

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2022

REIMS ARENA



REIMS
TOURISME & CONGRÈS



Sommaire

LES PRINCIPAUX INDICATEURS DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE	5
AU NIVEAU MONDIAL	6
EN FRANCE	6
EN GRAND EST	8
DANS LA MARNE	9
ACTIVITÉ TOURISTIQUE DU GRAND REIMS	10
BAROMÈTRE DE FRÉQUENTATION	11
FRÉQUENTATION DES LIEUX CULTURELS ET DE LOISIRS	13
PERFORMANCE DE L'HÉBERGEMENT MARCHAND	14
BAROMÈTRE DE SATISFACTION / E-REPUTATION	16
L'ACTIVITÉ DE L'OFFICE DE TOURISME DU GRAND REIMS	17
BAROMÈTRE DE FRÉQUENTATION DE L'OTGR	18
DÉPENSES ET RECETTES 2022	19
L'ACTIVITÉ COMMERCIALE	20
STRUCTURATION DE L'OFFRE	27
GASTRONOMIE	28
PATRIMOINE	29
TOURISME DURABLE	30



LES OPÉRATIONS DE PROMOTION ET DE COMMUNICATION	31
LES SALONS PROFESSIONNELS.....	32
LES ÉDUCTOURS.....	33
LES SALONS GRAND PUBLIC.....	33
LES ACCUEILS PRESSE ET INFLUENCEURS.....	34
LES CAMPAGNES.....	35
LES RÉSEAUX SOCIAUX.....	38
REIMS FAIT SON SHOW.....	41
SUPPORTS DIGITAUX.....	42
LES ÉDITIONS.....	43
LES PARTENARIATS	44
REIMS CONVENTION BUREAU	45
L'INGÉNIERIE	48
ETUDES.....	49
ACCOMPAGNEMENT.....	50
REIMS TOURISME ET CONGRÈS	51
L'ÉQUIPE.....	52
RESPONSABILITÉ SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE.....	52
RENOUVELLEMENT DU LABEL QUALITÉ TOURISME.....	54

IR



Catherine Vautrin
Présidente du Grand Reims
Présidente de Reims
Tourisme et Congrès



Philippe VERGER
Directeur Général
de Reims Tourisme
et Congrès

Édito

A plus d'un titre, l'année 2022 s'affiche comme une année record.

La levée des contraintes sanitaires

a facilité la reprise de l'activité, mais personne ne s'attendait à une telle accélération.

La fréquentation touristique 2022 retrouve donc les standards d'avant crise (cf 2019) et bouleverse toutes les prévisions.

Les secteurs de l'hôtellerie et de la restauration sont les premiers à bénéficier de cette

dynamique : retour marqué de la clientèle internationale avec une surreprésentation des marchés européens (Allemagne, Benelux...) et une percée de la clientèle américaine.

De nombreux défis restent à relever.

La crise de l'énergie et l'inflation provoquées par la guerre en Ukraine constituent une menace réelle pour l'ensemble du secteur. Le bouleversement climatique interpelle également tous les acteurs de la filière.

C'est dans ce contexte que l'équipe de **l'Office de Tourisme du Grand Reims** poursuit sans relâche son engagement auprès des professionnels de la destination pour soutenir la dynamique collective autour de projets fédérateurs en matière d'offre et de promotion : nouvelle identité - REIMS TOURISME & CONGRES - en soutien à la dynamique collective Reims Legend'R au service du rayonnement de la destination ; initiative « Reims à Table » ; approches inédites en matière de promotion (1^{er} Late show) ; enclenchement d'une stratégie de tourisme durable...

L'Office de Tourisme du Grand Reims et ses partenaires **restent plus que jamais unis et déterminés pour faire rayonner le territoire et le hisser au rang des destinations** les plus attractives de France.



Les principaux indicateurs de l'industrie touristique

Chapitre#1 - rapport d'activité 2022



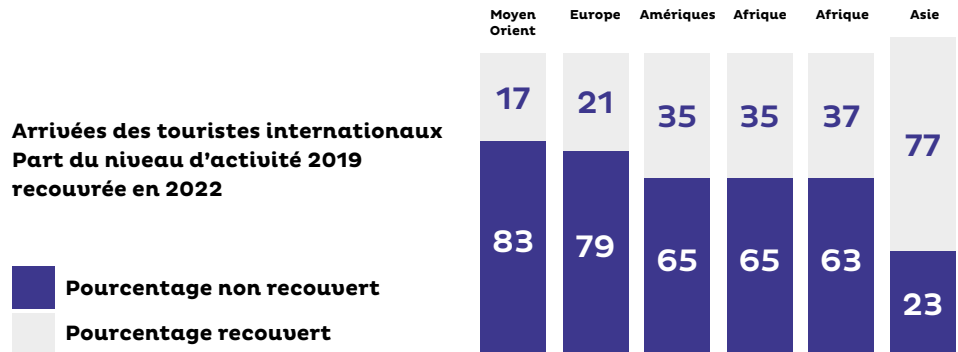
Au niveau mondial

Un rebond généralisé

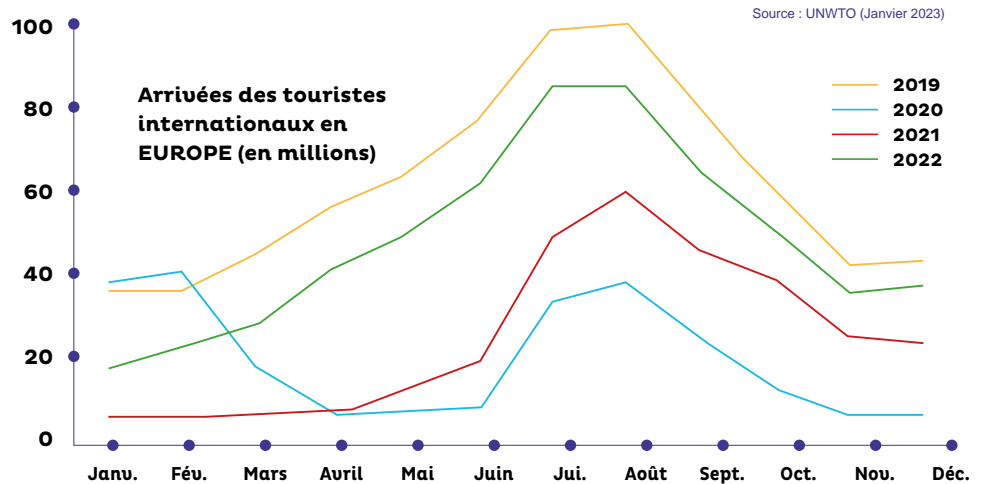
Le tourisme international a enregistré des résultats beaucoup plus forts qu'attendus en 2022, soutenu par une forte demande latente et la levée ou l'assouplissement des restrictions de voyage dans un grand nombre de pays.

900 millions

arrivées de touristes internationaux en 2022
 +50% vs 2021 | -37% vs 2019



L'Europe a atteint près de **80%** des niveaux de fréquentation d'avant la pandémie avec **585 millions** d'arrivées internationales en 2022.



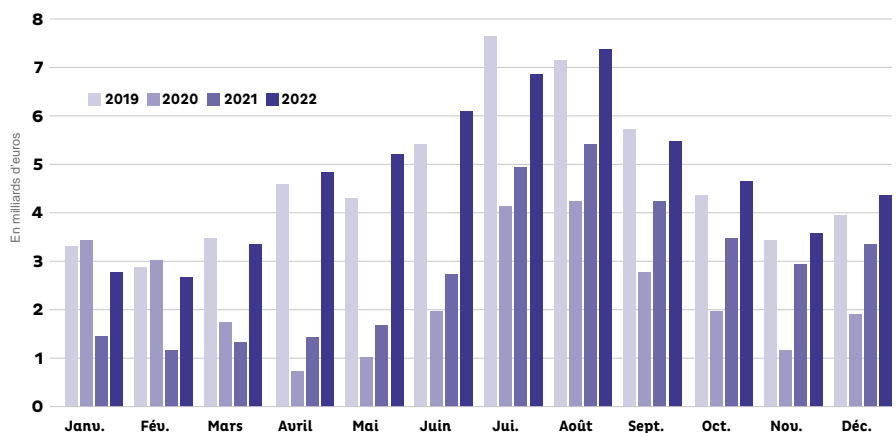
En France

La fin d'année confirme la résilience du secteur. 2022 renoue avec les standards d'avant Covid.

58 milliards €

recettes du tourisme international en France
 +1,2Md€/ +2,1% vs 2019

Recettes du tourisme international en France



Source : Banque de France, février 2023, crédit du poste Voyages de la Balance des paiements

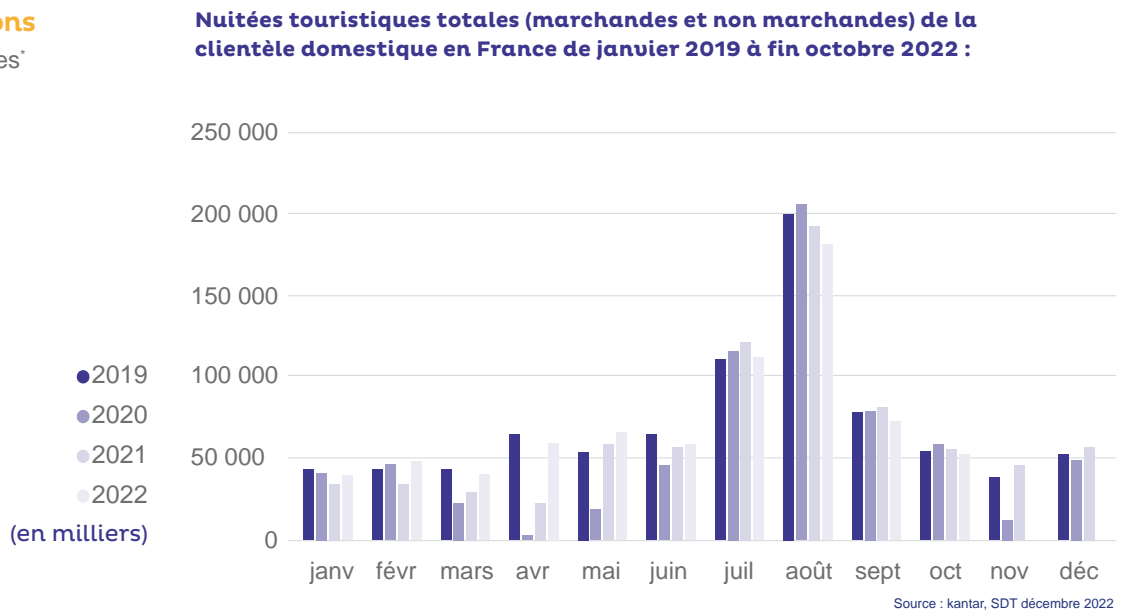
Les principaux contributeurs aux recettes du tourisme international en France sont les marchés de proximité : Belgique, Allemagne, Royaume-Uni, Suisse, Espagne, Italie et Pays-Bas.

La clientèle américaine constitue le principal apport de recettes hors Europe, alors que les marchés asiatiques et notamment la Chine et le Japon enregistrent un fort recul au regard de la situation pré-Covid.

Parmi les marchés européens, le Royaume-Uni et l'Espagne sont en retrait en retrait par rapport aux autres pays.

768 millions

nuitées domestiques*
(janvier-novembre)
-4,8% vs 2019



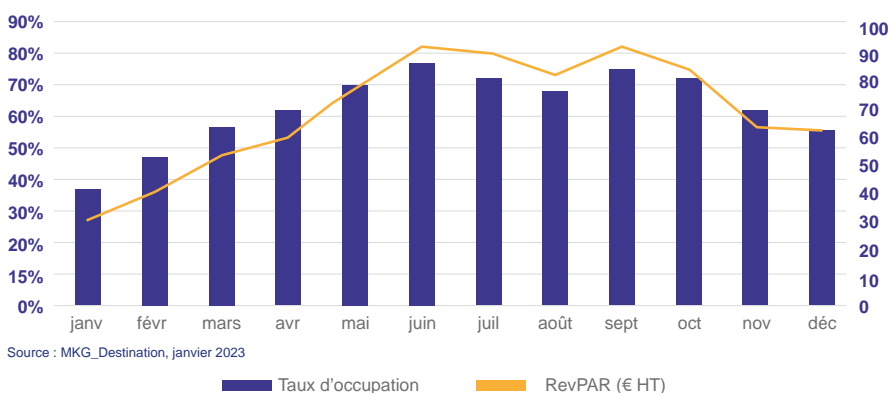
Des indices de tassement de la clientèle domestique apparaissent. Le suivi de la demande touristique souligne en effet le recul des nuitées et des taux de départ en 2022 par rapport à 2019, à hauteur de -5,1% pour les nuitées (hébergement marchand et non marchand compris) au dernier relevé à fin octobre 2022.

Les français retrouvent par ailleurs les chemins des voyages à l'étranger et le tourisme outbound rebondit, bien que de manière moins marquée que le tourisme international vers la France.

*domestique : clientèle française

> L'HÔTELLERIE

Sur l'ensemble de l'année 2022, le taux d'occupation sur l'ensemble de la France métropolitaine atteint **64,7% (-4,4% vs 2019)** et le RevPAR **69,2 euros HT (+7% vs 2019)** avec des pics d'activité de juin à septembre.



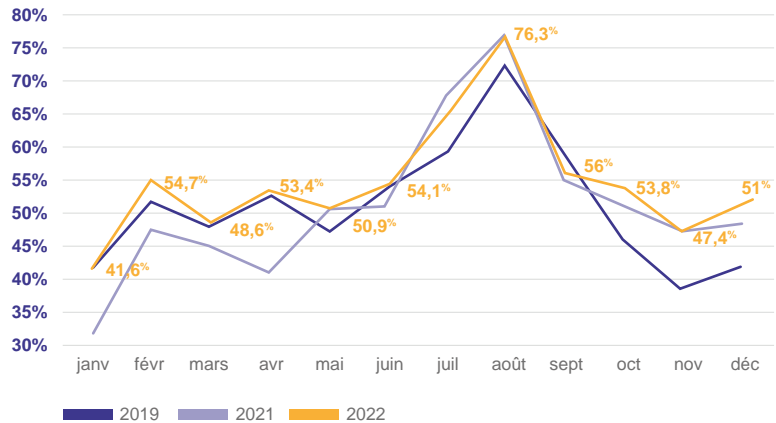
La croissance des RevPAR est tirée par les augmentations de prix et le retour des clientèles les plus contributrices qui assurent en valeur des gains significatifs des chiffres d'affaires hébergement. On observe toutefois des écarts significatifs suivant le niveau de gamme et les destinations. Cette hausse des prix est à mettre en perspective avec la forte hausse des coûts (énergie, nourriture, blanchisserie, RH, etc.).

