

*Office
de Tourisme
intercommunautaire*

**RAPPORT
D'ACTIVITÉS
2025**



**Destination
Sud-Ardenne**





2025 : une SPL qui assume pleinement son rôle stratégique au service de la Destination

C'est avec une grande fierté que je vous présente le rapport d'activités 2025 de la SPL Destination Sud-Ardenne.

Après une année 2024 marquée par de nombreux **défis relevés avec succès**, 2025 aura été celle de la consolidation, de la montée en puissance de nos actions et du déménagement de l'Office de Tourisme de Reithel dans les locaux de la Gare de Reithel, permettant de **faire progresser l'offre touristique** locale, en mettant en avant nos producteurs locaux, nos savoir-faire et nos atouts patrimoniaux.

Les premiers résultats du nouveau site internet, lancé l'année dernière, confirment que celui-ci était nécessaire : notre Destination gagne en **attractivité**, en **visibilité** et en **crédibilité**. Le trafic, en hausse constante, montre l'intérêt croissant pour notre territoire.

Cette dynamique est amplifiée également grâce à nos supports modernes et attractifs et de nombreuses brochures, dont les contenus sont enrichis, notamment la brochure **Escapades**, cette dernière proposant des programmes sur mesure.

De nouveaux partenaires nous ont rejoints, signe d'une **confiance** renforcée dans la SPL et dans le rôle **structurant** de l'Office de Tourisme. L'accompagnement des acteurs locaux, par le biais d'ateliers, de rencontres professionnelles, de suivis individualisés... a été l'un des leviers essentiels pour faire progresser ensemble l'offre touristique locale.

Nos actions de promotion ont également franchi un cap en 2025 : présence sur de **nouveaux salons**, permettant de mettre en avant notre territoire **toujours plus loin**. Tout cela contribuant à positionner la Destination Sud-Ardenne comme **une référence** en matière de tourisme authentique et accueillant.

Je tiens également à saluer la qualité du travail réalisé par toute l'équipe de Destination Sud-Ardenne. Leur implication quotidienne est un pilier incontournable de notre Destination !

L'année 2025 marque ainsi une étape importante : celle d'**un territoire qui s'affirme**, d'un réseau d'acteurs qui se renforce, et d'une SPL qui assume pleinement son **rôle stratégique** au service de la Destination.

Ensemble, poursuivons notre engagement pour faire rayonner le Sud-Ardenne et offrir à nos visiteurs une expérience toujours plus **riche, chaleureuse et inoubliable**.

Touristiquement vôtre

Siège social

44-46 rue du Chemin Salé
08400 VOUZIERES



destination@sudardennes.fr

ACTIONNAIRES



FINANCEURS DE PROJETS



PARTENAIRES OPÉRATIONNELS



Document arrêté au 16 janvier 2026

Les bilans présentés portent sur :

- Fréquentation, promotion, boutique : période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2025 (sauf mention)

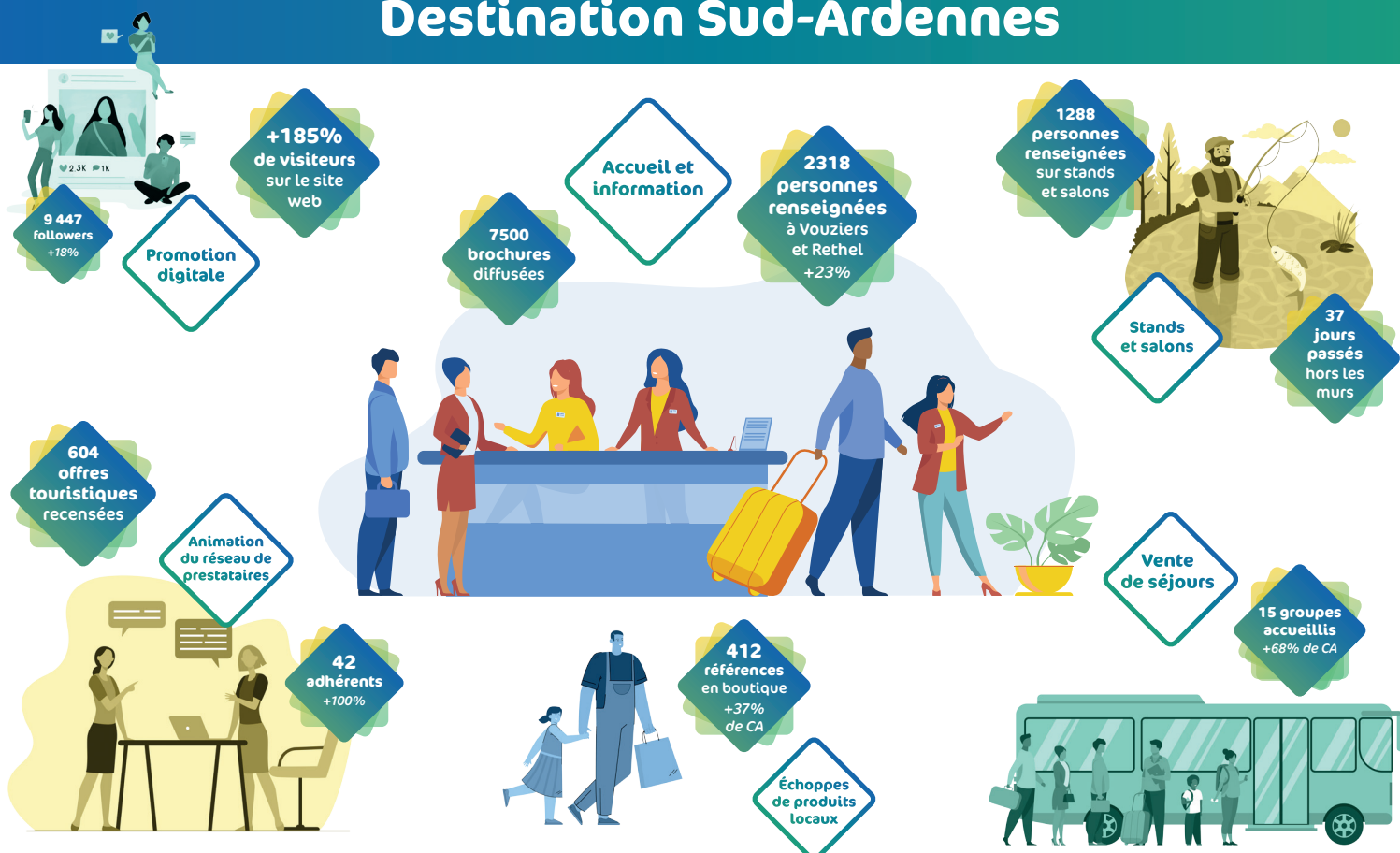
- Bilans comptables : période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2025



Destination Sud-Ardenne

<i>Portrait robot de l'Office de Tourisme</i>	4
<i>Accueil et information</i>	8
<i>Boutique et billetterie</i>	10
<i>Commercialisation</i>	12
<i>Promotion et communication</i>	14
<i>Animation du réseau d'acteurs touristiques</i>	23
<i>Ingénierie + aléas</i>	26
<i>Plan d'actions 2026</i>	32

Les chiffres-clefs 2025 de l'Office de Tourisme Destination Sud-Ardenne



Portrait robot de l'Office de Tourisme Destination Sud-Ardenne

Vie administrative de la SPL

LES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Ils représentent les 2 collectivités actionnaires, et sont désignés par les conseils communautaires.

En octobre 2025, la Communauté de Communes de l'Argonne Ardennaise a procédé à l'élection d'un nouveau représentant au sein de la SPL Destination Sud-Ardenne. Suite à cette élection, les administrateurs sont :

5 membres représentent la Communauté de Communes du Pays rethélois	5 membres représentent la Communauté de Communes de l'Argonne Ardennaise
Marie-Odile ANDRIEUX	Danielle ANDREY
Laurie BOCAHUT	Roland CANIVENQ
Olivier FLAUZAC	Dominique CARPENTIER
Michel KOCIUBA	Gérald LORFEUVRE
Sophie LORIETTE	Charles VAN DEN BERGH

Présidente : Laurie BOCAHUT ; Vice-Présidente : Danielle ANDREY

EN 2025, 4 RÉUNIONS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION. Chaque procès-verbal de réunion fait l'objet d'un dépôt en sous-préfecture.

ET 1 RÉUNION AVEC LES PRÉSIDENTS DES 2 COLLECTIVITÉS ACTIONNAIRES

Au printemps, pour l'examen et l'approbation des comptes 2024 certifiés par le Commissaire aux Comptes.

Les 2 points d'accueil - locaux

À RETHEL

L'année 2025 a permis de concrétiser le transfert vers un local commercial plus visible et offrant plus d'espace.

Le choix s'est porté sur une partie de la gare de Rethel, récemment libérée par la Communauté de Communes du Pays rethélois. Un dossier de **candidature** a été adressé à SNCF Gares & Connexions, puis a donné lieu à une convention d'occupation des lieux.

Le déménagement a eu lieu **en mai**. Il a permis d'agrandir l'espace « Boutique » et « Accueil », de créer une salle de réunion, deux bureaux et une salle de pause / cuisine. Les services techniques du Pays rethélois ont pris en charge une partie du déménagement et de ces aménagements.

Une enseigne a été posée, complétée par des vitrophanies sur toutes les ouvertures ainsi qu'un fléchage depuis les quais de la gare SNCF.

L'échoppe de produits locaux s'intègre parfaitement dans cet espace lumineux, moderne et coloré. Les chiffres de fréquentation ont rapidement confirmé la pertinence de cette nouvelle implantation, qui converge avec l'ouverture à proximité d'une aire pour camping-cars.



**Point d'accueil
du Rethélois**
1 place Victor-Hugo
RETHEL
Tél. 09 54 82 84 22



À VOUZIERS

L'amélioration de ce point d'accueil s'est poursuivie tout au long de l'année, avec la pose d'un nouveau plafond dans la boutique et de luminaires plus qualitatifs et économes dans l'ensemble des surfaces.

Ces travaux ont été réalisés par les services techniques de la Communauté de Communes, qui ont également posé avant l'hiver de nouveaux radiateurs plus performants.

L'implantation à cette adresse (en 2024) est désormais bien identifiée par les habitants, les touristes, les commerçants et les partenaires.



Point d'accueil de l'Argonne
28 rue Chanzy - VOUZIERS
Tél. 03 24 71 97 57

HORAIRES D'OUVERTURE

Les rythmes d'ouverture sont inchangés sur les 2 sites, avec 3 modèles basse / moyenne / haute saison. Ils permettent de tenir l'accueil de façon adaptée tout en assurant la poursuite des autres missions par l'équipe.

Un accent particulier est mis sur la période de Noël, avec des horaires adaptés durant 3 semaines en décembre et pendant les fêtes de fin d'année, tant pour la vente au sein des échoppes que pour l'information touristique.

Les autres moyens matériels de l'Office de Tourisme

La SPL bénéficie du soutien logistique des 2 intercommunalités actionnaires :

- Mise à disposition de véhicules pour le transport de matériel et les salons
- Prêt de matériel d'animation pour les stands et salons (ex. : smoothyclette, chèvre à traire grandeur nature en résine, tentes pliables...)
- Réparations et petits travaux par les services techniques
- Nettoyage des locaux par la Communauté de Communes du Pays rethélois (à Rethel)

(liste non exhaustive)

La réflexion s'est amorcée pour l'acquisition d'un véhicule aménagé permettant à l'Office de Tourisme d'aller plus loin dans ses actions de promotion hors les murs. Suite à une décision du CA en septembre, elle devrait conduire au dépôt de dossiers LEADER auprès des GAL du Pays rethélois et de l'Argonne Ardennaise.

Sans combler 100% des usages, cet investissement permettra de mobiliser moins souvent les véhicules des communautés de communes.

PROJETS 2025 - Locaux

- ✓ Transfert du local commercial de Rethel + pose d'enseigne et de vitrophanie

PROJETS 2026 - Locaux

- Identifier des solutions pour répondre à toutes les exigences de la SNCF au niveau du sas d'entrée de l'échoppe de Rethel (*droit de passage pour un usage technique*)

L'équipe au service de la Destination

Julie RÉAU-DUBOIS - Directrice opérationnelle

Signe particulier : 28 idées à la seconde 📍📍📍 pour la Destination Sud-Ardenne

6 JOURS PASSÉS EN FORMATIONS & ATELIERS EN 2025

L'IA | Prescrire de la nature | Gestion RH
Comprendre la génération Z | Marketing
(monétisation, stratégie de marque...).

