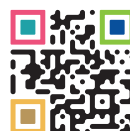




TOURISME LOIRET
BILAN D'ACTIVITÉ
2025

LE LOIRET
L'ÉVASION AUTHENTIQUE



L'année 2025 a confirmé le développement du secteur touristique du Loiret enregistrant de bons chiffres de fréquentation. Avec des retombées économiques annuelles estimées à 910M€, le tourisme constitue un atout majeur pour nos territoires et nos entreprises.

Grâce à la convention cadre avec le Conseil départemental et à une gouvernance associant les acteurs représentatifs du secteur, Tourisme Loiret a pu engager tous les axes de travail prévus au schéma départemental : accompagnement des professionnels et qualification des offres (labellisations, éductour, création d'un Pass Pro...), promotion de notre destination lors de plusieurs évènements (inauguration de la véloroute du canal d'Orléans, Festival de Loire...), projets et campagnes de communication (création des jeux de piste numériques Baludik-Loiréos, lancement du renouvellement des panneaux d'information sur l'A77, campagnes digitales), participation à des salons (IFTM Paris, Epoqu'Auto Lyon).

Malgré un contexte financier contraint pour les collectivités, Tourisme Loiret a poursuivi ses propositions de partenariats aux Offices du tourisme (campagne métro à Paris) et a conforté les actions mutualisées à l'échelle régionale (base de données, marque Sologne) ou nationale (comité Scandibérique).

Enfin, les stratégies touristiques nécessitent des repères pour être conduites. Sous l'impulsion du CRT, une grande enquête de clientèle a été menée d'avril à octobre 2025 et les chiffres issus de cette enquête nous sont précieux pour éclairer l'avenir de notre filière.

Enfin, toutes ces actions n'auraient pu être réalisées sans l'énergie de l'équipe de Tourisme Loiret et les échanges constructifs avec les membres du Conseil d'administration. Je tiens ici à les en remercier chaleureusement.

Laurence Bellais,
Présidente 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 ?

2025 EN BREF

7 200

offres dans la base de données touristiques

- 800 création / modifications
- 30 sites connectés

100

Pass Pro délivrés

ACCOMPAGNEMENT ET PROJETS

168

établissements Accueil Vélo

29

établissements
Tourisme&Handicap

14

hébergements Pêche

1 273 000

visiteurs sur tourismeloiret.com

22

médias accueillis

PROMOTION ET MARKETING

12

salons locaux et nationaux

8

campagnes nationales
1 TV, 1 métro, 5 digitales, 1 podcast

757 000 €

de chiffre d'Affaire apporté aux professionnels par l'activité du Service Groupes

COMMERCIALISATION

1 510 000 €

de volume d'affaires sur la Place de marché

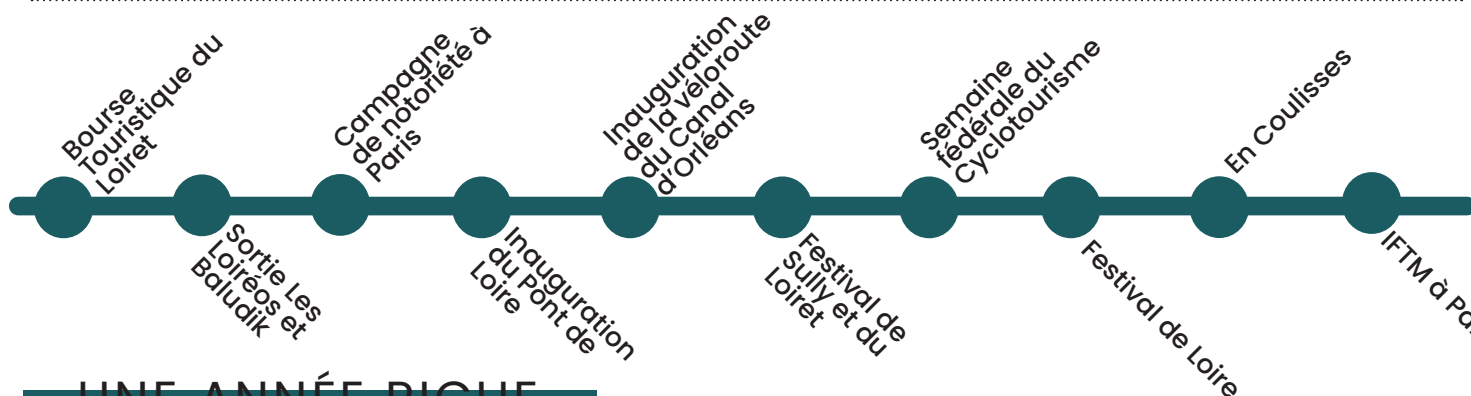
150

sites partenaires pour l'enquête de clientèles régionale

OBSERVATOIRE

200

répondants aux 3 enquêtes de conjonctures



UNE ANNÉE RICHE

LES CHIFFRES CLÉS 2025



PORTRAIT DU LOIRET

POPULATION:

696 920 HABITANTS EN 2025
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

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

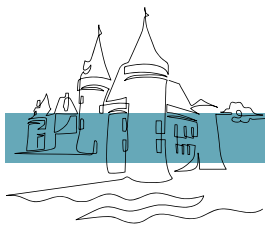
1 VILLE D'ART ET D'HISTOIRE:
ORLÉANS

93 COMMUNES FLEURIES
DONT 7 VILLES 4 FLEURS, 2 FLEURS D'OR
ET 1 VILLAGE-JARDIN REMARQUABLE

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



14 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

22 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** inaugurée
en 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 BAIGNADE



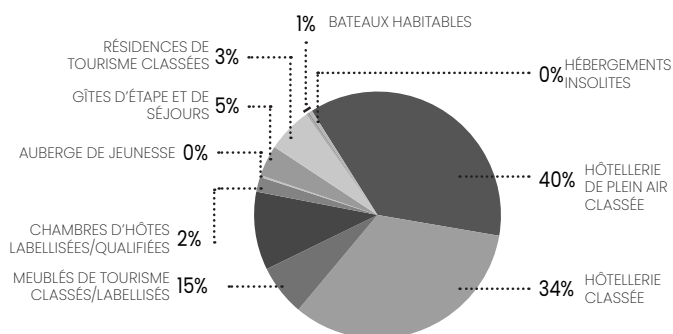
4 PARCS
À THÈME



10 PORTS ET HALTES
FLUVIALES

Type d'hébergement	Nombre d'établissements	Capacité (en lits)
Hôtellerie classée	109	8 080
Hôtellerie de plein air classée	40	9 687
Parc résidentiel de loisirs	2	96
Meublés de tourisme classés/labellisés	677	3 651
Chambres d'hôtes labellisées/qualifiées	58	424
Auberge de jeunesse	1	50
Gîtes d'étape et de séjours	51	1203
Résidences de tourisme classées	3	690
Bateaux habitables	14	68
Hébergements insolites	27	113
TOTAL HÉBERGEMENTS MARCHANDS	982	24 062
Résidences secondaires (INSEE 2022)	17 588	87 940
TOTAL HÉBERGEMENTS NON MARCHANDS	17 588	87 940
TOTAL	18 570	112 002

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 2024
Parc Floral de La Source	ORLEANS	149 248	+13%
Château de La Ferté Saint-Aubin	LA FERTE SAINT-AUBIN	87 961	+7%
Hôtel Groslot	ORLEANS	87 573	+1%
Château de Sully	SULLY-SUR-LOIRE	77 612	+7%
Château de Meung-sur-Loire	MEUNG-SUR-LOIRE	74 319	=
Musée des Beaux-Arts	ORLEANS	70 170	+7%
Forteresse et village de Yèvre-le-Châtel	YEVRE-LA-VILLE	65 707	-5%
MOBE	ORLEANS	55 707	+3%
Château de Beaugency	BEAUGENCY	53 989	+189%
Château de Chamerolles	CHILLEURS-AUX-BOIS	47 624	+4%
Domaine du Ciran	MARCILLY-EN-VILLETTE	31 164	-6%
Maison de Jeanne d'Arc	ORLEANS	24 180	+32%
Oratoire Carolingien	GERMIGNY-DES-PRES	22 519	-3%
Château-musée de Gien	GIEN	21 930	+25%
Château de La Bussière	LA BUSSIÈRE	21 711	+7%
Frac Centre-Val de Loire	ORLEANS	18 289	-10%
Atelier Musée de l'Imprimerie	LE MALESHERBOIS	16 509	-4%
Musée de la Faïencerie	GIEN	15 538	+1%
Musée de la marine de Loire	CHATEAUNEUF-SUR-LOIRE	14 255	+20%
Hôtel Cabu - Musée d'Histoire et d'Archéologie	ORLEANS	13 987	+27%
Cercil-Musée Mémorial des enfants du Vel d'hiv	ORLEANS	13 607	-5%
Château de St-Brisson-sur-Loire	ST-BRISSON-SUR-LOIRE	13 091	+12%
Arboretum des Grandes Bruyères	INGRANNES	12 392	+25%
Les Tanneries Centre d'art contemporain	AMILLY	11 202	+16%