> LES MEUBLÉS DE TOURISME Abritel®

La location de particulier à particulier a clairement bénéficié de la pandémie pour consolider son importance dans l'offre touristique. Sur l'ensemble de l'année, le taux d'occupation s'établit à **55,6%**, en hausse de **+2,6 points** par rapport à 2019.



Taux d'occupation



Source : AIRDNA, janvier 2023

> LES LIEUX CULTURELS

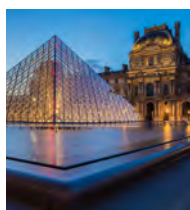
La fréquentation des grands musées parisiens est en nette hausse en 2022 et tend à retrouver ses niveaux de 2019. En moyenne, l'ensemble de la fréquentation physique et numérique des musées et lieux culturels français en 2022 est en baisse de **4,5%** par rapport à 2019.



Centre des Monuments Nationaux
10,1M visiteurs
(+1% vs 2019)



Le Louvre
7,8M visiteurs
(-19% vs 2019)



Château de Versailles
6,9M visiteurs
(-16% vs 2019)



Tour Eiffel
5,8M visiteurs
(-5 % vs 2019)



Musée d'Orsay
3,2M visiteurs
(-10% vs 2019)



En Grand Est

Source : ARTGE

29 millions de touristes
(-4% vs 2019)

Plus de français (+20% vs 2021)
surtout plus d'étrangers (+86%)

6,4 milliards d'euros
dépenses touristiques

72 millions de nuitées
(-1% vs 2019)

Taux d'occupation moyen
Hôtellerie : 62%
RevPAR : **48,5€ (+5% vs 2019)**
Locations saisonnières : **46%**

Dans la Marne

> LA FRÉQUENTATION

33,8 millions de visites en 2022
(+26,8% vs 2021)

Plus des 2/3 des visites sont effectuées par des français
(69,4% soit -6,3pts vs 2021)

Parmi les français, 3/4 des visiteurs sont des excursionnistes
(74,9% soit +6 pts vs 2021)

28,9% des visiteurs gênèrent des nuitées touristiques
4 nuitées touristiques sur 10 sont générées par des étrangers (39,6%)

Source : Orange FluxVision - Traitement : ADT de la Marne



> L'HÔTELLERIE

Source : Orange FluxVision
Traitement : ADT de la Marne

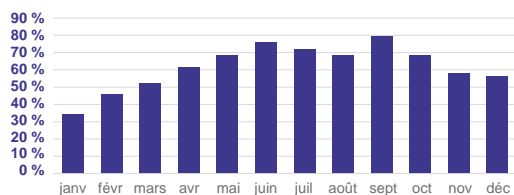
62,30%
Taux d'occupation
annuel moyen

100,10 euros
Prix moyen par nuit

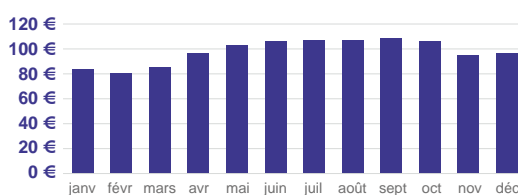
Janvier-décembre 2022

Segment	Taux d'occupation			Prix moyen			RevPAR		
	%	évol (pts) vs 2021	évol (pts) vs 2019	euros	évol (%) vs 2021	évol (%) vs 2019	euros	évol (%) vs 2021	évol (%) vs 2019
Global	62,3%	15,9	-5,5	100,1	27,8%	30,4%	62,4	71,5%	19,9%
Super-éco	62,2%	12,7	-6,5	50,2	11,8%	12,8%	31,2	40,4%	2,1%
Economique	58,5%	14,6	-7,7	73,1	8,3%	5,8%	42,7	44,4%	-6,5%
Moyen / Haut de gamme	67,5%	22,6	-1,9	171,7	28%	40,6%	115,9	92,5%	36,7%

Taux d'occupation



Prix moyen



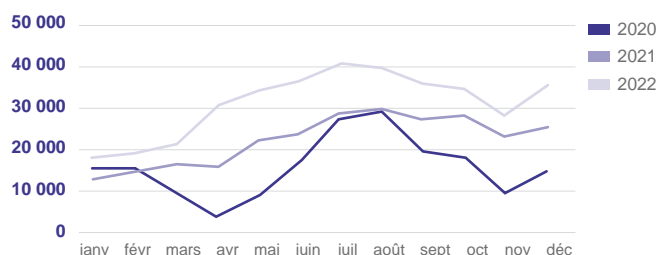
Source : MKG - ADT Marne - OT Grand Reims - Note : Basé sur un échantillon de 56 hôtels représentant 3 742 chambres - Prix moyen et RevPAR en euros HT Source: MKG_destination

> LES HÉBERGEMENTS LOCATIFS

55,10%
Taux d'occupation
annuel moyen

128,5 euros
Prix moyen par nuit

Évolution mensuelle des réservations





Activité Touristique du Grand Reims

Chapitre#2 - rapport d'activité 2022



Baromètre de fréquentation

Environ **5 millions**

de touristes (+15% vs 2021) ont séjourné dans le Grand Reims en 2022 pour un peu plus de 1,6 millions de nuitées marchandes.

Source : Orange Flux Vision

Au total, le Grand Reims a accueilli **12 millions de visiteurs : touristes + excursionnistes**

La comparaison avec l'année de référence 2019 n'est pas significative du fait d'un changement dans la méthode d'observation intervenue en 2022 et l'adoption de la solution Flux Vision Tourisme par l'OTGR en partenariat avec l'ADT Marne.



> UNE NOUVELLE SOLUTION D'OBSERVATION DU GRAND REIMS : FLUX VISION TOURISME



Le dispositif Flux Vision permet de convertir des millions d'informations techniques du réseau mobile Orange en indicateurs statistiques afin d'analyser la fréquentation de territoires et le déplacement des populations. Ces algorithmes exclusifs de Flux Vision, développés par les chercheurs d'Orange, sont le fruit de plusieurs années de recherche et sont conformes aux recommandations de la CNIL.

QUE MESURE FLUX VISION TOURISME ?

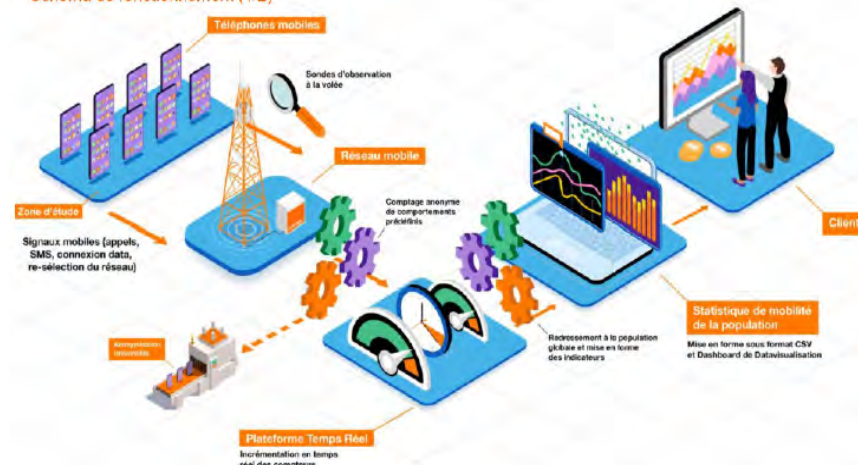
Flux Vision Tourisme permet d'étudier, de façon quotidienne, la fréquentation du territoire (nuitées, excursions), la population présente et la pression touristique, la mobilité (flux entre territoires) et l'origine des visiteurs (nationalité des visiteurs étrangers, origines des français par département...) de façon quotidienne.

COMMENT FONCTIONNE FLUX VISION TOURISME ?

La méthodologie Flux Vision repose sur :

- la segmentation (qualification d'un mobile en « touriste », « résident », « habituellement présent »...),
- le mode de calcul des nuitées (critère de prise en compte de la présence d'un portable en « nuitée », horaires, durée, échelle géographique),
- le redressement des données (passer de x mobiles à y personnes en tenant compte d'une combinaison de facteurs tels que le taux d'équipement en mobile et la part de marché d'Orange),
- l'interpolation (combler les potentielles défaillances techniques qui peuvent avoir un impact sur la disponibilité et la qualité des données...).

Schéma de fonctionnement (1/2)



GLOSSAIRE FLUX VISION

Excursionniste :

Personne présente plus de 2 heures sur la zone d'observation et ne réalisant pas de nuitées la veille et le soir du jour étudié et présente moins de 5 fois en journée sur les 15 derniers jours.

Touriste :

Personne qui n'est ni résidente, ni habituellement présente.

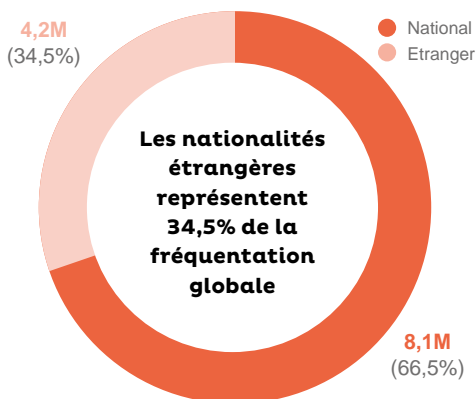
Autrement dit :

- La zone d'observation n'est pas sa zone de résidence (zone de présence majoritaire sur laquelle la personne doit passer au moins 22 nuits).
- La personne a été vue de manière non récurrente sur cette zone (au maximum sur 4 semaines, au moins une fois par semaine, sur les 8 dernières semaines).

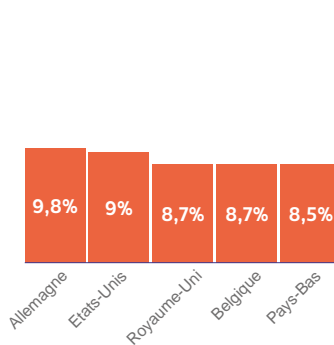
> ZOOM SUR LE PROFIL DES VISITEURS

> ORIGINE GÉOGRAPHIQUE

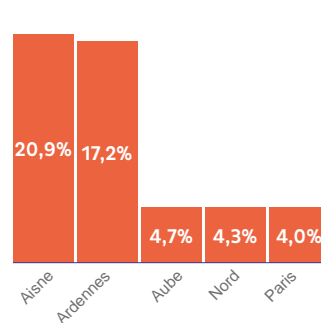
Nationalités des visiteurs



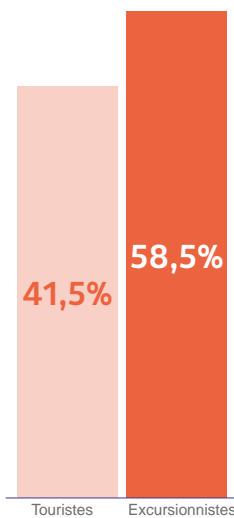
Provenance internationale



Origine domestique

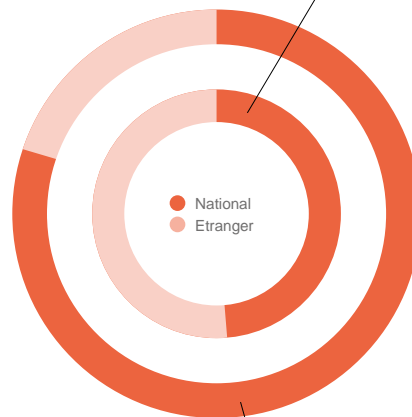


Segmentation du visitorat



Nationalités des touristes

2,6M (51,2%)
2,5M (48,8%)

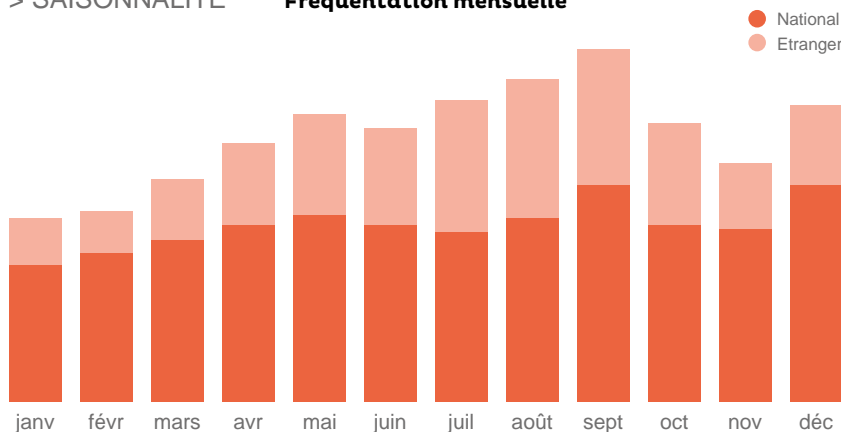


Nationalités des excursionnistes

1,6M (22,7%)
5,6M (77,3%)

> SAISONNALITÉ

Fréquentation mensuelle



Fréquentation des lieux culturels et de loisirs



Cathédrale Notre-Dame
1 441 002 visiteurs
 - 10% vs 2019

Tours de la Cathédrale Notre-Dame
10 291 visiteurs



Musées de Reims
80 419 visiteurs
 - 27% vs 2019



Palais du Tau
80 100 visiteurs
 - 17% vs 2019

Nota : Travaux
 La première phase de travaux sur les façades du palais (sous maîtrise d'œuvre de l'ACMH, Mme Marie-Suzanne de Ponthaud) s'est achevée en décembre 2022. Elle aura permis de traiter l'aile sud du monument ainsi que l'aile du Tau.

