirs

75e Foire de Châlons

3-13 septembre 2021

765 exposants | **206 000** visiteurs

Foire de Châlons

L'équipe des conseillers en séjour de l'OTGR est chaque année mobilisée, sur le stand de la Foire de Châlons de Reims et du Grand Reims, rendez-vous incontournable de l'année.

Une opportunité de promouvoir le tourisme au niveau local, de mettre en lumière les richesses de notre territoire et l'occasion de sensibiliser les visiteurs sur la candidature de Reims au titre de Capitale européenne de la culture en 2028.

2 grandes campagnes nationales en soutien des actions de l'OTGR

L'art de vivre au cœur de la Champagne

Campagne portée par la Direction de la communication de la Ville de Reims.

Objectifs

- Communiquer sur une destination « désirable » et « instagramable »
- Faire de Reims une destination « week-end »
- Faire connaître Reims, son art de vivre

Déploiement

- Campagne d'affichage métro Paris du 22.07 au 04.08
- Encarts presse, dans 6 médias (Petit futé et City book, Le Parisien week-end, Les Echos, Le Parisien aujourd'hui en France, Figaro magazine, Guide œnotourisme L'Union)

Campagne "Marché de Noël"

Campagne portée par la Direction de la communication de la Ville de Reims.

Objectifs
- Développer la notoriété de l'événement
- Générer des flux touristiques pendant la période des fêtes

Déploiement
- Campagne d'affichage métro Paris
- Encarts presse, dans 4 médias (Le Parisien week-end, Sortir Hauts-de-France, France Today Magazine, Metropolitan)
- Affichage urbain, dans 14 villes (Charleville-Mézières, Châlons-en-Champagne, Épernay, Saint-Quentin, Troyes, Paris centre-ville, Lille, Angleterre, Londres Gare de Saint-Pancras, Belgique, Bruxelles, Arlon, Liège et Namur)
- Campagne Digitale : local, Paris, Lille et la Belgique
  1 951 766 impressions · **29 653** interactions

Actions complémentaires
de l'Office de Tourisme du Grand Reims

Pays ciblés : France, Belgique, Pays-Bas et Scandinavie

France
Les Echos Weekend
664 000 lecteurs
Parution dans le dossier « Champagne Vins&Fêtes »

France
Magazine Courants d'Airs
200 000 lecteurs
en France et pays francophones
Article « 48h à Reims »
le 7 décembre 2021

France
Time-out
Article > 2 448 pages vues
Facebook > 234 900 impressions
Instagram > 20 923 impressions

Belgique
RTL TVI
Émission « La Grande Balade au Soleil », 380 000 téléspectateurs en Belgique et Luxembourg
Diffusion > 18 et 19 décembre 2021

Pays-Bas et Scandinavie
Accueils d'influenceurs néerlandais et scandinaves
sur le Marché de Noël de Reims

85
contenus créés
4 contenus in-feed
79 stories
2 reels

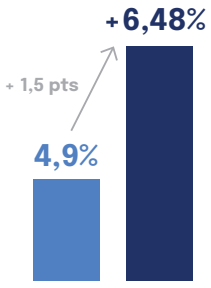
+993k
impressions
+ 553 k vues de tories
+ 27,6 k vues de reel

6,48%
taux d'engagement
Taux d'engagement organique estimé autour de 4%

+553k
vues de stories

+739k
personnes atteintes

6,79%
engagement totaux



Dans le secteur du tourisme et du voyage, le taux d'engagement est de 4,9% en moyenne sur instagram. Cette campagne a accumulé **6,48% de taux d'engagement,** ce qui dépasse la moyenne.

Engagement moyen sur instagram pour le secteur du voyage
Taux d'engagement moyen de la campagne

Réseaux Sociaux

Outils devenus indispensables à la promotion de toute destination, les réseaux sociaux de l'OTGR sont largement plébiscités par une communauté fidèle et de plus en plus active.

@reimstourisme sur les réseaux en 2021

Instagram

23.4 K
abonnés

Facebook

32.9 K
abonnés

Youtube

122.7 K
vues

Pinterest

255
epingles

nouveauté 2021

Ouverture du compte Linkedin OTGR

Top 5 des posts les + likes

1

Un Été Royal

2.3K likes

2

Découverte matinale

2.1K likes

3

Les vignes enflammées pendant la nuit pour lutter contre le gel

2.016 likes

4

Un moment magique

1.722 likes

5

Reims, Cité des sacres et du champagne

1.5K likes

Une communauté engagée

Instagram

2.77 %
taux d'engagement

Le taux d'engagement est le rapport entre les interactions provoquées par une publication et le nombre d'abonnés. Un compte au taux élevé est considéré comme qualitatif, car cela signifie que la communauté est sensible au contenu proposé. Il s'agit donc d'un indicateur essentiel pour les influenceurs et les entreprises.
Le taux d'engagement moyen sur Instagram est de 2,15% pour une communauté de la taille de celle de l'OTGR.

Facebook

741 431
couverture Facebook

La « Couverture de la Page Facebook » est le nombre de personnes ayant consulté un contenu sur votre Page ou portant sur votre Page, notamment des publications, des stories, des publicités, des informations sociales sur les visiteurs qui interagissent avec votre Page.