VÉLOROUTES

41 692
PASSAGES EN MOYENNE PAR COMPTEUR

+ 11%
PAR RAPPORT À 2024

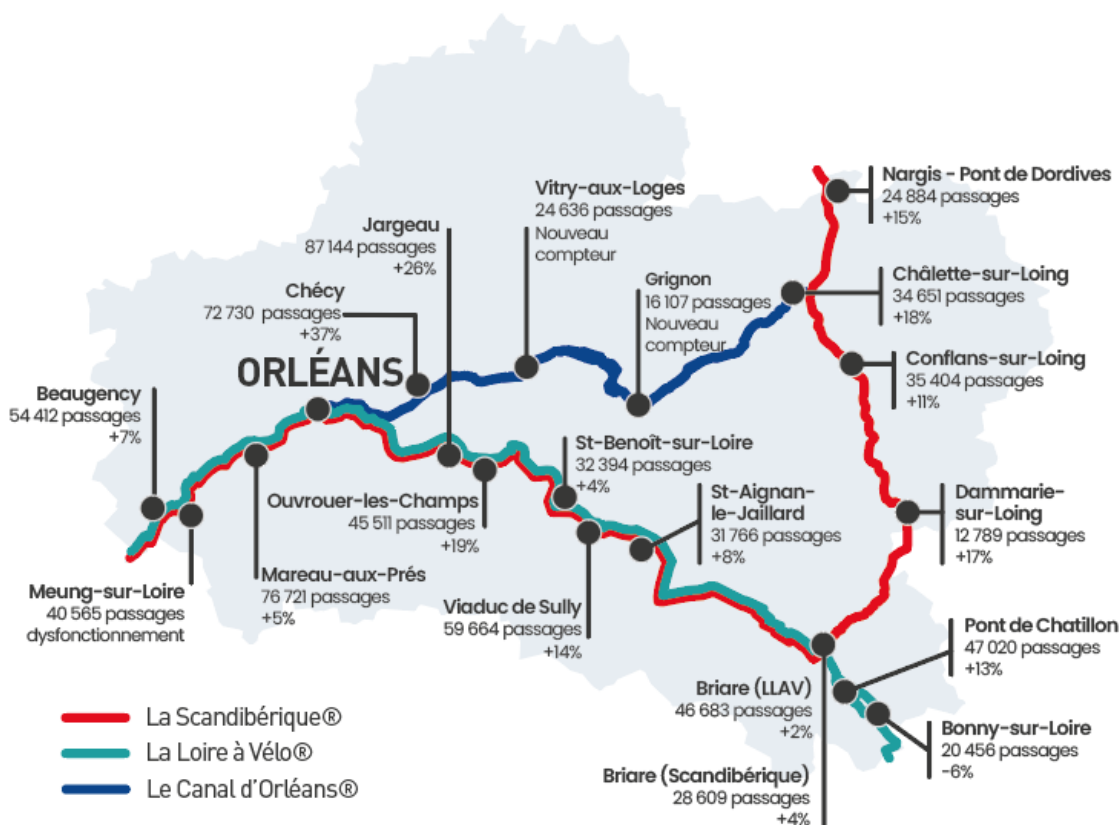
loire à vélo
49 303
PASSAGES par compteur

LA SCANDIBÉRIQUE
25 421
PASSAGES par compteur

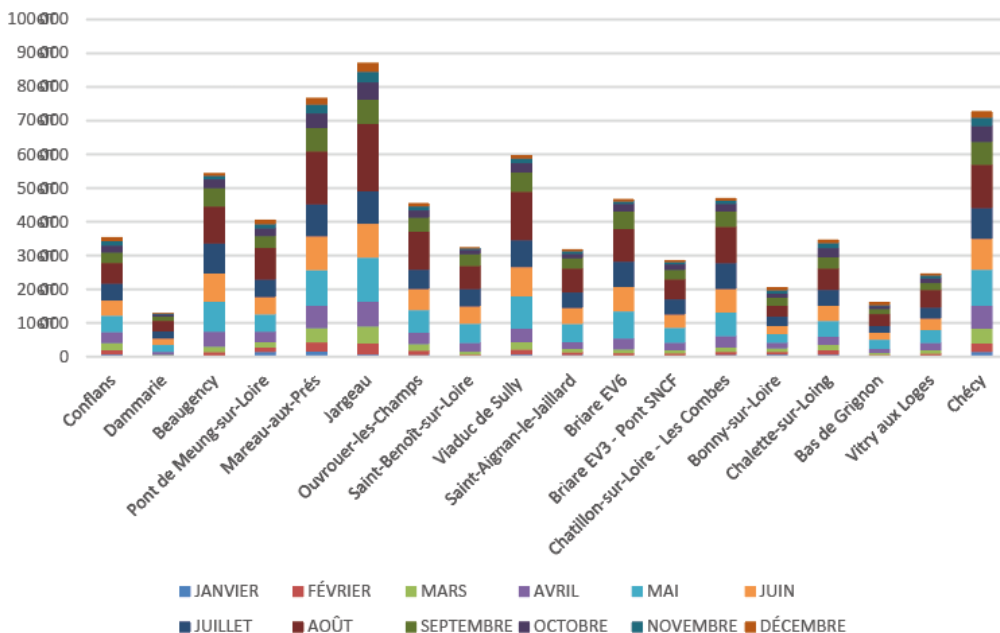
Canal d'Orléans
37 031
PASSAGES par compteur

PASSAGES DE VÉLOS PAR COMPTEUR

TOTAL ANNÉE 2025



FRÉQUENTATION MENSUELLE PAR COMPTEUR



HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

AVRIL À SEPTEMBRE 2025

293 457

NUITÉES AU TOTAL
+5 % par rapport à 2024

146 669

NUITÉES FRANÇAISES
+3 % par rapport à 2024

146 788

NUITÉES ÉTRANGÈRES
+8 % par rapport à 2024

TAUX D'OCCUPATION SELON LE TYPE D'EMPLACEMENT

30%

TAUX MOYEN
+2 % par rapport à 2024

30%

EMPLACEMENTS NUS
+2,1 pt par rapport à 2024

29%

EMPLACEMENTS LOCATIFS
+0,4 pt par rapport à 2024

DURÉE MOYENNE DES SÉJOURS

SELON LE TYPE D'EMPLACEMENT

2,1 jours

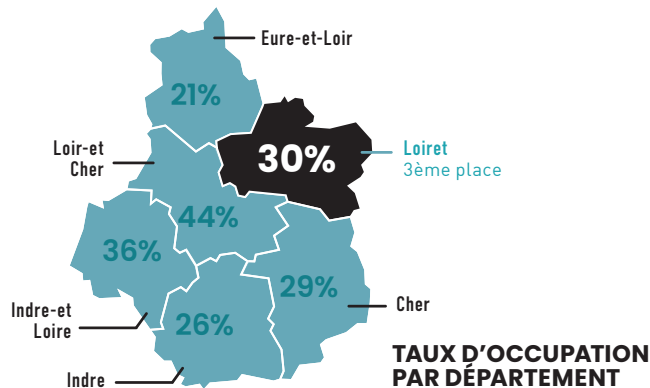
pour les français
et les étrangers

2 jours

EMPLACEMENTS NUS

2,65 jours

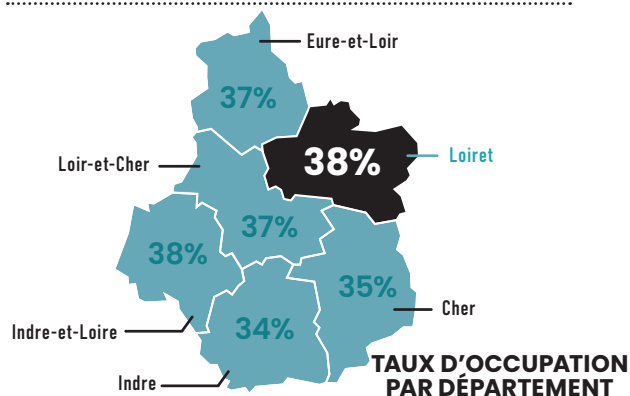
EMPLACEMENTS LOCATIFS



LOCATIF

FRÉQUENTATION DES LOGEMENTS COMMERCIALISÉS SUR LES PLATEFORMES

AIRBNB, BOOKING, HOMEAWAY



FRÉQUENTATION DES LOGEMENTS LABELLISÉS GÎTES DE FRANCE

POUR LE LOIRET

LOIRET

578 826

+1% PAR RAPPORT À 2024

NUITS RÉSERVÉES

38 %

+2 PTS PAR RAPPORT À 2024

TAUX D'OCCUPATION

6 499

REVENU TOTAL ANNUEL

75 393 707 €

+7% PAR RAPPORT À 2024

NOMBRE DE PROPRIÉTÉS ACTIVES

ORLÉANS MÉTROPOLE

263 402

-2% PAR RAPPORT À 2024

40 %

STABLE PAR RAPPORT À 2024

2 874

REVENU TOTAL ANNUEL

26 440 387 €

+3% PAR RAPPORT À 2024

TOTAL DES LOYERS POUR LES PROPRIÉTAIRES

LOYERS AUX PROPRIÉTAIRES 1890 593 €
ÉVOLUTION 2024/2025 + 10,16 %

PERCEPTION DE LA TAXE DE SÉJOUR

MONTANT RECOLTÉ 59 168 €
ÉVOLUTION 2024/2025 + 13,58 %

QUELQUES CHIFFRES...

