

**CONSEIL COMMUNAUTAIRE DU 11 OCTOBRE 2019**

Date de convocation et d'affichage : 05 octobre 2019

La séance, présidée par Monsieur François BAROIN, Président, est ouverte à 18h 45.

**Présents :**

**Mmes** AMILHAU Marie-Pierre, BAZIN-MALGRAS Valérie, BETTINGER Sylvianne, BLUM Catherine, CODAZZI Colombe, COLFORT Jacqueline, DUCHENE Annie, FEVRE Dolly, FINET Odile, FRAENKEL Stéphanie, GRANDPIERRE Elisabeth, GREMILLET Annie, HELIOT-COURONNE Isabelle, JOLLIOT Marie-France, KAWLACK Christelle, LE CORRE Marie, LEMELLE Flavienne, LEROY Marie-Thérèse, MALARMEY Michèle, MARIE Sylvie, OUADAH Karima, PATELLI Lise, PAUTRAS Marie-Françoise, PETIT Sandrine, PHILIPPON Elisabeth, PORTIER-GUENIN Françoise, RABAT-ARTAUD Nadia, RICHARD Sophie, ROBERT Isabelle, ROTH Michèle, ROUSSELOT Nicole, ROUVRE Annie, SAUBLET SAINT-MARS Véronique, THOMAS Christine, ZAJAC Anna

**MM.** ABEL Jean-Pierre, ARBONA Philippe, BACHMANN Jean-Marie, BALLAND Alain, BAROIN François, BEAUSSIER Jean-Marie, BERTHOLLE Jean-Paul, BILLET André, BLANCHARD Dominique, BLANCHON David, BLASCO Thierry, BLASSON Christian, BOISSEAU Dominique, BRANLE Christian, BRET Marc, CASTEX Jean-Marie, CHAMPAGNE Anicet, CHAPLOT Roland, COTEL Philippe, DE VILLEMEREUIL Gérard, DEHAUT Francis, DELAITRE Guy, DENIS Valéry, DEON Philippe, DESROUSSEAU Pascal, DUQUESNOY Olivier, FARINE Bruno, FAURE Gilbert, FRAPIN David, GACHOWSKI Jacques, GAILLARD Paul, GAURIER Claude, GATOUILLAT Marcel, GERARD Fabien, GIRARD Marc, GIRARDIN Olivier, GONCALVES José, HANDEL William, HONORE Nicolas, HUBINOIS Alain, HUMBERT Christophe, KISSERLI Jean-Marie, LECLERC Jean-Claude, LEIX Jean-François, LEPRINCE Didier, MANDELLI François, MEIRHAEGHE Jean-François, MENUET Gérard, MOCQUERY Bernard, MOCQUERY Philippe, MOCQUERY Régis, MONTAGNE Jean-Jacques, PEUCHERET Alain, POTTIER Denis, RESLINSKI Jean-François, RICHARD Olivier, RIGAUD Jacques, ROBLET Bernard, ROYERE Raynald, RUDENT Michel, SAINTON Michel, SAUNOIS Serge, SAUVAGE Philippe, SCHMITT Philippe, SEBEYRAN Marc, SERRA Frédéric, SUBTIL Bruno, TRIBOT Philippe, VAN de ROSTYNE Alain, VIART Jean-Michel, VOLHUER Michel

**Représentés :** GARNERIN David par COLLIN Isabelle, URBAIN Sandrine par ISSELIN Jean-Claude, RAGUIN Jacky par ADLOFF Gérard, VETTER Claude par SIMON Chantal

**Sont excusés et ont donné pouvoir :** BOUCHOT Chantal à JOLLIOT Marie-France, REHN Yves à RIGAUD Jacques, SEBBARI Samira à PAUTRAS Marie-Françoise, TRUELLE Hubert à DUQUESNOY Olivier, COURTOIS Jean-Christophe à COTEL Philippe, DRAGON Jean-Luc à GREMILLET Annie, LEDOUBLE Catherine à ROTH Michèle, ZWALD Jérémy à CODAZZI Colombe, SPILMANN Marcel à DELAITRE Guy, ROTA Colette à ABEL Jean-Pierre, ARNAUD Jean-Jacques à FINET Odile, GANTELET Bruno à MENUET Gérard, BAUDOUX Bruno à SERRA Frédéric, BEURY Jeanne-Laure à FRAENKEL Stéphanie, CHEVALIER Bertrand à HELIOT-COURONNE Isabelle, GARIGLIO Elisabeth à LE CORRE Marie, LEYMBERGER Brigitte à GRANDPIERRE Elisabeth

**Excusés :** GRIENENBERGER Daniel, GRAFTEAUX-PAILLARD Marie, LANDREAT Pascal, MOSER Alain, SIMON Véronique

**Absents :** PARIGAUX Jean-Louis, BAILLY Jean-Marie, MARTINOT Bruno, MOUILLEFARINE Jean-Claude

**Sont présents mais ne participent pas au vote, étant en conflit d'intérêt :** SEBEYRAN Marc, HELIOT-COURONNE Isabelle, DUCHENE Annie, GIRARDIN Olivier, SUBTIL Bruno

Le Conseil communautaire a choisi comme secrétaire de séance Stéphanie FRAENKEL.

