



TOURISME
Centre-Val de Loire



RAPPORT D'ACTIVITÉ 2020

COMITÉ RÉGIONAL
DU TOURISME
CENTRE-VAL DE LOIRE



SOMMAIRE

1. [Formation et développement des compétences des acteurs](#)
2. [Accompagnement des OT et des territoires](#)
3. [Dispositifs numériques d'écoute, d'information et de relance](#)
4. [Observation, études](#)
5. [Tourinsoft](#)
6. [Envie de vacances en Centre-Val de Loire](#)
7. [Actions presse et influenceurs France](#)
8. [Actions presse et influenceurs internationaux](#)
9. [Actions B to B](#)
10. [En roue libre](#)
11. [Accueil Vélo et La Loire à Vélo](#)
12. [Val de Loire/Châteaux de la Loire](#)
13. [Sologne](#)
14. [Berry](#)
15. Art de vivre :
 - a. [Maîtres restaurateurs](#)
 - b. [C du Centre](#)
 - c. [Oenotourisme](#)
16. [Place de Marché](#)
17. [Ressources multimedia](#)
18. [Organisation interne](#)





Formation et développement des compétences des acteurs



Retour
Sommaire



Catalogue Formations Tourisme O'Centre

34 sessions de formation autour des
7 thématiques suivantes :

- Accueillir et conseiller
- Animer ses réseaux
- Créer des contenus web
- Développer sa politique commerciale
- Garantir la satisfaction client
- Être ambassadeur des marques
- Manager et gérer ses équipes



Plan de continuité de formation post Covid-19

20 classes virtuelles
et **4 parcours en ligne** pour :

- Mettre en place un scénario de reprise post Covid-19
- Faire le point et mettre en place sa stratégie webmarketing post Covid-19
- Adapter son offre touristique et sa politique tarifaire post Covid-19
- Accompagner ses prestataires à mettre en place une stratégie webmarketing post Covid-19
- Accompagner ses prestataires touristiques dans la définition de leur politique tarifaire post Covid-19



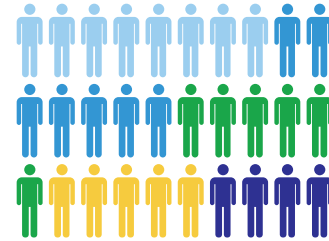
Plateforme d'e-learning

24 parcours en ligne autour
des **3 thématiques** suivantes :

- (Re)Découvrir le patrimoine culinaire et gastronomique régional
- Devenir ambassadeur des marques touristiques régionales
- Manager et gérer ses équipes

UNE OFFRE DE 82 FORMATIONS SUIVIE PAR PLUS DE 900 STAGIAIRES EN 2020

Formation et développement des compétences des acteurs



925
stagiaires



408
structures
touristiques



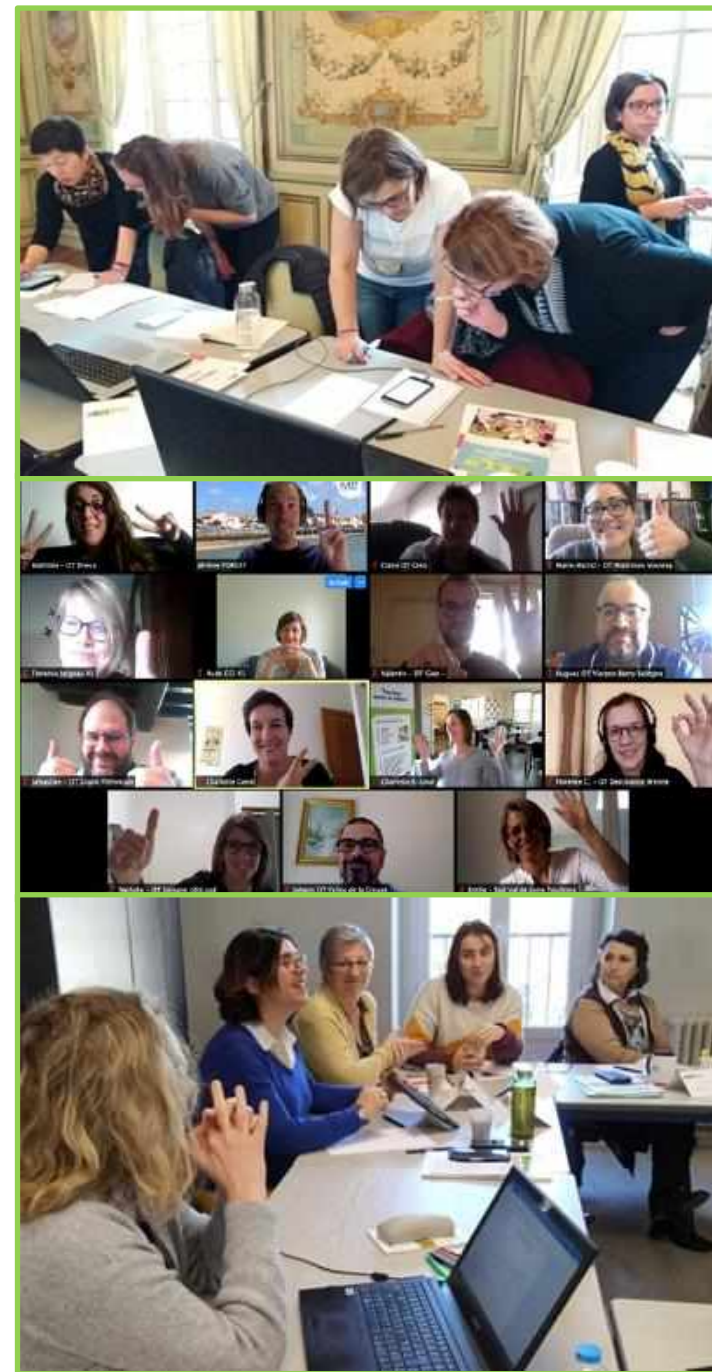
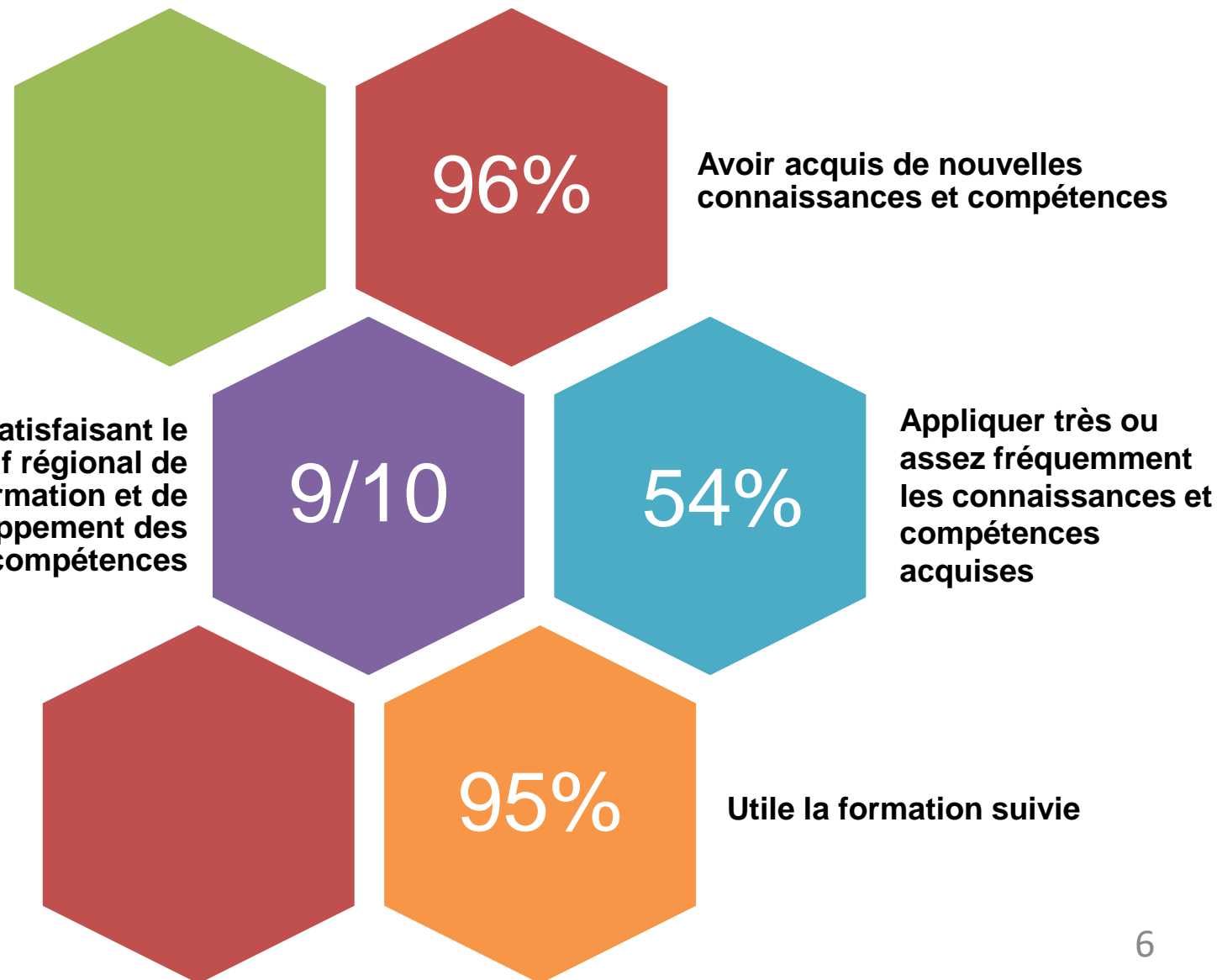
82
parcours
de formation



6792
heures de
formation

Formation et développement des compétences des acteurs

Plusieurs mois après leur formation, les stagiaires estiment :





Offices de
Tourisme
de France

Accompagnement des Offices de Tourisme et des territoires



Retour
Sommaire



Offices de
Tourisme
de France

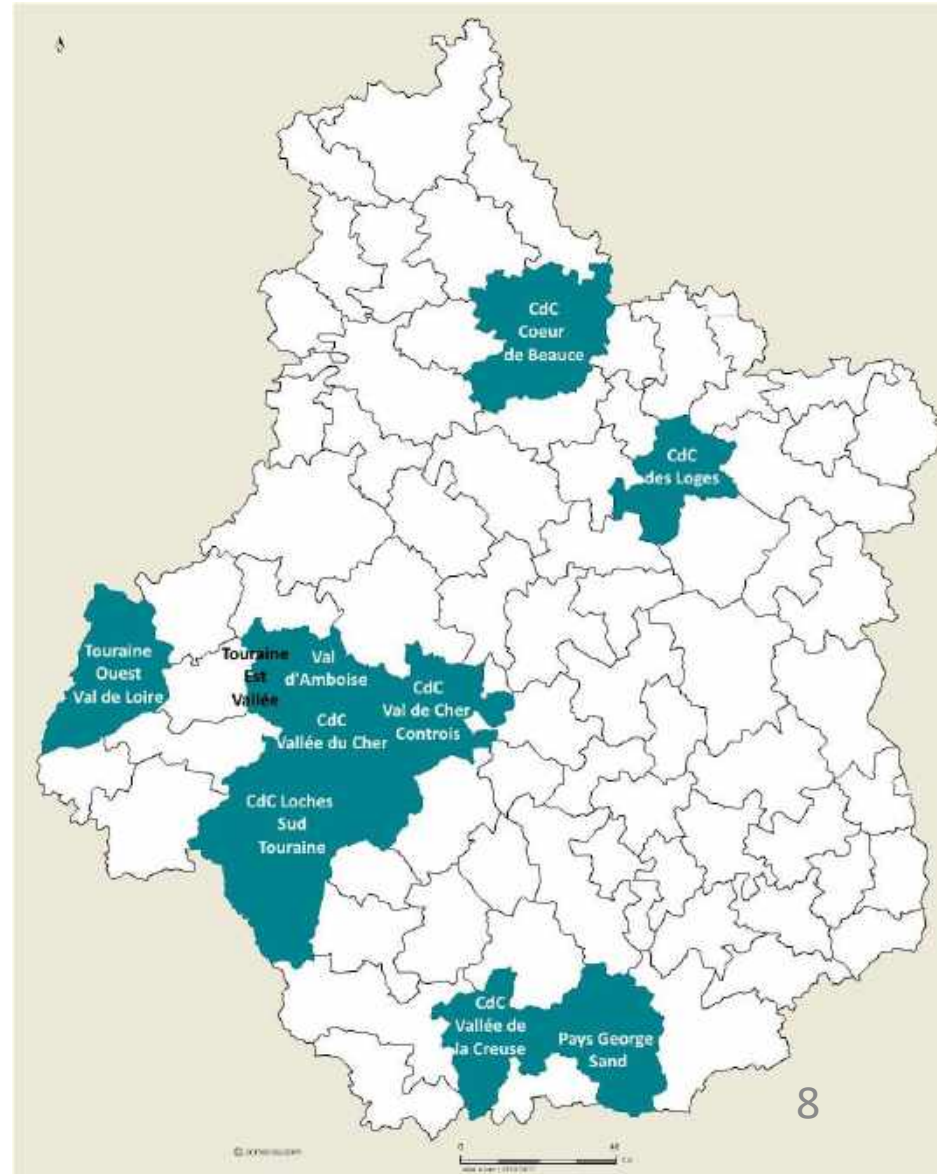
Accompagnement des Offices de Tourisme et des territoires

⇒ Une démarche d'accompagnement des collectivités à la réflexion de leur action en faveur de la satisfaction du visiteur

- Une méthodologie collective et participative
- La définition de l'action de la collectivité en faveur de la satisfaction du visiteur sur le territoire
- La formalisation et la transmission de la feuille de route de l'Office de Tourisme.

⇒ 10 territoires engagés et accompagnés par le CRT et chaque ADT

- Une méthodologie collective et participative
- La définition de l'action de la collectivité en faveur de la satisfaction du visiteur sur le territoire
- La formalisation et la transmission de la feuille de route de l'Office de Tourisme.



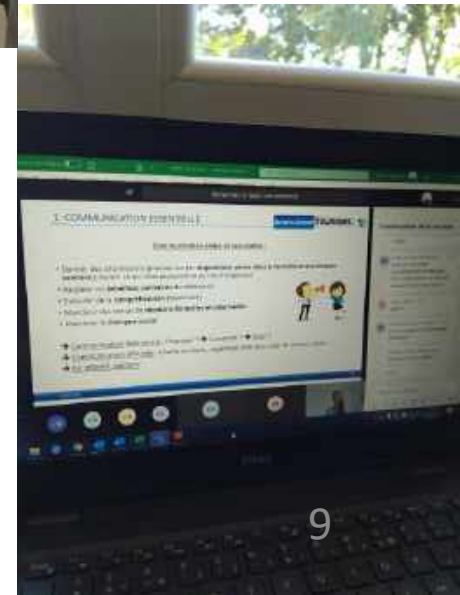


Accompagnement des Offices de Tourisme et des territoires

Offices de
Tourisme
de France

➔ Une animation du réseau des Offices de Tourisme et des organismes de tourisme adaptée

- Des séminaires annuels qui ont pu se maintenir en présentiel
- Des webséminaires adaptés à la crise sanitaire et à la relance (se tenir prêts pour le déconfinement, les bonnes pratiques d'accueil en respectant les protocoles, connaître et anticiper les risques psychosociaux au sein des équipes dus à la crise et au confinement).





Offices de
Tourisme
de France

Accompagnement des Offices de Tourisme et des territoires



...en roue libre
CENTRE - VAL DE LOIRE

➔ Une communauté de rédacteurs d'expériences En roue libre

- Plus de 60 rédacteurs dont la majorité sont issus des Offices de Tourisme de la région
- Une centaine d'expériences rédigées dès la sortie du site internet en juin 2020
- Une animation et un accompagnement à la montée en compétence des rédacteurs avec un parcours de formation en ligne spécialement conçu en collaboration avec les Conteurs (experts de la rédaction web).



Dispositifs numériques d'écoute, d'information et de relance



Retour
Sommaire



Infolettres infocrise-covid

➔ 6 Infolettres spéciales entre le 18/03 et le 27/11

Finalité : communiquer sur les actions mises en oeuvre par la Région et le CRT pour soutenir et relancer l'économie touristique régionale.

Pour optimiser votre lecture, consultez cette page

Comité Régional

TOURISMI | 
Centre-Val de Loire

L'INFOLETTRE PRO DU CRT - NUMÉRO SPÉCIAL

Tous mobilisés et solidaires pour surmonter les conséquences de la pandémie

La France entière se retrouve à l'arrêt depuis ce week-end, après quelques semaines déjà très impactantes pour le secteur du tourisme.

Dans ce contexte, à côté des dispositions sanitaires qui sont la priorité absolue, les pouvoirs publics ont pris un certain nombre d'initiatives, pour soutenir économiquement les entreprises, leurs dirigeants, et leurs salariés. Le Président du Conseil Régional et le Préfet de Région ont mis en place une cellule de crise, afin d'activer des mesures concrètes pour accompagner très rapidement et fortement les entreprises dans la gestion des difficultés auxquelles elles sont confrontées.

Vous pourrez retrouver les principales mesures prises par les pouvoirs publics, et des contacts utiles, informations régulièrement mises à jour, [en cliquant ici](#).

Offices de Tourisme, Agences Départementales de Développement Touristique, Chambres consulaires, Organisations et Syndicats professionnels, Services des collectivités. Tous se sont manifestés auprès de vous pour vous offrir leurs services et vous manifester leur Soucieux d'apporter son aide là où il peut être le plus utile, **le CRT a décidé de concentrer ses efforts sur l'indispensable dispositif de relance promotionnel qu'il conviendra d'engager** avec force et agilité dès que la situation le permettra. **Il a entrepris de fédérer tous ceux qui seront en mesure d'allouer des moyens financiers**, techniques et humains autour de cet objectif. Avec la Direction de la Communication de la Région, les Agences Départementales de Développement Touristiques et les Offices de Tourisme, les opérateurs touristiques et les collectivités qui le souhaitent, le CRT a débuté la conception d'un plan d'actions tourné vers la clientèle nationale, notamment francilienne et de proximité. Le projet sera partagé avec tous, et vous pouvez d'ores et déjà nous contacter au moyen de l'adresse mail suivante pour nous faire part de vos suggestions, et de toute remarque que vous jugerez utile : Infocrise-covid19@centre-valdeloire.org.

C'est totalement fédérés autour d'un objectif commun, que nous remplirons modestement mais avec toute notre énergie notre mission face aux enjeux inédits, graves et complexes auxquels vous êtes tous confrontés.

Toute l'équipe du CRT reste plus que jamais à vos côtés.



Vivez Centre-Val de Loire

Site lancé en juin 2020

Un site Internet présentant les activités touristiques qui avaient réouvert leurs portes après le confinement, en respectant les conditions sanitaires.



En attendant que le site officiel soit ouvert, le Vivez Centre-Val de Loire a mis à jour son site internet pour y intégrer une nouvelle page qui présente une sélection de photographies des sites de la région Centre-Val de Loire, ainsi que des vidéos, des articles, des conseils et des astuces pour visiter la région Centre-Val de Loire. Le site est accessible à tout moment de la journée et vous permet de découvrir les sites de la région Centre-Val de Loire, ainsi que les activités touristiques qui ont été réouvertes après le confinement.





Vivez Centre-Val de Loire

Présentation des offres par typologie :

- Activités
- Hébergement
- Caves et dégustations
- Agenda

The screenshot displays the 'TOURISME CENTRE-VAL DE LOIRE' website. At the top, there is a navigation bar with the logo and links for 'Accueil', 'Tourisme d'été', 'Tourisme d'hiver', 'Agenda', and 'Contact'. Below the navigation bar is a large banner image with the word 'Activités' centered. Underneath the banner, there is a sub-header: 'Sur terre, sur l'eau ou dans les airs, mêlez vos sensations sous une effervescence unique en son genre. Avec un DCM de 1000 km².' The main content area is a grid of 12 activity cards. Each card features a photograph or illustration, a title, and a brief description. The cards include: 'Le patrimoine de l'architecture', 'Le patrimoine de l'agriculture', 'Le patrimoine de l'artisanat', 'Le patrimoine de l'histoire', 'Le patrimoine de la nature', 'Le patrimoine de la culture', 'Le patrimoine de l'art de vivre', 'Le patrimoine de la gastronomie', 'Le patrimoine de la santé', 'Le patrimoine de la bien-être', 'Le patrimoine de la découverte', and 'Le patrimoine de la détente'. The footer of the website contains the 'TOURISME CENTRE-VAL DE LOIRE' logo and navigation links.



