



Ambition & Stratégie à 2025

AVRIL 2021

Grand Est
ALSACE CHAMPAGNE-ARDENNE LORRAINE
L'Europe s'invente chez nous

AGENCE RÉGIONALE
GRAND EST
DU TOURISME



Installer le Grand Est dans

- le top 3 français
- le top 5 européen
- le top 10 mondial

des « **Smart Destinations** » touristiques à horizon 2025



Une destination touristique intelligente

Les smart destinations ou destinations touristiques intelligentes sont nées récemment, comme une extension du concept des « Smart Cities », et s’attachent en priorité à répondre à des problématiques en matière de tourisme durable et digital sur leur territoire grâce à une utilisation efficace des nouvelles technologies et des data.

Aujourd’hui, seules une vingtaine de villes, régions et pays dans le monde ont décidé d’engager une stratégie dans ce domaine (dont Ile-de-France, Occitanie, Varsovie, Helsinki, Göteborg, Malaga, Copenhague, Vienne, Québec, Tel Aviv, Dubaï, Nouvelle-Zélande).

Comment ?

En déployant une stratégie « Smart Tourisme »

fondée sur

➤ **2 mégatendances**

articulée autour de

➤ **2 axes**

et s'appuyant sur

➤ **3 piliers**



2 mégatendances de fond amplifiées par la pandémie Covid 19

Passage d'un tourisme de groupe à un tourisme individuel

en quête de sens, de nature,
d'authenticité, de qualité, d'inédit,
d'aventure et/ou d'exclusivité dans
ses expériences, avec des services
fluides et sans couture, personnalisés
et irréprochables, quitte à payer
plus cher

Le « numérique » reconfigure partout la relation et l'expérience client

avec pour tendance de fond la
personnalisation, la vente en ligne
et la virtualisation accrues des
offres touristiques, notamment à
travers des solutions immersives
et interactives



2 axes : le durable & le digital

↗ durable

Économiquement

Socialement

Écologiquement

↗ digital

Pilotage
stratégique basé
sur les données

Pilotage
opérationnel
basé sur le
numérique

3 piliers : l'offre, l'infrastructure & le marketing

Offre

Le développement d'une offre touristique « smart » (durable et digitale) articulée autour de nos **6 filières signatures*** et de **5 prestigieuses destinations** et adaptée aux **spécificités de chaque territoire** et aux **nouvelles attentes** des visiteurs selon leurs profils

1

Infrastructure

Le développement d'infrastructures (**hébergement, transports, loisirs**)** touristiques « smart » (durables et digitales) adaptées aux **activités et expériences touristiques** proposées autour de nos 6 filières signatures* sur **chaque territoire**

2

Marketing

Le développement d'un **marketing de destination** et d'une mise en marché de l'offre touristique autour de la marque « **Explore Grand Est** » et d'une **plateforme de commercialisation en ligne**

3

*Énotourisme & Gastronomie ; Nature, Itinérance, Outdoor ; Mémoire, Culture & Patrimoine ; Excellence, Métiers d'Art & Savoir-faire ; Thermalisme & Bien être ; Tourisme d'affaires

**Hôtels, Logements insolites, Lodges, Meublés, Gîtes, Chambres d'hôtes, Villages vacances, Camping ; Routes, Sentiers, Chemins de fer, Pistes cyclables, Ports, Fluvial, Aéroports, Traversiers, Transport en commun, Navettes, Signalétique ; Bases nautiques, Sport d'hiver, Attractions et Parcs de loisirs, Caveaux, Patrimoine castral et architectural, Centres de congrès, Salles de conférences et de spectacles, Thermalisme, SPA



PILIER 1 & 2

Le développement de l'offre et des infrastructures touristiques





Trois partis pris

1

PRIVILÉGIER LA MONTÉE EN GAMME ET LA DIGITALISATION

Passer d'une logique quantitative à une logique qualitative en s'appuyant sur **la montée en gamme et la digitalisation** de nos offres et de nos infrastructures touristiques autour de nos 6 filières signatures et de **nos 5 destinations** pour se différencier et gagner en compétitivité, en ciblant **une clientèle dépensant plus** et recherchant des **expériences exclusives, authentiques et inédites**

2

RESPECTER L'ENVIRONNEMENT ET LES POPULATIONS LOCALES

Créer un « **Lab Durable** » et élaborer et déployer une « **Charte du Tourisme Durable et Responsable** » autour du développement et de la valorisation d'offres et d'infrastructures touristiques **respectueuses de l'environnement** et de comportements touristiques **respectueux des ressources, des patrimoines et des populations locales**

3

ASSOCIER LES TERRITOIRES ET LES ENTREPRISES

Mettre en place une gouvernance repensée du développement de nos offres et de nos infrastructures touristiques avec notamment la refondation des **Pactes de Destination** et la création du « **Club Croissance Tourisme** » réunissant plus de 130 entreprises régionales pour les associer à la stratégie touristique du Grand Est



PILIER 1 & 2

1 Privilégier la montée en gamme et la digitalisation de notre offre

Mise en œuvre d'un programme d'accompagnement personnalisé autour de nos 6 filières signature

Conception de Feuilles de routes et de programmes d'action annuels par filière signature destinés à accompagner le secteur réceptif (agences de voyages, autocaristes et hôtels) et les acteurs touristiques rassemblés dans le Club Croissance Tourisme autour de 4 axes :

- La restructuration et le design de leurs offres autour du digital et du durable
- La définition marketing et la promotion de leurs offres
- La mise en marché de leurs offres, notamment via la plateforme de commercialisation Explore Grand Est
- L'observation, la mesure et l'évaluation des performances commerciales de leurs offres



Œnotourisme & Gastronomie

1^{re} destination œnotouristique de France!

La région Grand Est rayonne grâce à la renommée mondiale de ses vignobles Champenois, Alsaciens, Mosellans et aussi de sa gastronomie, de ses terroirs et de ses nombreux Chefs étoilés.

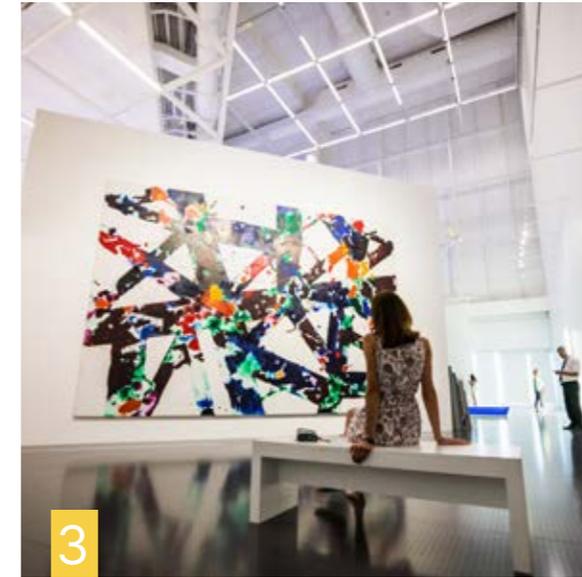
- 52 tables étoilées, dont 1 prestigieuse maison 3 étoiles et 9 tables 2 étoiles
- La route des vins d'Alsace offre un itinéraire mythique de 170 km du nord au sud du territoire
- Coteaux, maisons et caves de Champagne inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO



Itinérance, Nature, Outdoor

Le tourisme de nature et itinérant, comprenant la randonnée pédestre, équestre, le cyclotourisme, la pratique du VTT et le tourisme fluvial, est une thématique incontournable pour la croissance touristique en région Grand Est en phase avec les tendances du tourisme d'aujourd'hui.

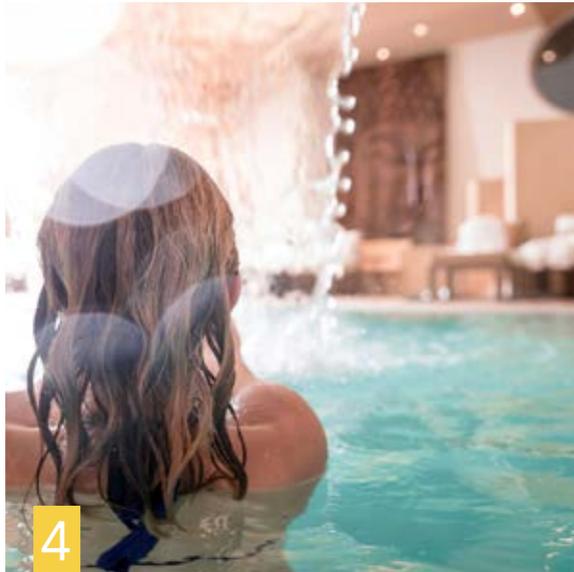
- 6 parcs naturels régionaux et 1 parc naturel national
- 48 réserves naturelles et 1 réserve mondiale de biosphère
- 3200 kms d'itinéraires de Grande Randonnée
- 2200 kms de Véloroutes
- Parcs animaliers et parcs d'attraction
- Près de 30 lacs et 50 canaux



Mémoire, Culture & Patrimoine

Une région composée d'importants réseaux d'exception (UNESCO, Petites Citées de Caractère) et d'un patrimoine muséal, castral et culturel exceptionnel et rayonnant à l'international. Un positionnement stratégique au cœur de l'Europe qui offre des sites mémoriaux et des événementiels « must to do » internationaux (GEMAB, Noël en Alsace, Saint Nicolas en Lorraine).

- 4500 monuments historiques
- 8 sites UNESCO
- 200 sites mémoriaux représentatifs des 3 conflits européens



Bien être & Thermalisme

Beaux enjeux pour cette filière stratégique et structurante pour le Grand Est et son rayonnement, comprenant : les stations et établissements thermaux, les spas, les centres thermo-ludiques et autres espace « bien-être » et sites liés à la détente.

- *9 stations thermales de renommée internationale*
- *Une offre spa et bien être haut de gamme*
- *Dans le Top 3 français en volume de cures thermales*



Métiers d'Art & Savoir-faire

Le Grand Est abrite un réseau impressionnant d'artisans d'art développant des savoir-faire uniques au monde ou exclusifs (textiles, tanneries, cristallerie, fayencerie, verre, vitraux, mobilier, argile, terre et bois).

- *Des marques reconnues mondialement : Lalique, Baccarat, Daume, Saint-Louis*
- *Plus de 200 artisans MOF souffleurs de verre, ébénistes, cristalliers, façonneurs de métaux, tailleurs de pierre, forgerons, facteurs instrumentaux*
- *2.500 entreprises et professionnels des métiers d'art*
- *281 métiers d'art et spécialités différents*



Tourisme d'affaires

Une filière qui rassemble les acteurs privés, Conventions Bureaux, les villes et agglomérations du secteur du MICE avec pour objectif de s'unir pour la promotion de ce secteur d'activité, proposer des produits et des prestations innovants et parfaitement adaptés aux exigences de la clientèle professionnelle et au nouveau contexte sanitaire.

- *Une offre adaptée à toute demande, du Congrès au séminaire en petit groupe, national au international*
- *Des pionniers dans le domaine du L'ÉVÉNEMENTIEL DURABLE et des villes et sites labellisés ISO 20121 : Nancy, Parc des Expo de Metz, PMC de Strasbourg*
- *Des lieux événementiels atypiques, authentiques et éco-responsables en pleine nature*



PILIER 1 & 2

2 Respecter l'environnement et les populations locales

Déploiement d'une démarche « Tourisme Durable et Responsable » innovante et engageante





Élaborer et déployer une « Charte du Tourisme Durable et Responsable » régionale

Faire du Grand Est une destination touristique exemplaire, engagée, innovante et tournée vers l'avenir. C'est dans le cadre de cette ambition que la Région et l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est vont mettre en place une « **Charte du tourisme Durable et Responsable** » autour de laquelle les acteurs touristiques privés et publics s'engageront. **Cette Charte permettra d'accompagner et de valoriser le développement d'offres et d'infrastructures touristiques respectueuses de l'environnement, d'inciter à des comportements touristiques respectueux des ressources, des patrimoines et des populations locales et de renforcer la protection des ressources naturelles, des espaces protégés et de la biodiversité**

Création du « Lab Durable » Grand Est

Pour parvenir à cette Charte et suivre son déploiement dans les années à venir, un « **Lab du Tourisme Durable** » dans le **Grand Est** va être créé. Instance collaborative par nature, il **accompagnera les professionnels** dans leurs réflexions afin d'aboutir à une Charte qui soit à la fois un document de référence, et un **acte d'engagement** dans lequel tous les professionnels se reconnaîtront

Soutenir les acteurs et les initiatives en matière de Tourisme social

Développer des partenariats et engager des initiatives aux côtés des acteurs et des promoteurs du Tourisme Social et mettre en place des actions de promotion autour des offres dédiées aux publics défavorisés ou en situation de handicap. **Un travail déjà engagé avec plusieurs acteurs** dans le Grand Est dont **l'UNAT**, la Plateforme **HOPTISOINS** de **l'APHP** et **l'Association Tourisme et Handicaps**.