<b>DELIBERATION N°29</b>	<b>Pacte de destination la Champagne - Coopération entre Troyes Champagne Métropole et la Région Grand Est pour la campagne de promotion touristique</b>
<b>RAPPORTEUR</b>	<b>Lise PATELLI</b>

Nombre de membres : 136		Vote			
Présents	Suffrages exprimés	Pour	Contre	Abstention	Non-participation
110	121	121			5

**Madame Lise PATELLI est désignée représentante de Troyes Champagne Métropole au Comité stratégique local de destination. Le présent rapport est adopté à l'unanimité des suffrages exprimés.**

**CONSEIL COMMUNAUTAIRE DU 11 OCTOBRE 2019**

**PACTE DE DESTINATION LA CHAMPAGNE  
COOPERATION ENTRE TROYES CHAMPAGNE METROPOLE ET LA REGION GRAND EST  
POUR LA CAMPAGNE DE PROMOTION TOURISTIQUE**

Annexes : convention cadre du pacte de destination La Champagne (annexe 1) -  
convention de partenariat (annexe 2)

Exposé :

Le schéma Régional de Développement Touristique (SRDT), piloté par la Région Grand Est avec les acteurs du tourisme tant institutionnels que privés, a positionné les cinq destinations touristiques phares qui composent notre Région (l'Alsace, l'Ardenne, la Champagne, les Vosges et la Lorraine) comme vecteurs d'attractivité en matière de promotion touristique.

En ce sens, le Pacte de destination la Champagne co-produit entre la Région et les acteurs publics/privés du tourisme pose les bases d'une convention cadre (annexe 1) visant à mutualiser des actions pour révéler les atouts touristiques de la Champagne, et les promouvoir.

Sur le plan opérationnel, les comités techniques organisés par l'Agence Régional du Tourisme (ART) ont bâti une stratégie de communication pour promouvoir la Champagne historique et viticole commune à trois départements (Aube, Marne et Haute-Marne) et un plan concerté d'actions autour d'actions de communication et d'un socle marketing mutualisé (site Internet de destination, gestion de la relation client, animation de la marque de destination,...)

Aussi, Troyes Champagne Métropole saisit l'opportunité qu'offre la « marque chapeau » la Champagne, nouvel étendard de trois départements de l'ancienne Région Champagne-Ardenne, pour promouvoir son territoire de 81 communes au travers de thématiques en phase avec ses atouts et son positionnement :

- l'œnotourisme (focus sur le « Champagne Day » en octobre 2019 à Troyes),
- le tourisme de nature : le vélo (dont le VTT), le lac d'Orient et le Parc Naturel Régional, le Pays d'Othe,
- le patrimoine et la culture (La Ville aux mille couleurs : maisons à pans de bois et hôtels particuliers, découvertes patrimoniales Troyes et Troyes Champagne Métropole),
- le "City Break" (shopping, culture, romantisme, gastronomie, expériences patrimoniales citadines...).

Les campagnes de communication sont digitales. Des supports numériques sont utilisés tels que les réseaux sociaux (Facebook, Instagram), le site Internet Accor-hotels, «Oui SNCF» et des campagnes sous forme de bannières sur un panel de sites Internet ciblés.

Ces actions sont financées sur la base d'une mutualisation des moyens entre la Région et les partenaires. La Région, par l'intermédiaire de l'Agence Régionale du Tourisme (ART), abonde à hauteur de un euro pour un euro dépensé par les acteurs publics ou privés. Ainsi, ces plans d'actions sont co-financés par les acteurs du

tourisme de la Champagne et la Région Grand Est. Les conditions financières sont exposées dans la « Convention de partenariat financier » (annexe 2).

En conséquence, la contribution financière de Troyes Champagne Métropole s'élèverait à 40 000 € pour 2019.

Les crédits sont inscrits au budget 2019, dans le cadre de la communication de la Marque Touristique Territoriale. Cette dépense sera financée par le produit de la Taxe de Séjour.

**Décision :**

Au bénéfice de ces informations, il vous est proposé :

- **D'AUTORISER Monsieur le Président de Troyes Champagne Métropole ou son représentant à signer la convention cadre du Pacte de destination La Champagne ainsi que la convention de contribution financière annexées au présent rapport ;**
- **DE DESIGNER .....comme représentant de Troyes Champagne Métropole au Comité Stratégique Local de destination ;**
- **D'AUTORISER Monsieur le Président de Troyes Champagne Métropole ou son représentant à signer tout acte administratif, juridique ou financier à intervenir en application du présent exposé des motifs.**

Vote	PARTICIPANTS	POUR	CONTRE	ABSTENTION	Non-participation au vote



## PACTE DE DESTINATION LA CHAMPAGNE ANNEE 2019

### Préambule

La Région Grand Est a fait le choix, à travers sa politique de développement du tourisme, de s'appuyer sur la notoriété de ses 5 destinations touristiques, que sont l'Alsace, l'Ardenne, la Champagne, les Vosges et la Lorraine et de croire fortement en la capacité des acteurs du tourisme de travailler ensemble, de mutualiser les moyens, d'innover afin d'assoir la réputation de leur destination touristique.