DURÉE MOYENNE EN JOURS D'UN SÉJOUR EN GÎTE EN 2024 7,11
7,43

MONTANT PANIER MOYEN GÎTE 655 €
ÉVOLUTION 2024/2025 + 2.30 %

MONTANT PANIER MOYEN CHAMBRE 130 €
ÉVOLUTION 2024/2025 + 10,54 %

NOMBRE DE NUITÉES 89 454
ÉVOLUTION 2024/2025 + 5,81 %

NOMBRE DE VACANCIERS / CLIENTS ACCUEILLIS 15 370
ÉVOLUTION 2024/2025 + 9,20 %

% DE RÉSERVATIONS WEB 62,23 %
ÉVOLUTION 2024/2025 + 5,08 %

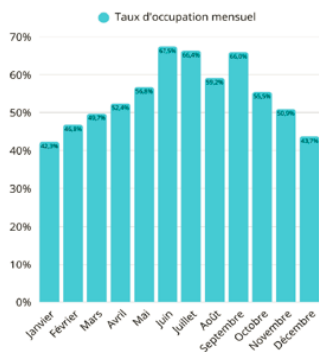
% DE CONTRATS PRO 23,71 %
ÉVOLUTION 2024/2025 -10,63 %

HÔTELLERIE

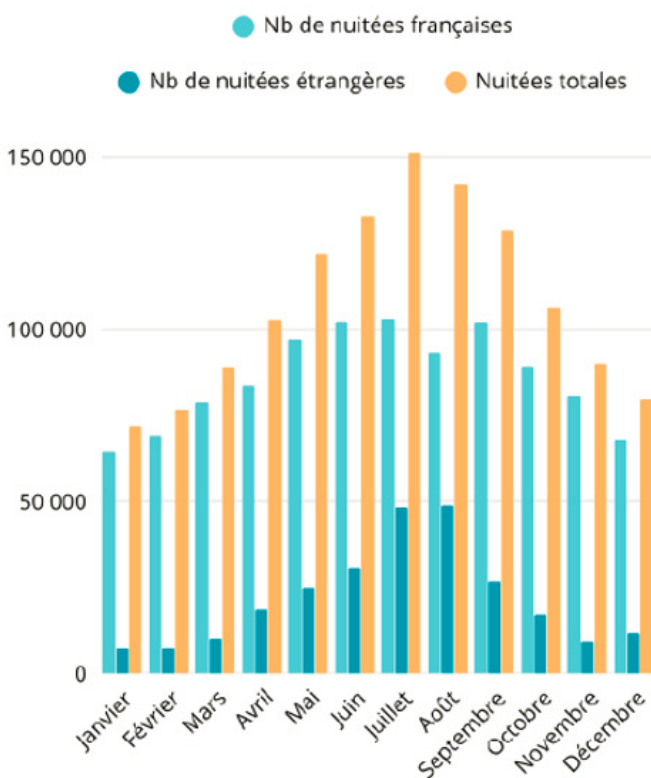
TAUX D'OCCUPATION

Toutes catégories
54,9 %
 (stable par rapport à 2024)

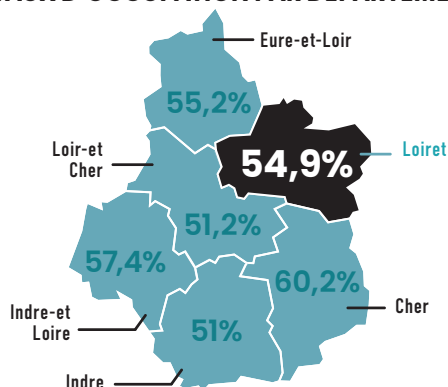
- Non classé
44,8%
(ND)
- 1 et 2*
54,3%
(-0,5 pt)
- 3*
57,6%
(-0,1 pt)
- 4 et 5*
56,3%
(+2,7 pt)



1 293 749
 NUITÉES AU TOTAL
 -1% par rapport à 2024

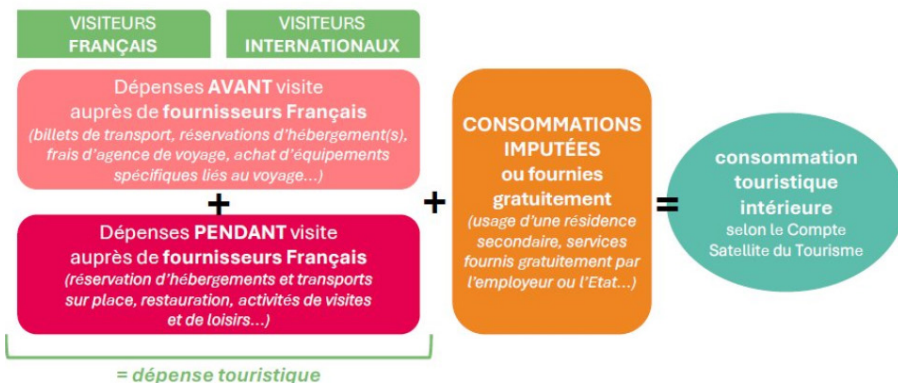


TAUX D'OCCUPATION PAR DÉPARTEMENT



ESTIMATION DU POIDS ÉCONOMIQUE DU TOURISME DANS LE LOIRET

Après une expérimentation en région Centre Val de Loire en 2024, ADN Tourisme propose depuis 2025 une estimation des retombées économiques locales du tourisme, calculée à partir d'un agrégat national majeur de l'économie touristique française : la consommation touristique intérieure, produite dans le Compte Satellite du Tourisme (CST) réalisé par l'INSEE.



SOIT 20,7% DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DE LA RÉGION CENTRE-VAL DE LOIRE (3ÈME PLACE)

8 727 EMPLOIS TOURISTIQUES
 24% DES EMPLOIS DE LA RÉGION

37 676 LITS MARCHANDS
 17% DES LITS DE LA RÉGION

1 320€
 PAR HABITANT

104 274 €
 PAR EMPLOI TOURISTIQUE

24 153 €
 PAR LIT MARCHAND

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

PRO-TOURISMELOIRET.COM
 > Créer et Développer



L'indicateur estimé est une déclinaison régionale et départementale du chiffre de la consommation touristique intérieure nationale du CST de l'INSEE, calculée à partir d'une combinaison de clés de répartition liées à l'activité touristique.

Axe 1

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

RENFORCER L'OFFRE CYCLOTOURISTIQUE ET POURSUIVRE 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 », à travers l'accompagnement des appels à projets pour les manifestations estivales et pour la valorisation des maisons éclusières.

Afin de fédérer les professionnels, les associations et les collectivités autour de la mise en tourisme de la véloroute, Tourisme Loiret a diffusé la deuxième édition de « L'Actu pro du Loiret Au Fil de l'Eau » au printemps 2025.

Tourisme Loiret a participé au groupe-projet organisé en 2025 par le Département, visant à coordonner les actions d'aménagement, d'accompagnement des professionnels et de communication en direction des loirétains comme des touristes. Enfin, l'équipe de Tourisme Loiret a poursuivi son accompagnement auprès des porteurs de projets le long de ces voies d'eau.

Et bien évidemment, l'évènement marquant de l'année 2025 a été l'**inauguration de la voie verte du canal d'Orléans** !



LE CANAL D'ORLÉANS À VÉLO



Tourisme Loiret a participé au groupe-projet organisé en 2025 par le Département, visant à coordonner les actions d'aménagement, d'accompagnement des professionnels et de communication en direction des loirétains comme des touristes.

Le Département a inauguré le 24 mai 2025 la véloroute du canal d'Orléans, dont les travaux étaient achevés. Près de 80 km de voie verte en site propre, sécurisée et bordée de nombreuses aires de services aménagées. Le Conseil départemental a également financé la création de plusieurs **fresques artistiques monumentales**, qui apportent au parcours de nouveaux points d'intérêt et le distingue d'autres véloroutes.

Tourisme Loiret a participé à la grande journée d'inauguration de la véloroute, en proposant 3 stands de promotion et de renseignement à Orléans, à Vieilles-Maisons-sur-Joudry et à Montargis.

LA SCANDIBÉRIQUE



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.

Dans ce cadre, en 2025, un diagnostic qualité de la Scandibérique a été réalisé en vue de la certification Eurovélo à terme.

En juin 2025, Tourisme Loiret a réuni, avec VNF, l'ensemble des communes traversées par l'itinéraire afin de renforcer les échanges et le dynamisme de la véloroute.

Retrouvez les actions de communication de la Scandibérique en axe 4.

