

# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2020



# **STRUCTURATION - DÉVELOPPEMENT**

Tourisme Loiret accompagne les porteurs de projets, les professionnels du tourisme et les collectivités

# Accompagnement des porteurs de projets privés



## Accompagnement des projets structurants des collectivités:

> Etude Atout France Pont  
Canal de Briare

> Appui au Département  
pour la mise en tourisme du  
Loiret au Fil de l'eau (appui  
AAP bases de loisirs, point  
Oussance...)

> Diagnostic Comcom des  
Loges



## ACCOMPAGNEMENT NUMÉRIQUE

- > **Sites internet de partenaires** : équipement en "Marque blanche": Office de Tourisme des Terres du Val de Loire, Pastorale du Tourisme
- > **Déploiement des zones de Wifi** en partenariat avec le Département, avec valorisation de l'offre touristique en page d'accueil : Grignon, Chalette/Loing, Ste Geneviève des Bois
- > **Tous les sites web des OT alimentés par la base de données TIS**
- > **Fairguest / e-réputation** : 445 établissements observés

## ACCOMPAGNEMENT DES OFFICES DE TOURISME

- > Réunions d'échanges et coordination de la mise à jour de la base de données suite à la crise

## OBSERVATOIRE

- > Edition des chiffres clés 2019 mis à disposition des collectivités et professionnels

## COMMUNICATION AUPRES DES PRO

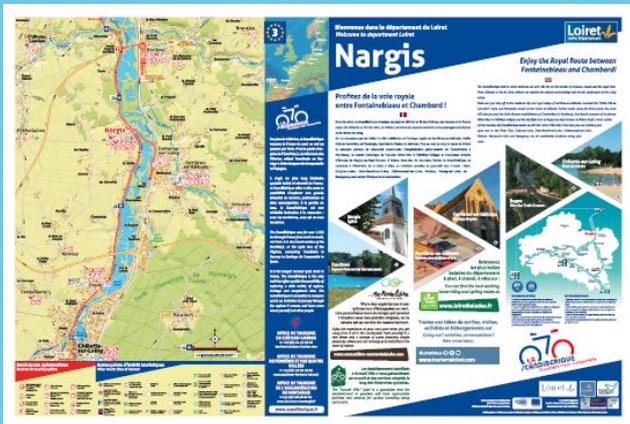
- > **SITE PRO** pro-tourismeloiret.com : 13 581 sessions, 25 926 pages vues, 10 673 utilisateurs en 2020
- > Création d'un Groupe Facebook Pro en avril 2020 : 300 membres, 327 publications



# VALORISATION DE L'OFFRE NATURE



> 395 000 pages vues, 81 000 utilisateurs en 2020



- > Adhésion au Comité d'Itinéraire, participation aux différentes commissions (communication, infrastructures, services...)
- > Refonte des Relais Informations Services installés le long de l'itinéraire, pose en 2021



- > Partenariat avec le Comité Départemental de Cyclotourisme et création de 2 boucles cyclo sur la thématique de la Route de la Rose



- > Convention avec le Département pour l'entretien des GR et des plus belles balades du Loiret



- > Inscription au PDIPR de l'itinéraire entre Beaugency et Ardon

# DÉMARCHES QUALITÉ

Tourisme Loiret accompagne la qualification de l'offre pour mieux répondre aux attentes des visiteurs

## Accueil vélo



> 147 adhérents fin

2020

## Chambres d'hôtes référence

> 30 établissements

qualifiés fin 2020 pour 69 chambres



## REVENUE MANAGEMENT DE DESTINATION

> 7 hôtels intégrés dans la démarche

### VALORISATION DU PATRIMOINE DE PROXIMITÉ

> Poursuite de l'installation des 150 panneaux de médiation à proximité des sites

> Inauguration des "Villages de caractère du Loiret" et des villages labellisés "Patrimoine remarquable"



**Loiret** étape

### CREATION D'UN LABEL POUR LES VILLAGES ETAPE

> Création du label départemental "Loiretape", appuyé sur un référentiel de qualité basé sur la présence de services aux touristes en étape

### BISTROTS DE PAYS

> Pré-visites de labellisation auprès d'une trentaine d'établissements

> Démarche mise en suspend suite à la crise.

