

## Benchmarking filière activités de pleine nature : le Lac du Der en Champagne

Créer une destination complète de détente  
sur et autour d'un plan d'eau artificiel



	Stratégie orientations	Outils marketing	Partenariats	Structuration de l'offre	Autres
Le Lac du Der en Champagne	X		X		

# Le Lac du Der en Champagne

## Présentation

- Avec 4 800 hectares, le lac du Der, situé à la limite de trois départements Français (la Marne, Marne, la Haute-Marne et l'Aube), est l'un des plus grands lacs artificiels d'Europe.
- C'est un établissement public à caractère administratif (l'IIBRBS) qui est propriétaire du site qui assure la régularisation des débits de la Seine et de la Marne.
- L'IIBRBS a concédé l'exploitation touristique et sportive du plan d'eau et de ses abords au Syndicat Mixte pour l'aménagement et la gestion du Lac du Der. L'Office de Tourisme du Lac du Der est chargé de la promotion du site.
- Les touristes ont la possibilité de pratiquer une multitude de **sports nautiques** (voile, aviron, aviron, motonautisme...) et de **plein air** (randonnées, équitation, VTT...). Le Lac du Der est aussi un haut lieu pour **l'observation des oiseaux**.

- **Personne contactée :**

Mr Chérière, directeur de l'Office de Tourisme du Lac du Der

- Contact : 03 26 72 62 80



## Lac du Der en Champagne

### **Succès d'une destination de tourisme vert grâce à une communication ciblée**

- Le Lac du Der, en région Champagne-Ardenne, est un lieu où les touristes ont la possibilité de pratiquer une multitude de sports nautiques (voile, aviron, motonautisme...) et de plein air (randonnées, équitation, VTT...)  
C'est aussi un haut lieu pour l'observation des oiseaux.
- **Stratégie : une ambition modeste au service de la réussite**
  - En jouant sur son atout, **le Lac utilise les nombreuses opportunités d'activités de plein air**
  - Il **visé une clientèle familiale de proximité** prioritairement
  - **Il joue sur 3 tableaux** : le tourisme de **nature** (détente, calme, pêche), le tourisme de **plein air** (randonnées, navigation) et le tourisme de **découverte** (ornithologie).
- **Communication**
  - A l'échelle régionale, **communication destinée aux professionnels**
  - Aux échelles nationales et locales, **le Lac mène des actions grand public avec les Comités Départementaux du Tourisme de la Marne et de la Haute-Marne ou avec le Comité Régional du Tourisme de Champagne-Ardenne.**
- **La marnothérapie, concept de communication autour du bien être et de la détente : un club sur le modèle des clubs Maison de la France**
  - **Regroupe** des acteurs du tourisme de la Marne (160)
  - **Fonctionnement** : les acteurs locaux du tourisme s'engagent à intégrer les principes de la charte dans dans leur propre communication commerciale et **en échange bénéficient des opérations de promotion / promotion / communication réalisées autour du concept.**

**OPT → Créer une destination complète de détente sur et autour d'un plan d'eau artificiel**

# Le Lac du Der en Champagne

## 1. Stratégie et objectifs poursuivis

Positionnement  
autour du  
tourisme de  
proximité

Positionnement  
sur le tourisme  
de nature et  
découverte

Positionnement  
sur une clientèle  
familiale  
essentiellement

- **Orientations et stratégie**

- **Positionnement :**

- La vocation première du site du Lac du Der est le tourisme de détente et de plein air. La stratégie est donc de cibler une clientèle familiale de proximité, en jouant sur le cadre naturel du site et les nombreuses opportunités d'activités en plein air.
- Le Lac du Der se positionne ensuite sur le marché du tourisme ludique et pédagogique (Centre Sportif et de Loisirs UFOLEP, [www.cslufolep.com](http://www.cslufolep.com), observation observation des oiseaux, etc.).

- Le Lac du Der axe son développement sur **3 segments** :

- le tourisme de nature (détente, calme, pêche), le tourisme de plein air (randonnées, randonnées, navigation) et le tourisme de découverte (ornithologie).

- **Clientèles visées :**

- La cible prioritaire est la **clientèle familiale et de proximité** (Champagne-Ardenne, Ardenne, Lorraine et l'Est Parisien) pour du **court séjour** essentiellement.
- Les **autres clientèles** visées sont la clientèle nationale hors zone de chalandise primaire (Nord Pas de Calais et Est de la France principalement), étrangère (Belgique, Pays-Bas, Allemagne), pour du long séjour principalement et les groupes groupes (associations, scolaire, centre aéré, etc.).

## 2. Outils marketing mis en place

### • Promotion

- Les actions de promotion menées par l'Office de Tourisme du Lac du Der seul sont réalisées à l'échelle régionale et visent les professionnels essentiellement :
  - Présence à des salons professionnels régionaux, accueil de presse, présence à des salons spécialisés (pêche, ornithologie, etc.)
- Les actions de promotion grand public sont réalisées au côté des Comités Départementaux du Tourisme de la Marne et de la Haute-Marne et du Comité Régional Régional du Tourisme de Champagne-Ardenne (salons régionaux et salons en Île de France)
- À l'étranger, ces actions sont réalisées sous une bannière commune soit avec les CDT CDT de la Marne et de la Haute-Marne soit avec le CRT de Champagne-Ardenne (participation à des salons professionnels en Belgique et aux Pays-Bas principalement).