Vivez Centre-Val de Loire



Possibilité de visualiser les offres touristiques géolocalisées sur une carte

Cette carte géolocalise les sites de visite (châteaux, caves, jardins, musées...), activités, événements qui ré-ouvrent. Bien entendu, toutes les offres proposées ici font l'objet du plus grand respect des prescriptions sanitaires indispensables pour lutter contre la propagation du virus.

Activités de loisirs
Caves et dégustation
Sites de loisirs
Agenda
Visites et patrimoine

Département

RÉINITIALISER

15




Dispositif Carte Cadeau Tourisme Centre-Val de Loire

Création d'une carte proposant, à des salariés d'entreprises ou de COS, l'accès à un bouquet d'offres de visites et de loisirs à concurrence d'un budget pré-affecté. Premier test auprès des agents de la Région.


⇒ + de 3 000 cartes distribuées

⇒ + de 100 structures partenaires.

CARTE CADEAU TOURISME
CENTRE-VAL DE LOIRE



Présentez votre carte cadeau à chaque visite.
Retrouvez les sites partenaires sur
cartecadeau.centre-valdeloire.net
Carte cadeau strictement personnelle et non cessible.



C'EST ÇA, LA RENAISSANCE
EN CENTRE-VAL DE LOIRE !



Dispositif Carte Cadeaux Tourisme Centre-Val de Loire

Lancement d'un site Internet en juillet pour permettre aux porteurs de cartes d'accéder au catalogue d'offres



en route libre
L'état d'esprit

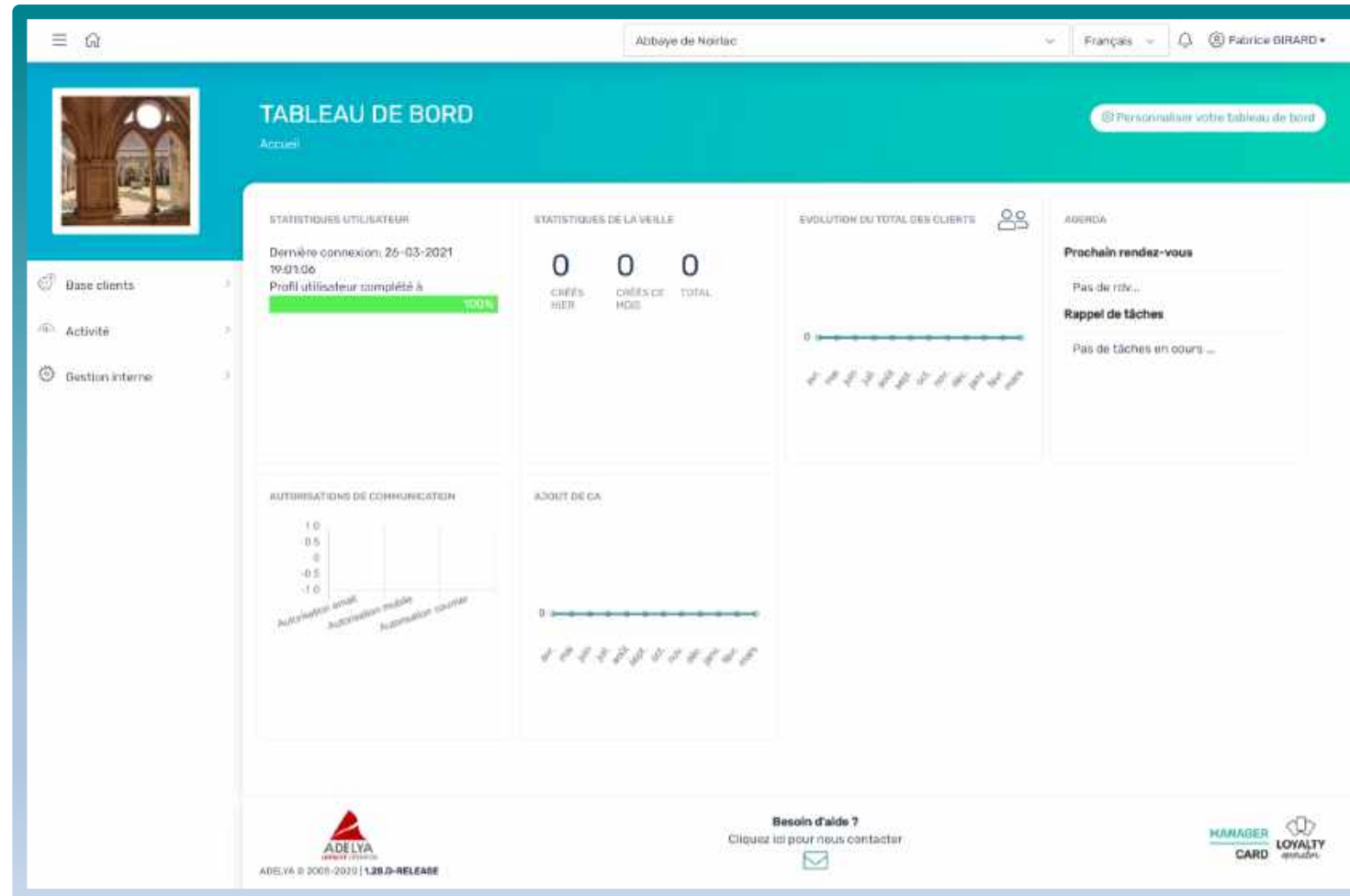


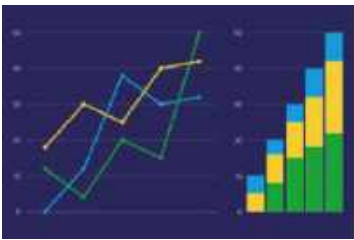


Dispositif Carte Cadeaux Tourisme Centre-Val de Loire

Dispositif d'enregistrement des visiteurs et des prestations consommées, pour chaque prestataire touristique

Tableau de bord mis à disposition de chaque prestataire touristique

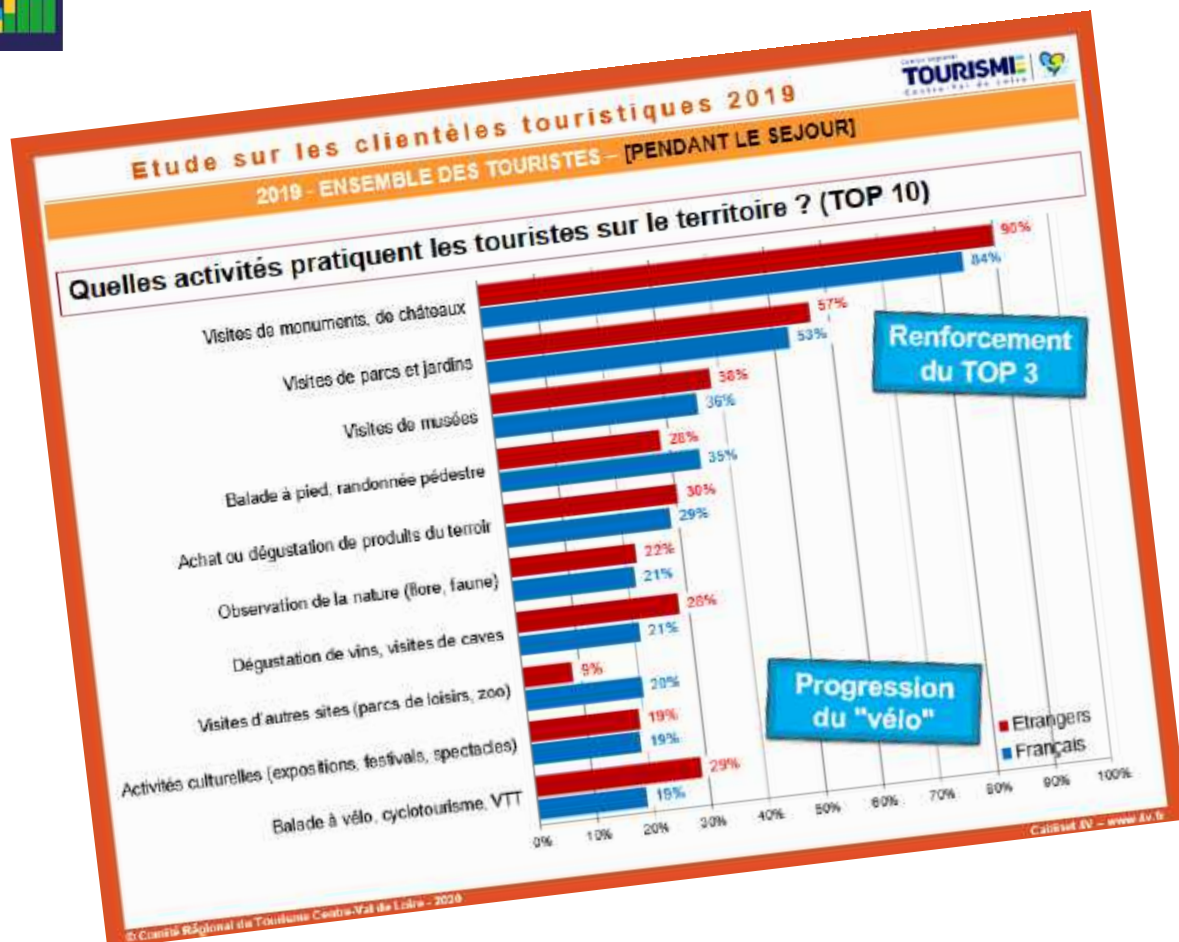




Observation, études



Retour
Sommaire



➡ Exploitation, analyse et diffusion des résultats de l'enquête sur les clientèles touristiques réalisée en 2019 par le CRT avec le Cabinet 4V, en partenariat avec les ADT, OET et TMVL

TOURISME CENTRE-VAL DE LOIRE
TYPE DE CLIENTÈLES

ETUDE SUR LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES EN RÉGION CENTRE-VAL DE LOIRE 2019

LES TOURISTES

72% des séjours touristiques sont réalisés par des Français, 28% par les étrangers.

EN BREF

- Durée moyenne de séjour de **5 nuits**
- Dépense moyenne de **€80/jour/personne**
- **66%** des séjours font l'objet d'une réservation
- **Les hôtels** sont les hébergements marchands les plus utilisés, suivis par les locations, les campings, et les chambres d'hôtes.
- **43%** des séjours sont des **longs séjours**
- **29%** des séjours sont réalisés par des touristes itinérants

LES ÉVOLUTIONS PAR RAPPORT À 2014

- Progression continue des réservations par internet (+10 pts)
- Croissance forte des séjours marchands en isolatit pour les Français et les étrangers (+10 pts)
- Affix AirBnB très marqué
- Des budgets touristiques globalement en hausse
- Ponds de nouveau en hausse pour les camping-caristes (hébergement non marchand) (+2 pts)
- Renforcement du top 3 des activités pratiquées (visites de monuments et de châteaux, visites de parcs et jardins, visites de musées)

ORIGINE DES TOURISTES FRANÇAIS

● 20% et plus
● 10 à 19%
● 5 à 9%
● moins de 5%

ORIGINE DES TOURISTES ÉTRANGERS

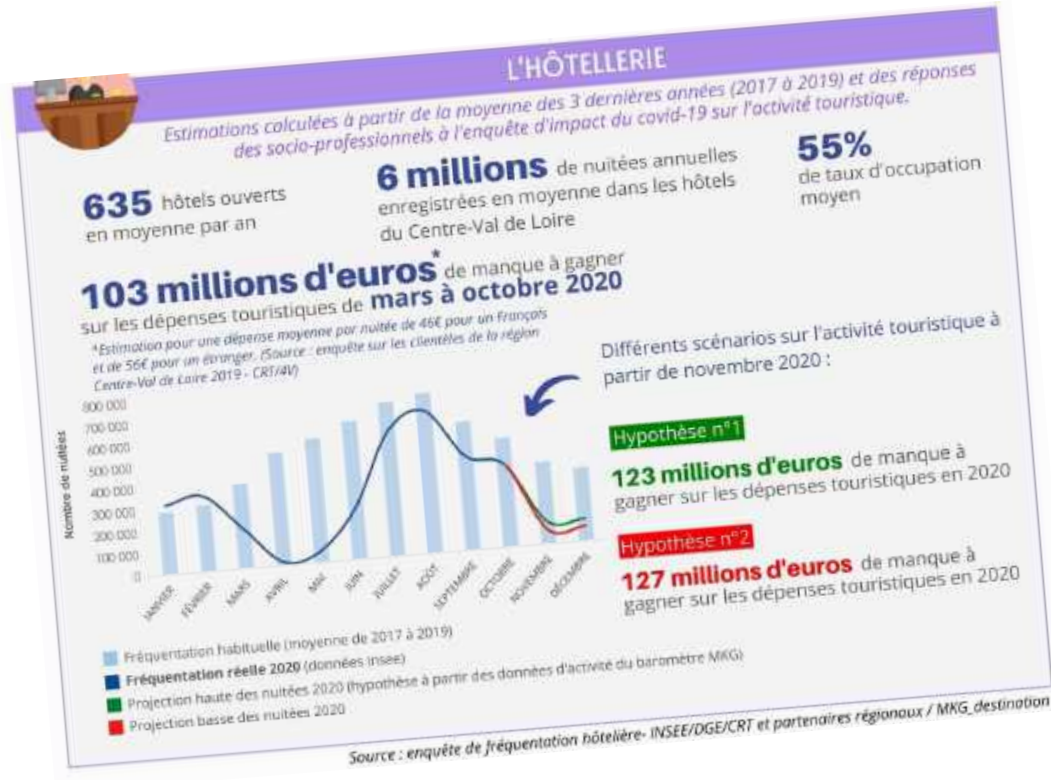
22% (Allemagne)
15% (Royaume-Uni)
15% (Belgique)
13% (Pays-Bas)
9% (Espagne)
9% (Italie)

38% de touristes étrangers dont près de 9 sur 10 sont européens.

TYPLOGIE DE LA CLIENTÈLE

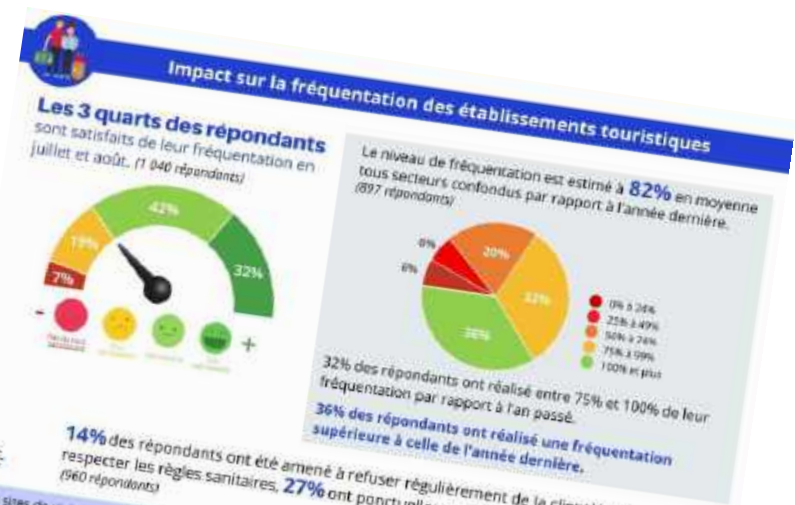
TRANCHE D'ÂGE	DURÉE DE SÉJOUR	PÉRIODE DE SÉJOUR	FIDÉLITÉ
55 - 64 ans : 26%	Long séjour : 41%	Été : 42%	Déjà venu : 56%
65 ans et plus : 24%	Court séjour : 40%	Printemps : 39%	Prime-vacancier : 44%
45 - 54 ans : 20%	Moyen séjour : 17%	Automne : 19%	TYPÉ DE GROUPE
35 - 44 ans : 17%			En couple : 47%
25 - 34 ans : 10%			En famille : 35%
18 - 24 ans : 3%			Entre amis : 12%
			Seul : 6%

➔ Réalisation et diffusion d'une estimation des impacts de la crise sanitaire sur l'activité touristique régionale, à partir des données d'enquêtes disponibles au CRT



➔ Coordination, réalisation et diffusion d'enquêtes de suivi des impacts de la crise sur la fréquentation touristique régionale, en partenariat avec les ADT, OET et CCIR

➔ Mise en place et diffusion d'une note de conjoncture mensuelle pour suivre l'activité touristique régionale à partir du redémarrage de l'activité touristique en juin 2020.





Tourinsoft



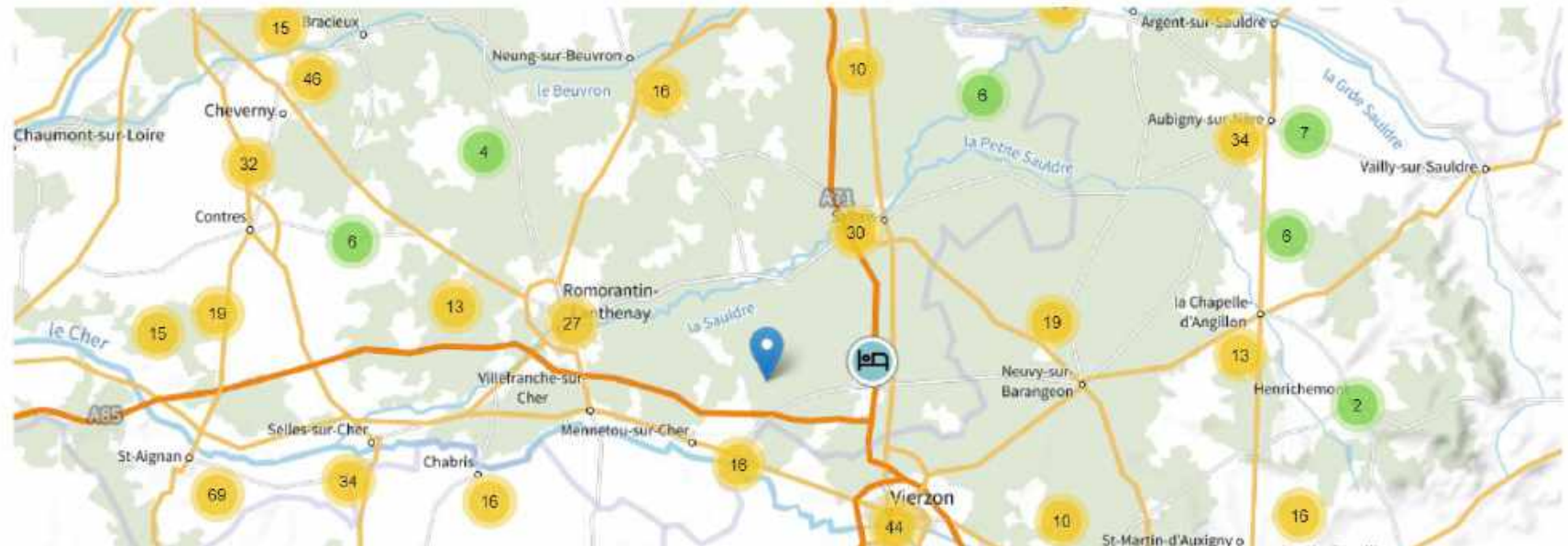


CARTE INTERACTIVE DES LIEUX ET ACTIVITÉS TOURISTIQUES

➔ **Mobilisation des partenaires du SIT pour mettre à jour les offres touristiques et promouvoir les territoires sur les dispositifs digitaux, dont la carte interactive réalisée en partenariat avec Atout France, IGN, ADN Tourisme.**

Découvrez sur cette carte les différents lieux et activités touristiques actuellement recensés en France. Cette carte collaborative est alimentée quotidiennement par les Offices de Tourisme, Agences Départementales et Comités Régionaux du Tourisme, chargés de collecter l'information au plus près du terrain. Le recensement est évolutif et présente le détail des mesures prises par chaque établissement pour permettre l'accueil des visiteurs dans le respect des protocoles sanitaires.