37 ans



2 actions qui ont marqué son année

- Pavillon Sud-Ardenne au salon Tendence Nature
- L'OT cité par ADN Tourisme

Anne-Flore GRUSON - Animatrice numérique de territoire et des filières

Signe particulier : Créée du réseau 📍📍📍 pour la Destination Sud-Ardenne

10,5 JOURS PASSÉS EN FORMATIONS & ATELIERS EN 2025

Créer un podcast : de la conception à la diffusion | Préparez
l'arrivée de votre alternant | Créer et déposer des factures
électroniques | Créer des vidéos avec son smartphone

46 ans



2 actions qui ont marqué son année

- Le stand de l'OT sur le Woofest à Metz
- La murder-party, une rencontre atypique entre adhérents

Sophie BETTIG - Chargée du marketing et de la communication

Signe particulier : Fait rayonner 📍📍📍 la Destination Sud-Ardenne

5,5 JOURS PASSÉS EN FORMATIONS & ATELIERS EN 2025

Ce qu'on ne veut plus voir dans le tourisme en 2025 | La publicité en ligne
sur Google et Meta | Découvrabilité et visibilité des offres par l'IA | Personal
Branding sur LinkedIn | Maîtriser Google Analytics 4 | GEO : comment mieux
se référencer sur les moteurs IA ? | Nouvelles collections Iris Interactive

43 ans



2 actions qui ont marqué son année

- Le succès du site internet
- L'OT cité dans Tour Mag'

Agathe BOURIN - Chargée de la commercialisation et conseillère en séjour

Signe particulier : Concocte des séjours 📍📍📍 sur la Destination Sud-Ardenne

4 JOURS PASSÉS EN FORMATIONS & ATELIERS EN 2025

Appréhender les nouvelles attentes des clientèles : les milléniaux
Dynamiser la relation client de la prise de contact à l'après séjour

57 ans



2 actions qui ont marqué son année

- +68% de CA sur les ventes de séjour
- Sortie du 1^{er} carnet de voyage Escapades

Jennifer LE PEUC'H - Animatrice numérique de territoire et conseillère en séjour

Signe particulier : Sublime les échoppes 📍📍📍 de la Destination Sud-Ardenne

7 JOURS PASSÉS EN FORMATIONS & ATELIERS EN 2025

Gestion des réclamations clients : s'affirmer et faire face
à la pression des clients | La gestion boutique de A à Z : stratégie
et savoir-faire pour optimiser vos ventes | Gérer les appels
difficiles de clients

26 ans



2 actions qui ont marqué son année

- +37% de CA dans les échoppes
- Nouvel atelier photo/vidéo

Sasha CRÉPIN - Étudiante en alternance - Commercialisation et Accueil

Signe particulier : Valorise et vend 📍📍📍 la Destination Sud-Ardenne

CURSUS | 1^{ère} année Bachelor Management et Développement commercial

EXPÉRIENCES | Conseillère de vente (Sport 2000), employée
administrative (Polyclinique à Bezannes),
vendeuse (Maison Fossier).

21 ans - Tutrice : Anne-Flore GRUSON



2 actions qui ont marqué son arrivée

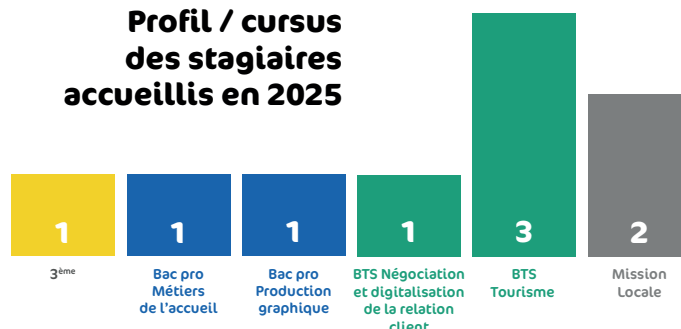
- L'inauguration de l'Office à Reethel
- Le phoning pour proposer nos paniers de Noël

L'accueil de stagiaires au sein de l'Office de Tourisme

L'équipe accueille des élèves et des étudiants, avec plusieurs intentions et objectifs :

- Partager la diversité des **métiers du tourisme**, et leur mise en pratique au sein d'une petite structure professionnelle en plein développement
- Contribuer à rendre les jeunes du Rethélois, de l'Argonne et de la région **ambassadeurs de notre territoire**, en leur donnant l'occasion de s'approprier l'offre touristique de la Destination Sud-Ardenne
- Apporter quelques **renforts** sur des missions exécutives courantes, lors de périodes de pointe

Profil / cursus des stagiaires accueillis en 2025



Exemples de missions confiées à ces stagiaires :

- Accueil et renseignement de la clientèle
- Conseil en boutique, confection de paniers garnis, vitrine saisonnière, inventaire boutique
- Démarchage groupes pour la vente de séjours et phoning échoppes pour les paniers de Noël
- Conception d'un jeu illustré pour la brochure Familles et de visuels pour de futures cartes postales
- Participation à des événements professionnels (bourses d'échange, stands sur salons et hors-les-murs)
- Prise de contact avec les mairies en vue de la préparation d'une brochure sur le tourisme de mémoire
- Agencement des locaux suite au déménagement
- Préparation de l'inauguration

Marque Destination Sud-Ardenne



1 - FAIRE VIVRE L'IDENTITÉ VISUELLE

- Déclinaison du logo par filières, pour des actions de promotion ciblées à venir (tourisme gourmand, itinérance, tourisme d'affaires...)
- Investissement dans une machine de découpe pour personnaliser des objets en petite série (ex. : *masques de nuit pour la dégustation dans le noir à l'occasion de l'inauguration de l'échoppe de Noël à Vouziers et vitrophanies*)

2 - DES GOODIES POUR VÉHICULER LA MARQUE

Pour amplifier les actions menées hors les murs (*lire plus loin*), des objets publicitaires sont réalisés chaque année. Ils sont offerts sur stands et salons à la suite d'animations et de jeux, ou en guise de souvenir pour prolonger le contact avec l'équipe et marquer les esprits durablement. En 2025, les stocks existants ont été employés sur les événements. De nouvelles commandes sont prévues en 2026.

3 - ICONOGRAPHIE ET PHOTOTHÈQUE

Travail de l'équipe pour enrichir et diversifier le fonds photos/vidéos dont dispose l'Office de Tourisme pour ses actions de promotion et celles de ses partenaires.

PROJETS 2025 - Marque Destination Sud-Ardenne

- ✓ Création de versions déclinées par filières (tourisme gourmand, itinérance, tourisme d'affaires, etc.)
- ✓ Achat de matériel pour production de petites séries de goodies personnalisés
- ✓ Continuer à enrichir la bibliothèque de photos / vidéos valorisant le territoire

PROJETS 2026 - Marque Destination Sud-Ardenne

- Continuer à exploiter le potentiel de la machine de découpe en produisant des goodies faits maison
- Continuer à enrichir la bibliothèque de photos / vidéos valorisant le territoire

1585 demandes | 2318 personnes renseignées à Rethel et Vouziers*

L'ensemble des chiffres de fréquentation portent sur la période allant du 1^{er} janvier au 31 décembre 2025.

Les flux sont en hausse de 23% par rapport à 2024 et reviennent au niveau de 2023 (nombre de demandes).

Malheureusement, l'outil retenu par l'ADT, Constellation, est un Système d'Information Touristique relativement ancien et qui est limité dans ses fonctionnalités. Il ne permet pas de retracer toutes les données que l'équipe est en mesure de collecter (tranches d'âges, codes postaux multiples, toutouristes, etc.)

1 - ZOOM SUR LA FRÉQUENTATION ESTIVALE (DE JUIN À SEPTEMBRE)

Elle est hausse de 12% avec 919 demandes et 1395 personnes renseignées. Sa part dans l'ensemble représente **58% de la fréquentation annuelle** (contre 64% en 2024), mettant en évidence une hausse de fréquentation à d'autres moments de l'année (en mars, tout l'automne et en fin d'année).

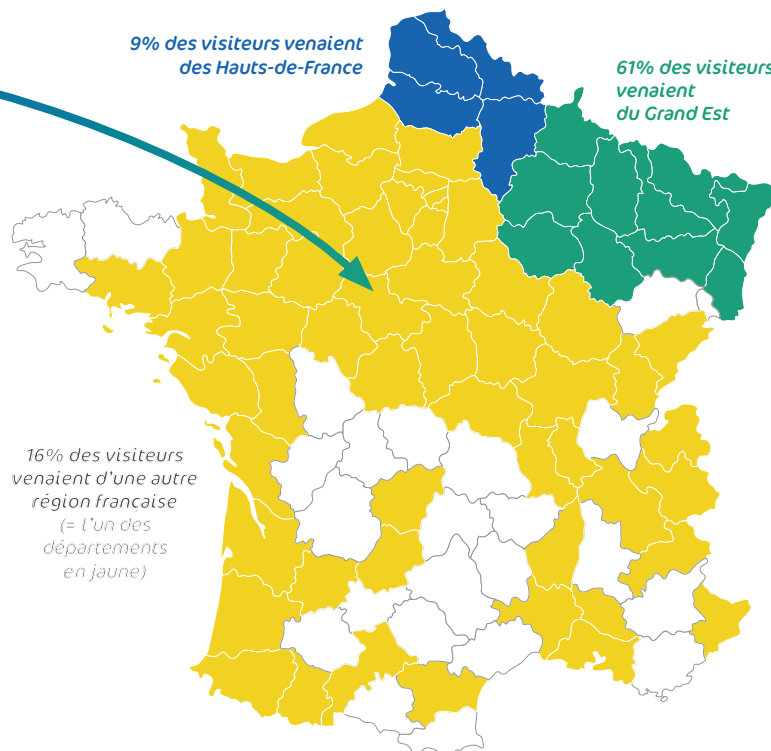
2 - ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES VISITEURS

86% DE FRANÇAIS

14% D'ÉTRANGERS

PRINCIPALES
PROVENANCES :

1. Belges
2. Néerlandais
3. Allemands
4. Britanniques



3 - CENTRES D'INTÉRÊT & MOTIVATIONS DES VISITEURS

1

Activités
& loisirs

2

Boutique
(échoppes)

3

Randonnées

4 - HAUSSE DES DEMANDES EN LIGNE ET AMÉLIORATION DE LA GESTION DE LA RELATION CLIENT

Le déploiement du site internet de Destination a occasionné une nette hausse des demandes par email ou via formulaire de contact : **180 demandes traitées** en 2025 (x3 par rapport à 2024). Cette hausse démontre le gain en terme de visibilité avec ce nouvel outil socle (lire par ailleurs pp. 18-19).

Parmi ces demandes d'information, 1/3 sont des **demandes d'envoi de brochures**, ce qui illustre la complémentarité web / papier et l'intérêt de la stratégie multi-supports poursuivie par l'Office de Tourisme.

* hors personnes renseignées sur salons et stands hors les murs (lire plus loin)

Les réponses à ces demandes ont donné lieu à la création de nouveaux outils destinés à améliorer la gestion de la relation client :

- **Réponse systématique avec des liens précis** en fonction de l'objet de la demande (y compris dans le cas de l'envoi de brochures). En résumé : on n'envoie pas vers sudardennes.fr, mais sur une ou des page(s) contenant les informations recherchées.
- Utilisation de la **fonctionnalité Carnet de voyage** du site web pour rendre le visiteur autonome.

Observation du territoire : focus sur les plateformes locatives

L'ART Grand Est et l'ADT des Ardennes disposent de données sur la fréquentation des meublés touristiques et appartements chez l'habitant (AirBNB) par le biais de la plateforme AirDNA.

Voici les grandes données qui ressortent des statistiques mises à disposition de l'Office de Tourisme :

124 156 nuitées
dans le Sud-Ardennes
du 01/01 au 31/12/2025

+6%
par rapport
à 2024

*Dans le détail : +12% de nuitées sur le Pays rethélois
et +3% en Argonne Ardennaise*

3 975 414 € de chiffre
d'affaires sur le Sud-Ardennes
du 01/01 au 31/12/2025

+5%
par rapport
à 2024

*Dans le détail : +1% de CA sur le Pays rethélois
et +8% en Argonne Ardennaise*

Ces données, même si elles ne portent pas sur l'ensemble des hébergements touristiques du territoire, sont encourageantes pour le développement touristique du territoire. Elles contredisent les **premiers chiffres diffusés par l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est** (-2% dans les Ardennes, -3% dans la région et -2% en France).

La taxe de séjour dans le Sud-Ardennes

EN ARGONNE ARDENNAISE

Les fonds collectés en 2025 correspondent au 2nd semestre de l'année 2024 et au 1^{er} semestre de l'année 2025. Sur l'exercice 2025, la Communauté de Communes de l'Argonne Ardennaise a levé **41 164,09 €** au titre de la taxe de séjour (*chiffre non définitif, arrêté au 06/01/2026, la collecte étant encore en cours à la marge - hausse sensible de 31% par rapport aux données disponibles à la même date l'année précédente*).

SUR LE PAYS RETHÉLOIS

La Communauté de Communes du Pays rethélois a préparé le déploiement effectif de la taxe de séjour au 1^{er} janvier 2026. La collectivité a sélectionné la même solution de déclaration en ligne, ce qui sera source dans les prochaines années de données comparables en vue de l'observation touristique des nuitées sur le territoire Sud-Ardennes.

L'Office de Tourisme a accompagné la Communauté de Communes, par la co-animation de 2 réunions publiques.