DES TOURISTES SOUS LE CHARME

La Cathédrale de Reims est franchement incroyable d'extérieur ! […] Petite mention spéciale pour l'Office de Tourisme de Reims qui nous a vraiment bien accueilli et bien guidé !

de @dreamy_waterfall

Gros coup de cœur pour Reims, ses habitants aimables et son art de vivre calme et posé… super week end ❤❤

de @ontestequoi

Week-end au top au pays du champagne !

de @erwannbrtd

I absolutely love dit !! 100% recommend to go, even if only for the Cathedral

de @cherilcdh

DES RÉMOIS DE PLUS EN PLUS AU RENDEZ-VOUS

Moi, rémoise, je ne l'avais jamais vu sous cet angle, je la redécouvre !

@sunsetloveuse sur @artechdrone

J'aime trop ce petit coin de Reims

@ocemcl

Il m'est impossible de me lasser de ce genre de paysage ❤❤❤

de @pellicule_champenoise

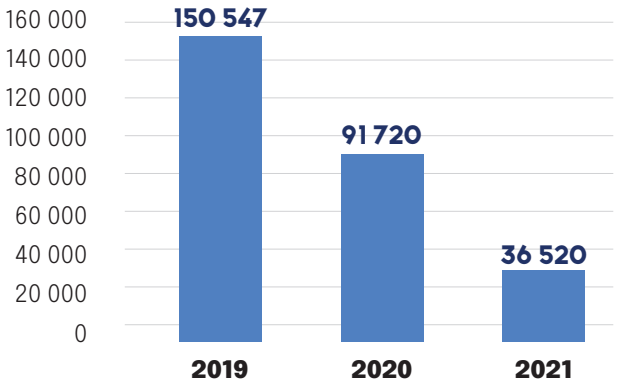
Les partenariats

Depuis le début de la crise les professionnels du secteur ont dû adapter leurs offres en fonction du contexte sanitaire et, de ce point de vue, la crise a été un accélérateur de tendances. Les actions de relance de l'OTGR ont su séduire de nouveaux acteurs touristiques tout en fidélisant ses partenaires « historiques ». Néanmoins, le choix d'offrir aux partenaires une année de cotisation dans le cadre du plan de relance touristique en 2020 a eu un impact financier non négligeable.

EN 2021

463 partenaires

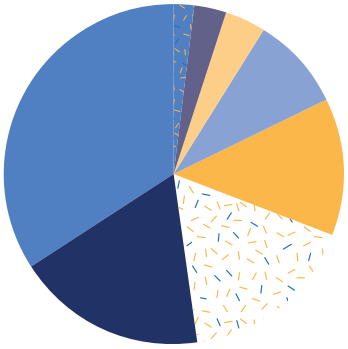
+20% vs 2019 | dont **43 nouveaux entrants**



ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PARTENARIATS

Répartition des partenaires

- 34% Activités
- 18% Restaurants
- 17% Vignerons
- 13% Hébergements locatifs
- 9% Hôtels
- 4% Bars
- 3% Grandes Maisons de Champagne
- 2% Espace de réception



La formation
des Partenaires

Dispositif "Experts de Destination"

Nos conseillers en séjour, Experts de Destination, ont mené des actions de sensibilisation auprès des professionnels en ayant exprimé spontanément le souhait. Les conseillers en séjour sont donc intervenus pour livrer des compléments d'informations utiles sur la connaissance du territoire, de ses atouts, ses spécificités, sur la diversité des offres touristiques et bien sûr quelques petits secrets !

ROYAL CHAMPAGNE HOTEL & SPA

ROYAL CHAMPAGNE
JEUDI 17 JUIN

Campanile

CAMPANILE CENTRE
VENDREDI 18 JUIN

Mercure HOTELS

MERCURE CATHÉDRALE
VENDREDI 25 JUIN

CONTINENTAL HÔTEL
VENDREDI 9 JUILLET

HÔTEL AZUR
LUNDI 18 OCTOBRE

L'Office de Tourisme,

une équipe soudée, soutien de la dynamique d'attractivité du territoire.

34 collaborateurs

35 en 2019 | **33** en 2020

42 ans
l'âge moyen
(**21-58** ans)

15 ans
l'ancienneté moyenne
(**1-37** ans)

7 hommes

28 femmes

L'activité partielle toujours de mise en 2021

22 salariés concernés sur une période allant de janvier à mai 2021
Un taux moyen annuel global de **10%**

Moyenne par service (de janvier a mai 2021)

3 %	26 %	56 %	15 %
MARKETING	SUPPORT	ACCUEIL	COMMERCIAL

Télétravail exceptionnel lié à la crise COVID

Période de janvier à mai 2021

Commercial
50 %

Accueil
20 %

Cadres
50 %

2 À 3 JOURS DE PRÉSENCE SUR SITE EN MOYENNE

Marketing
100 %

Support
40 %

RETOUR SUR SITE DE LA MAJORITÉ DES ÉQUIPES À COMPTER DU 7 JUIN 2021.
Le service marketing en télétravail jusqu'à fin août.

Crédits photos

· Cyrille Beudot · Pauline Colin
· Grand Reims · OTGR · Romain Berthiot
·@Ramijntje · Naiim de la Lisière

Télétravail exceptionnel lié à la crise COVID

Période de janvier à mai 2021

Commercial
50 %

Accueil
20 %

Cadres
50 %

2 À 3 JOURS DE PRÉSENCE SUR SITE EN MOYENNE

Marketing
100 %

Support
40 %

RETOUR SUR SITE DE LA MAJORITÉ DES ÉQUIPES À COMPTER DU 7 JUIN 2021.
Le service marketing en télétravail jusqu'à fin août.

Crédits photos

· Cyrille Beudot · Pauline Colin ·
· Grand Reims · OTGR · Romain Berthiot ·
· @Ramijntje · Naiim de la Lisière ·