

Enjeux	Engagements	Actions	Objectifs et indicateurs	Résultats
Enjeu 1 : Déployer une gouvernance ouverte et transparente	1.1 : Indure des parties prenantes locales dans la gouvernance de la destination	Les 9 partenaires sont signataires d'une convention formalisée par France Congrès et Evénements ou apparaissent les engagements de la destination et ceux du partenaire. 6 nouveaux partenaires devaient rejoindre la démarche d'ici fin 2024.  Le label est animé via un comité de pilotage et des réunions de suivi	Nombre et qualité de parties prenantes intégrées actives: 3	9 parties prenantes
	1.3 : Evaluer et communiquer sur la maturité de la destination vis-à-vis des 8 enjeux et les actions retenues	La destination met en place un plan de communication annuel, intensifié par une campagne à l'occasion de la semaine du développement durable en septembre. Une page dédiée est disponible sur son site web, ainsi qu'une charte d'engagement.  Les partenaires se font le relais du plan de communication de la vitrophonie et communiquent via la vitrophonie dédiée (en physique ou numérique)  Liste déroulante des partenaires - 1.3	Réalisation d'un constat sur les mesures mises en oeuvre, des résultats atteints et communication sur l'évaluation des 8 enjeux et mesures retenues.	Communication réalisée
Enjeu 2 : Renforcer la mobilité durable pour s'inscrire dans la trajectoire neutralité carbone à 2050	2.4 : Encourager le tourisme de proximité	La destination publie chaque année des magazines tels que "Un été dans l'Aube" et "L'Aube la Champagne Au Naturel". Elle mène de nombreuses actions de communication et de promotion à destination des publics des départements limitrophes, de la région Grand-Est et de l'Île-de-France.  Les partenaires participent à certaines actions aux côtés de la destination et mènent leurs propres opérations de communication.  Liste déroulante des partenaires - 2.4	1 action de promotion en faveur du tourisme local et 1 outil de mesure	Réseaux sociaux: +28% d'abonnés de proximité  Une fréquentation de proximité qui progresse encore et toujours: Nord, Marne (+1.76%), Paris (+0.79%)
	2.6 : Encourager les visiteurs à compenser leur impact carbone transport	La destination incite à la compensation carbone grâce à la mise en place d'un outil de calcul carbone présent sur ses sites web, dans le dossier d'accueil congressistes et des relais sur les réseaux sociaux.  Les partenaires relayent l'affichage en physique ou en ligne  Liste déroulante des partenaires - 2.6	Présence d'un outil de calcul "impact carbone" et disposer de données de visitat  1 action de communication annuelle	75 sans
Enjeu 3 : Favoriser la consommation responsable et lutter contre le gaspillage	3.12 : Viser la sobriété énergétique via les mesures suivantes c. Formaliser une stratégie de sobriété numérique	La destination a mis en place une stratégie de sobriété numérique avec un plan d'actions en interne à Aube en Champagne Attractivité  Sensibilisation des collaborateurs, guide des bonnes pratiques numériques, journées de tri) ainsi qu'une page dédiée à ses partenaires via son extranet  Plusieurs partenaires sont engagés dans des plans de sobriété numérique  Liste déroulante des partenaires - 3.12	2 actions mises en oeuvre Tableau de suivi des consommations Plan de sobriété numérique	Poids du serveur numérique en baisse de -6.29%
Enjeu 4 : Faire du tourisme un moteur de l'inclusion	4.13 : Favoriser l'inclusion des personnes en difficulté d'accès à l'emploi vers les métiers liés à l'événementiel et au tourisme.	La destination a participé à la "Semaine des métiers du tourisme" avec la visite du Centre de congrès de l'Aube  Aube en Champagne Attractivité emploie 2 alternants sur les années 2023-2025, a accueilli 3 stagiaires dont un chargé de projet événementiel RSE  Diverses initiatives comme des partenariats ou des plateformes et événements sont mis en place par nos partenaires  Liste déroulante des partenaires - 4.13	2 actions mises en oeuvre pour favoriser et soutenir la formation de personnes en difficulté d'accès à l'emploi	Soutien de la formation de personnes en difficulté d'accès à l'emploi