# **PROMOTION - COMMUNICATION - MARKETING**

Tourisme Loiret valorise les atouts des territoires, des activités et des sites auprès des clientèles

## Loiret Mag Spécial été

en partenariat avec le  
Conseil départemental

> **320 000** exemplaires  
en boîtes aux lettres



## PRESSE & MÉDIAS

- > **20** accueils presse français et étrangers, en partie en partenariat
- > **15** articles ou dossiers dans la presse nationale
- > Chronique hebdomadaire **France Bleu**



## JOURNÉE DÉPARTEMENTALE DE DIFFUSION DE LA DOCUMENTATION

Le 23 juin, dans un format inédit adapté à  
la crise sanitaire

## DIFFUSION DE LA DOCUMENTATION

Sur les aires  
d'autoroutes : A19, A10,  
A71, A77.

## EVENEMENTS

- > Première édition du Loiret à croquer, le 8 février 2020
- > Préparation de la contribution à plusieurs événements qui ont été annulés: Chocochateau, salon des arts du jardin, Saint Fiacre, salon des plantes de Chantilly.

## Carte touristique

> **60 000**

exemplaires avec  
une diffusion  
adaptée au contexte  
de la crise et un  
report début 2021



**tourismeloiret.com**

> 715 500 visiteurs en 2020

+24% / 2019

1990 visiteurs/jour

59625 visiteurs/mois

> Poursuite du travail  
d'optimisation du  
référencement du site

**tourismeloiret.com** avec Cybercité .



## MARKETING RÉSEAUX SOCIAUX

> 16 350 fans FB fin 2020 (+4 780 / 2019)

> 8 600 followers Instagram fin 2020 (+2 500 / 2019)

> Poursuite de la stratégie marketing: adresser des offres packagées à des clientèles ciblées => consolider un fichier-clients qualifié de qualité, grâce à des campagnes Facebook ciblées.

## MARQUE SOLOGNE



> 1 réunion d'information et d'échanges avec les prestataires

> un programme d'ateliers de sensibilisation

> Comités de marque en partenariat OT-EPCI-ADT 45/41 - CRT - CD 45/41 et Région

> 172 prestataires ambassadeurs de la marque (environ la moitié dans le Loiret)

> Print : 1 carte touristique / 1 magazine de destination

> Digital : 1 nouveau site internet / Campagnes réseaux sociaux

> 1 campagne d'affichage à Paris



## ROUTE DE LA ROSE DU LOIRET

- > Outils de communication : accueils presse et reportages dans les médias, refonte site web, refonte du flyer, réalisation d'un reportage photo et de 2 vidéos génériques "Route de la rose"
- > Mise en place de l'application KWYS sur deux sites
- > Création d'un évènement phare sur 4 sites, annulé pour cause de Covid
- > Appel à projet en partenariat avec le CD pour l'animation des sites en mai, reporté à 2021

## DEMARCHE FAMILLE

- > Création d'une identité graphique pour promouvoir les offres
- > Réunion avec les pro annulée suite au début de la crise et remplacée par un webinar le 4 juin
- > Campagnes de communication web et RS en amont des vacances d'été, Toussaint et Noël

## DEMARCHE CHATEAUX

- > Création d'une identité visuelle commune aux châteaux du Loiret afin de communiquer plus efficacement sur la richesse de l'offre et de faciliter l'information sur place et favoriser le renvoi de site en site.

# COMMERCIALISATION

Des offres en ligne, un service dédié aux groupes et des outils mis à disposition des professionnels pour commercialiser leurs offres sur le web.

## CLIENTÈLES INDIVIDUELLES Place de marché

> **409** prestataires en PDM

> **99%** des OT engagés

dans la démarche

> **788 569 €**

de volume d'affaires en 2020

**717 K€ en 2019 soit + 10%**

## CLIENTÈLE GROUPES Service de réservation Tourisme Loiret

> **Une année 2020 qui s'annonçait exceptionnelle**

Au 15/03/2020, 249 dossiers ouverts, 236 contrats envoyés pour un CA prévisionnel à 491 048 € (soit 9988 € de moins que le CA global 2019).