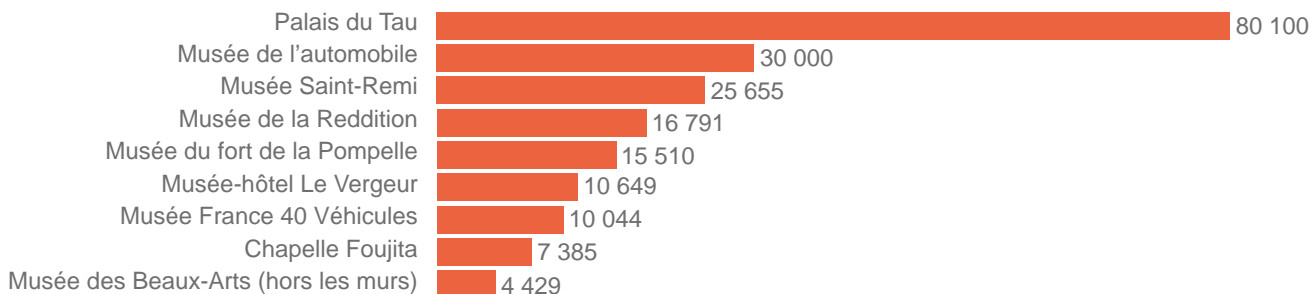


Grandes Maisons de Champagne
175 829 visiteurs
Non significatif vs 2019 :
 périmètres d'observation différents

Source : UMC



> CLASSEMENT DES SITES HISTORIQUES ET MUSÉES EN NOMBRES D'ENTRÉES (hors cathédrale)



> LES GRANDS ÉVÈNEMENTS



Marché de Noël
725 000 visiteurs
 dont 14% en provenance d'IDF et 10% d'étrangers
 (-7% vs 2019) (1^{er} au 30 décembre 2022)



Mois	Manifestations	Fréquentation
Janvier	Rallye Monte-Carlo	10 000
Avril	Reims Polar	6 600
Juin	Fêtes Johanniques	100 000
	Magnifique Society	26 000
Juillet	Fête nationale	50 000
	Tour de France féminin	27 700
Août	Vélotour	4 200
Octobre	Run in Reims	7 334
Novembre	Charabia Festival	6 000
Décembre	Marché de Noël	725 000

Performance de l'hébergement marchand

Avec un peu plus de **1,6 millions de nuitées marchandes en 2022**, le tourisme dans le Grand Reims, comme à l'international, retrouve son niveau pré-Covid

Les établissements d'hébergements marchands du Grand Reims

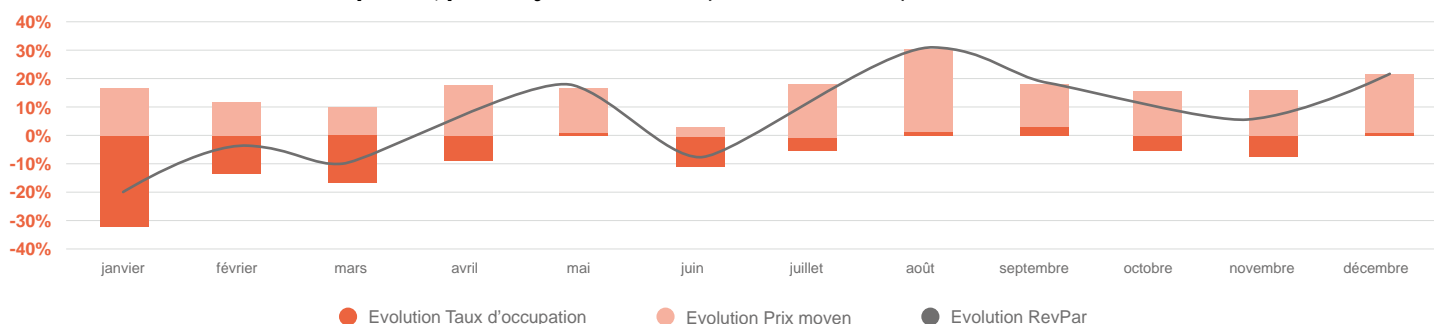
Type d'hébergement	Nombre d'hébergements	Nombre de nuitées
Hôtel de tourisme	69	1 037 236
Résidence de tourisme	8	141 686
Meublé de tourisme	1 582	466 962
Chambre d'hôtes	110	
CIS & hébergement insolite	2	
Camping & haltes nautiques	4	
Total	2 076	1 645 884



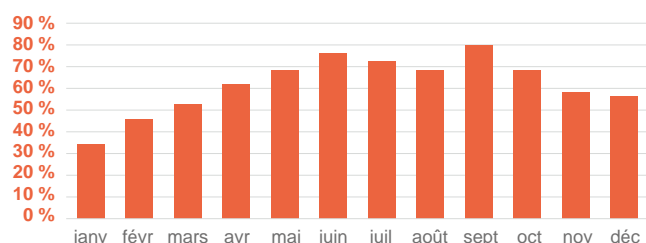
> L'HÔTELLERIE

1 million de nuitées en 2022 enregistrées dans les hôtels du Grand Reims

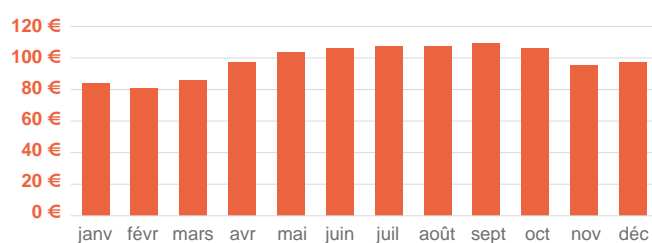
Variation du taux d'occupation, prix moyen et ReuPAR (12 derniers mois)



Taux d'occupation



Prix moyen



Note : l'évolution est calculée par rapport à 2019

Le taux d'occupation des hôtels moyen/haut de gamme, situés principalement dans le coeur de ville, s'élève à 68,3% en 2022.

Janvier à fin décembre 2022

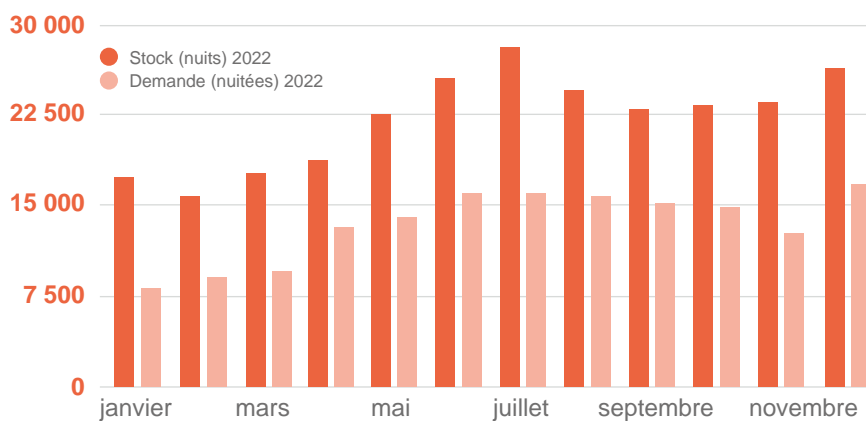
Segment	Taux d'occupation			Prix moyen			RevPAR		
	%	évol (pts) vs 2021	évol (pts) vs 2019	euros	évol (%) vs 2021	évol (%) vs 2019	euros	évol (%) vs 2021	évol (%) vs 2019
Global	62,9%	17,2	-4,8	94,0	17,6%	16,1%	59,1	61,8%	7,9%
Super-éco	61,4%	13,7	-5,5	50,9	11,6%	13,3%	31,2	43,5%	3,9%
Economique	59,1%	16,2	-7,5	72,7	105%	6,5%	43,0	52,3%	-5,6%
Moyen / Haut de gamme	68,3%	23,5	-1,5	144,6	11,3%	17,8%	98,8	69,8%	15,2%

Note : Basé sur un échantillon de 56 hôtels représentant 3 742 chambres
 Prix moyen et RevPAR en euros HT - Source: MKG_destination

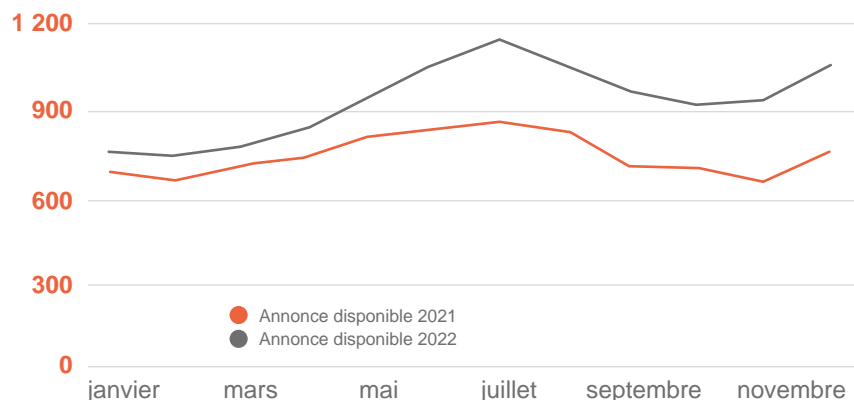


> MEUBLÉS DE TOURISME  

Occupation du parc d'hébergements locatifs (en nuitée)



Evolution du parc d'hébergement locatifs



GLOSSAIRE

Annonces disponibles : Nombre total d'annonces dont les calendriers ont eu au moins un jour classé comme disponible ou réservé pendant la période de référence.

Demande (nuitées) : Nombre total de nuitées réservées pendant la période de référence.

Stock (nuits) : Nombre total de nuitées disponibles et de nuitées réservées dans les annonces actives.

Source : Airdna

Baromètre de Satisfaction / E-réputation

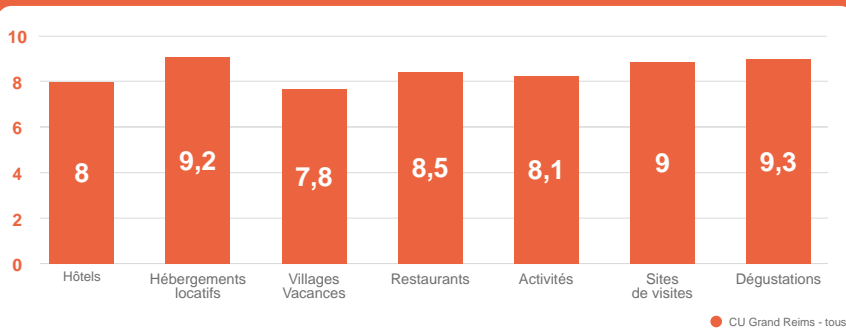
L'e-réputation représente l'image véhiculée par une destination touristique et/ou un établissement touristique sur le web. Cette image naît à partir de contenus publiés sur tout type de support et sous tout type de forme (avis, notes).

La solution FairGuest adoptée par l'OTGR en partenariat avec l'ADT Marne agrège l'ensemble de ces éléments pour en faire des tableaux d'analyse, qui permettent de suivre et de piloter l'e-réputation de la destination. FairGuest observe plus de 20 plateformes d'avis dans le monde parmi lesquelles : Booking, Airbnb, Google, Facebook, Tripadvisor, Logis de France, The Fork, Michelin, Gites de France, Hotels.com...

8,3/10

Note de satisfaction moyenne globale 2022 de Reims

Répartition de la note FairGuest par type d'établissement



Nombre d'avis

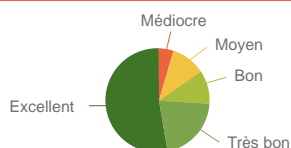
35 582

Note moyenne

Très bon **8,3**

Note moyenne calculée sur 35 582

Répartition du nombre d'avis par tonalité



	Nombre d'avis
Médiocre	1722
Moyen	3 873
Bon	2 613
Très bon	8 460
Excellent	1808

Top des pays



IR

L'activité de l'Office de Tourisme du Grand Reims

Chapitre#3 - rapport d'activité 2022



Baromètre de fréquentation de l'OTGR

> LES BUREAUX D'INFORMATIONS



> FRÉQUENTATION

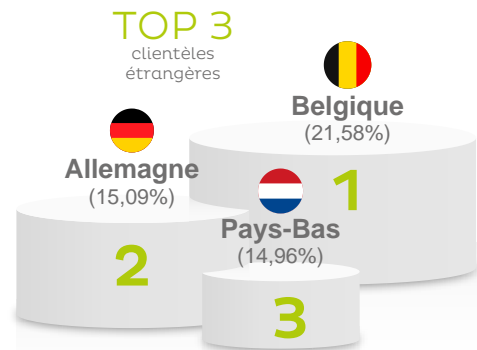
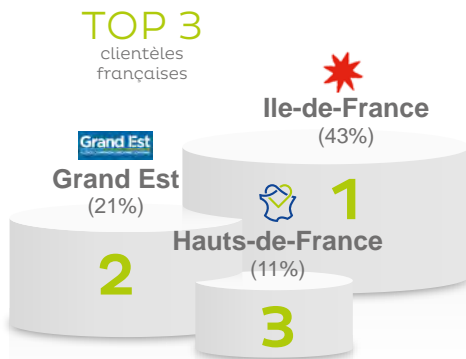
Cathédrale
189 383 visiteurs
 - 30% vs 2019



Gare Centre
7 463 visiteurs

Fismes
846 visiteurs

> ORIGINE DES VISITEURS



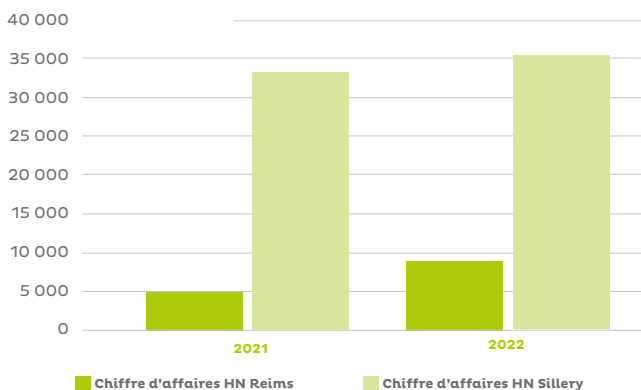
> LES HALTES NAUTIQUES



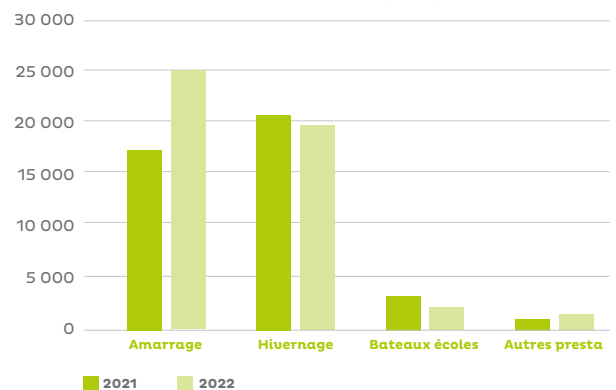
299 bateaux
 -36% vs 2019
 amarrés aux haltes de Sillery
 et de Reims en saison estivale
 équivalant à 2 718 nuitées