Les cinq destinations du Grand Est portent les valeurs du tourisme de sens, d'expériences et de partage qui sont mises en avant dans le cadre du Schéma régional de développement du tourisme. Elles proposent une offre non standardisée répondant à une demande d'authenticité et d'hyper personnalisation des expériences de visite au travers de thématiques signature comme l'itinérance, l'oénotourisme et la gastronomie, la mémoire, la nature, le patrimoine et la culture, le thermalisme et le bien-être.

La richesse marketing et la diversité territoriale de la Région Grand Est obligent à des réflexions stratégiques innovantes à l'échelle des destinations touristiques afin de donner à celles-ci toute leur puissance et leur capacité d'actions. Les cinq destinations structurent l'espace touristique régional et constituent une véritable opportunité qui permet de poser les bases d'une organisation territoriale performante.

En structurant son organisation touristique autour du principe de destinations, la Région Grand Est renforce une réalité identitaire de territoire perçue par le touriste.

Ces destinations pertinentes correspondent à la fois à des logiques marketing et à des logiques de mutualisation des ressources du territoire et c'est un enjeu important dans le cadre du Schéma Régional de Développement du Tourisme. L'innovation viendra notamment de la capacité des acteurs publics et privés à coordonner et concentrer leurs ressources humaines et financières à l'échelle de ces destinations.

Cette organisation permettra de renforcer l'écosystème touristique régional.

Il y a donc un véritable intérêt à imaginer une approche dynamique des destinations entre elles de manière à permettre à tous les territoires de s'inscrire dans cette logique de destination.

L'enjeu est vraiment de proposer pour chaque territoire, pour chaque acteur du tourisme, un cadre coopératif d'actions qui permette de vraies stratégies publiques – privées.

La logique de destinations doit, par ailleurs, permettre aux acteurs publics de concentrer leurs efforts en mutualisant les outils en place et en développant de nouveaux services propres à chaque destination.

L'Agence Régionale du Tourisme du Grand Est assure les missions suivantes :

- promouvoir et coordonner des actions de promotion touristique de la région Grand Est au niveau régional, national et international (Code du tourisme, Art. L.131-5 et -8 al. 2) et notamment des cinq destinations touristiques (l'Alsace, l'Ardenne, la Champagne, la Lorraine et les Vosges) et des six thématiques signatures du Grand Est (tourisme de mémoire, itinérance, tourisme patrimonial et culturel, oénotourisme et gastronomie, tourisme de nature, thermalisme et bien être) ;
  - mettre en œuvre des actions touristiques d'intérêt interrégional, national ou international (Code du tourisme, Art. L.131-6) ;
  - mettre en œuvre des actions relevant de la politique touristique régionale dans le domaine des études, de la planification, de l'aménagement et de l'équipement, des aides aux hébergements, prestataires touristiques, des assistance techniques à la promotion et à la commercialisation ainsi que la formation professionnelle.
- Le Comité Régional du Tourisme assure le suivi des actions ainsi engagées (Code du tourisme, Art. L.131-8) ;
- renforcer l'attractivité générale du Grand Est, par délégation de la Région Grand Est, sur la scène nationale et internationale en s'appuyant sur son portefeuille de marques et l'ensemble des éléments de l'attractivité ;
  - observer, analyser, anticiper les évolutions du secteur touristique au service des professionnels du tourisme de la région ;
  - assurer des missions de formation des professionnels du tourisme et de l'accueil touristique notamment ;

- contribuer au développement de la filière écotourisme pour l'ensemble des cinq destinations touristiques du Grand Est ;
- émettre un avis technique et jouer un rôle de conseil, à la demande du Conseil régional, sur les demandes de subvention concernant des équipements et hébergements touristiques ;
- innover, accompagner les acteurs et concevoir des idées nouvelles pour répondre aux attentes des visiteurs des cinq destinations du Grand Est notamment en matière de solutions digitales ;
- accompagner la commercialisation de prestations de services touristiques, offrir des produits à la vente, commercialiser et fournir des services en rapport avec ses activités, par dérogation à l'article L.442-7 du Code du commerce ;
- accompagner la politique d'embellissement des destinations du Grand Est ;
- apporter son concours à la réalisation d'événements d'envergure régionale destinés à renforcer la notoriété des destinations de la Région Grand Est.

**La destination la Champagne Historique & Viticole** correspond aux départements de l'Aube, la Marne et la Haute-Marne. Elle comprend également le secteur viticole correspondant à la zone AOC de la Champagne, du département de l'Aisne.

La Champagne Historique & Viticole dispose d'un logo générique permettant à tous les partenaires de communiquer sous une bannière unique adaptable selon la thématique, le lieu, le département... Elle dispose également d'une marque centouristique partagée "la Champagne, refined art de vivre" valorisant les offres centouristiques de la destination en France et à l'international.