Développer et promouvoir une offre diversifiée et inclusive

Concevoir des offres touristiques durables, les designer, les promouvoir, les commercialiser... **Grâce à la mise en place de la « Charte du Tourisme Durable et Responsable » et de politiques incitatives, les professionnels seront accompagnés tout au long du process par la Région et par l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est.** Une cartographie permettra également de concentrer les développements selon le niveau de maturité des territoires dans le Grand Est



STRATÉGIE À 2025

3 PILIERS 1 & 2

Associer les territoires en refondant les Pactes de Destination

Une collaboration avec les cinq Destinations du Grand Est articulée autour de 4 axes stratégiques



1 Design de l'offre

Développement de nouvelles offres et infrastructures touristiques « smart » et inter-filières sur les territoires

2 Commercialisation

Digitalisation des acteurs sur les territoires et mise en marché des offres via les sites de Destination et la plateforme Explore Grand Est

3 Communication

Promotion des offres de chaque Destination via un plan d'actions et de communication privilégiant la complémentarité entre les marques de destination et Explore Grand Est

4 Data

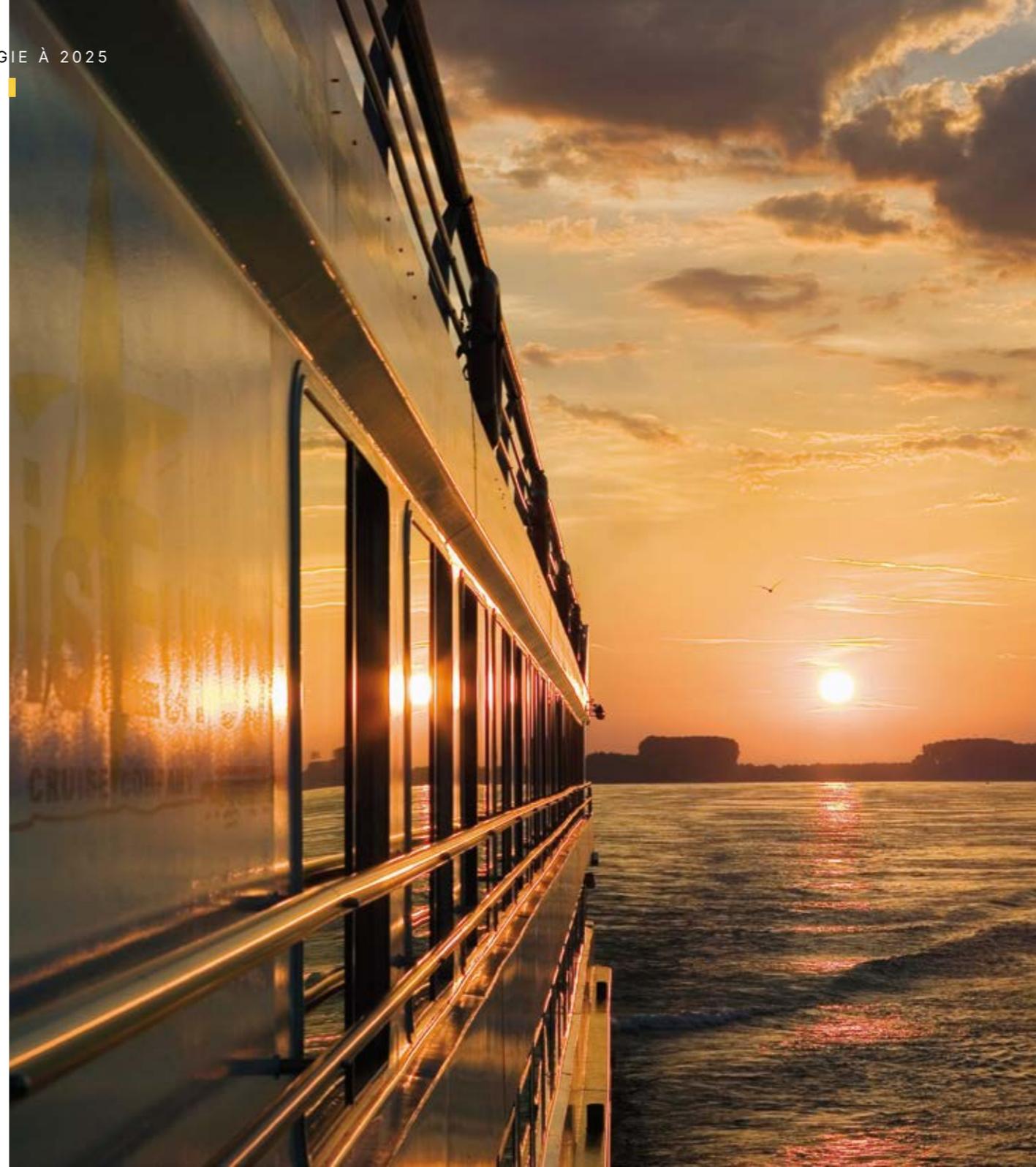
Construction d'une stratégie partagée autour des SIT de demain ; Partage des données clients et améliorations de nos performances ; Mise en place de baromètres économiques du tourisme à l'échelle des Destinations



Associer les entreprises en créant le « Club Croissance Tourisme » Grand Est

Un Club destiné à associer les acteurs touristiques du Grand Est à la définition et à la mise en œuvre de la stratégie régionale en matière de tourisme et à les accompagner dans leur transformation durable et digitale

140 membres au 31 mars 2021





Les trois cofondateurs



Michelle KUNEGEL
Présidente de LkTours –
Europatours Voyages



Pierre-Emmanuel TAITTINGER
Président d'honneur de Champagne
Taittinger



Pierre SINGER
Directeur Général du Parc
Animalier de Sainte-Croix

Les représentants élus du Comité d'Orientation Stratégique

COMITÉ DE FILIÈRE	STRUCTURE	NOM
RÉCEPTIFS, TRANSPORT, HÔTELLERIE	BATORAMA	Reynald SCHAICH <i>Directeur Adjoint</i>
TOURISME D'AFFAIRE	DESTINATION NANCY	Béatrice CUIF-MATHIEU <i>Directrice générale</i>
OENOTOURISME ET GASTRONOMIE	WINALIST	Nicolas MANFREDINI <i>Fondateur Winalist</i>
ITINÉRANCE, NATURE, OUTDOOR	BOL D'AIR	Régis LAURENT <i>Gérant et fondateur</i>
MÉMOIRE, CULTURE, PATRIMOINE	CHATEAU FORT DE SEDAN	Mélaine du MERLE <i>Responsable de site</i>
BIEN-ÊTRE & THERMALISME	AUBERGE DE LA KLAUSS	Alexandre KEFF <i>Directeur</i>
MÉTIER D'ART ET SAVOIR-FAIRE	<i>en cours</i>	



Bénéficier d'un programme d'actions collectives et individuelles :

- Organisation de **Learning Expeditions**
- Mise en place de **baromètres touristiques** et études spéciales
- **Invitations** salons / conférences
- Accès au **catalogue de solutions innovantes**
- **Accélération des ventes** via la plateforme de commercialisation

Enrichir son réseau d'affaires :

- Participer à des **rencontres avec d'autres professionnels**.
- **Rencontrer** des acteurs de sa filière et des autres comités de filières / des experts, consultants, entreprises innovantes et start-up
- **Participer à des conférences** / salons

Être accompagné :

- Organisation de **formations & webinaires**
- Transformation et disruption dans le cadre d'un **programme d'accompagnement individualisé pour l'entreprise**
- **Rendez-vous speed meetings** : rencontres avec des jeunes entrepreneurs autour de solutions prometteuses et innovantes
- Accompagnement des **projets d'investissement** des adhérents

Comité d'Orient Stratégique :

Le **représentant élu de chaque Comité de Filière** devient membre du Comité d'Orient Stratégique de l'ART GE. **À ce titre, il représente la filière dont il est issu au sein du Conseil d'Administration de l'ART GE** dans lequel il rejoint les trois co-fondateurs et ses alter égos chefs d'entreprises représentant chacun une des filières signatures Grand Est



Les 3 étapes **du développement** **de l'offre et des** **infrastructures** **touristiques du** **Grand Est**



2021

Niveau départemental et gros porteurs touristiques

Structuration de l'offre et des infrastructures touristiques **autour d'un Marketing de Destination Départemental fondé sur deux ou trois filières dominantes** et autour des acteurs touristiques « **Gros porteurs** » du Club Croissance Tourisme (dans le cadre des Pactes de Destinations)

2022

Niveau PTL (plateformes touristiques locales) et moyens porteurs

Structuration de l'offre et des infrastructures touristiques **autour d'une ou plusieurs intercommunalités, offices de tourisme et acteurs « Moyens porteurs »** proposant des activités et des expériences touristiques affinitaires, denses et facilement accessibles autour de différentes filières signatures

2023 2025

Niveau petits porteurs

Structuration de l'offre et des infrastructures touristiques **autour de la multitude d'acteurs touristiques « Petits porteurs » représentant 80 % des activités et des expériences touristiques mais 20 % du CA** (« la longue traîne ») et évoluant dans l'ensemble des filières signatures

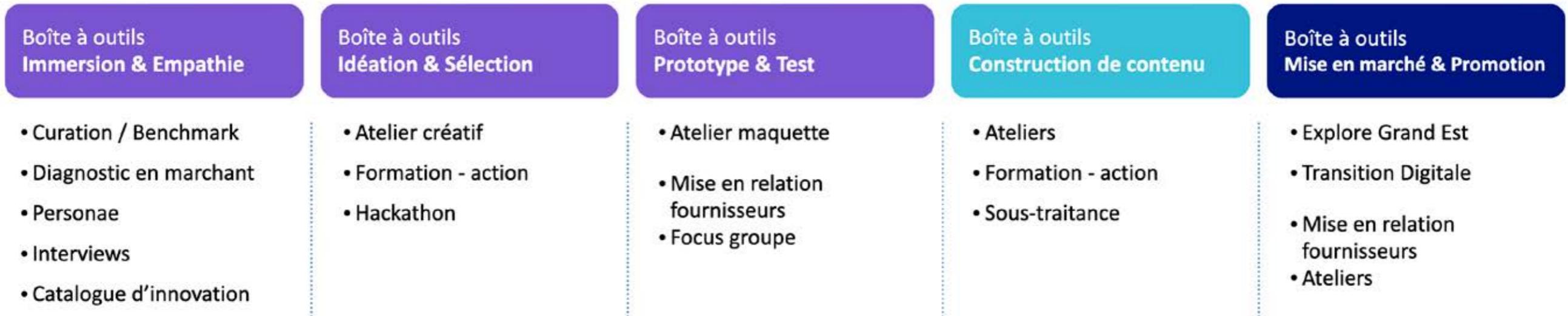
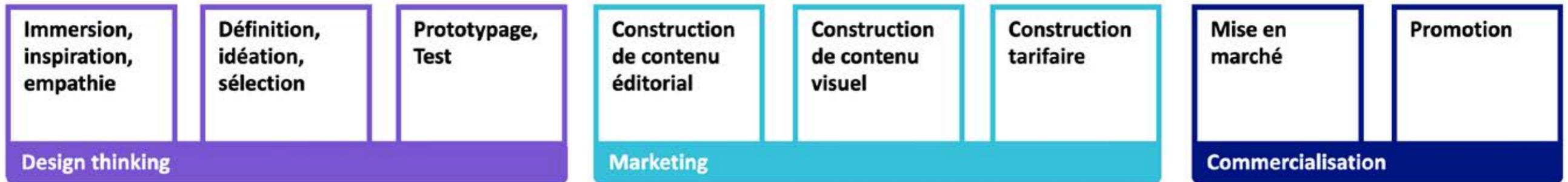
étape 1 **2021** Niveau départemental et gros porteurs touristiques

OFFRE

MISE EN PLACE D'UNE DÉMARCHE DE «**DESIGN THINKING**» AU SERVICE DU MARKETING DE DESTINATION DES DÉPARTEMENTS

- **Développer, structurer et mettre en marché de nouvelles offres SMART** « inter-filières » et centrées clients caractérisant le Marketing de Destination de chaque département
- **Via la transformation qualitative** (versus quantitative) de cette offre
- **Visant une montée en gamme et en « attractivité »** de celle-ci, en cohérence avec les deux axes (Durable et Digital) de notre stratégie Smart Tourisme et les nouvelles attentes des visiteurs (« Personae ») définis et ciblés par l'ART GE pour chaque marché émetteur (France et International)
- **En accompagnant une vingtaine de structures** privées (acteurs touristiques) et publiques (OT + EPCI) représentatives des diverses filières du département
- Dans le cadre d'**un processus de six à neuf mois**
- **Autour de trois axes** : Design Thinking, Marketing, Commercialisation
- Et des **cinq filières signatures**
- **Une méthode « test and learn »** qui pourra être dupliquée dans chaque PTL de chaque département à partir de 2022

➤ Mise en place d'une démarche autour de 3 axes : Design thinking, Marketing & Commercialisation





étape 1 2021 Niveau départemental et gros porteurs touristiques

OFFRE



MISE EN PLACE D'UNE DÉMARCHE D'ACCOMPAGNEMENT « SMART TOURISME » DES GROS PORTEURS TOURISTIQUES

- **Identification des besoins en innovation des acteurs touristiques**

Identification des besoins en matière d'innovation digitale et durable formulés par les acteurs touristiques du Grand Est via le Club Croissance Tourisme