PROJETS 2025 - Mission Accueil et information

- ✓ Capitaliser sur le site internet pour améliorer les modalités de réponse aux demandes d'information (envoi de liens qualifiés)

PROJETS 2026 - Mission Accueil et information

- Continuer à optimiser les modalités de réponse
- Identifier de nouvelles solutions pour qualifier les données de façon + fine

Boutique de produits locaux : les échoppes du Sud-Ardenne

1 - DÉMÉNAGEMENT DE L'ÉCHOPPE ET DU POINT D'ACCUEIL DE RETHEL

Le transfert de l'Office de Tourisme au niveau de la gare a permis de donner plus de surface à la vente de produits locaux et de souvenirs, et d'optimiser le parcours client (passage inévitable par la boutique pour accéder au comptoir et à l'espace brochures).

Le bénéfice de ce nouvel espace plus chaleureux s'est rapidement ressenti, et le mobilier fait maison et/ou de réemploi (comptoir, étagères, touret) s'est parfaitement intégré à ce local moderne, lumineux et décoré de peintures de type street-art.



2 - MISE EN LUMIÈRE DES PRODUITS ET ANIMATION DE POINT DE VENTE

La vitrines et la décoration du point d'accueil de Vouziers varie tout au long de l'année. L'acquisition d'une machine de découpe de vinyle a permis de créer des décors thématiques pour faire vivre la vitrine, sous forme de **vitrophanies**.

Un accent particulier a été mis au moment de **Noël**, dans le cadre de l'inauguration de cette échoppe début décembre, avec l'intervention de L'Atelier d'M - Virginie MINET, spécialiste de la décoration événementielle.

Des publications ont été diffusées toute l'année sur les **réseaux sociaux** pour valoriser les nouveautés en boutique. La **presse locale** a également été sensibilisée à ce thème, et des modules ont été mis en place **sur le site internet** de l'OT, indiquant le cas échéant « C'est en vente à l'Office de Tourisme ».

3 - + DE PRODUCTEURS ET + DE RÉFÉRENCES PRODUITS

L'Office de Tourisme valorise les producteurs et artisans du Sud-Ardenne en mettant en vente leurs productions. 52 prestataires ont conventionné avec l'OT (contre 41 un an auparavant).

Au 31 décembre 2025, les échoppes du Sud-Ardenne proposaient **412 références produits** (contre 368 à la même date en 2024) :

- 273 références de produits Alimentaires
- 68 références de produits d'Artisanat
- 16 références de Souvenirs
- 52 références de Livres
- 3 références de Revues



4 - TOP 3 DES VENTES EN 2025 :

1 Jus de pommes

2 Bière

3 Magnets sanglier

Catégories de produits les + vendus en 2025 (en nombre de produits) : boissons, terrines et rillettes, produits salés, confitures et gelées, confiserie

5 - COLLECTION DE SOUVENIRS SUD-ARDENNES FABRIQUÉS EN FRANCE

En complément de la gamme créée en 2024, de **nouveaux produits** personnalisés ont été créés en partenariat avec des artisans locaux (tabliers et torchons, verres gravés). Une gamme pour enfants est à l'étude pour 2026, ainsi que des objets autour du sanglier (demande récurrente à l'accueil).

6 - PRINCIPAUX INDICATEURS DE VENTE EN BOUTIQUE

L'ouverture a été complète toute l'année 2025 sur les 2 points de vente (*malgré les salons cf. p. 30, le déménagement à Rethel et les travaux du plafond à Vouziers - 1 office sur les 2 reste toujours ouvert*).

- **Chiffre d'affaires boutiques du 1^{er} janvier au 31 décembre : 19 633,33 € (+37%)**
- **663 ventes** (+25%, soit une hausse similaire à celle de la fréquentation sur place - lire p. 8)
- **Panier moyen : 29,61 € (+9%)**

7 - ÉCHOPPES DE NOËL

Pour la première fois, l'Office de Tourisme a mis en place une campagne auprès des communes et entreprises du Rethélois pour les colis de Noël, sur la base de 6 différentes suggestions de compositions.

- **2 communes du Pays rethélois** ont passé commande (achat de produits sans composition de paniers)
- **2 communes de l'Argonne Ardennaise** ont également fait appel à l'Office spontanément (32 paniers)

Des emballages originaux et uniques (vaisselle ancienne et produits détournés) ont été sélectionnés à la ressourcerie Bell'Occas' de Rehel pour la composition de certains paniers (partenariat). Chiffre d'affaires de cette opération : **2162,60 € (60 paniers vendus, contenant les produits de 13 producteurs locaux)**.

En boutique, une centaine de ventes ont été enregistrées, principalement des paniers sur-mesure et des livres.

8 - CONTENANTS « RESPONSABLES »

En complément des sacs krafts et des corbeilles en carton, l'Office de Tourisme propose de composer les paniers garnis sur rondins de bois issus d'une scierie de Vrizedy, ou dans des caquettes en bois récupérées auprès de producteurs.

9 - LOGICIEL DE CAISSE

L'Office de Tourisme a souscrit un contrat logiciel autonome, synonyme de fonctionnalités plus poussées (gestion de la facturation en dépôt-vente, des devis...).



La billetterie, un service stratégique et attendu

L'Office de Tourisme a reconduit la vente de billets pour le spectacle son et lumière organisé à La Cassine et avec l'association BRONCA pour le Festival Chéri à l'Abbaye de Chéhéry, par conventionnement avec les organisateurs.

- **Spectacles Son et lumière à La Cassine : 182 billets** (*année II de Notre-Dame*)
- **Festival Chéri : 1 billet**
- **Chiffre d'affaires billetterie en 2025 : 3718,85 €**
- **Commission perçue par l'OT : 192,50€**

Les points forts du service billetterie de l'Office de Tourisme. À Rehel comme à Vouziers, l'Office de Tourisme est le seul point de vente. Les billets pour la Cassine moins chers qu'en ligne. Le client est accompagné pour le choix de son placement dans le gradin, et les billets sont imprimés sans supplément.

L'Office de Tourisme a également assuré la vente de billets pour les visites guidées de Rehel organisées en juillet-août et l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine (*lire par ailleurs p. 28*).

Cette mission est stratégique pour créer du flux au sein des points d'accueil, et bénéficie par ricochet aux échoppes ainsi qu'à la mission d'information.

PROJETS 2025 - Mission Boutique et billetterie

- ✓ Autonomisation du logiciel de gestion de la caisse, des stocks et des factures de dépôt-vente
- ✓ Augmentation du panier moyen
- ✗ Extension de la gamme de souvenirs Destination Sud-Ardenne
- ✓ Mener des actions commerciales dynamiques

PROJETS 2026 - Mission Boutique et Billetterie

- Mise en place d'une boutique sensorielle
- Actions commerciales toute l'année + animations pendant les mois creux (mars et novembre)
- Gamme de souvenirs pour enfants
- Lancer les paniers de Noël + tôt pour coller au calendrier des communes, entreprises et associations
- Application de la réforme sur la facture électronique (organisation interne + relation prestataires)

Constitution de l'offre et organisation du service

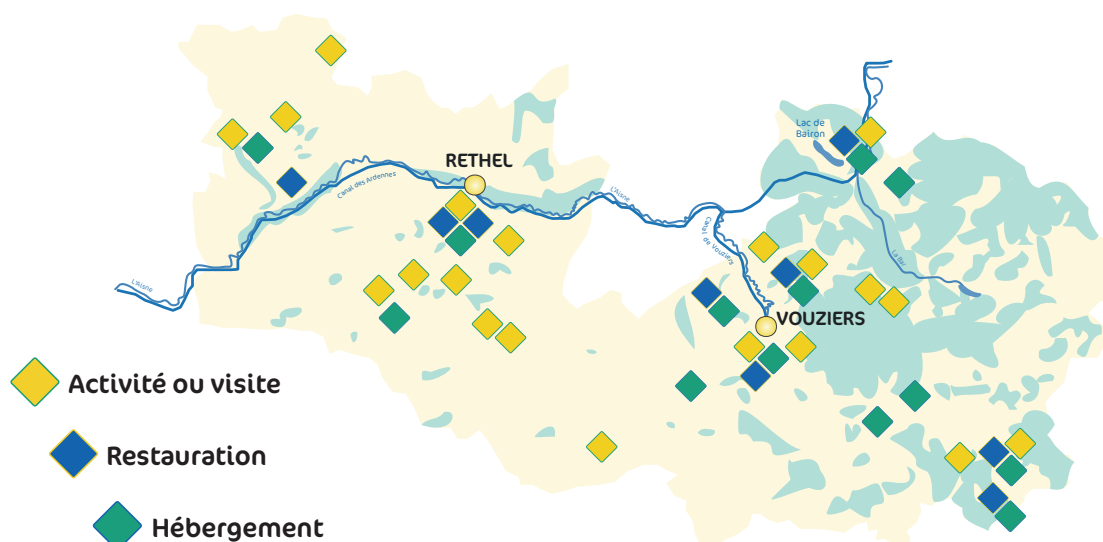
1 - MOBILISER LES ACTEURS DU TERRITOIRE ET CONVENTIONNER AVEC EUX

Le point de départ de la commercialisation est le conventionnement de l'Office de Tourisme avec les acteurs du Sud-Ardennes et des environs proches pour identifier les offres disponibles. Chaque convention fixe les conditions de rétrocession pour l'OT, l'organisation logistique

Un important travail de **sensibilisation** et de **détection** de partenaires est mené depuis 2024 (*RDV, prises de parole durant les bourses d'échange et les RDV des Pros, propositions directes lors des interactions de l'équipe avec les prestataires...*).

En 2025, 26 nouvelles conventions ont été signées (soit 48 au total), offrant un nouveau gisement de 53 prestations que l'Office de Tourisme est en mesure de proposer à ses clients de façon précise et qualifiée (111 au total).

Répartition géographique des conventions, par type d'offre touristique :



Ce travail de sensibilisation et de conventionnement se poursuivra en 2026, dans un sens comme dans l'autre :

- **Faire émerger des offres afin de pouvoir être force de proposition lors des contacts clients**
- **Partir de la demande des clients pour impliquer de nouveaux partenaires**

Par ailleurs, des conventions sont signées avec d'autres Offices de Tourisme afin de fixer les conditions de commercialisation d'un OT par un autre, dans l'intérêt des clients. Nouveau partenariat conclu en 2025 : OT des Crêtes Préardennaises.

2 - CONCEPTION DE PACKAGES

En se basant sur les prestations identifiées avec ses partenaires, mais aussi sur les demandes formulées par les premiers clients et sur les tendances touristiques actuelles, l'Office de Tourisme conçoit des excursions et séjours packagés, **incluant activité et/ou restauration et/ou hébergement**.

Ces packages sont importants pour le **démarchage**, afin d'envoyer un signal concernant les lieux phares, les marqueurs de la Destination Sud-Ardennes, ainsi qu'une première approche tarifaire permettant au client d'évaluer la faisabilité de son projet : ils sont la vitrine du service Commercialisation / Escapades.

Dans les faits, les ventes se résument très rarement aux packages pré-constitués. **Chaque séjour fait l'objet d'une conception sur-mesure**, en fonction des contraintes et souhaits des clients, et des disponibilités réelles au moment de la réservation.

Actions de promotion des Escapades

- Création d'une **pochette** contenant une douzaine de **fiches produits** reflétant les principaux packages disponibles sur le territoire. Ce format permet de personnaliser la prospection en fonction du profil des clients.
- Exploitation du fichier contacts de **408 clubs de seniors** (Grand Est, Hauts-de-France et Ile-de-France) acheté fin 2024, par une **campagne de phoning systématique**. Reporting sur les intentions de séjours, les freins et les attentes des responsables de groupes.
- Inscription à un salon prévu tout début **janvier 2026 : le Salon des Vacances Léonard, en Belgique**, dédié aux groupes et autocaristes.
- Création de **goodies dédié aux prospects** (responsables de groupes) : chocolats emblématiques du territoire emballés individuellement aux couleurs de l'Office de Tourisme



Vente de séjours et accueil de clients

- **15 séjours** ont été vendus en 2025 (clients directs de l'OT ou apportés par les OT partenaires)
 - 7 associations, 3 futurs médecins, 2 groupes scolaires, 1 entreprise, 1 jumelage, 1 groupe d'amis
 - Provenance : 6 de Champagne-Ardenne, 2 de l'étranger (Belgique, Allemagne) et 7 d'ailleurs en France
 - Durée habituelle de séjour : 1 jour (*sauf scolaires 5 jours, jumelage 2 jours, médecins sur week-end*)
- Le « **CLIENT TYPE** » : **senior**, souhaitant faire peu de temps de transport, aimant la découverte de **produits locaux** et pour qui le **restaurant** est important, amateur de **slow tourisme** et en quête d'une destination **authentique**.
- **Chiffre d'affaires net : 15 703 €** (budget moyen par groupe = 1 050€)
 - **Marge pour l'Office de Tourisme : 1800 €**

PROJETS 2025 - Mission Commercialisation

- ✓ Poursuite de la constitution de l'offre du territoire
- ✓ Création d'un catalogue avec exemples de séjours et excursions (par affinités et par type de public, ex. : PMR)
- ✓ Nouvelles campagnes de mailing et de phoning
- ✓ Conventionnement avec les offices de tourisme des territoires voisins
- ▢ Participer à un salon dédié aux groupes ou aux CSE (inscrit pour début janvier 2026)
- ✓ Créer des goodies dédiés à la clientèle des Escapades

PROJETS 2026 - Mission Commercialisation

- Participer à un salon dédié aux groupes ou aux CSE
- Nouvelles campagnes de mailing et/ou de phoning + relance contacts chauds de 2025
- Envoi pochette et fiches produits aux anciens clients, relance devis non aboutis, prospects rencontrés sur salons
- Journée Portes ouvertes/éducteurs avec RH/institutionnels pour présenter une offre teambuilding
- Valoriser nos offres sur Explore Grand Est
- Poursuite de la constitution de l'offre du territoire
- Formation sur la conception et la vente de produits spécifiques (ex. : offres bas carbone)
- Passer de 15 à 20 séjours vendus et de 15 000 à 20 000 € de CA

Développement des réseaux sociaux de la Destination Sud-Ardennes

1 - 9 447 ABONNÉS, FOLLOWERS ET FANS

- 5563 sur la page Facebook (+13% par rapport au 31/12/2024)
- 1822 sur le compte Instagram (+11%)
- 834 sur la page LinkedIn (+37%)
- 370 sur la chaîne TikTok (+83%)
- 23 sur la chaîne YouTube

2 - STRATÉGIE ÉDITORIALE



Chaque compte « Destination Sud-Ardennes » sur les réseaux sociaux poursuit un objectif spécifique (cible, format et thématiques différentes). Cela n'empêche pas une reprise de certains contenus d'un réseau à un autre.

