

TOURISME LOIRET BILAN D'ACTIVITÉ 2024



LE LOIRET
L'ÉVASION AUTHENTIQUE



Malgré une météo estivale mitigée, qui a impacté l'hôtellerie de plein air ou bien encore les activités de nature et un contexte économique délicat, l'année 2024 aura été favorable pour le secteur touristique du Loiret, qui réalise de bonnes performances.

Les Jeux Olympiques et paralympiques, qui ont peu impacté nos destinations en 2024, vont produire des effets bénéfiques dans les années à venir, compte-tenu de l'image positive que la destination France a donné auprès de l'ensemble des visiteurs. Tourisme Loiret avait anticipé cet enjeu et a communiqué auprès des touristes d'Île-de-France.

Qualification de l'offre, gestion des données, vente en ligne, marketing... Tourisme Loiret a poursuivi en 2024 la mise en œuvre de la stratégie touristique départementale au service des clientèles touristiques, mais aussi en appui aux professionnels, collectivités et offices de tourisme pour apporter son expertise ou sa contribution à des actions partenariales importantes pour le secteur.

Je vous souhaite une très bonne saison touristique.

Laurence Bellais, Présidente
et toute l'équipe de **Tourisme Loiret**

05 LES CHIFFRES
CLÉS

10 AXE 1
RENFORCER LA QUALITÉ ET DÉVELOPPER
LES OFFRES TOURISTIQUES POUR FAIRE DU
LOIRET UNE DESTINATION « AUTHENTIQUE »

15 AXE 2
ACCOMPAGNER LES TERRITOIRES ET
LES PROFESSIONNELS DU TOURISME

19 AXE 3
AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE-
CLIENT POUR ACCROÎTRE LA
CONSOMMATION TOURISTIQUE

23 AXE 4
DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE DE MARKETING,
DE COMMUNICATION ET DE FIDÉLISATION
POUR AUGMENTER LA DURÉE DES SÉJOURS

32 AXE 5
BÂTIR LA GOUVERNANCE DE LA
DESTINATION AVEC LES ACTEURS ET
ASSURER SON PILOTAGE OPÉRATIONNEL

34 QUI SOMMES-NOUS ?

2024 EN BREF

LE SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE 2023 - 2027

Défi 1

Faire du Loiret une destination "Slow tourisme" de l'offre jusqu'à la perception de la clientèle

Défi 3

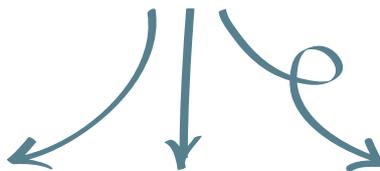
Faire du Loiret une destination ludique et familiale

Défi 2

Faire du Loiret un territoire exemplaire d'accueil et d'hospitalité

Défi 4

Faire du Loiret une destination de "Tourisme Durable et Responsable"



4 défis relevés en 5 axes de travail

- Conforter ou structurer l'offre via des filières et des thématiques qui constituent le véritable ADN du Loiret,
- Accompagner les professionnels et les collectivités dans leur développement,
- Améliorer l'expérience-client et la qualité des séjours, véritable clé de fidélisation,
- Promouvoir le territoire en fonction des cibles de clientèles et des marchés, déterminés par une stratégie marketing et de communication,
- S'appuyer sur une gouvernance solide avec les territoires et les acteurs.

CIBLES DE CLIENTÈLES PRIORITAIRES

- Les séniors actifs français
- Les familles avec enfants, en priorité franciliennes
- La clientèle française et étrangère en "escale" et itinérante (en voiture, à vélo, en camping-car)
- La clientèle de l'Europe du Nord (partenariats avec le Comité Régional de Tourisme Centre Val-de-Loire)

CIBLES DE CLIENTÈLES SECONDAIRES

- La clientèle groupes ou groupes individuels regroupés (GIR) venant en autocar
- La clientèle locale (Loirétains et départements limitrophes)
- La clientèle "jeune" (couples sans enfants, groupes d'amis)
- La clientèle d'affaires

LES CHIFFRES CLÉS 2024



PORTRAIT DU LOIRET

POPULATION:

687 063 HABITANTS EN 2024

soit 101,4 habitants/km² (France : 107,1 hab/km²)

SUPERFICIE:

6 775 km²

soit 1,2% du territoire national et 17% de la région Centre-Val de Loire

COMMUNES:

325 EN 2024

OFFICES DE TOURISME:

12 TOTALISANT 23 BUREAUX D'INFORMATION

INTERCOMMUNALITÉS:

16 DONT 1 MÉTROPOLE (Orléans: 292 001 habitants)

ET 1 COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION (Montargis : 62 745 habitants)

VILLES ET VILLAGES

2 PETITES CITÉS DE CARACTÈRE:
FERRIÈRES-EN-GÂTINAIS
SAINT-BENOÎT-SUR-LOIRE
UNE COMMUNE HOMOLOGABLE : CHÂTEAU-RENARD

2 «PLUS BEAUX DÉTOURS DE FRANCE»:
BEAUGENCY, MONTARGIS

1 VILLE D'ART ET D'HISTOIRE:
ORLÉANS

76 COMMUNES «VILLES ET VILLAGES FLEURIS»
DONT 7 AVEC 4 FLEURS:
OLIVET, ORMES, MONTARGIS, ORLÉANS,
QUIERS-SUR-BEZONDE,
SAINT-CYR-EN-VAL, YÈVRE-LE-CHÂTEL

1 «PLUS BEAUX VILLAGES DE FRANCE»
& «VILLAGE JARDIN REMARQUABLE»:
YÈVRE-LE-CHÂTEL

2 STATIONS PÊCHE:
CEPOY, CHÂTILLON-SUR-LOIRE

4 STATIONS VERTES:
BEAUGENCY, BRIARE,
CHÂTILLON-SUR-LOIRE, CEPOY



L'OFFRE TOURISTIQUE

PATRIMOINE ET SITES DE VISITE

**8 CHÂTEAUX
OUVERTS
AU PUBLIC**
à chaque vacances scolaires minimum



**12 ÉDIFICES
RELIGIEUX
REMARQUABLES**

49 MUSÉES
dont 10 labellisés
« Musée de France »

**5 SITES
ARCHÉOLOGIQUES**



7 MOULINS
dont 5 moulins à vents
et 2 moulins à eau

**20 ESPACES
NATURELS SENSIBLES**
dont 2 parcs départementaux



23 CURIOSITÉS

**15 PARCS
ET JARDINS**
dont 5 labellisés « Jardin remarquable »

450



**ÉDIFICES PROTÉGÉS AU TITRE
DES MONUMENTS HISTORIQUES :**
121 classés et 356 inscrits

ACTIVITÉS / NATURE

+ DE
790 km

d'itinéraires cyclables et circuits VTT dont
2 EuroVéloroutes et une **voie verte** en cours
d'aménagement (2025) :

- EV6 – La Loire à vélo
- EV3 – La Scandibérique
- Le Canal d'Orléans à vélo

+ DE
4 900 km

d'itinéraires pédestres

(dont 850 km de GR® et de GR de Pays®) et
450 km de chemins praticables à cheval



7 GOLFS



**2 TRAINS
TOURISTIQUES**



**12 CENTRES
AQUATIQUES**



**7 BASES
DE LOISIRS**



**6 SITES
DE BAINADE**



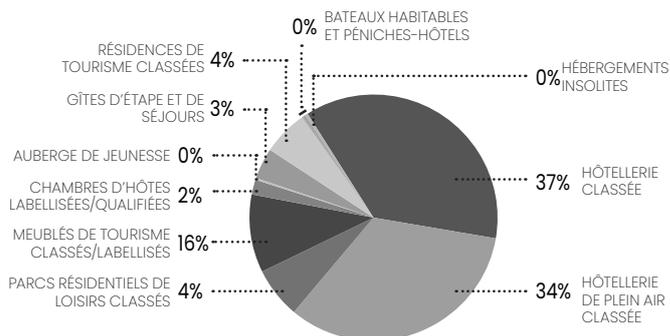
**4 PARCS
À THÈME**



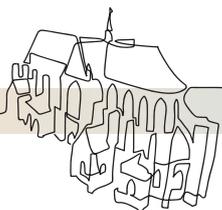
**10 PORTS ET HALTES
FLUVIALES**

Type d'hébergement	Nombre d'établissements	Capacité (en lits)
Hôtellerie classée	108	8502
Hôtellerie de plein air classée	35	7929
Parc résidentiel de loisirs classé	3	1032
Meublés de tourisme classés/labellisés	699	3601
Chambres d'hôtes labellisées/qualifiées	59	403
Auberge de jeunesse	1	50
Gîtes d'étape et de séjours	26	642
Résidences de tourisme classées	5	850
Bateaux habitables	2	54
Péniches hôtels	2	14
Hébergements insolites	26	107
TOTAL HÉBERGEMENTS MARCHANDS	978	23 130
Résidences secondaires (INSEE 2021)	17 170	85 850
TOTAL HÉBERGEMENTS NON MARCHANDS	17 170	85 850
TOTAL	18 148	108 980

PARC D'HÉBERGEMENTS



RÉPARTITION DES HÉBERGEMENTS MARCHANDS SELON LEUR CAPACITÉ D'ACCUEIL (EN NOMBRE DE LITS)



FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

SITES TOURISTIQUES ENREGISTRANT + DE 10 000 VISITEURS / AN

Site de visite	Commune	Nbre de visiteurs	Évolution par rapport 2023
Parc Floral de La Source	ORLEANS	131 980	+6%
Hôtel Groslot	ORLEANS	86 992	+4%
Château de La Ferté Saint-Aubin	LA FERTE SAINT-AUBIN	82 532	+19%
Château de Meung-sur-Loire	MEUNG-SUR-LOIRE	74 543	+7%
Château de Sully	SULLY-SUR-LOIRE	72 350	=
Forteresse et village de Yèvre-le-Châtel	YEVRE-LA-VILLE	69 167	+26%
Musée des Beaux-Arts	ORLEANS	65 340	+6%
MOBE	ORLEANS	54 155	-4%
Château de Chamerolles	CHILLEURS-AUX-BOIS	45 959	+12%
Domaine du Ciran	MARCILLY-EN-VILLETTE	33 089	-1%
Oratoire Carolingien	GERMIGNY-DES-PRES	23 117	+3%
Maison de Jeanne d'Arc	ORLEANS	22 517	+6%
Frac Centre-Val de Loire	ORLEANS	20 412	+10%
Château de La Bussière	LA BUSSIÈRE	20 234	-1%
Château-musée de Gien	GIEN	17 578	+4%
Musée de la Faïencerie	GIEN	15 339	+2%
Musée de la marine de Loire	CHATEAUNEUF-SUR-LOIRE	11 894	=
Château de St-Brisson-sur-Loire	ST-BRISSON-SUR-LOIRE	11 711	-15%
Musée du Cirque et de l'Illusion	DAMPIERRE-EN-BURLY	11 204	/
Hôtel Cabu - Musée d'Histoire et d'Archéologie	ORLEANS	11 023	-8%