- « **Sourcing** » de solutions innovantes

Développement d'une base de données qualifiée (catalogue de solutions innovantes) des bonnes pratiques et des solutions durables et digitales dédiées au secteur du tourisme

- **Sensibilisation des acteurs touristiques du Grand Est aux enjeux du Smart Tourisme**

Organisation de webinaires, de formations, de « learning expeditions » et de « speedmeetings » entre acteurs touristiques et sociétés proposant des solutions innovantes

- **Accompagnement des acteurs touristiques dans leur transformation**

Organisation de séminaires en disruption des entreprises, soutien à la commercialisation en ligne de leurs offres et accompagnement dans leur « transformation digitale »

- **Organisation d'appels à projets**

Autour de thématiques « digitales » et « durables » permettant aux acteurs touristiques de bénéficier de co-financements, de prestations d'accompagnement et de dispositifs incitatifs

- **Développer l'investissement**

Mise en place d'un « guichet unique » pour informer-conseiller-orienter les porteurs de projets, accompagnement spécifique par la Team Tourisme de la région et création d'une Foncière Tourisme (société d'économie mixte)

Regards d'Experts : cycles d'acculturation au Smart Tourisme

Conférence les Grandes Tendances et le SMART Tourisme

DESIGN DE L'OFFRE : des web séminaires autour du design et du marketing de l'offre par filière

œnotourisme & Gastronomie

Itinérance, Nature & Outdoor

Mémoire, Culture & Patrimoine

Bien être & Thermalisme

Métiers d'Art & Savoir-faire

Tourisme d'Affaire

SMART Tourisme : Un cycle de tables rondes et conférences. Des retours d'expériences de témoins et la présentation de solutions innovantes

Table ronde
Des hébergements
SMART

Table ronde
Une offre nature
& SMART

Table ronde
économie touristique
au service d'un
territoire

Table ronde
Une offre gourmande
& SMART

Table ronde
Loisirs & activités
SMART

Table ronde
L'événementiel
version SMART

Tourisme Durable : Des webséminaires d'acculturation au tourisme durable

La conception
d'une offre
durable

L'économie de
partage

L'humain au
centre de la
démarche

Le respect de la
nature et de sa
diversité

Le vivre et
consommer local

La qualité
environnementale

Tourisme Digital : Des webinaires pour favoriser sa mise en marché en ligne

Comment booster son
site e-commerce ?

E-commerce : quelle
réglementation
respecter

Une stratégie de
contenu en 2021

Les techniques de
construction de
contenu visuel

Les techniques
de construction
de contenu éditorial

Rencontre avec des
fournisseurs de
solutions

étape 1 **2021** Niveau départemental et gros porteurs touristiques

INFRASTRUCTURES

➔ RÉALISATION D'UN «**PLAN STRATÉGIQUE INFRASTRUCTURES 2025**» RÉGIONAL PARALLÈLEMENT À CHAQUE DÉMARCHE DÉPARTEMENTALE :

- Étude « **Smart Mobility** » issue d'un groupe de travail rassemblant des acteurs privés et publics au **niveau régional** et réalisée en partenariat avec la **Banque des Territoires**
- « **Benchmark des tendances smart tourisme 2025** » réalisé avec **Atout France** permettant d'identifier les solutions, bonnes pratiques et modèles économiques innovants en France et à l'international en matière d'infrastructures
- **États des lieux** réalisés dans chaque département **en matière d'infrastructures** :
 - d'Hébergements
 - de Transports
 - de Loisirs
- Identification et évaluation **des besoins en investissements d'ici 2025** en matière d'infrastructures Smart Tourisme
- « **Plan stratégique infrastructures smart tourisme 2025** » à destination de la région autour des besoins en investissements à 5 ans
- Promotion du plan stratégique d'investissements à 5 ans **auprès des investisseurs publics et privés français et internationaux**

➤ **Processus de structuration et de développement de l'offre et des infrastructures touristiques de la région Grand Est**





PILIER 3

**Déploiement d'un marketing de destination
et d'une mise en marché de l'offre autour
de la marque et de la plateforme
« Explore Grand Est »**



Trois axes stratégiques

1

NOTORIÉTÉ

Faire rayonner la destination Grand Est en s'appuyant sur un nouveau territoire de marque et en démultipliant sa visibilité en France et à l'international

2

CONQUÊTE

Renforcer la stratégie commerciale autour d'offres mises en marché via une plateforme de commercialisation en ligne

3

FIDÉLISATION

Créer une GRC et un « Data Lake » touristiques à l'échelle du Grand Est pour accompagner le visiteur avant, pendant et après son séjour

Axe 1 NOTORIÉTÉ

FAIRE RAYONNER LA DESTINATION GRAND EST EN S'APPUYANT SUR UN NOUVEAU TERRITOIRE DE MARQUE ET EN DÉMULTIPLIANT SA VISIBILITÉ EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL

MARS 2021

Territoire de marque

Développer la notoriété de la destination Grand Est via la création et le déploiement d'un nouveau territoire de marque Corporate et Commercial.

➤ Des marques corporate



➤ Des marques de services



➔ **AVRIL 2021**
Des supports de visibilité corporate
UNE NEWSLETTER MENSUELLE

Plus d'actualités sur [notre site internet](#), [LinkedIn](#) ou [Facebook](#)

AGENCE RÉGIONALE GRAND EST
LA NEWSLETTER PRO DE L'AGENCE RÉGIONALE DU TOURISME DU GRAND EST

ALAUNE
Strong Together
 LA CRÉATION D'UN CLU...
 LA CRÉATION D'UN CLU...
 LA CRÉATION D'UN CLU...

ALAUNE
UN PARTENARIAT EXCLUSIF AVEC THE EXPLORERS
 Une exceptionnelle opportunité pour le tourisme du Grand Est !
 De juillet à décembre 2021, une large campagne d'images à l'échelle nationale et internationale sera déployée avec The Explorers. The Explorers, c'est un savoir-faire unique au monde dans la production de contenus avec une extraordinaire opportunité de visibilité auprès des abonnés.

#STRONGTOGETHER, SOUTIEN ET GESTION DE CRISE
 Le dispositif unique de soutien et de gestion de crise pour les entreprises et professionnels du tourisme en Grand Est.
 Lancé en mars 2020, par la Région Grand Est et l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est, le dispositif Strong Together accompagne les professionnels du tourisme du Grand Est pour affronter la crise sanitaire.

CLUB CROISSANCE GRAND EST : DÉJÀ 120 ENTREPRISES PARTENAIRES
 Le Club Croissance Grand Est vise à regrouper une centaine de PME et ETI du secteur du tourisme, véritables ferments de la Région Grand Est, pour les associer et soutenir la croissance, la gouvernance et la stratégie régionale en matière de tourisme. Le Club Croissance Grand Est, c'est aussi une solution collective qui crée les conditions pour permettre aux acteurs touristiques d'être mieux servis. Ce club, sans fin, est porté par 3 personnalités emblématiques du tourisme Grand Est :

- **NICHELLE KUNESSEL**, Présidente de La Tour - Equipateurs Voyages
- **PIERRE-EMMANUEL TAITTINGER**, Président d'honneur de Champagne Taittinger
- **PIERRE SINGERL**, Directeur Général du Parc Annuaire de Sainte-Croix

Plus de 120 entreprises ont déjà rejoint le club !

INNOVATIONS
DES SOLUTIONS INNOVANTES POUR ACCÉLÉRER VOTRE CROISSANCE !
 Dans le cadre du déploiement de sa stratégie SMART TOURISMS, l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est lance un catalogue innovations qui permettra aux acteurs et entreprises du tourisme, publics ou privés, de découvrir des solutions innovantes, éprouvées.

TOURISME DURABLE
EXPLORE GRAND EST
LE DURABLE GRAND EST

UN LAB TOURISME DURABLE DANS LE GRAND EST !
 L'Agence Régionale du Tourisme Grand Est inscrit le tourisme durable comme axe majeur de sa stratégie. Pour accélérer la dynamique et l'apport de solutions on the matter, un Lab Tourisme Durable porté par l'ART GE se met en place dans le Grand Est.

LE CHIFFRE
238 entreprises et compagnies directement par la cellule de soutien Strong Together !

TENDANCES ET PROSPECTIVES
LE BESOIN EN RÉASSURANCE DEVENU TENDANCE MAJEURE
 La crise sanitaire a fait émerger une tendance majeure : le besoin de réassurance. Ce besoin constitue aujourd'hui un des éléments majeurs à intégrer à sa stratégie pour comprendre et anticiper le tourisme de demain.

REGARDS D'EXPERTS
LES TENDANCES POUR UN TOURISME SMART ET INNOVANT
 Regards croisés sur les cinq grandes tendances qui façonneront le secteur touristique de demain.
SAVE THE DATE :
 Webinaire le 06 avril 2021, 14h à 15h30

EN BREF
Nouveau ! Le guide du Routard Grand Est arrive !
 10 week-ends coups de cœur à retrouver dès le 24 mars en librairie ! Une belle vitrine pour le tourisme du Grand Est !

RETROUVEZ-NOUS SUR
 f t in

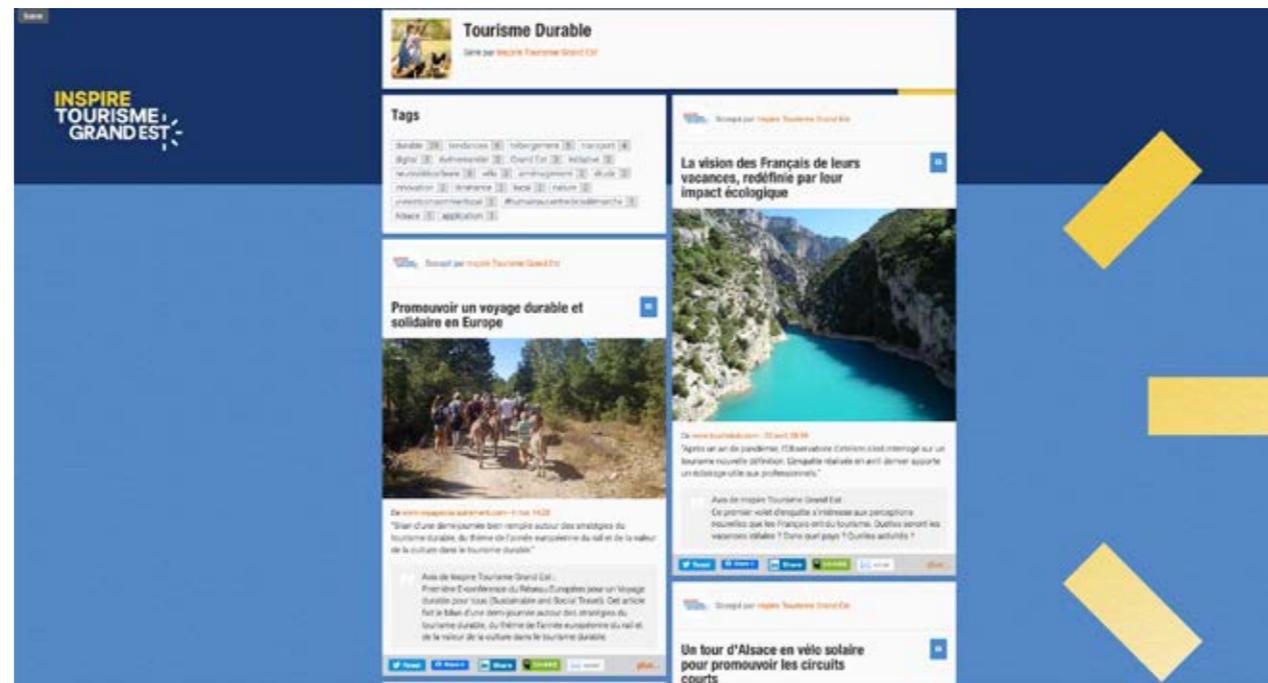
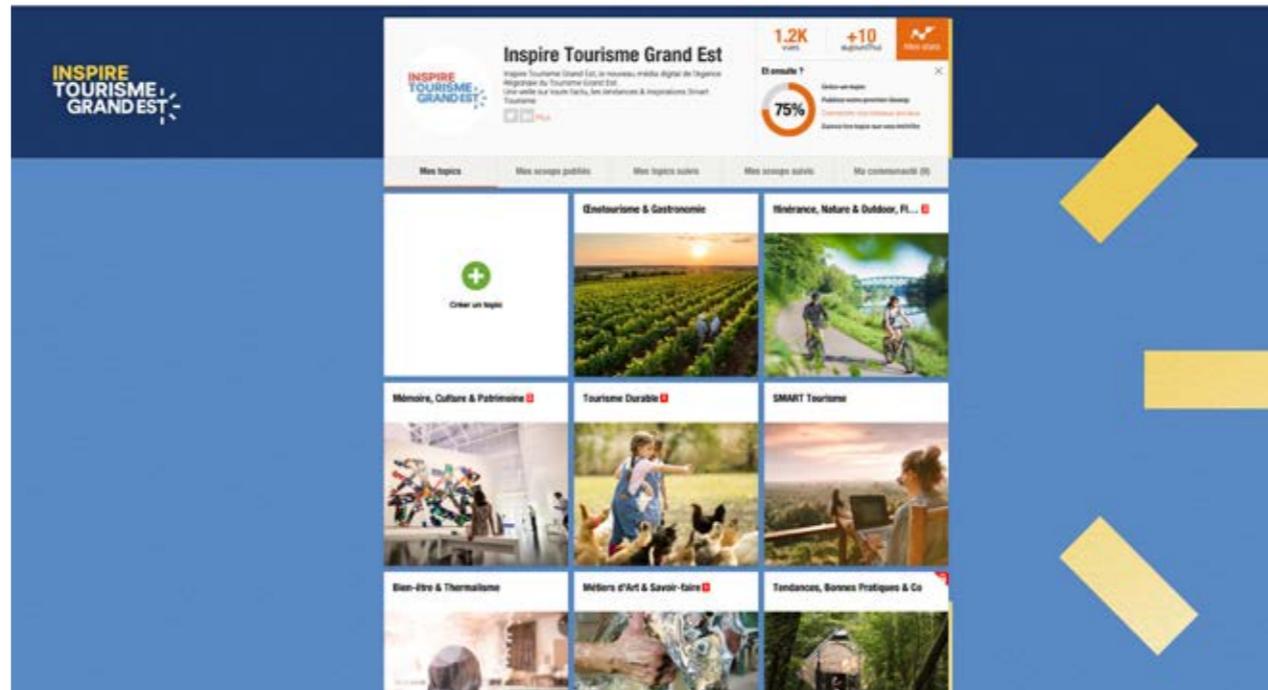
AGENCE RÉGIONALE GRAND EST
 Agence Régionale du Tourisme Grand Est
 Bureau de Commerce Culture et Loisirs
 21 Boulevard de la République
 54000 Nancy
 03 83 31 11 11
 www.arts-ge.com