Evolution des recettes HT par sites



Evolution des recettes HT par prestations

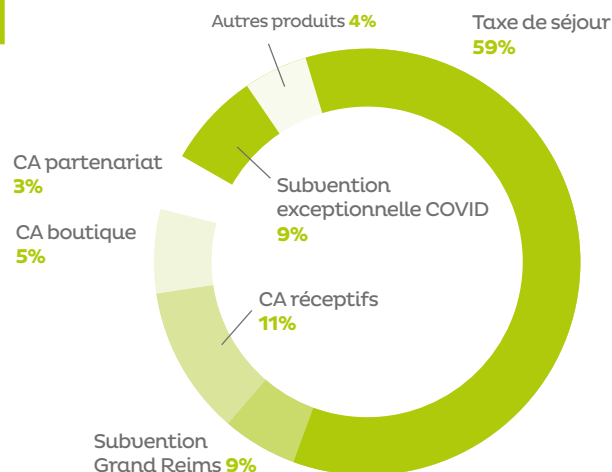


Dépenses et recettes 2022

> COMPOSITION DES RECETTES DE FONCTIONNEMENT

Taxe de séjour	●	2 286 517
Subvention Grand Reims	●	329 767
Recettes commerciales	●	720 129
Subvention exceptionnelle COVID	●	351 235
Autres produits	●	161 878

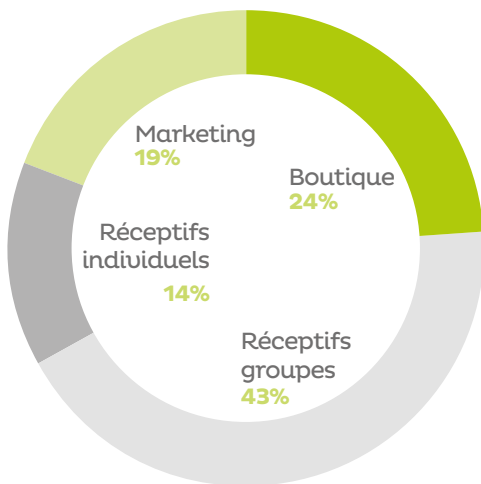
En euros



> COMPOSITION DES RECETTES COMMERCIALES 2022

Boutique	●	175 114
Réceptifs groupes	●	312 043
Réceptifs individuels	●	99 225
Marketing	●	133 347

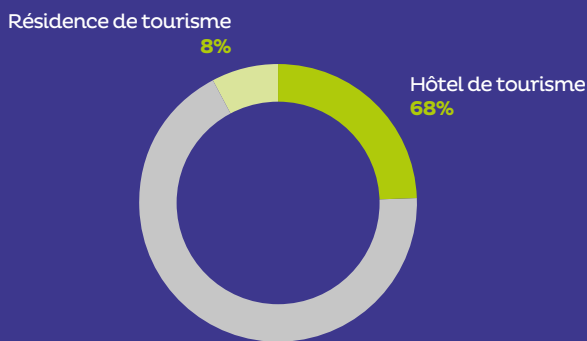
En euros



ZOOM SUR LA TAXE DE SÉJOUR

2 286 517 euros

déclarés au titre de la taxe de séjour 2022 (+26% vs 2019)



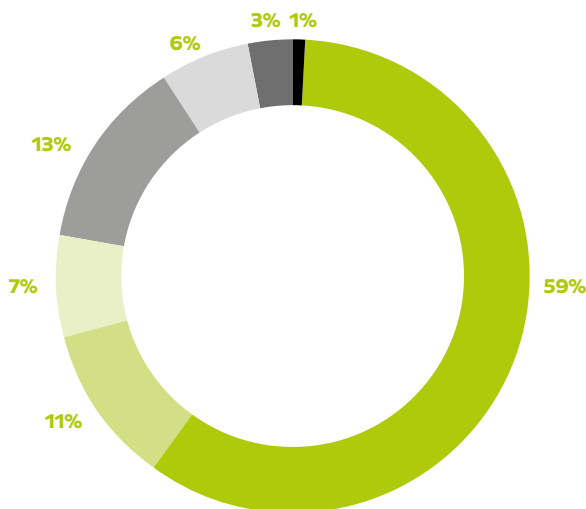
CIS & hébergements insolites, Campings & haltes nautiques, Chambres d'hôtes, Meublés de tourisme 24%*

*dont 519 123,30 € déclarés par opérateurs numériques (Airbnb - Abritel - Booking - Gîte de France - Le bon coin - Greengo - Mister B&B - Clévacances)

Source : plateforme de télédéclaration des taxes de séjour du Grand Reims

> COMPOSITION DES DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT

Charges de personnel	●	2 008 253
Frais généraux	●	370 030
Dotations aux amortissements	●	234 767
Marketing	●	440 368
Prestations guides	●	196 090
Achats boutique	●	86 510
Intérêts d'emprunts	●	51 931



L'activité commerciale

Un fort rebond

2022 affiche un très bon niveau d'activité, identique à celui de 2019, année de référence, malgré un début d'année encore hésitant face à la pandémie mondiale.

> VISITES GUIDÉES « GROUPES »

78%
des dossiers traités
ont été contractualisés

	2019	2021	2022	Evolution 2022 vs 2019	Evolution 2022 vs 2021
CA TTC	196 379 €	90 194 €	240 661 €	+23%	+167%
Nombre de dossiers	1 103	477	1 037	-6%	+117%

> ORIGINE DES GROUPES



> VIKING CRUISES

1ère
compagnie
mondiale
de croisière fluviale

11 guides
conférenciers
anglophones
formés à cet accueil

Viking Cruises réalise des excursions à Reims dans le cadre de deux circuits étendus de mi-mars à mi-décembre :
Trèves (All.) <-> Bambergue (All.)
Trèves (All.) <-> Bâle (All.)

Au programme : Déjeuner libre et visite guidée de la cathédrale.

141 visites confirmées soit **684 groupes** en visites guidées pour **18 468 croisiéristes** accueillis (principalement américains).

CA généré : 75 990 € TTC
(vs 4 198 € TTC en 2021)

> VISITES GUIDÉES « INDIVIDUELS »

603
visites guidées

18 personnes
par visite en moyenne

10 646 participants
dont 1 220 détenteurs
d'un Reims City PASS

76 362 euros
chiffre d'affaires TTC



> FORAITS

Journée/séjours – MICE & Loisirs

Une très bonne reprise des ventes de forfaits à la journée et de séjours, complétée d'une nette progression de la contractualisation de dossiers MICE (Meetings, Incentive, Congress, Exhibition).

Journées/ Séjours/ MICE	2019	2021	2022	Evolution 2022 vs 2019	Evolution 2022 vs 2021
CA TTC	493 948 €	330 784 €	657 410 €	+33%	+99%
Nombre de dossiers	185	111	228	+23%	+105%
Nombre de personnes	6 390	3 142	7 210	+13%	+129%

43%
des dossiers traités
ont été contractualisés

> DONT DES FORAITS MINI GROUPES (-10 PERS.)

Forfaits journée	35
Forfaits sur plusieurs jours avec ou sans nuitée	10
Forfaits affaires	2
Visites guidées	392



> ORIGINE DES GROUPES



> REGIONDO - LA MARKETPLACE TOURISTIQUE DE LA MARNE

Déployée conjointement avec l'ADT Marne et les 9 offices de tourisme de la Marne, la plateforme de commercialisation des offres de l'OTGR et de celles de ses partenaires est directement accessible aux comptoirs de l'OTGR, depuis le site reims-tourisme.com ou bien depuis de nombreux opérateurs de ventes de voyages et de billetterie en ligne.



> DANS LA MARNE

10

Places de marché intégrées

+140

Nombres de prestataires qui utilisent Regiondo actuellement

1 000 000 €

Chiffre d'affaires en ligne généré en 2022 sur le territoire de la Marne

> AU NIVEAU DE L'OTGR

57

prestataires sur la plateforme en 2022

271

prestations en vente

90 produits OTGR
181 produits partenaires

18 363

Billets vendus

Web : **11 612**
Comptoir : **4 700**
OTA* : **2 051**
Prix moyen du billet : **11,65 €**

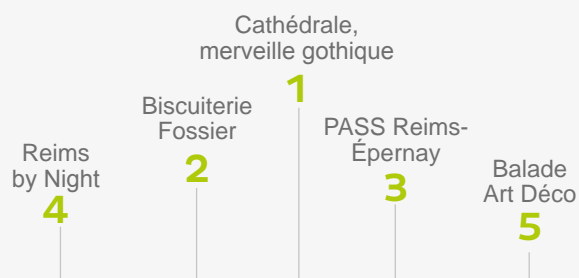
333 464 €

Chiffre d'affaires annuel

Comptoir : **161 047 €**
Web : **146 718 €**
OTA* : **25 699 €**

OTA : Online Travel Agency / Agence de Voyage en Ligne

TOP 5 des ventes



> REIMS CITY TOUR

En partenariat avec les autocars Jacqueson

535

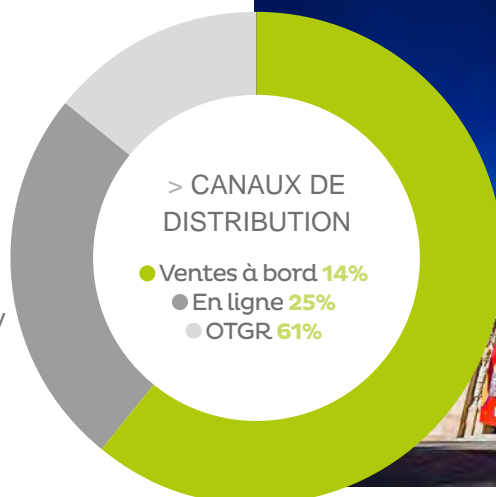
tours effectués en 2022

1 800

transactions

4 604

billets dont 1518 (33%) City PASS/PASS Reims-Epernay



> L'ENQUÊTE GAME



NOUVEAUTÉ
2022

Commercialisé dès le mois de juin, ce nouveau produit touristique développé par l'OTGR a pour objectif de faire découvrir la ville de façon ludique et pédagogique aux familles et aux groupes d'amis.

L'« Enquête Game » est un jeu d'extérieur qui se déroule dans le centre-ville, à pied. Munie d'une mallette aux multiples ouvertures secrètes et d'un manuel rempli de questions et d'énigmes, l'équipe de 1 à 5 personnes se lance dans une quête qui fera travailler les méninges des petits et des grands.

Cette manière originale de découvrir les monuments de Reims en parcourant la ville à la recherche de la solution d'une sacrée enquête a déjà séduit de nombreux détectives amateurs.



> PASS REIMS-ÉPERNAY

Fort du succès du Reims City PASS commercialisé par l'OTGR depuis 2017, les offices de tourisme d'Épernay et de Reims, en partenariat avec ceux de Hautvillers et des Paysages de la Champagne, se sont rapprochés afin d'étendre l'usage du PASS à la totalité du bassin de consommation touristique du territoire dans une véritable logique de « Destination ».

Objectifs : Promouvoir la destination Reims-Épernay, affirmer davantage sa dimension nature, favoriser l'allongement de la durée de séjour et encourager l'utilisation des solutions de mobilité dites « douces ».

A la mi-juillet 2022, le PASS urbain existant a donc évolué vers un PASS au territoire étendu prenant mieux en compte la dimension rurale et viticole du territoire et les sites touristiques importants de la destination. Les équipes de l'OTGR sont intervenues pour piloter le design de cette nouvelle offre, doubler le nombre de prestations incluses dans le PASS, former les équipes des offices et les nouveaux partenaires.

LE PASS EN DÉTAIL

Le PASS est 100% dématérialisé (QRCode et application smartphone)

4 options



**PASS 24H
EPERNAY
19€**

Pass 24H Reims ou 24H Epernay
Reims seul ou Epernay seul
(prestataires d'1 zone + Transports)



**PASS 24H
REIMS
23€**

Pass 24H Reims ou 24H Epernay
Reims seul ou Epernay seul
(prestataires d'1 zone + Transports)



**PASS 48H
REIMS
EPERNAY
36€**

Reims-Epernay
(prestataires des
2 zones + Transports)



**PASS 72H
REIMS
EPERNAY
42€**

Reims-Epernay
(prestataires des
2 zones + Transports)

Un produit «clés en main» pour visiter malin : découvrir les meilleures offres du territoire, sélectionnées et validées par les offices de tourisme, à prix négociés.

Ce dernier permet aux touristes qui en font l'acquisition d'accéder gratuitement ou avec des réductions significatives à une centaine de prestations :

- sites de loisirs touristiques et culturels publics et privés,
- différents équipements touristiques partenaires,
- à l'ensemble des réseaux de transports urbains des agglomérations de Reims et d'Épernay.

Le PASS est distribué par l'ensemble des offices de tourisme du département de la Marne, au comptoir d'accueil ou sur leurs sites internet et par un réseau de revendeurs partenaires : OTA, hôteliers, TO, agences de voyage...

PASS REIMS - ÉPERNAY
THE BEST BLEND IN CHAMPAGNE

INCLUDED*

- UNLIMITED ACCESS TO PUBLIC TRANSPORT
- LOTS OF ACTIVITIES
Museums, guided tours, city tour, cathedral...
- LOTS OF DISCOUNTS AND BENEFITS
Cellars tours and tastings, excursions, Champagne houses, shops, restaurants, sports activities...

Up to 50%+ Discount

from 19€ REIMS
36€ REIMS
42€ REIMS EPERNAY

REIMS-ÉPERNAY-PASS.COM

Partenaires: Paysages de la Champagne, Epernay, Hautvillers, REIMS

*Example of a 48h day transportation ticket Reims & Epernay - guided tour of the Cathedral - 1st Palace - Reims City Pass - 1st Royal Glass Factory - Princess - Museum of Champagne Wine - total 48€ - 18th Dec 48h Pass, only 2nd
*Public holidays of July 11, 2022, see details on the website. Do not blur.

zoom sur...

Le lancement de ce nouveau produit a été soutenu par un dispositif de promotion important :

- 60 000 flyers bilingues Fr/GB,
- Promotion dans les offices (PLV, écrans digitaux extérieurs/Intérieurs),
- Dans les points de ventes : affichette comptoir, roll-up,
- Chez les partenaires : Stickers,
- Visibilité online : revendeurs OTAs, réseaux sociaux et site web (bannière),
- Campagne de promotion estivale sur les réseaux digitaux urbains de Reims du 15 juillet au 25 août 2022.