VÉLOROUTES

40 600
EN MOYENNE PAR
COMPTEUR*

- 13%
PAR RAPPORT À 2023

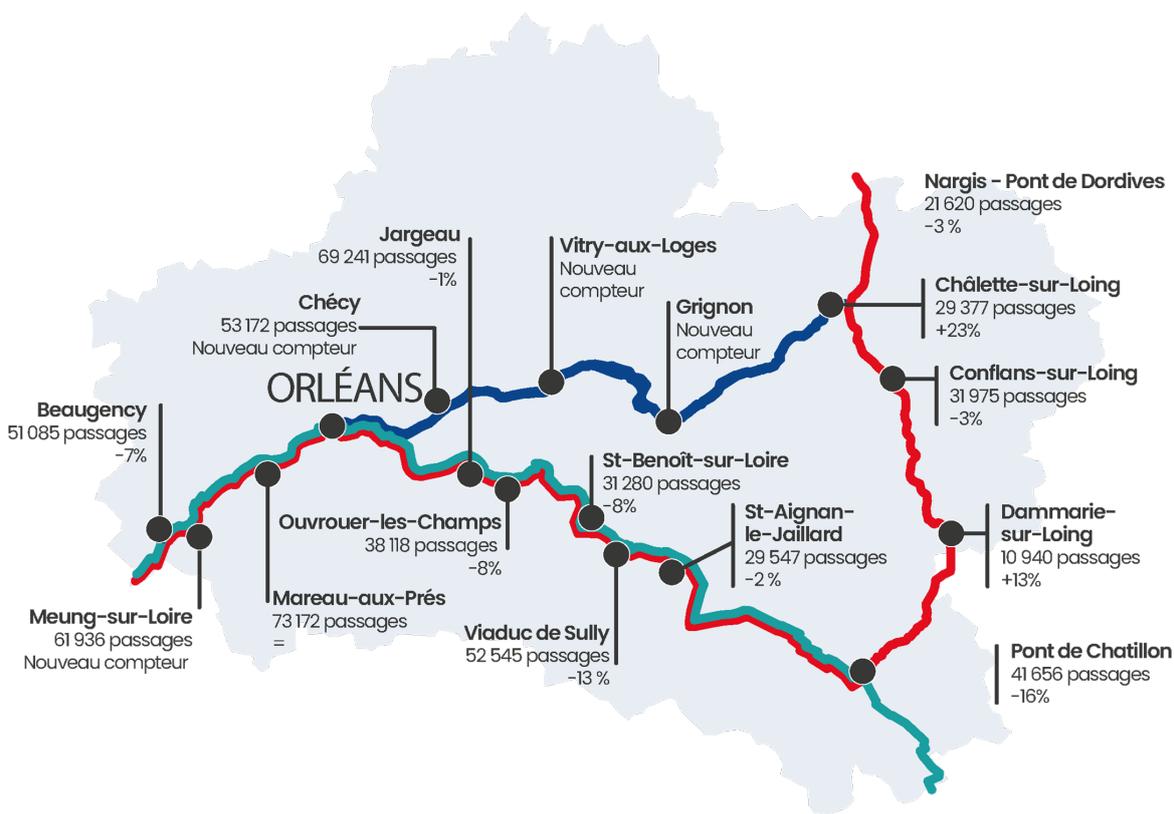
46 930
PASSAGES
par compteur

23 000
PASSAGES
par compteur

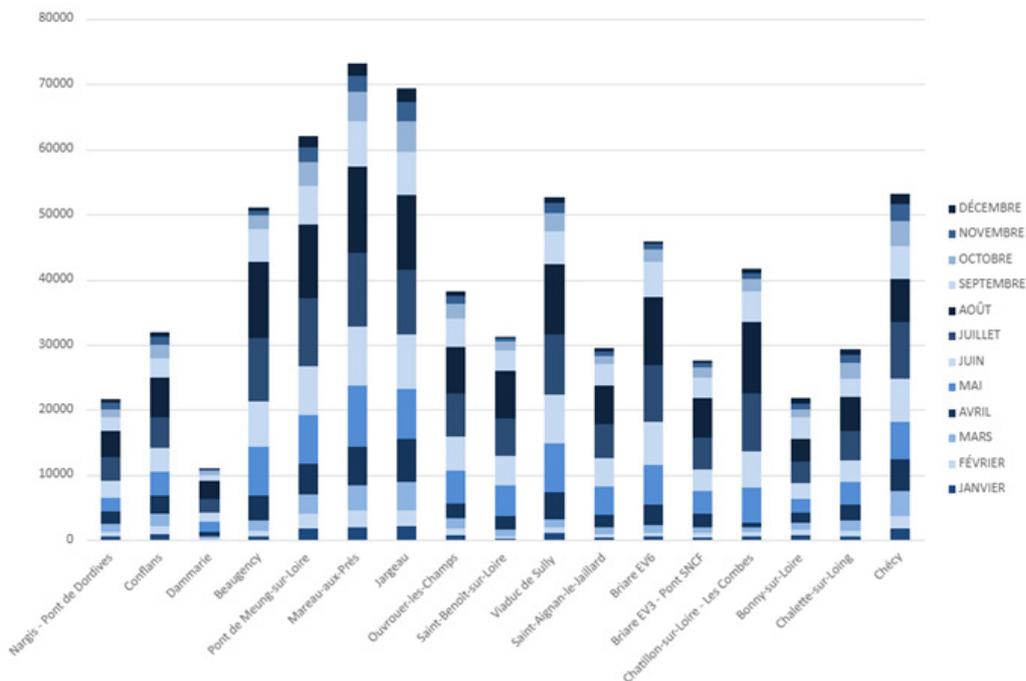
41 274
PASSAGES
par compteur

PASSAGES DE VÉLOS PAR COMPTEUR

TOTAL ANNÉE 2024



FRÉQUENTATION MENSUELLE PAR COMPTEUR



HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

AVRIL À SEPTEMBRE 2023

278 747

NUITÉES AU TOTAL
-7% par rapport à 2023

142 387

NUITÉES FRANÇAISES
-9% par rapport à 2023

136 361

NUITÉES ÉTRANGÈRES
-4% par rapport à 2023

TAUX D'OCCUPATION SELON LE TYPE D'EMPLACEMENT

28%

TAUX MOYEN
-3,3% par rapport à 2023

28%

EMPLACEMENTS NUS
-2,6 pt par rapport à 2023

28%

EMPLACEMENTS LOCATIFS
-8,9 pt par rapport à 2022

DURÉE MOYENNE DES SÉJOURS

SELON LE TYPE D'EMPLACEMENT

2,1 jours

pour les français
et les étrangers

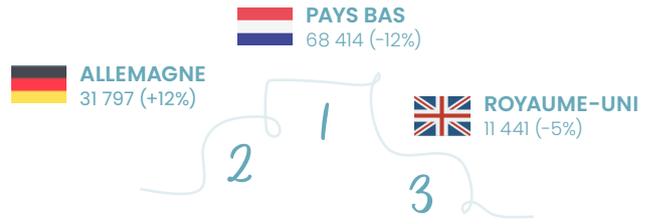
2 jours

EMPLACEMENTS NUS

2,9 jours

EMPLACEMENTS LOCATIFS

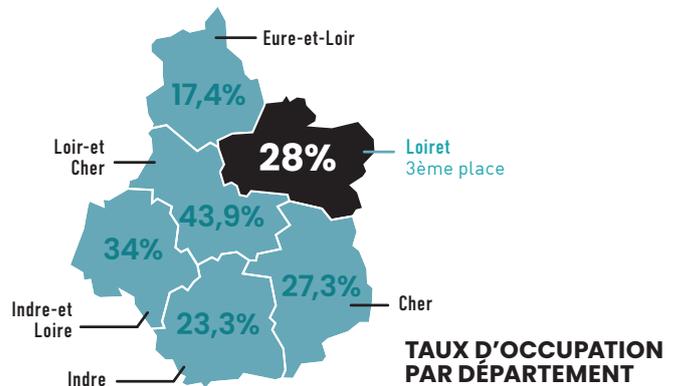
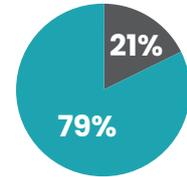
RÉPARTITION DES NUITÉES RÉGIONALES ÉTRANGÈRES



RÉPARTITION DES NUITÉES SELON LE TYPE D'EMPLACEMENT

SELON LE TYPE D'EMPLACEMENT

- emplacements nus
- emplacements locatifs



HÔTELLERIE

1 306 812

NUITÉES AU TOTAL
-2,4% par rapport à 2023

1 052 561

NUITÉES FRANÇAISES
-1% par rapport à 2023

254 251

NUITÉES ÉTRANGÈRES
-7% par rapport à 2023

TAUX D'OCCUPATION SELON LE TYPE D'ÉTABLISSEMENT

55%

TAUX MOYEN
-2,9 pt par rapport à 2023

59,2%

HÔTELLERIE DE CHAÎNE
-3,1 pt par rapport à 2023

49%

HÔTELLERIE INDÉPENDANTE
-3 pt par rapport à 2023

DURÉE MOYENNE DES SÉJOURS

SELON LE TYPE D'ÉTABLISSEMENT

1,39 jours

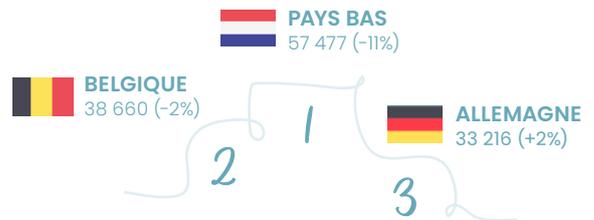
1,38 jours

HÔTELLERIE DE CHAÎNE

1,39 jours

HÔTELLERIE INDÉPENDANTE

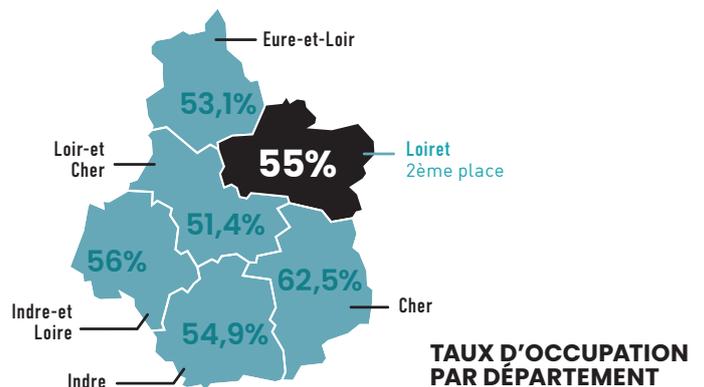
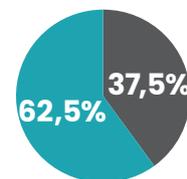
RÉPARTITION DES NUITÉES RÉGIONALES ÉTRANGÈRES



RÉPARTITION DES NUITÉES SELON LE TYPE D'ÉTABLISSEMENT

SELON LE TYPE D'ÉTABLISSEMENT

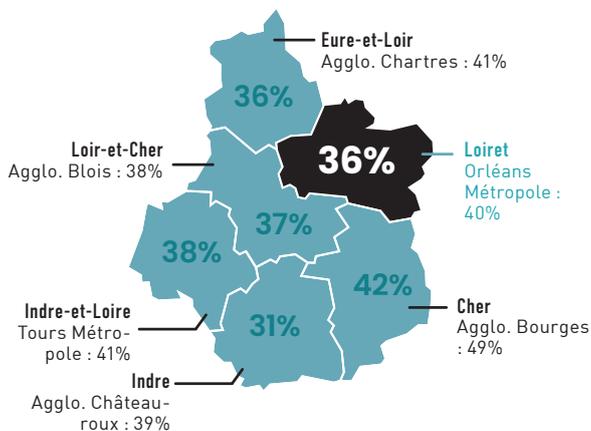
- hôtellerie de chaîne
- hôtellerie indépendante