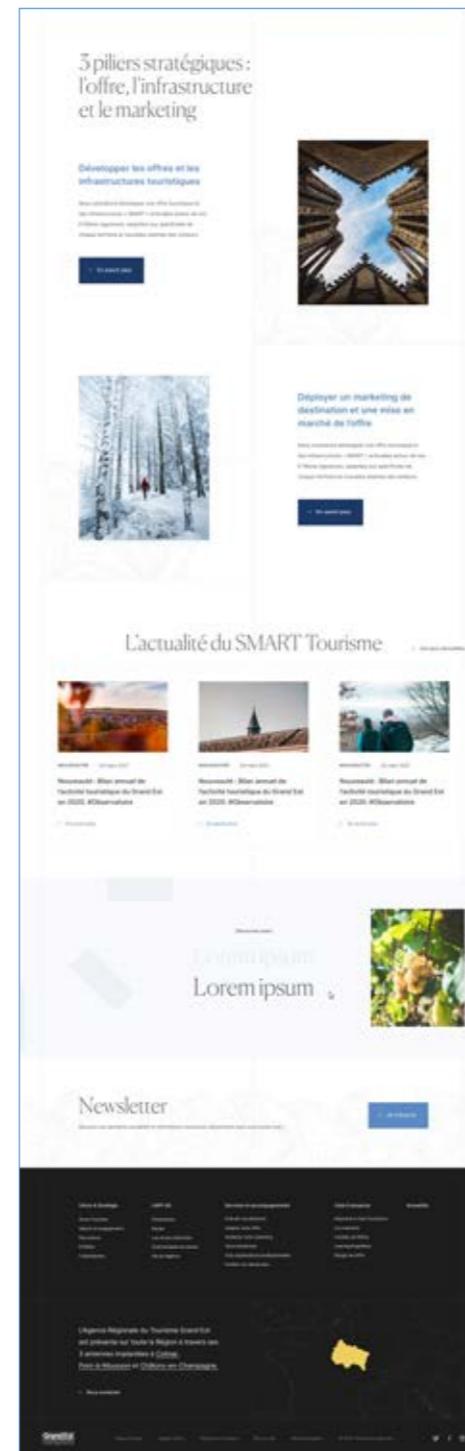
AVRIL 2021

➔ Des supports de visibilité corporate

Un nouveau média
« veille & prospective » en ligne :
inspire.tourismegrandest.fr



MAI 2021
 Des supports de visibilité corporate
 UN NOUVEAU SITE COPORATE :
 art-grandest.fr





Axe 1

NOTORIÉTÉ

Territoire de marque

AVRIL 2021

➤ Des marques commerciales grand public pour la France et l'international



EXPLORE
EASTERN
FRANCE

Beyond the

EXPE
RIENCE

ALSACE • LA CHAMPAGNE • ARDENNE • LORRAINE • VOSGES

EXPLORE
GRAND
EST

Le soleil se lève chez nous

ALSACE • LA CHAMPAGNE • ARDENNE • LORRAINE • VOSGES

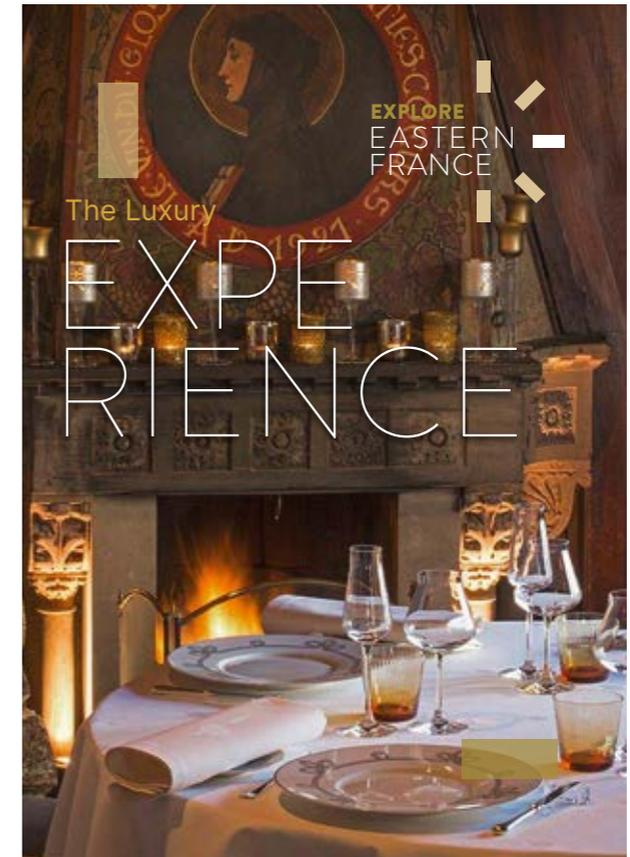
Axe 1 NOTORIÉTÉ

Territoire de marque

AVRIL 2021

➤ Des marques commerciales luxe pour la France et l'international

Lancement d'une nouvelle offre « Flag Ship » pour les clients du segment Luxe avec la création des marques de voyages « Explore Grand Est, L'Essence du Luxe » et « Explore Eastern France, The Luxury Experience »



JUIN 2021

➤ Promotion commerciale et mise en marché

- Le développement d'offres « Luxe » permettant de proposer à un segment de clientèle « haut de gamme » une expérience exclusive, associant le caractère unique de ses savoir-faire séculaires et de son réseau réceptif d'exception*
- Collaboration avec une sélection de réceptifs qui **produiront une offre dédiée commercialisable**
- Création d'un **catalogue produits** et distribution des offres en France et à l'international
- **Participation au Salon International du voyage du Luxe à Cannes** (6-9 décembre 2021)



* conciergerie, agences de voyages et immobilières, compagnies de voyages privées.

Axe 1

NOTORIÉTÉ

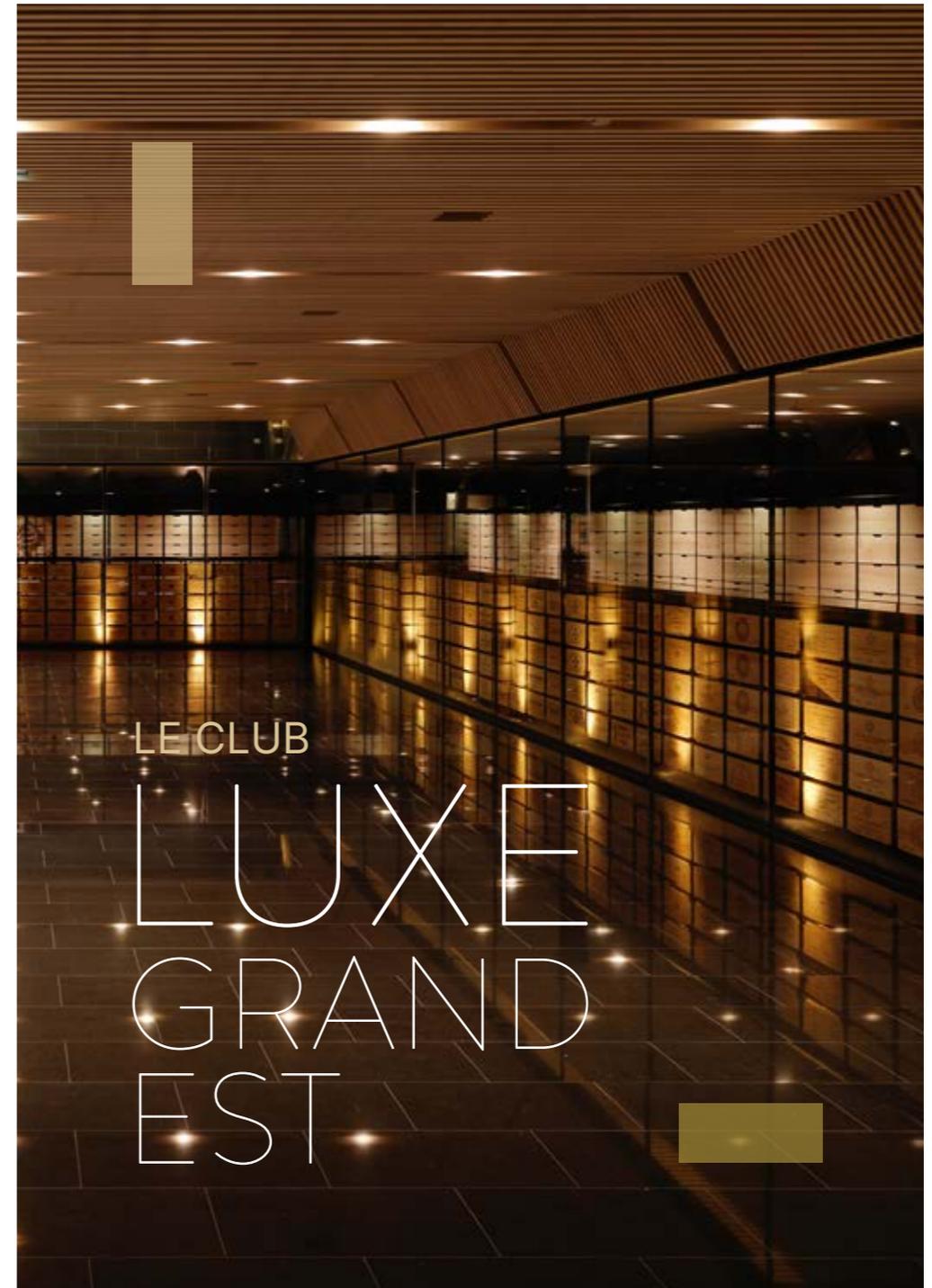
Club Luxe Grand Est

MAI 2021

LANCEMENT DU CLUB LUXE GRAND EST

Cet étendard stratégique permettra à la Région Grand Est d'imprimer, à l'échelle mondiale, une image incarnant l'essence et les codes intemporels du luxe. Au sein du Club, les entreprises partenaires*, ambassadrices de cette nouvelle marque et promotrices des offres sont les marqueurs de ce nouvel ADN du Grand Est