Enjeu 5 : Valoriser l'économie et protéger le patrimoine de la destination	5.18 : Attirer et/ou produire des événements en lien avec les filières d'excellence du territoire	Le Centre de congrès de l'Aube, commercialisé par Aube en Champagne Attractivité, accueille le Pôle Européen du Chanvre & le Club d'écologie industrielle  Les partenaires accueillent ou organisent de nombreux événements en lien avec les filières d'excellence du territoire  Liste déroulante des partenaires - 5.18	1 événement en lien avec les productions économiques locales	Accueil de 2 événements en lien avec les productions économiques locales
Enjeu 6 : Mobiliser les ressources pour favoriser l'innovation durable dans le secteur touristique	6.19 : Déployer des outils pour qualifier et quantifier les visiteurs	La destination fait son bilan estival et annuel de fréquentation - tourisme de loisirs et tourisme d'affaires - et intègre les résultats obtenus à sa réflexion stratégique  Les partenaires disposent de différents systèmes de comptage de leur visiteurs.  Liste déroulante des partenaires - 6.19	Outil permettant de qualifier et quantifier le tourisme loisirs ou tourisme d'affaires Tableau de suivi	Visiteurs loisirs: +7,08% Visiteurs affaires: +24,51% d'événements +39,45% de participants
Enjeu 7 : Impliquer les touristes, les professionnels et les organisateurs d'événements dans la dynamique durable	7.24 : Valoriser les initiatives exemplaires de la chaîne d'accueil et sensibiliser et impliquer les touristes dans la démarche éco responsable	La destination a établi une charte d'engagement durable, elle mène des actions de sensibilisation de ses collaborateurs, de ses visiteurs via les badges et un guide congressistes numérique et les organisateurs d'événements grâce à un guide de bonnes pratiques.  Les partenaires mettent en place de bonnes pratiques en interne et sensibilisent leurs visiteurs; ces initiatives sont valorisées par des actions de communication  Liste déroulante des partenaires - 7.24	2 actions / an de valorisation auprès des visiteurs	3 actions de valorisation auprès des visiteurs
Enjeu 8 : Apporter une attention spécifique à la sécurité des publics	7.25.b : Mettre en place un réseau de greeters et le promouvoir	Le réseau Greeters Troyes Aube souhaite rejoindre la démarche DID  La destination a lancé le réseau Aube Médiation pour dynamiser l'offre touristique de groupe dans l'Aube, avec la formation de 16 médiateurs	1 action mise en oeuvre et dont l'efficacité a été mesurée	2 actions mises en oeuvre pour promouvoir le réseau de médiateurs et greeters
	7.25.c : Organiser des événements populaires mêlant les visiteurs éphémères et les habitants de la destination	La destination s'est fait le relais de l'initiative "L'Art est dans le pré" et publie annuellement le programme estival de visites des églises  Les partenaires organisent des événements grand public accessibles à tous  Liste déroulante des partenaires - 7.25.c	1 action mise en oeuvre et dont l'efficacité a été mesurée	3000 visiteurs dans les églises de l'Aube 8000 visiteurs pour "L'Art est dans le pré"
	8.26 : b. Informer et sensibiliser les publics sur les principaux dispositifs de sécurité et s'inscrit en place dans l'espace public et autres mesures plus spécifiques et/ou ponctuelles renforçant la sécurité sur la destination, en y incluant les principaux établissements recevant du Public (règlementation propre, label "sécuri-site", protocoles sanitaires, etc.)	La destination dispose d'une rubrique dédiée à la sécurité sur son site de tourisme d'affaires et accompagne les partenaires dans la démarche de déploiement du dispositif Angela  2 partenaires ont intégré le dispositif Angela et plusieurs sont en cours de déploiement  Liste déroulante des partenaires - 8.26	1 document d'information, à jour, sur les principaux dispositifs mis en place par la destination et ses partenaires, intégrant les contacts utiles	Rubrique dédiée à la sécurité disponible en ligne 2 partenaires engagés dans le dispositif Angela