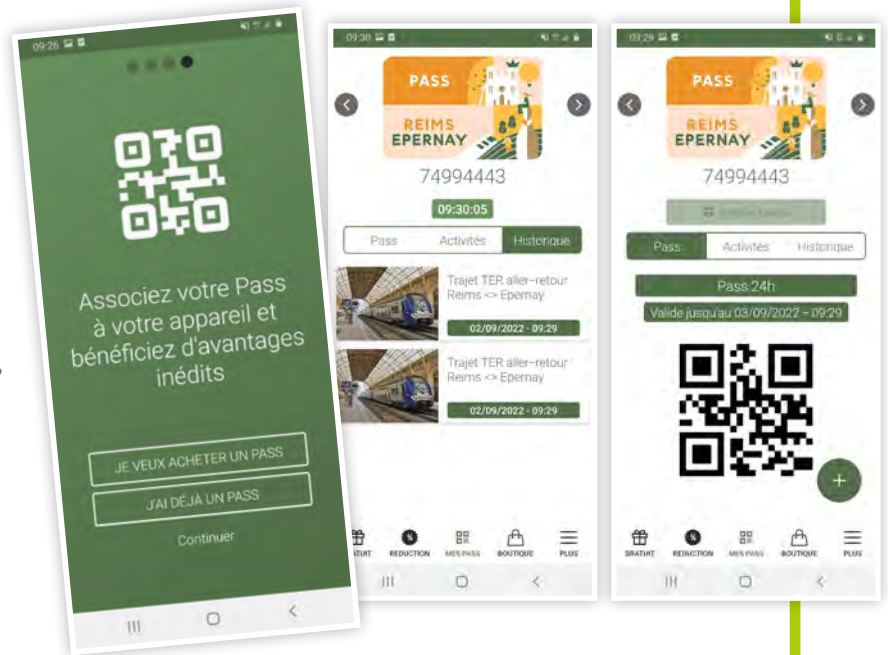
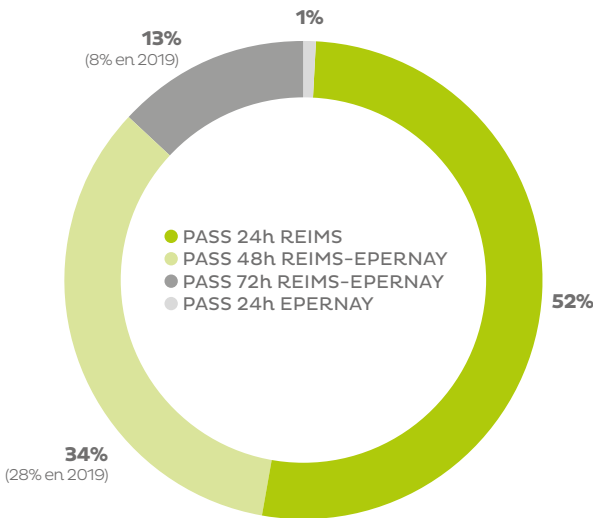
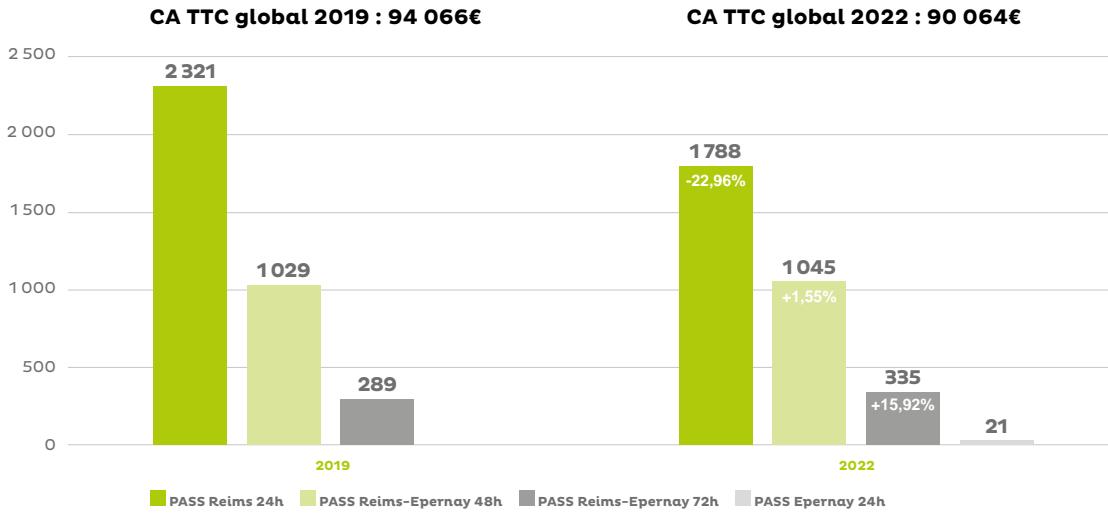
> BILAN 2022

3 189
PASS vendus
-12% en volume vs 2019
-4,25% en valeur vs 2021

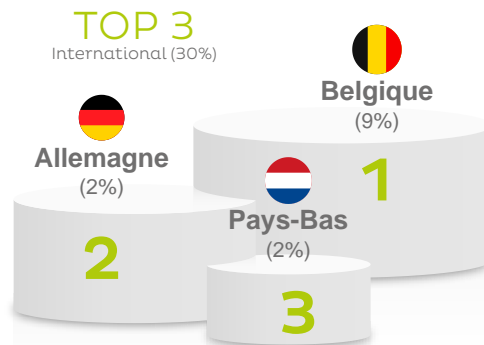
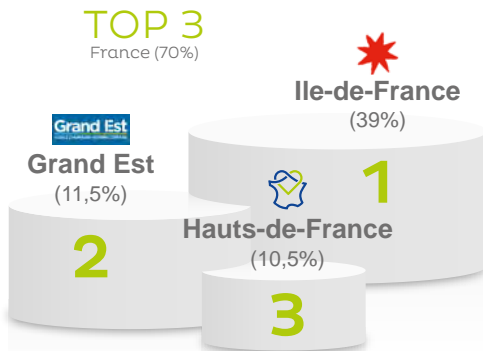
Comptoir : **60 %**
Web : **25 %**
OTA* : **15 %**

*OTA : Online Travel Agency / Agence de Voyage en Ligne

> NOMBRE DE PASS VENDUS PAR TYPES



> ORIGINE DES UTILISATEURS



> LA BOUTIQUE

2022, avec l'assouplissement des contraintes sanitaires, a permis à l'équipe d'accueil et d'information de retrouver une relation de qualité aux visiteurs.

Accueillis plus sereinement, avec une augmentation significative du temps moyen passé par contact, les visiteurs ont pu apprécier pleinement les conseils personnalisés des conseillers en séjours.

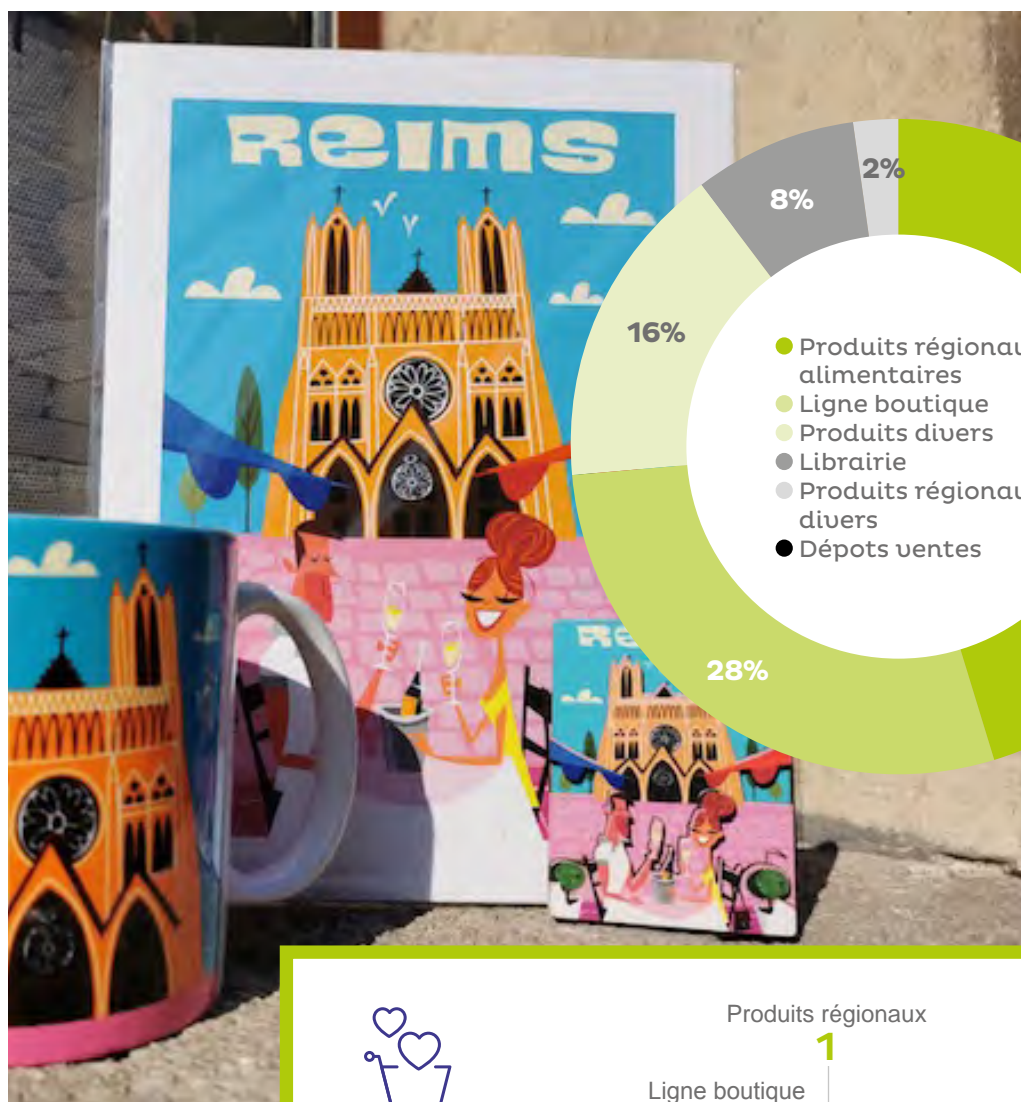
Experts de la destination, ces derniers apportent une véritable valeur ajoutée dans l'organisation des programmes de visites. L'amélioration de l'expérience client a eu un impact direct sur la génération de valeur en boutique.

175 114 euros
de chiffre d'affaires
(-10% vs 2019)

1,06 euro
ticket moyen

12,07 euros
panier moyen

8,74%
taux de captation



Structuration de l'offre

L'Office de Tourisme du Grand Reims accompagne les professionnels dans le développement harmonieux d'une offre touristique novatrice, attractive et conforme au positionnement premium et durable du territoire.

Cette mise en tourisme passe par la création de nombreux partenariats autour d'opérations événementielles visant à faire émerger ou à promouvoir des offres structurantes pour les filières thématiques majeures de la destination :

- GASTRONOMIE
- PATRIMOINE
- TOURISME DURABLE

Chapitre#4 - rapport d'activité 2022



Gastronomie

> REIMS À TABLE



L'Office de Tourisme du Grand Reims a lancé le 18 octobre 2021 « Reims à Table », un jeu-concours événement visant à accompagner la relance de l'activité du secteur de la restauration, alors en pleine difficulté. L'opération qui s'est achevée le 15 mai 2022, a permis d'impliquer et fédérer plus de **150 restaurateurs** dans une démarche globale, qualitative et durable de développement touristique autour de la valorisation du patrimoine gastronomique du territoire.

Cette dynamique collective souligne le rôle clé des restaurants dans la dimension hospitalière du territoire tant vis-à-vis des habitants que des touristes.

Durant sept mois, les Rémois et les visiteurs du Grand Reims ont été invités à soutenir leurs établissements favoris en leur attribuant un vote sur la plateforme reimsatable.fr.

Chaque semaine, des bons cadeaux d'une valeur de 40€ à 100€, à consommer auprès des restaurateurs participants, récompensaient les votants soit **plus 10 000 € de gains distribués**.

In fine, le concours totalise plus de 14 500 participations.



En plus de la visibilité offerte par les retombées presse, le palmarès a été exposé le long des basses promenades de Reims pendant les 3 mois d'été.

Le 20 juin, les restaurateurs étaient réunis autour du **parrain de la 1^{ère} édition** de Reims à table, le chef triplement étoilé de l'Assiette Champenoise, **Arnaud Lallement**, devant la presse et les partenaires de l'événement, pour se voir remettre les prix décernés par le public dans chacune des catégories: Gastronomique/Raffinée ; Gourmande/Traditionnelle ; Bistrot/Bar à manger ; Cuisine du monde ; Vite fait / Bien fait.

20 lauréats ont été récompensés parmi lesquels les 5 médaillés d'or: Le Petit Basque, Le Jardin, Chez Jeanne, 231 East Street, Le Cul Sec.



Supports de promotion et campagnes Media

Affichage Atribus 120x176

JC Decaux-Ville de Reims

Champagne FM

Mars-avril 2022

News Mag

Cahier spécial et insertions récurrentes pendant la durée de la manifestation

Reflets actuels

Display digital pendant la durée de l'événement

L'Union

Cahier spécial

Patrimoine



> LES VISITES CONJOINTES VILLE DE REIMS ET OFFICE DE TOURISME

Rendez-vous à Reims

De mai à octobre 2022

Programmation et organisation des visites proposées par le Service Patrimoine de la Ville de Reims, dans le cadre du renouvellement de la convention « Ville d'art et d'histoire » établie en 2021 entre la Ville de Reims et la Direction Régionale des Affaires Culturelles – ministère de la Culture.

NOUVEAU

Inscription en ligne sur le site reims-tourisme.com



Près de **100** participants

La Semaine bleue

17-30 octobre 2022

TEMPS FORTS INTERGÉNÉRATIONNELS

La Semaine bleue favorise la transmissions et le partage à travers des activités et visites gratuites dédiées aux retraités, aux personnes âgées et aux échanges intergénérationnels. Engagés auprès de la Ville de Reims, plus de 60 partenaires dont l'Office de Tourisme et 11 mécènes, contribuent à faire de cet évènement une vraie réussite !

Six visites proposées par l'Office de Tourisme :

- Balade gourmande,
- Découverte de la butte St-Nicaise,
- Reims, Capitale gallo-romaine,
- Les vitraux de la cathédrale,
- Reims à vélo,
- Visite de sciences Po.

Journées Européennes du Patrimoine

17 et 18 septembre 2022

27 visites guidées → **649** participants
organisées par l'Office de tourisme

« La cathédrale sous un autre angle »

À cette occasion, l'Office de Tourisme propose une nouvelle visite guidée de la Cathédrale Notre-Dame sous une forme inattendue.

Equipé d'un miroir, le touriste déambule dans la cathédrale et découvre ce chef d'œuvre de l'art gothique vu sens dessus-dessous ! Cette visite est née d'une session de formation spécifique à laquelle 10 guides-conférenciers du Grand Reims ont pu participer à l'initiative du Service Patrimoine de la Ville de Reims et avec le concours de l'Office de Tourisme du Grand Reims.