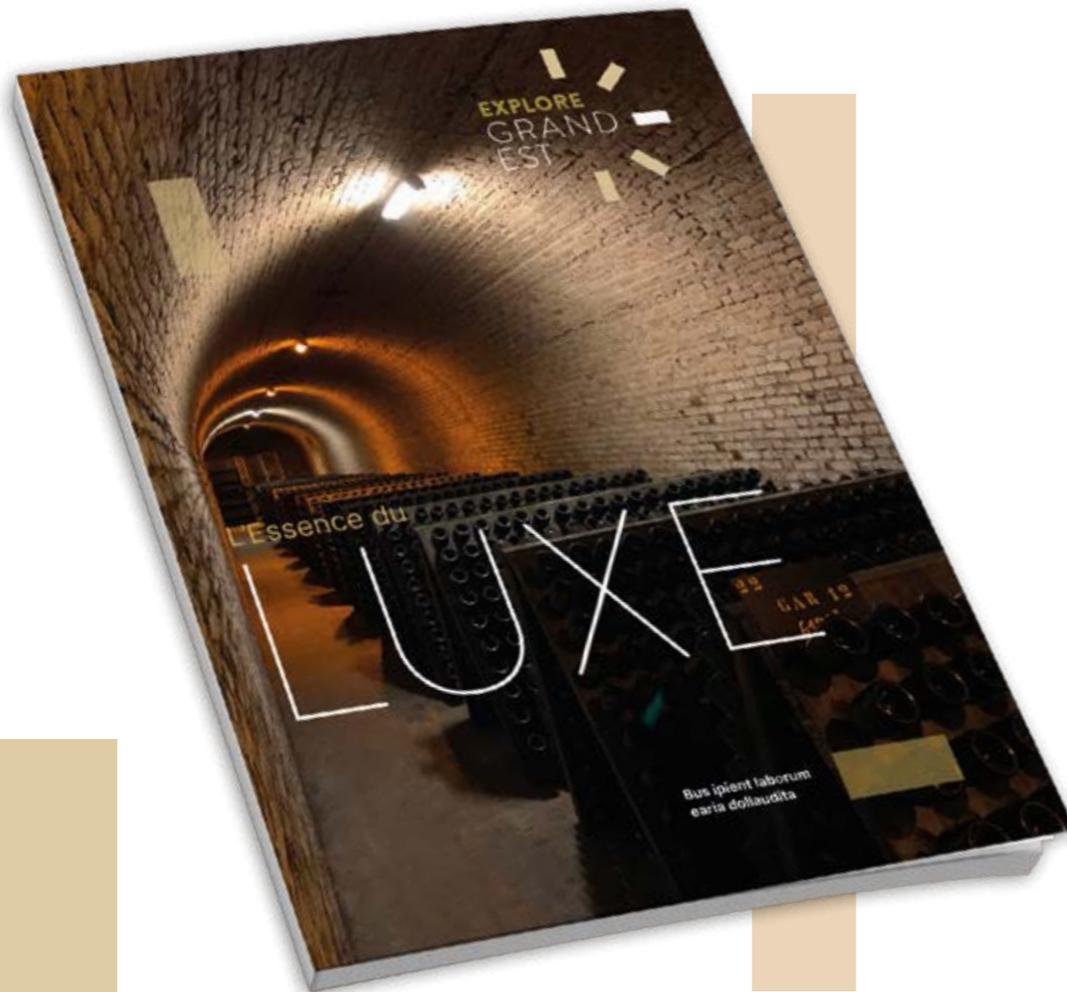
* Grandes maisons de Champagne et de Vins d'Alsace, tanneries, cristalleries, faïenceries, vitraux et émaux, restaurants étoilés, hôtels 5 étoiles



JUILLET 2021

➤ Un Magazine Luxe bilingue

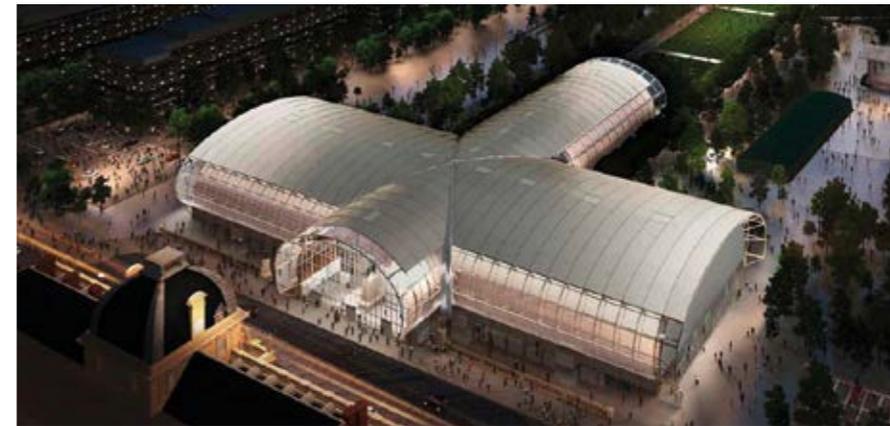
Création d'un Magazine Luxe Bilingue « Explore Grand Est, L'Essence du Luxe » et « Explore Eastern France, The Luxury Experience »



FIN 2021 & 2022

➤ Un Événement Luxe « Refined Art de Vivre »

Organisation d'un événement « Le Grand Taste, luxe et savoir-faire d'excellence » organisé en phygital à Paris (Grand Palais éphémère) et à Dubaï (Exposition universelle)



Axe 1 NOTORIÉTÉ

Territoire de marque

MARS 2021

➤ Des marques dédiées à « l'événementiel »
pour la France et l'international

EASTERN
FRANCE
REFINED
ART DE
VIVRE

EASTERN
FRANCE
THE
LUXURY
EXPERIENCE

EASTERN
FRANCE
BEHOND
THE EXPE
RIENCE

EASTERN
FRANCE
REFINED
ART DE
VIVRE



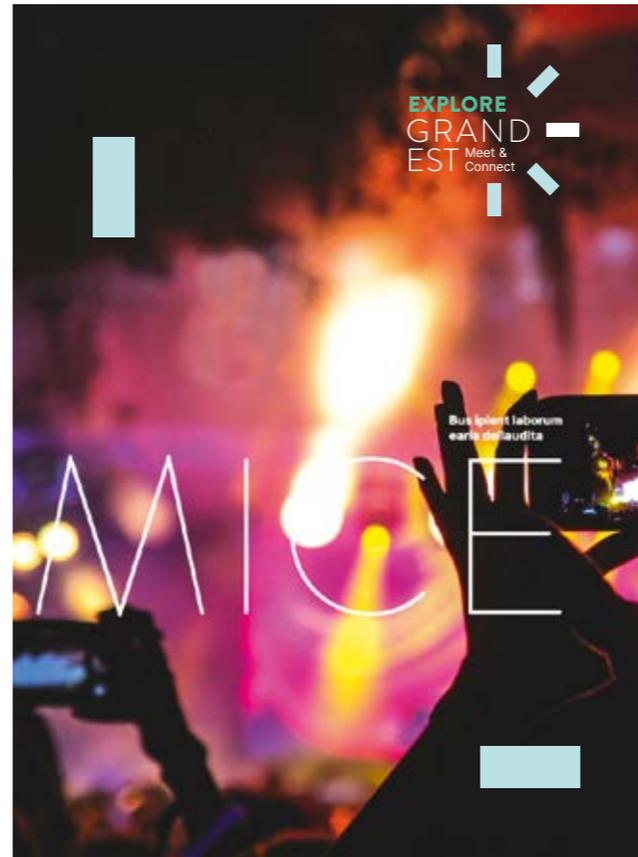
Axe 1 NOTORIÉTÉ

Territoire de marque

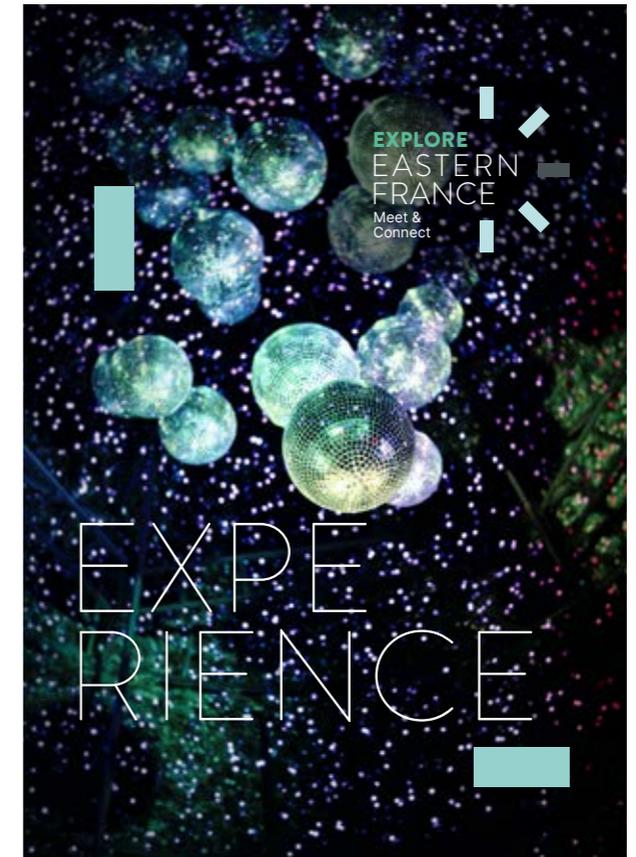
AVRIL 2021

➤ Des marques commerciales dédiées au « tourisme d'affaires » pour la France et l'international

EXPLORE
GRAND
EST
Meet &
Connect



EXPLORE
EASTERN
FRANCE
Meet &
Connect



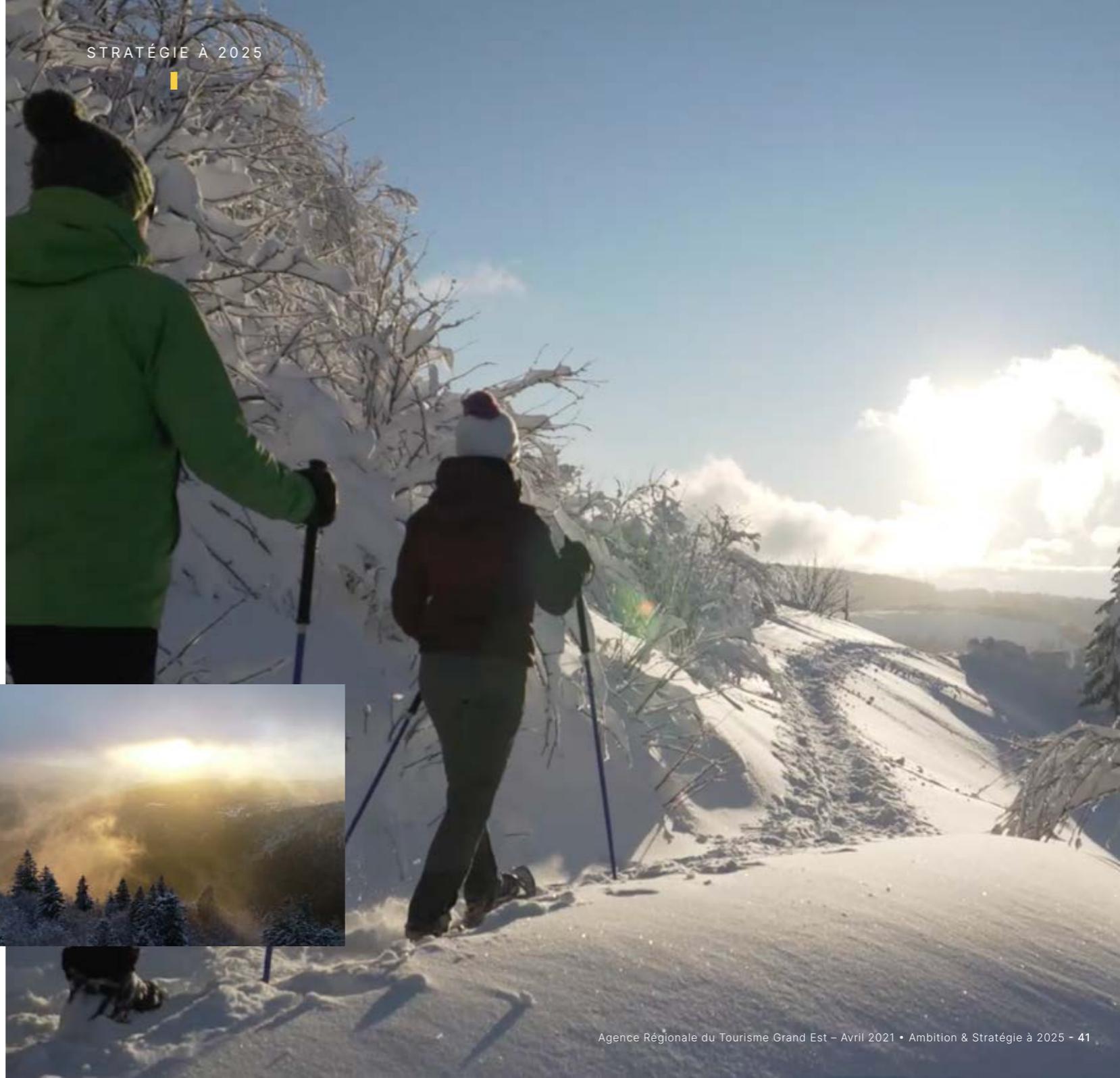
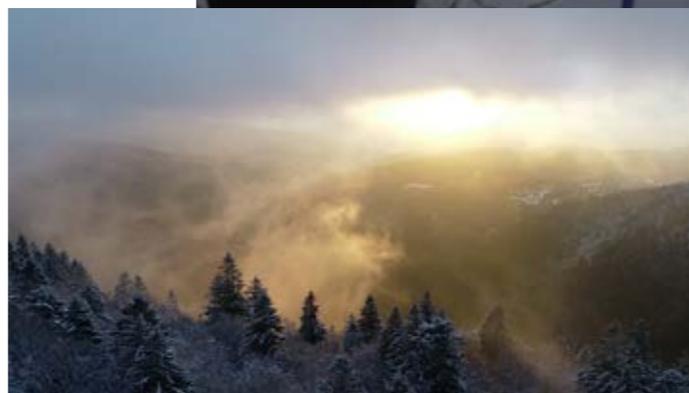
Axe 1 NOTORIÉTÉ