Les sujets abordés et la fréquence de parution suivent les saisons. L'année 2025 a notamment été marquée par la publication de séries thématiques constituant des RDV pour le public :

- **La Semaine du Goût : 6 interviews gourmandes (vidéos)**
- **Le calendrier de l'Avent du Sud-Ardennes (1 vidéo / jour pendant les 25 jours précédant Noël)**
- **Reprise de la publication hebdomadaire L'Agenda du jeudi (publication Facebook + story Instagram)**
- **Portraits d'adhérents à l'Office de Tourisme**
- **Nouveautés dans les échoppes / produits locaux**

Les journées mondiales et autres marronniers sont également l'occasion de mettre en valeur l'offre du territoire.

3 - PISTES POUR DE NOUVELLES FORMES DE CONTENUS

Les formations de type « Filmer avec son smartphone » ont permis de compléter la palette d'outils exploités au quotidien par l'équipe. Un autre module a ouvert de nouvelles perspectives : la création de podcasts audios (à destination du grand public et/ou des pros du territoire).

PROJETS 2025 - Mission Réseaux sociaux

- Renouveler le « boost » de publications par un budget publicitaire dédié
- Intensifier la production de clips pour YouTube, de Réels pour Facebook et Instagram et de vidéos TikTok
- Accentuer la stratégie d'ensemble tout en développant une présence singulière sur chaque réseau
- Se former à la production de podcasts et étudier les opportunités pour la Destination Sud-Ardennes

PROJETS 2026 - Mission Promotion / Réseaux sociaux

- Renouveler le « boost » de publications par un budget publicitaire dédié
- Poursuivre la production de contenus photos / vidéos et de séries thématiques
- Acquérir le matériel et mettre en place les solutions logicielles pour la diffusion de podcasts et de vidéos

En 2025, l'Office de Tourisme a réédité la quasi-intégralité de ses brochures, au fur et à mesure de l'épuisement des tirages précédents (optimisation et logique écoresponsable). Ces rééditions ont permis d'actualiser les informations diffusées.

1 - TROIS GUIDES THÉMATIQUES

3 brochures couvrent l'ensemble de l'offre répertoriée sur le Sud-Ardenne :

- Un guide Hébergements
- Un guide Patrimoine & Saveurs
- Un guide Nature, Sports & Bien-être



2- DEUX GUIDES AFFINITAIRES

Afin de s'adresser spécifiquement à certains visiteurs avec des contenus sur-mesure, et d'être en capacité de partir à la conquête de nouvelles clientèles, l'Office de Tourisme décline 2 brochures contenant exclusivement des informations adaptées à 2 types de public :

- Un guide Familles (activités pour les tout-petits, les enfants, les ados) - nouveauté 2025 : un jeu pour enfants illustré par un jeune graphiste en stage à l'OT, valorisant le patrimoine local et les loisirs
- Un ToutouGuide pour les vacanciers accompagnés de leur chien

Ces supports apportent une plus-value dans la qualité de l'accueil proposé au sein de la Destination Sud-Ardenne. Ils sont également efficaces pour revendiquer les atouts du territoire vis-à-vis de ces 2 cibles (sur stands et salons, notamment).

La mise en ligne du site internet de territoire n'a pas affaibli la diffusion de brochures, et a même eu tendance à accentuer les demandes d'envoi postal (*lire p.8*).

Le projet de brochure dédiée aux sites de mémoire a dû être reporté à 2026, faute de disponibilité des communes pour contribuer à identifier les personnes ressources et lieux marquants à valoriser.

3 - RELANCER LES RELAIS D'INFORMATION TOURISTIQUE

Le Conseil d'Administration a délibéré en décembre sur la stratégie qui sera conduite en 2026. Elle consistera à mailler le territoire, et à cibler des lieux générateurs de flux (*lieux culturels, lieux touristiques, mais aussi lieux de types grandes surfaces, commerces de proximité...*). Un budget devra être mobilisé en fonction de l'ambition portée.

PROJETS 2025 - Mission Promotion / Brochures

- ✘ Étendre la collection (sites de Mémoire)
- ✓ Développer des supports complets pour la promotion de la commercialisation
- 🟩 Relancer le réseau de Relais d'Information Touristique au sein de sites générant des flux de visiteurs

PROJETS 2026 - Mission Promotion / Brochures

- Relancer les élus communaux afin d'éditer une brochure sur les sites de Mémoire
- Lancer de façon opérationnelle le réseau de Relais d'Information Touristique (RIT)

Pour toucher de nouveaux publics, l'Office de Tourisme participe à des salons professionnels, par lui-même ou dans le cadre de groupement via l'ADT et avec les autres OT. Il anime également des stands sur des événements locaux et régionaux générant des flux de visiteurs et suivant des thématiques convergentes avec l'offre du territoire. **Sur 2025, l'équipe a ainsi été sur le terrain durant 37 jours, et ainsi touché 1288 personnes (soit 36% des contacts de l'équipe sur cette année).**

1 - TRAVAILLER EN SYNERGIE POUR SE CRÉER DES OPPORTUNITÉS EN MAÎTRISANT LES COÛTS

L'ADT coordonne chaque année un pavillon Ardennes au salon Tourissima à Lille en janvier.

Un partenariat s'est créé autour du Salon de l'Agriculture à Paris, en co-animation avec la **Chambre d'Agriculture des Ardennes** et les producteurs pendant 1 journée sur le pavillon de la Région Grand Est.

L'ART Grand Est accueille tous les 2 ans gracieusement les Offices de Tourisme sur le pavillon de la Région à l'occasion du rassemblement mondial de montgolfières (désormais baptisé EnEnvol)

L'équipe contribue également à 6 journées d'animation du stand porté par l'Entente intercommunale **Nous Argonne** sur la Foire de Châlons.

Faute de partenariat possible avec d'autres institutions pour participer à la **Foire de Sedan**, l'OT a coopéré avec Ardennes Génétique Élevage au sein de l'espace Ferme pédagogique durant 1 journée (le samedi).

2 - FÉDÉRER LES ACTEURS DU TERRITOIRE POUR LES FAIRE GAGNER EN VISIBILITÉ

Plusieurs adhérents ont également bénéficié de l'invitation et du bus proposé par l'Office de Tourisme pour participer au Salon International de l'Agriculture à Paris (*lire aussi p. 24*).

Cette année, l'OT a innové en proposant à ses adhérents de former collectivement un village du Sud-Ardenne sur le salon Tendance Nature. Sur un espace de 36m², 10 partenaires ont participé le temps d'une 1/2 journée, d'une journée ou de 2 jours. Il s'agissait de producteurs de terroir et de gérants d'activités nature et bien-être.

3 - ALLER LÀ OÙ ON N'ATTEND PAS UN OFFICE DE TOURISME

Chaque année, l'équipe identifie des opportunités pour aller à la conquête de clientèles affinitaires, sur des événements qui ne sont pas toujours purement touristiques, et où les offices de tourisme ne sont pas forcément attendus comme exposants. Cette stratégie combinée à des animations et une mise en place attractive, permet de rencontrer le public de façon privilégiée et de marquer les esprits durablement.

Exemple 2025 : le salon de la Chasse et de la Pêche à Charleville-Mézières et le Woofest à Metz (notre OT a représenté le réseau national du Toutourisme).



4 - ANIMER POUR CAPTER L'ATTENTION ET LES FLUX

L'équipe propose des animations pour chaque événement, afin d'attirer sur le stand et de marquer les esprits durablement : jeux-concours, objets publicitaires, vélo à smoothies de l'Argonne Ardennaise, participation dynamique de professionnels touristiques du territoire...

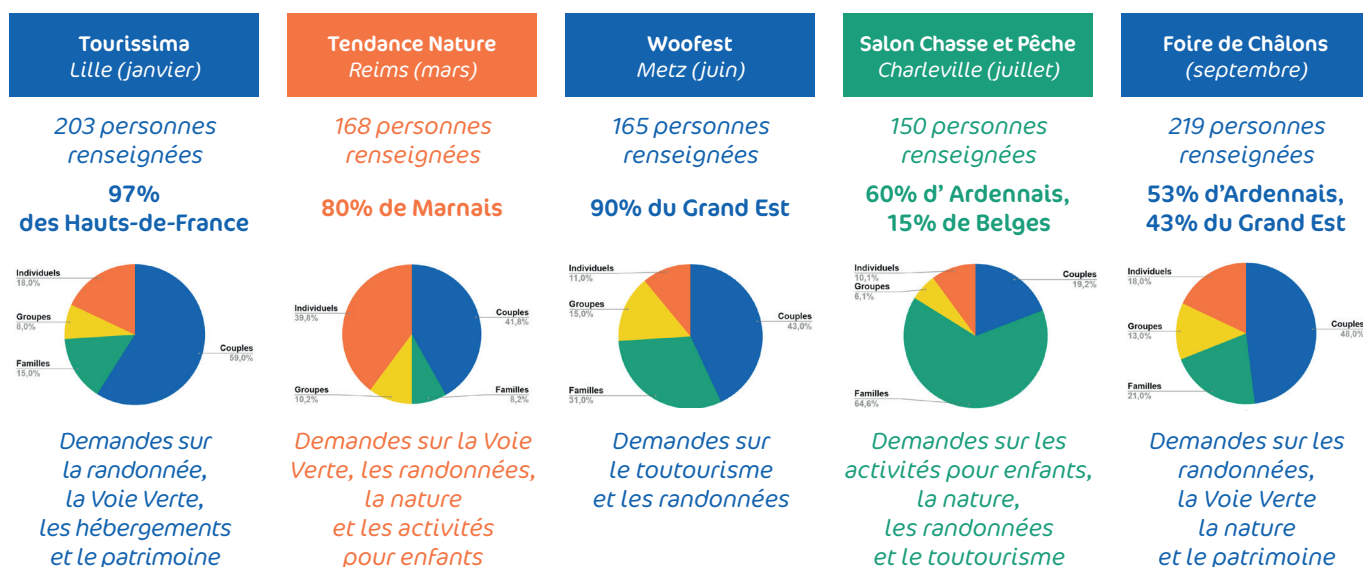


Le mobilier pour l'événementiel et le matériel d'animation acquis en 2024 avec l'aide des fonds européens LEADER et de la Région Grand Est ont été largement mis à profit tout au long des salons et événements investis par l'Office de Tourisme.



Le photobooth a rencontré un franc succès lors de chaque événement sur lesquels il a été utilisé (*notamment sur le Woofest*), qu'il s'agisse de photos souvenirs imprimées pour laisser une trace durable dans les mémoires, ou d'envois par email accompagnés de liens qualifiés vers des pages intéressant les cibles rencontrées. Pour chaque opportunité, un habillage visuel original et un message personnalisé sont créés par l'équipe.