## Table des matières

<b>Première partie :</b>	5
<b>Convention cadre du pacte de destination la Champagne</b>	5
<b>Article 1 : Objet</b>	6
<b>Article 2 : Partenariat</b>	6
<b>Article 3 : Stratégie touristique</b>	7
<b>Article 4 : Plan d'actions</b>	7
<b>Article 5 : Modalités de co-financement</b>	7
<b>Article 6 : Pilotage et suivi du Pacte de destination</b>	8
<b>Article 7 : Durées</b>	9
<b>Article 8 : Modification du Pacte</b>	9
<b>Article 9 : Réalisation du Pacte</b>	9
<b>Article 10 : Litiges</b>	9
<b>Deuxième partie :</b>	11
<b>La stratégie marketing de la destination la Champagne</b>	11
<b>Les valeurs de la destination la Champagne</b>	11
<b>A compléter</b>	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
<b>Les thématiques prioritaires de la destination</b>	11
<b>Les clientèles cibles</b>	11
<b>Annexe 1 :</b>	12
<b>Le plan prévisionnel d'actions 2019 du Pacte de destination la Champagne</b>	12

## Première partie

# Convention cadre du pacte de destination la Champagne

- Vu la délibération du Conseil Régional Grand Est n°18SP-416, du 29 mars 2018, approuvant le Schéma régional de Développement du Tourisme 2018-2023
- Vu la délibération du Conseil Régional Grand Est n°19CP-269, du 8 février 2019, approuvant la convention 2019 avec l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est,
- Vu la délibération du Conseil Régional Grand Est n° 19SP-1225, du 21 juin 2019, approuvant le présent Pacte

Il a été convenu ce qui suit entre :

- le Conseil Régional Grand Est,
- l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est (ARTGE),
- le Comité Départemental du Tourisme de l'Aube,
- l'Agence de Développement Touristique de la Marne,
- la Maison Départementale du Tourisme de la Haute-Marne,
- le Comité Champagne,
- l'Office de Tourisme des Grands Lacs de Champagne,
- l'Office de Tourisme du Pays d'Othe,
- Troyes Champagne Tourisme,
- Troyes Champagne Métropole
- l'Office de Tourisme du Lac du Der,
- l'Office de Tourisme de Grand Reims,
- l'Office de Tourisme d'Epervay Pays de Champagne,
- l'Office de Tourisme de Châlons-en-Champagne,
- l'Office de Tourisme de la Côte des Bar,
- l'Office de Tourisme du Nogentais et Vallées de la Seine,
- l'Office de Tourisme Chaumont Destinations,
- l'Office de Tourisme du Pays de Langres,
- l'Office de Tourisme de Bourbonne-les-Bains,
- Gîtes de France de l'Aube,
- Centre du Côté des Rancis,
- Nigoland,
- Mc Arthur Glen,
- Festival Photo Montier-en-Der.

## Article 1 : Objet

La présente convention est conclue entre les parties pour déterminer les modalités du soutien accordé par la Région Grand Est aux actions du Pacte de destination la Champagne.

Elle définit les objectifs et les engagements réciproques des Parties pour l'exécution, le suivi et l'évaluation du Pacte de Destination a Champagne.

Le Pacte de destination traduit les points de rencontre entre les priorités marketing portées par les signataires de la destination.

La finalité, partagée par les Parties à la présente convention, est de renforcer l'attractivité touristique de la région à travers ses cinq destinations.

## Article 2 : Partenariat

### Principes généraux

Les Parties s'entendent pour mettre en œuvre, dans le cadre du présent Pacte de Destination, les plans d'actions décidés en comité de destination, dans le respect de leurs politiques respectives en faveur du développement touristique.

### Objectifs

Le Pacte de destination correspond à l'identification d'orientations marketing partagées. Il a pour objectif de renforcer la convergence et la synergie des politiques et des interventions publiques et privées en matière de marketing touristique.

### Mise en œuvre

Les Parties conviennent de définir chaque année un plan d'actions concerté avec l'ensemble des acteurs touristiques de la Destination, ainsi qu'un plan de financement prévisionnel correspondant.

L'Agence Régionale du Tourisme du Grand Est et le Conseil Régional Grand Est exercent ensemble la responsabilité du pilotage du Pacte de destination Alsace.

L'Agence régionale du Tourisme Grand Est porte l'animation du Pacte de destination la Champagne.

Elle participe à la mobilisation des acteurs engagés dans le cadre du pacte. Elle devra exercer cette mission dans une logique réellement partenariale.

Les actions identifiées comme répondant à la stratégie marketing touristique commune, définie dans le présent Pacte, feront l'objet d'un financement de l'Agence Régionale du Tourisme du Grand Est à hauteur de 50%.

Le plan de financement sera débattu avec l'ensemble des financeurs potentiels de la destination lors de la préparation du plan d'action de l'année suivante, tel que prévu dans l'article 5.

### Article 3 : Stratégie touristique

Les Parties se sont accordées pour faire coïncider leurs actions et la stratégie régionale telle que définie dans le Schéma régional de développement du tourisme Grand Est.