LA LOIRE À VÉLO



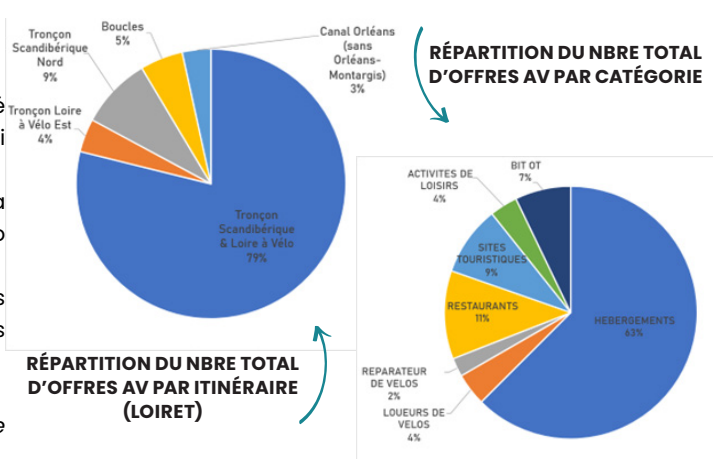
Tourisme Loiret participe aux réflexions pour de nouvelles actions communes en vue de renforcer l'attractivité de la Loire à vélo, dans le cadre d'un nouveau comité d'itinéraire associant le CRT, les 4 ADT et les collectivités.

MARQUE ACCUEIL VÉLO



Déployée à moins de 5km des deux EuroVélo (Loire à Vélo EV6 et Scandibérique EV3), de la nouvelle véloroute du Canal d'Orléans à vélo et des 22 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**

- **52 visites** effectuées par Tourisme Loiret soit **168 offres** touristiques labellisées à fin 2025.



CONSOLIDER ET STRUCTURER LA ROUTE DE LA ROSE

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

Les objectifs stratégiques de la démarche :

- Positionner le Loiret comme une destination de référence autour du végétal et des jardins d'exceptions
- Renforcer l'attractivité et la notoriété du territoire grâce à un positionnement distinctif
- Valoriser la filière horticole et générer des retombées économiques locales
- Fédérer les acteurs et les habitants autour d'une identité territoriale partagée.

En 2025, la démarche a poursuivi sa structuration et le renforcement de son organisation, avec notamment l'évolution du référentiel de labellisation et la création de la catégorie «Villes et Villages de Roses». Plusieurs actions d'accompagnement ont été menées auprès des sites et des collectivités afin de renforcer la qualité des aménagements et la valorisation touristique de l'offre.

- Formations **cours de taille** : 7 participants
- **Formation technique** sur la gestion d'un jardin de roses par le Centre des Monuments Nationaux : 10 participants
- Accompagnement personnalisé par un cabinet d'architecte paysagiste : 2 sites
- **Eductour** à destination des communes labellisées ou engagées dans la démarche à Chamboeuf et à Saint-Galmier (découverte de plusieurs réalisations exemplaires autour des enjeux d'aménagement paysager et de valorisation touristique) : 18 participants.

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



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 2025.

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

- 12 hébergements,
- 10 bureaux d'information touristique,
- 2 activités de loisirs,
- 3 restaurants,
- 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.

13 visites conseils ont été réalisées en 2025.



LA RANDONNÉE PÉDESTRE ET LES AUTRES ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE



RANDONNÉE PÉDESTRE

Dans le cadre de la valorisation des plus beaux itinéraires du Loiret en lien avec le Département, Tourisme Loiret réalise les panneaux RIS (Relais Infos Services) des premiers itinéraires sélectionnés (Canal et Brin d'amour, Circuit des 3 villages, Sentier de la rose, À la rencontre des oiseaux-migrateurs).

GR, itinéraires thématiques (chemins de Compostelle...), circuits accessibles à tous : 370 itinéraires sont référencés sur le site web : **LOIRETBALADES.FR** .

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.

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 ».

VALORISER LE TERROIR PAR SES PRODUCTIONS ET SES PRODUCTEURS

OENOTOURISME

La Destination **Sancerre Pouilly Giennois** a vu renouvelée sa labellisation **Vignobles & Découvertes**, en juillet 2025 par Atout France. Tourisme Loiret est le référent tourisme de cette destination oenotouristique et travaille activement au copilotage de la destination au côté de l'Agence Tourisme & Territoires du Cher.

Le Comité de pilotage de la Destination, composé également de Nièvre Attractivité, des offices de tourisme et maisons des vins concernés,

du Bureau interprofessionnel des Vins du Centre-Loire et du Syndicat viticole des Coteaux du Giennois, avec le soutien des CRT Centre-Val de Loire et Bourgogne-Franche-Comté, et le soutien financier de la région, travaille à mettre en application le plan d'actions établi pour les trois années de labellisation afin de développer et promouvoir la Destination.



VALORISER LE TERROIR PAR SES PRODUCTIONS ET SES PRODUCTEURS

EN PARTENARIAT

Avec la Chambre de Commerce et d'Industrie :

Tourisme Loiret participe à la valorisation des marchés hebdomadaires sur une page spécifique du site internet avec 10 134 vues cette année. Une mise à jour importante des informations a été réalisée en partenariat avec la CCI.

Avec la Chambre des Métiers et de l'Artisanat :

La Route des métiers d'art rassemble aujourd'hui 23 établissements valorisés à travers l'ensemble de nos supports de promotion, numériques comme imprimés.

FAVORISER LES VISITES D'ENTREPRISES

EN COULISSES

Une nouvelle initiative portée par Tourisme Loiret pour valoriser les savoir-faire du territoire

En 2025, Tourisme Loiret a lancé la première édition de l'opération « En coulisses, les entreprises du Loiret vous ouvrent leurs portes », une initiative inédite destinée à faire découvrir au grand public la richesse et la diversité du tissu économique local.

25 entreprises du département ont ouvert exceptionnellement leurs portes aux visiteurs du 27 octobre au 9 novembre, permettant de mettre en lumière des métiers, des savoir-faire et des filières parfois peu connus du grand public.

À travers cette opération, Tourisme Loiret a souhaité proposer une nouvelle façon de découvrir le territoire, en associant tourisme, économie locale et valorisation des savoir-faire.

Cette première édition a rencontré un réel succès avec **672 visites enregistrées**, confirmant l'intérêt du public pour une découverte plus authentique et immersive du Loiret.

Afin de garantir la présence des visiteurs et de limiter les désistements, une participation symbolique de 2 € était demandée pour les adultes lors de l'inscription. L'opération a ainsi permis de récolter 1 194 €.

Fidèle aux valeurs de partage et d'engagement territorial portées par le projet, Tourisme Loiret a choisi de reverser les fonds collectés à Loiret Nature Environnement, en présence de plusieurs entreprises participantes.

Par cette initiative, Tourisme Loiret affirme son rôle d'acteur de valorisation du territoire, en créant des passerelles entre tourisme, économie locale, habitants et entreprises.



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, ils perçoivent une commission sur 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 de réservation,
- 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...

FESTIVAL DE SULLY ET DU LOIRET

Pour la troisième année consécutive, Tourisme Loiret a été mandaté par le Département pour mettre en place une billetterie en ligne pour le Festival de Sully avec 3 soirées de festival et 6 concerts en tout.

12258 billets vendus pour un chiffre d'affaires de **255 405 €**

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

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.

198

prestataires en Place de
marché dans le Loiret

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

ORGANISATION DE WEBINAIRES DE FORMATION

Dans le cadre de son accompagnement des professionnels du tourisme, Tourisme Loiret a poursuivi en 2025 l'organisation de webinaires thématiques destinés à apporter des outils concrets et directement mobilisables par les acteurs du territoire.

Un cycle spécifique consacré à **l'intelligence artificielle** dans le tourisme a notamment été proposé, avec :

- un webinaire-conférence de lancement ;
- puis plusieurs ateliers flash construits autour de démonstrations concrètes et de cas pratiques

Les thématiques abordées portaient notamment sur :

- la gestion et la valorisation des avis clients ;
- le gain de temps sur les tâches répétitives et les emails ;
- la création et la promotion d'offres commerciales ;
- ou encore le recrutement et la gestion des équipes.

Tourisme Loiret a également proposé une nouvelle intervention dédiée aux **évolutions juridiques et réglementaires encadrant les meublés de tourisme**, sujet particulièrement suivi par les professionnels dans un contexte d'évolution rapide de la réglementation.

Proposés en ligne pour faciliter la participation du plus grand nombre, ces rendez-vous ont rencontré un réel intérêt et confirmé le rôle d'accompagnement et de veille assuré par Tourisme Loiret auprès des acteurs touristiques du département.

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.

ACCOMPAGNEMENT SPÉCIFIQUE DES PROFESSIONNELS DE SOLOGNE

Dans le cadre de la Marque Sologne, les Ambassadeurs (312 prestations, soit +27 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 **10 ateliers de sensibilisation** sur des thématiques choisies en concertation. Le 7ème rendez-vous des Ambassadeurs tenu en décembre au Château de La Ferté Saint-Aubin a rassemblé une soixantaine d'entre eux et a permis de présenter les résultats 2025 ainsi qu'un bilan des 10 années d'existence de la marque.



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.