5 - PROFIL DES CLIENTÈLES RENCONTRÉES / FOCUS SUR LES 5 + GROS SALONS ET STANDS



PROJETS 2025 - Mission Promotion / Stands et salons

- ✓ Impliquer le Conseil des Acteurs du Tourisme dans la réflexion sur les opportunités de stands
- ✓ Mettre à profit le matériel acquis en 2024
- ✓ Continuer à détecter des opportunités impactantes pour séduire des clientèles affinitaires

PROJETS 2026 - Mission Promotion / Stands et salons

- Continuer à détecter des opportunités impactantes pour séduire des clientèles affinitaires
- Travailler sur un format collectif pour un salon dédié au tourisme d'affaires, en partenariat avec le Parc Argonne Découverte et/ou d'autres offres pertinentes pour cette cible

1 - ANIMATION DE LA BASE DE DONNÉES DÉPARTEMENTALE

Fin décembre, l'équipe tenait à jour **604 fiches détaillées** comportant coordonnées, descriptifs, tarifs, photos, liens, horaires et autres informations pratiques (ainsi que +700 fiches correspondant à des manifestations). Cette base de données tenue sur le Système d'Information Touristique (SIT) *Constellation* est la source de toutes les actions de promotion de l'Office de Tourisme, et représente un travail minutieux au quotidien.

Elle est projetée sur le site de l'ADT, ardennes.com, sur le site de l'Office de Tourisme et sur les flux nationaux ouverts via DataTourism.

En 2025, le nombre de fiches qualifiées a augmenté de 8%, ce qui s'explique par :

- De nouvelles **offres en développement** sur le territoire (ex. : +10 hébergements)
- Un **travail de l'équipe sur la qualification** d'offres fines (ex. : 3 fiches pour un prestataire qui propose des sorties nature, la location de vélos et des gyropodes PMR, afin d'améliorer le référencement et la lisibilité de chaque offre)
- **Plus de sollicitations des prestataires** grâce à une meilleure identification du rôle et du potentiel de diffusion de l'OT depuis la mise en ligne de son site
- **Une veille constante** sur Facebook et la presse locale pour référencer de nouveaux événements et prestataires

2 - LE SITE INTERNET DE LA DESTINATION A BOOSTÉ LA VISIBILITÉ DU TERRITOIRE

Mis en ligne en décembre 2024, le site **www.sudardennes.fr** a démontré sa plus-value tout au long de l'année, tant vis-à-vis de la clientèle que des prestataires et partenaires de l'Office de Tourisme.

Les principaux indicateurs disponibles concernent le référencement de ce site sur des mots-clés stratégiques, les flux de visite, les demandes reçues par formulaire, les contacts générés pour les acteurs touristiques du territoire...

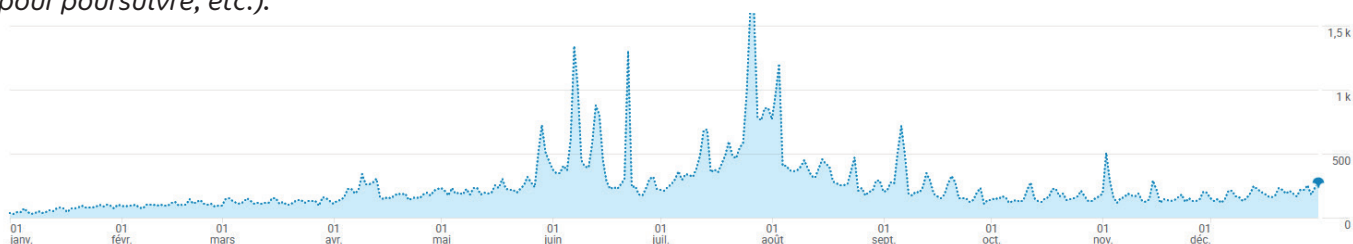
- **180 demandes d'information ou d'envoi de brochures** traitées par l'équipe en provenance du site web
- **162 demandes de prix, d'informations ou de réservation** adressées directement des usagers aux prestataires par le biais du formulaire disponible sous chaque fiche contact

42 000 visiteurs en 1 an
moyenne = 115 / jour
+185%

118 000 pages vues en 1 an
moyenne = 2,8 / visiteur
+233%

1'20 minute passée
sur le site en moyenne
+24%

Sur l'année, les flux de visiteurs sont cohérents avec la saisonnalité de l'offre touristique de la Destination Sud-Ardenne. On note également une capacité à attirer l'attention à d'autres moments, notamment en arrière-saison d'automne (*actions d'emailing, travail sur les réseaux sociaux avec incitation à consulter le site pour poursuivre, etc.*).

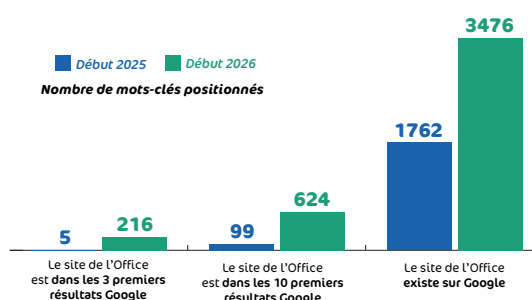


Le référencement par les moteurs de recherche a été boosté

- 80% arrivent via Google (+335%)
- 10% tapent l'adresse (+80%)
- 5% par Facebook, LinkedIn et Instagram (+1850%)
- 3% par les sites qui font un lien
- 1% suite à nos emailings

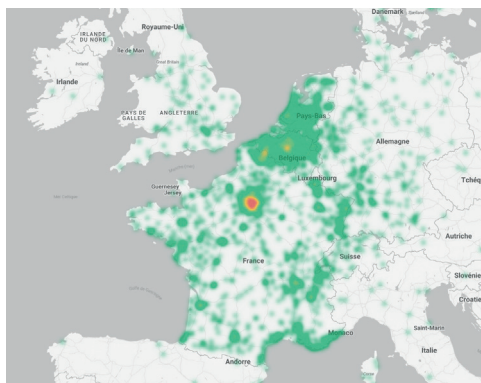


Référencement du site internet de l'OT par le moteur de recherche Google



Localisation des visiteurs du site internet

- 84% France
 - 36% Grand Est
 - 20% Île-de-France
 - 12% Hauts-de-France
- 5% Belgique
- 4% Pays-Bas
- 7% autres pays



Les rubriques les + consultées par les visiteurs

<h1 style="font-size: 48px; margin: 0;">1</h1> <h2 style="font-size: 24px; margin: 10px 0 0 0;">Agenda et Temps forts</h2>	<h1 style="font-size: 48px; margin: 0;">2</h1> <h2 style="font-size: 24px; margin: 10px 0 0 0;">Activités, randonnées et lieux de visite</h2>	<h1 style="font-size: 48px; margin: 0;">3</h1> <h2 style="font-size: 24px; margin: 10px 0 0 0;">La Destination, ses atouts, ses villes et ses villages</h2>	<h1 style="font-size: 48px; margin: 0;">4</h1> <h2 style="font-size: 24px; margin: 10px 0 0 0;">Restaurants et producteurs locaux</h2>	<h1 style="font-size: 48px; margin: 0;">5</h1> <h2 style="font-size: 24px; margin: 10px 0 0 0;">Gîtes, hôtels, chambres d'hôtes, campings et aires pour camping-cars</h2>
--	---	---	--	---

Outre l'actualisation continue des fiches SIT et des pages en ligne, de nouveaux contenus ont été créés :

- 40 nouvelles pages (principalement blog, portraits d'adhérents, espace pro et toutourisme)
- Modules supplémentaires pour créer des liens entre les pages, entre les fiches (ex. : C'est en vente à l'Office, C'est un adhérent de l'OT, Cet établissement accepte-t-il les chiens ?)

Dans le cadre de sa politique de formation continue de son équipe, et de suivi des nouvelles tendances (lire par ailleurs p. 6), de nouvelles compétences ont été développées au sein de l'Office de Tourisme :

- **Maîtrise complète du suivi du trafic du site internet via Google Analytics**
 - Travail sur les contenus pour optimiser la découvrabilité et la visibilité des offres par les assistants IA, nouvelle porte d'entrée des utilisateurs vers les contenus disponibles en ligne
- **Point semestriel avec les consultants** de l'agence Iris Interactive pour évaluer les performances et les contenus du site (RDV contractuel)
- Participation aux webinaires de formation qui accompagnent les nouvelles collections développées par Iris Interactive (nouvelles fonctionnalités mises à disposition de façon semestrielle, incluses dans l'abonnement), pour appropriation et déploiement constant de nouvelles techniques en phase avec les usages et attentes des utilisateurs

RAPPEL Comme le matériel événementiel, le site de la Destination Sud-Ardenne a été financé par l'Union Européenne dans le cadre du programme LEADER du Pays rethélois et de l'Argonne Ardennaise (64% de fonds européens), par la Région Grand Est (16%) et par les fonds propres de l'Office de Tourisme (20%).



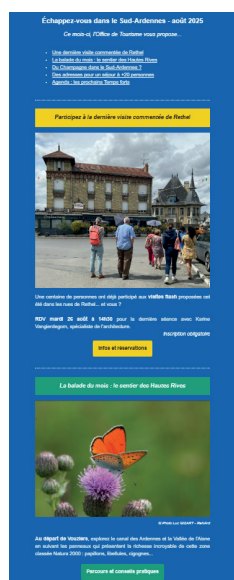
3- NEWSLETTER

L'existence du site internet a permis de mettre en œuvre une stratégie d'emailing mensuels poursuivant plusieurs objectifs, notamment :

- **Fidéliser la clientèle** en lui adressant suggestions de saison et nouveautés
- Contribuer à **créer des liens entre acteurs** touristiques
- **Encourager les prestataires** à s'appuyer sur les contenus du site web pour informer leur clientèle

L'abonnement à la newsletter a été proposé pour réactiver les anciens contacts de l'OT (newsletters des OT de l'Argonne et du Rethélois, personnes rencontrées sur salons, participants à des jeux-concours...). Un **formulaire** a également été positionné à des emplacements stratégiques du site internet.

Depuis mars, ce RDV baptisé **Échappez-vous dans le Sud-Ardenne** offre chaque mois 4



à 6 suggestions, dont les grands événements à venir, une suggestion de randonnée, une idée gourmande, une proposition de visite ou d'activité, etc.

Fin décembre, le nombre d'abonnés était de :

- **200 clients**, dont 1/3 abonnés spontanément via le site web
- **300 pros** (hébergeurs, restaurateurs, producteurs, gérants d'activités)

Les indicateurs sont très encourageants :

- **35 à 65% d'ouverture des mails** (= intérêt pour le message reçu)
- **15% à 30% de clics sur les liens** proposés au sein des newsletters (= intérêt pour les contenus et poursuite de la lecture sur le site)

Ces statistiques, supérieures à celles observées en général en matière de marketing direct, montrent l'intérêt de l'emailing comme outil supplémentaire au service de la promotion du territoire.

4- RÉFLEXION SUR DES CAMPAGNES D'ACQUISITION DE TRAFIC

L'année 2025 a été consacrée à une formation de la chargée de marketing et de communication sur le thème de la **publicité en ligne** (outils de la régie Google et de la suite Meta Business).

Les outils sont en place pour mettre en œuvre des campagnes ciblées stratégiques qui permettront d'aller plus loin, notamment pour soutenir la vente de séjours Escapades clé en main.

Le site internet ayant déjà permis de faire un bond de géant en termes de notoriété et de visibilité du territoire, le budget mobilisé n'a pas été consommé en 2025 et sera étudié sur 2026.

5- SUIVI DE L'E-RÉPUTATION DE L'OFFICE ET DU TERRITOIRE

2 fiches établissements Google Business sont tenues à jour régulièrement. Elles contribuent à la visibilité des 2 points d'accueil à la moindre requête Google incluant les mots-clefs « Destination Sud Ardennes », « Sud Ardennes », « Office de Tourisme Rethel » ou « Office de Tourisme Vouziers » (Google = 90% des recherches web en Europe en 2025).

Les visiteurs peuvent laisser des avis sur leur expérience au sein des points d'accueil, ou en lien avec les services proposés par l'OT. Au 31 décembre 2025 :

- **Fiche point d'accueil de Rethel = 4,6/5** (11 avis, dont 8 nouveaux en 2025)
- **Fiche point d'accueil de Vouziers = 4,9/5** (16 avis, dont 5 nouveaux en 2025)

Les personnes ayant interagi avec l'Office de Tourisme par le biais d'un formulaire de contact du site internet et les participants aux ateliers numériques ont été incités à laisser un avis sur ces fiches Google

PROJETS 2025 - Mission Promotion / Site internet et présence digitale

- Développer de nouveaux contenus sur le site internet, le tenir à jour et l'animer
- Lancer une newsletter « grand public »
- Déployer des campagnes publicitaires en ligne

PROJETS 2026 - Mission Promotion / Site internet et présence digitale

- Continuer à développer de nouveaux contenus sur le site internet, le tenir à jour et l'animer
- Suivre le trafic du site web provenant des assistants IA
- Etudier des solutions utilisant l'IA pour continuer à améliorer l'expérience utilisateur au sein du site web
- Continuer à diffuser la newsletter mensuelle et amplifier la stratégie d'acquisition de contacts
- Déployer des campagnes publicitaires en ligne

Stimulation des relations presse et accueil de journalistes

Fin décembre, on recensait **56 articles, reportages et interviews** diffusés et mentionnant l'Office de Tourisme Destination Sud-Ardennes.