LOCATIF

FRÉQUENTATION DES LOGEMENTS COMMERCIALISÉS SUR LES PLATEFORMES

AIRBNB, BOOKING, HOMEAWAY



TAUX D'OCCUPATION PAR DÉPARTEMENT

LOIRET

561 446

+8% PAR RAPPORT À 2023

NUITS RÉSERVÉES

36 %

-4 PTS PAR RAPPORT À 2023

TAUX D'OCCUPATION

2,8 jours

DURÉE MOYENNE DU SÉJOUR

92,5 €HT

+16% PAR RAPPORT À 2023

MOYENNE ANNUELLE DES PRIX

REVENU TOTAL ANNUEL

51 930 958 €

+26% PAR RAPPORT À 2023

ORLÉANS MÉTROPOLE

269 931

+10% PAR RAPPORT À 2023

40 %

-3 PTS PAR RAPPORT À 2023

3 jours

70 €HT

+19% PAR RAPPORT À 2023

REVENU TOTAL ANNUEL

18 927 331 €

+31% PAR RAPPORT À 2023



FRÉQUENTATION DES LOGEMENTS LABELLISÉS GÎTES DE FRANCE

POUR LE LOIRET

TOTAL DES LOYERS POUR LES HÉBERGEURS

LOYERS AUX HÉBERGEURS 1 716 352 €
ÉVOLUTION 2023/2024 -5,86 %

MONTANT PANIER MOYEN GÎTE 637 €
ÉVOLUTION 2023/2024 +1,69 %

PERCEPTION DE LA TAXE DE SÉJOUR

MONTANT RECOLTÉ 52 093 €
ÉVOLUTION 2023/2024 +10,24 %

MONTANT PANIER MOYEN CHAMBRE 117 €
ÉVOLUTION 2023/2024 -10,10 %

QUELQUES CHIFFRES...

DURÉE MOYENNE EN JOURS D'UN SÉJOUR EN GÎTE EN 2023 7,43
7,83

NOMBRE DE NUITÉES 84 545
ÉVOLUTION 2023/2024 -6,79 %

DURÉE MOYENNE EN JOURS D'UN SÉJOUR EN CHAMBRE EN 2023 1,31
1,41

NOMBRE DE VACANCIERS / CLIENTS ACCUEILLIS 14 075
ÉVOLUTION 2023/2024 -3,92 %

% DE RÉSERVATIONS WEB 59,22 %
ÉVOLUTION 2023/2024 +23,02 %

% DE CONTRATS PRO 26,53 %
ÉVOLUTION 2023/2024 -17,91 %

Retrouvez **tous les chiffres clés** du tourisme dans le Loiret sur :

PRO-TOURISMELOIRET.COM

> Créer et Développer



Axe 1

RENFORCER LA **QUALITÉ**
ET **DÉVELOPPER** LES
OFFRES TOURISTIQUES
POUR FAIRE DU LOIRET
UNE DESTINATION
« **AUTHENTIQUE** »

POUR SUIVRE LA MISE EN TOURISME DU « LOIRET AU FIL DE L'EAU »

Tourisme Loiret apporte un appui au Département pour la mise en tourisme du « Loiret Au Fil de l'Eau ». Cet appui se manifeste notamment par l'accompagnement lors des appels à projets pour les manifestations estivales du « Loiret Au Fil de l'Eau » et pour la valorisation des maisons éclusières qui bordent les canaux.

La deuxième édition de « L'Actu pro du Loiret Au Fil de l'Eau » est sortie au printemps 2025.

Enfin, l'équipe de Tourisme Loiret poursuit naturellement son accompagnement auprès des porteurs de projets le long de ces voies d'eau.



RENFORCER L'OFFRE CYCLOTOURISTIQUE POUR FAIRE DU LOIRET UNE DESTINATION VÉLO PRISÉE

LE CANAL D'ORLÉANS À VÉLO



L'Agence participe au groupe-projet organisé mensuellement par le Département.

Dans le cadre de l'aménagement du Canal d'Orléans à vélo, Tourisme Loiret a réalisé les panneaux Relais Information Service pour l'inauguration des tronçons entre Châlette-sur-Loing et Presnoy et entre Vitry-aux-Loges et Chécy.

LA LOIRE À VÉLO



Malgré un contretemps lié à la coordination avec la Région Pays de la Loire, Tourisme Loiret participe aux réflexions pour de nouvelles actions communes en vue de renforcer l'attractivité de la Loire à vélo.

LA SCANDIBÉRIQUE



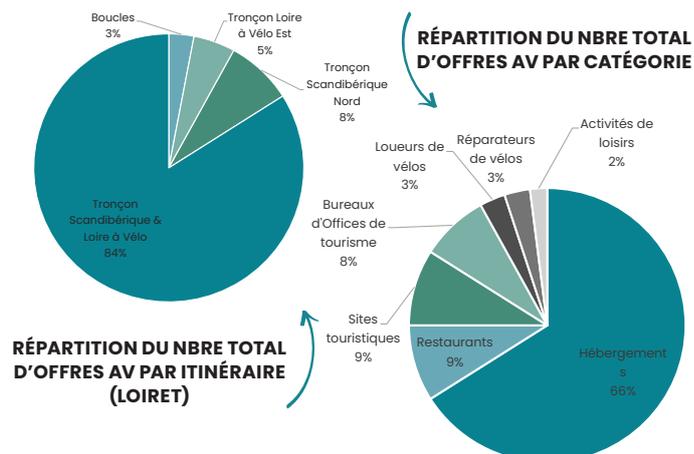
L'équipe est toujours partie prenante des décisions permettant la cohérence du tracé de la Scandibérique et aide à la coordination de la signalisation, dans le cadre du Comité national d'Itinéraire de la Scandibérique, en lien avec les autres départements. Tourisme Loiret est membre titulaire du CODIR du comité d'itinéraire, mené par Charentes Tourisme et participe ainsi au plan de promotion de l'itinéraire.

MARQUE ACCUEIL VÉLO



Déployée à moins de 5km des deux EuroVélo (Loire à Vélo EV6 et Scandibérique EV3) et des 21 boucles cyclables inscrites au schéma national, la marque nationale **Accueil Vélo** est une **référence** pour les clientèles. Elle est d'ailleurs largement utilisée par les éditeurs de guides de voyage et promue au niveau **national** sur les sites internet de **FRANCEVELOTOURISME.COM**, **SCANDIBÉRIQUE.FR** et **LOIREAVELO.FR**

- **51 visites** effectuées par Tourisme Loiret soit **154 offres** touristiques labellisées à fin 2024.



LA RANDONNÉE PÉDESTRE : UNE PROPOSITION TOURISTIQUE ESSENTIELLE POUR UNE DESTINATION NATURE QUI NÉCESSITE UNE STRUCTURATION QUALITATIVE



La Fédération Départementale de Randonnée Pédestre et Tourisme Loiret poursuivent leur partenariat, avec la signature d'une convention avec le Département. GR, itinéraires thématiques (chemins de Compostelle...), circuits accessibles à tous : 370 itinéraires sont référencés sur le site web : LOIRETBALADES.FR .

CAPITALISER SUR LES AUTRES ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

FORÊT D'ORLÉANS

Suite à l'organisation de réunions de concertation en lien avec la Forêt d'Orléans (ONF, SAFO, OT, EPCI...) organisés en 2023, notre équipe a réuni en 2024 les acteurs locaux pour recueillir les avis sur un premier jet d'une carte sur la Forêt d'Orléans. La carte touristique de la Forêt d'Orléans est en préparation et devrait sortir fin juin 2025.



HÉBERGEMENT PÊCHE

La Fédération de la Pêche du Loiret et Tourisme Loiret s'efforcent à déployer la qualification « Hébergement Pêche ».



Celle-ci valorise les hébergements touristiques qui répondent à des critères d'accueil, de praticité et de services adaptés aux besoins des touristes pêcheurs pratiquants.

14 hébergements sont aujourd'hui qualifiés « Hébergement Pêche ».

LA ROUTE EUROPÉENNE D'ARTAGNAN

Tourisme Loiret a poursuivi son partenariat avec le Comité Régional d'Equitation Centre-Val de Loire et l'association européenne de la Route d'Artagnan pour coordonner la mise en place de l'itinéraire de randonnée équestre dans le Loiret avec les communes, EPCI et le Département.

RENFORCER LES OFFRES TOURISTIQUES AUTOUR DU PATRIMOINE

En 2024, la démarche de valorisation du patrimoine rural et la Route des Illustres ont vu leur terme arriver en matière de développement notamment.

Ces deux projets sont désormais pleinement intégrés aux offres touristiques départementales et aux propositions de visites.

Le 15 juin 2024, la Mairie de Neuvy-en-Sully a inauguré un parcours d'interprétation du Trésor archéologique découvert sur la commune. Ce parcours a été préparé par un collectif composé des équipes du service culturel de la Communauté de communes du Val de Sully, des musées d'Orléans, du service Archéologie du Département du Loiret et de Tourisme Loiret.



POURSUIVRE ET AMPLIFIER LE PRODUIT «LA ROUTE DE LA ROSE»

Lancée en 2017 par Tourisme Loiret, la démarche vise à structurer et valoriser l'offre touristique départementale en s'appuyant sur une thématique fédératrice. Elle prend appui sur un patrimoine identitaire fort : la tradition horticole du Loiret, notamment autour de la culture de la rose et sa mise en scène dans les parcs, jardins et paysages remarquables

Les objectifs stratégiques de la démarche :

- Positionner le Loiret comme une destination de référence autour de la nature et de la flore d'exception
- Renforcer l'attractivité et la notoriété du territoire grâce à un positionnement original et distinctif
- Valoriser la filière horticole et générer des retombées économiques locales
- Fédérer les habitants autour d'une image positive et valorisante de leur territoire.

Aujourd'hui, ce sont 15 sites – jardins, roseraies, villes et villages de roses et producteurs – qui portent et enrichissent cette dynamique collective. Tourisme Loiret, en lien étroit avec ses partenaires accompagne activement les collectivités et gestionnaires de sites : conseils techniques, visites de terrain, formation et processus de labellisation viennent soutenir leur engagement.

Par ailleurs, l'animation événementielle La Route de la Rose en Fête renforce la visibilité et stimule la fréquentation des sites.

Retrouvez les actions de communication dédiés à la Route de la Rose dans l'Axe 4.





VALORISER LE TERROIR PAR SES PRODUCTIONS ET SES PRODUCTEURS

OENOTOURISME

Suite au désengagement du BIVC, Tourisme Loiret a intégré en début d'année 2024, le Comité de pilotage de la Destination Vignobles & Découvertes **Sancerre Pouilly Giennois**. Tourisme Loiret est à présent référent tourisme auprès d'Atout France pour cette destination oenotouristique. L'équipe de Tourisme Loiret travaille activement au copilotage de la destination au côté de l'Agence Tourisme & Territoires du Cher, et à préparer le renouvellement du label **Vignobles & Découvertes**.

Le Comité de pilotage de la Destination, composé également de Nièvre Tourisme, des offices de tourisme et maisons des vins concernés, du CRT Centre-Val de Loire, du Bureau interprofessionnel des Vins du Centre-Loire et

du Syndicat viticole des Coteaux du Giennois, a établi un plan d'actions sur trois ans afin de développer et promouvoir la Destination.