**Nouveauté
cette année**

Inscription en ligne
sur le site
reims-tourisme.com



Tourisme durable

L'événementiel au service de la sensibilisation

La Grande Traversée

22 mai 2022



Portée par le Parc Naturel Régional de la Montagne de Reims, cet événement multi-partenarial vise à faire rayonner l'accessibilité de la Montagne de Reims en train depuis les villes-portes ainsi que l'offre de sentiers pédestres.

Au départ des gares de Reims ou d'Épernay les participants peuvent rejoindre les circuits pour une randonnée de 2km, 7km, 10km ou la totalité du circuit et ses 22km, animés par des haltes festives.

Conférence de rentrée

9 septembre 2022

100 participants

A l'occasion de la Foire de Châlons, l'OTGR a organisé la conférence «**Construire ensemble une destination responsable**» qui a attiré une centaine de personnes, parmi lesquelles partenaires, élus et acteurs du territoire.

L'association Vél'Oxygène était également invitée à partager le stand du Grand Reims pendant cette journée dédiée au tourisme, pour mettre en avant l'utilisation du vélo et les mobilités douces.

Semaine européenne du développement durable

1er octobre 2022



Dans le cadre de la SEDD, l'OTGR a proposé gratuitement dans ses locaux un atelier bouturage animé par l'École des Jardiniers.

Reims Urban Nature 2^e édition

1er au 12 juin 2022



Parcs et jardins, Reims à vélo, Découverte de l'art déco floral etc...
16 visites au total proposées par l'OTGR pour l'occasion.

147 participants

World Cleanup Day

17 septembre 2022



45 participants

60L mégots ramassés

L'OTGR a pris part aux côtés de la Ville de Reims et Décathlon à cette journée mondiale du nettoyage de notre planète, en proposant 2 visites gratuites « parcours Tourisme » d'une heure et demie. Les visites ont rassemblé 45 personnes qui ont ramassé près de 2 sacs de 30 litres de mégots.

Au total, l'opération a attiré 1810 visiteurs sur l'éco-village Porte de Mars et près de 500 participants aux 5 parcours différents (running, tourisme, aquatique, libre et cycle). Un total de 800 kg de déchets a été ramassé, dont 250kg de recyclables et plus de 45000 mégots.

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.

Conséquence de la pandémie et des démarches engagées par l'OTGR et ses partenaires en matière d'écoresponsabilité, les actions de promotion se sont recentrées en 2022 de façon sensible sur les marchés de proximité (Allemagne, Benelux) et domestique. L'OTGR n'a pour autant pas négligé les marchés lointains à forte contribution (Etats-Unis) avec qui il continue de maintenir des liens, à travers des approches inédites comme le Reims Show. 2022 a vu le retour en force des salons en présentiel et des éductours sur le territoire.

[Chapitre#5 - rapport d'activité 2022](#)



Les salons professionnels

En partenariat
avec Atout France



> RENDEZ-VOUS EN FRANCE

22-23 mars 2022, Nantes

Salon en présentiel - Multimarchés

Cibles Acheteurs (Tour-opérateurs, agences de voyage et autres réseaux)

Format Rendez-vous face à face pré-programmés

Objectif Informer des nouveautés de la destination

30 contacts qualifiés obtenus



> FRANCE EXCELLENCE AMERICA LATINA

19-22 septembre 2022

Workshop à distance- Marché Brésilien

Cibles 80 acheteurs (Tour-opérateurs, agences de voyage et réseaux haut de gamme)

Format Conférences + rendez-vous

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

31 contacts qualifiés obtenus

> SALON DESTINATION VIGNOBLES

4-5 octobre 2022 Aix-en-Provence

Salon en présentiel - Multimarchés

Cibles Acheteurs (Tour-opérateurs, agences de voyage et réseaux haut de gamme)

Format Conférences + rendez-vous

Objectif Positionner la destination Champagne comme une destination œnotouristique haut de gamme avec des offres variées

30 contacts qualifiés obtenus



> FRANCE 360

25-27 octobre 2022

Workshop à distance- Marché USA

Cibles Acheteurs (Tour-opérateurs, agences de voyage et réseaux haut de gamme)

Format Conférences + rendez-vous

Objectif Positionner la destination Champagne comme une destination œnotouristique haut de gamme avec des offres variées

30 contacts qualifiés obtenus

Les éducteurs

> DÉCOUVERTE DE REIMS ET LA CHAMPAGNE



Belgique

22-26 juin 2022

En partenariat avec ARTGE

Cibles : Tour-opérateurs belges



Pays-Bas

14-17 septembre 2022

En partenariat avec ARTGE

Cibles : Tour-opérateurs néerlandais



Destination Vignobles

1^{er} octobre 2022

En partenariat avec ADT Marne/Atout France

Cibles : Tour-opérateurs multimarchés haut de gamme

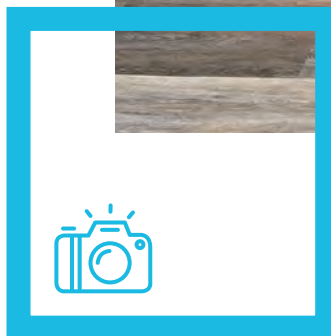


Allemagne

25-27 octobre 2022

En partenariat avec SNCF

Cibles : Tour-opérateurs allemands



Les salons grand public

> TOURISSIMA

25-27 février 2022 Lille

Salon en présentiel - Marché France

En partenariat avec ADT Marne

Cibles Visiteurs des Hauts-de-France (séniors, familles, couples actifs)

Format Stand

Objectif Informer des nouveautés de la destination

445 contacts



> TENDANCE NATURE

25-27 mars 2022, Reims

Salon en présentiel - Marché Local

Cibles Habitants de la Marne

Format Stand

Objectif Promouvoir Reims comme une destination de nature auprès des locaux

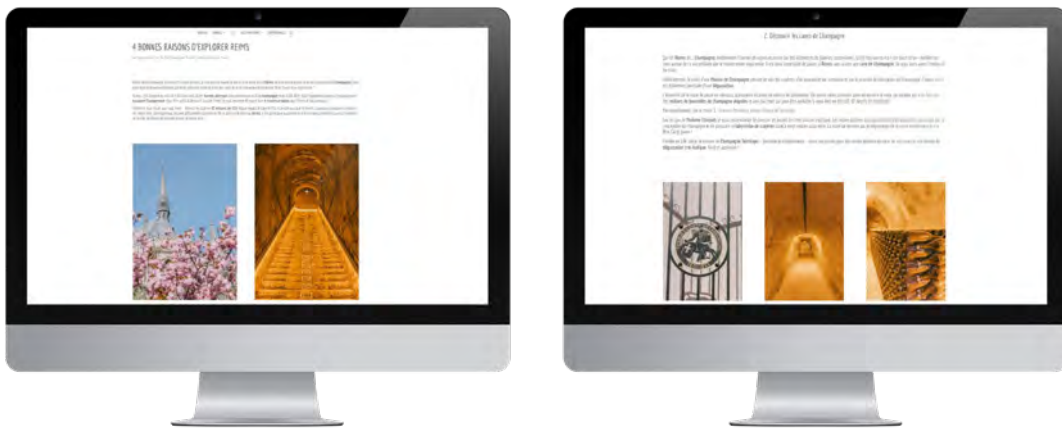
419 contacts

Les accueils Presse et Influenceurs

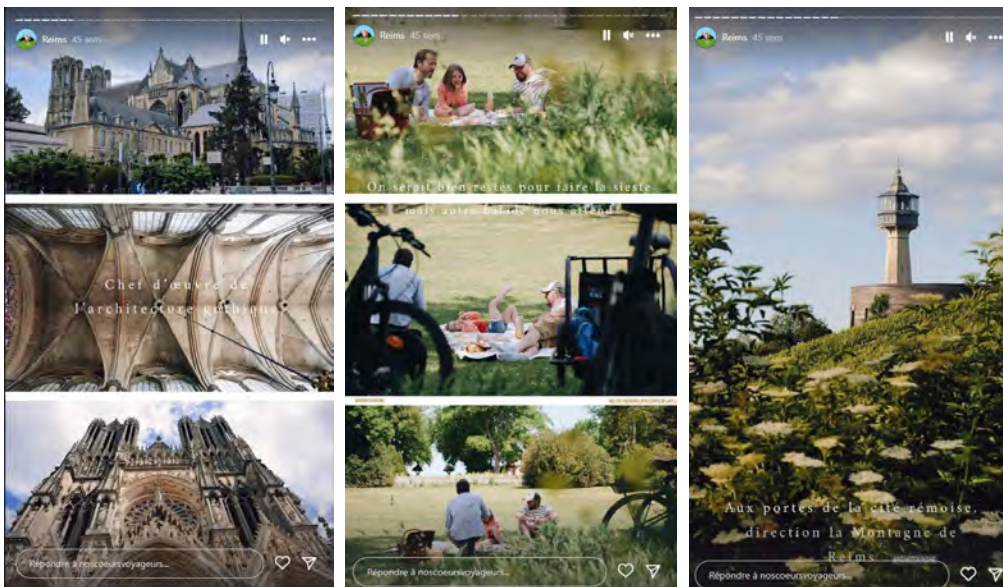
L'OTGR a fait preuve d'agilité et de réactivité pour coordonner des accueils presse et influenceurs dès que la situation sanitaire s'est améliorée et que les demandes ont afflué, notamment :

<p>Quentin Lafon 8-10 avril 44.5 k abonnés</p> 	<p>Nos Cœurs Voyageurs 20-22 mai 23.6 k abonnés</p> 	<p>Johan Lambrechts pour le magazine néerlandais Libelle 20-23 juillet</p> 	<p>Marie Herblot pour le magazine français Rando Balades 25-28 juillet</p> 	<p>Vanessa Zha pour le magazine français Art et Décoration 23-27 septembre</p> 
--	---	---	--	---

Quentin Lafon



Nos Cœurs Voyageurs



Les campagnes

> CAMPAGNES D'INFLUENCE

Marché Scandinave
Printemps 2022

En partenariat avec l'agence Clark Influence

- Objectifs** Inspirer et susciter le désir de visite chez les clientèles scandinaves
- Déploiement** — Accueil de deux influenceurs scandinaves à Reims : Daniel Jensen et Carola Kirschbaum
 — Posts, réels et stories Instagram

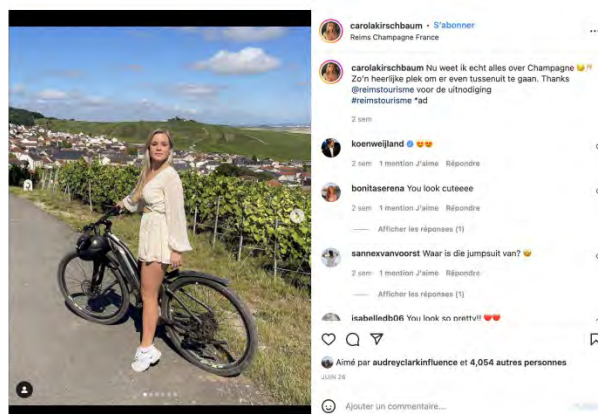
Exemples de réalisations

Daniel Jensen
 22 mai et 24 mai
 Posts Instagram



2103 likes

Carola Kirschbaum
 26 juin
 Post & Story Instagram



4055 likes

Vue Globale de la Campagne Printemps



> CAMPAGNE DIGITALE : CHAMPAGNE ! 4 WEEKENDS À REIMS

Marché Francilien
Septembre 2022

En partenariat avec Airbnb et MyLittleParis
(média en ligne 100% parisien)

Cibles Jeunes actifs franciliens

Objectifs

- **Faire connaître** la diversité de l'offre touristique de Reims à travers les hébergements et hôtes Airbnb insolites de Reims et du Grand Reims correspondant aux thématiques développées par l'OTGR en 2022 (royale, élégante, nature, alternative)
- **Affirmer** la situation géographique stratégique et attractive de Reims par rapport à Paris
- **Encourager et générer** l'allongement de la durée du séjour des voyageurs parisiens

MÉCANIQUE

Organisation d'un concours permettant de gagner 4 allers-retours et séjours thématiques à Reims. Dispositif enrichi des guides thématiques développés par l'OTGR et des recommandations des hôtes Airbnb (et habitants) à travers des articles partenaires dédiés.



DÉPLOIEMENT

Réalisation de posts, de stories et d'un réel Instagram @MyLittleParis ; jeu-concours avec MyLittleParis et Airbnb ; création d'un site internet présentant la destination, ses hébergements, ses bonnes adresses et activités. Relais auprès de l'audience qualifiée via le média en ligne MyLittleParis.



Régine

471 inscrits au concours
151 clics vers Airbnb



Cécile & Christophe

970 inscrits au concours
195 clics vers Airbnb



Delphine & Marco

947 inscrits au concours
305 clics vers Airbnb



Matthias

780 inscrits au concours
180 clics vers Airbnb

> MÉDIA (insertions magazines)

Marché France

Thématiques : Famille, Patrimoine et Culture, Gastronomie et Cœnotourisme



GRANDS REPORTAGES

Décembre 2022

Objectifs Promouvoir Reims et son patrimoine
Rédaction d'un dossier de 16 pages dans le magazine



COURANTS D'AIRES

7 juin 2022

Objectifs Promouvoir le patrimoine et les offres œnotouristiques de Reims
Rédaction d'un article de 4 pages dans le magazine

KIDIKLIK

Juillet 2022

Objectifs Accroître la visibilité des offres familles de la destination
Rédaction d'articles des idées sorties et activités en famille pour la période estivale et hivernale sur le site.

> CAMPAGNES PANEUROPÉENNES



MARCHÉS UK ET BELGIQUE FRANCOPHONE 15 septembre - 15 octobre

En partenariat avec l'ARTGE et Atout France

Thématique Cœnotourisme en Champagne

Objectif Augmenter l'audience sur la plateforme Explore Grand Est, particulièrement le trafic sur les pages consacrées aux partenaires de la campagne.