L'équipe organise des points-presse, répond aux demandes des journalistes, les oriente vers ses partenaires et prestataires, contribue à fixer le programme des voyages de presse, et accompagne une partie de ces derniers. Parmi les retombées remarquables à noter sur 2025 :

- France Bleu Champagne-Ardenne : participation à une matinale dédiée à Vouziers
- RVM : interview annonçant le Salon de l'Agriculture à Paris
- Tour Mag : comment la Région Grand Est réinvente l'expérience de voyage avec MyExplore
- ADN Tourisme : L'OT se réinvente en s'implantant dans une gare



La sortie du site internet, l'installation du point d'accueil rethélois au sein de la gare TGV et la création d'une vitrine de Noël exceptionnelle à l'échoppe de Vouziers ont représenté des **opportunités intéressantes pour valoriser l'ensemble des missions de l'office de tourisme, ainsi que ses résultats.**

L'équipe et la Présidente ont fait en sorte que ces événements génèrent des retombées médiatiques denses (*invitations personnalisées, RDV dédiés, envoi d'infos précises, participation aux demandes d'interviews*).

MAILING MENSUEL AUX MÉDIAS LOCAUX ET RÉGIONAUX

Comme suggéré par les administrateurs, un envoi régulier d'informations auprès des médias locaux et régionaux a été mis en place par email, le plus souvent de façon mensuelle.

Les cibles sont la presse écrite et les radios, via une dizaine d'adresses génériques et/ou en ciblant des interlocuteurs en charge de pages éditoriales ou magazines (*ex. : Les sorties du week-end*).

Le contenu a ciblé les temps forts à venir, les grandes nouveautés et des dossiers stratégiques comme l'appel à manifestation d'intérêt de la commune de Nanteuil-sur-Aisne pour la gestion touristique de sa maison éclusière (dossier pour lequel l'OT a activé tous ses contacts institutionnels et médiatiques).

Les journalistes et les organisateurs d'événements étant eux-mêmes à l'initiative de certains reportages, il n'est pas possible d'évaluer finement la part de l'OT dans les retombées médiatiques portant sur les sujets qu'il a portés. Certains reportages sont néanmoins directement imputables à l'Office de Tourisme (*ex. : matinale France Bleu consacrée à la Foire de l'Ascension le jour de son ouverture*).

TRAVAIL AVEC LES PARTENAIRES POUR INTÉRESSER ET ACCUEILLIR PRESSE ET INFLUENCEURS



Le travail avec l'Agence de Développement Touristique des Ardennes s'est poursuivi, avec contribution aux dossiers de presse départementaux, proposition de sujets et accueil de médias. Malheureusement, les sollicitations ont été moins nombreuses pour notre territoire que les années précédentes.

L'unique retombée observée concerne le média d'influence **Chilowé**, qui a publié en avril sur son blog et sur les réseaux des contenus très qualitatifs sous l'angle *3 jours dans les Ardennes au départ de Rethel*.

L'équipe de l'OT a participé à l'accueil du rédacteur en chef de Camping-Car Magazine, invité par l'ADT à découvrir le département en marge du Festival Mondial des Marionnettes (*retombées en attente de publication*).

Directement ou via l'ADT des Ardennes, notre OT coopère également avec l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est, editrice de dossiers de presse et à l'initiative de voyages de presse thématiques.

Dans le cadre du contrat de la Communauté de Communes de l'Argonne Ardennaise avec l'agence de relations presse **RevolutionR**, l'Office de Tourisme a contribué à la parution d'un nouveau dossier de presse territorial (*participation à l'organisation du voyage de presse, échanges avec la journaliste et fourniture de visuels*).

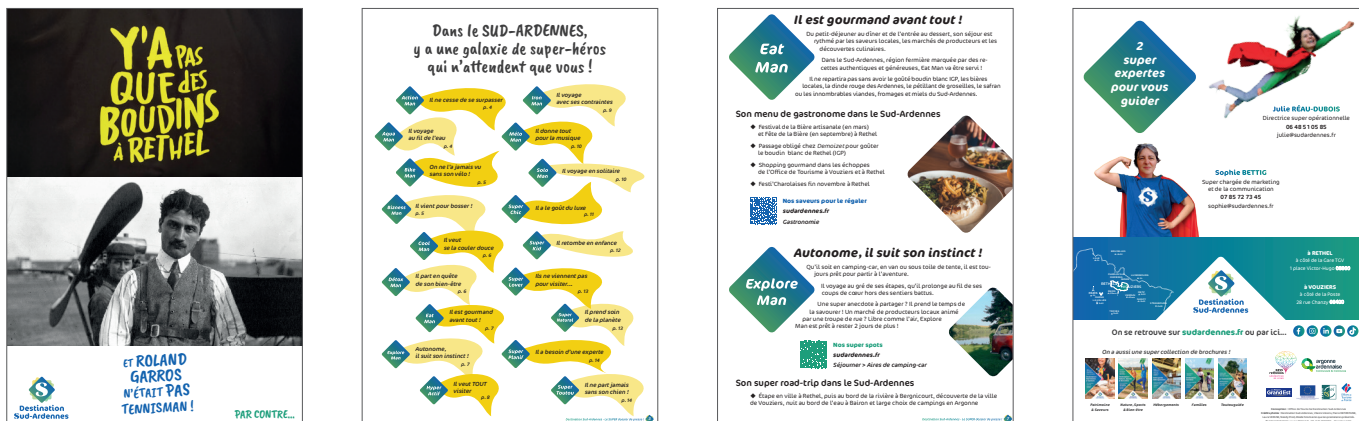
Enfin, le **Conseil Départemental des Ardennes** s'est appuyé sur le point d'accueil de Rethel pour le tournage d'un spot promotionnel de la Voie Verte Sud-Ardennes destiné à la clientèle familiale circulant en train avec son vélo. Une partie des images ont été filmées en situation d'accueil à l'Office de Tourisme.

La **SNCF** a également réalisé un tournage dans le cadre de la valorisation de ses missions et actions.

CRÉATION D'UN DOSSIER DE PRESSE

La création d'une rubrique dédiée à la presse au sein du site www.sudardennes.fr offre un écrin idéal pour valoriser les atouts du territoire et mettre en exergue ce qui le rend singulier.

Partant du principe qu'il faut se démarquer pour attirer l'attention des médias, et s'appuyant sur les différentes expériences professionnelles de l'équipe, l'Office de Tourisme a publié en décembre le tout premier dossier de presse de la Destination Sud-Ardennes.



Ce document de 16 pages, à l'approche plutôt atypique mais fidèle au territoire qu'il valorise, offre des pistes d'angles journalistiques correspondant à des clientèles, des tendances et des enjeux susceptibles d'intéresser la presse généraliste et spécialisée, mais aussi les influenceurs et les blogueurs.

Sa première diffusion directe est prévue en janvier 2026 à l'occasion d'un salon professionnel réservé aux journalistes et aux influenceurs, organisée par ADN Tourisme et auquel la Destination Sud-Ardennes participera aux côtés de son ART et de son ADT.

Le support est disponible et téléchargeable sur le site internet de l'OT.

PROJETS 2025 - Mission Promotion / Relations presse

- ✓ Poursuivre les contacts avec la presse locale (notamment pour que les événements soient relayés au niveau régional)
- ✓ Continuer d'être force de proposition pour les accueils de presse apportés par l'agence RevolutionR (Argonne Ardennaise)
- ✓ Stimuler et accompagner la venue d'influenceurs sur le territoire
- ✓ Capitaliser sur la rubrique « Presse » du site internet pour maximiser les contacts et les retombées

PROJETS 2026 - Mission Promotion / Relations presse

- Poursuivre les contacts avec la presse locale
- Continuer d'être force de proposition pour les accueils de presse apportés par l'agence RevolutionR (Argonne Ardennaise)
- Stimuler et accompagner la venue d'influenceurs sur le territoire
- Capitaliser sur la rubrique « Presse » du site internet pour maximiser les contacts et les retombées
- Participer à un salon pro pour rencontrer des journalistes et influenceurs spécialisés dans le tourisme

Ateliers numériques pour les prestataires touristiques

Pour accompagner au mieux les acteurs touristiques, l'Office de Tourisme Destination Sud-Ardenne propose des ateliers de prise en main des principaux outils numériques, en petits groupes. De nouveaux thèmes ont été proposés en 2025, afin de coller aux tendances et aux attentes des prestataires. **4 ateliers ont eu lieu**, touchant 10 participants :

- Je me lance sur Facebook
- J'utilise Canva pour soigner mes visuels
- J'améliore mes photos et mes vidéos
- J'accueille journalistes et influenceurs

L'accompagnement par l'équipe de l'Office de Tourisme peut également passer par des **RDV personnalisés** avec les prestataires ayant des besoins spécifiques, ou dont les attentes couvrent plusieurs thèmes d'ateliers.

Ce travail partenarial a pour ambition d'**accroître la visibilité de la Destination Sud-Ardenne** sur les principaux canaux d'information et de promotion. D'autres thèmes devraient suivre dans les prochaines années, en lien avec la communication, la commercialisation, l'éco-tourisme, les labels, l'accueil, la relation clients...



PROJETS 2025 - Mission Ingénierie / Animation numérique du territoire

- Élargir les thématiques des ateliers et des RDV personnalisés
- Doubler le nombre d'ateliers et de RDV personnalisés
- Impliquer toute l'équipe dans les ateliers et des RDV personnalisés
- Proposer un planning tenant compte des disponibilités des acteurs touristiques (calendrier panaché)
- S'appuyer sur le programme Interreg VI pour proposer de nouvelles modalités d'accompagnement

PROJETS 2026 - Mission Ingénierie / Animation numérique du territoire

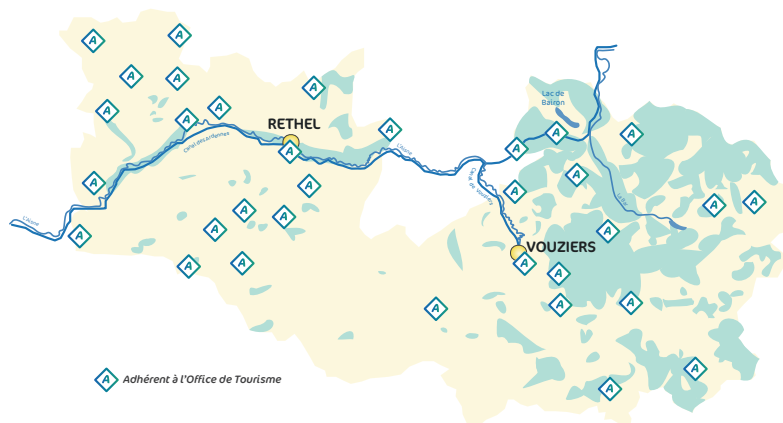
- Continuer à élargir les thématiques des ateliers et des RDV personnalisés
- Augmenter le nombre d'ateliers et de RDV personnalisés
- Impliquer toute l'équipe dans les ateliers et des RDV personnalisés
- Proposer un planning tenant compte des disponibilités des acteurs touristiques (calendrier panaché)

Les adhérents de l'Office de Tourisme

Tous les prestataires touristiques du Sud-Ardenne peuvent adhérer à l'Office de Tourisme afin de bénéficier de services renforcés. L'adhésion est obligatoire pour bénéficier des ateliers numériques et RDV personnalisés. Fin 2025, l'OT comptait 42 adhérents (contre 22 en 2024) :

- **7 adhérents Standard**
- **35 adhérents Confort**

Parmi les adhérents de l'Office de Tourisme, on dénombre 24 hébergeurs (57% de l'ensemble), 10 producteurs ou artisans et 8 prestataires d'activités.



TRAVAILLER EN RÉSEAU, ENTRETENIR LES LIENS ET FAVORISER L'INTERCONNAISSANCE

4 rencontres leur ont été proposées entre avril à septembre, sous des formats variés qui avaient tous pour objectif de créer du lien et de leur donner l'opportunité de visiter l'un de leurs lieux touristiques. Chaque gérant a pu expliquer son parcours et sa stratégie :

- Visite du camping Les Naïades, de son restaurant et de son étang de pêche
- Découverte de la ferme pédagogique apicole Le Rucher du Marcassin
- Murder party chez les Insolites d'Ardennes
- Visite de l'espace Carré Zen de Terre et Soleil

MONTER EN COMPÉTENCES

L'accès aux ateliers thématiques et aux RDV personnalisés est une motivation pour l'adhésion de certains prestataires. L'équipe a également cherché d'autres façon d'accompagner ses adhérents, suite à des retours mitigés sur la saison écoulée. En fin d'année, le projet de faire intervenir un spécialiste pour aider les hébergeurs à s'adapter aux aléas de la conjoncture actuelle a dû être annulé en 2025 faute d'un nombre suffisant de participants.

Une réflexion était en cours pour proposer un autre format aux adhérents et aux non-adhérents, afin de répondre aux attentes de tous ceux qui souhaitent améliorer et optimiser leur gestion locative en collant aux outils et tendances actuelles.