EN PARTENARIAT

Avec la Chambre de Commerce et d'Industrie :

L'Agence participe à la valorisation des marchés hebdomadaires sur une page spécifique du site internet avec 9 549 vues cette année.

Avec la Chambre des Métiers et de l'Artisanat :

La Route des métiers d'art a accueilli 4 artisans supplémentaires en 2024, ils sont 24 en tout à être référencés sur nos supports de promotion digitaux et papiers.

PRENDRE EN COMPTE LA DIMENSION DURABLE ET RESPONSABLE DANS TOUTES LES COMPOSANTES DE L'OFFRE ET DU SÉJOUR

MARQUE NATIONALE TOURISME & HANDICAP

La marque nationale « **Tourisme & Handicap** » reconnaît un accueil spécifique et des aménagements adaptés aux besoins des clients touristes présentant des déficiences **auditives, mentales, motrices ou visuelles**.

Une commission territoriale a été organisée par Tourisme Loiret en juin 2024.

23 établissements touristiques sont labellisés Tourisme et Handicap dans le Loiret :

- 9 hébergements,
- 9 bureaux d'information touristique,
- 2 activités de loisirs,
- 1 restaurant
- 2 lieux de visite.

Pour mémoire, **Tourisme Loiret** accompagne les professionnels sur leurs projets de mise en accessibilité, et à l'accession à la marque en réalisant les visites d'évaluation.



Axe 2

**ACCOMPAGNER LES
TERRITOIRES ET LES
PROFESSIONNELS
DU TOURISME**

ACCOMPAGNER LES PROFESSIONNELS ET LES TERRITOIRES DANS LEUR MISE EN MARCHÉ

UN PARTENARIAT GAGNANT-GAGNANT

Les offices de tourisme proposent des circuits à destination de **la clientèle « groupes »**. Un partenariat bénéfique avec Tourisme Loiret puisque, depuis 2021, ils perçoivent une commission sur tous les dossiers dont ils sont porteurs d'affaires.

La répartition du travail est équitable et optimisée :

- les offices font la promotion de leurs circuits, envoient les devis, posent la première option auprès des prestataires
- Tourisme Loiret assure le suivi des dossiers et les échanges avec le client, établit les contrats, les demandes d'acompte, les bons d'échange, les factures...

L'équipe Groupes et les offices rencontrent de manière conjointe de nouveaux prestataires afin d'étoffer l'offre et diversifier les produits.

ACCOMPAGNER LES TERRITOIRES DANS LEURS PROJETS DE DÉVELOPPEMENT

À la demande de la Communauté de communes de la Beauce Loirétaine, Tourisme Loiret a présenté en 2024 un diagnostic des enjeux touristiques, afin d'alimenter des pistes de réflexions pragmatiques pour ce territoire ne disposant pas d'office de tourisme.

PLACE DE MARCHÉ

La Place de Marché touristique permet d'offrir aux clientèles la réservation et le paiement en ligne, appuyé sur un système de gestion des stocks (billets...) et de passerelles pour les professionnels. Impulsée et financée par le Comité Régional du Tourisme, Tourisme Loiret est en charge du déploiement auprès des prestataires en collaboration avec les offices de tourisme.

La Place de Marché touristique a pour objectifs :

- d'offrir des solutions de commercialisation en ligne aux prestataires touristiques dépourvus de ce type de système,
- de diversifier la commercialisation en ligne, pour chaque prestataire touristique, et de diffuser les offres réservables en ligne sur les différents sites de destination.

526 + **11%** en un an
prestataires en Place de
marché dans le Loiret

ACCOMPAGNER LES PROFESSIONNELS DU TOURISME DANS L'ÉVOLUTION DE LEUR OFFRE

APPUI INDIVIDUEL ET COLLECTIF

Tourisme Loiret apporte conseils aux porteurs de projets privés et publics, soit environ 100 porteurs chaque année. Ce travail consiste notamment en la fourniture de données touristiques pour les études de marché, analyses de contexte, premiers conseils juridiques, mise en réseau avec les structures partenaires.

ORGANISATION DE WEBINAIRES DE FORMATION

Tourisme Loiret a organisé en 2025 un cycle de webinaires à destination des professionnels du tourisme. L'objectif était de leur apporter des clés concrètes pour renforcer la performance de leur activité et les aider à faire face aux évolutions rapides du secteur. Quatre thématiques complémentaires ont été abordées :

- La **fidélisation** par l'email marketing,
- Les **usages de l'intelligence artificielle**, avec un focus sur les outils accessibles aux indépendants,
- L'**intégration paysagère et architecturale** des projets touristiques, en partenariat avec le CAUE du Loiret,
- Les **actualités juridiques**, avec un décryptage des dernières évolutions réglementaires encadrant la location de meublés de tourisme (fiscalité, obligations légales, etc.).

Ces webinaires, proposés en ligne pour faciliter la participation de tous les publics, ont rencontré un réel succès en termes d'audience et de satisfaction. Ils s'inscrivent pleinement dans la stratégie impulsée par Tourisme Loiret, au service d'un tourisme durable, qualitatif et ancré dans son territoire.

ACCOMPAGNEMENT SPÉCIFIQUE DES PROFESSIONNELS DE SOLOGNE

Dans le cadre de la Marque Sologne, les Ambassadeurs (285 prestations, soit +25 en 1 an) ont pu profiter de l'envoi régulier de newsletters, de temps de rencontre avec l'animatrice de la marque lors des bourses touristiques, de **11 ateliers de sensibilisation** sur des thématiques choisies en concertation ou encore d'un **speed meeting** au printemps qui s'est tenu au Domaine du Ciran.

Le rendez-vous des Ambassadeurs tenu en décembre au Château des Stuarts à Aubigny-sur-Nère a rassemblé une cinquantaine d'entre eux et a permis de présenter les résultats 2024 et les actions fléchées pour l'année 2025.



ACCOMPAGNER LES PROFESSIONNELS ET LES TERRITOIRES DANS LA MONTÉE EN QUALITÉ DE LEUR OFFRE ET DANS L'OBTENTION DE LABELS

QUALIFICATION CHAMBRE D'HÔTES RÉFÉRENCE®

La qualification nationale Chambre d'hôtes Référence® apporte la possibilité aux chambres d'hôtes non labellisées de garantir la qualité de leur prestation à leur clientèle et de bénéficier d'une promotion sur les sites institutionnels départementaux et régionaux du tourisme, d'accéder à la possibilité d'adhérer à la marque Accueil Vélo ou encore de pouvoir bénéficier de l'accès à différents outils et services proposés telle que la Place de Marché touristique régionale.



- 3 commissions départementales organisées en 2024 avec 5 nouveaux établissements qualifiés
- 27 établissements qualifiés, soit 72 chambres, pour une capacité d'accueil de 192 lits à la fin de l'année 2024.



ACCOMPAGNER LES PROFESSIONNELS DU TOURISME DANS LEUR STRATÉGIE NUMÉRIQUE

Notre équipe accompagne avec le CRT, l'installation de passerelles entre des sites internet de lieux de visite ou d'activités et la base de données touristiques régionale Tourinsoft (TIS).

Tourisme Loiret apporte également un support technique aux offices de tourisme pour ce qui concerne le lien entre leur propre site web et la base de données touristiques Tourinsoft.

L'accompagnement web des professionnels du tourisme représente :

- 12 audits numériques ARGOS réalisés, et un suivi des évolutions des sites audités avant 2024 a été initié, sur la base de 5 axes (valorisation de l'offre, relation client, ergonomie/graphisme, référencement, médias sociaux) et 90 critères.
- 25 mini sites web (dont 6 en 2024) ont été créés via la solution WeeBnB qui propose un package complet contenant : le nom de domaine, un site web clé en main enrichi par les données de Tourinsoft (Agenda, offres recommandés, etc.), un livret d'accueil numérique, la synchronisation des calendriers de réservation en ligne.

Retrouvez l'offre d'accompagnement numérique des professionnels (audits digitaux, créations de mini-site) sur :

PRO-TOURISMELOIRET.COM

➤ Promouvoir et Vendre



FairGuest observe les contenus mis en ligne sur les plateformes d'avis-clients pour tous types d'établissements touristiques.

Tourisme Loiret a mis en place FairGuest pour analyser la réputation numérique de la destination et de la satisfaction globale des visiteurs sur le territoire, via l'observation des contenus mis en ligne sur les plateformes d'avis consommateurs. 450 établissements sont observés pour une note moyenne de 8,2/10 (identique à 2023) pour près de 60 000 avis déposés en 2024 et un NPS (Net Promoteur Score) de 33 contre 32 en 2023.

Tourisme Loiret met gratuitement à disposition des professionnels du tourisme cet outil, leur permettant d'observer, collecter, comparer, modérer et diffuser les avis déposés par les vacanciers suite à leur séjour sur différentes plateformes. Fortement attendues par les clientèles, les notes Fairguest apparaissent sur le site **TOURISMELOIRET.COM**



FÉDÉRER LES ACTEURS TOURISTIQUES

Pour fédérer les acteurs touristiques, Tourisme Loiret a mis en place plusieurs outils :

- la **newsletter pro mensuelle**, qui est un outil de veille pour les professionnels du tourisme : tendances, chiffres, nouveautés, projets structurants, services et actualités de l'Agence sont abordés (+ de **3 000 contacts**, **43%** de taux moyen d'ouverture).
- le site web **PRO-TOURISMELOIRET.COM** qui regorge d'informations utiles aux pros (**6 919 visiteurs** en 2024 pour **14 151 pages**).
- le **groupe Facebook "Les pros du tourisme du Loiret"**, créé en avril 2020 (**339 membres** en 2024).



TROPHÉES DU TOURISME

En 2024, Tourisme Loiret a souhaité relancer les Trophées du Tourisme mis en pause pendant le COVID. Pour l'édition 2024, ce sont 59 acteurs du tourisme qui ont participé au concours. **Nouveauté 2024** : le grand public a été invité à se prononcer sur les différentes initiatives touristiques dans les différentes catégories, aux côtés du vote par des membres du Conseil d'Administration de l'Agence.

9 000 votes ont été enregistrés pour ce millésime 2024, signe d'un réel engouement pour ce concours.

Ce sont 5 initiatives qui se sont vues récompensées par un trophée réalisé par un artisan local ébéniste.

Le **TROPHEE DE L'ÉVÉNEMENTIEL ET DES ANIMATIONS** a été décerné au Son et Lumière de Cléry qui mobilise près de 300 bénévoles et accueille 8000 spectateurs chaque année.

Le **TROPHEE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE ET DE L'INCLUSION** a été attribué au restaurant les Lutins Joyeux à Yèvre-le-Châtel qui emploie des personnes porteuses de la Trisomie 21.

Le **TROPHEE DE L'ACCUEIL ET DE L'EXPERIENCE CLIENT** a été décerné au château de Meung-sur Loire pour la mise en place en 2023 de nouveaux parcours de visite extérieurs.

Le **TROPHEE DE L'INNOVATION** a été attribué à Fiesta Vélo de Saint-Pryvé-Saint-Mesmin, concept innovant de guinguette mobile.

Enfin, un prix spécial a été remis au château de Beaugency réouvert en 2021 et transformé en centre d'art numérique.

La prochaine édition aura lieu en 2026.