- 2 commissions départementales organisées en 2025 avec 5 nouveaux établissements qualifiés
- 29 établissements qualifiés, soit 75 chambres, pour une capacité d'accueil de 193 lits à la fin de l'année 2025.



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 2025 a été initié, sur la base de 5 axes (valorisation de l'offre, relation client, ergonomie/graphisme, référencement, médias sociaux) et 90 critères. Après audit et mise en oeuvre des recommandations, **la note globale passe de 6,58/10 à 8,28/10** en un an, avec des progrès visibles sur l'ensemble des critères évalués.
- 26 mini sites web (dont 2 en 2025) 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. 500 établissements sont observés pour une note moyenne de 8,2/10 (identique à 2024) pour près de 88 000 avis déposés en 2025 et 3/4 des avis déposés «très bon» et «excellent».

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 (**10 139 visiteurs** en 2025 pour **21 532 pages**).



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.

En 2025, de nouveaux **objets de valorisation** du territoire ont été mis à disposition des professionnels : un totem et un cube promotionnel, des affiches ainsi que des porte-brochures.

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

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

La Bourse touristique a rassemblé **360 prestataires** en 2025.



PASS PRO

Dans le cadre de la réalisation du schéma de développement touristique du Loiret, les ateliers de concertation ont fait émerger un besoin de mieux connaître l'offre touristique du Loiret et de **mieux se connaître** entre professionnels du tourisme.

Pour répondre à cette demande des professionnels, Tourisme Loiret a lancé en 2025 un **Pass Pro** réservé aux professionnels du tourisme du département.

Ce Pass Pro permet aux professionnels partenaires de **bénéficier d'un accès privilégié** à plusieurs sites et activités touristiques du département, afin de mieux connaître l'offre locale, développer les recommandations croisées et encourager une logique de réseau entre hébergeurs, sites de visite, restaurateurs, offices de tourisme et prestataires d'activités.

Au-delà de l'avantage pratique proposé aux professionnels, cette initiative répond à un enjeu plus large de **montée en compétence collective et d'amélioration de l'expérience** visiteurs. En favorisant une meilleure connaissance des offres touristiques du territoire, le Pass Pro contribue à renforcer la qualité de l'accueil, la prescription locale et la cohérence de la destination.

Le dispositif a suscité un réel intérêt dès son lancement, avec près de 100 sites et professionnels ayant demandé à bénéficier d'un Pass Pro.



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

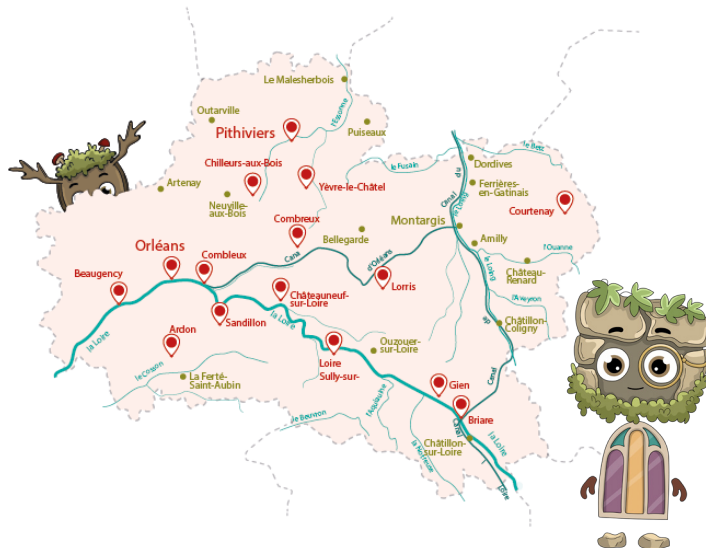
LES LOIRÉOS ET BALUDIK

En 2025, avec le groupe de travail composé d'Offices de tourisme volontaires, Tourisme Loiret a lancé une nouvelle offre touristique sur le territoire. L'objectif poursuivi est d'attirer de nouvelles clientèles amatrices d'une offre complémentaire de type « jeu de piste » d'une part, et d'autre part de faciliter la découverte des richesses des territoires et ainsi augmenter la durée de séjour.

Le lancement officiel de l'application Baludik dans le Loiret s'est fait en avril pour les vacances de printemps avec 18 parcours répartis sur le Département.

La sortie des parcours s'est accompagnée de campagnes de promotion du dispositif sur Kidiklic, dans le magazine du Loiret et sur d'autres supports adaptés à la clientèle familiale.

A la fin de l'année 2025, l'ensemble des parcours comptabilisait **4 694 téléchargements**.



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

VILLES ET VILLAGES FLEURIS

Dans le Loiret, le label national Villes et Villages Fleuris est animé par la Commission Fleurissement et Cadre de Vie de la Société d'Horticulture d'Orléans et du Loiret (SHOL), mandatée par le Conseil départemental.

Tourisme Loiret y contribue en mobilisant une collaboratrice, membre du jury départemental et du jury régional, participant à l'évaluation des candidatures.

En 2025, 6 communes ont obtenu leur 1ère fleur, portant à 93 le nombre de communes labellisées dans le Loiret.

DÉPARTEMENT FLEURI

L'année 2025 a été marquée par l'obtention du label Département fleuri, distinction attribuée à seulement 17 départements en France, portée conjointement par le Département Fleuri, la SHOL et Tourisme Loiret, qui a contribué à la candidature : constitution du dossier, présentation devant le jury national et participation à la remise du trophée à Marseille.



FACILITER L'ACHEMINEMENT DES CLIENTÈLES

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.

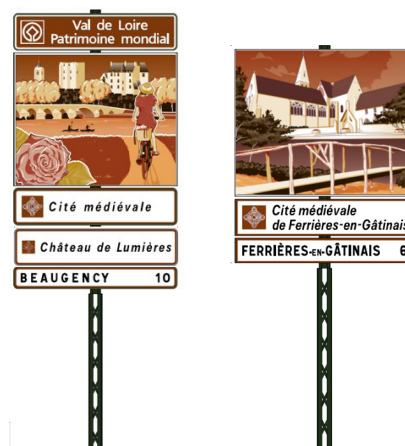
Le Département est maître d'œuvre de ce schéma et assure le financement des panneaux sur le budget dédié au tourisme.

En 2025, des panneaux existants ont été remplacés pour offrir un nouveau visuel et identité :

- La Cité médiévale et le Château de Lumières de Beaugency
- La Cité médiévale de Ferrières-en-Gâtinais

En 2025, dans le cadre du projet de renouvellement de la signalisation d'animation touristique le long de l'autoroute A77 par APRR, Tourisme Loiret a réalisé la concertation et la coordination de ce renouvellement avec les collectivités et les offices de tourisme, pour le compte du Conseil départemental.

Fin 2025, les conventions entre APRR, Tourisme Loiret, le Conseil Départemental et intercommunalités relatives à l'engagement financier pour l'installation de 12 panneaux d'informations touristiques ont été signées.



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'INFORMATION TOURISTIQUE 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

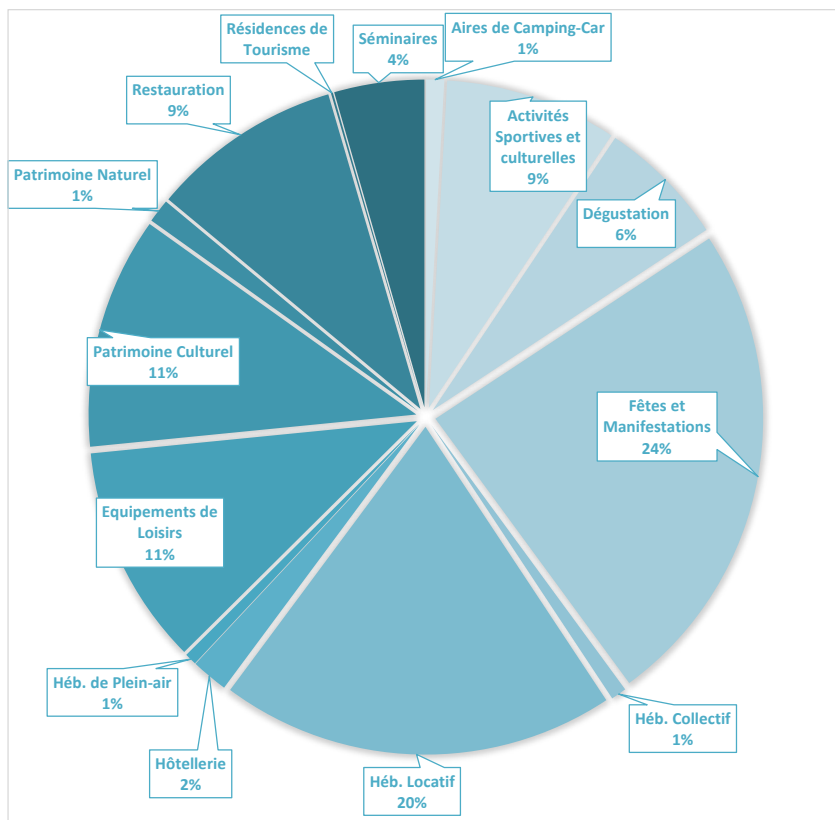


Gestion accueil

LE SYSTÈME D'INFORMATION TOURISTIQUE TOURINSOFT

Tourisme Loiret intervient spécifiquement sur :

- l'administration des offres pour le Loiret, soit environ **7 200 offres** (tous types de prestations confondues), dont environ **800 créations et vérifications** d'offres en 2025.
- 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.
- 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 2025, le collectif des Offices de tourisme et Tourisme Loiret ont particulièrement travaillé à la mise à jour des photographies présentes dans la base de données.