DONNER DE LA VISIBILITÉ

Certains adhérents ont rejoint l'OT afin de bénéficier de la participation aux salons professionnels comme le pavillon Sud-Ardenne sur Tendances Nature à Reims (*lire pp. 16-17*), le salon de l'Agriculture à Paris en partenariat avec la Chambre d'Agriculture et la Région Grand Est, ou la Foire de Châlons sur le stand de l'Entente Argonne.

Tout au long de l'année 2025, **12 portraits d'adhérents** ont été rédigés et diffusés ou planifiés sur Facebook, LinkedIn. Tous sont diffusés sur le blog « pros » du site internet, afin d'offrir aux acteurs concernés plus de référencement à long terme. Chacun faisait suite à un reportage de terrain avec interview, échanges sur le rédactionnel et valorisation des offres portées par l'adhérent.

En novembre, des réunions de concertations ont été proposées afin de faire évoluer la politique d'adhésion en tenant compte des attentes des socioprofessionnels.

PROJETS 2025 - Mission Ingénierie / Adhésions

- ✓ Étendre la gamme de services inclus dans l'adhésion
- ✓ Doubler le nombre d'adhérents à l'Office de Tourisme

PROJETS 2026 - Mission Ingénierie / Adhésions

- Continuer à faire évoluer la gamme de services inclus dans l'adhésion
- +20% d'adhérents
- Mise en place d'une politique *Ambassadeur du territoire* basée sur les adhérents
- Continuer à valoriser les adhérents sur les actions hors les murs
- Proposer des intervenants extérieurs correspondant aux attentes des adhérents

Animation des filières touristiques

1 - VISITE DES NOUVEAUX HÉBERGEMENTS

L'Office de Tourisme visite chaque nouvel hébergement touristique en vue de son référencement sur les supports de promotion (web et brochures). Ces rencontres permettent également de faire connaissance et de créer un lien.

En lien avec l'ADT, l'équipe accompagne également chaque visite effectuée en vue du classement en étoiles ou de la labellisation Clévacances d'un hébergement touristique. Ce sont des moments privilégiés pour appréhender l'offre locale, et pour faire en sorte que les acteurs touristiques identifient l'Office comme l'un de leurs interlocuteurs privilégiés.

2 - LES RENCONTRES « HÉBERGEURS »

Chaque année depuis 2024, des rencontres dédiées aux hébergeurs sont programmées : une dans le Rethélois et une en Argonne. Objectif : favoriser les échanges d'astuces et de bonnes pratiques ainsi que les liens entre acteurs touristiques. En 2025, ces réunions ont eu lieu **les 6 et 7 novembre**, offrant l'occasion de visiter *Du Panier au gîte* et *Ô Rethel jacuzzi*. L'ADT est intervenue aux côtés de l'équipe pour des rappels portant sur la législation.

Des liens forts avec et entre les acteurs touristiques

1 - LES RDV DES PROS

Fin janvier et début février, les hébergeurs, restaurateurs et gérants d'activités touristiques du Sud-Ardenne ont été invités à **2 soirées** leur permettant de s'approprier le nouveau site internet de la Destination Sud-Ardenne ainsi que l'ensemble des services et actions mis en place par l'Office de Tourisme. À **la Villa Santina** (Rethel) et à **la Corrérie** (Tannay - Le Mont-Dieu), les participants ont découvert des lieux d'excellence et/ou en plein développement. Ils ont pu échanger entre eux et avec l'équipe.



2 - LE CONSEIL DES ACTEURS DU TOURISME

Les 3 groupes de travail se sont tous réunis pour échanger :

- **Groupe « Promouvoir et séduire »** - réuni en février autour de Julie afin de travailler sur la future brochure Tourisme de mémoire (*projet reporté malgré la méthodologie mise en place pour stimuler la participation des communes : constitution d'une base de données, appels téléphoniques à toutes les mairies, envoi de liens Doodle pour provoquer des réunions de secteurs - reporté à fin 2026 cf. nouvelle mandature*)
- **Groupe « Concevoir et vendre »** - réuni en mars autour d'Agathe pour échanger sur la brochure Escapades (*pochette et fiches produits sorties en fin d'année, lire par ailleurs p.13*)
- **Groupe « Accompagner et fédérer »** - réuni en février autour d'Anne-Flore et Sophie sur le thème de l'espace pros du site web et d'un projet de photothèque partagée

En décembre, la séance plénière a malheureusement dû être annulée, faute d'un nombre suffisant de participants. Elle sera reportée en 2026.

3 - BOURSES D'ÉCHANGE DE DOCUMENTATION TOURISTIQUE

En avril et en mai, 2 bourses d'échange ont été proposées afin de contribuer à la diffusion des brochures de l'OT, de partager les actualités de l'OT et de permettre aux acteurs touristiques d'échanger leurs supports.

Le premier RDV était fixé au **Parc Argonne Découverte**, qui fêtait ses 20 ans et présentait ses nouveautés. Le second a eu lieu chez **Yauque**, salon de thé, salle de concerts/expos et boutique de produits locaux à Sault-lès-Rethel. Ces moments étaient ponctués de temps d'information sur les actualités de l'Office de Tourisme (promotion digitale, salons, ateliers...), de réponses aux questions et d'échanges entre participants.

PROJETS 2025 - Mission Ingénierie / Liens avec les acteurs touristiques

- ✓ Faire vivre le Conseil des Acteurs du Tourisme
- ✓ Continuer à créer du lien en proposant des RDV à dates, horaires et lieux variés (Soirées des Pros, bourses d'échanges, etc.)

PROJETS 2026 - Mission Ingénierie / Liens avec les acteurs touristiques

- Faire vivre le Conseil des Acteurs du Tourisme
- Continuer à créer du lien en proposant des RDV à dates, horaires et lieux variés (Soirées des Pros, bourses d'échanges, etc.)

Collaboration avec le réseau d'acteurs touristiques institutionnels

L'équipe est en contact régulier avec les équipes des organismes en charge du développement touristique départemental et régional. Ces échanges réguliers au quotidien assurent la visibilité de l'offre du Sud-Ardenne ainsi que l'efficacité des outils et actions mis en place collectivement. Voici les points marquants de l'année 2025 :

- **Commune de Nanteuil-sur-Aisne** (participation au jury de l'appel à manifestation d'intérêt pour la sélection d'un délégataire et la création d'une activité touristique au sein de l'ancienne maison éclusière)
- **Communautés de communes du Pays rethélois et de l'Argonne Ardennaise** (rencontres avec les services Tourisme, coopération sur la Taxe de séjour, la promotion des randonnées, réunion avec les associations...)
- **L'Union Départementale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative des Ardennes (UDOTSI)** a un nouveau Président et Julie RÉAU-DUBOIS est devenue secrétaire de l'association.
- **Agence de Développement Touristique des Ardennes** (échanges réguliers, contribution au magazine Inspirations et aux mises à jour des cartes, suggestions d'amélioration du SIT...)
- **Conseil Départemental des Ardennes** (briefing des saisonniers estivaux du point d'info de Bairon et coopération avec le service Tourisme, en complément de ses interactions avec les communautés de communes)
- **GEIE de l'Ardenne transfrontalière** (participation de toute l'équipe aux Rencontres de l'Ardenne à Houffalize en novembre)
- **Agence Régionale du Tourisme Grand Est** (service marketing avec création d'un des premiers comptes super-explorateurs sur MyExplore Grand Est, réunion annuelle de suivi, projet de réunion de présentation de l'EcoBoussole et de la plateforme Explore Grand Est, reportée à 2026)

Contribuer à des événements locaux

COLLECTIFS OCTOBRE ROSE

Dans le Rethélois comme en Argonne Ardennaise, l'Office de Tourisme a participé aux collectifs portant les événements organisés pour prévenir, sensibiliser et lever des fonds en faveur de la lutte contre le cancer du sein :

- Valorisation des animations touristiques sur les réseaux sociaux et via la vitrine du point d'accueil de Vouziers
- Collecte de dons via une animation Photo souvenir sur une randonnée à Marcq (le 25 octobre)
- Boîtes à dons

Les recettes ont été reversées à la Ligue Contre le Cancer.

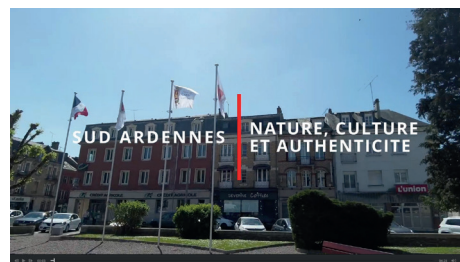


MAI À VÉLO

- Participation aux actions impulsées par la Ville de Vouziers dans le cadre de l'opération nationale
- Diffusion du programme sur le salon Tendance Nature et sur les étapes du Circuit des Ardennes à Rethel et à Bairon
- Relais actifs sur les réseaux sociaux
- Mise en place d'une vitrine sur le thème du vélo au point d'accueil de Vouziers, en collaboration avec la Routourne
- Animation smoothyclette avec le matériel de la Communauté de Communes lors de la journée d'animation en marge de la Foire de Vouziers

PARTENARIATS AVEC LA SPHÈRE SCOLAIRE

- Avec le collège Vallière de Sault-lès-Rethel, accompagnement d'une classe de SEGPA pour travailler sur un film sur le patrimoine du Sud-Ardenne. (début janvier 2025). Remise de documentation touristique avec des informations historiques sur les lieux sélectionnés par la classe, intervention en classe, présence lors de la journée de tournage (avril 2025), relais du film sur les réseaux sociaux de l'OT : (Facebook, Instagram, YouTube).



- Accueil de stagiaires de la 3^{ème} au BTS (*lire par ailleurs p. 7*)
- Participation au **Forum des métiers** du collège Paul-Drouot à Vouziers
- À l'initiative de la Ville de Vouziers, l'Office de Tourisme a fourni à tarif préférentiel + 150 kits d'explorateurs **À la Recherche de l'avion de Roland Garros** pour une sortie scolaire impliquant autant d'élèves des écoles Dora-Lévi et Saint-Louis (élèves de cycle 3), à l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine. Cette animation a permis aux élèves de découvrir l'activité, de mieux connaître l'histoire de la ville, son patrimoine, ses anecdotes... L'OT a observé de très bons retours des enseignants et des partenaires.



- Chaque année en juin, plusieurs membres de l'équipe de l'Office de Tourisme participent aux épreuves orales du BTS Tourisme au Lycée Bazeilles, en tant que jury professionnel, aux côtés de professeurs de la région, en particulier dans le cadre des épreuves *Élaboration d'une prestation touristique* et *Parcours de professionnalisation à l'étranger*.

SOUTIEN AUX ACTIONS DES COMMUNAUTÉS PROFESSIONNELLES TERRITORIALES DE SANTÉ

Dans une logique de convergence entre attractivité touristique et attractivité résidentielle, l'OT est sollicité par ses partenaires pour contribuer à certaines actions de promotion territoriale à destination des internes, potentiels futurs médecins candidats à l'installation sur le territoire

- En Argonne Ardennaise, l'Office de Tourisme a co-animé une **soirée de présentation** au Parc Argonne Découverte en avril, **vendu des séjours packagés** invitant à découvrir le Sud-Ardenne, et produit des **contenus envoyés via newsletter**.
- Sur le Pays rethélois, l'Office de Tourisme a **vendu** à la Communauté de Communes du Pays rethélois **un séjour packagé** invitant à découvrir le Sud-Ardenne ainsi que des **paniers garnis** remplis de saveurs locales.

PROJETS 2025 - Mission Ingénierie / Diversification des publics

- ✓ Poursuivre les partenariats, en fonction des opportunités qui se présentent et des initiatives de l'équipe

PROJETS 2026 - Mission Ingénierie / Diversification des publics

- Poursuivre les partenariats, en fonction des opportunités qui se présentent et des initiatives de l'équipe
- Participer à des forums des métiers (selon leur format et leurs cibles)

1 - DÉCOUVERTE DU PATRIMOINE DÈS LE PLUS JEUNE ÂGE

• Escape game urbain Ô Voleurs (Reithel) : l'année a malheureusement été marquée par la cessation soudaine d'activité de l'entreprise qui hébergeait le jeu ainsi que l'appli mobile qui le faisait fonctionner. Voici un bilan de ce produit digital qui avait été développé par l'Office de Tourisme en 2021 :

- **20 parties vendues** entre janvier et juin 2025
- 103 parties vendues depuis l'origine (dont 57 en 2024)
- Note moyenne laissée par les utilisateurs = 4,2 / 5

L'activité durait en moyenne 1h15, et proposait aux visiteurs de découvrir le patrimoine de la ville de Reithel en résolvant une enquête qui les transportait à l'époque de Paul Verlaine.

L'équipe de l'Office de Tourisme est en capacité de proposer d'autres produits de visite permettant de découvrir le patrimoine en toute autonomie, sous une forme ludique et de gamification de l'offre. Sous réserve d'un budget et d'un temps humain dédiés, il s'agirait de créer des contenus et de les diffuser sur des plateformes spécialisées.