LA BOURSE TOURISTIQUE

Un rendez-vous incontournable pour les professionnels du tourisme, organisée chaque année à la veille de la saison, la Bourse Touristique constitue un temps fort pour les acteurs touristiques du Loiret et de la région. Cette journée favorise la mise en réseau, la circulation de l'information et la valorisation des offres touristiques du territoire.

L'**objectif** pour les acteurs : permettre aux professionnels de **collecter la documentation**, faciliter la **diffusion** leurs propres supports de communication, encourager les **rencontres, les échanges** de bonnes pratiques et la découverte des nouveautés de la saison.

Cet événement participe activement au renforcement des synergies entre acteurs, à la diffusion de l'information touristique, et à la cohésion du réseau professionnel local.



Axe 3

**AMÉLIORER
L'EXPÉRIENCE-CLIENT
POUR ACCROÎTRE LA
CONSOMMATION
TOURISTIQUE**

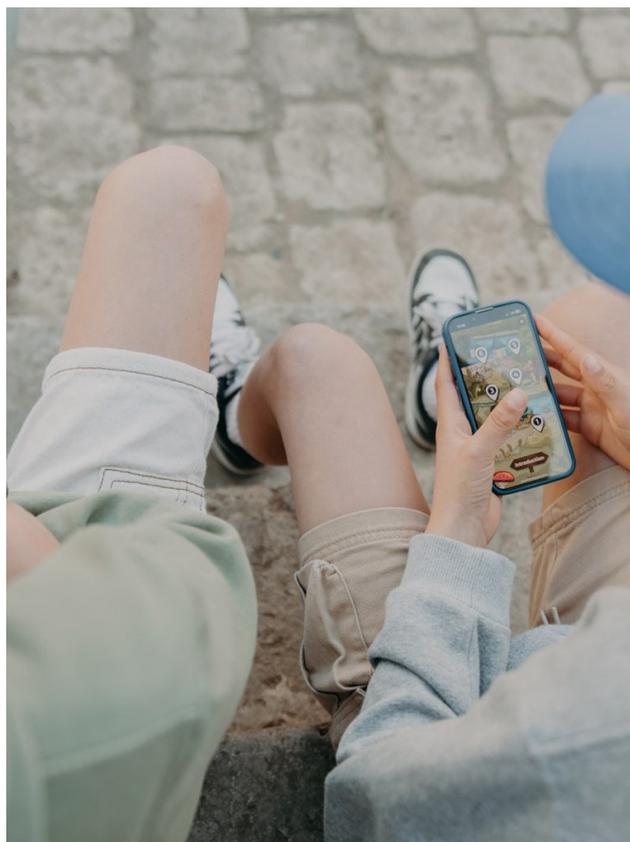
AMÉLIORER L'ANIMATION DE LA DESTINATION EN Y APPORTANT UNE DIMENSION PLUS VIVANTE, PLUS LUDIQUE ET PLUS FAMILIALE

En 2024, un projet d'application ludique a été acté. Il s'agit d'attirer de nouvelles clientèles amatrices d'une offre complémentaire de type « jeu de piste » d'une part, et d'autre part pour faciliter la découverte des richesses des territoires et ainsi augmenter la durée de séjour.

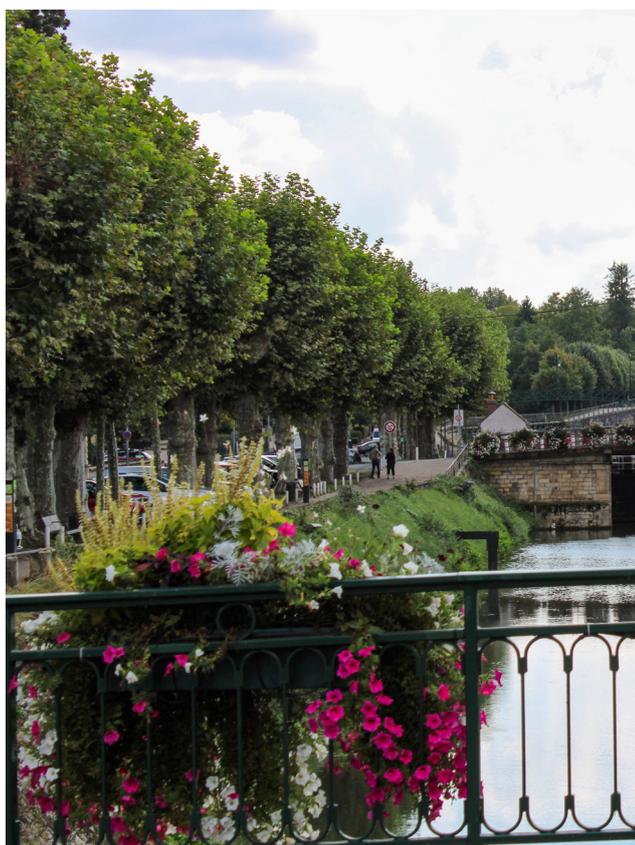
Durant l'année 2024, Tourisme Loiret et un collectif d'offices de tourisme se sont régulièrement réunis pour organiser la mise en place d'une application numérique ludique de type « chasse aux trésors ».

La solution technique ayant été retenue en début d'année, le groupe de travail a pu commencer à travailler sur les modalités de partenariat et les parcours envisagés.

La sortie des premiers parcours est prévu en 2025, permettant de proposer aux visiteurs une diversité de propositions sur un même support.



PARTAGER LES ENJEUX D'UN ACCUEIL DE QUALITÉ À L'ÉCHELLE DE LA DESTINATION



VILLES ET VILLAGES FLEURIS

Dans le Loiret, le Comité Départemental de Fleurissement, une antenne de la SHOL (Société d'Horticulture d'Orléans et du Loiret) est mandaté par le Conseil Départemental pour l'organisation du label de Villes et Villages Fleuris.

Tourisme Loiret mobilise un collaborateur pour participer au jury régional de fleurissement qui examine les candidatures pendant une semaine.



FACILITER L'ACHEMINEMENT DES CLIENTÈLES (GESTION DU DERNIER KILOMÈTRE)

SIGNALISATION TOURISTIQUE

Tourisme Loiret assure le suivi et la coordination du schéma départemental de signalisation touristique sur routes départementales ainsi que son actualisation. Les dossiers de candidature sont instruits par Tourisme Loiret avant présentation à la commission technique départementale.

Le Département est maître d'œuvre de ce schéma et assure le financement des panneaux sur le budget dédié au tourisme.

En 2024, des panneaux existants ont été remplacés pour ajouter un visuel :

- Le Musée départemental de la Résistance et de la Déportation de Lorris
- Le Château de La Bussière

En 2024, dans le cadre du projet de renouvellement de la signalisation d'animation touristique le long de l'autoroute A77 par APRR, Tourisme Loiret a préparé la phase de concertation avec les collectivités pour le compte du Conseil départemental.



Retrouvez les actions de promotion et de communication sur les axes d'autoroute dans l'axe 4.



AMÉLIORER L'INFORMATION AVANT, PENDANT ET APRÈS LE SÉJOUR

LE SYSTÈME D'INFORMATIONS TOURISTIQUES TOURINSOFT

Le système d'information touristique Tourinsoft, avec sa base de données régionale partagée, est l'outil indispensable pour réaliser l'observation touristique d'une part, et d'autre part, pour alimenter l'ensemble des supports digitaux départementaux, régionaux et nationaux.

Cette base est cofinancée par le Comité Régional de Tourisme (CRT) et les Agences départementales (11 000€ par an pour Tourisme Loiret).

Pour être pertinente pour les clientèles, cette base de données doit être qualifiée et mise à jour régulièrement. Prestataires et offices de tourisme sont invités à réaliser les mises à jour.



Saisie et gestion des informations

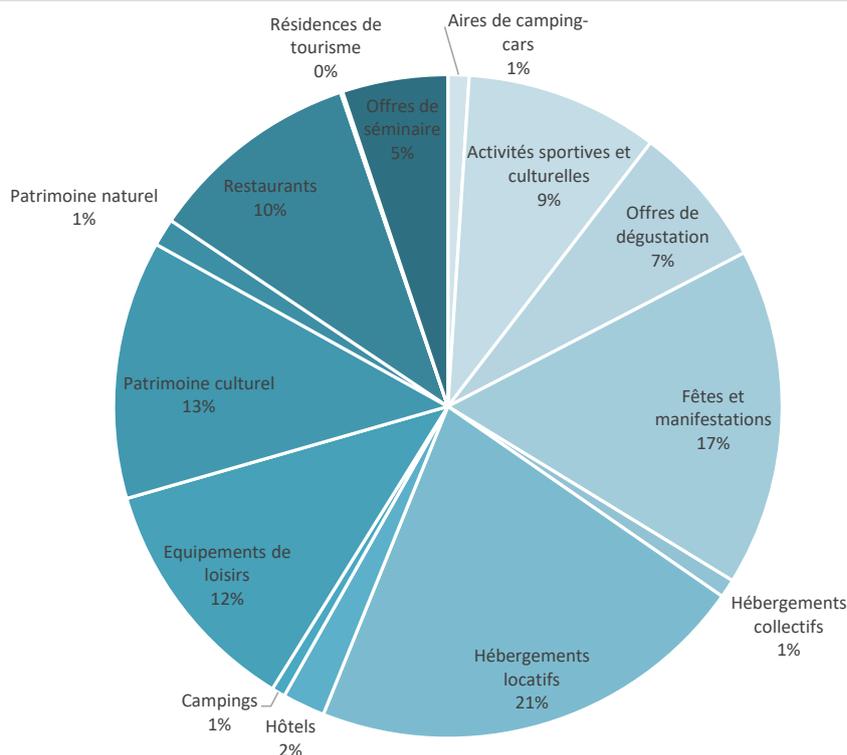


Gestion accueil

LE SYSTÈME D'INFORMATIONS TOURISTIQUES TOURINSOFT

Tourisme Loiret intervient spécifiquement sur :

- l'administration des offres pour le Loiret, soit environ **6800 offres** (tous types de prestations confondues), dont environ **700 créations et vérifications** d'offres en 2024.
- l'**animation de réunions mensuelles** avec les référents des Offices de tourisme pour améliorer la qualité des données des offres (mise à jour des descriptifs, tarifs, photos...).
- le maintien de passerelles d'alimentation de la base de données et de syndicats pour alimenter une **trentaine de sites internet** régionaux, départementaux et locaux.
- un travail spécifique sur la passerelle d'échange de données avec Gîtes de France avec la réactivation du lien pour les meublés de tourisme.
- la hot-line pour les offices de tourisme et les prestataires sur le fonctionnement de l'outil et notamment du VIT (Votre Interface Touristique).



En fin d'année 740 courriers accompagnés d'un sous-main explicatif ont été envoyés aux utilisateurs du VIT, afin de toujours faciliter leur prise en main de cet extranet.

VIT : VOTRE INTERFACE TOURISTIQUE
Chaque année, une mise à jour s'impose !
Les indispensables à vérifier dans ma fiche.