En effet, une nouvelle règle de diffusion a été mise en place : toute offre sans photo ou avec des photos dont la date de fin est dépassée ne sera pas affichée sur les sites internet.

Droits d'utilisation de l'image *	Photo	Référence	Date fin utilisation de l'ima
<input checked="" type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non <input type="radio"/> Non renseigné		Titre: 00_hotel-orleans-saran_471 Copyright: B&B Saran	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non <input checked="" type="radio"/> Non renseigné 31/12/2029
<input checked="" type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non <input type="radio"/> Non renseigné		Titre: 00_hotel-orleans-saran_471 Copyright: B&B Saran	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non <input checked="" type="radio"/> Non renseigné 31/12/2029
<input checked="" type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non <input type="radio"/> Non renseigné		Titre: hotel-orleans-saran_4795_1 Copyright: B&B Saran	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non <input checked="" type="radio"/> Non renseigné 31/12/2029
<input checked="" type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non <input type="radio"/> Non renseigné		Titre: 00_hotel-orleans-saran_471 Copyright: B&B Saran	<input checked="" type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non <input type="radio"/> Non renseigné 31/12/2029

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

VALIDER

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**.

PRO-TOURISMELOIRET.COM
> Promouvoir et Vendre

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»

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 (20 000 ex)
- 1 dépliant/carte *Le Loiret à vélo* FR/GB (30 000 ex)
- 1 brochure *Route de la Rose* (15 000 ex)

Nouvelles éditions :

- 1 brochure *Guide du Patrimoine* (7 000 ex)
- Flyer Loiréos (4 000 ex)

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).

Une diffusion complémentaire a été faite dans les magasins de sport du Loiret et des départements limitrophes pour la brochure *Le Loiret à vélo* et *Loiret au fil de l'eau*, l'opération a été très bien reçue par les magasins.

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 documentations touristiques 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.

En 2025, Tourisme Loiret a pris part aux échanges avec le Département et les Jardins de la Voie Romaine : nouveau gestionnaire de l'Aire du Loiret sur l'A19. D'importants travaux de rénovation sont engagés et Tourisme Loiret apportera sa contribution à la valorisation des offres touristiques sur la nouvelle aire.



DES CAMPAGNES D'IMAGE ET DE NOTORIÉTÉ

VISIBILITÉ RENFORCÉE GRÂCE À LA MUTUALISATION

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

- Un affichage dans le métro parisien (200 faces)
- Une campagne digitale nationale sur LeParisien.fr (835 000 impressions) et Paris Zig Zag (600 000 impressions)

CAP SUR LE LUDIQUE !

À l'occasion du lancement de l'application **Baludik**, nous avons souhaité mettre en avant les offres ludiques du département, adaptées aux clientèles familiales :

- Création de pages web dédiées et d'un **E-guide**
- Display sur le site **Kidiklik**
- Campagne sur les réseaux sociaux

ÉTÉ ET WEEK-ENDS PROLONGÉS

- **Un été 100% Loiret** sur Ici Orléans en partenariat avec les Offices de Tourisme : mise en avant d'offres agendas, jeux à l'antenne et spots radio
- Affichage **abribus** du Conseil départemental : août 2025
- **Guide de l'été** (Loiret Mag) : supplément 8 pages tourisme
- **E-guide enrichi** pour les clientèles hors département

MISONS SUR LA CULTURE

- **Création de pages** dédiées pour les musées en mode expérience et les Journées du patrimoine pour diffusion sur les RS et dans une newsletter dédiée
- Série de **cartes postales** diffusées au Festival de Loire
- Dans **Voyages & découvertes** : publicité ciblée

ENSEMBLE AVEC LES CHÂTEAUX

Campagne digitale externalisée et internalisée : carrousel générique présentant l'ensemble des châteaux.



VACANCES DE LA TOUSSAINT

- Création de **pages spécifiques** sur les activités disponibles à la période et sur Halloween.
- Création d'une **newsletter** spécifique
- E-mailing avec l'**Agence Pawnee** : 60 000 e-mails ciblés

CAMPAGNE NOËL

- **Radio** : diffusion d'un spot sur ICI Orléans et ICI Auxerre, du 10 au 30 décembre 2025
- Création d'une carte postale avec **envoi papier** à une sélection de prospects
- **Calendrier de l'Avent** sur les RS
- E-guide

RELATIONS PRESSE

Tourisme Loiret a conduit des actions presse en France et à l'international afin de valoriser la destination, en lien étroit avec le CRT Centre-Val de Loire et les Offices de Tourisme garantissant une sélection ciblée des médias et une optimisation des accueils.

Ce dispositif s'est appuyé sur l'organisation d'accueils presse, la gestion des sollicitations médias ainsi que la diffusion de contenus éditoriaux (communiqués, dossiers de presse et visuels) en adéquation avec les lignes éditoriales des médias.

Plusieurs **titres nationaux et spécialisés** ont contribué à la visibilité du territoire, notamment Le Monde (version numérique), Femme Actuelle, La Tribune Dimanche, Le Monde du Camping-Car, France 3 (« Météo à la carte »).

À l'international, plusieurs médias ont également été accueillis parmi lesquels Confidenze, Reisereporter, International Traveller ou encore Frankreich Magazin.

Ces angles ont permis de positionner le Loiret sur des expériences à la fois inspirantes et concrètes, en phase avec les attentes des médias et des clientèles.

Les **contenus éditoriaux** ont principalement mis en avant : les offres slow tourisme, les 20 ans de la Loire à Vélo et la véloroute du canal d'Orléans, la gastronomie et les produits du terroir, et nos démarches structurantes telles que le patrimoine, la Route de la Rose et le Loiret Au fil de l'Eau.

Bilan

22 médias et journalistes accueillis



INFLUENCEURS

5 influenceurs accueillis :

Les French Wanderers, Les Pépites de France (partenariat avec l'Office de Tourisme des Terres du Val de Loire, Romain Orchids et Corentin Pfeiffer pour la Route de la Rose et Nota Bene.

L'INFLUENCEUR AUX 2,48M d'abonnés

Tourisme Loiret a organisé en partenariat avec la Communauté de Communes et l'Office de tourisme du Val de Sully un reportage avec **Nota Bene**, suivi par une communauté de 2,48 millions de followers sur Youtube. Cette collaboration a permis de mettre en valeur le territoire et la Route des Illustres en particulier à travers de contenus historiques diffusés sur leurs plateformes.

SITES WEB ET RÉSEAUX SOCIAUX

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

TOURISMELOIRET.COM

82 % du trafic sur le site émane des moteurs de recherche grâce au travail de **référencement naturel** effectué par l'équipe. 14% via des liens directs sur le site (grâce à l'affichage, aux campagnes radio, digitales, print, aux goodies logotés, ...)

Pages les + consultées :

- Agenda du week-end
- Agenda
- Accueil
- Agenda du jour
- Base de loisirs de l'étang du Puits/Orléans la chatoyante/Briare

1 273 000

visiteurs uniques
106 083 visiteurs/mois

+ 0,7 %

2 430 403

pages vues



LOIRETBALADES.FR

Pages les + consultées :

- Les plus belles balades et randonnées
- Agenda
- Le Canal d'Orléans à vélo
- Tous les circuits
- Les balades et randonnées pédestres

106 473

visiteurs uniques
8 873 visiteurs/mois

319 762

pages vues

+ 14,6 %



ROUTEDELAROSE.FR

Pages les + consultées :

- Accueil
- La carte des sites à visiter
- Qu'est-ce que la Route de la Rose ?
- Jardin André Eve
- Roseraie de Morailles

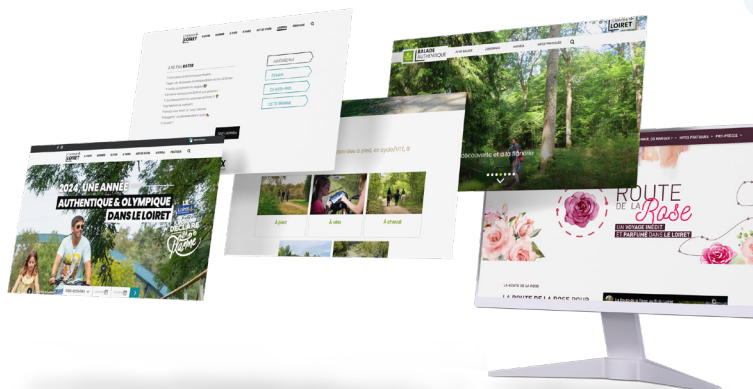
24 007

visiteurs uniques

67 216

pages vues

- 7 %





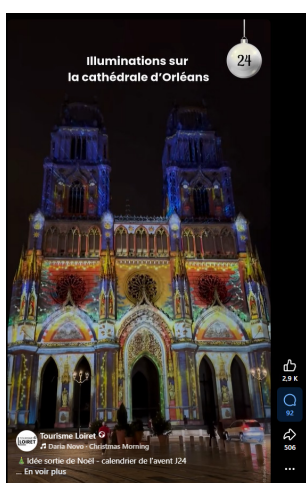
3 790 944
comptes touchés
+ 71,9 %

46 524
«j'aime» au total
+ 122 %

17 378
clics sur lien
sur publi sponsorisée
+ 79 %

+8,3%
d'abonnés

Vidéo 2025 ayant le + de vues :