• Kit d'explorateur à la recherche de l'avion de Roland Garros (Vouziers) : **28 kits vendus** (en-dehors de l'opération conjointe avec la Ville et les écoles de Vouziers, lire page précédente).



2 - ORGANISER OU FACILITER LES VISITES DES VILLES DE REITHEL ET VOUZIERS

• En mai, l'OT s'est associé au Musée L'Agora et à la Communauté de Communes du Pays rethélois afin de proposer des visites de Reithel sur le thème de l'art déco, à l'occasion de la **Nuit des Musées** et de la célébration du centenaire de l'**Art Déco**. L'OT a mis en contact le musée avec l'architecte Karine Vangierdegom, récemment de retour à Reithel et qui proposait de créer des visites guidées. L'Office a accompagné la visite et proposé un goûter à base de produits locaux aux **20 participants** (jauge complète).

• En juin, la Ville de Vouziers a célébré **Albert Caquot**, grand ingénieur et concepteur du pont qui porte désormais son nom au-dessus de l'Aisne, à l'entrée de la Voie Verte Sud-Ardenne. 2 visites guidées de la ville ont été animées par Michel COISTIA et Gilles DÉROCHE. Les **15 participants** ont exploré les lieux marqués par Albert Caquot : la ferme familiale, la voûte du cinéma Les Tourelles, l'ancien cinéma Le Stella et le fameux pont à l'entrée de la ville. L'OT a relayé l'information sur les réseaux sociaux et sur son site internet, assuré les inscriptions et a accompagné l'une des visites.



• En juillet-août, tous les mardis, Karine Vangierdegom a assuré des **visites flash de la ville de Reithel** en tant qu'agent saisonnière de l'OT. Ces balades commentées étaient destinées tant aux touristes qu'aux habitants. Cette proposition a conquis **112 personnes** et généré une recette de 510€ (5 dates complètes sur 7). Cette organisation inédite a également été bénéfique pour cultiver l'image patrimoniale de Reithel et contribuer à identifier la nouvelle adresse de l'Office de Tourisme, point de départ des visites.

• En septembre, à l'occasion des **Journées Européennes du Patrimoine**, l'OT s'est de nouveau associé avec Karine Vangierdegom afin de proposer un autre parcours de visite, dans le cadre d'une prestation de services. Toujours au départ de l'OT, les **40 participants** (2 séances complètes) ont sillonné la ville jusqu'à l'église des Minimes (Saint-Rémi), puis jusqu'aux Halles, en passant par l'Hôtel de Ville et de nombreuses façades remarquables, en terminant notamment par la Villa Santana.

3 - LES AUTRES CONTENUS ET PROPOSITIONS MISES À DISPOSITION DU PUBLIC

- Visite virtuelle audio-guidée de l'église Saint-Nicolas (Rehél) sur l'appli IziTravel (accès libre).
- Le programme local des sites ouverts à l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine est largement relayé sur les réseaux sociaux, sur le site internet de l'OT et vis-à-vis de la presse régionale.

Réflexion sur la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise

1 - UN FONCTIONNEMENT ÉCORESPONSABLE, INCLUSIF ET RAISONNÉ

Après les premières réflexions menées en interne sur les dimensions que pourrait couvrir le plan d'actions de l'OT en matière de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise, et sur les pistes d'actions, l'équipe souhaitait bénéficier d'un regard extérieur en accueillant un jeune étudiant susceptible de formaliser un document et de faire des propositions pertinentes pour la structure.

Malheureusement, ce vœu n'a pas abouti, faute de candidat. Néanmoins, les valeurs portées se traduisent par des actes concrets tout au long de l'année :

- Achats aussi locaux que possible (imprimeurs, artisans, commerçants...)
- Inclusion de publics éloignés de l'emploi, comme les jeunes suivis par la Mission Locale (*lire p. 7*)
- Travail sur l'accessibilité du site internet (qui remplit à 92% les critères du Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité)
- Sensibilisation de plusieurs membres de l'équipe à l'écriture en FALC (Facile à lire et à comprendre) afin de produire des contenus accessibles aux personnes en difficulté avec la lecture du français
- Gestion rigoureuse des moyens de travail et des consommables
- Optimisation des déplacements professionnels par covoiturage en interne ou avec les partenaires
- Soins portés au tri des déchets
- Réemploi de matériaux pour la création de mobilier en boutique
- (*liste non-exhaustive*)

Ces différents exemples illustrent de **bonnes pratiques quotidiennes** et sur tous les aspects opérationnels de la vie de l'Office de Tourisme.

2 - LE TRANSFERT DE COMPÉTENCES EN INTERNE

En septembre, Sophie a animé un atelier auprès de ses collègues afin de **partager avec l'équipe** les bonnes pratiques à cultiver sur le réseau social professionnel LinkedIn. Cette séance a permis à chaque membre de l'équipe d'étoffer ses compétences, et de contribuer à porter toujours + l'image de la Destination Sud-Ardenne.

Ce premier atelier a vocation à être renouvelé, pour favoriser le transfert de compétences au sein de l'équipe.

PROJETS 2025 - Mission Ingénierie / Diversification des publics

- Accueillir un étudiant susceptible de contribuer à élaborer la RSE de l'OT durant une période de stage
- Élaborer un document public afin de faire connaître les contours de cette RSE
- S'inspirer de la Semaine de la Qualité de Vie au Travail et stimuler le transfert de compétences en interne

PROJETS 2026 - Mission Ingénierie / Responsabilité Sociétale de l'Entreprise

- Continuer à s'inspirer de la Semaine de la Qualité de Vie au Travail afin de stimuler le transfert de compétences en interne

Dans une logique d'évaluation, d'optimisation de ses moyens et d'amélioration constante des services rendus au public, aux prestataires et à ses partenaires, l'Office de Tourisme édite chaque année ce Rapport d'activités en mettant en évidence les actions phares, les chantiers menés à bien et ceux qui restent à entreprendre.

1 - LES ACTIONS « BONUS » DE L'ANNÉE 2025

Cette année 2025 ayant été marquée par de nombreux imprévus et ayant nécessité une **capacité d'adaptation accrue** de la part de l'équipe, voici une liste non-exhaustive de petits et grands projets imprévus et menés à bien **sans porter préjudice** aux missions courantes et quotidiennes de l'Office de Tourisme :

- **Avril** : préparation du déménagement du point d'accueil de Rethel
- **Avril** : accueil de la réunion mensuelle de l'association Dynamic Argonne
- **Mai** : agencement complet de l'échoppe de Rethel
- **Mai** : participation à la réunion de lancement des travaux de prolongement de la Voie Verte Sud-Ardenne à l'invitation de la Communauté de Communes de la Champagne Picarde
- **Juin** : travaux plus conséquents que prévu que le plafond de l'accueil à Vouziers (gros œuvre, poussière et gravats à côté des bureaux et en haute saison).
- **Septembre** : inauguration conjointe avec la SNCF du point d'accueil de Rethel avec marché de producteurs et animations (jeu interactif avec Ludik'Sens, photobooth de l'OT).



- **Septembre-octobre-novembre** : propositions de paniers de Noël aux communes, entreprises et associations du Rethémois. Actions marketing, emailing, phoning, mise en place d'une solution de paiement en ligne, confection des paniers...
- **Novembre** : lancement d'une cagnotte pour soutenir la restauration de la Chartreuse du Mont-Dieu, ravagée par un incendie (relais sur les réseaux sociaux + urne pour dons en échange de cartes postales)
- **Novembre** : animation intégrale d'une des 2 réunions de présentation de la taxe de séjour sur le Pays rethémois (*en remplacement de l'agent absent*)
- **Décembre** : inauguration de l'échoppe de Noël à Vouziers avec animations (quizz interactif et dégustations dans le noir)



- **Décembre** : création d'un dossier de presse en 3 jours
- **Fin d'année** : transfert d'informations à la Communauté de Communes de l'Argonne Ardennaise pour le montage juridique de la SPL Argona (*retours d'expérience et modèles de documents*)
- **Toute l'année** : accompagnement des stagiaires et des alternants

2 - IL A FALLU S'ADAPTER !

- **Février** : arrivée surprise d'un stagiaire en BTS Négociation et digitalisation de la relation client (solicitation J-4 avant le début de son stage). Lancement d'une campagne de phoning systématique des groupes de seniors du Grand Est, des Hauts-de-France et d'Île de France en vue de la vente de séjours packagés.



- **Juillet** : départ soudain de l'alternante et recherche d'une alternative pour tenir l'accueil en haute saison. Ce qui était un handicap s'est converti en opportunité, avec l'embauche d'une saisonnière en mesure de proposer des visites guidées de la ville de Rethel (*lire par ailleurs p.28*)

- **Juillet-août** : supervision de l'échoppe de Rethel suite au départ de l'alternante

- **Décembre** : arrêt maladie de l'alternante pour une durée minimum d'1 mois

3 - LES INDICATEURS ET SIGNAUX QUI ACCOMPAGNENT CETTE FLEXIBILITÉ MAXIMALE

- Les actions hors les murs, les imprévus et les aléas de la vie conduisent régulièrement à faire tenir les points d'accueil de l'office par des agents censés être mobilisés sur d'autres missions (*Julie, Anne-Flore et Sophie ont ainsi assuré l'accueil du public 37 jours sur l'année, soit environ un ETP sur 2 mois*)

- Agathe a été impactée par chaque absence pour maladie de l'une ou l'autre des salariées en apprentissage (**52 jours** durant lesquels l'accueil l'a empêchée de mener pleinement ses missions de commercialisation)

- Néanmoins, **l'amplitude d'ouverture est peu impactée par ces imprévus** :

- Sur les 37 jours de salons / hors les murs, **seul 1 a conduit à la fermeture** des 2 points d'accueil. C'est le résultat d'un effort permanent de réorganisation interne, rendu possible par l'implication des agents au-delà de leurs missions initiales.

- Sur 2025 à Vouziers : 121 jours d'ouverture + 95 demies-journées

- Sur 2025 à Rethel : 114 jours d'ouverture + 113 demies-journées

- À noter : les 37 jours hors les murs représentent 45 jours de travail (*fonctionnement en binôme à chaque fois que nécessaire*) et ne sont pas des journées de 7h (*cf. temps de route, d'installation, de démontage...*)



PLAN D' ACTIONS | Nouveautés 2026

ACCUEIL & INFORMATION



- Optimiser les modalités de réponse
- Identifier comment mieux qualifier les flux

BOUTIQUE & BILLETTERIE



- Gamme de souvenirs pour enfants
- Mise en place d'une boutique sensorielle
- Augmentation du panier moyen
- Actions commerciales dynamiques
- Réforme sur la facture électronique

COMMERCIALISATION



- Nouveaux packages
- Campagnes de mailing et/ou de phoning
- Salon dédié aux groupes ou aux CSE
- Relance contacts existants
- Eductour Teambuilding
- Exploiter la plateforme Explore Grand Est
- Formation sur des séjours spécifiques

ANIMATION DE FILIÈRES



- Animation de réunions
- Accompagnement des prestataires pour l'adhésion à des labels et certifications

ANIMATION DU RÉSEAU DE PROS



- Faire vivre le Conseil des Acteurs du Tourisme
- Politique Ambassadeur du territoire
- RDV à dates, horaires et lieux variés (Soirées des Pros, bourses d'échanges, etc.)
- +20% d'adhérents
- Faire évoluer la gamme de services inclus dans l'adhésion à l'OT
- Entretenir les liens avec les territoires voisins (Ardennes, Aisne, Marne, Meuse)

ANIMATION NUMÉRIQUE DU TERRITOIRE



- Élargir les thématiques et augmenter le nombre d'ateliers et RDV
- Impliquer toute l'équipe

PROMOTION DIGITALE



- Production de vidéos (en interne)
- Budget publicitaire sur les réseaux sociaux
- Fluidité de la Gestion de la Relation Client
- Continuer à animer le site internet (IA)
- Amplifier la newsletter mensuelle
- Matériel pour diffusion de podcasts

PROMOTION MULTI-SUPPORTS



- Exploiter la machine de découpe
- Réédition + extension de la collection de brochures
- Lancement des Relais d'Information Touristique
- Relations presse locale, spécialisée et étrangère + stimulation réseau d'influenceurs
- Salon pro Journalistes et influenceurs
- Enrichir la bibliothèque de photos / vidéos

ÉVÉNEMENTIELS



- Participer à des événements moins classiques (au-delà du champ touristique)
- Aller là où on ne nous attend pas
- Travailler sur un stand collectif sur un salon pour le Tourisme d'affaires
- Emmener les adhérents là où ce sera possible

RESSOURCES HUMAINES



- Formation continue du personnel
- Points d'équipe réguliers
- Eductours
- Former les jeunes aux métiers d'un OT 360° (stagiaires) + Forum des métiers

RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DE L'ENTREPRISE



- Valorisation auprès du grand public
- Transfert de compétences en interne

ACTIONS TRANSVERSALES



- Permettre à l'équipe d'être moins impactée par les imprévus qui modifient la poursuite de ses missions quotidiennes
- Veille stratégique sur les missions de l'OT