> **Tous les clients recontactés un par un**, pour proposer une solution, en maximisant la satisfaction client et miser sur leur fidélité. 79 clients ont bénéficié d'un avoir, 41 ont reporté leur sortie en 2021.

> **36 dossiers ont pu avoir lieu en 2020** pour un CA global de 58 331 €.

> **Partenariat avec les OT :**

- 2 nouveaux OT ont une offre « groupes » : Terres du Val de Loire et Gâtinais Sud.
- Réunion en janvier 2020 pour échanger sur les bonnes pratiques, les nouveaux taux de commission et la mise en place d'action communes (circuits randonnée).

> **Outils de promotion** : 2 brochures groupes + en nouveauté une pochette avec 13 fiches à destination des clubs de randonnée (8 d'OT et 5 de l'ADRT)

> **Création de produits sur le site à destination de nouvelles cibles** : séjours Villes et Villages Fleuris du Loiret, voitures anciennes, randonneurs, petits groupes. 12

# **PRINCIPALES ACTIONS MENÉES DANS LE CADRE DU PLAN DE RELANCE**

## **AXE 1**

### **ALLEGER LES CHARGES DES ACTEURS DU TOURISME**

#### **Mise en oeuvre des allégements prévus:**

**> Suppression des cotisations Tourisme Loiret des prestataires**

**> Suppression des cotisations sur les ventes "Groupes"**

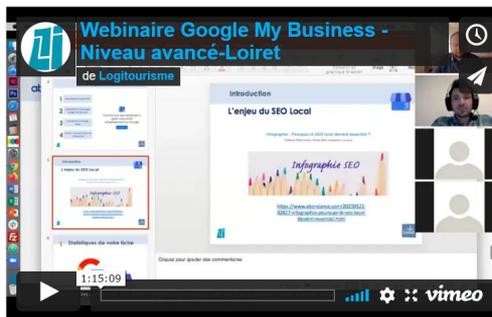
**> Prise en charge des coûts de labellisation "Accueil vélo"**

**> Prise en charge des outils Fairquest et RMD pour 2020**

## AXE 2

# ACCOMPAGNER LES PROFESSIONNELS DANS LA SORTIE DE CRISE

> 10 webinaires et 4 sessions de formation (RS)



Webinaire Google My Business - Niveau avancé-Loiret

> Forfait pour la réalisation de campagnes de communication ou campagnes collectives avec posts sponsorisés

> Aide aux dispositifs digitaux des prestataires (création de 16 minisites et aide à la création de sites)

## AXE 3

# SOUTENIR LA REPRISE D'ACTIVITE



> **Campagne de lancement des pré-achats solidaires** et vente à emporter

> **Mise en place du pass Loiret** avec pour public cible les collégiens

- 36000 pass distribués, relance d'information faite en partenariat avec les établissements et le Département

> **Mise en place de l'opération "Chèques Loiret Escapades"**

- Recherche de prestataires partenaires
- Création du chéquier
- Création de la plateforme d'inscription pour les soignants
- Création d'une plateforme Pro pour les remboursements de chèques

> **Mise à disposition gratuite de kits sanitaires**

## AXE 4

# RENFORCER L'ATTRACTIVITE DU TERRITOIRE PAR DES ACTIONS DE COMMUNICATION ADAPTEES

> Participation à la **campagne  
de communication  
régionale** de juin à décembre  
2020



> Campagnes de  
communication  
départementales

- 400 stations de métro  
Paris (juin)
- Centres commerciaux  
(juillet)
- Territoires du Loiret /  
abribus (septembre)
- Météo France 3 IDF





**TOURISMELOIRET.COM**  
**PRO-TOURISMELOIRET.COM**  
**02.38.78.04.04**  
**INFO@TOURISMELOIRET.COM**