Cliquez sur la zone de votre choix pour afficher les établissements / sites touristiques recensés et zoomez pour voir apparaître les différents points :





Envie de vacances en Centre-Val de Loire



**Retour
Sommaire**



La campagne de relance France de mai à décembre

Envie de vacances en Centre-Val de Loire

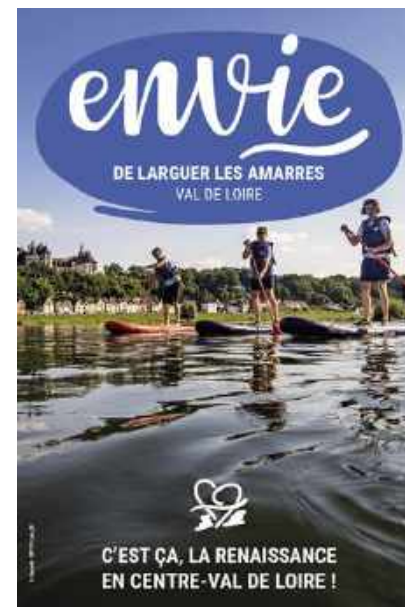
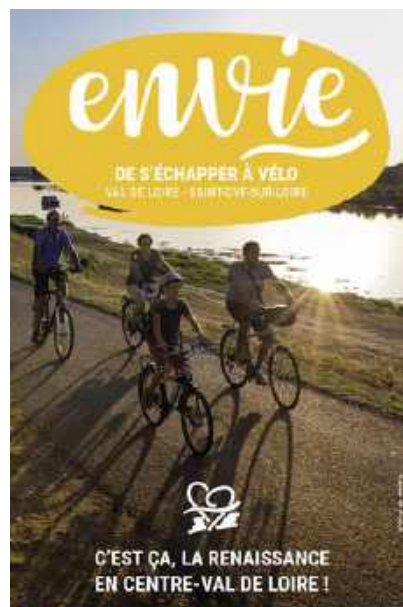
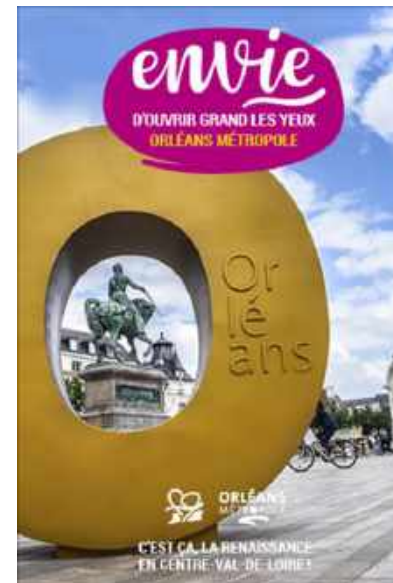
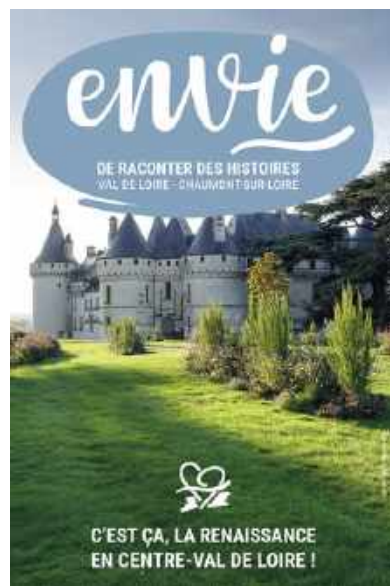
Le CRT est intervenu en appui de la Région pour :

- La **création d'un site Internet de campagne** relayant le positionnement et le concept créatif de la campagne régionale :
 - En mettant en avant des séjours clés en mains pour inciter à la transformation
 - En animant les contenus mensuellement au rythme de la campagne
 - En activant l'audience de ce site par une campagne d'achat de mots clés.
- **En relayant la campagne sur ses comptes sociaux et en incitant les partenaires et acteurs touristiques à accroître la visibilité de la campagne** par l'utilisation du concept, # hashtags et autres attributs de la campagne.
- Les **relations presse et influenceurs** durant toute la campagne France (cf. chapitre Actions presse France).
- En **participant à la mise en œuvre du plan média régional** pour les partenariats publicitaires avec les supports de presse régionaux et les jeux concours télévisés.
- **En co-animant** les réunions et les échanges avec les partenaires financiers de la campagne.



RAPPEL DE LA CAMPAGNE EN IMAGES UNE DYNAMIQUE COLLECTIVE

- Les collectivités locales ont rejoint le projet de campagne de communication en soutien au tourisme, et ont contribué à son financement
- A travers les espaces de communication ouverts, elles ont pu faire la promotion de leurs thématiques, de leurs offres et destinations touristiques :
 - Les six Départements : Eure-et-Loir, Loiret, Indre-et-Loire, Loir-et-Cher, Cher, Indre
 - Les métropoles d'Orléans et de Tours
 - Agglopolys à Blois.
- Des réunions périodiques avec les partenaires ont permis de suivre la mise en œuvre du plan média, partager les différentes opportunités de communication fournir les contenus éditoriaux et multimédias.



On embarque sur un fleuve royal avec les Mariniers de Loire

C'est toute l'énergie de la Loire que l'on ressent à bord des botes, ces bateaux traditionnels dont les grandes voiles dansent sous le regard cailloteux des passants. Embarquez et profitez d'un moment unique au fil de la Loire avec nos Mariniers passionnés. D'abord en aval du fleuve, qui fut jadis un axe commercial pour les ligériens et pour la construction de nos plus beaux châteaux, réservés en ligne une sortie hors du temps avec les Marins de Pert de Chambord (www.mariniersdeloire.com) ou à bord de l'Observatoire Loire (www.observatoireloire.com) ou de l'Observatoire Loire (www.observatoireloire.com) ou de l'Observatoire Loire (www.observatoireloire.com).

À l'aval, en journée ou en soirée, essayez l'aventure et le plaisir de vous laisser aller au fil des fiots doux de la Loire... Sur l'eau, les rires vous offrent une vue unique sur le patrimoine exceptionnel du fleuve : châteaux et belles demeures se succèdent.



Le retour elle aussi se déroule autrement depuis le bateau. Les rires abritent des trésors que les marins vous feront découvrir. Des oiseaux par milliers, une flore particulièrement riche et la vue des berges ligériennes : le castor, n'est pas rare d'en rencontrer lors des balades au coucher du soleil et de ce coup sur au sein de la famille aquatique est passionnante pour les petits et grands curieux de nature...

Et que diriez-vous de passer la nuit sur l'eau ? À bord de la Salamandre, de la Cabiche observatoire (www.mariniersdeloire.com) ou de l'Observatoire Loire (www.observatoireloire.com) ou de l'Observatoire Loire (www.observatoireloire.com) ou de l'Observatoire Loire (www.observatoireloire.com).

Encore plus d'idées de sorties :
- L'Office de Tourisme Blois - Chambord
www.blois-tourisme.com
- Dans tout le Centre-Val de Loire
www.centre-val-de-loire.com



À L'AFFICHE CETTE SEMAINE...

- Jardins de l'arrière au Domaine de Chambray-sur-Loire jusqu'au 31 août
- Festival International de la Photographie Culinaire "C'Est Ça" au Château de Valençay jusqu'au 11 novembre
- Visites gourmandes de Bourges
- Les Dîners-Performances de Rebecca au Château Mesastère de la Courtois chaque vendredi et samedi
- Cart des jardins, visites guidées à l'Observatoire des grandes Brogues jusqu'au 22 août

Retrouvez toute la programmation des Nouvelles Renaissance(s) sur www.nouvelles-renaissances.com

La Touraine, le jardin de la France

Un itinéraire polytechnique en Touraine, dans le Jardin de la France, se transforme en un tabulaire voyage au pays des rêveries d'artistes, des songes d'écrivains ou des aventures peintres dont les jardins ont su protéger précieusement les secrets.

Villandry est célèbre pour ses fascinants jardins à la française, avec comme point d'orgue son superbe potager décoratif où les variétés se succèdent au fil des saisons, le Rivain offre une balade exotique dans son jardin de contes de fées, orné d'œuvres contemporaines drôles et poétiques, Valençay présente et propose et son ambiance italienne, de terrasses, de colonnades, de pièces d'eau, est



aussi, au cœur du vignoble de Vouvray, un remarquable potager conservatoire.

Et c'est partout une véritable farandole de jardins qui s'offre à vous, de Chenonceau symbole d'élégance absolue, à Amboise, au Château royal, jardin balcon sur la Loire et ses vestiges médiévaux, ou à Château Gaillard, paradis des ajoncs. Reconnu alors la Bourlignais où terrasses et fontaines cohabitent en harmonie et en douceur, tout près de Tours, le Prioux de St-Cosme, demeure de pierre Rosard, bave de pain et de sérénité et enfin, du côté d'Azay-le-Rideau, Flelette, bucolique et romantique, peut-être la plus belle et unique village jardin remarquable de France, dédié à la reine des fleurs, la rose.



À L'AFFICHE CETTE SEMAINE...

- Jardins de l'arrière au Domaine de Chambray-sur-Loire jusqu'au 31 août
- Festival International de la Photographie Culinaire "C'Est Ça" au Château de Valençay jusqu'au 11 novembre
- Visites gourmandes de Bourges
- Les Dîners-Performances de Rebecca au Château Mesastère de la Courtois chaque vendredi et samedi
- Cart des jardins, visites guidées à l'Observatoire des grandes Brogues jusqu'au 22 août

Retrouvez toute la programmation des Nouvelles Renaissance(s) sur www.nouvelles-renaissances.com

Prendre ses cliques et ses claques et partir débrancher en forêt

Rien de tel pour en ressortir apaisé et oublier le stress de la vie quotidienne. Avez-vous déjà ressenti cette énergie incroyable produite par les arbres ? Que vous soyez déjà adeptes ou un peu dubitatif, osez la **ayurothérapie** pour entrer en communion avec la forêt et **veiller vos sens**. Entre câliner des arbres et caresser un chêne, il n'y a qu'un pas (ou un trait). Que vous soyez cavalier émérite ou simple novice, l'équicoaching est "the" activité pour se remettre d'une semaine difficile et se reconnecter sur soi. No stress!

Déconnexion totale jusqu'au coucher du soleil. Car rien de tel que de s'endormir dans un océan de verdure. Du bout d'une cabane perchée à sentie l'air vivifiant de la forêt accéder son visage, ou dans une cabane au

bord de l'étang, à s'imaginer dans un campement de chasseurs d'au milieu des forêts canadiennes. Et cela à **Sanascha!**

D'ailleurs, lors de votre passage, arrêtez-vous au **château de Sanascha** pour y découvrir une forêt d'histoires : une **visite interactive sensorielle** pour tout savoir sur la filière bois, les **thématiques écologiques** liées aux arbres et repérer la forêt sous un angle différent. À quelques kilomètres de là, un **paysage fascinant** vous attend ! Laissez libre cours à votre imagination et rêvez de la splendeur passée du **château de la Ferté-Vieille** dont les majestueux vestiges se dressent au milieu de 65 ha de parc à la française. Un seul mot d'ordre : **prendre le temps de vivre!** www.sanascha.com



À L'AFFICHE CETTE SEMAINE...

- Jardins de l'arrière au Domaine de Chambray-sur-Loire jusqu'au 31 août
- Festival International de la Photographie Culinaire "C'Est Ça" au Château de Valençay jusqu'au 11 novembre
- Visites gourmandes de Bourges
- Les Dîners-Performances de Rebecca au Château Mesastère de la Courtois chaque vendredi et samedi
- Cart des jardins, visites guidées à l'Observatoire des grandes Brogues jusqu'au 22 août

Retrouvez toute la programmation des Nouvelles Renaissance(s) sur www.nouvelles-renaissances.com

envie
DE PRENDRE DE LA HAUTEUR
DESTINATION BLOIS CHAMBORD

LES PLUS BELLES VACANCES C'EST PRÈS DE CHEZ VOUS !

C'EST ÇA, LA RENAISSANCE EN CENTRE-VAL DE LOIRE !

Cet été, en car en train, voyagez malin avec RÉMI - Retrouvez toutes les offres sur remi-centrevaldeloire.com

envieevacances-centrevaldeloire.com #CetEteJeVisiteLaFrance #EnvieDeCentreValdeLoire

Partenaire | **3**

envie
DE FÉRIE AU JARDIN
TOURAINE

LES PLUS BELLES VACANCES C'EST PRÈS DE CHEZ VOUS !

C'EST ÇA, LA RENAISSANCE EN CENTRE-VAL DE LOIRE !

Cet été, en car en train, voyagez malin avec RÉMI - Retrouvez toutes les offres sur remi-centrevaldeloire.com

envieevacances-centrevaldeloire.com #CetEteJeVisiteLaFrance #EnvieDeCentreValdeLoire

Partenaire | **3**

envie
DE SE LA COULER DOUCE
LET IT SLOW EN CURE-ET-LOIRE

LES PLUS BELLES VACANCES C'EST PRÈS DE CHEZ VOUS !

C'EST ÇA, LA RENAISSANCE EN CENTRE-VAL DE LOIRE !

Cet été, en car en train, voyagez malin avec RÉMI - Retrouvez toutes les offres sur remi-centrevaldeloire.com

envieevacances-centrevaldeloire.com #CetEteJeVisiteLaFrance #EnvieDeCentreValdeLoire

Partenaire | **3**

Le site internet de campagne

ENVIE DE VACANCES
CENTRE-VAL DE LOIRE

Le concept

ENVIE DE...

Quelques jours de vacances ou d'un grand bol d'air, le temps de déconnecter, de faire le plein de nature et de culture, de se ressourcer : en Centre-Val de Loire, tout est possible



Plus d'infos

Envie d'un automne gourmand - Val de Loire



Un site Internet, lancé en juin 2020 :

<https://www.enviedevacances-centrevaldeloire.com/>

Quelques chiffres :

- 270 000 visites
- 442 000 pages vues
- Durée moyenne de visite 27 secondes
- Taux de rebond : 70%
- 7500 clics sortants vers les séjours.

La campagne d'achat de mots clés

Afin de booster l'audience du site avec un trafic qualifié, une campagne d'achats de mots clés a été mise en place dès le mois de juillet et ce jusqu'au mois d'octobre.



Quelques chiffres :

- 26 700 clics
- 503 000 impressions
- Coût par clic moyen : 0,33€
- Taux de clic : 5,3%
- Thèmes de mot-clé : Week-end, Château, Séjour, Vacances et Vallée Loire.

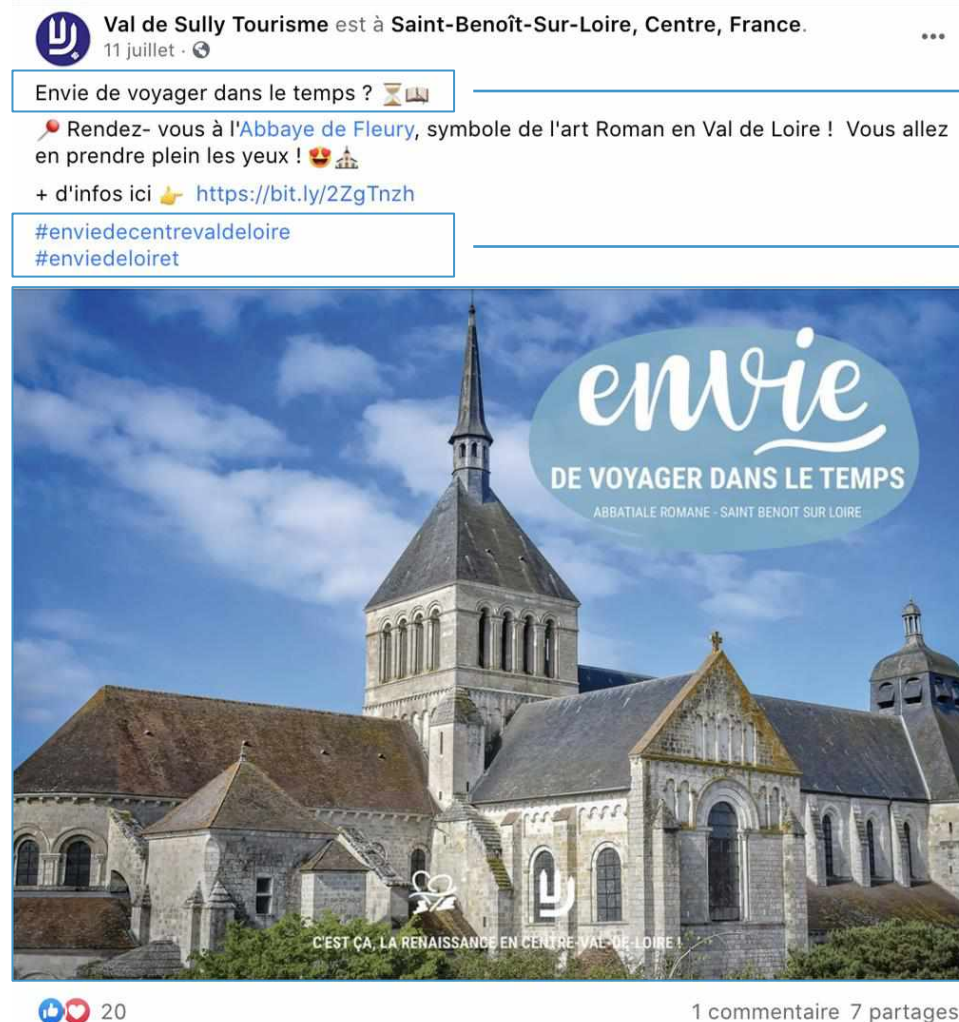
La campagne Social Media

En collaboration avec l'agence WeLikeTravel, une stratégie a été élaborée afin de relayer la campagne Envie De... sur les réseaux sociaux et bénéficier donc d'un maximum de visibilité.

Un guide pratique à destination de l'ensemble des partenaires souhaitant relayer la campagne a ainsi été transmis.

On retrouve dans ce guide les trois éléments principaux de la campagne :

- Utilisation de la topline "Envie de..."
- Utilisation du #enviedecentrevalde Loire
- Intégration de la création artistique.



Utilisation de la topline de campagne

Utilisation du # commun #enviedecentrevalde Loire

Intégration de la direction artistique de campagne

LES PUBLICATIONS - multi photos

Val de Loire - France
26 juin · 🌐

Et si on prenait un peu de hauteur en #ValdeLoire ? 🌈 Croyez-nous, l'incroyable richesse de notre territoire prend une nouvelle dimension après un petit tour en montgolfière 🎈🎈

#enviedevaldeloire



👍👍👍 3 K




64 commentaires 590 partages

Val de Loire - France
24 juillet · 🌐

Envie de respirer un grand coup dans les jardins du #ValdeLoire ? 🌿🌿

Ce weekend c'est balade d'été dans les jardins du #ValdeLoire pour nous 🌞 Vous nous suivez ? 🌿🌿

#enviedevaldeloire



👍👍👍 939

7 commentaires 100 partages

Utilisation de la topline de campagne

Utilisation du # commun
#enviedecentrevaldeloire

LES PUBLICATIONS - story



Intégration de la direction artistique de campagne

En publicité, intégration du "swipe-up" avec redirection vers le site web de campagne

LES PUBLICATIONS - *carousel*

Loire Valley Tourism
Sponsorisé · 🌐

Envie de Vacances en Centre-Val de Loire? 🥰🥰 Profitez de vacances uniques grâce à nos séjours clés en main 🗝️🚗



Envie de Grand... EN SAVOIR PLUS Envie d' pique-...

9 2 partages

J'aime Commenter Partager

Loire Valley Tourism
Sponsorisé · 🌐

Envie de Vacances en Centre-Val de Loire? 🥰🥰 Profitez de vacances uniques grâce à nos séjours clés en main 🗝️🚗



Envie de mettre le... EN SAVOIR PLUS Envie de prendre

7 3 partages

J'aime Commenter Partager

Utilisation de la topline de campagne

Tous les carrousels ont été traités en publicité (dark post) et ne sont visibles qu'auprès des personnes ciblées dans le compte publicitaire.