<https://www.grandest.fr/politiques-publicites/srdt>

### Article 4 : Plan d'actions

Deux grands types d'actions seront soutenus dans le cadre des Pactes de destination :

- les actions de communication ;
- les actions socle marketing (portail de destination, gestion de la relation client, animation de la marque de destination, magazine de destination, etc.).

Les projets seront appréciés au sein du comité local de destination (dont la mise en place définitive est prévue courant 2019) au regard des critères suivants :

- la cohérence par rapport à la stratégie régionale de développement du tourisme,
- l'impact sur l'attractivité du territoire,
- l'articulation avec les autres démarches territoriales en cours,
- la participation des partenaires à son élaboration.

### Article 5 : Modalités de co-financement

Le comité local de destination validera le plan d'action annuel ou pluriannuel, sur la base de la stratégie de la destination, avec une articulation entre les grandes actions de communication, les actions socle marketing et les actions de communication spécifiques. Il établit le budget prévisionnel pour lequel la Région Grand Est abondera à 50% via son Agence Régionale du Tourisme dans le cadre de sa convention d'objectifs annuelle.

#### Actions de communication

L'animateur mentionné dans le tableau de l'annexe 1 sera le donneur d'ordre et payeur pour ces actions.

Les partenaires (privés et publics) impliqués financièrement dans ces actions seront destinataires d'un appel de fonds, émis par l'animateur, correspondant à leur quote-part. Les partenaires régleront le montant dû directement à l'animateur dans un délai de 30 jours à réception de cet appel de fonds.

La somme des différentes participations financières des partenaires tendra à atteindre 50% du montant total TTC de l'action mise en œuvre.

#### Les actions socles marketing

L'animateur mentionné dans le tableau de l'annexe 1 sera le donneur d'ordre et payeur pour ces actions.

Les partenaires (privés et publics) impliqués financièrement dans cette action seront destinataires d'un appel de fonds, émis par l'animateur, correspondant à leur quote-part. Les partenaires régleront le montant dû directement à l'animateur dans un délai de 30 jours à réception du mémoire.

La somme des différentes participations financières des partenaires correspondra à 50% du montant total TTC de l'action mise en œuvre.

### Article 6 : Pilotage et suivi du Pacte de destination

Le pilotage et le suivi du Pacte de destination sont assurés par le comité local de destination composé par deux instances :

#### Le comité technique local de destination

Réunissant les techniciens représentant des Parties de la destination (techniciens de la Région Grand Est et de l'Agence Régionale Grand Est, techniciens des Départements et ADT/CDT et techniciens des EPCI et OT concernés ainsi que les partenaires privés), le comité technique contribue à l'animation continue du dispositif partenarial mis en place par la Région au titre de sa politique de Pacte de destination. Il permet le dialogue, l'échange et la communication sur les attentes des Parties. Il permet de préparer les Comités de Destination.

Le rôle du comité technique est de préparer la programmation annuelle N+1 et d'échanger les informations nécessaires à la bonne compréhension des projets déposés à la programmation.

Le comité local technique de destination se réunira au moins une fois par an, et autant que de besoin, pour :

- faire le bilan des actions et du plan de financement N-1
- formuler des avis sur les programmes d'actions prévisionnel et financier N, et par là, en fonction des besoins, envisager les mesures correctives à apporter aux actions, adapter la hiérarchisation des enjeux en fonction de l'évolution du contexte, débattre de l'affectation des moyens financiers...
- préparer la programmation annuelle N+1
- rendre compte annuellement de l'état de réalisation du Pacte de destination.

#### Le comité stratégique local de destination

Le comité stratégique local de destination est composé d'élus des collectivités signataires du Pacte de destination et de représentants des partenaires privés signataires du Pacte.

Il est co-présidé par le Président du Conseil Régional ou son représentant et par un représentant d'un membre du comité de destination (de manière tournante chaque année).

Il est le lieu de dialogue autour des priorités partagées entre les Parties. Il assure un suivi régulier de l'avancée de la stratégie commune sur la base des outils de suivi mis en place par le comité technique de destination. Il se réunira au moins une fois par an, et autant que nécessaire pour le bon déroulement du Pacte de destination.

#### Le manager de destination

Le manager de destination est responsable de l'animation et la mise en œuvre du pacte de destination au nom de toutes les parties. Il coordonne l'action des différents maîtres d'ouvrage identifiés dans le plan d'actions (cf. annexe 1 de la convention).

Le manager de destination du Pacte la Champagne est l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est.





### Article 7 : Durée

La présente convention acquiert caractère exécutoire à compter de sa notification aux parties jusqu'au 31 décembre 2019 reconductible tacitement chaque année.

### Article 8 : Modification du Pacte

Les modifications qui s'avèreraient nécessaires feront l'objet d'avenants négociés et signés par les parties contractantes.

### Article 9 : Résiliation du Pacte

En cas de non-respect, par l'une ou l'autre partie des engagements respectifs inscrits dans la présente convention et ses annexes, en cas de non-exécution, de retard significatif ou de modification substantielle des conditions d'exécutions de la convention, celle-ci pourra être résiliée de plein droit par l'une ou l'autre partie à l'expiration d'un délai de trois mois suivant l'envoi d'une lettre recommandée avec accusé de réception.