Campagne Belgique Campagne digitale

Landing page : Une escapade pétillante en Champagne Explore Grand Est (explore-grandest.com)

Article publié sur SoSoir :

La Champagne : des dégustations et des expériences gastronomiques au cœur d'une nature verdoyante (lesoir.be)

Campagne UK Campagne digitale

Landing page

Articles publiés sur France Today

Home > Travel

Experience Gastronomic and Oenological Heaven in Champagne

First published: October 3, 2022 by France Today Editors

Sponsored



Explore unmissable cellars from the great Champagne houses of Epernay and Reims to the lesser known but no less compelling houses in the areas of Côte des Bar (Aube), Reims, and Ay. Pair the delicious champagne available in the

> 2 GRANDES CAMPAGNES NATIONALES EN SOUTIEN DES ACTIONS DE L'OTGR

Campagnes portées 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

Campagne été « L'art de vivre au cœur de la Champagne »

Campagne d'affichage Paris flancs de Bus (08 au 16 juin 2022)

Encarts presse : Les echos WE | Le Parisien WE | Les Galeries Lafayette | Le Magazine M



Campagne hiver « Des fêtes pétillantes au cœur de la Champagne »

Campagne affichage : Londres St Pancras Nov.2022 | Belgique | Quai de Metro Paris | Gare du Nord | Châlons, Troyes | Epernay | Charleville | Soissons | Saint-Quentin

Encarts Presse : Sortir (Wallonie) | La Voix du Nord | Le Parisien | Les Echos

Web et Réseaux sociaux



Les Réseaux Sociaux

Véritables acteurs essentiels du tourisme, les réseaux sociaux sont vus comme des guides de voyages indispensables à l'attractivité d'une destination et à l'organisation d'un séjour !

L'OTGR ne déroge pas à la règle et bénéficie d'une communauté toujours plus grande et avide de conseils et de connaissances !

Les réseaux sociaux jouent un rôle fondamental dans chaque étape du parcours client : en amont du voyage (23% des voyageurs affirment être influencés par les réseaux sociaux pour le choix de la destination, des activités et de l'hébergement - étude Next Content pour Expedia) puis durant le voyage pendant lequel il partage en direct ses souvenirs.

@reimstourisme sur les réseaux en 2022

	Instagram	28.3k followers (+20.76% par rapport à 2021)
	Facebook	37k followers
	LinkedIn	2.1k abonnés (+ 1636 abonnés par rapport à 2021)
	Youtube	144.5k vues

Top contenus

Instagram

Magic light post le + liké

—

qui a touché le + de personnes

—

qui a suscité le + de réaction

—

2,8k likes sur insta
(1,3k likes/91k personnes touchées
11k interactions sur FB)

LinkedIn

Reims et ses partenaires : Loisium post le + liké sur LinkedIn

—

8,3k impressions

—

207 réactions/likes

—

45,60% taux d'engagement

YouTube

Reims fait son show avec Darren Tulett vidéo la + vue sur Youtube

—

2.3k vues



Instagram

Emily in - 45 min of - Paris Reel le + regardé

—

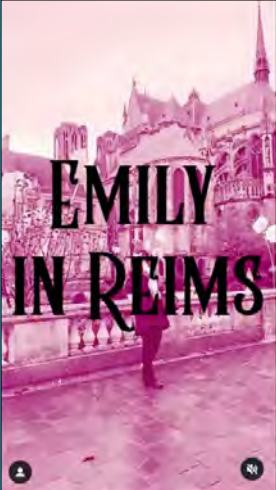
contenu le + enregistré


—


32k vues


—

87 enregistrements sur insta









Des nouveaux formats appréciés

Stories « Que faire ce week-end à Reims & alentours ? »

Créées en février 2022 et publiées tous les jeudis, ces stories recensent les activités/événements/manifestations de la destination sur le week-end à venir sur Instagram et Facebook.

De + en + appréciées et attendues, autant de la part de touristes, que de locaux mais aussi de partenaires qui constatent un vrai résultat en termes de fréquentation et de notoriété lorsque leurs événements/manifestations se trouvent dans ces stories.



Un format reconnu par les professionnels

Ci-dessus, lors d'un cours à Mediaschool Reims :
« exemple d'une story de l'OTGR éphémère bien construite »

BALADE ART DÉCO

C'est donc dans l'ambiance des années 1920 que la machine à remonter le temps de l'Office de tourisme vous emporte cette fois! Émergent du foisonnement architectural consécutif aux ravages de la Première Guerre mondiale, l'Art déco imprègne l'atmosphère de la ville. À une époque où les mœurs s'émancipent, les bâtisseurs s'affranchissent des codes esthétiques, forts de leur foi dans le progrès de l'homme.

INFOS & RÉSA

Dimanche 23 octobre de 14h30 à 16h30



Format carrousel



Développement de ce format sur l'Instagram de @reimstourisme.

Exemple avec ce post « **9 activités kidsfriendly pour les vacances de la Toussaint** » qui a touché plus de 6.8k comptes et généré 9.2k impressions.



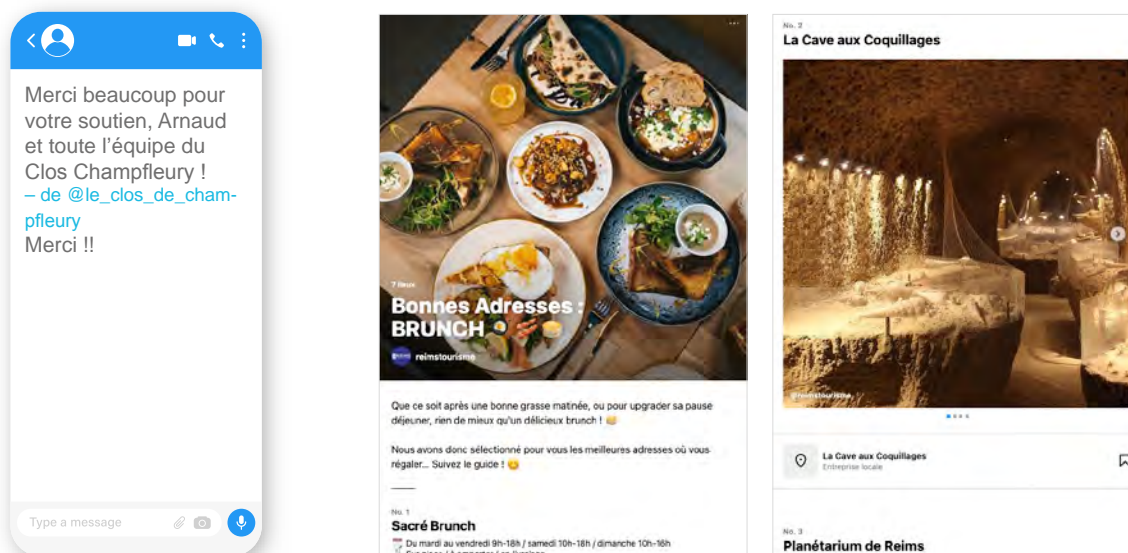
Le format carrousel permet d'intégrer plusieurs visuels (photos, vidéos ou les deux) au sein d'une publication unique et présente le meilleur taux d'engagement sur Instagram.
Source : socialinsider

Les impressions représentent le nombre de fois où la publication a été affichée à l'écran. Les comptes touchés représentent le nombre de comptes uniques qui ont vu la publication au moins une fois.

Des échanges de plus en plus personnalisés



Des acteurs touristiques partenaires valorisés et satisfaits



REIMS FAIT
SON SHOW

Multimarchés



La pandémie a popularisé les webinaires (formation, ateliers, meetings, workshop réalisés à distance). L'interactivité de ces supports offre un certain intérêt lorsqu'ils sont suivis en live mais les replays réussissent difficilement à capter ou conserver l'attention.

Fort de ce constat, les équipes de l'OTGR ont imaginé, pour poursuivre le travail de promotion de notre destination à l'étranger, un format de « webinaire » original moitié information-moitié divertissement d'une trentaine de minutes, centré sur les hommes et femmes du territoire pour en expliquer les richesses.

Imaginé et orchestré à la façon des célèbres lateshows télévisés américains, Greetings from Reims en reprend les codes en accueillant sur son plateau des personnalités locales du tourisme en complément de reportages tournés en amont, le tout dans une ambiance cosy.

3 émissions ont ainsi été tournées en anglais en condition du direct, en une seule prise.

**Darren Tulett**

présentateur vedette
de Greetings from Reims

Présentateur, de langue maternelle anglaise, doté d'un solide sens de l'humour, d'un dynamisme et d'une bienveillance naturels. Darren est le plus « british » des reporters sportifs français.

REIMS
GREETINGS FROM THE CHAMPAGNE REGION**L'OBJECTIF**

Vendre la destination à l'international et créer du lien dans un mode décalé et inattendu en utilisant des codes connus du monde entier : le talkshow et notamment l'American lateshow !

LES CIBLES

Grand public : susciter le désir de visite auprès des DINKS (Double Income No Kids) et des Familles.

Professionnels (agences de voyages, tour-opérateurs etc.) et organisateurs d'événements (MICE)

Encourager la commercialisation de la destination Reims à leur clientèle : informer les opérateurs sur les highlights et les must see de la destination, les assurer de la présence d'un réseau de professionnels sur lesquels s'appuyer, susciter l'envie d'en découvrir davantage.

DIFFUSION

Sur internet, dans les salons professionnels et dans les espaces d'accueils partenaires (OTGR, Hotels, etc...).

- **émission grand public** : 28 novembre 2022
- **émission MICE** : début 2023
- **émission destinée aux professionnels du voyage** : printemps 2023

Ce programme est prévu pour être utilisé pendant au moins 2 ans.

Support digitaux

Reims-tourisme.com, un univers web performant

Avec près d'un million de visites sur l'ensemble de son dispositif web, l'office de tourisme du Grand Reims démontre que les sites de tourisme institutionnels suscitent encore l'intérêt des internautes français et étranger.

Dorénavant largement majoritaires (65%), les visiteurs mobile profiteront de la refonte du site web engagée en 2022, avec un site pensé d'abord pour smartphone puis adapté aux ordinateurs.



Visites	2022	Evolution vs 2021
Reims Tourisme FR	826 060	+28,78%
Reims Tourisme GB	77 383	+100%
Autres sites	95 910	-9%
TOTAL	999 353	+27,27%

Pages vues	2022	Evolution vs 2021
Reims Tourisme FR	1 867 364	+28%
Reims Tourisme GB	196 854	+104%
Autres sites	200 385	-8%
TOTAL	2 264 603	+25,30%

Top des pages les plus consultées sur le site amiral

1. Page d'accueil
2. Le marché de Noël
3. Agenda
4. Rubrique « A faire, à vivre, à voir »
5. Regalia
6. Visites de grandes maisons de champagne
7. Rubrique « L'essentiel de Reims »
8. Visites et excursions
9. Rubrique « Organiser son séjour »
10. Visite guidée de la cathédrale

La Newsletter Grand Public



« Les sorties rémoises », une nouvelle source d'information plébiscitée

Lancée en mai 2022, la newsletter bimensuelle « Les sorties rémoises » présente à nos abonnés et partenaires une vision d'ensemble des événements prévus à Reims et ses alentours dans la quinzaine qui suit son envoi. Avec un taux d'ouverture moyen de près de 32%, le format séduit à la fois habitants, voyageurs et hébergeurs qui la relaient à leurs clients.

Chiffres clés

1. Total de mails envoyés depuis le lancement : **235 957** (moyenne de 13880 mails par envoi)
2. Taux moyen d'ouverture : **31,83%**
3. Taux de désabonnement moyen : **0.31%**
4. Total des sessions générées sur les pages de notre agenda : **9 849** (taux de clics moyen : 4,18%)
5. 1 478 contacts ont ouvert toutes les news (9,54%)
6. 9 692 contacts ont ouvert au moins une news (62,59%)
7. 4 315 n'en ont ouvert aucune (27,87%)

NOUVEAUTÉ
2022

Les éditions

> REIMS EN POCHE

Le « Reims en Poche » est LE plan touristique de la Ville de Reims. Il est distribué dans les 5 bureaux d'accueil de l'Office de Tourisme du Grand Reims et chez ses partenaires.

Diffusé aux quatre coins du territoire (250 000 exemplaires – 10 langues), il renseigne les visiteurs sur les points d'intérêts touristiques de la ville, les informations pratiques, et leur permet de se repérer facilement.

Dans une démarche écoresponsable, l'OTGR a fait le choix de réduire de 17% les impressions de son dépliant phare.



> LES DÉPLIANTS D'INSPIRATION

En 2022, l'OTGR a produit de nouveaux dépliants en vue de séduire les futurs visiteurs de la destination rencontrés lors des différentes manifestations de démarchage.

Des outils de promotion premium et durables

- Des supports à la mise en page soignée et à la pagination réduite : un condensé de Reims, destiné à être une véritable vitrine de la destination.

- Des dépliants pensés dans un souci d'écoresponsabilité et de praticité (format enveloppe pour pouvoir être facilement glissé dans la poche)
- Une organisation par thèmes dont l'objectif est d'asseoir l'offre identitaire du territoire.
- La ligne éditoriale poursuit un fil conducteur : le plaisir de vivre associé au mythe champagne.
- Peu d'information, beaucoup de séduction

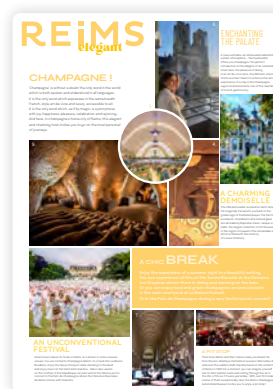
4 adjectifs pour illustrer la pluralité de l'offre « Reims » et compléter les moteurs d'attractivité que sont le patrimoine et le champagne :



REIMS ROYALE

L'ADN de la destination

La Cité des sacres, l'Histoire de France, le Roi des vins, L'Unesco, Royal Beer, Royal Champagne, Maisons Royal Warrant of Appointment...



REIMS ELEGANTE

L'état d'esprit différenciant

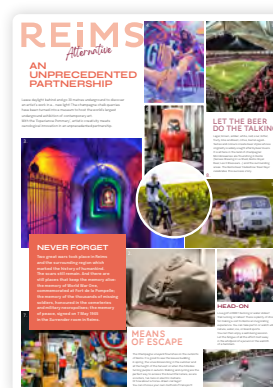
L'Art Déco, les Beaux-Arts, L'UNESCO, les Grands restaurants, le marketing des grandes Maisons de Champagne, les soirées rémoises, le shopping...



REIMS NATURE

L'tout de Reims à promouvoir

PNR, Campagne, ressourcement, bien-être, champagnes ecolabellisés...



REIMS ALTERNATIVE

L'insolite d'une destination inédite

Reims à explorer, lieux secrets prisés des rémois, sport et sensations, street culture, micro-brasseries, boîtes et lieux branchés, vigneron montants...