Redirection vers le site de campagne <https://www.enviedevacances-centrevaldeloire.com/>

LES PARTICIPANTS AU RELAIS DE LA CAMPAGNE : 1 exemple



Château de Chambord



The screenshot shows the Instagram profile for 'chateaudechambord'. The profile picture is a circular image of the Château de Chambord. The bio includes the text: 'Château de Chambord', '✦ Chambord, emblème de la Renaissance dans le monde.', '#chateaudechambord sous vos photos du monument.', '#JeDeconfineAChambord', and the website 'chateaudechambord.tickeasy.com/fr-FR/accueil'. It also lists 'Abonnés : edouardpriet, ouisncf, marc_nouss et 10 autres'. Below the bio are seven featured posts with circular thumbnails and captions: 'Nos paniers', 'Spectacle', 'culturech...', 'Noël 2019...', 'Susumu S...', 'JEP2019', and '#500ans...'. The 'S'abonner' button is visible in the top right of the profile header.

104 000 abonnés
2 publications

Les Newsletters grand public Val de Loire aux couleurs de la campagne de juin à novembre

Avril 2020



Escapades virtuelles en Val de Loire !

Dès le mois d'avril, l'idée est de faire voyager nos visiteurs mais virtuellement

Taux de lecture	26,7%
Taux de réactivité	30,8%

Juin 2020 (1)



Les belles étapes de La Loire à Vélo



Envie de pédaler sur La Loire à Vélo

Taux de lecture	27,9%
Taux de réactivité	11,8 %



Actions Presse et influenceurs France



Retour
Sommaire

LES OUTILS

Dossiers de presse - Communiqués de presse -
Réseaux sociaux ...

Dossiers de presse



Pour le consulter : [c'est ici](#)



Pour le consulter : [c'est ici](#)



Pour le consulter : [c'est ici](#)

Dossiers de presse

EN ROUE LIBRE

Nouvelle marque Slow Tourisme lancée en 2020



Pour le consulter : [c'est ici](#)



Pour le consulter : [c'est ici](#)

Communiqués de presse



5 EXPÉRIENCES POUR LIMITER SON BILAN CARBONE

En 2020, le Val de Loire célèbre les 20 ans de son inscription au Patrimoine Mondial de l'UNESCO, au titre de ses paysages culturels vivants. Destination à fort quotient naturel, ce territoire concentre sur 280 km de sublimes châteaux, des jardins extraordinaires et des vignobles réputés. À ce patrimoine époustouflant se mêlent une nature généreuse et exceptionnelle, une faune et une flore sauvagées dans laquelle coule tranquillement le fleuve le plus royal de France : La Loire.

Qu'il soit héros total, préserver un bivouac sur une île sauvage, pédaler sur les bords de Loire, visiter le patrimoine à fleur d'eau, dormir dans un éco-gîte : l'heure est aux plaisirs simples qui font sens, qui

recentrent sur un art de vivre green, respectueux, authentique et régional, qui préserve les espaces naturels ultra sensibles du Val de Loire.

À la faveur d'un tourisme toujours plus responsable, la région Centre-Val de Loire a sélectionné 5 façons de limiter son empreinte carbone, de prendre le temps, de réveiller son âme d'explorateur et de revenir sur fondamentaux. **DÉCOUVERTES** itinérantes en petite reine sur la Loire à Vélo, aviation douce et **VERTUEUSES** en canoë-kayak sur la Loire, escapade dans les jardins pour se **CONVERTIR** aux bonnes pratiques, hébergements éco-responsables pour dormir en pleine **VERTIGINE**, et animations nature pour se **DIVERTIR** : cap sur 5 expériences pour voyager autrement et mieux !



TOURISME
CENTRE-VAL DE LOIRE

CONTACT PRESSE
Fluvis Communication
Christine Barroge
Tel : 01 42 35 99 31
contact@fluviscommunication.com



En 2020, le Val de Loire célèbre les 20 ans de son inscription au Patrimoine Mondial de l'UNESCO

au titre de ses paysages culturels vivants. façonné par des siècles d'interaction entre l'homme et son environnement, ce territoire concentre sur 280 km de sublimes châteaux, des jardins extraordinaires et des vignobles réputés. À ce patrimoine époustouflant se mêle une nature préservée et exceptionnelle, une faune et une flore sauvagées dans laquelle coule tranquillement le plus doucement le fleuve le plus royal de France : La Loire !

Se déconnecter, pratiquer une activité slow, se détendre sans culpabiliser, prendre du temps pour

soit profiter des bienfaits de la nature, respecter l'environnement, privilégier les circuits courts, réduire son empreinte carbone, le Val de Loire est un territoire slow living par essence.

VOIR la lumière de la Loire et ses paysages exceptionnels, **ÉCOUTER** les oiseaux, **GOÛTER** les poissons de Loire, **SENTIR** les jardins, **TOUCHER** la vigne : pour découvrir ou redécouvrir son patrimoine naturel, cap sur 5 expériences ultra sensorielles de la Touraine au Loiret en passant par la Loir-et-Cher !



TOURISME
CENTRE-VAL DE LOIRE

CONTACT PRESSE
Fluvis Communication
Christine Barroge
Tel : 01 42 35 99 31
contact@fluviscommunication.com



En 2020, le Val de Loire célèbre les 20 ans de son inscription au Patrimoine Mondial de l'UNESCO

au titre de ses paysages culturels vivants. Profondément marqué par le tuffeau, cette pierre de lumière qui offre l'originalité unique de durir et banchir, à l'air le patrimoine bâti du Val de Loire concentre sur 280 km de nombreuses îdoles de l'architecture qui défilent leur beauté pâle et leur cachet particulier aux couleurs de quartz et de mica, issues des alluvions déposées il y a 90 millions d'années, exploitées dès l'époque gallo-romaine et principalement entre le XI^e et le XX^e siècle, ses carrières de tuffeau ont donné naissance aux châteaux, manoirs, digheas, abbayes et fermes qui caractérisent tant le territoire.

Mais du visible à l'invisible, un autre patrimoine dort sous les joyaux royaux ! Cap sur les maisons troglodytes, les champignonnières, les villes souterraines mais aussi les caves et le terroir calcaire qui s'exprime dans les vins ligériens : un véritable monde sous-terre qui ne s'ouvre qu'aux plus avertis !

VOIR les habitations troglodytes, **ÉCOUTER** en profondeur, **GOÛTER** aux spécialités troglodytes, **SENTIR** les parfums des caves, **TOUCHER** la matière, **DORMIR** au cœur du tuffeau : pour découvrir ou redécouvrir le patrimoine naturel du Val de Loire, cap sur 5 expériences ultra sensorielles.



TOURISME
CENTRE-VAL DE LOIRE

CONTACT PRESSE
Fluvis Communication
Christine Barroge
Tel : 01 42 35 99 31
contact@fluviscommunication.com

Pour le consulter : [c'est ici](#)

Pour le consulter : [c'est ici](#)

Pour le consulter : [c'est ici](#)

Les comptes Instagram



@LOIREVALLEYTOURISM

Compte créé fin 2014 début 2015. Il a pour but de valoriser toute la région (châteaux, vélos, gastronomie, vins ...)



@ENROUELIBRE

Lancement du compte début Juin 2020 sous la marque "En roue libre" pour valoriser les expériences dites "Slow".

LES ACCUEILS



23 ACCUEILS

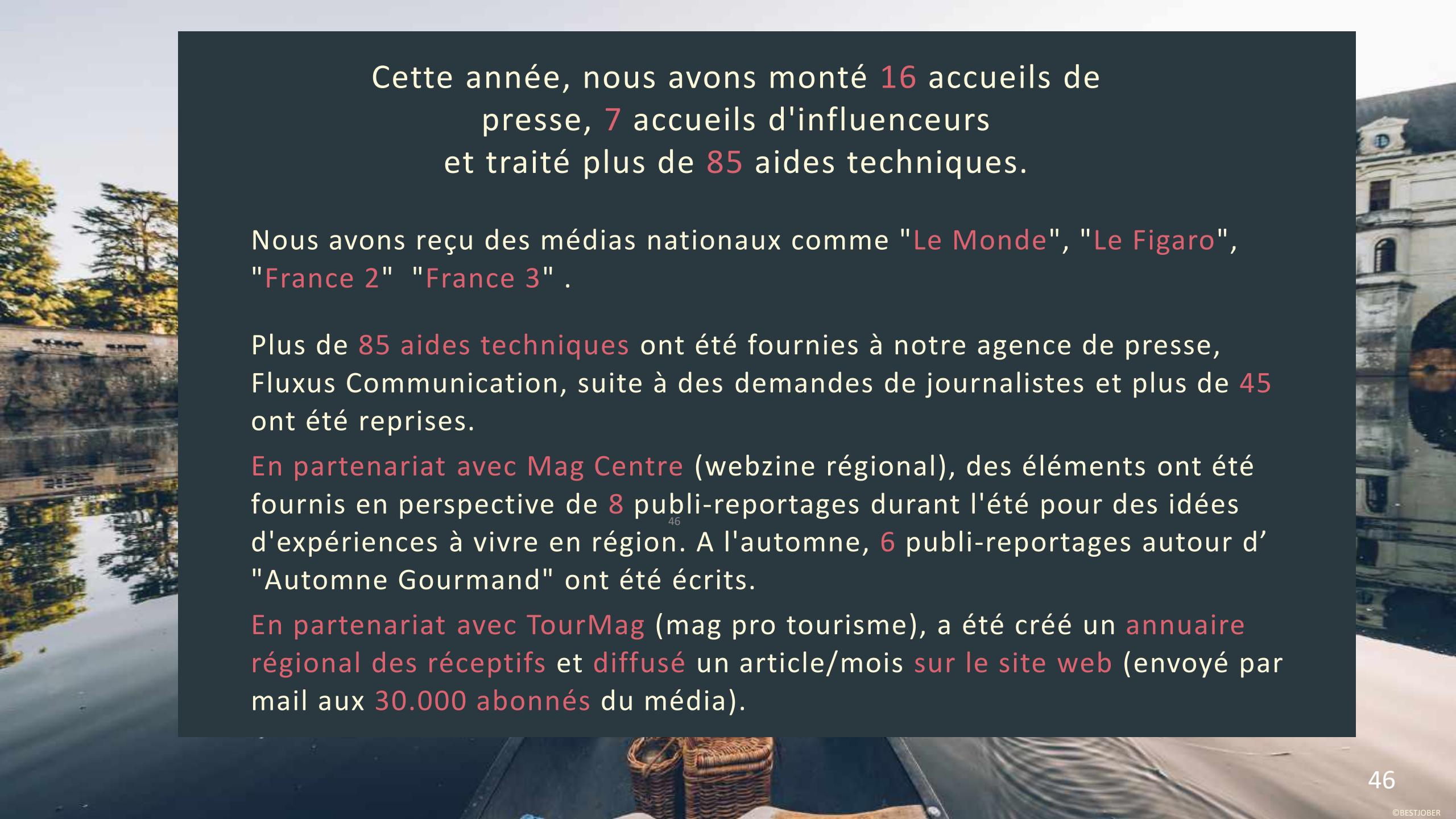
100% DE PLUS
PAR RAPPORT À 2019



29 JOURNALISTES

30% DE MOINS
PAR RAPPORT À 2019





Cette année, nous avons monté **16** accueils de presse, **7** accueils d'influenceurs et traité plus de **85** aides techniques.

Nous avons reçu des médias nationaux comme "**Le Monde**", "**Le Figaro**", "**France 2**" "**France 3**".

Plus de **85 aides techniques** ont été fournies à notre agence de presse, Fluxus Communication, suite à des demandes de journalistes et plus de **45** ont été reprises.

En partenariat avec Mag Centre (webzine régional), des éléments ont été fournis en perspective de **8** publi-reportages durant l'été pour des idées d'expériences à vivre en région. A l'automne, **6** publi-reportages autour d' "Automne Gourmand" ont été écrits.

En partenariat avec TourMag (mag pro tourisme), a été créé un **annuaire régional des réceptifs** et diffusé un article/mois **sur le site web** (envoyé par mail aux **30.000 abonnés** du média).

Retombées de presse France
suite aux accueils

+ 31 300 000

PERSONNES TOUCHÉES

Contre Valeur Publicitaire

+ 1 880 000€

(Télévision et presse écrite/web)



RÉPARTITION DES ACCUEILS ET AIDES TECHNIQUES SUR LE TERRITOIRE

La demande prédominante des journalistes est sur l'axe ligérien.

Cependant, l'ensemble du territoire est également bien couvert.

A noter une demande forte pour les grands espaces naturels (Brenne, Perche, Parc Régional Loire-Anjou-Touraine).

Les villes sont aussi mises en avant, notamment Chartres, Bourges et Châteauroux

LÉGENDE

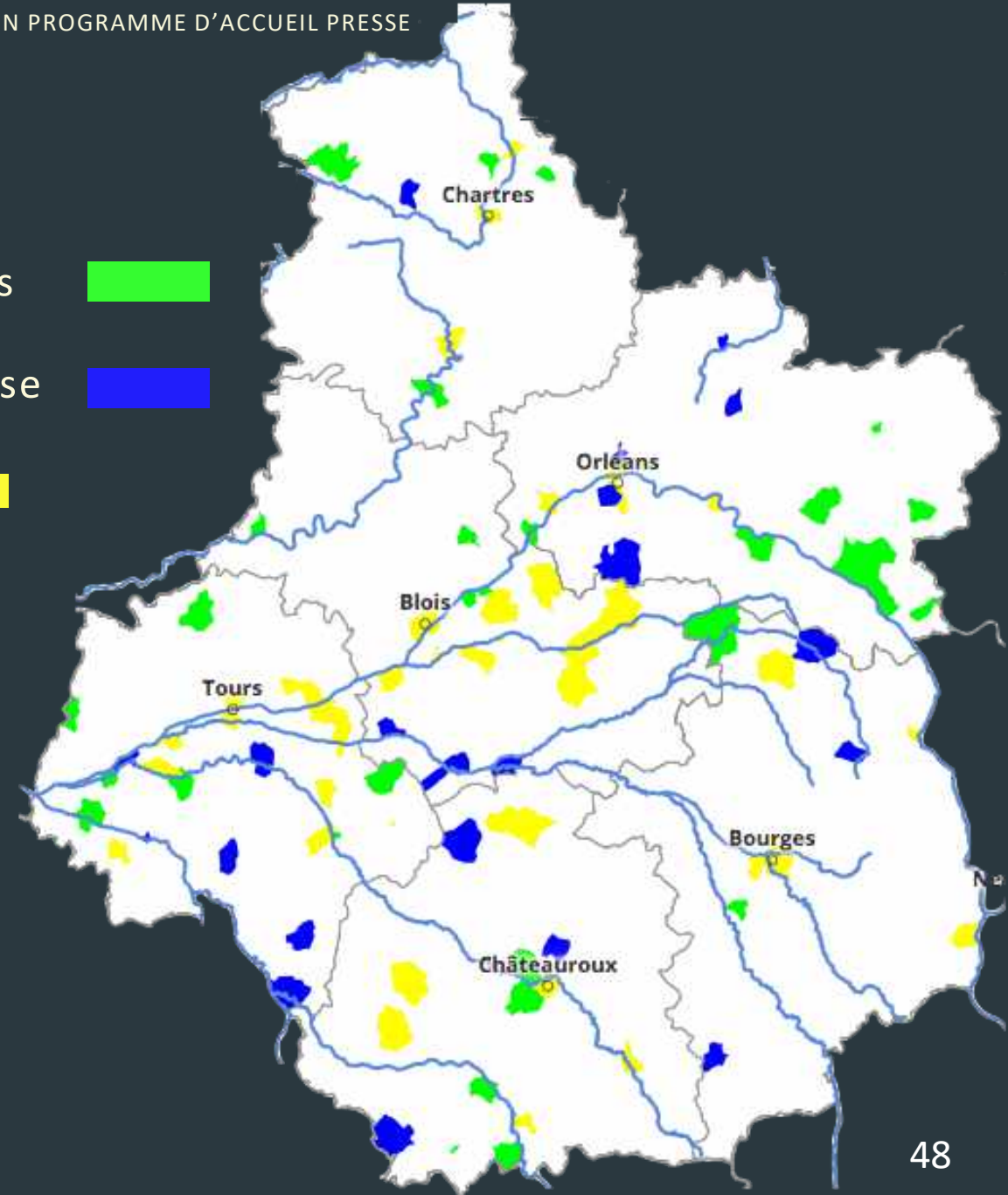
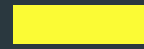
Aides techniques



Accueils de presse



Les deux



Retombées France
suite aux aides techniques

+ 153 500 000

C'est le nombre de personnes touchées suite aux aides techniques
fournies à notre agence de presse "Fluxus Communication".

Contre Valeur Publicitaire

+ 3 784 000€

(Radio, télévision, presse écrite et online)



ZOOM SUR QUELQUES RETOMBÉES DE PRESSE

(RETOMBÉES DE PRESSE FAISANT SUITE À UN ACCUEIL ET/OU UNE AIDE TECHNIQUE)

RADIO
EUROPE 1



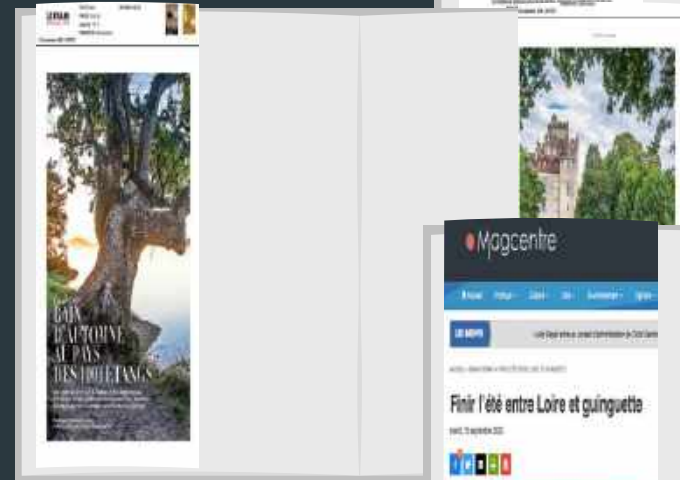
PRESSE ONLINE
LE MONDE



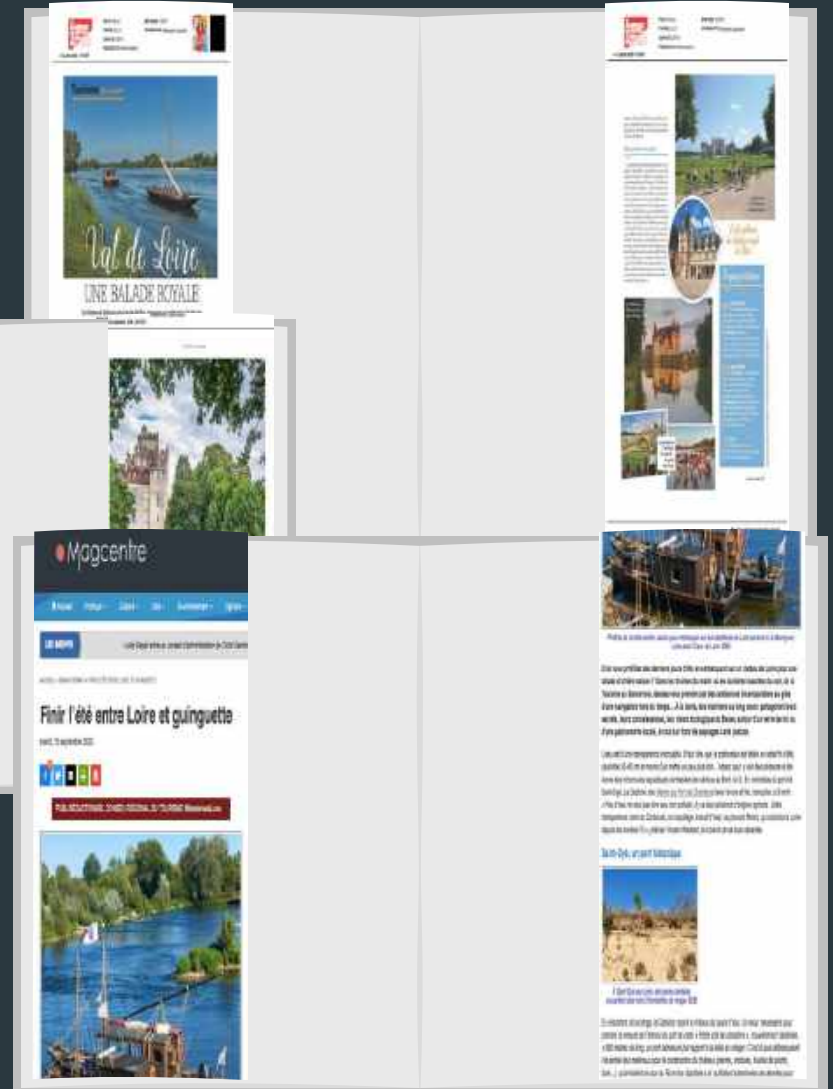
TÉLÉVISION
TF1



PRESSE ÉCRITE
NATIONALE
LE FIGARO MAGAZINE



PRESSE ONLINE
RÉGIONALE
MAGCENTRE



PRESSE ÉCRITE FÉMININE
FEMME ACTUELLE



Accueils d'influenceurs

Participation à la campagne d'Atout France

#cetétéjevisitelafrance :

1 macro-influenceur et 2 nano-influenceurs.