MON CAMPING | DESCRIPTION | CONDITIONS D'ACCUEIL | TARIFS | PHOTOS ET AUTRES FICHIERS MULTIMÉDIAS | AUTORISATION DE DIFFUSION | QUALIFICATION

- Mon camping** : Je vérifie : mon adresse et ma géolocalisation, mes coordonnées Grand Public (Moyens de communication) affichées sur Internet, mes coordonnées professionnelles (Contacts Pro) qui restent administratives.
- Description** : Les deux descriptifs doivent être renseignés précisément, de manière attractive et doivent être différents l'un de l'autre. Les descriptifs ne doivent PAS comporter de tarifs ou de périodes d'ouverture. Je vérifie tous les équipements et prestations de mon camping.
- Conditions d'accueil** : Je vérifie les périodes d'ouverture pour l'année en cours et TOUS les horaires de la semaine, elles disparaissent systématiquement en début d'année. Si besoin, je n'hésite pas à rajouter des lignes pour ajouter des périodes.
- Tarifs** : Mes tarifs doivent être mis à jour tous les ans, ils disparaissent systématiquement en début d'année. Faire une ligne par tarif. Quand il n'y a qu'un seul tarif, j'utilise la case "Minimum euro Année". Quand mes tarifs sont variables, j'indique un Minimum et un Maximum sur l'année.
- Qualification** : Je vérifie mes informations chaque année en cas de changement.
- Photos et autres fichiers** : Je dois impérativement consulter la provenance des photos qui illustrent mon offre (photos personnelles, de photographe, de banque d'images gratuites). J'indique un titre et un Copyright (le nom de celui qui a pris la photo). Je coche OUI, si j'ai le droit d'utiliser cette image dans "Droit d'utilisation de l'image". J'indique obligatoirement une "date de fin d'utilisation de l'image". Elle doit correspondre à la fin des droits cédés par un photographe, ou à une date raisonnable de révision de la photo.
- Autorisation de Diffusion** : Je donne mon autorisation pour que mes informations (grand public uniquement) puissent être diffusées. Soit uniquement aux partenaires locaux (Office de tourisme, Tourisme Loiret et CRT Centre) soit aux partenaires locaux ET en Open Data pour une possible réutilisation par des partenaires nationaux.

Enregistrement : entre chaque étape pendant la saisie / Enregistrer et quitter pour un enregistrement final

QR code LOIRET : Pour obtenir plus d'informations et un tutoriel plus complet, scannez-moi !

Pour me connecter : <https://vit.tourisme-loiret.com/>
IDENTIFIANT : _____
MOT DE PASSE : _____

VOTRE INTERFACE TOURISTIQUE EN RÉGION CENTRE-VAL DE LOIRE

CONNEXION | INSCRIPTION
1ÈRE CONNEXION OU MOT DE PASSE OUBLIÉ

Email*
Mot de passe*

Se souvenir de moi

PRO-TOURISMELOIRET.COM
> Promouvoir et Vendre

Professionnels, **mettez à jour vos données** sur la base en vous connectant à votre espace personnel VIT (votre information touristique) : description, tarifs, horaires d'ouverture, photos... **gardez la main** et proposez à vos clients une information **toujours à jour** :

Axe 4

**DÉVELOPPER UNE
STRATÉGIE MARKETING,
DE COMMUNICATION ET
DE FIDÉLISATION POUR
AUGMENTER LA DURÉE
DES SÉJOURS**

APPUYER LE POSITIONNEMENT MARKETING ET LE MESSAGE D'INSPIRATION «L'ÉVASION AUTHENTIQUE»

Tout au long de l'année, Tourisme Loiret a soutenu son positionnement marketing à travers le message « **L'évasion authentique** ». Une communication multicanale – print, digital, réseaux sociaux, presse et affichage – a permis de mieux faire connaître la destination et d'en valoriser l'identité singulière auprès des publics cibles.

LES ÉDITIONS

Tourisme Loiret conçoit et diffuse plusieurs supports éditoriaux à destination du grand public. Ces publications ont pour objectif de valoriser l'offre touristique du territoire, de favoriser la découverte.

- 1 carte touristique FR/GB (30 000 ex)
- 1 dépliant/carte *Le Loiret au fil de l'eau* FR/GB (30 000 ex)
- 1 dépliant/carte *Le Loiret à vélo* FR/GB (30 000 ex)
- 1 brochure *Route de la Rose* (25 000 ex) + flyer (5 000 ex)
- 1 hors-série d'été "Spécial Tourisme" de Loiret Magazine, élaboré en collaboration avec le Département.

Les éditions sont diffusées via les Offices de Tourisme, sur les aires d'autoroutes et sur les salons/événements ainsi qu'à l'occasion d'opérations spécifiques (réseaux professionnels, sites touristiques parisiens).

RENFORCER LA VISIBILITE DU LOIRET SUR LES AXES AUTOROUTIERS

Dans une logique de promotion ciblée en direction des flux touristiques, Tourisme Loiret poursuit ses partenariats avec les gestionnaires autoroutiers. Cette collaboration permet d'assurer une présence continue sur les principaux axes de circulation traversant le département : A10, A19, A71 et A77.

La promotion de la destination se traduit par :

- Une diffusion de documentation touristique au sein des espaces d'information des aires principales
- Une diffusion de vidéos promotionnelles sur les écrans de ces mêmes espaces.

Ces dispositifs permettent de capter l'attention des voyageurs en transit et d'encourager des arrêts ou séjours futurs dans le Loiret, contribuant ainsi à la dynamique d'attractivité du territoire.



DES CAMPAGNES D'IMAGE ET DE NOTORIÉTÉ

VISIBILITÉ RENFORCÉE GRÂCE À LA TV CIBLÉE

Tourisme Loiret a réalisé une campagne à fort impact sur les chaînes de France Télévision avec pour ambition d'amplifier la visibilité de la destination et de stimuler la fréquentation à l'approche des week-ends de printemps et de la saison estivale.

La diffusion en télévision segmentée a permis de toucher un public large, familial, âgé de 35 à 59 ans et géographiquement ciblé.

CAMPAGNE J.O. ÉTÉ 2024

Inciter les visiteurs des J.O. à venir faire une escapade dans le Loiret et inspirer pour de prochains séjours

Réseaux sociaux et Paris Zig Zag

CAMPAGNE TOUSSAINT 2024 – CAMPAGNE DE CONVERSION

Valoriser les animations proposées en réservation en ligne dans les châteaux pour les vacances de la Toussaint et Halloween. Augmenter la fréquentation des sites et le volume d'affaires en Place de Marché.

Paris Zig Zag – Kidiklik

UNE PRÉSENCE REMARQUÉE À PARIS AU PRINTEMPS

Dans une logique de promotion mutualisée, Tourisme Loiret et les Offices de Tourisme ont renouvelé leur collaboration pour mener une campagne d'image à destination du public francilien.

L'objectif : accroître la notoriété du Loiret et inciter les franciliens à choisir la destination pour des week-ends de printemps, mais aussi pour des séjours prolongés ou en workation dans le contexte des Jeux Olympiques 2024.

Deux temps forts :

- Un affichage dans le métro parisien
- Une campagne digitale nationale sur LeParisien.fr

CAMPAGNE NOËL 2024 – CAMPAGNE DE NOTORIÉTÉ

Inciter les Loirétains et les touristes en séjour à consulter le site Tourisme Loiret pour toutes leurs sorties pendant les vacances de fin d'année. Devenir le site référence des sorties pour Noël et les fêtes de fin d'année.

Campagne digitale sur une cible locale : Presse quotidienne régionale, spot radio France Bleu, newsletter, jeux concours sur les réseaux sociaux, ...

RELATIONS PRESSE

Tourisme Loiret a participé au workshop d'ADN Tourisme « **Partir en France** » à Paris, un événement réunissant près de 200 journalistes et 70 influenceurs. L'occasion de valoriser la destination Loiret lors de rendez-vous ciblés avec la presse et les créateurs de contenus, et de diffuser les dossiers de presse.

Tourisme Loiret a accueilli plusieurs journalistes et TV sur différentes thématiques :

- **Ushuaia TV/TF1** : 2 émissions « Bougez Vert »
- **France 3 Météo à la carte** : Gastronomie
- **Femme Actuelle Jeux** : Nature sur La Loire à Vélo
- **La Tribune du dimanche** : La Scandibérique
- **Le Monde.fr** : Escapades en TER depuis Paris via Orléans
- **Loiremag.com** : Les maisons d'écrivains
- **Le Monde du Camping-Car** : spécial terroir

Accueils étrangers avec le CRT Centre-Val de Loire :

Emission TV Belge **RTBF** Les Ambassadeurs (Atout France/CRT/TL/OT Orléans) : City trip Orléans + Route de la Rose
Confidenze (Italie) et **Reisereporter** (Allemagne)
International Traveller (Australie) : **Leven in Frankrijk** + **Frankreich Magazin** (Pays-Bas) : La Loire à Vélo
Thrillist (média américain) : Art et gastronomie
Accueil de l'influenceuse italienne **Girandolina Travel Blog** : châteaux de la Loire et Orléans.

SITES WEB ET RÉSEAUX SOCIAUX

Les statistiques des sites web ne comptabilisent que les données que l'internaute a accepté de communiquer.

TOURISMELOIRET.COM

83,4 % du trafic sur le site émane des moteurs de recherche grâce au travail de **référencement naturel** effectué par l'équipe.

Pages les + consultées :

- Agenda
- Agenda du week-end
- Accueil
- Agenda du jour
- Labyrinthe de Beaugency / Orléans la chatoyante/ Briare

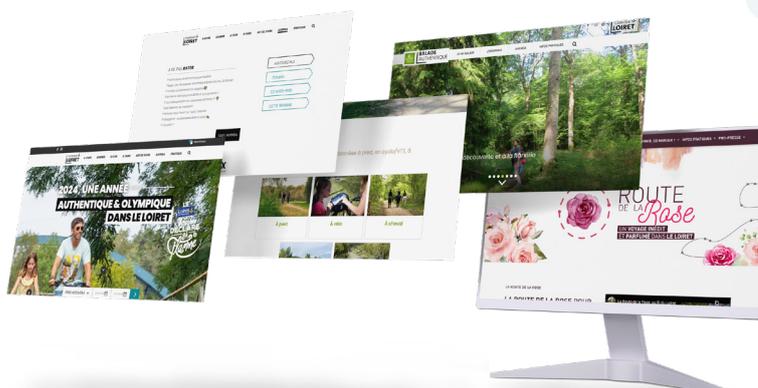
1 282 000

visiteurs uniques
106 800 visiteurs/mois



2 473 747

pages vues
+ 31,9 %



LOIRETBALADES.FR

Pages les + consultées :

- Balades et Randonnée pédestres
- Agenda
- Accueil
- Top 10 des + belles balades
- Promenade des moulins

93 200

visiteurs uniques
7 770 visiteurs/mois

278 943

pages vues
+ 10,3 %



ROUTEDELAROSE.FR

Pages les + consultées (hors Accueil) :

- Accueil
- Les sites d'excellence
- Route de la rose en fête
- La carte des sites à visiter
- Démarche Route de la Rose

25 140

visiteurs uniques

72 344

pages vues
+ 25,5 %



INFLUENCEURS

Tourisme Loiret a organisé l'accueil de **Découvrir Ensemble** et des **Best Jobbers**, suivis par une communauté de 330 000 followers. Ces collaborations avec le CRT et l'Office de Tourisme d'Orléans ont permis une mise en valeur du territoire à travers des contenus inspirants diffusés sur leurs plateformes.

A noter la diffusion en 2024 de la vidéo des **Coflocs** (accueillis en 2023) *Le Loiret en van* sur différents canaux de communication en partenariat avec le CRT.

En complément, Tourisme Loiret a assuré le traitement des sollicitations presse, répondant à des demandes d'informations rédactionnelles et fournissant un grand nombre de visuels ; achète des encarts publicitaires et des publi-rédactionnels dans les différents médias locaux, généralistes et thématiques.



