



## LA CHAMPAGNE

### 1. Organisme(s) partenaires du contrat

Porteur du projet : Comité Champagne (Comité interprofessionnel du Champagne).

Partenaires financiers : Comité Régional du Tourisme de Champagne-Ardenne ; CDT de l'Aube, ADT de la Marne, MDT de la Haute-Marne, ARDT de l'Aisne, CDT de la Seine-et-Marne, en lien avec les Offices du Tourisme de l'appellation d'origine protégée Champagne et les acteurs privés.

### 2. Thématiques

L'œnotourisme est le cœur de ce contrat de destination ; il constitue une porte d'entrée de nature à favoriser le développement d'une offre touristique complète et cohérente autour de l'appellation Champagne.

En effet, la destination La Champagne est portée par le nom d'un vin bénéficiant d'une notoriété et d'une image d'excellence et de prestige incomparables au niveau international : Le Champagne. Il n'existe pas de traduction de ce nom, qui est protégé dans un nombre important et croissant de pays en tant qu'indication géographique ou appellation d'origine protégée. Enfin, le Champagne est le principal facteur d'attractivité touristique de La Champagne.

### 3. Objectifs stratégiques pour la destination

Dans la logique des orientations nationales, améliorer la compétitivité et l'attractivité œnotouristiques de la Champagne en construisant une destination touristique française incontournable.

### 4. Principaux axes d'actions du contrat

Bâtir une stratégie globale de développement touristique pour la destination, s'appuyant sur :

- Une stratégie de marque territoriale touristique partagée afin d'accroître la visibilité et l'attractivité du territoire sur la scène internationale, et dont le lancement est envisagé au cours du dernier trimestre 2016, cohérente avec l'intégrité et le positionnement de l'appellation d'origine protégée Champagne.
- Une stratégie d'amélioration de la qualité de l'offre afin d'adapter celle-ci aux attentes des clientèles étrangères
- Une stratégie de promotion et de mise en marché établie à partir des attentes des segments de clientèle identifiés comme prioritaires (Grande-Bretagne, Belgique, Chine et Japon)
- Une stratégie numérique de territoire ambitieuse et innovante
- Des outils d'analyse et d'observation permettant d'une part d'évaluer les retombées des actions entreprises et d'autre part de disposer d'indicateurs économiques pertinents à l'échelle de la destination
- La participation de l'ensemble des partenaires du contrat de destination à Destination Vignobles, événement international majeur qui permettra d'accueillir en Champagne, en octobre 2016, plus de 150 opérateurs œnotouristiques du monde entier pour renforcer la commercialisation et la programmation de La Champagne.