Accueil de Papilles et Pupilles, influenceuse et blogueuse culinaire , en partenariat avec la CCI, pour valoriser le label des Maitres Restaurateurs ainsi que les produits de notre région.

Retombées des 3 influenceurs
de la Campagne #cetetejevisitelafrance

500 000

NOMBRE D'IMPRESSIONS
CAMPAGNE #CETETEJEVISITELAFRANCE

C'est le nombre de fois que les contenus créés par nos
influenceurs à destination de notre région ont été vus.

Likes - Commentaires

48 000

CAMPAGNE
#CETÉTÉJEVISITELAFRANCE

Sur les réseaux sociaux : Instagram et Facebook

Nombre de vues

1 600 000

CAMPAGNE
#CETÉTÉJEVISITELAFRANCE

Source: Atout France.

Plus il y a des stories, plus le nombre de vues augmente . Best Jobers :
101 stories - ThegreatTravel : 35 - takeyourliberty :76

Retombées de **Papilles et Pupilles**

2 900 000

VUES EN MOYENNE POUR UN ARTICLE SUR
SON BLOG

Plus de 15 articles ont été écrits. Pour chaque département, un article sur le produit emblématique et sa recette ainsi que la valorisation d'un Maître Restaurateur.

Likes - Commentaires - Partages

16 300

TOTAL DES ENGAGEMENTS

Nombre de vues

+ 2 000 000

IMPRESSIONS SUR INSTAGRAM ET FACEBOOK

ZOOM SUR QUELQUES RETOMBÉES D'INFLUENCEURS

(RETOMBÉES VIA UN BLOG ET/OU VIA INSTAGRAM, TWITTER)

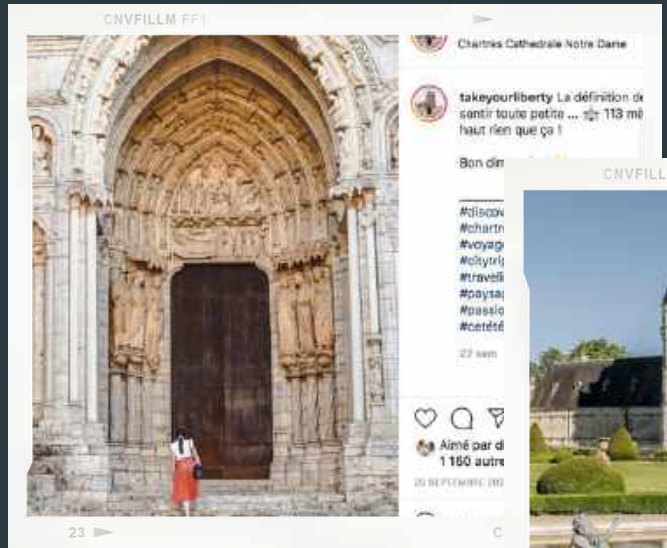
INSTAGRAM
PAPILLES ET PUPILLES



BLOG
PAPILLES ET PUPILLES



INSTAGRAM
TAKEYOURLIBERTY



INSTAGRAM
GUILLAUMEPAYEN



TWITTER
LESGLOBUESBLOGUEURS

BLOG
PAPILLES ET PUPILLES



INSTAGRAM
BESTJOBERS

LES ÉVÉNEMENTS

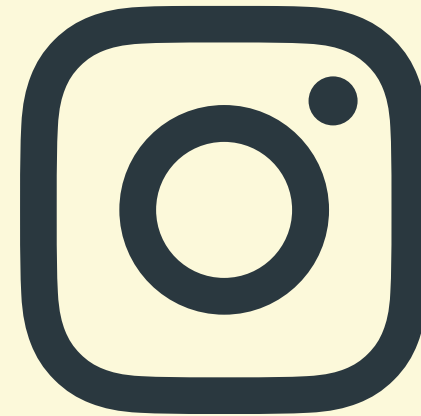
LES ÉVÉNEMENTS SUR LES RESEAUX SOCIAUX



FACEBOOK

3 facebooks Lives

- 1 à destination des USA
- 1 à destination du CANADA
- 1 à destination du JAPON



INSTAGRAM

1 concours Calendrier de l'Avent

Jeu-concours



Calendrier de l'Avent des châteaux à Noël

Valoriser les châteaux



Mise en avant des châteaux.
En moyenne, les posts ont été vus
5000 fois.

Accroître leur
communauté

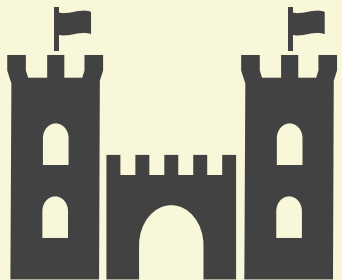


Augmentation de la communauté de
chaque château d'en moyenne
52 abonnés. A noter 5 abonnés par jour
en moyenne sur loirevalleytourism.

Accroître notre
communauté



Augmentation de notre
communauté de + 500 abonnés .
En temps normal : 150 abonnés
par mois.



24
châteaux ont participé à ce jeu
concours.



+ 26 500 mentions "j'aime"



+ 2000 commentaires



+ 350 000 d'impressions

LES ÉVÉNEMENTS SUR LE TERRITOIRE



INSTAGRAM

6 instameets avec la participation
des ADTs.

(représentant les 6 départements)

INSTAMEETS

Un travail collectif ...

Les influenceurs ont publié au moins 1 post durant leur journée découverte et plusieurs stories.

... et une visibilité locale.

14 influenceurs locaux ont participé à l'instameet 2020. Ces instameets ont permis de faire ou refaire découvrir un patrimoine, la gastronomie régionale, un itinéraire...



instameet 45



instameet 28



instameet 41



instameet 36

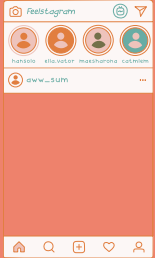


instameet 37



instameet 18

INSTAMEETS



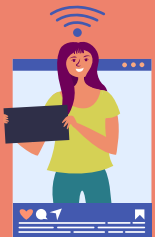
+ de 62 posts

publiés sur instagram par les influenceurs locaux.
Des posts mettant en valeur soit un château, soit un savoir-faire, soit un itinéraire cyclable ou encore une dégustation.



+ 23 000 mentions "j'aime"

sur plus de 62 posts soit environ 362 mentions "j'aime" en moyenne/post.



+ 40 stories

MERCI À EUX !

wearefamily

nicotripbzh

laminutetourisme

CarnetdeJuliette

emmyzapartca

emilien_au_chateau

jmlevaldeloire

Ô_mon_chateau

cyc_istory

manon.bna

diana.grtd

Missetoile

M. l'amoureux

Mme l'amoureuse



Actions Presse et influenceurs internationaux



Retour
Sommaire

LES MEDIATOURS

6 PAYS EUROPÉENS

140 journalistes rencontrés sur un total de 8 médiateurs

1er trimestre



13

journalistes
rencontrés

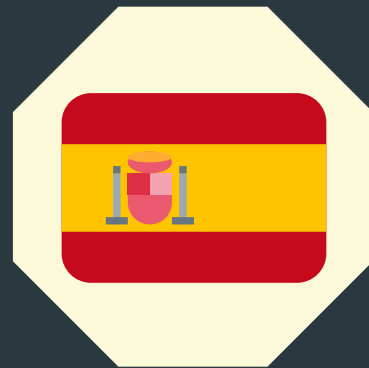
1 salon
BRUXELLES



21

journalistes
rencontrés

2 salons
DÜSSELDORF
HAMBURG



22

journalistes
rencontrés

2 salons
MADRID
BILBAO



23

journalistes
rencontrés

2 salons
MILAN
BOLOGNE



61

journalistes
rencontrés

1 salon
LONDRES

Conférences de presse digitales



FRANCE 360

100

journalistes présents

4ème trimestre

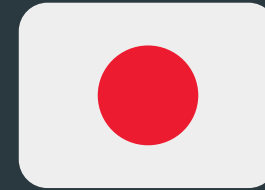


WEBINAR
SCANDINAVIE

17

journalistes présents

4ème trimestre



SAKIDORI

16

journalistes présents

3ème trimestre

LES ACCUEILS



8 ACCUEILS

-37 PAR RAPPORT À 2019



9 JOURNALISTES

-90 PAR RAPPORT À 2019



1 PAYS LOINTAIN ET 3 PAYS EUROPÉENS



2

journalistes

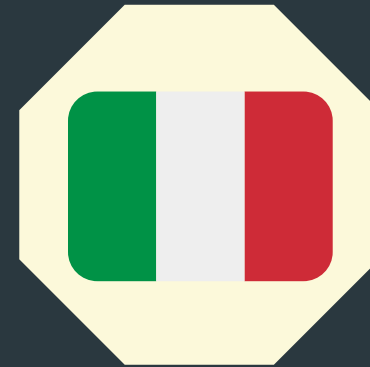
Forbes & British Airway's



4

journalistes

RTBF - DEUZIO



2

journalistes

RAI 1



1

journaliste

The Telegraph

Retombées presse internationale

+ 160 150 000

PERSONNES TOUCHÉES

(en attente de la retombée presse de Rai 1 et de The Telegraph)

Contre Valeur Publicitaire

+ 7 600 000€



ZOOM SUR QUELQUES RETOMBÉES PRESSE

USA
FORBES



USA
FORBES



BELGIQUE
DEUZIO



BELGIQUE
DEUZIO



USA
BRITISH AIRWAYS

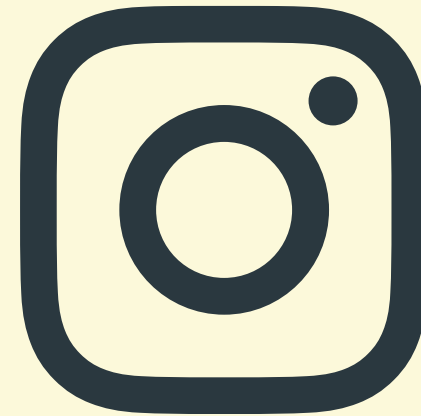
LES ÉVÉNEMENTS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



FACEBOOK

3 facebook Lives

- 1 à destination des USA
- 1 à destination du CANADA
- 1 à destination du JAPON



INSTAGRAM

1 concours Calendrier de l'Avent

Facebook



Live



LA GASTRONOMIE

Zoom sur un plat américain revisité par un chef français avec des produits de la région.



14 000

vues du Live pendant ou après.

Le Live est à retrouver [ici](#).



LA LOIRE À VÉLO

Zoom sur l'itinéraire avec une agence réceptive, un site de visite et un hébergement

Accueil Vélo.



2 800

vues du Live pendant ou après.

Le Live est à retrouver [ici](#).



NOËL AUX CHÂTEAUX

Zoom sur deux châteaux du Val de Loire lors de l'événement annuel "Noël aux châteaux".



8000

vues du Live pendant ou après.

Le Live est à retrouver [ici](#).



Actions avec les voyageurs : BtoB



Retour
Sommaire



2020 - Création du Club régional BtoB



5 actions BtoB

- communication au service des professionnels avec TourMag
 - Roadshow Francia : une 1ère édition digitale
 - Webinaire BtoB et presse sur le marché scandinave
- France 360 : la "Loire Valley" au Rdv des voyageurs américains
- Sakidori : Rencontre par visio-conférence avec les voyageurs japonais.

CRÉATION DU CLUB RÉGIONAL BTOB

Co-animation ADT Touraine et ADT Loir-et-Cher



Objectif du Club régional BtoB

Mettre en oeuvre
des actions
fédératrices
à l'international

Co-animation
du Club

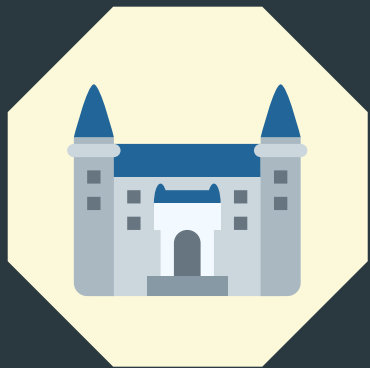


Optimiser les ressources
Favoriser les synergies
et les partenariats
Former et informer

CLUB RÉGIONAL BTOB

37 structures membres

Au 15 mars 2021



12

CHÂTEAUX



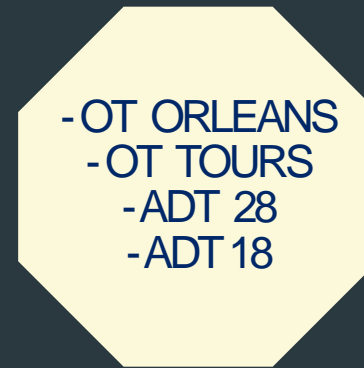
11

HÔTELS



7

STRUCTURES: VVF
ETHIC ETAPES
VV CAMPING ...



4

RÉCEPTIFS
INSTITUTIONNELS



4

RÉCEPTIFS
PRIVÉS

LES 5 ACTIONS BTOB

TOURMAG CAMPAGNE

#PARTEZENFRANCE



De juillet 2020 à avril
2021

1 article

1 sem/mois

à 31.000 contacts

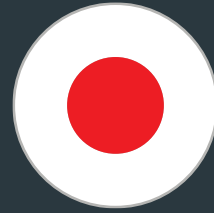
1 annuaire
régional avec

14 DMC

sur

TourMag.com

WORKSHOP FRANCE SAKIDORI



7-8 septembre 2020

16 Rdv

en 2 matinées

11 voyagistes

5 medias

11 partenaires

Grands Sites

présents à travers

le CRT

ACTIONS PROS FRANCE 360°



Du 19 au 22 octobre 2020

1 workshop

par ADT Touraine et DMC

Tours-Val de Loire

49 Rdv

1 atelier de formation

par le CRT

180 AV

WEBINAIRE SCANDINAVIE



28 octobre 2020

6
partenaires
régionaux

30 participants

13
voyagistes et 17
journalistes
Dégustation vins &
produits

ROADSHOW FRANCIA



28 et 29 octobre 2020

1 workshop
sur 2 jours

30 Rdv

France Expert
Programme de certification
AV

18 novembre
Réalisation CRT
105 participants



En roue libre



**Retour
Sommaire**



Site internet

Un site Internet, lancé en juin 2020 :

www.enrouelibre-centrevaldeloire.com

Vivre une parenthèse hors du temps à deux pas de Paris...



Nos valeurs



Transpiration

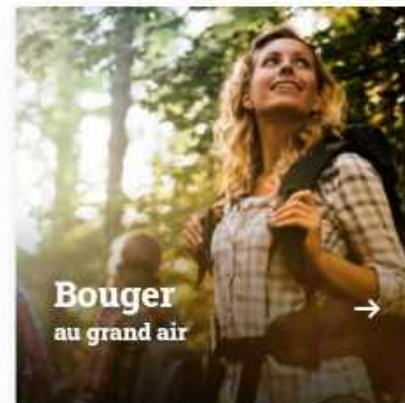
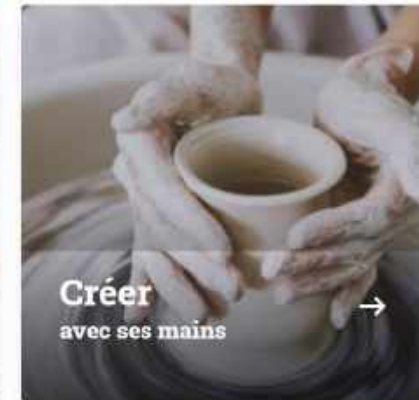
Prendre le temps

Partager le local

Respecter la nature

Vous êtes En Roue Libre ?

Montrez-le avec [#EnRoueLibre](https://www.instagram.com/EnRoueLibre)



Plus de 100 expériences rédigées par plus de 50 rédacteurs différents

En immersion avec **Laura**

BOUGER AU GRAND AIR

Partager un week-end entre amies autour de Cheverny

Autour de Blois à Plus de 2h de Paris

En immersion avec **Remi**

PÉDALER SANS DIFFICULTÉ

S'évader en pleine nature pour prendre un grand bol d'air

Autour de Chartres à 1h de Paris

En immersion avec **Amandine**

PÉDALER SANS DIFFICULTÉ

Découvrir les pépites cachées du sud Montrichardais

Autour de Blois à Plus de 2h de Paris

En immersion avec **Corinne.F**

PROFITER D'UN TEMPS POUR MOI

Flâner dans les magasins de Chartres le week-end

Autour de Chartres à 1h de Paris

En immersion avec **Lieselotte**

PÉDALER SANS DIFFICULTÉ

Pédaler au bord du Canal de Berry, les cheveux au vent !

Autour de Saint-Amand-Montrond à Plus de 2h de Paris

En immersion avec **Myriam**

PÉDALER SANS DIFFICULTÉ

Profiter d'une balade à vélo en Touraine, au "Pays des sources", ...

Autour de Tours à 2h de Paris

En immersion avec **Alyze**

TROUQUER ET BIEN MANGER

Découvrir et déguster les petits cendrés de la vallée du Cher

Autour de Romorantin à Plus de 2h de Paris

En immersion avec **Marie**

APPRENDRE ET DÉCOUVRIR

Découvrir Langeais en 24 heures

Autour de Tours à Plus de 2h de Paris

En immersion avec **Florence.R**

BOUGER AU GRAND AIR

Se retrouver en famille à bord d'un bateau de Loire et admirer le...

Autour d'Orléans à 1h30 de Paris

En immersion avec **Florence.R**

BOUGER AU GRAND AIR

Randonner sur le circuit des 2 ponts, entre Jargeau et Châteauneuf-sur-...

Autour d'Orléans à 2h de Paris

En immersion avec **Myriam**

APPRENDRE ET DÉCOUVRIR

Profiter d'une journée très spéciale chez Honoré, au Musée Balzac, en...