Publication 2025 ayant touché le + de comptes :



1 026 272
comptes touchés
+ 119 %

+27,4%
d'abonnés

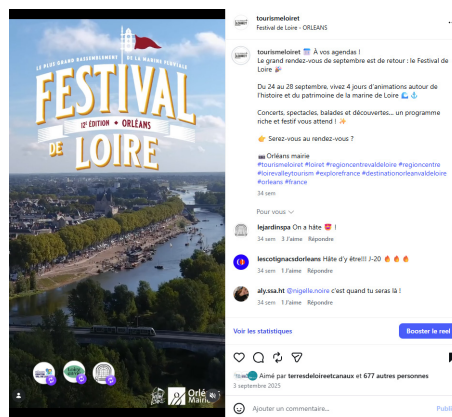
8 715
clics sur lien
sur publi sponsorisée
+ 130 %

2 348
clics sur lien ou compte mis
en avant lors des stories

847 393
vues sur les vidéos

162 069
vues sur les stories

Publications 2025 ayant touché le + de comptes :



454 011
vues totales
+ 467 %
d'abonnés

Vidéo 2025 ayant le + de vues



Retrouvez-nous désormais :

sur Tik Tok :
[@tourismeloiret](https://www.tiktok.com/@tourismeloiret)



sur LinkedIn pour suivre toute
notre actu pro :

<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 ICI Orléans ("Un été 100% Loiret", des chroniques et des spots quotidiens en partenariat avec les offices de tourisme)
- notre présence sur de nombreux événements et salons au cours de l'année :



- Inauguration du Pont de Loire, Mardié (mai)
- Escales en fête - inauguration de la véloroute du canal d'Orléans (mai)
- Meeting de l'air à la base militaire de Bricy (mai)
- Village du Festival de Sully, Parc du Château (juin)
- Fête du Port des Compagnons chalandiers, Orléans (juin)
- Escapade au Port de Grignon (juillet)
- Fête de l'eau, Dordives (août)
- Fête de la Sange, Sully-sur-Loire (septembre)
- Sigloy fête les 20 ans des Passeurs de Loire (septembre)

PROMOUVOIR NOS THÉMATIQUES PRIORITAIRES, PORTEUSES DE NOTORIÉTÉ

VALORISER LA ROUTE DE LA ROSE

En parallèle de la structuration de l'offre (Axe 1), Tourisme Loiret et les partenaires financeurs ont déployé une stratégie de communication multicanale visant à renforcer la notoriété de la Route et à générer des flux de visiteurs.

- une diffusion large de supports promotionnels (brochure, flyers)
- des insertions dans des médias à forte audience et spécialisés, notamment Le Parisien Week-End.
- Une campagne d'image dans le métro parisien, déployée pendant deux semaines sur 40 emplacements stratégiques, a permis d'accroître significativement la visibilité auprès de la clientèle francilienne. touristiques parisiens (102 sites)
- La présence sur des salons grand public, notamment :
 - Salon des Arts du Jardin, au Parc floral de la Source (avril)
 - Esprit Jardin, à Versailles (avril)
- Un voyage de presse collectif a permis d'accueillir plusieurs journalistes de médias nationaux et spécialisés (jardin, art de vivre, tourisme).
- Une stratégie d'influence ciblée sur l'univers du végétal avec l'accueil de créateurs de contenus spécialisés jardin : Romain Orchids et Corentin Pfeiffer
- Des campagnes digitales sponsorisées



La Route de la Rose en Fête au château de Chamerolles

Les 7 et 8 juin 2025, Tourisme Loiret a organisé l'événement au Château de Chamerolles, en partenariat avec plusieurs sites labélisés et offices du tourisme. Animations florales, artistiques et gourmandes étaient au programme. Avec à la tombée de la nuit une projection exceptionnelle sur le château. Seule la météo aura un peu gâché la fête.



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 **LE LOIRET AU FIL DE L'EAU**.FR mis à jour avec les manifestations estivales
- des **objets publicitaires** créés : cartes postales, crayons
- des campagnes vers des médias ciblés à l'occasion du lancement de l'itinéraire complet grâce à l'ouverture de la véloroute du Canal d'Orléans à Vélo :

L'itinéraire a bénéficié d'une mise en avant sur **Komoot** de l'automne jusqu'au printemps 2025. La mise en service de la voie verte du canal d'Orléans a permis de compléter les circuits **Loiret au fil de l'eau**, entre Orléans, Montargis et Briare qui faisaient déjà l'objet d'une mise en avant sur l'application.

Nous avons assuré la visibilité de l'itinéraire :

- Dans le **Citybook Orléans-Loiret** et le **Petit Futé Mag** (disponible en kiosque et distribué au salon mondial du tourisme à partir du 13 mars) ;
- Via une campagne de promotion sur les réseaux sociaux au printemps en partenariat avec un blogueur voyages : **French Wanderers** ;
- Par l'insertion d'**encarts publicitaires** sur différents supports (Citybook Petit Futé et 2 guides édités par l'office de tourisme Terres de Loire et Canaux et l'office de tourisme Val de Loire & Forêt d'Orléans)
- Par l'édition d'un **poster "Loiret au fil de l'eau"** inséré dans le Loiret Magazine de printemps du Conseil Départemental (sortie le 31 mars)



Komoot est une application de planification et d'inspiration d'itinéraires outdoors avec plus de 35 millions d'utilisateurs. Elle est la N°2 mondial des applications et la première communauté européenne autour de l'outdoor.

ÉVÉNEMENTS

L'itinéraire et notamment la nouvelle voie verte du Canal d'Orléans à vélo a été particulièrement promue à l'occasion de plusieurs événements :

- Salon Vélo In Paris du 25 au 27 avril,
- Semaine fédérale internationale du cyclotourisme à Orléans du 2 au 10 août,
- Festival de Loire



S'APPUYER SUR LA NOTORIÉTÉ DES MARQUES FORTES 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. Pour attirer l'attention des clientèles nationales, l'utilisation de marques complémentaires 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 et les offices de touristes des actions ciblées :

- Des campagnes de notoriété sur la plateforme de replay TF1+ pendant 1 semaine au printemps et 1 semaine en automne. (**660 373 vues et 7 294 clics générés sur le site web**)
- Nouvelle édition d'un chéquier découverte regroupant 24 offres de réduction chez les Ambassadeurs de Sologne (10 000 ex).
- La diffusion d'une série podcast "Pierre, feuille, Sologne" de 6 épisodes de 20 min avec 12 700 écoutes.
- Un nouveau magazine digital « *Sologne, la magie de se retrouver* » avec une diffusion sur le site web et l'application SNCF-Connect (958 411 impressions) et via des campagnes sur les réseaux sociaux à l'automne (1 240 849 affichages des publicités, 16 729 clics vers le site) et la version papier (10 000 exemplaires) diffusée via les offices de tourisme et les ambassadeurs.



- Une nouvelle édition du livret itinérance avec l'intégration de nouveaux circuits (13 500 exemplaires) diffusée via les offices de tourisme et les ambassadeurs.
- Des newsletters grand public diffusés sur les deux temps forts de la marque (1000 contacts, 44% de taux d'ouverture).
- Animation du site web mutualisé **SOLOGNE-TOURISME.FR** et des réseaux sociaux de la marque.

183 134

visiteurs sur le site web
(+ 31%)

15 261

visiteurs/mois

9 819

abonnés sur Facebook
(+ 12%)

7 861

abonnés sur Instagram
(+ 42%)

MARQUE SCANDIBERIQUE



Aux côtés des autres territoires traversés par l'EuroVelo 3, Tourisme Loiret a pris part aux travaux du comité d'itinéraire visant à accroître la visibilité de la Scandibérique. Cette mobilisation s'est traduite par la participation à l'élaboration d'un plan de communication partagé entre les territoires partenaires, la réalisation d'une nouvelle banque d'images de plus de 1 700 photographies couvrant 15 départements et la mise en œuvre d'actions coordonnées de promotion sur les supports numériques.

En 2025, le site internet de la Scandibérique a enregistré près de **111 000 visites**, généré **315 000 pages vues** et comptabilisé plus de **3 300 téléchargements** de ressources (cartes, guides d'étapes, bonnes adresses). Sur les réseaux sociaux, la visibilité de l'itinéraire a également progressé avec une hausse de **47% de la couverture des publications Instagram**. Cette démarche collective contribue à renforcer la notoriété de l'itinéraire et à offrir une meilleure exposition aux destinations et prestataires situés le long du parcours, dont ceux du Loiret.