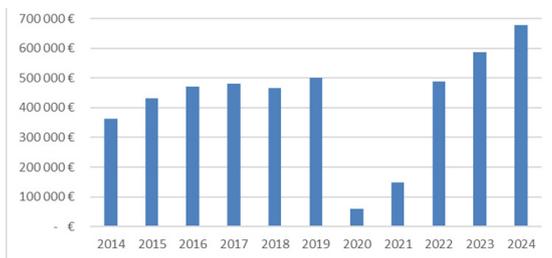
2 205 315
comptes touchés

20 901
«j'aime» au total

17 378
clics sur lien
sur publi sponsorisée

+2,9%
d'abonnés

Vidéo 2024 ayant touchée le + de comptes :



Publication 2024 ayant touché le + de comptes :

Et si vous choisissiez le Loiret pour des vacances de la Toussaint inoubliables en famille ? 😊

Au programme :

- 🏰 Des châteaux décorés pour l'occasion,
- 🍂 Des balades en pleine nature aux couleurs flamboyantes de l'automne,
- 🍷 Des ateliers gourmands pour petits et grands,
- 🎪 Et de nombreuses animations pour s'amuser tous ensemble !

👉 Retrouvez toutes les activités à ne pas manquer pendant les vacances de la Toussaint dans le Loiret et préparez-vous à vivre des moments magiques en famille : <https://bit.ly/sortiestoussaint>

📍 D. Darrault - CRT Centre-Val de Loire



TOURISMELOIRET.COM

Que faire pendant les vacances de la Toussaint ?

Comme la valse des feuilles d'automne, il plane déjà comme un parfum d...

En savoir plus



468 796
comptes touchés

+14%
d'abonnés

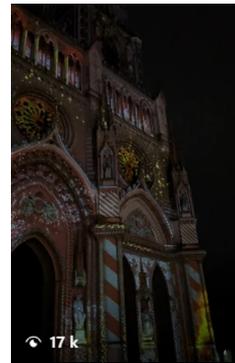
3 790
clics sur lien
sur publi sponsorisée

1 225
clics sur lien ou compte mis
en avant lors des stories

189 362
vues sur les vidéos

94 743
vues sur les stories

Publications 2024 ayant touché le + de comptes :



tourismeloiret Émettez les vacances de printemps pour le...
 Car est-ce qu'on fait dans le Loiret pour les vacances ?
 On découvre les jardins colorés en pédalo sur la
 Sologne et la Loire à Vélo. Ou on rive en parcourant
 châteaux et musées loiretains 🍷
 Retrouvez des idées d'animations et activités à faire dura
 vacances dans le Loiret dans notre lien en bio 🍷
 Cathédrale d'Orléans CS, Bercier
 Château de Meung-sur-Loire ICL De Cesso
 Château-musée de Geny CA, Rue
 Château des Grandes Loges ©iOProduction -
 Sébastien Richard
 Montagne ©Christophe Louch
 #tourismeloiret #tourismeloiret #regioncentrevall
 #regioncentrevall #regioncentrevall #regioncentrevall #vacances
 #printemps
 40 likes
 loiretstage 40
 40 likes 1 Réponse
 msharshini Uzarina 40
 40 likes 1 Réponse
 angelabastouan Hermoso
 Voir les statistiques
 Aime par gientourisme et 415 autres personnes
 1 avril 2024

Retrouvez-nous désormais :



sur Tik Tok :

@tourismeloiret



sur LinkedIn pour suivre toute
notre actu pro :

[https://www.linkedin.com/
company/tourisme-loiret/](https://www.linkedin.com/company/tourisme-loiret/)

ACTIONS SPÉCIFIQUES À DESTINATION DES CLIENTÈLES DE PROXIMITÉ

Tourisme Loiret est présent localement auprès de la clientèle loirétaine et de proximité au travers de :

- prises de paroles sur les radios locales : émissions régulières sur Méga FM (mini-reportages sur les sites touristiques à découvrir), RCF ("Les trésors du Loiret"), France Bleu Orléans ("Un été 100% Loiret", des chroniques et des spots quotidiens en partenariat avec les offices de tourisme) et France Bleu Auxerre (partenariat avec les offices de tourisme)
- notre présence sur de nombreux événements et salons au cours de l'année :



- Village de la convention nationale Lion's Club, Orléans (mai)
- La Loirétaine, Parc de Châteauneuf/Loire (mai)
- Village du Festival de Sully, Parc du Château (juin)
- Fête du Port, Orléans (juin)
- Tour de France, Orléans (juillet)
- Passage de la Flamme Olympique, Orléans (juillet)
- Escapades fluviales au port de Grignon (juillet)
- Mantelot au fil de l'eau (juillet)
- Fête de l'eau, Dordives (août)
- Fête de la Sange, Sully-sur-Loire (septembre)
- Fête de la binette, Bou (septembre)
- Escale en Fête, Châtillon-sur-Loire (septembre)

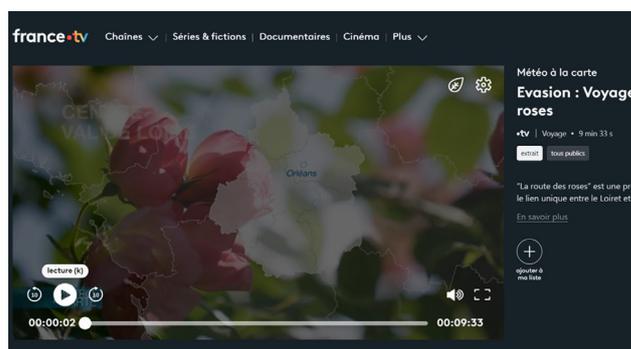
PROMOUVOIR NOS THÉMATIQUES PRIORITAIRES, PORTEUSES DE NOTORIÉTÉ

ROUTE DE LA ROSE

En parallèle de la structuration de l'offre (Axe 1), Tourisme Loiret ont déployé une communication multicanale :

- Diffusion de supports promotionnels : brochures, flyers et objets publicitaires (éventail, bracelet, stylo Bic)
- Campagne de diffusion à Paris dans les grands lieux touristiques parisiens (102 sites)
- Salons :
 - Fête des Plantes de Cheverny
 - Foire aux Rosiers de Bellegarde
 - Arts du Jardin, au Parc floral de la Source (avril)
 - Grand marché du terroir, à Yèvre-le-Châtel (sept.)
- Campagne d'image ciblée sur France TV via la diffusion de la vidéo générique auprès des amateurs de jardin et téléspectateurs de « Silence ça pousse » en Ile de France et Centre-Val de Loire
- Accueil de presse
France 3 Météo à la carte
EASYVOYAGE.FR + LEROUTARD.COM
Loïc Rousval CNEWS/Europe 1 et Gennifer Demey, M6

Un communiqué et des actions presse ont complété le dispositif.





LE LOIRET AU FIL DE L'EAU.FR
Loiret by the water's edge
Loire & Concis



De nombreux éléments de communication dédiés au Loiret au Fil de l'Eau

LE LOIRET AU FIL DE L'EAU

Le Loiret au Fil de l'Eau bénéficie d'un plan de communication dédié pour faire progresser sa notoriété et rendre le produit touristique concret pour les clientèles :

- le site vitrine **LOIRETAUFILDELEAU.FR** mis à jour avec les manifestations estivales
- des **objets publicitaires** créés : cartes postales, crayons, couvre-selles, sacs shopping, tote-bag, éventails
- un dossier de presse dédié réalisé

Komoot est une application de planification et d'inspiration d'itinéraires outdoors avec plus de 40 millions d'utilisateurs. Elle est la N° 2 mondial des applications et la première communauté européenne autour de l'outdoor.

L'itinéraire de la **Scandibérique, entre Orléans et Montargis** et de la **Loire à Vélo** y a bénéficié d'une mise en avant au printemps 2024. À l'automne 2024, c'est le circuit du **Loiret au fil de l'eau**, entre Orléans, Montargis et Briare qui a fait l'objet d'une mise en avant sur Komoot, afin d'anticiper la mise en service de la voie verte du canal d'Orléans au printemps prochain.

Tourisme Loiret a conçu et diffusé en 2024 une toute **nouvelle carte touristique dédiée aux itinéraires cyclables** du département.



Pratique et illustrée, cette carte met en valeur l'ensemble des parcours balisés – dont la Loire à Vélo, la Scandibérique, la future véloroute du Canal d'Orléans et les boucles locales – en proposant une lecture claire et accessible de l'offre vélo à l'échelle du territoire.

Destinée à accompagner les cyclotouristes dans leur découverte du Loiret, cette carte, largement diffusée auprès des partenaires, offices de tourisme et hébergeurs, renforce la lisibilité de l'offre vélo et confirme l'engagement du Loiret en faveur du slow tourisme et de la mobilité douce.

S'APPUYER SUR LA NOTORIÉTÉ DES MARQUES À FORTE NOTORIÉTÉ POUR PROMOUVOIR LES OFFRES LOIRÉTAINES AU NIVEAU NATIONAL ET EUROPÉEN, EN PARTENARIAT AVEC LE COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME

La promotion de nos destinations passe par la valorisation du Loiret et de nos territoires. En complément, pour attirer l'attention des clientèles nationales l'utilisation de marques à forte notoriété, incluant le Loiret, s'avère nécessaire. Tourisme Loiret coopère ainsi avec ses partenaires :

- le Comité régional de Tourisme pour les marques **Val de Loire** et **Loire à Vélo**
- l'Agence de Développement Touristique de Loir-et-Cher pour la marque **Sologne**
- le comité national d'itinéraire pour la marque **Scandibérique**

MARQUE SOLOGNE

La marque est co-propriété de la Région/CRT et des Départements/ADT du Loir-et-Cher et du Loiret.

Dans ce contexte, l'agence mène avec les EPCI/OT, des actions ciblées :

- une campagne de notoriété sur deux plateformes de replay (France TV et My TF1) pendant 1 semaine au printemps et 1 semaine en automne.
(**877 632 vues** et **10 564 clics** générés sur le site web)
- édition d'un chéquier découverte regroupant 24 offres de réduction chez les Ambassadeurs de Sologne (10 000 ex)
- réalisation d'une série podcast de 6 épisodes, et d'un nouveau magazine de destination (diffusion 2025)

et toujours l'animation du site web mutualisé **SOLOGNE-TOURISME.FR** et des réseaux sociaux de la marque.



166 960

visiteurs sur le site web
(+ 19,5%)

13 913

visiteurs/mois

8 637

abonnés sur Facebook
(+ 17%)

5 445

abonnés sur Instagram
(+ 31%)

MARQUES VAL DE LOIRE ET LOIRE À VÉLO



En 2024, la destination Val de Loire s'est dotée d'un tout nouveau site internet, conçu par le CRT, qui fait la part belle au Loiret, avec une ergonomie repensée pour fluidifier l'expérience client : www.valdeloire-france.com.

Par ailleurs la réflexion s'est poursuivie pour conforter la position de leader de la **Loire à Vélo** et notamment repenser les outils de communication de l'itinéraire.

COMMERCIALISER LA DESTINATION AUPRÈS DE LA CLIENTÈLE INDIVIDUELLE

FESTIVAL DE SULLY

Pour la deuxième année consécutive, Tourisme Loiret a été mandaté par le Département pour mettre en place une billetterie en ligne pour le Festival de Sully avec 16 soirées de festival et 20 concerts en tout.