### Article 10 : Litiges

Tout litige susceptible de naître à l'occasion de la présente convention sera porté, à défaut d'accord amiable entre les parties, devant le Tribunal administratif de Strasbourg.

Pour la Région Grand Est

Pour l'Agence Régionale du  
Tourisme Grand Est

Pour l'Agence de  
Développement Touristique  
de la Marne

Pour la Maison  
Départementale du  
Tourisme de la Haute-Marne

Pour le Comité Champagne

Pour l'Office de Tourisme  
des Grands Lacs de  
Champagne

Pour l'Office de Tourisme du  
Pays d'Othe

Pour Troyes Champagne  
Tourisme

Pour Troyes Champagne  
Métropole

Pour l'Office de Tourisme du  
Lac du Der

Pour l'Office de Tourisme du  
Grand Reims

Pour l'Office de Tourisme  
d'Epemay Pays de  
Champagne

Pour l'Office de Tourisme de  
Châlons-en-Champagne

Pour l'Office de Tourisme de  
la Côte des Bar

Pour l'Office de Tourisme du  
Nogentais et Vallée de la  
Seine

Pour l'Office de Tourisme  
Chaumont Destinations

Pour l'Office de Tourisme du  
Pays de Langres

Pour l'Office de Tourisme de  
Bourbonne-les-Bains

Pour Gîtes de France de  
l'Aube

Pour le Centre du Côté des  
Renoir

Pour Nigloland

Pour Mc Arthur Glen

Pour le Festival Photo  
Montier-en-Der

Pour la Région Grand Est

Pour le Comité  
Départemental du Tourisme  
de l'Aube

Pour l'Agence de  
Développement Touristique  
de la Marne

Pour la Maison  
Départementale du  
Tourisme de la Haute-Marne

Pour le Comité Champagne

Pour l'Office de Tourisme  
des Grands Lacs de  
Champagne

Pour l'Office de Tourisme du  
Pays d'Othe

Pour Troyes Champagne  
Tourisme

### Article 7 : Durée

La présente convention acquiert caractère exécutoire à compter de sa notification aux parties jusqu'au 31 décembre 2019 reconductible tacitement chaque année.

### Article 8 : Modification du Pacte

Les modifications qui s'avèreraient nécessaires feront l'objet d'avenants négociés et signés par les parties contractantes.

### Article 9 : Résiliation du Pacte

En cas de non-respect, par l'une ou l'autre partie des engagements respectifs inscrits dans la présente convention et ses annexes, en cas de non-exécution, de retard significatif ou de modification substantielle des conditions d'exécutions de la convention, celle-ci pourra être résiliée de plein droit par l'une ou l'autre partie à l'expiration d'un délai de trois mois suivant l'envoi d'une lettre recommandée avec accusé de réception.

### Article 10 : Litiges

Tout litige susceptible de naître à l'occasion de la présente convention sera porté, à défaut d'accord amiable entre les parties, devant le Tribunal administratif de Strasbourg.

Pour la Région Grand Est

Pour l'Agence Régionale du  
Tourisme Grand Est

Pour l'Agence de  
Développement Touristique  
de la Marne

Pour la Maison  
Départementale du  
Tourisme de la Haute-Marne

Pour le Comité Champagne

Pour l'Office de Tourisme  
des Grands Lacs de  
Champagne

Pour l'Office de Tourisme du  
Pays d'Othe

Pour Troyes Champagne  
Tourisme

Pour Troyes Champagne  
Métropole

Pour l'Office de Tourisme du  
Lac du Der

Pour l'Office de Tourisme du  
Grand Reims

Pour l'Office de Tourisme  
d'Epemay Pays de  
Champagne

Pour l'Office de Tourisme de  
Châlons-en-Champagne

Pour l'Office de Tourisme de  
la Côte des Bar

Pour l'Office de Tourisme du  
Nogentais et Vallée de la  
Seine

Pour l'Office de Tourisme  
Chaumont Destinations

Pour l'Office de Tourisme du  
Pays de Langres

Pour l'Office de Tourisme de  
Bourbonne-les-Bains

Pour Gîtes de France de  
l'Aube

Pour le Centre du Côté des  
Renoir

Pour Nigloland

Pour Mc Arthur Glen

Pour le Festival Photo  
Montier-en-Der

Pour la Région Grand Est

Pour le Comité  
Départemental du Tourisme  
de l'Aube

Pour l'Agence de  
Développement Touristique  
de la Marne

Pour la Maison  
Départementale du  
Tourisme de la Haute-Marne

Pour le Comité Champagne

Pour l'Office de Tourisme  
des Grands Lacs de  
Champagne

Pour l'Office de Tourisme du  
Pays d'Othe

Pour Troyes Champagne  
Tourisme

## Deuxième partie : La stratégie marketing de la destination la Champagne

Les valeurs de la destination la Champagne

- Qualité de vie et art de vivre à la française ;
- Élégance et raffinement ;
- Ouverture, partage ;
- Respect de l'individu, de l'environnement.