COMMERCIALISER LA DESTINATION AUPRÈS DE LA CLIENTÈLE INDIVIDUELLE

Tourisme Loiret poursuit la mise an avant des prestations disponibles à la **réservation et vente en ligne** en optimisant le site internet Tourismeloiret.com :

- affichage en premier dans les listings des offres réservables en ligne
- mise en avant dans les pages éditoriales d'offres disponibles en Place de Marché.

La Place de marché est un marqueur important de la dynamique touristique du Loiret. Ces actions ont porté leurs fruits et le **volume d'affaires** est en augmentation.

PLACE DE MARCHÉ

1 510 000 €

de volume d'affaires
(+12%)

30 792

ventes via la PDM
(+9%)

8 %

des ventes ont lieu
sur tourismeloiret.com

COMMERCIALISER DES JOURNÉES ET SÉJOURS À DESTINATION DE LA CLIENTÈLE GROUPES

L'année 2025 aura été, de nouveau une année exceptionnelle pour l'activité commerciale du service Groupes de Tourisme Loiret, avec des retombées importantes :

- 352 dossiers ouverts (+ 28 dossiers/2024)
- 297 contrats confirmés (dont 71 apportés par des OTs)
- 55 dossiers annulés ou sans suite.

INÉDIT : 15 groupes sont venus en séjour dans le Loiret (au moins une nuit)

11 217

clients accueillis
(+ 6%)

37,7

personnes par groupe
(en légère baisse)

54 %

des packages achetés incluent
une balade en bateau

757 665 €

DE VOLUME D'AFFAIRES

+11 % par rapport à 2024

TOP 3 DES PACKAGES LES PLUS VENDUS

PERLE DES CANAUX - 38 ventes
(petit train, croisière déjeuner et musée des 2 Marines à Briare)

CROISIÈRE EN VENISE DU GÂTINAIS - 26 ventes
(visite de Montargis et croisière sur le Zia)

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

TOP 3 DES SITES LES PLUS VISITÉS

MUSÉE DES 2 MARINES
- 46 ventes

CHÂTEAU DE CHAMEROLLES
- 37 ventes

MUSÉE DE LA FAÏENCERIE DE GIEN - 19 ventes

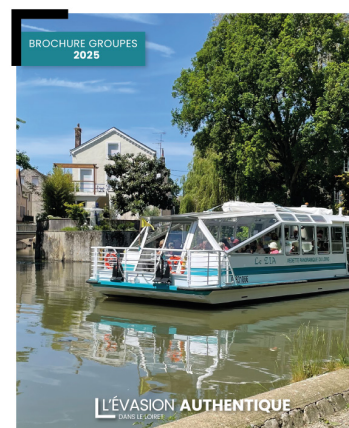
LES ACTIONS DE COMMUNICATION ET DE MARKETING

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, clubs de randonneurs, clubs de véhicules de collections, amoureux des jardins...

LE LOIRET

EXCURSIONS & SÉJOURS



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

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

La commission groupe d'ADN Tourisme a organisé 2 **workshops à Paris** en mars (80 brochures distribuées) et en octobre (50 contacts et 10 devis envoyés) ce qui a permis de rencontrer des clubs et associations ainsi que des agences de voyages et autocaristes et que des CCAS.

Tourisme Loiret était l'**IFTM à Paris** en septembre 2025, sur un stand régional ce qui a permis d'aller à la rencontre des professionnels du tourisme.

En novembre 2025, 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 prise 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.



COMMERCIALISER LA DESTINATION AUPRÈS DE LA CLIENTÈLE D'AFFAIRES

COMET PASSE PAR PARIS : CAP SUR LE TOURISME D'AFFAIRES DANS LE LOIRET



Dans le cadre de sa stratégie de développement du tourisme d'affaires, Tourisme Loiret, **en partenariat avec Orléans Val de Loire Tourisme** et son **Bureau des Congrès Orléans Convention**, a organisé le 25 juin 2025 à Paris une rencontre professionnelle dédiée aux acteurs de l'événementiel et du tourisme d'affaires.

Cet événement avait pour objectif de **promouvoir l'offre MICE** (Meetings, Incentives, Conferences, Events) du Loiret auprès des agences événementielles, entreprises et organisateurs de séminaires franciliens.

Cet événement a rassemblé plus d'**une dizaine d'exposants MICE** du territoire : lieux événementiels, hébergements, offres de team building, prestataires de services... ainsi qu'une vingtaine d'organisateur professionnels venus découvrir la richesse de notre destination.

Une **vingtaine d'organisateur professionnels et agences spécialisées** ont ainsi pu découvrir une destination capable d'accueillir des événements professionnels à taille humaine, dans un cadre à la fois accessible, qualitatif et dépaysant.

À travers cette opération, Tourisme Loiret poursuit son travail de structuration et de promotion du tourisme d'affaires, en renforçant la visibilité du Loiret auprès des marchés professionnels et en fédérant les acteurs locaux autour d'une stratégie collective de développement.

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 19 compteurs installés sur la Loire à Vélo, la Scandibérique et 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 une grande **enquête de clientèles** en partenariat avec le CRT Centre Val de Loire et les ADT de la région a été lancée du printemps à l'automne 2025.

Cette enquête a pour objectif d'**analyser les profils des visiteurs, leurs pratiques touristiques, leurs modes de consommation, leurs attentes ainsi que leur perception de leur séjour ou de leur visite dans le Loiret.**

Les données collectées permettent d'affiner la connaissance des clientèles et d'accompagner plus efficacement les stratégies de développement, de promotion et d'adaptation de l'offre touristique départementale.

L'enquête a reposé sur une mobilisation partenariale des professionnels du tourisme du Loiret. Hébergeurs, sites de visite, offices de tourisme et prestataires ont été invités à relayer le dispositif auprès de leurs visiteurs grâce à des supports de communication dédiés, notamment via des affiches intégrant un QR code permettant d'accéder directement au questionnaire en ligne. 150 sites touristiques Loirétains ainsi que de nombreux partenaires relais ont participé à cette enquête, témoignant d'une très forte mobilisation. Cette mobilisation a permis au Loiret de concentrer **32 % des questionnaires** recueillis au niveau régional. Merci à tous.

Les résultats de l'enquête sont disponibles depuis juin 2026.

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 2025** : 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.

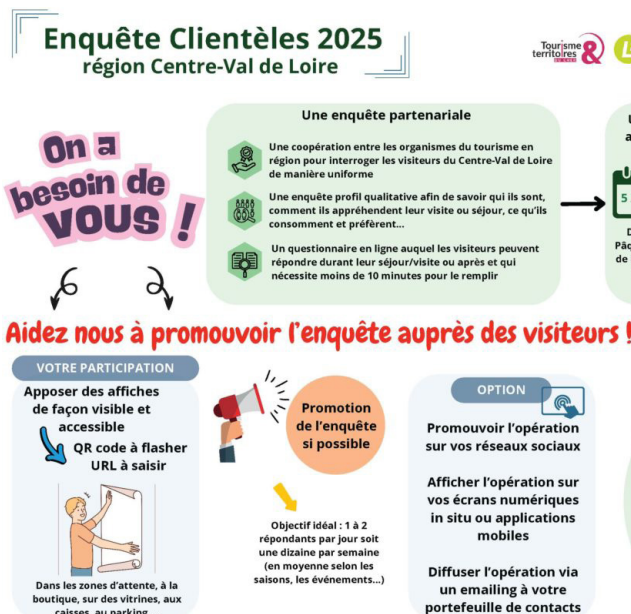
200
répondants
en moyenne

20 %
de taux de réponse
moyen

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

PRO-TOURISMELOIRET.COM

> Créer et Développer



Le cabinet d'études ne traitera les données qu'à des fins statistiques, le but étant uniquement de recruter les

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

Comptabilité

02 38 78 04 04

karelle.halgrain@tourismeloiret.com

STRUCTURATION



Célia Berger

Responsable de pôle
et de l'observatoire

06 22 29 63 42

celia.berger@tourismeloiret.com



Laurent Serain

Projets numériques

06 21 86 92 17

laurent.serain@tourismeloiret.com



Marion Paleau

Projets touristiques
et qualification

06 21 86 45 46

marion.paleau@tourismeloiret.com

PROJETS



Christelle Sénard

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



Marion

Con

06 28

me.fo

MARQUE SOLOGNE



Honorine Simon

Cheffe de projet marque Sologne
(Partenariat ADT41, CRT et EPCI)

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 38 78 04 59

stephanie.robert@tourismeloiret.com

Christine-Elixène Fayolle

Commercialisation groupes

02 38 78 04 82 08 01

christine.fayolle@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



Clara Hémary

Communication et graphisme

06 22 29 84 36

clara.hemery@tourismeloiret.com



Sandrine Bercier

Communication digitale
et community manager

06 21 86 24 09

sandrine.bercier@tourismeloiret.com



LE LOIRET L'ÉVASION AUTHENTIQUE