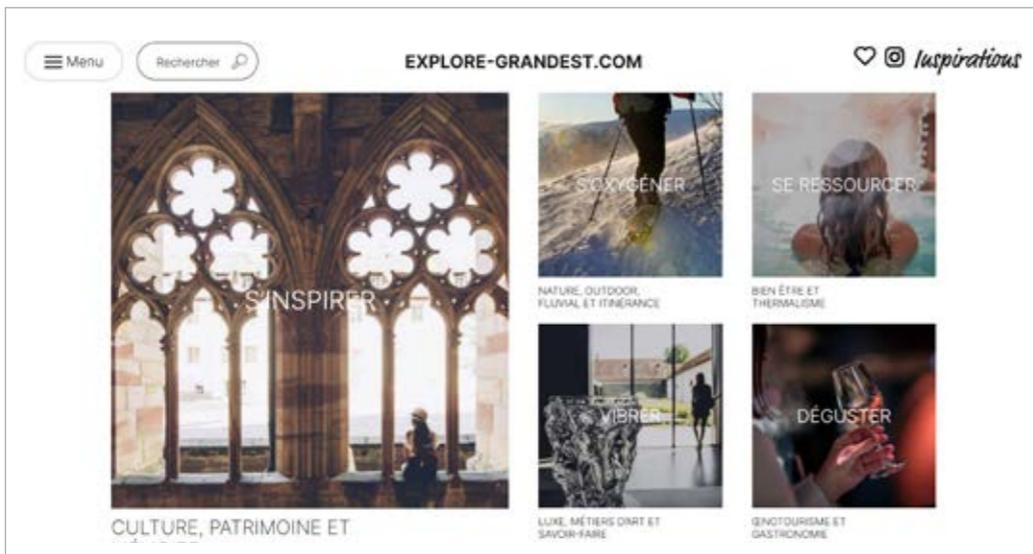
Campagnes de communication

DE JANVIER À DÉCEMBRE 2021

➤ Clips « Ouvrez les Yeux en Grand Est »

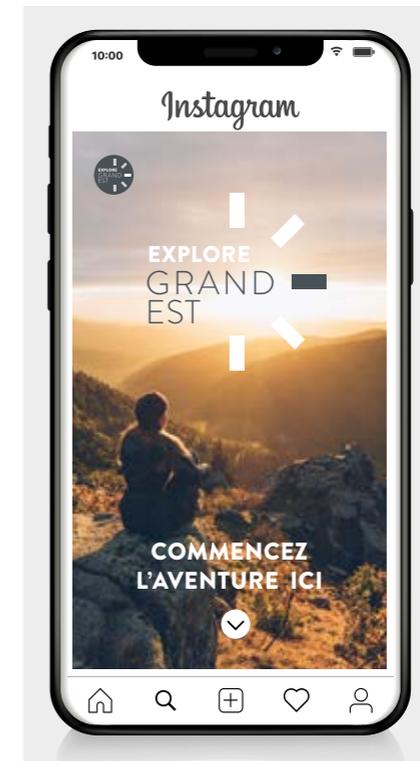
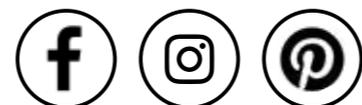
Diffusion d'un clip de 30" tous les mois
sur les réseaux sociaux avec pour objectif
1 million de vues par diffusion



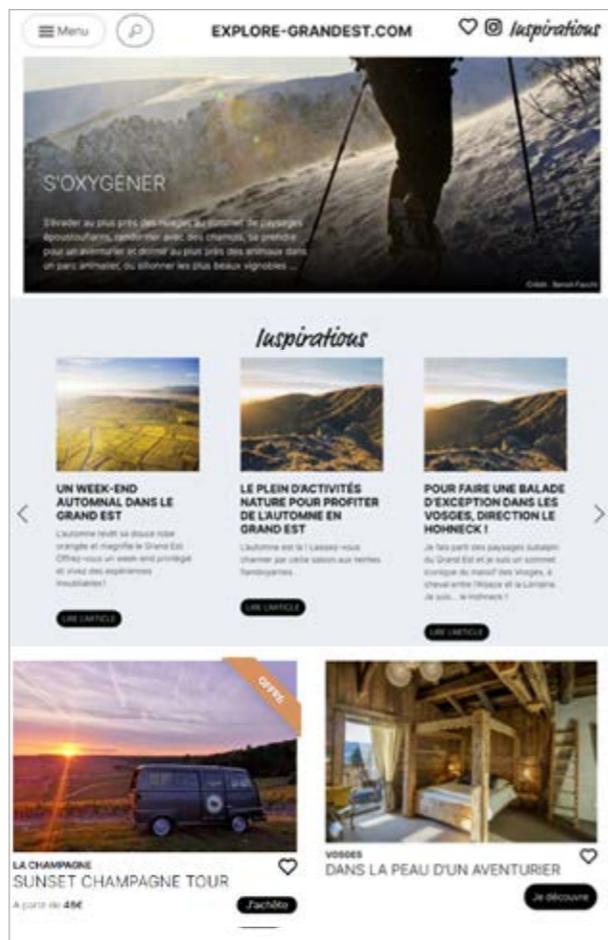


AVRIL & MAI 2021
 ➔ Campagne on-line de relance commerciale

Campagne on-line de relance commerciale pour promouvoir la commercialisation de 600 offres sèches et packagées printemps-été accessibles via la plateforme www.explore-grandest.com

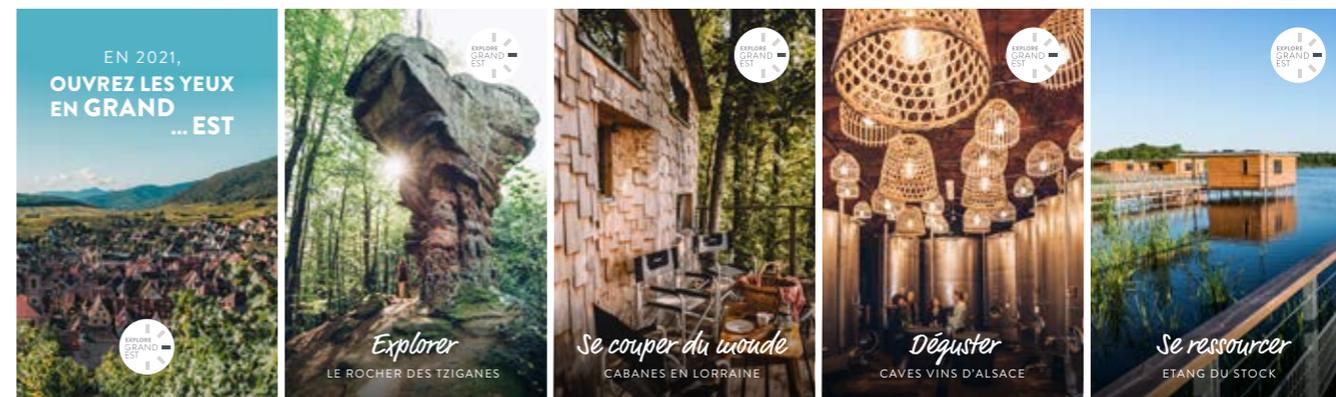


Article d'inspiration par filière



Fiches OFFRES mises en avant

Fiches DESTI sélectionnées selon la thématique



Axe 1

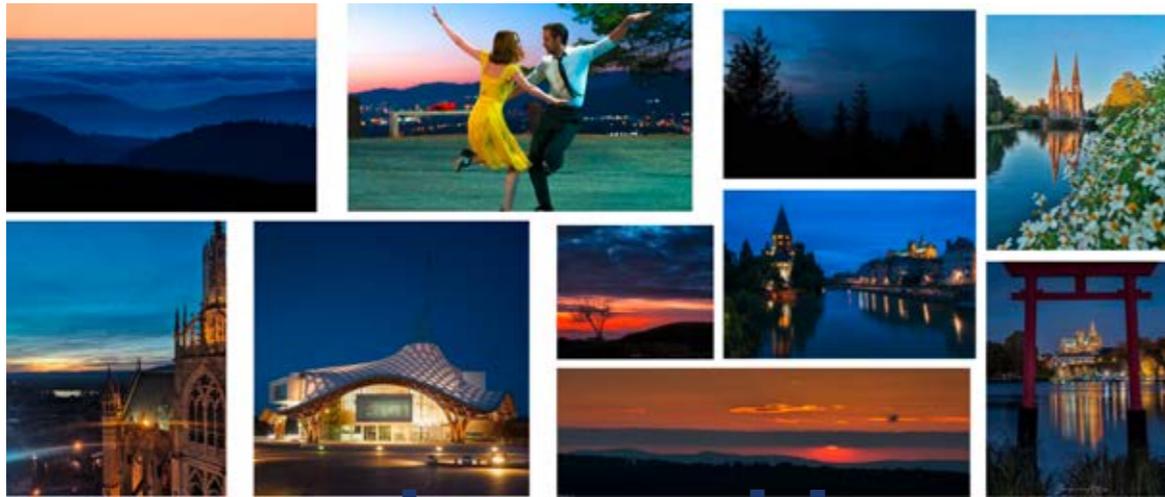
NOTORIÉTÉ

Campagnes de communication

JUIN & JUILLET 2021

➤ Spot TV « Heures précieuses en Grand Est »

Campagne de notoriété nationale et paneuropéenne (Allemagne, Belgique, Suisse, Pays-Bas) avec la diffusion d'un Spot TV de 30 secondes « Heures Précieuses en Grand Est » de valorisation de la destination et des acteurs touristiques du Grand Est.



heures bleues

DE JUIN À OCTOBRE 2021

➤ Film court « Heures précieuses en Grand Est »

Campagne de notoriété internationale sur le web avec la diffusion d'une version du spot TV d'une durée de 1 minute 30 et sur les réseaux sociaux d'une durée de 15 secondes



heures dorées

Axe 1

NOTORIÉTÉ

Campagnes de communication

DE JUILLET À DÉCEMBRE 2021

➤ Campagne d'image à l'échelle nationale et internationale The Explorers

Diffusion des films et vidéos « **The Explorers** » via une campagne Mass Medias Internationale

Co-production avec « **The explorers** » de :

2 films documentaires (52 min et 26 min) Avec une thématique forte : l'excellence portée par des savoir-faire et des acteurs mondialement connus

12 vidéos thématiques de 11 min

20 vidéos thématiques de 6 min

15 clips courts de 30 secondes

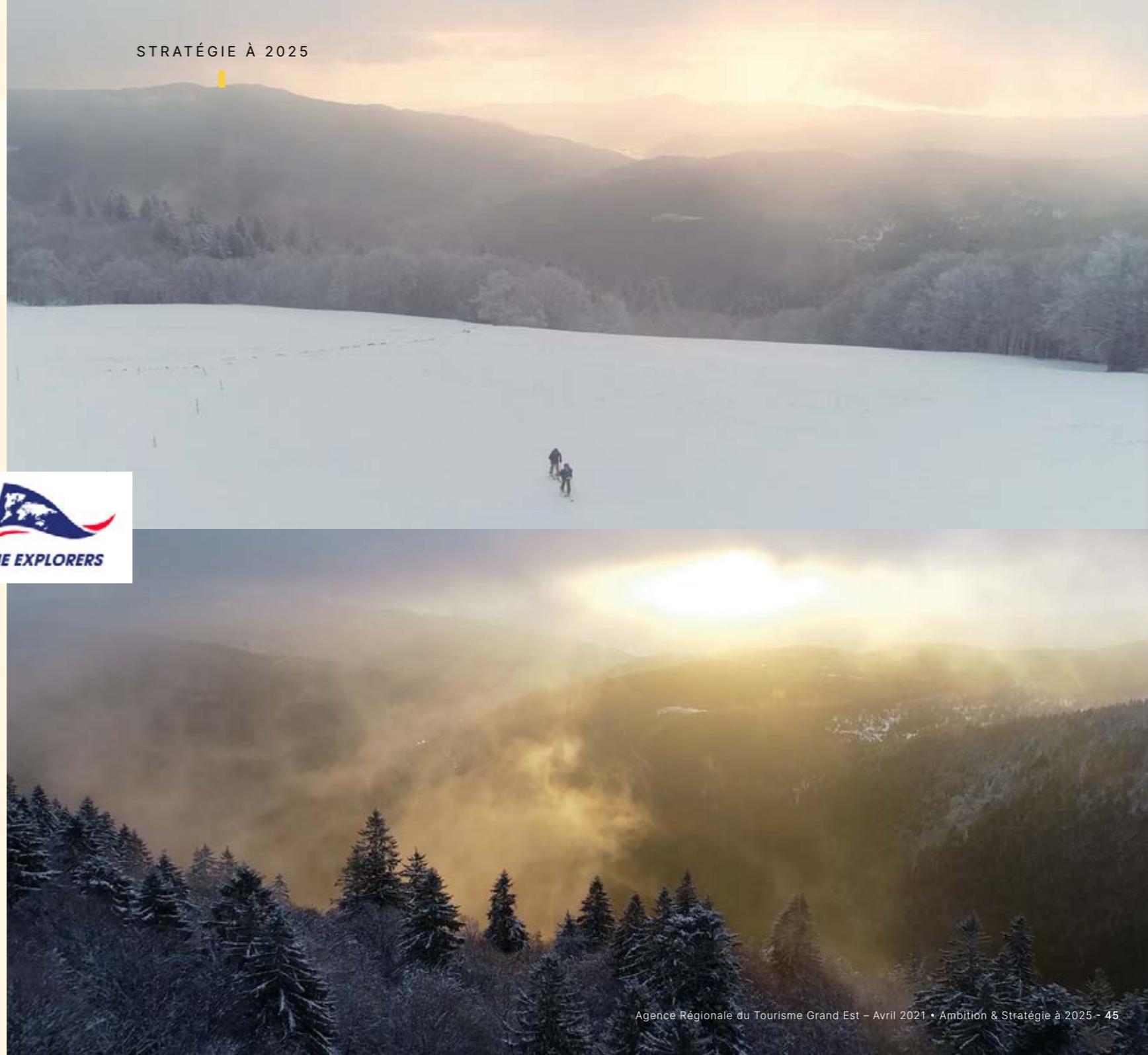
2 500 + **200**
photos dessins



The Explorers

Un savoir-faire unique au monde sur la production de contenu UHD 4 et 8K

- 10 Millions d'abonnés et 270 000 usagers actifs mensuels
- Une distribution TV et SVOD
- 1^{re} application de VOD documentaires sur App Store
- Un partenariat avec AIR France (audience de 50 M d'usagers) et Accor Live Limitless (84 M de membres)
- Un accord exclusif avec les constructeurs TV pour un accès illimité aux contenus The Explorers : APPLE TV, SAMSUNG, SONY, SHARP, LG