Autour de Tours à Plus de 2h de Paris

En immersion avec **Corinne.F**

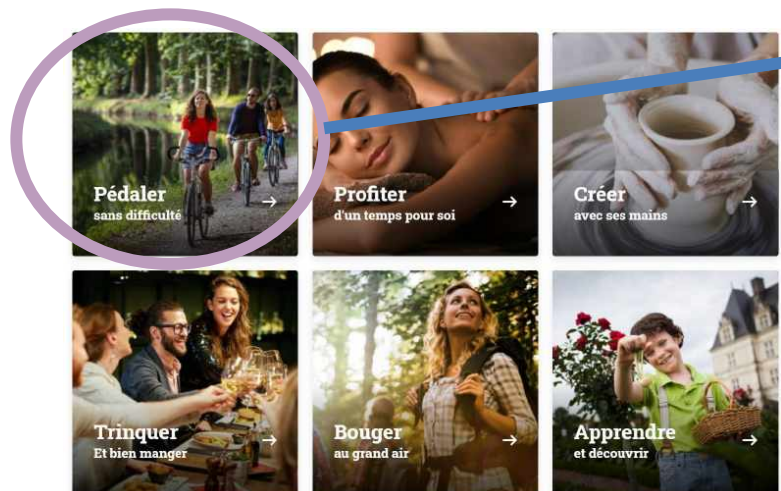
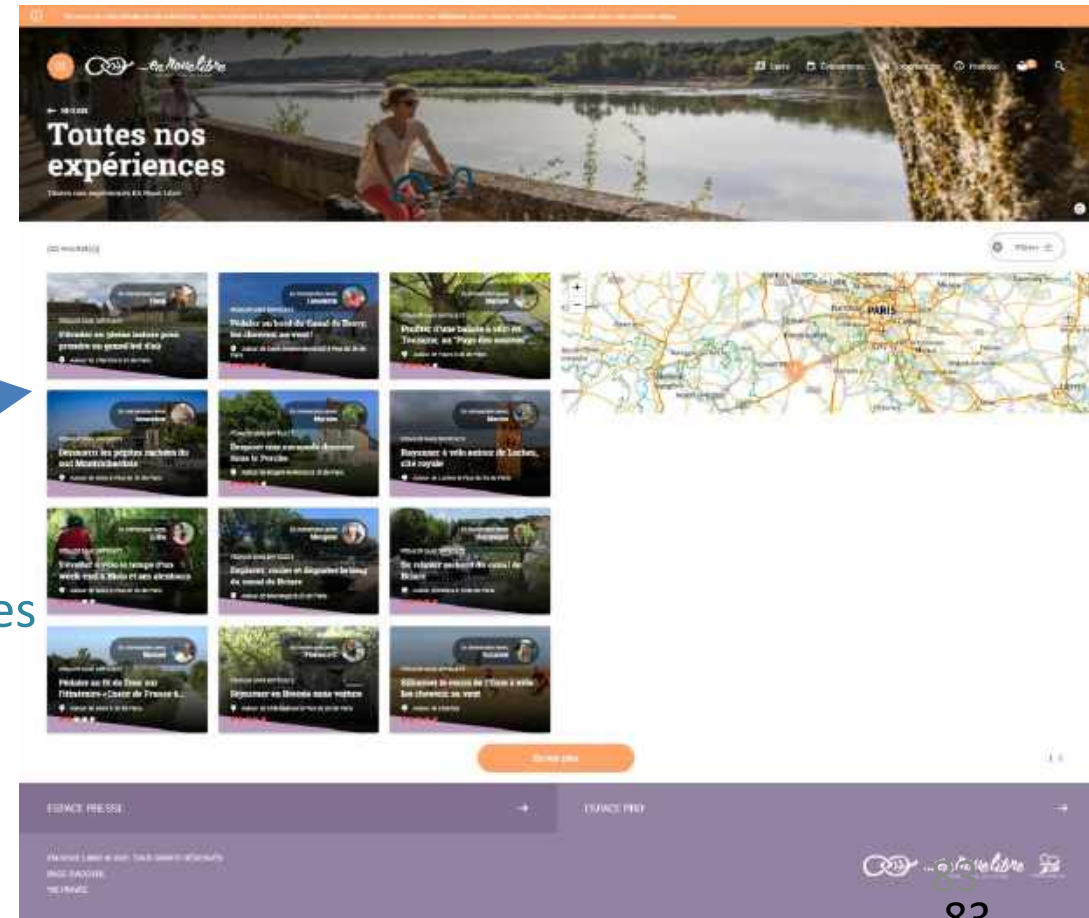
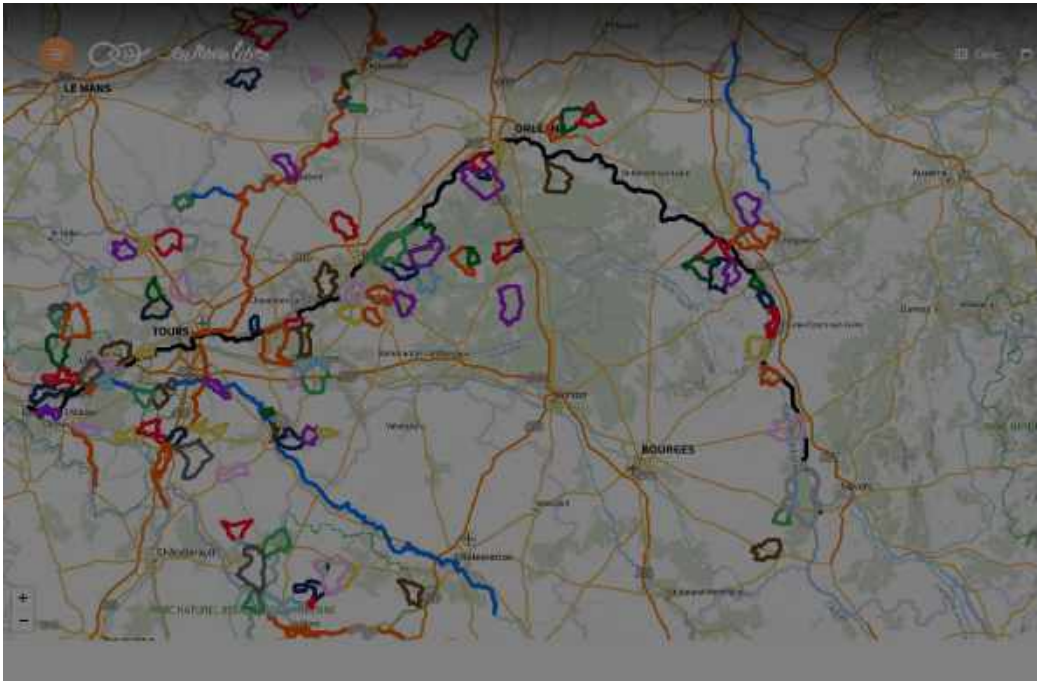
BOUGER AU GRAND AIR

Se détendre à Chartres : quand la nature s'invite en ville

Autour de Chartres à 1h30 de Paris

Une part belle au vélo

Une carte interactive avec tous les itinéraires...



Une vingtaine d'expériences vélo...



Une part belle au vélo

Une rubrique dédiée au vélo...

La ville est un excellent moyen de découvrir la Côte d'Azur en harmonie avec la nature, en toute qualité. C'est pourquoi la ville propose de nombreux services de vélo, à la fois pour les professionnels et les particuliers. Ces services sont conçus pour répondre à vos besoins et vous offrir une expérience unique. Ils sont adaptés à tous les budgets et à tous les niveaux de compétence. Ils vous permettent de découvrir la Côte d'Azur en toute liberté et de profiter de ses paysages et de ses monuments de façon originale. Ils sont également conçus pour répondre à vos besoins et vous offrir une expérience unique. Ils sont adaptés à tous les budgets et à tous les niveaux de compétence. Ils vous permettent de découvrir la Côte d'Azur en toute liberté et de profiter de ses paysages et de ses monuments de façon originale.

Services vélo

Plus besoin d'être un grand spécialiste pour découvrir la Côte d'Azur à vélo. La ville propose de nombreux services de vélo, adaptés à tous les budgets et à tous les niveaux de compétence. Ces services sont conçus pour répondre à vos besoins et vous offrir une expérience unique. Ils sont adaptés à tous les budgets et à tous les niveaux de compétence. Ils vous permettent de découvrir la Côte d'Azur en toute liberté et de profiter de ses paysages et de ses monuments de façon originale.



Accueil vélo

Vous souhaitez découvrir la Côte d'Azur à vélo ? La ville propose de nombreux services de vélo, adaptés à tous les budgets et à tous les niveaux de compétence. Ces services sont conçus pour répondre à vos besoins et vous offrir une expérience unique. Ils sont adaptés à tous les budgets et à tous les niveaux de compétence. Ils vous permettent de découvrir la Côte d'Azur en toute liberté et de profiter de ses paysages et de ses monuments de façon originale.

Itinéraires vélo

Vous souhaitez découvrir la Côte d'Azur à vélo ? La ville propose de nombreux services de vélo, adaptés à tous les budgets et à tous les niveaux de compétence. Ces services sont conçus pour répondre à vos besoins et vous offrir une expérience unique. Ils sont adaptés à tous les budgets et à tous les niveaux de compétence. Ils vous permettent de découvrir la Côte d'Azur en toute liberté et de profiter de ses paysages et de ses monuments de façon originale.



La marque Accueil Vélo est la preuve de :



Relais Accueil Vélo : une structure accueillante et sécurisée pour les cyclistes. **Accueil Vélo** : un service de location de vélos adaptés à tous les budgets et à tous les niveaux de compétence. **Accueil Vélo** : un service de réparation et d'entretien des vélos.



Relais Accueil Vélo : une structure accueillante et sécurisée pour les cyclistes. **Accueil Vélo** : un service de location de vélos adaptés à tous les budgets et à tous les niveaux de compétence. **Accueil Vélo** : un service de réparation et d'entretien des vélos.



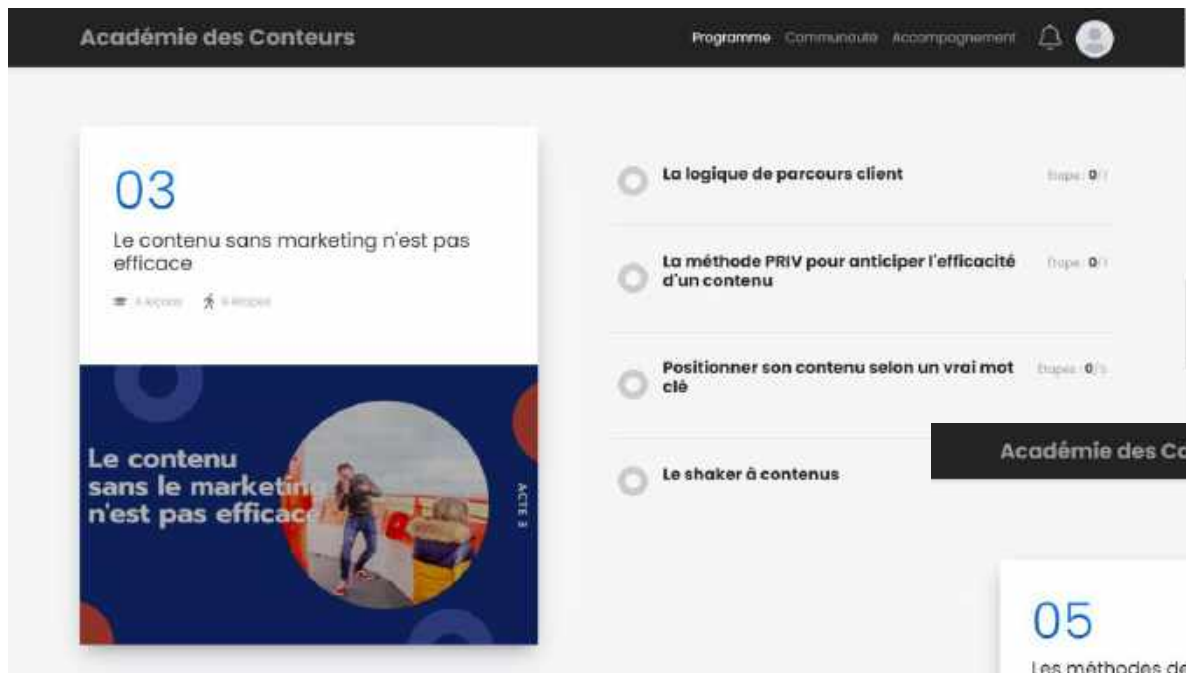
Relais Accueil Vélo : une structure accueillante et sécurisée pour les cyclistes. **Accueil Vélo** : un service de location de vélos adaptés à tous les budgets et à tous les niveaux de compétence. **Accueil Vélo** : un service de réparation et d'entretien des vélos.

Une sous-rubrique dédiée à la marque Accueil Vélo...



Accompagnement des rédacteurs

- ▶ Plateforme collaborative
- ▶ Guide de rédaction
- ▶ Formation en e-learning sur la rédaction en mode story-telling
 - ▶ 6 modules
 - ▶ 18 leçons



Académie des Conteurs

Programme Communauté Accompagnement

03

Le contenu sans marketing n'est pas efficace

5 leçons 18 leçons

La logique de parcours client Étape: 0/1

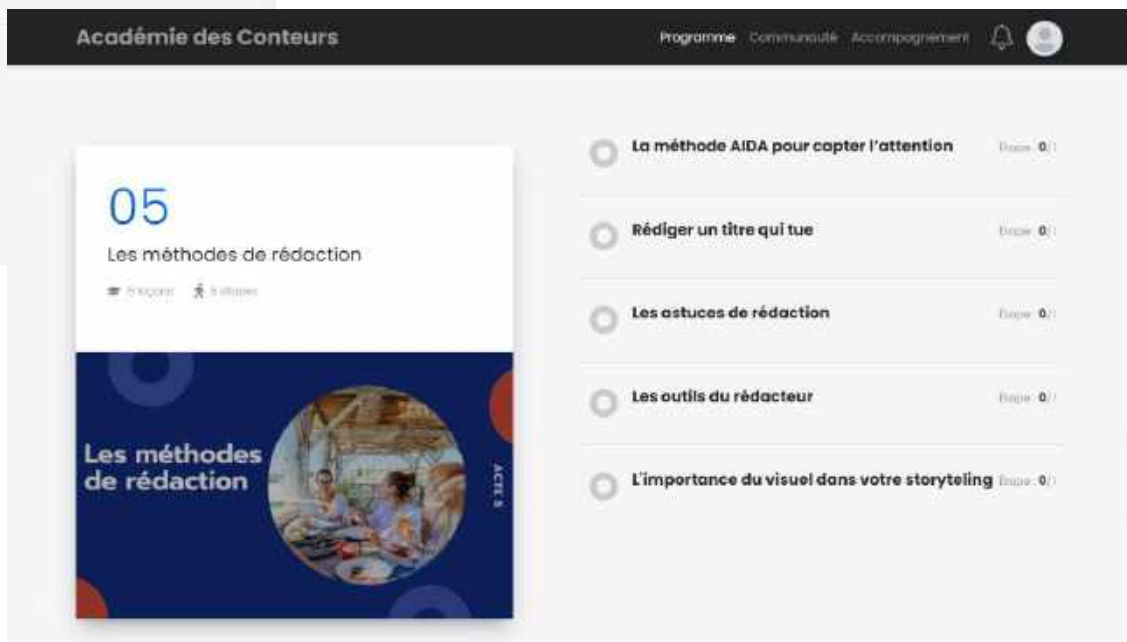
La méthode PRIV pour anticiper l'efficacité d'un contenu Étape: 0/1

Positionner son contenu selon un vrai mot clé Étape: 0/1

Le shaker à contenus

Le contenu sans le marketing n'est pas efficace

ACTE 3



Académie des Conteurs

Programme Communauté Accompagnement

05

Les méthodes de rédaction

5 leçons 18 leçons

La méthode AIDA pour capter l'attention Étape: 0/1

Rédiger un titre qui tue Étape: 0/1

Les astuces de rédaction Étape: 0/1

Les outils du rédacteur Étape: 0/1

L'importance du visuel dans votre storytelling Étape: 0/1

Les méthodes de rédaction

Campagne vidéo En roue libre

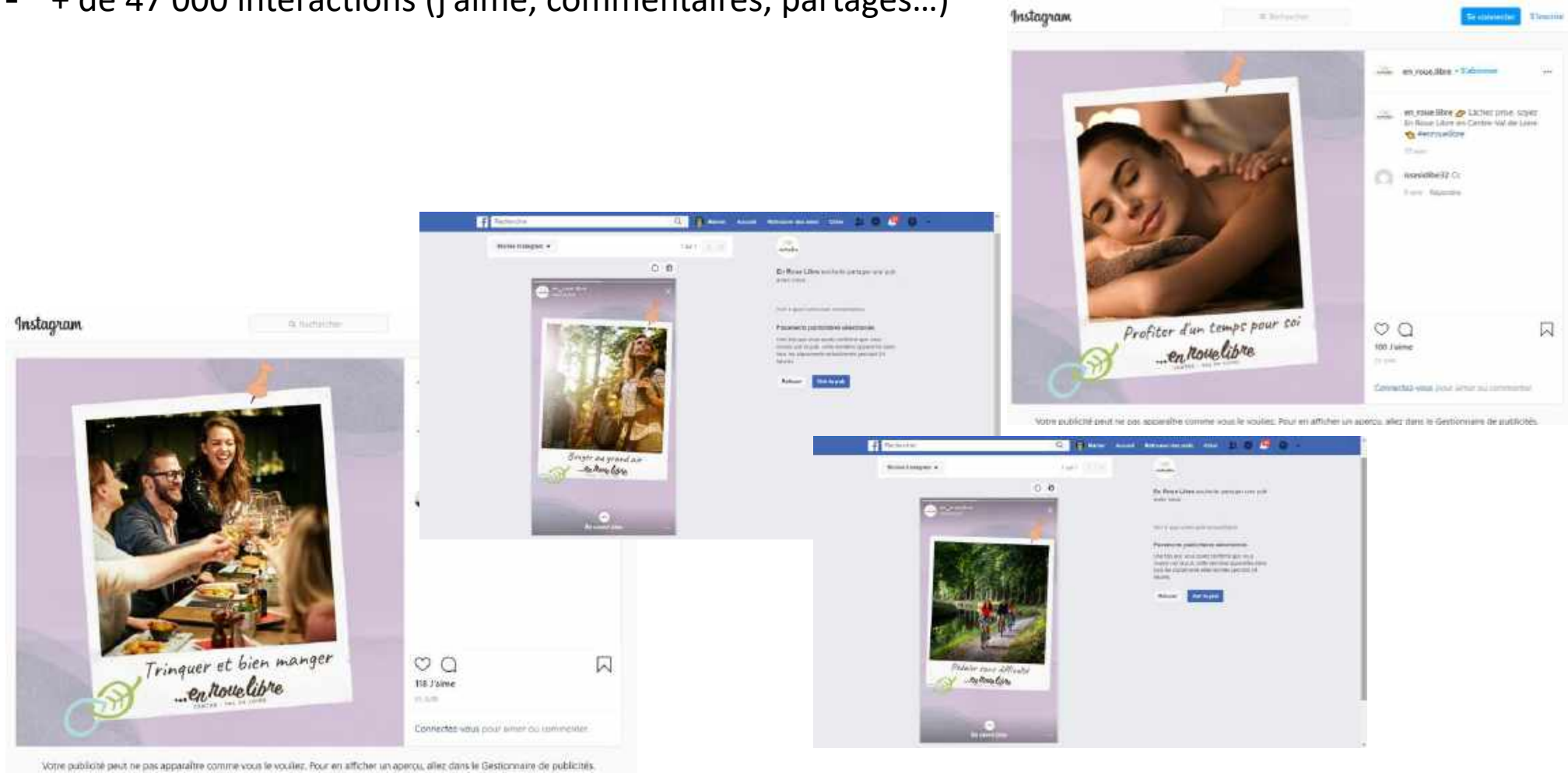
- ▶ 6 vidéos “Mes vacances en roue libre”, diffusées sur Youtube
- ▶ Plus de 240 000 vues

Mes vacances autour de Loches



Campagne Instagram

- Affichage pub (bannières) qui a touché 700 000 personnes
- Recrutement de fans & sponsorship de posts
 - + 1 600 fans
 - + de 47 000 interactions (j'aime, commentaires, partages...)