Les thématiques prioritaires de la destination :

- Oenotourisme et événements ;
- Patrimoine & Culture
- City break ;
- Tourisme nature (slow tourisme, grands lacs...) ;
- Les Grands hommes (Camille Claudel, Renoir, De Gaulle...) ;
- Thermalisme & bien-être.

Les clientèles cibles :

Marchés de proximité : Ile de France, Grand Est, Hauts de France, Belgique, Grand-Bretagne.

Marchés lointains : Japon

## Annexe 1 : Le plan prévisionnel d'actions 2019 du Pacte de destination la Champagne

Année 2019	Budget souhaité	Financement régional	Co-financements	Récurrance 2020/2021 Oui/non	Animateur
<b>Campagne de communication mix média</b>	<b>840 000 €</b>	<b>320 000 €</b>	<b>TOTAL TTC : 320 000 €</b>	<b>Oui</b>	<b>ART Grand Est</b>
<b>Réalisation de contenus destinés à l'écosystème digital de la destination</b>	<b>100 000 €</b>	<b>50 000 €</b>	<b>TOTAL TTC : 50 000 €</b>	<b>Non</b>	<b>MDT Haute-Marne</b>
<b>Action marketing à l'international</b>	<b>240 000 €</b>	<b>120 000 €</b>	<b>TOTAL TTC : 120 000 €</b>	<b>Non</b>	<b>ART Grand Est</b>
<b>Lancement Pacte</b>	<b>10 000 €</b>	<b>5 000 €</b>	<b>TOTAL TTC : 5 000 €</b>	<b>Non</b>	<b>ART Grand Est</b>

Budget prévisionnel pour les trois actions : 1 000 000 €

Campagne de communication mix média :

Maîtrise d'ouvrage :  
 ART Grand Est

Objectifs et plus-value du Pacte :  
 Développer la notoriété de la destination.

Description du projet :  
 Campagne de communication combinant digital et print.

Marchés ciblés :  
 26 - 65 ans CSP+

Zones prioritaires :  
 Paris - Ile de France, Hauts de France, Grand Est, Belgique

Calendrier :  
 Juin 2019 et Automne 2019

#### Réalisation de contenus destinés à l'écosystème digital de la destination :

Maîtrise d'ouvrage :  
MDT Haute-Marne

Objectifs et plus-value du Pacte :  
Disposer à l'échelle de la destination la Champagne de contenus valorisant les offres touristiques, favorisant la dimension expérimentielle et répondant aux attentes des internautes (photos, vidéos, storytelling...).

Description du projet :

Mise en place de missions photos et vidéos et de rédaction "storytelling" pour les offres emblématique de la destination.

Marchés ciblés :  
26 - 65 ans CSP+

Zones prioritaires :  
France / Grand Est / Marchés proches européens

Calendrier :  
Eté 2019 : premières missions photos et vidéos.

#### Actions marketing à l'international :

Maîtrise d'ouvrage :  
ART Grand Est

Objectifs et plus-value du Pacte :  
Lancer la marque cenotouristique partagée "la Champagne, refined art de vivre" sur deux marchés porteurs pour la destination.

Description du projet :  
Organisation d'une manifestation dédiée pour chaque marché avec un volet relations presse et une action commerciale.

Marchés ciblés :  
26 - 65 ans CSP+

Zones prioritaires :  
Grande-Bretagne / Japon

Calendrier :  
Juillet 2019 : Londres / Novembre 2019 : Tokyo

#### Autres actions au profit de la destination :

Outre les actions présentées ci-dessus, bénéficiant d'un cofinancement régional via l'ARTGE dans le cadre du Pacte de Destination la Champagne, d'autres actions sont programmées au profit de la destination :

- Mise en place d'un écosystème digital complet à l'échelle de la Champagne pour lequel le CDT de l'Aube sera chef de projet.
- Promotion du hub "Paris-Vertry/Madrid" pour lequel l'ADT de la Marne sera le chef de projet.

Il est précisé que ces actions font l'objet d'un cofinancement entre l'ARTGE et les partenaires ayant manifesté le souhait de s'impliquer dans leur mise en œuvre.

><<><

# AGENCE REGIONALE DU TOURISME GRAND EST

## ALSACE ♦ ARDENNE ♦ LA CHAMPAGNE ♦ LORRAINE ♦ VOSGES

### PACTE DE DESTINATION LA CHAMPAGNE CONVENTION DE PARTENARIAT FINANCIER

- Vu la délibération du Conseil Régional Grand Est n°18SP-416, du 29 mars 2018, approuvant le Schéma régional de Développement du Tourisme 2018-2023 ;
- Vu la délibération du Conseil Régional Grand Est n°19CP-269, du 8 février 2019, approuvant la convention 2019 avec l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est ;
- Vu la délibération du Conseil Régional Grand Est n°19SP-1225, du 21 juin 2019, approuvant la convention cadre du Pacte de destination la Champagne ;

Entre les soussignés

L'Agence Régionale du Tourisme (ART) Grand Est, Association de droit local, dont le siège est situé Château Kiener - 24 rue de Verdun à Colmar (68000), représentée par Mme Marie-Reine FISCHER, Présidente,

D'une part

Et

Troyes Champagne Métropole (TCM), dont le siège est situé, 1 place Robert Galley, Troyes (10001), représenté par Mr François BAROIN, Président,

D'autre part

Il est convenu ce qui suit.