Axe 1

NOTORIÉTÉ

Stratégie d'influence

DE JANVIER À
DÉCEMBRE 2021

➔ **Instagram, Facebook, Pinterest**

Production, diffusion et partage de contenus à forte valeur ajoutée pour étendre l'empreinte digitale Explore Grand Est de façon pérenne aux niveaux national et international

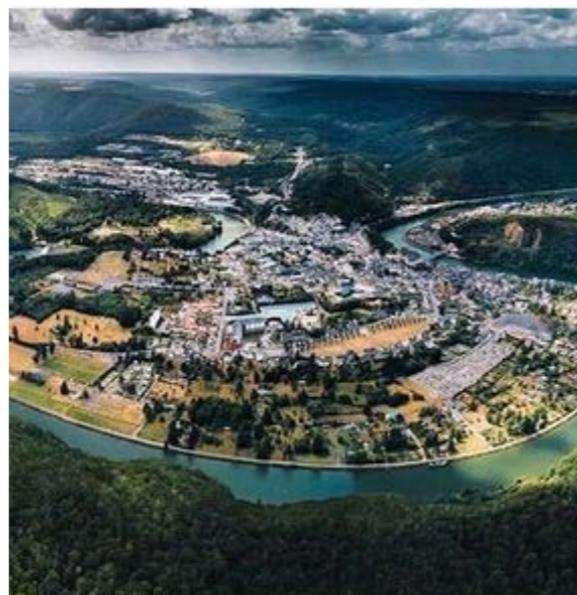
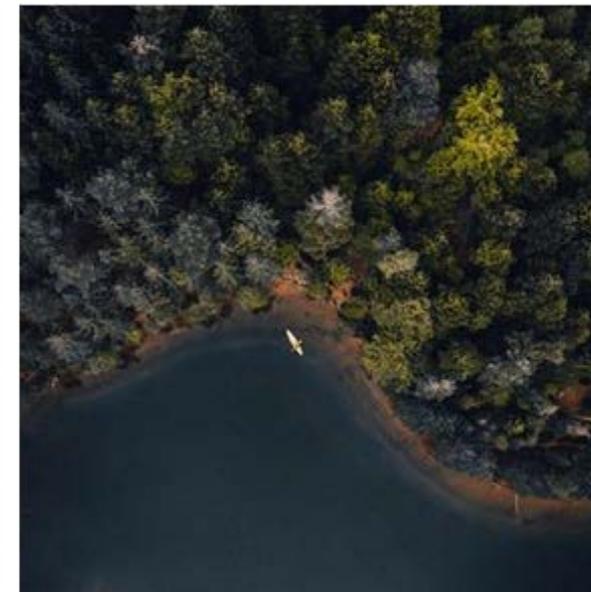


Instagram
Explore Grand Est

- Enrichir l'expérience « numérique » d'Explore Grand Est avec des contenus engageants et des suggestions personnalisées en temps réel
- Développer et amplifier du contenu en continu, en ciblant le bon canal de diffusion
- Personnaliser les messages pour toucher les cibles identifiées
- Enrichir l'expérience visiteur

➔ Les Top 5

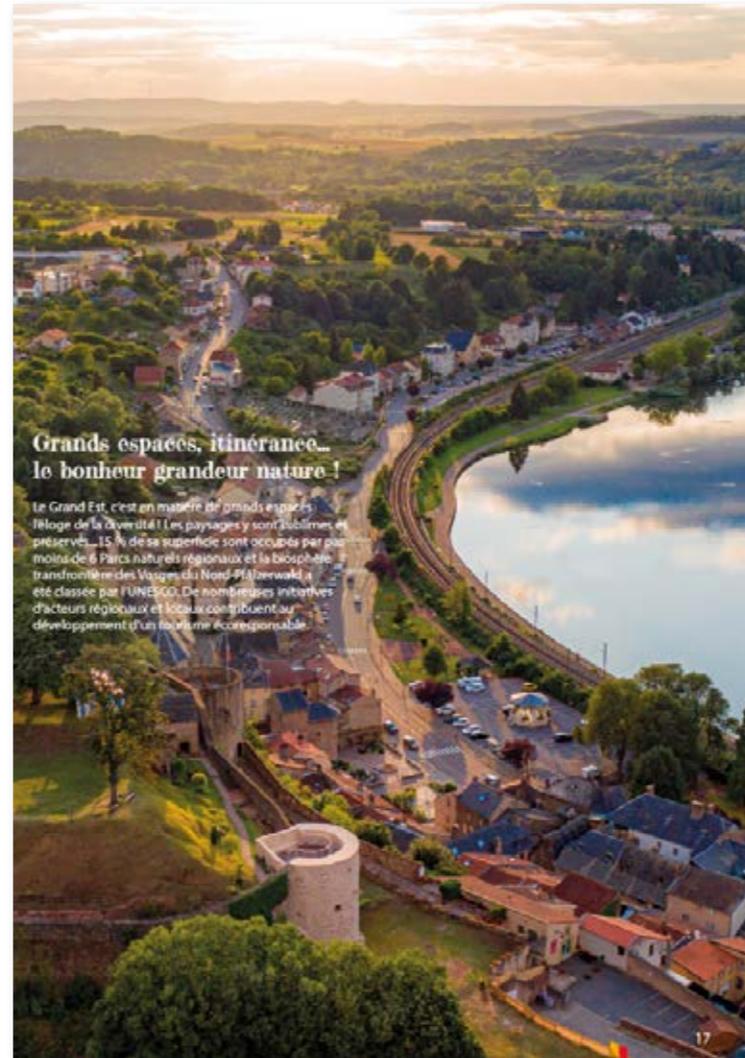
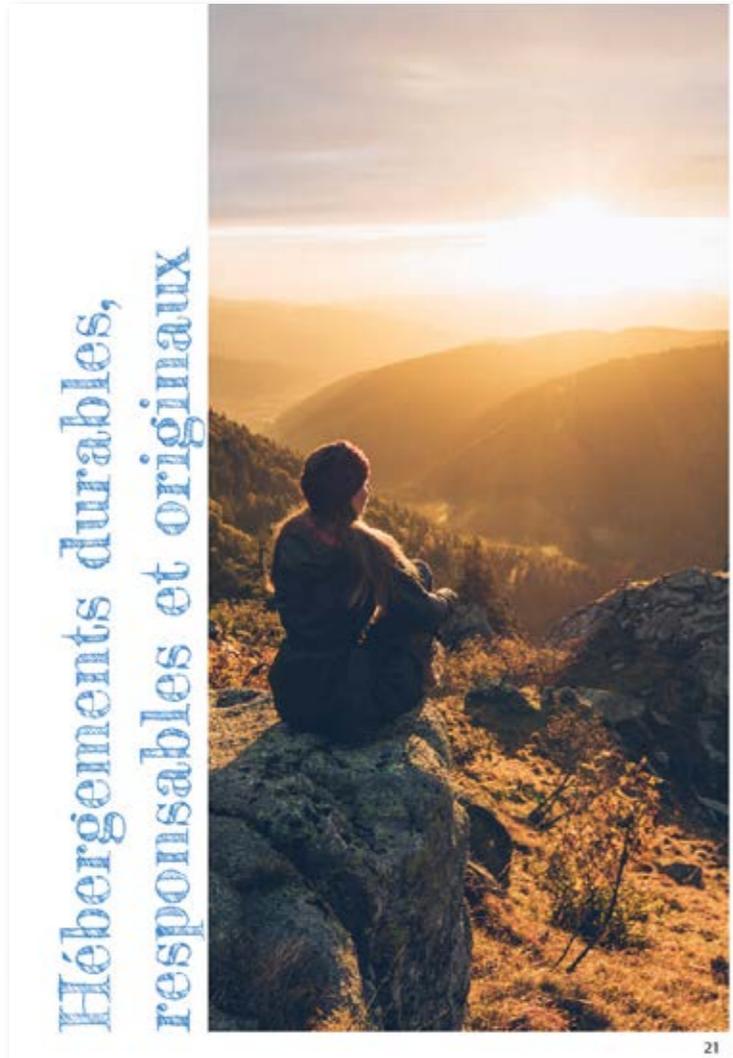
Chaque Semaine les pépites du Grand Est par filière et par destination sont mises en lumière via les médias sociaux Explore Grand Est : actualités, nouveaux parcours clients, mise en place de protocole, événementiel.





➤ **Relations presse**

Engagement dans un programme de relations presse et relations publics ultra personnalisées





Outils de promotion

MARS 2021

➤ Guide du Routard

Lancement du guide
« Nos 52 week-ends
coups de cœur Grand Est »
en co-production avec
le guide du Routard.



S'immerger dans l'histoire de France à Reims, arpenter la **voie Trans-Ardenne** à vélo, partir sur les traces des Poilus de la Grand Guerre à **Verdun**, randonner sur la traversée du **massif des Vosges**, profiter de la magie de Noël en **Alsace**...

Embarquez pour les plus beaux trésors de la région Grand Est !

- City trips, patrimoine, gastronomie, fêtes et festivals, routes exceptionnelles, randonnées, sites ou activités insolites : toute l'expertise du *Routard* réunie dans un ouvrage !
- Une véritable immersion au cœur des nombreux trésors du Grand Est.
- Notre sélection de bonnes adresses pour chaque week-end.
- Pour un repérage immédiat, chaque week-end est classé par département.

64-3348-8
ISBN 978-2-01-713059-8
9 782017 130598 16,90 €

www.routard.com
hachette

Nos **52** week-ends
coup de cœur
GRAND EST




Nos **52** week-ends
coup de cœur
GRAND EST

Les **52** week-ends Grand Est *Routard*

LE **Routard**
— hachette —

MAI 2021

➔ **Cartes et Brochures par Filière Signature et réseaux d'Exception**

Édition d'une série de cinq cartes touristiques illustrées accompagnées de brochures de séduction autour de nos cinq filières signatures et des réseaux d'exception « UNESCO », « Plus Beaux Villages de France » et « Petites Cités de Caractère »



ÉTÉ 2021

➔ **Magazine Explore Grand Est**

Production et diffusion d'un magazine « Explore Grand Est, le soleil se lève chez nous »