### • Communication

- Les actions de communication sont centrées sur le cadre naturel exceptionnel du site, site, ainsi que sur la proximité du site par rapport aux grands centres urbains notamment notamment (200 km de Paris, etc.).
- Un slogan publicitaire, résumant cette approche a été adopté (« *si proche, c'est rare !* », *rare !* », cf. en Annexes), qui est présent sur la page d'accueil du site Internet et sur sur toutes les brochures promotionnelles éditées.
- Un plan de communication média a aussi été lancée avec le Comité Départemental de Départemental de la Marne ([www.marnotherapie.fr](http://www.marnotherapie.fr)).

## 2. Outils marketing mis en place (suite)

- **La Marnothérapie** (cf. exemples en Annexes)
  - **Concept** de communication touristique lancé par le CDT de la Marne en 2004, autour autour des thèmes du bien-être et de la détente, associant dans le cadre d'une charte charte des acteurs du tourisme locaux (160 professionnels sont engagés actuellement), actuellement), concept basé sur le modèle des clubs Maison de la France.
  - **Objectifs :**
    - Se positionner sur le thème du bien-être et de la nature
    - Modifier l'image du département de la Marne
    - Passer d'une destination de passage à une destination de séjour
    - Fédérer l'ensemble des prestataires touristiques autour d'un concept moteur.
  - **Fonctionnement :**
    - Les acteurs du tourisme locaux s'engagent à intégrer les principes de la charte dans dans leur propre communication commerciale et en échange bénéficient des opérations de promotion / communication réalisées autour du concept.

## 2. Outils marketing mis en place (suite)

- **La Marnothérapie (suite)**
  - **Moyens mis en œuvre :**
    - Campagne média réalisée en 2005 à l'échelle nationale (presse seulement) par une agence de communication (« *la Marnothérapie, méthode champenoise du bien-être* »)
    - Publication d'une lettre d'information mensuelle destinée aux professionnels du tourisme. Présence à des salons professionnels et grand public (notamment en (notamment en île de France)
    - Un attaché de presse mis à disposition pour la relation médias
    - Mise en place d'une « carte de pratiquant » qui permet aux touristes de bénéficier d'offres promotionnelles et de réduction dans les établissements agréés
    - Mise en place d'une signalétique qui permet d'identifier les sites participant à l'opération (vitrophanie)
    - Opération "Road show 2006« :
      - Un bus aux couleurs de la Marne a circulé pendant un mois dans 4 grandes villes du Nord de la France et de la Belgique (Reims, Paris, Lille, Bruxelles). Organisé autour de 5 pôles (tourisme, traditions, jardins, bien-être et être et gourmandises), il mettait l'accent sur les bienfaits ressourçant d'un séjour dans la Marne.

## 3. Structuration de l'offre

- **Produits**

- 8 forfaits disponibles :
  - **3 forfaits groupes** (25 personnes minimum) : 2 forfaits enfants (forfait journée nature et forfait journée récréative), 1 forfait adultes (2 jours / 1 nuits découverte et découverte et visites)
  - **5 forfaits individuels** : 3 forfaits 2 jours / 1 nuit (découverte, sports et pêche), 2 forfaits à la journée (1 forfait détente et 1 forfait histoire et patrimoine).

- **Commercialisation**

- L'Office de Tourisme du Lac du Der ne dispose pas de centrale de réservation propre. Les structures touristiques présentes sur le site prennent en charge directement les réservations.
- Il y a cependant un système de réservation de dernière minute disponible sur le site de l'Office de Tourisme (réservation hébergements, restauration et activités).
- L'Office de Tourisme du Lac du Der édite enfin des brochures (guide spécial groupes, groupes, topoguide, guide balades, etc.), en vente dans la région Champagne-Ardenne Ardenne et disponibles sur le site Internet.
- L'Office de Tourisme du Lac du Der est aussi en lien avec des associations spécialisées spécialisées pour organiser des séjours découverte à thèmes (Ligue de Protection des des Oiseaux, etc.).

- Slogan promotionnel jouant sur la proximité et l'accessibilité du site du Lac du Der :



- Campagne média (réalisée en 2005), initiée par le Comité Départemental du Tourisme de la Marne, axé axé sur le bien-être et la détente :



[www.marnotherapie.fr](http://www.marnotherapie.fr)  
 Comité Départemental du Tourisme de la Marne  
 BP 74 - 51006 Châlons-en-Champagne Cedex


  
 LA MARNE  
 LA CHAMPAGNE

Sources : CDT de la Marne  
et [www.lacduder.com](http://www.lacduder.com)

Exemple d'offre promotionnelle réalisée dans le cadre de l'opération de communication départementale, Marnothérapie



Loisirs

### Maison des Pêcheurs

Station nautique

51290 Giffaumont Champaubert >>plan

Tél. 03 26 72 63 43 - Fax. 03 26 72 63 43

Email : [pecheauder@pecheauder.com](mailto:pecheauder@pecheauder.com)

<http://www.pecheauder.com>

Paradis des pêcheurs, le Lac du Der Chantecoq vous offre 4800 hectares pour toutes les pêches mais aussi pour la traque des poissons carnassiers. Son environnement sain, donne à son eau une telle qualité que les populations aquatiques resplendent. Leur aspect, leur taille démontrent une croissance remarquable dans cet environnement extraordinaire.

### Avantages Marnothérapie

Une autorisation de pêche vous sera gracieusement offerte pour la journée découverte au lac du Der (pendant la durée de l'animation).

Sources : CDT de la Marne