La Région Grand Est a fait le choix, à travers son Schéma Régional de Développement Touristique, de s'appuyer sur la notoriété de ses cinq destinations touristiques, que sont l'Alsace, l'Ardenne, la Champagne, les Vosges et la Lorraine et de croire fortement en la capacité des acteurs du tourisme de travailler ensemble, de mutualiser les moyens, d'innover afin d'assurer la réputation de leur destination touristique.

Dans ce contexte, un mode de travail collaboratif favorisant la mutualisation des moyens humains et financiers, privés et publics, est mis en place au travers des Pactes de destination.

Le Pacte de destination correspond à l'identification d'orientations marketing partagées. Il assure l'élaboration d'un plan d'actions, comprenant une grande action de communication et des actions marketing.

Les actions inscrites au plan d'actions font l'objet de cofinancement (50/50) entre l'ART Grand Est et les partenaires. Le montant maximum alloué par l'ART Grand Est au titre du Pacte de Destination la Champagne est de 500 000 € TTC.

### ARTICLE 1 – OBJET DE LA CONVENTION

L'ART Grand Est et Troyes Champagne Métropole ont décidé de conclure la présente convention, qui a pour objet de définir les conditions de la participation financière de Troyes Champagne Métropole pour la mise en œuvre des actions de communication et de marketing selon les modalités du plan d'actions exposées dans la convention cadre du Pacte de destination la Champagne, pour l'année 2019.

### ARTICLE 2 – ENGAGEMENTS FINANCIERS

#### 2-1. Grande action de communication : campagne mix média

L'ART Grand Est sera maître d'ouvrage. A cette fin, elle s'engage à respecter les règles de la commande publique.

Elle contractualise le marché public lié à cette opération et assure également son règlement ainsi que son suivi en collaboration avec les partenaires concernés.

Le budget total maximum arrêté dans le cadre du Pacte de destination la Champagne pour la réalisation de cette action est de 640 000 €.

Les partenaires (privés et publics) impliqués dans le pacte de destination la Champagne, s'engagent à participer financièrement à cette action selon la répartition suivante :

Dans ce cadre, Troyes Champagne Métropole s'engage à participer financièrement à cette opération pour un montant forfaitaire de 40 000 €.

L'ART Grand Est prend à sa charge un montant identique à la participation financière de Troyes Champagne Métropole, soit 40 000 €.

### ARTICLE 3 – PAIEMENT DE LA PARTICIPATION FINANCIERE

Troyes Champagne Métropole sera destinataire d'un appel de fond, émis par l'ART Grand Est, correspondant à l'engagement financier précisé au point 2-1, soit 40 000 € (quarante mille euros).

Troyes Champagne Métropole règlera le montant dû directement à l'ART Grand Est dans un délai de 30 jours à réception du mémoire.

### ARTICLE 4 : PIECES A FOURNIR

L'ART s'engage à fournir à Troyes Champagne Métropole le détail des actions menées (achat d'espaces publicitaires, ordre de publicité, visuels...) pour promouvoir la Champagne historique & viticole pour le compte de Troyes Champagne Métropole.

Afin de vérifier la bonne utilisation de la participation financière conformément aux engagements, l'ART s'engage à transmettre à Troyes Champagne Métropole, dans les 6 mois suivant la clôture de l'exercice 2019, le bilan financier des actions de communication de Troyes Champagne Métropole approuvé par le commissaire aux comptes et son rapport d'activités.

**ARTICLE 5 – DUREE DE LA CONVENTION**

La présente convention est conclue pour la durée de la mise en œuvre des actions inscrites au plan d'actions du Pacte de destination la Champagne, soit jusqu'au 31 décembre 2019.

**ARTICLE 6 – DATE D'EFFET**

La présente convention prend effet à la date de signature des deux parties.

**ARTICLE 7 – CONDITIONS DE RESILIATION**

La résiliation de la présente convention peut être demandée sans indemnité par l'une ou l'autre des parties en cas de non réalisation du projet objet de la présente.

**ARTICLE 8 – LITIGES**

Tout litige susceptible de naître à l'occasion de la présente convention sera porté, à défaut d'accord amiable entre les parties, devant le Tribunal de ressort de Strasbourg.

**ARTICLE 9 : RESTITUTION DE L'AIDE**

Dans l'hypothèse d'une dissolution de l'Association ou d'une absence partielle ou totale de réalisation des actions déterminées à l'article 2, Troyes Champagne Métropole pourra exiger une restitution partielle ou en totalité de la subvention versée

Fait en deux exemplaires à Colmar, le

François BAROIN  
Président Troyes Champagne Métropole

Marie Reine FISCHER  
Présidente de l'ART Grand Est  
Conseillère Régionale Grand Est