Insertions pub

Insertion pub dans le guide "slow voyages" de Michelin

Insertion pub dans le magazine L'Incontournable

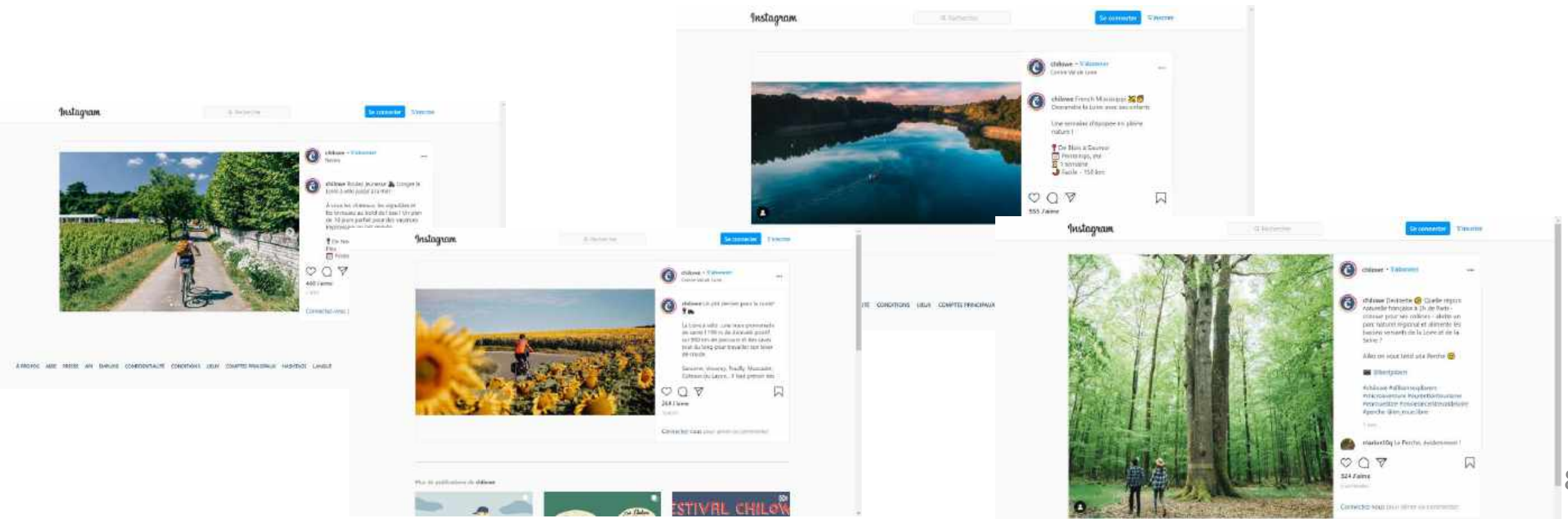
=> 350 000 lecteurs par numéro



Partenariat avec le social media incontournable en termes de micro-aventure: Chilowé



- > Posts
 - > Accueils d'influenceurs "Chilowé", également appelés "micro-aventuriers":
 - => **A vélo** (Indre à Vélo / La Loire à Vélo / Cœur de France à Vélo)
 - => **En canoë** (le long de la Vallée du Loir)
 - => **A pied** (randonnée et observation ornithologique dans la Brenne).





Accueil Vélo et La Loire à Vélo



➔ DÉPLOIEMENT DE LA MARQUE ACCUEIL VÉLO

Adhésions au 31/12/2020

La région Centre-Val de Loire compte **775** adhérents « Accueil Vélo » :

•**331** en Touraine

•**162** dans le Loiret

•**148** en Loir-et-Cher

•**63** en Eure-et-Loir

•**41** dans le Cher

•**30** dans l'Indre



➔ DÉPLOIEMENT DE LA MARQUE ACCUEIL VÉLO Répartition par catégorie



569

Hébergements



101

Sites touristiques



50

Offices de
tourisme



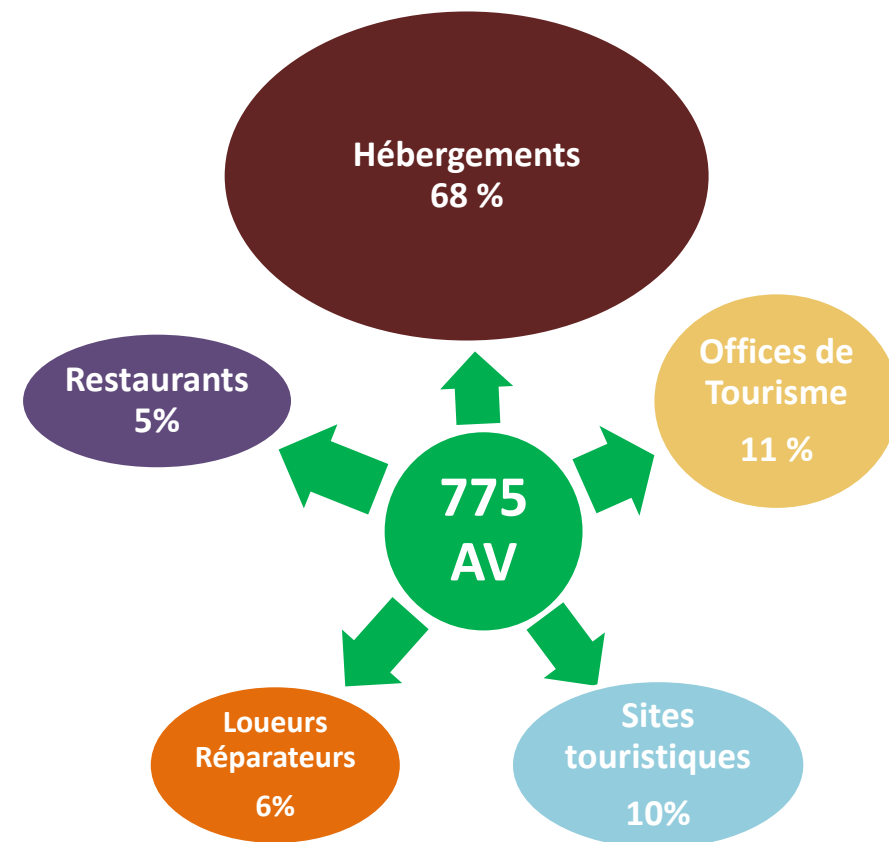
33

Loueurs-
réparateurs



22

Restaurants

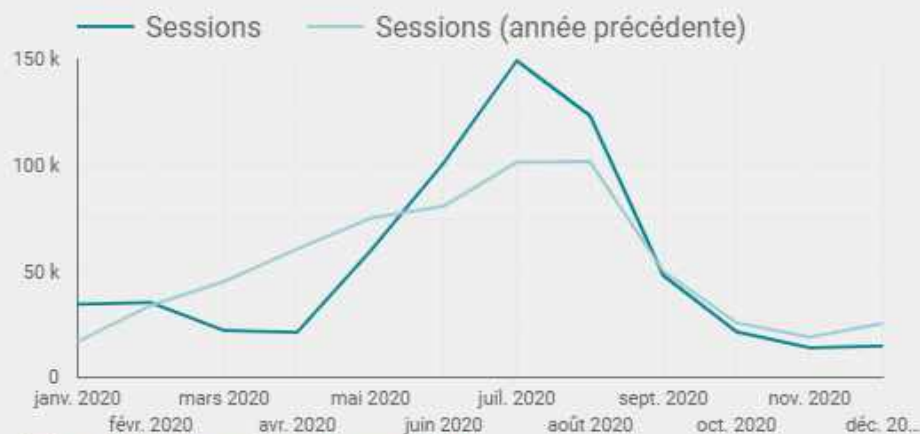


Métriques clés

La Loire à Vélo - Statistiques Globales

Utilisateurs	Sessions	Pages/session	Durée moyenne des sessions	Taux de rebond	Temps de chargement moyen (s)
441 383	644 949	3,55	00:03:39	46,57 %	7,42
↑ 0.1%	↑ 1.4%	↑ 2.8%	↑ 3.8%	↓ -4.7%	↑ 6.1%

Comparaison de l'évolution mensuelle de l'audience



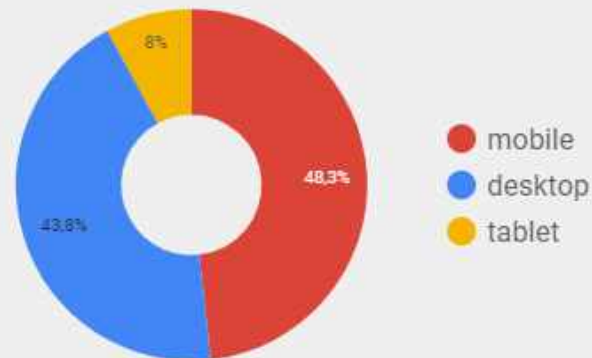
Répartition géographique des sessions par région



Top des sessions par ville

	Ville	Sessions
1.	Paris	143 263
2.	(not set)	79 763
3.	Nantes	22 736
4.	Tours	19 089
5.	Orleans	13 623
6.	Bordeaux	13 441

Catégories d'appareil utilisées par session

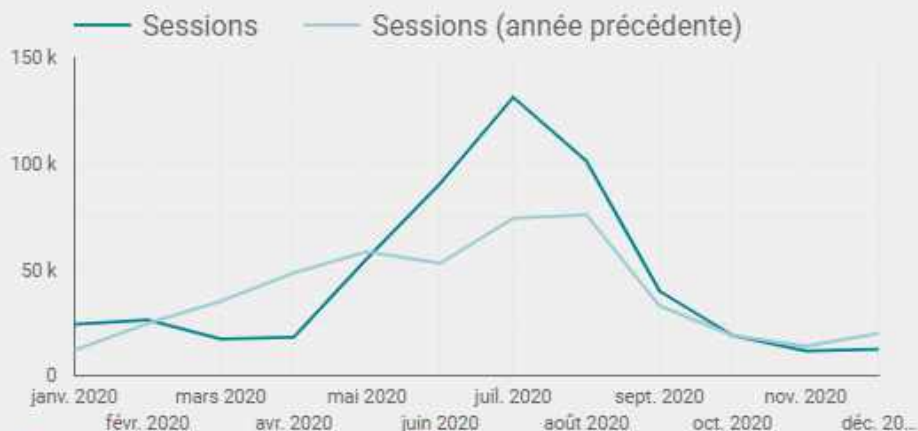


Métriques clés

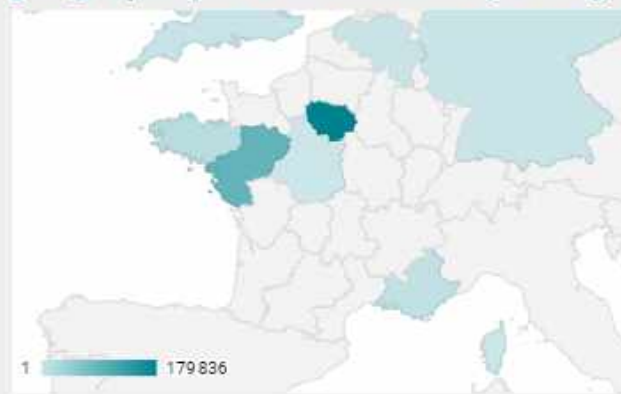
La Loire à Vélo - Statistiques France (Exclusion campagne SNCF)

Utilisateurs	Sessions	Pages/session	Durée moyenne des sessions	Taux de rebond	Temps de chargement moyen (s)
366 659	547 549	3,69	00:03:51	44,97 %	7,52
↑ 14.4%	↑ 17.0%	↑ 0.2%	↑ 1.0%	↓ -3.7%	↑ 5.7%

Comparaison de l'évolution mensuelle de l'audience



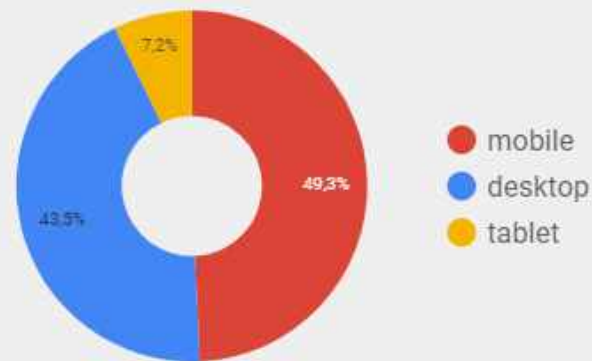
Répartition géographique des sessions par région



Top des sessions par ville

	Ville	Sessions
1.	Paris	140 597
2.	(not set)	72 667
3.	Nantes	22 157
4.	Tours	18 578
5.	Bordeaux	13 276
6.	Angers	13 163
-	-	-

Catégories d'appareil utilisées par session



La Loire à Vélo : Plan d'action marché français



Typologie d'action :

Action avec le média "Démotivateur"

Période :

Fin juin - début juillet 2020

Résultats :

Vidéo vues : 282 600

Personnes touchées article : 251 500

Personnes touchées stories : 50 041



Typologie d'action :

Achat de mots clés sur Google Ads (SEA)

Période :

Du 9 juin au 16 septembre 2020

Résultats :

Clics : 38 000

CPC : 0,22€

Taux de clics : 25%

La Loire à Vélo : Plan d'action Facebook marché français

Typologie d'action :

Community Management + Facebook Ads

Objectifs :

Conforter la position de leader dans le domaine du cyclotourisme en France



IMPRESSIONS: 8 100 000 (-8%)



INTERACTIONS : 327 000 (+3,9%)
(like, commentaires, partage, clics)



FANS : 92 300



La Loire à Vélo : Plan d'action Instagram marché français

Typologie d'action :
Community Management

Objectifs :
Consolider notre position de 1ère page
"Véloroute" FR en termes d'abonnés



IMPRESSIONS : 2 300 000



INTERACTIONS : 79 800 (like, commentaires)

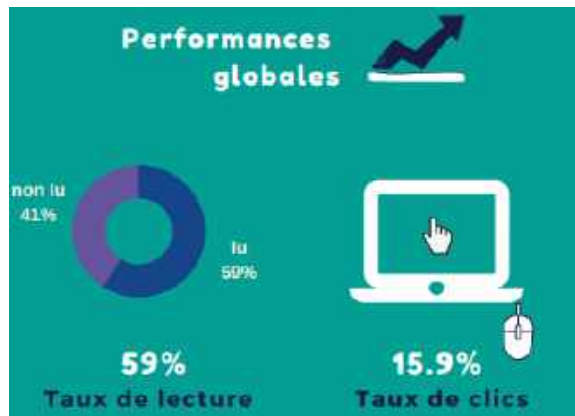


FANS : 9 300



La Loire à Vélo : Plan d'action marché français / Newsletter

Depuis **Mai 2020**, une **newsletter mensuelle** est envoyée à tous les abonnés du site web La Loire à Vélo



La Loire à Vélo : Plan d'action marché français / Le Guide du Routard

Une nouvelle édition du **Guide du Routard La Loire à Vélo** avec une **réécriture totale des textes** :

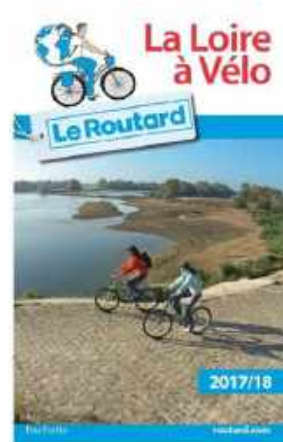
- nouveaux contenus
- nouvelles iconographies et cartographies.

Sortie prévue en **Mai 2021**, avec un tirage prévisionnel de **15 000 exemplaires**.

Ouvrage composé de 224 pages enrichi de l'application **HACHETTE SCAN**.



Première édition 2014/2015



Ré-édition 2017/2018



Création de Groupes de Travail sur **4 axes essentiels du projet** :

- **la gouvernance**
 - **les partenariats privés**
 - **la dimension européenne**
 - **le marketing et l'innovation**
-
- L'équipe de La Loire à Vélo a été accompagnée par l'agence **Codezero**, pour **redéfinir le positionnement stratégique, les cibles de clientèles (personas) et le parcours client** de l'itinéraire.
 - Deux ateliers se sont tenus à **Saumur (17/09) et Tours (06/10)** avec des institutionnels et des socio-professionnels des deux régions.



La Loire à Vélo : Plan d'action marché néerlandais

France.fr (NL)
Écrit par Socialyse EUR (7) · 23 mai, 16:24 ·

Loire à Vélo is een van de mooiste Franse fietsroutes. Een natuurlijke route die perfect is voor een eerste fietsvakantie.

Voir la traduction



154
28 commentaires 19 partages

Typologie d'action :
Social Media

Période :
Du 3 août au 12 septembre 2020

Résultats :
Impressions : 1 565 834
Clics : 15 050
CPC : 0,84



Typologie d'action :
Achat de mots clés sur Google Ads (SEA)

Période :
Du 17 août au 17 septembre 2020 (reliquat de 6 semaines pour 2021)

Résultats :
Clics : 3 515
CPC : 0,62€
Taux de clics : 6,7%



Val de Loire



Retour
Sommaire



	Utilisateurs	vs 2019	Sessions	vs 2019	Pages vues	vs 2019	Taux rebond
FR	582 441	-21%	690 580	-21%	1 201 421	-30%	62,8%
IT	34 326	-56%	41 067	-58%	82240	-64%	63,2%
ES	51 444	-45%	62 996	-50%	137 111	-59%	60,6%
ALL	48 516	-33%	58 840	-38%	127 032	-45%	60,1%
NL	60 131	-8%	76 181	-13%	181 827	-18%	52,8%
UK	80 559	-37%	93 347	-41%	118 186	-49%	60,6%
TOTAL	857 417	-27%**	1 023 011	-29%**	1 910 817	-38%**	

* Statistiques du 01/01/2020 au 31/12/2020 (comparaisons faites avec la même période en 2019)

**Moyennes pondérées



Actions France



- Facebook

- Résultats du 01/01/2020 au 31/12/2020

- Fans : 96 350 (+ 2%)
 - Publications : 152 (- 52%)
 - Affichages : 13 millions (- 47%)
 - Engagements : 705 237 (- 33%)
 - Taux d'engagement : 2,98% (+1,38 points)

Source : Iconosquare + baromètre WeLikeTravel du 1^{er} janvier au 31 décembre 2020

Val de Loire - France
Publié par Aurélien Vicente Pro · 6 novembre · 🌐

La saison du brame du cerf est maintenant terminée depuis quelques semaines en #ValdeLoire et ça nous manque déjà ! 🙏🙏
Merci à N.G Photography pour cette magnifique photo 📸
#RestezChezVous #OnSeVoitPlusTard

526 898 Personnes touchées 39 132 Interactions [Booster la publication](#)

👍👎👏 26 K 376 commentaires 3,5 K partages



Bilan de la diffusion des vidéos Val de Loire

- Action :

Diffusion sur YouTube des 4 vidéos Val de Loire : Loire Active, Loire Nature Insolite, Loire Gourmande et Loire urbaine & Festive..

- Résultats :

- Vidéos vues 700 000 fois
- Impressions : 1,6 million
- Taux de vue : 44%
- Coût moyen du visionnage : 0,01 €
- CPM moyen : 5,62€



Source : Google Ads du 15/06/2020 au 15/09/2020

Italie



- **Médiatour**, les 22 et 23 janvier : Milan (13 contacts presse) , Bologne (10 contacts). Aucun voyage de presse dans l'année.
- **Magazine France.fr** (en italien), diffusion à 125 000 exemplaires. 4 pages de publi-redac sur la thématique. Présentation du magazine le 12 octobre (pour cause de Covid) en format virtuel.
- **Road show Francia**, 1ère édition digitale en 2020 (28 & 29 oct) : 32 contacts, agences de voyages et To avec un même letmotiv, pouvoir à nouveau débiter leur activité au printemps, faire évoluer leur offre pour l'adapter à de plus petits groupes et individuels et aller vers une offre plus slow tourisme post covid.
- **Formation France Expert** (18 nov) : partenariat avec le TO Boscolo sur la thématique "green et slow tourisme" - plus d'une centaine d'agences connectées à la formation digitale. Beaucoup de demandes alternatives aux traditionnels circuits "châteaux" : house boat, vélo...



Action & Objectif :

- **Présence d'un compte collectif "Châteaux Val de Loire" sur les réseaux sociaux chinois Weibo et WeChat**

Le community management de ces 2 comptes est assuré par une ancienne stagiaire chinoise du CRT CVL pour le compte de l'agence spécialisée Talents Travel qui accompagne le CRT depuis 2 ans ½ dans sa communication sur le marché chinois.

17 partenaires étaient au sein de ces comptes en 2020 :

10 grands sites : le Domaine de Chaumont-sur-Loire, les châteaux de Villandry, d'Amboise, du Clos-Lucé, du Rivau, de Chambord, de Chenonceau, de Blois, de Cheverny, ainsi que la Forteresse de Chinon.