13 725 billets vendus en ligne pour un chiffre d'affaires de **291 531€**.

L'équipe a été présente sur chaque soirée de concert pour assurer la gestion d'une billetterie complémentaire sur place.

PLACE DE MARCHÉ

1 352 717 €

de volume d'affaires
(- 16,82%)

27 458

ventes via la PDM
(-16,89%)

8,8 %

des ventes ont lieu
sur tourismeloiret.com

COMMERCIALISER DES JOURNÉES ET SÉJOURS À DESTINATION DE LA CLIENTÈLE GROUPES

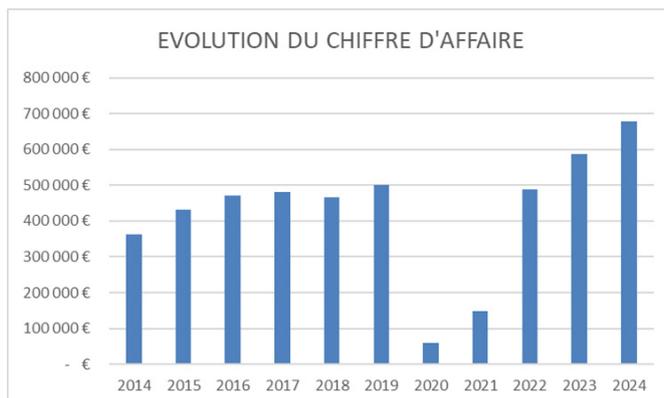
L'année 2024 aura été une année exceptionnelle pour l'activité commerciale du service Groupes de Tourisme Loiret, avec des retombées importantes :

- 352 dossiers ouverts
- 269 contrats confirmés (dont 65 apportés par des OTs)
- 83 dossiers annulés ou sans suite.

679 526 €

DE VOLUME D'AFFAIRE

+15,7% par rapport à 2023
+55% sur 10 ans



TOP 3 DES PACKAGES LES PLUS VENDUS

DU CHOCOLAT AU PARFUM - 13 ventes
(chocolaterie Alex Olivier et Chamerolles)

PERLE DES CANAUX - 52 ventes
(petit train, croisière déjeuner et musée des 2 Marines à Briare)

PARFUM DE RENAISSANCE
7 ventes - (Chamerolles et Yèvre-le-Châtel)

TOP 3 DES SITES LES PLUS VISITÉS

CHÂTEAU DE CHAMEROLLES
- 31 ventes

MUSÉE DES 2 MARINES
- 49 ventes

VILLAGE ET FORTERESSE DE YÈVRE-LE-CHÂTEL - 19 ventes



LES ACTIONS DE COMMUNICATION ET DE MARKETING

La brochure «groupes» a été éditée à 4000 exemplaires. Elle a été diffusée lors d'un mailing ciblé à plus de **3000 prospects** puis remise lors de rencontres et salons.

Les thématiques variées proposées dans la brochure, permettent de toucher différents types de clientèles : clubs, associations, CCAS, agences et autocaristes, club de randonneurs, clubs de véhicules de collections, amoureux des jardins...



10 610

clients accueillis
(+ 6%)

39,4

personnes par groupe
(+ 3,2%)

39 %

des packages achetés incluent
une balade en bateau

Adhésion à la plateforme **TY WIN**
La plateforme TY WIN rassemble et met en valeur 20 offres packagées de notre territoire (séjours et excursions) auprès des 2000 distributeurs français et étrangers ; agences de voyages, tours opérateur et autocaristes, sur un site internet dédié.

En novembre 2024, le service groupes était présent au salon **Epoqu'Auto** à Lyon pour valoriser notre destination auprès des amateurs de voitures anciennes, en recherche permanente de nouveaux lieux à découvrir.

Sur un stand partagé avec les départements de l'Aube, le Cher, la Sarthe et le Doubs, une trentaine de contacts a été pris avec des clubs de la région de Lyon, du sud de la France mais également d'Ile de France.

A cette occasion, une brochure proposant des séjours et des journées a été éditée.



Le site internet dédié propose la totalité des programmes des brochures, complété avec de nombreuses exclusivités. Tous les packages sont entièrement personnalisables :

CIRCUITSGROUPESLOIRET.COM

SALONS

En avril 2024, Tourisme Loiret en partenariat avec l'Office de Tourisme d'Orléans s'est rendu à Reims au **Salon des CSE**, dédié aux comités d'entreprises.

Tourisme Loiret a participé à différentes opérations proposées par la Commission Groupes d'ADN Tourisme :

L'IFTM à Paris en septembre 2024 a permis d'aller à rencontre des professionnels du tourisme. Les contacts ont été nombreux et de qualité.

La commission groupe d'ADN Tourisme a organisé un **Workshop à Bruxelles** en Belgique au musée de la BD le 19/11/2024. Tourisme Loiret était présent aux côtés d'environ 25 autres destinations. Une dizaine de contacts ont été pris avec des associations et autocaristes belges.



Axe 5

BÂTIR LA
GOUVERNANCE DE
LA DESTINATION AVEC
LES **ACTEURS** ET
ASSURER SON **PILOTAGE**
OPÉRATIONNEL

ANIMER LE RÉSEAU DES OFFICES DE TOURISME AUTOUR DE LEUR FONCTIONNEMENT EN RÉSEAU ET AVEC TOURISME LOIRET

Tourisme Loiret, en tant que relais territorial, **anime le collectif** des offices de tourisme. Réunissant les élus des collectivités et des offices de tourisme autour des grands enjeux à partager, nous organisons aussi des **réunions techniques mensuelles** avec les responsables des offices de tourisme afin de traiter ensemble des projets de la destination. Nous assurons aussi la **représentation du réseau** auprès du Comité Régional du Tourisme et de la Fédération nationale ADN Tourisme.

VALORISER L'OBSERVATION ÉCONOMIQUE ET L'ÉCOUTE-CLIENT

Tourisme Loiret assure un suivi de l'offre et de l'activité touristique du département, en partenariat avec le Comité Régional du Tourisme Centre-Val de Loire :

- Hôtellerie
- Hôtellerie de plein air
- Sites de visites (interrogation mensuelle des sites les plus fréquentés et interrogation annuelle de l'ensemble des sites)
- Véloroutes (suivi mensuel des 17 compteurs installés sur la Loire à Vélo et la Scandibérique et des nouveaux compteurs installés sur le Canal d'Orléans)
- Tourisme Fluvial (enquête annuelle)
- Offices de tourisme (fréquentation des bureaux d'information touristique (BIT) et de leurs sites internet)
- Hébergements commercialisés sur les plateformes locatives (lancement du premier observatoire national mutualisé (avec plus de 80 observatoires territoriaux), permettant un suivi quotidien de l'offre, de la demande et de la performance du locatif en France, avec une vision à 12 mois. Les données brutes sont fournies par la société LightHouse)

Enfin, en 2024, une **étude sur l'expérience de visite en région Centre-Val de Loire** a été menée : le baromètre **TRAVELSAT**.

Elle mesure la qualité d'expérience des visiteurs de manière standardisée sur des critères couvrant le parcours visiteur : hébergements, transports, restauration, activités culturelles et de loisirs...

L'étude a été réalisée de Pâques à la Toussaint 2024, par MMGY-TCI Research, pour le compte du CRT Centre-Val de Loire, en partenariat avec les Agences départementales du tourisme (ADT) du Cher, de l'Eure-et-Loir, de l'Indre, de Touraine, du Loir-et-Cher et du Loiret.

2500 touristes ont répondu à l'enquête.

25 sites touristiques étaient partenaires aux côtés de Tourisme Loiret. L'objectif était de pouvoir collecter dans un premier temps les adresses mails de touristes.

Dans un second temps, une fois leur séjour terminé, les touristes ont reçu un mail pour répondre à un questionnaire en ligne d'une dizaine de minutes. Le questionnaire leur permettait de donner leur avis sur la globalité de leur séjour dans la région, et évaluer les hébergements, les activités, l'accueil par les habitants...

De nombreuses vacances ont été assurées par Tourisme Loiret tout au long de la période d'enquête sur le territoire.

De plus, nous réalisons des enquêtes de conjoncture auprès des professionnels du tourisme pour «prendre la température» avant, pendant et après la saison, sur 3 vagues en 2024 : une vague sur les vacances de printemps et ponts de mai ; une vague sur l'activité touristique en juin et les perspectives estivales et une dernière vague sur l'été et les perspectives sur septembre.

Outre donner des tendances, cela permet de pouvoir apprendre du passé, et se projeter sereinement dans l'avenir, tant pour les institutions que pour les acteurs du tourisme.

200
répondants
en moyenne

20 %
de taux de réponse
moyen

Retrouvez **tous les chiffres clés** du tourisme dans le Loiret sur :

PRO-TOURISMELOIRET.COM

> Créer et Développer



L'assemblée générale

Conseil
départemental

Organismes
représentatifs

Collectivités
territoriales
(E.P.C.I.)

Of
To



Laurence Bellais

Présidente de Tourisme Loiret



Julien Aubrat

Directeur

06 89 75 62 13

julien.aubrat@tourismeloiret.com



Sandrine Charneau

Assistante de direction

06 21 86 98 89

sandrine.charneau@tourismeloiret.com



Karelle Halgrain

Finance

02 38 78 04 04

karelle.halgrain@tourismeloiret.com

STRUCTURATION

PROJETS

G



Célia Berger

Responsable de pôle
et de l'observatoire

06 22 29 63 42

celia.berger@tourismeloiret.com



Christelle Senard

Responsable de projets
base de données et réseau
des O.T.

06 31 69 57 25

christelle.senard@tourismeloiret.com



Christine

Respo

06 21 07

christine



Laurent Serain

Projets numériques

06 21 86 92 17

laurent.serain@tourismeloiret.com



Laure

Com

06 28

laure



Marion Paleau

Projets touristiques
et qualification

06 21 86 45 46

marion.paleau@tourismeloiret.com

MARQUE SOLOGNE



Honorine Simon

Cheffe de projet marque Sologne
avec ADT Loir-et-Cher

06 38 55 47 60

honorine.simon@adt41.com

Services de
tourisme

Professionnels du
tourisme
et des loisirs

QUI SOMMES
NOUS ?

L'équipe



Soisic Benito

Ressources humaines

02 38 78 04 07

soisic.benito@tourismeloiret.com

GROUPES

Stéphanie Robert

Responsable de pôle

02 59

stephanie.robert@tourismeloiret.com

Green Pontus

Commercialisation groupes

02 82 08 01

green.pontus@tourismeloiret.com

RAYONNEMENT



Anne-Marie Leforestier

Relation presse et
référente Route de la Rose

06 21 84 33 09

annemarie.leforestier@tourismeloiret.com

MARKETING & COMMUNICATION



Cécile Cardon

Responsable de pôle

06 21 84 38 37

cecile.cardon@tourismeloiret.com



Pierre-Élise Dumuis

Communication

06 12 87 84 77

pe.dumuis@tourismeloiret.com



Claire Marchioni

Commercialisation en ligne
et relation client

06 25 63 68 64

claire.marchioni@tourismeloiret.com



Sandrine Bercier

Communication digitale
et community manager

06 21 86 24 09

sandrine.bercier@tourismeloiret.com

Clara Hémary

Communication et graphisme

06 22 29 84 36

clara.hemery@tourismeloiret.com



L'ÉVASION AUTHENTIQUE

DANS LE LOIRET