Les Partenariats

Chapitre#6 - rapport d'activité 2022

360
partenaires
en 2022
dont 36 nouveaux adhérents

**Recettes
partenariales
94 112€ ht**



NOUVEAUTÉS
2022

Mise en place des « Petits-déjeuners du réseau »

Dans des formats réduits, ces petits-déjeuners sont l'occasion pour l'Office de Tourisme du Grand Reims d'informer nos partenaires et acteurs du territoire de nos actions, de nos nouveautés et de nos services.

Mais c'est également l'occasion pour nos partenaires de faire connaissance et d'échanger sur leurs activités afin d'être davantage des ambassadeurs de la destination en faisant la promotion des activités de chacun.



Reims Convention Bureau

Chapitre#7 - rapport d'activité 2022



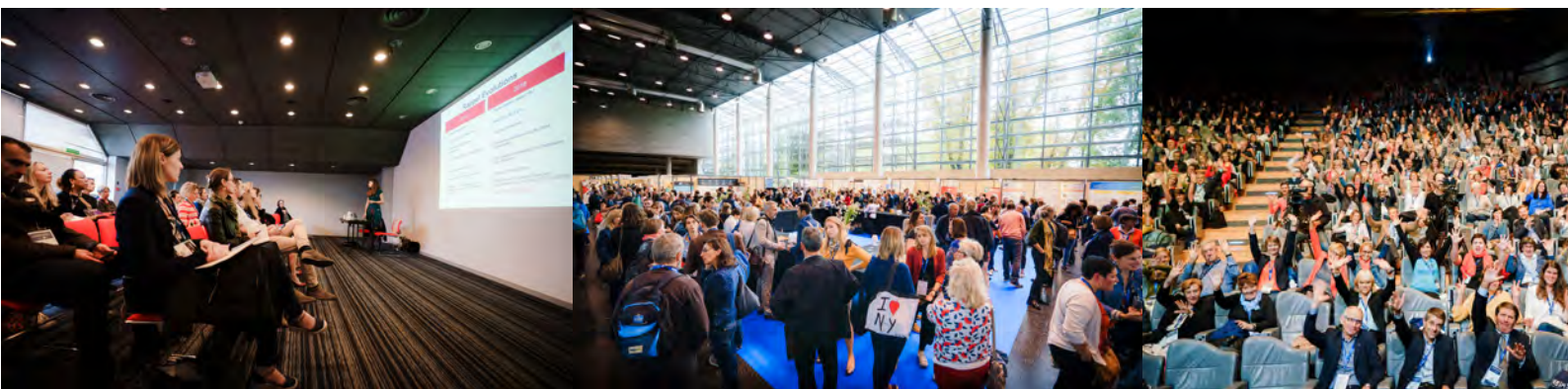
Le Bureau des Congrès (BDC)

L'Office de Tourisme du Grand Reims renforce son positionnement sur la filière MICE

Chargé de contribuer efficacement à positionner Reims comme une destination incontournable sur le segment de l'événementiel d'affaires, en lien avec l'ensemble des acteurs de la filière, le BDC intervient pour :

- **Accompagner et faciliter l'organisation d'un événement sur le territoire**
Porte d'entrée unique pour tout porteur de projet événementiel, le BDC accompagne les organisateurs dans l'étude de faisabilité de leur implantation à Reims et en garantit le succès grâce au professionnalisme de son réseau de prestataires.
- **Valoriser les atouts du territoire sur le marché national et international**
Le BDC engage des actions de promotion et de communication multiples en concertation avec les acteurs professionnels et institutionnels de la filière MICE.
- **Fédérer l'ensemble des acteurs MICE du territoire**
Le BDC anime et coordonne le comité stratégique en charge du développement de l'activité congrès et événements d'entreprises au niveau de la destination. Le BDC réunit, au sein d'un club de partenaires, tous les acteurs de la filière désireux de soutenir son action, partager les bonnes pratiques du réseau et profiter des retombées des initiatives du BDC.
Le BDC observe et analyse également les retombées de l'activité pour le territoire et mène une veille permanente sur l'évolution des tendances du secteur.

Cette initiative s'inscrit dans la démarche d'attractivité portée par la Communauté Urbaine du Grand Reims.



↘ **Le Comité de pilotage** création avril 2022

Office de Tourisme du Grand Reims (BDC),
Reims events | GL events Venues,
Union des Maisons de Champagne,
Champagne Convention Bureau | ADT Marne,
Club Hôtelier

↘ **Les partenaires du BDC**

Espaces réceptifs
(capacité > 20 personnes) :
Salles, hôtels, restaurants...

Prestataire événementiel
(groupe > 20 personnes) :
traiteurs, prestataires techniques,
agences événementielles...

> EXEMPLES D'INTERVENTIONS 2022



CONSEIL

Promotion de la destination, mise en relation, conseil sur les lieux, repérages, conseil choix des prestataires...

Congrès SFSCMFCO octobre 2022

RMGO septembre 2022

WST mars 2023



RECHERCHE DE LIEUX & D'HÉBERGEMENTS

Répondre aux besoins de grandes capacités pour positionner l'événement à Reims

Ernst & Young (2022) 1 000 pax

Speedy (2023) 300 chambres

France Handicap (2023) 700 + 200 Ch. PMR

SBT Summit (2023) 500 chambres

Conforama (2023) 730 chambres



SOUTIEN À L'ORGANISATION OPÉRATIONNELLE

Comité de pilotage, analyse et négociation des devis, gestion des invitations, suivi des inscriptions, gestion d'ateliers, gestion des transports, organisation de soirée...



Assises de l'Attractivité - Janvier 2022

Participation aux réunions de travail - gestion des inscriptions – gestion des ateliers – organisation soirée – opérationnel sur place

Vœux du Grand Reims - Janvier 2023

Préparation, gestion du réceptif



France Urbaine - 900 pax - 23 septembre 2022 Comité de pilotage, repérages, consultations fournisseurs, conseils collectivité, gestion inscriptions et transport...



PROMOTION

Contribution au déploiement du site Explore Grand Est Filière MICE - mars 2022



→ L'évolution des conditions sanitaires a favorisé la reprise d'activité de la filière affaires :

42

demandes reçues via le formulaire du site du BDC

80

demandes référencées par le BDC dont 15 dossiers confirmés et contractualisés avec le service Commercial de l'OTGR

68%

demandes émanent des organisateurs directement

8%

agences événementielles

85%

des demandes concernent des événements de moins de 100 participants



L'Ingénierie

Chapitre#8 - rapport d'activité 2022



L'OTGR fournit un conseil stratégique étayé à ses partenaires, aux différents porteurs de projet et accompagne la collectivité dans la mise en œuvre de la politique touristique publique. Observation, études et ingénierie sont au cœur de cette mission qui nécessite d'éclairer et anticiper l'activité touristique du secteur et du territoire.

Études

En 2022, l'OTGR a ainsi piloté la mise en œuvre de plusieurs études réalisées en partenariat avec l'Agence d'Urbanisme, de Développement et de Prospective de la Région de Reims (AUDRR), l'ADT Marne, le club hôtelier ou bien la mission attractivité du Grand Reims.



→ **Élaboration du schéma prospectif de développement de l'hébergement marchand**
Objectif : Anticiper les évolutions du parc d'hébergement touristique et placer son développement au cœur de la stratégie d'attractivité de la CUGR.
Réalisation : In Extenso

→ **Enquête clientèles touristiques du Grand Reims 2022**

Étudier le profil des visiteurs du Grand Reims, mettre à jour les données de l'enquête réalisée en 2016, identifier les évolutions post-pandémie, mettre en place de nouveaux indicateurs comme des données économiques et RSE

Réalisation : Euroéka et PV2D



→ **Renouvellement de l'observatoire local du tourisme**

Prise en compte des solutions de data observation (MKG, AirDNA, Orange Flux Vision, etc...) intégration continue de nouveaux indicateurs : performance économique (TO, RevPar, RMC...), indicateurs RSE (consommation énergie, bilan carbone, réputation...)

→ **Réactualisation de l'offre touristique du Grand Reims**

Mise à jour de l'agenda de l'événementiel culturel et sportif du territoire à vocation touristique
Réalisation : AUDRR

Accompagnement

Mobilisées au quotidien pour accroître le rayonnement de la destination, les équipes de l'OTGR se sont largement investies dans les initiatives de la collectivité visant à positionner Reims dans le palmarès des destinations les plus attractives.

> ASSISES DE L'ATTRACTIVITÉ

Co-organisation de la manifestation avec la mission Attractivité



> ÉLABORATION DE LA MARQUE DE TERRITOIRE

— REIMS
LÉGENDR

- Participation à l'équipe projet et au comité de pilotage
- Participation aux ateliers de concertation



> REIMS 2028

- Production d'éléments statistiques pour le BidBook
- Participation à la « maison hospitalité » : nombreux ateliers de concertations

REIMS
2028



Reims Tourisme et Congrès

Chapitre#9 - rapport d'activité 2022



L'équipe

Un collectif intergénérationnel soudé et engagé pour le territoire et pour développer les performances de l'OTGR afin de répondre aux enjeux du tourisme de demain.

35

collaborateurs
dont 3 alternants



40,5 ans

L'âge moyen
(22 - 61 ans)

13 ans

L'ancienneté moyenne
(1 - 39 ans)

8

hommes

27

femmes

Responsabilité Sociale et Environnementale

L'OTGR à travers ses équipes, s'engage de plus en plus en interne, en faveur du tourisme durable et d'actions solidaires.

> BILAN CARBONE

Acteur à part entière de la transition de la destination vers un tourisme durable, l'OTGR a décidé de réaliser son bilan carbone afin de mettre en place un plan d'action visant à réduire ses émissions de CO₂.

L'année 2019, dernière année d'activité pleine hors covid, a été choisie pour établir un premier bilan carbone avec la solution Greenly utilisant la méthode Bilan Carbone® certifiée par l'ADEME.



> MOBILISATION CONTRE LE CANCER DU SEIN

L'Office de Tourisme du Grand Reims et ses équipes se sont engagés aux côtés de la Ligue contre le cancer à l'occasion de l'opération Octobre Rose.

3 objets iconiques pour aider à la recherche et à la formation.



L'Office de Tourisme du Grand Reims a spécialement édité trois « souvenirs » en série limitée « Reims x Octobre rose » : le toujours utile Tote bag 100% coton naturel, un mug en grès blanc prisé des collectionneurs et l'incontournable badge bouton. L'intégralité des bénéfices de la vente de ces produits collectors est reversée à la Ligue.

> DEFI J'Y VAIS : Un défi solidaire

L'Office de Tourisme du Grand Reims a relevé le **Défi J'y vais !** « **Au boulot, j'y vais autrement** », en faveur des mobilités durables en région Grand Est.

L'objectif de ce challenge réalisé en mai 2022 est d'initier de nouveaux comportements vis-à-vis des déplacements, afin de réduire l'empreinte carbone mais aussi d'améliorer la qualité de l'air.

L'OTGR s'est distingué par le **3^e prix « entreprise bas carbone »**, qui récompense les entreprises dont les salariés ont parcouru le plus grand nombre de kilomètres en mode alternatif, et un membre de l'équipe a remporté le premier prix « participants ».

Cette année, la dotation financière issue des kilomètres parcourus est reversée à l'organisme DEFIS (Développement pour l'Emploi la Formation, l'Insertion Professionnelle) pour soutenir un projet favorisant la mobilité inclusive en milieu rural.



10 TONNES de CO₂ évitées dans le Grand Reims

> LABELLISATION ACCUEIL VÉLO



L'OTGR est labellisé « **Accueil Vélo** » depuis le **16 juin 2022**.

Cette marque nationale garantit un accueil et des services de qualité le long des itinéraires cyclables pour les cyclistes en itinérance.

Un engagement important pour le développement des mobilités douces dans les pratiques touristiques.



Renouvellement du label Qualité Tourisme

La marque Qualité Tourisme™ est la seule marque d'État attribuée aux professionnels du tourisme pour la qualité de leur accueil et de leurs prestations.

Gage de confiance, les prestations sont régulièrement soumises à un contrôle inopiné et indépendant. Ce signe de reconnaissance vous permet donc de choisir en toute confiance des établissements touristiques qui offrent des prestations de qualité.

L'OTGR office de tourisme de 1^{ère} catégorie a été audité le 17 novembre 2022 et s'est vu renouvelé dans l'octroi de la marque Qualité Tourisme avec un niveau de performance de 97,5/100



Moyenne nationale de la filière (QT)	94,96%
--------------------------------------	--------

Moyenne régionale de la filière (QT)	96,76%
--------------------------------------	--------

Moyenne de l'établissement (QT)	97,50%
---------------------------------	---------------

Pour obtenir la marque, le prestataire doit suivre avec succès une démarche qualité conforme aux exigences essentielles à la satisfaction du visiteur et s'engager à :

- Un accueil chaleureux
- Un personnel attentif
- La maîtrise des langues étrangères
- Des prestations personnalisées
- Des informations claires et précises
- Une propreté et un confort assurés
- La découverte d'une destination
- La prise en compte de votre avis
- Être classé si le classement réglementaire existe sur l'activité (Hôtels, Résidences de tourisme, Offices de tourisme...)
- Mettre en place une écoute client (traitement des réclamations, questionnaire de satisfaction, analyse de l'e-reputation...)
- Être audité sur la base de référentiels nationaux (entre 250 et 600 critères d'évaluation) par un cabinet externe et indépendant à une fréquence régulière (3 ou 5 ans)
- Atteindre un niveau de performance élevé lors de cet audit réalisé en client mystère (score minimal de 85%)

Commentaire sur l'audit

L'Office de Tourisme du Grand Reims est composé d'un bureau principal en centre-ville et d'un bureau secondaire sur la place de la gare. Je les ai visités tous les deux. Les offices de tourisme sont sur une démarche de renouvellement de la marque QT. J'ai rencontré une équipe engagée, professionnelle, volontaire et dynamique qui représente et sait parfaitement mettre en avant son territoire.

Visite mystère

- Bureau place de la Gare :
Jeudi 17 novembre 2022 (9h10)
- Bureau principal :
Jeudi 17 novembre 2022 (10h)

Débriefing

- Jeudi 17 novembre 2022

Top 5 des commentaires des visiteurs sondés dans le cadre de l'audit

1. Qualité de l'accueil
2. Ecoute
3. Informations claires, conseils
4. Sourire
5. Disponibilité

Dernier avis Client	27/12/2022
Nombre d'avis	113
Satisfaisant	113
Insatisfaisant	0

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2022

Crédits photos

Cyrille Beudot | Pauline Colin
Grand Reims | OTGR
Romain Berthiot | @Ramijntje
Naiim de la Lisière
AD Ville de Reims
A. Mazaud

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2022

REIMS ARENA



REIMS
TOURISME & CONGRÈS

C0 C2 C2