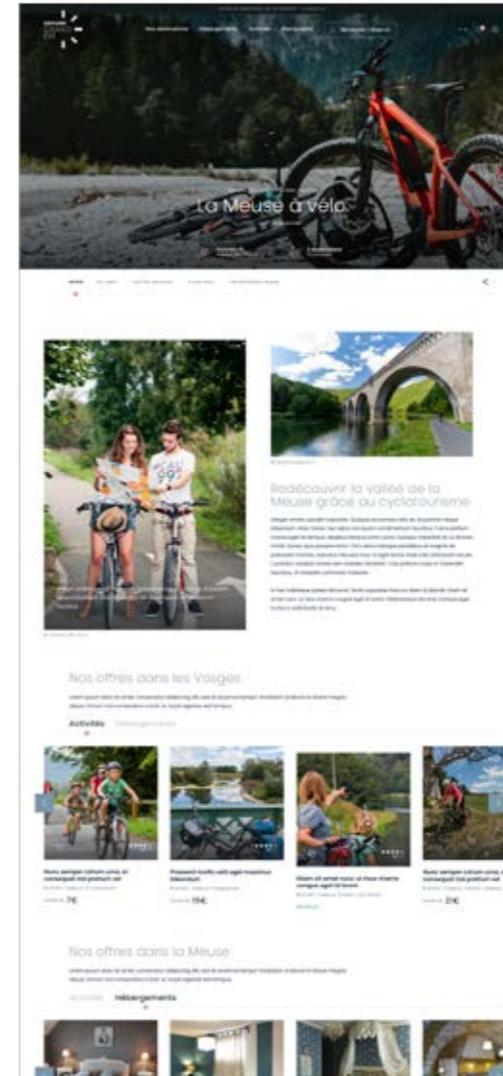
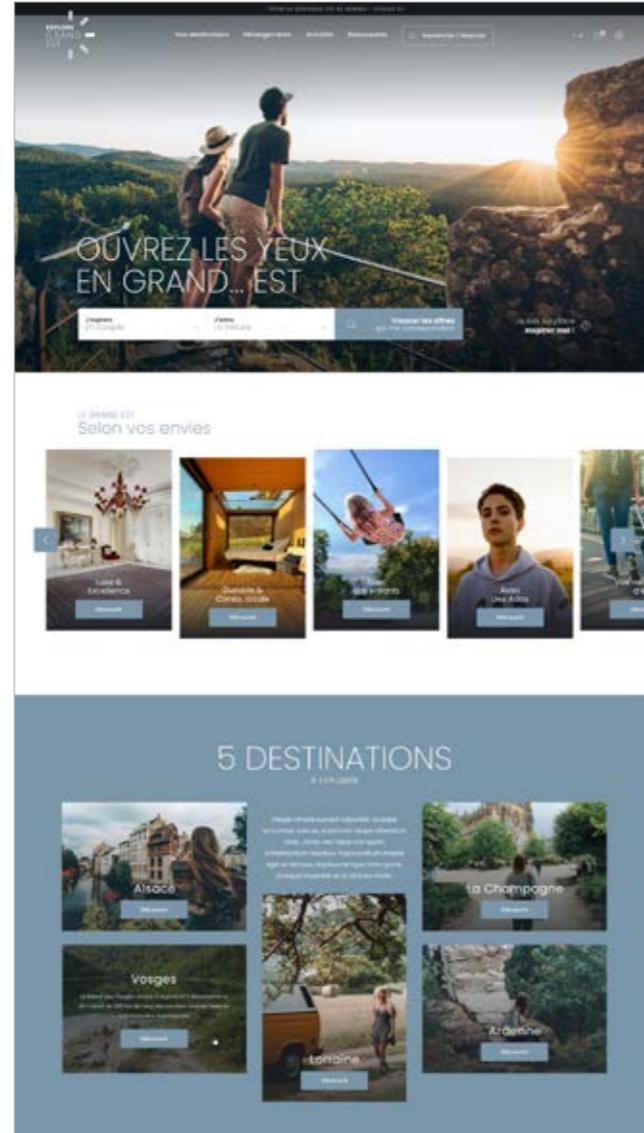


Axe 2 CONQUÊTE

RENFORCER LA STRATÉGIE COMMERCIALE AUTOUR D'OFFRES MISES EN MARCHÉ VIA UNE PLATE-FORME DE COMMERCIALISATION EN LIGNE

EN JUIN 2021
➔ **Plateforme de
commercialisation**

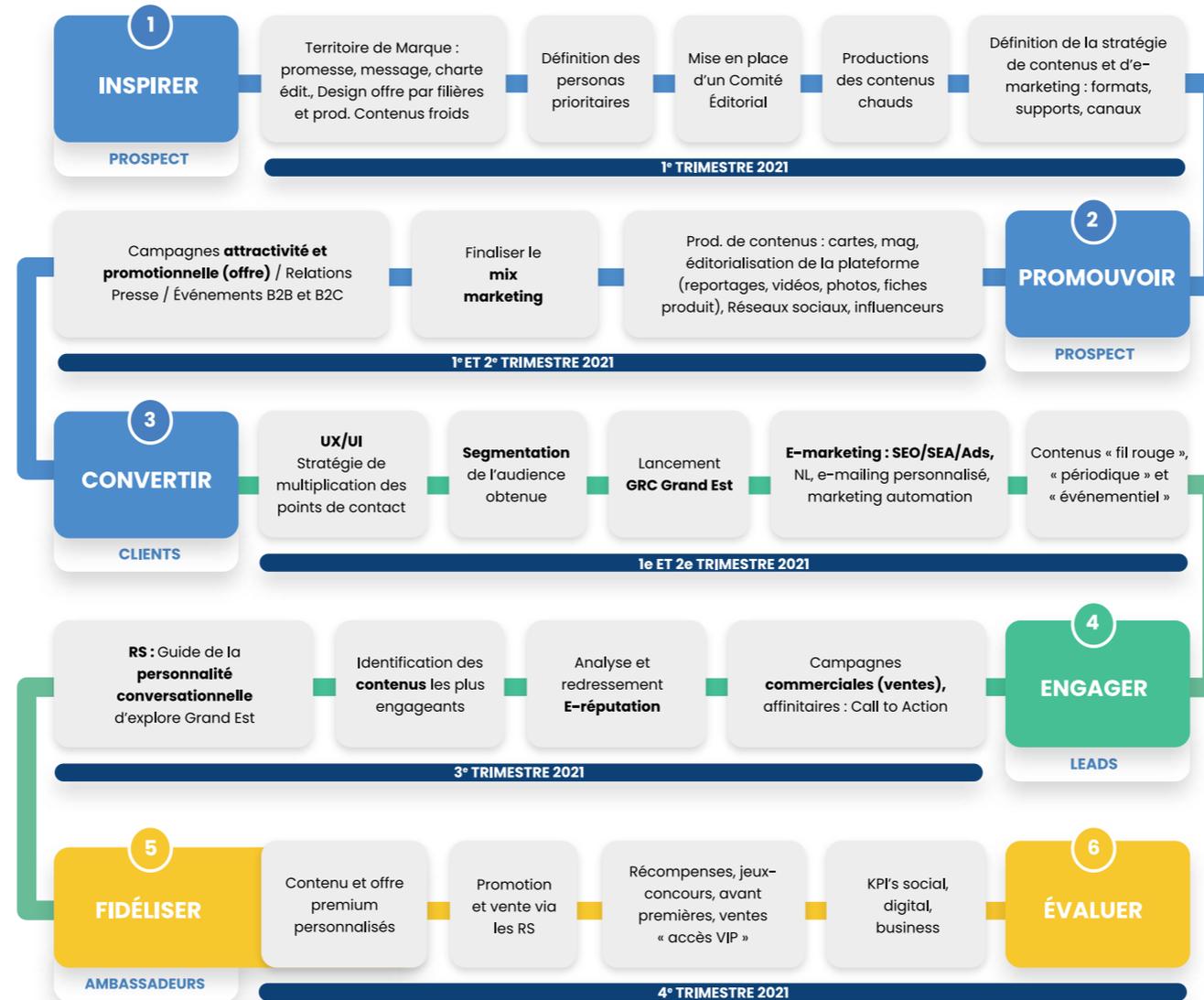
Lancement d'une plateforme de commercialisation en ligne qui présentera 1 000 offres packagées et sèches et qui bénéficiera d'une stratégie d'acquisition d'audience et de conversion de nos cibles



Axe 2 CONQUÊTE

RENFORCER LA STRATÉGIE COMMERCIALE AUTOUR D'OFFRES MISES EN MARCHÉ VIA UNE PLATE-FORME DE COMMERCIALISATION EN LIGNE

➔ DE JANVIER À
DÉCEMBRE 2021
Stratégie
d'acquisition
d'audience



➤ « byers personae » par filières signatures et par marchés

Avec pour objectif d'en faire des cibles stratégiques

CIBLE #1

Les Couples actifs
30 – 50 ans - CSP +



CIBLE #3

Les Familles
Familles avec enfants 0-6 ans
Familles avec enfants 6-14 ans
Classe moyenne et CSP +



CIBLE #2

Les couples Best Agers
+ de 50 ans
CSP + voire CSP ++



CIBLE #4

Les Couples LUXE
40 – 60 ans
Et + de 60 à 80 ans
CSP ++



Axe 2 CONQUÊTE

RENFORCER LA STRATÉGIE COMMERCIALE
AUTOUR D'OFFRES MISES EN MARCHÉ VIA UNE
PLATE-FORME DE COMMERCIALISATION EN LIGNE

DE JUIN À DÉCEMBRE 2021

➔ **Promotion et commercialisation d'offres autour
des filières signature et des réseaux d'exception**



EXPLORE
GRAND
EST

Thermalisme
& bien-être

Le soleil se lève chez nous



DE JUIN À DÉCEMBRE **2021**

➤ **Promotion et commercialisation d'offres dédiées au Tourisme Durable**

- Le déploiement d'une stratégie de promotion et de commercialisation dédiée au **Tourisme Durable**
- **Plan de communication BtoB autour de la sensibilisation des acteurs touristiques et des agences réceptives** du Grand Est aux enjeux, aux périmètres et aux offres du **Tourisme Durable**
 - Organisation de webinaires autour des « Clés du Tourisme durable »
 - Organisation de formations autour du « Design de l'Offre » en matière de **Tourisme Durable**
- **Mise en promotion et en marché d'offres Durables et Responsables** sur la plateforme de commercialisation en matière de **Tourisme de loisirs et d'affaires**
- **Conception et déploiement de campagnes de communication et d'outils de promotion** autour de l'offre en matière de **Tourisme durable et responsable**

**EXPLORE
EASTERN
FRANCE** **Slow tourisme**

Axe 2 CONQUÊTE

RENFORCER LA STRATÉGIE COMMERCIALE
AUTOUR D'OFFRES MISES EN MARCHÉ VIA UNE
PLATE-FORME DE COMMERCIALISATION EN LIGNE

DE JANVIER À DÉCEMBRE 2021

➔ **Accompagnement des agences réceptives et des acteurs touristiques du Grand Est**

- Dans le montage de modules et de packages touristiques thématiques en vue de leur intégration à la plateforme de commercialisation et de l'optimisation de leur collaboration avec les réseaux de distribution nationaux et internationaux
- Dans le renforcement des coopérations entre agences réceptives et acteurs touristiques
- Dans la consolidation du réseau d'agences réceptives du Grand Est par le développement de rapprochements économiques et de coopérations stratégiques et l'émergence d'une nouvelle génération d'opérateurs en capacité d'agréger et de commercialiser des offres à l'échelle du Grand Est
- Dans l'organisation d'opérations de promotion « exclusives » Explore Grand Est / Explore Eastern France en partenariat avec ATOUT France et s'appuyant sur les agences réceptives du Grand Est et leurs catalogues d'offres autour du tourisme d'affaires et du tourisme de loisirs :
 - Des événements régionaux (Festivals, Mondial Air Ballon...)
 - Des missions de prospection en France et à l'international
 - Des workshops, des Eductours et des webinaires



EXPLORE
EASTERN
FRANCE

EX-
PLORE

Axe 2 CONQUÊTE

RENFORCER LA STRATÉGIE COMMERCIALE
AUTOUR D'OFFRES MISES EN MARCHÉ VIA UNE
PLATE-FORME DE COMMERCIALISATION EN LIGNE

DE JANVIER À DÉCEMBRE 2021

➔ Déploiement d'une stratégie de consolidation et de promotion dédiée à la filière MICE (tourisme d'affaires) Grand Est

Visibilité, promotion & Communication

- Production et diffusion via une campagne digitale d'une vidéo safetravel dédiée au MICE (version tourisme d'affaires du spot Heures Précieuses en Grand Est,
- Action de médiatisation de la page vitrine LinkedIn Explore Grand Est Meet&Connect et lancement de la marque internationale, Eastern France Meet&Connect
- Création d'un espace dédié sur le site exploreGrandEst et d'une plaquette MICE Grand Est digitale,
- RP nationales et européennes.

Opérations exclusives

- Organisation d'un workshop exclusif Explore Grand Est Meet&Connect à l'été 2021, ciblant une centaine d'agences événementielles et de clients corpo et 50 professionnels du Grand Est,
- Accueils « hybride » en Grand Est, au début de l'automne, ciblant 50 clients MICE des marchés français et de proximité (Allemagne, Belgique, Luxembourg, Suisse).

Salons internationaux

- Participation sous une bannière commune à un salon professionnel international : IMEX ou IBTM World (to be confirmed).



Axe 3 FIDÉLISATION

CRÉER UNE GRC ET UN « DATA LAKE » TOURISTIQUE À L'ÉCHELLE DU GRAND EST POUR ACCOMPAGNER LE VISITEUR AVANT, PENDANT ET APRÈS SON SÉJOUR.

DE JUIN À DÉCEMBRE 2021

➤ Lancement et développement de la GRC Grand Est

Lancement d'un système de Gestion de la Relation Clients Explore Grand Est et mise en place d'un « Guest Chief Manager » online



DE JUIN À DÉCEMBRE 2021

➤ Évaluation de la performance marketing basée sur les données

Pilotage de l'économie touristique régionale par la Data (fréquentation, retombées économiques, emplois) et mise en place d'indicateurs pointus de performance des actions marketing et commerciales





Grand Est
ALSACE CHAMPAGNE-ARDENNE LORRAINE
L'Europe s'invente chez nous

AGENCE RÉGIONALE
GRAND EST
DU TOURISME

Château Kiener (siège social)
24 rue de Verdun - 68000 COLMAR
www.art-grandest.fr