5 offices de Tourisme : Tours-Val de Loire, Blois-Chambord, Orléans-Métropole, Chartres et Loches

1 hôtel et 1 site de loisirs : le Domaine de la Tortinière et le **ZooParc** de Beauval

Sur le compte WeChat, il y a **1.900 abonnés**. 3 newsletters par mois pour 26.000 vues et 21% de taux d'ouverture.

Sur le compte Weibo, il y a **14.000 fans**. Près de 400 posts pour 7 millions de vues.



Action & Objectif :

- **Participation à l'opération France 360**
 - **Workshop 360 on line** (3 journées du 20 au 22 octobre) : 49 Rdv assurés par l'ADT Touraine
Profil des agences : petites agences indépendantes avec clientèles haut-de-gamme + quelques TO travaillant avec un réseau d'agences.
 - **Atelier de formation TO/AV en webinaire on line** : 1 heure le 19 octobre à près de 200 AV/TO.
 - Participation via l'agence Weil à une **conférence de presse** le 21 octobre.
 - **Facebook Live Gastronomie au Domaine de la Tortinière** : Invitation et activation sur les réseaux sociaux d'Atout France fin octobre. 200 personnes en suivi de direct, 404 interactions et commentaires, 14.000 vues de l'enregistrement du Live sur France.fr après 10 semaines.
 - **Facebook Live LAV au Château de Blois** : Invitation et activation sur les réseaux sociaux d'Atout France fin octobre. 154 interactions et commentaires, 2.700 vues de l'enregistrement du Live sur France.fr après 9 semaines.

Etats-Unis (suite)



- **Weill :**

- **50** parutions pour une CVP de **5 971 936€**.

Sur le web : **43** parutions pour **497 760 842** personnes touchées.

Pour la presse écrite : **7** parutions pour **2 749 011** exemplaires tirés.

- 6 communiqués de presse dont 4 en lien avec le Val de Loire :

- . Explore the Loire Valley Virtually

- . Dreaming about the Loire Valley : A weekend in and around Sancerre

- . Dreaming about the Loire Valley : From Orleans to Chambord to Amboise

- . Dreaming about the Loire Valley : A weekend in the West Touraine

Thèmes principaux des retombées presse : l'hébergement (54%), les châteaux (27%), la gastronomie (13%) puis l'oenotourisme (6%).

- Nous avons eu des médias de qualité : Forbes – Business Insider – Departure – Upscale Living ...

Châteaux de la Loire



Audience des pages châteaux* au sein du site Val de Loire

- Statistiques du nombre de pages vues par version linguistique

	2019	2020	Évolutions vs 2019
FR	309 273	93 749	-70%
IT	91 930	23 338	-75%
ES	93 857	32 068	-66%
ALL	59 465	23 516	-60%
NL	15 319	12 705	-17%
UK	42 602	20 467	-52%
TOTAL	612 446	205 843	-66%**

* Statistiques du 01/01/2020 au 31/12/2020 (comparaisons faites avec la même période en 2019)

**Moyennes pondérées



Action & Objectif :

Notoriété autour de la marque Châteaux de la Loire et de la destination Val de Loire via OTA Logitravel, influenceurs, communication online.

Suite Covid-19, seule une partie de la campagne a pu être déployée.

Bilan :

Tous medias LOGITRAVEL confondus (FBK, display web externes, web interne, ...)

- Impressions : 31 417 180
- Visites : 50 913
- Clics : 47 992
- Vues vidéos : 7 187

Facebook ads 'Logitravel' (24 au 30/08)

Reach : 261 184



RUTA POR LOS CASTILLOS DEL LOIRA
A tu aire en coche desde 522€

PUBLICIDAD

Castillos de la Loire | Explore France™

LOGITRAVEL

Logitravel
Sponsored

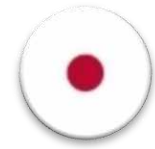
Vive una emocionante aventura al volante recorriendo en coche los Castillos del Loira. Déjate sorprender por la majestuosa arquitectura a orillas del magnífico río Loira, única en el mundo: sus jardines de ensueño e infinidad de entornos mágicos que te trasladarán a lugares de cuento y fantasía. ¡Que empiece el viaje!

RUTA POR LOS CASTILLOS DEL LOIRA
A tu aire en coche desde 522€

LOGITRAVEL | Castillos de la Loire | Explore France™

www.LOGITRAVEL.COM
Ruta por los Castillos del Loira, a tu aire en coche, desde 522€

Book Now



Action & Objectif :

- **Workshop digital Sakidori** (1/2 journée le 7 septembre + ½ journée le 8 septembre), 11 grands sites : le Domaine de Chaumont-sur-Loire, les châteaux d'Azay-le-Rideau, d'Amboise, du Clos-Lucé, du Rivau, de Chambord, de Chenonceau, de Blois, de Langeais, ainsi que le Château de Saumur, Fontevraud et le Cadre Noir.
- **Campagne 20 ans de l'inscription du Val de Loire au Patrimoine Mondial de l'UNESCO** avec la réalisation d'un Facebook Live avec Atout France Japon, la création d'une page web dédiée avec un jeu-concours, diffusion d'une newsletter et activation sur le Facebook et twitter d'Atout France.
- **Facebook live Châteaux à Noël** : Invitation et activation sur les réseaux sociaux d'Atout France.



Action & Objectif :

- **En complément du démarchage mené par les châteaux du Clos Lucé, Amboise, Chenonceau, Rivau et Chambord, fourniture d'un mini manuel de vente avec tous les grands sites ;** représentation des grands sites par Atout France dans les autres villes visitées par la caravane Expo Mayoristas : présentation à Leon auprès de 200 agents de voyages.
- **Campagne de promotion en association avec Palacio de Hierro et son réseau d'agences Viajes Palacio** avec un lancement Presse du festival Goût de France dans les 12 restaurants Palacio le 4 mars en présence des châteaux.

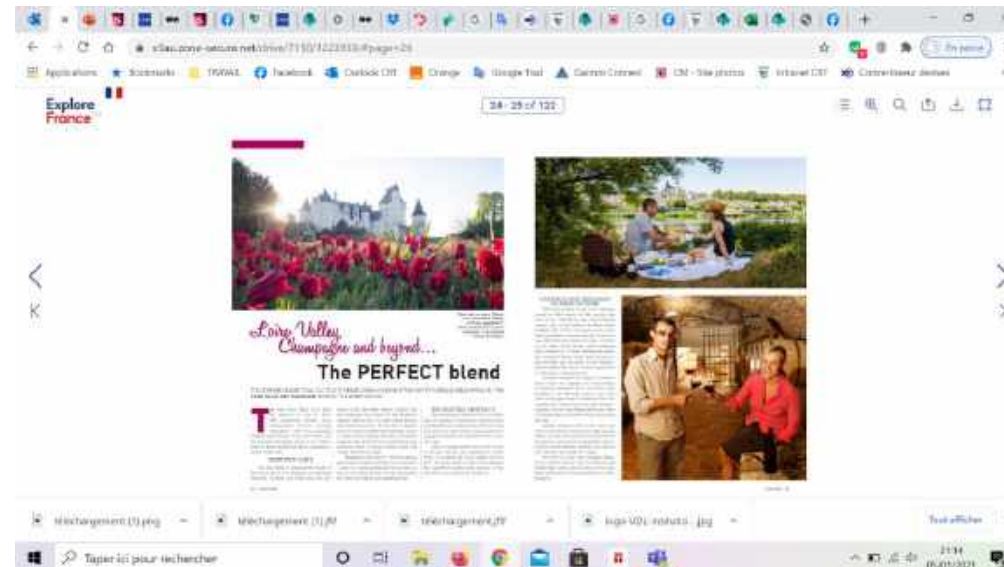


- **PODCAST : 2 épisodes du podcast Explore France en Novembre 2020**
 - Les jardins et parcs des châteaux
 - Châteaux uniques du Val de Loire
- **Diffusion du podcast sur :**
 - Newsletter Atout France PRO et Grand Public ; Newsletter vers les Pros de toute l'Amérique Latine via le media LADEVI
 - Facebook : 94600 personnes touchées, 1517 engagements
 - Twitter : 5500 impressions et 176 interactions.
- **FACEBOOK LIVE avec le magazine Food and Travel Mexico en janvier/ février 2021**
 - 1 live pour recréer une recette typique du Val de Loire, avec un chef français basé au Mexique
 - 1 live avec Mundo Joven (réseaux d'agences de voyages) et Food and Travel : interview de Mélanie Belin pour parler du Val de Loire avec l'éditrice Ceci Nuñez
 - 1 article sur le site du magazine + diffusion sur leurs réseaux sociaux :
<https://foodandtravel.mx/>



Actions :

- 3 pages de publi-rédactionnel sur l'accueil d'influenceurs avec commande spécifique permettant la création de contenus à valeur ajoutée sur France.fr, rubrique Châteaux de la Loire.
- volet digital : réseaux sociaux pour pousser ces contenus et acquisition de trafic vers France.fr rubrique Châteaux de la Loire.



Sologne



Retour
Sommaire

Marque Sologne

«Une parenthèse inattendue»

La marque Sologne continue son évolution et intensifie sa présence en 2020. De nouveaux outils de communication voient le jour pour porter la Sologne toujours mieux.

- A l'écoute de la nature,
- A l'ombre des châteaux,
- Un repas en Sologne,
- Une maison élégante et cosy...



Les 4 thèmes retenus par la marque, sont autant de promesses à tenir pour nos visiteurs et nos Ambassadeurs

Les enjeux :

Faire rayonner la marque sur le territoire comme à l'extérieur.
Porter un plan marketing ambitieux, au service des Ambassadeurs.

2020

Hiver :

• Edition de la **Carte Touristique** à 65 000 exemplaires pour 2 ans. *NB : maîtrise d'ouvrage et financement assurés par les offices de tourisme/services tourisme des communautés de communes.*

- Création d'un **nouveau guide de marque**, véritable boîte à outils permettant aux Ambassadeurs de comprendre la marque, ses valeurs, ses univers (graphique, photographique, sémantique).
- Formations des Ambassadeurs via **des ateliers** de présentation de la marque et de son guide.

Printemps :

- Edition d'un **magazine de destination** de 64 pages à 20000 exemplaires pour 2 ans.
- Travail sur la **refonte du site web** www.sologne-tourisme.fr.



5

Semaines

88

écrans

448 182

Affichages

© Médiagare

Eté:

- **Jeu concours sur les réseaux sociaux** pour faire connaître le territoire.
- Septembre : sortie du nouveau **site web** www.sologne-tourisme.fr.

Automne :

- 2ème **Rendez-vous des Ambassadeurs** de la marque pour les rencontrer, créer du réseau et présenter le travail de la marque.
- Formations des Ambassadeurs avec **des ateliers** en visioconférence sur la e-réputation et sur la mise à jour du VIT (espace personnel sur la base de données).
- **Campagne de sponsoring sur les réseaux sociaux** pour mettre en valeur le territoire et le nouveau site de destination.

Tout au long de l'année:

- Envoi de **Newsletters**.
- Création de **dossier et communiqués de presse**.
- Recrutement de **nouveaux Ambassadeurs**.
- Réalisation de reportages **photos**.



Les Chiffres

8

Communautés de
Communes investies dans
le Tourisme



172

Prestations
Marquées
«Sologne»



Sologne
VAL DE LOIRE

65 000

cartes
touristiques



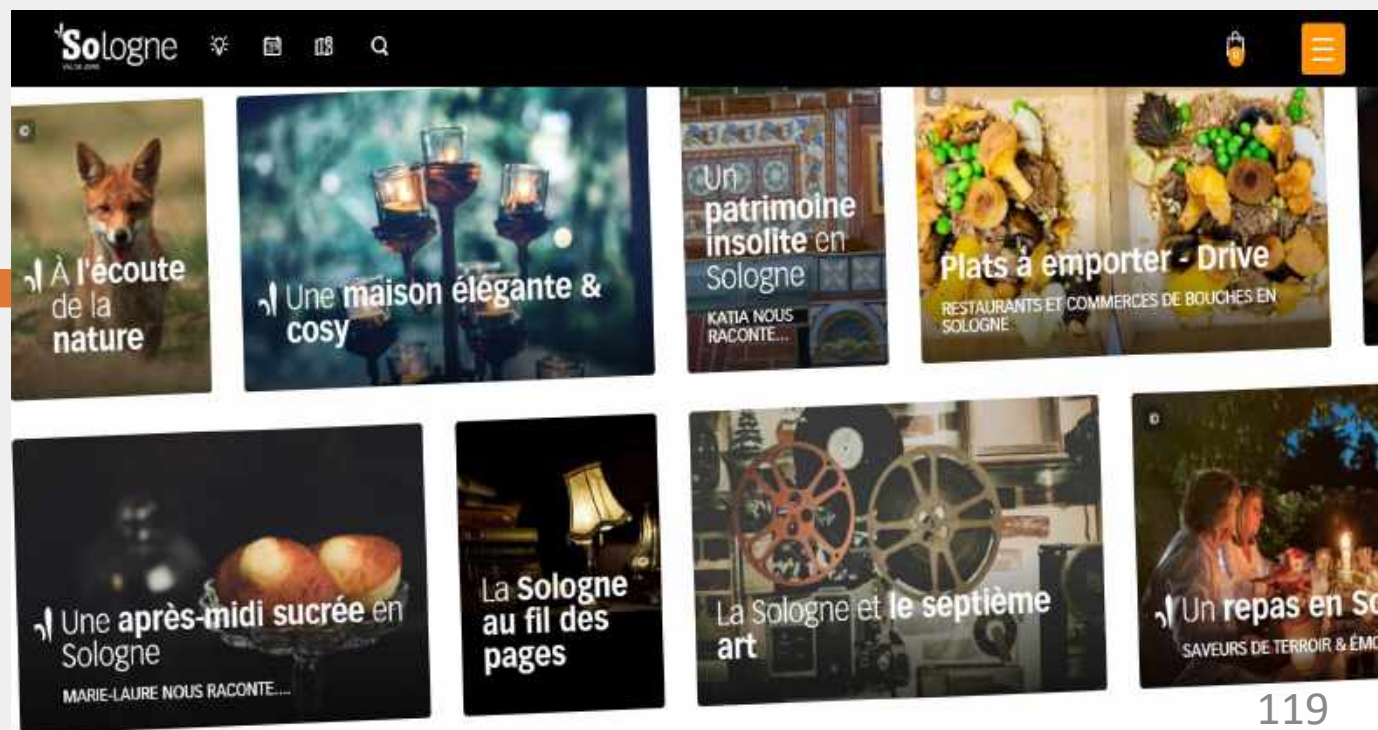
100 000

Visiteurs sur
le site web



20 000

magazines





Berry province



Berry Province : Les chiffres

FACEBOOK

DU 01/01/2020 AU 20/11/2020

53 383 fans

INSTAGRAM

DU 01/01/2020 AU 20/11/2020

12 700 Followers

BERRYPROVINCE.COM

depuis le 1er Janvier : 1 140 000 sessions et 790 000 Utilisateurs

Campagne Adwords

En comparant tous les KPI par rapport à l'année passée, les campagnes ont généré sur cette période plus de visibilité et de trafic, pour un investissement en baisse.

DU 01/01/2020 au 30/09/2020 : 2 779 813 impressions (+127% vs 2019) et 107 318 clics (+17% vs 2019).

Le référencement payant devient notre deuxième canal acquisition sur le site berryprovince.com avec 115 076 sessions au 15/11/2020.



Campagne TV

Diffusé sur France TV du 08 au 28 juin 2020

(Initialement programmé du 17 mars au 7 avril 2020)

PLAN MEDIA TV :

76 spots en 20 secondes répartis sur France 2, France 3 et France 5

générant **+ de 53.4 millions de contacts** publicitaires sur la cible Ensemble 35 ans et plus, touchée au moins une fois à 49%

et **+ de 32.3 millions de contacts** publicitaires sur la cible Femmes 35 ans et plus, touchée au moins une fois à 53 %.

PLAN MÉDIA NUMÉRIQUE :

560 926 impressions délivrées en Pré-roll

(reprise spot 20s) diffusé sur écran TV en prime-time après 20h sur France TV

93.71% de taux de complétion moyen.

Campagnes Digitales

EN FIL ROUGE sur 2020 – Pause liée au contexte sanitaire sur My Loire Valley.

MY LOIRE VALLEY.

Le site spécialisé sur les idées de sorties et loisirs

Plan média sur la base de communication de 60 billets Agenda de 250 mots + partage sur les réseaux sociaux et sponsorship.

MERVEILLES MÉDIÉVALES

Coup de projecteurs sur 5 sites du patrimoine médiéval sur leur page Facebook + sponsorship.



Réseaux Sociaux



FACEBOOK

DU 01/01/2020 AU 20/11/2020

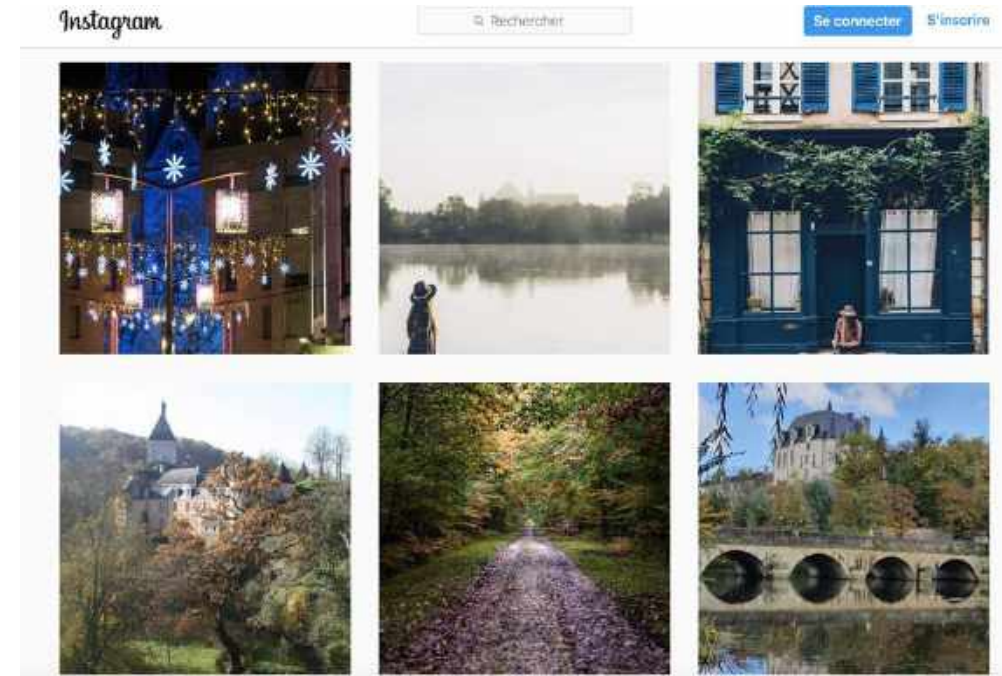
53 383 fans

5 266 242 personnes atteintes pour 87 177 réactions et 5 154 commentaires.

Taux d'engagement moyen par publication : 5%

Zoom sur les campagnes de recrutement de fans :

- + Travail des cibles avec l'agence We Like Travel
- + 5 899 fans recrutés
- + Coût par fan : 0,27€



INSTAGRAM

DU 01/01/2020 AU 20/11/2020

12 700 Followers

707 911 personnes atteintes pour un taux d'engagement moyen par publication : 5,94%

Zoom stories :

- + 55 stories pour 1 200 impressions / post

Influenceurs



Instameet avec 5 influenceurs locaux

18 (en partenariat avec le CRT).

**Guillaume Payen (en partenariat avec le CRT -
accueil commun aux deux départements)**

Bestjobers - 18

Linda Louis - 18



Instameet avec 7 influenceurs locaux

36 (en partenariat avec le CRT).

Wild Road - 36

Steven Herteleer - 36

Antoine Vitek

(accueil commun aux deux départements)



Art de Vivre – Maîtres Restaurateurs







Art de Vivre – Maîtres Restaurateurs

➔ Une campagne de notoriété des Maîtres Restaurateurs

- ➔ Accueil d'une influenceuse culinaire et de voyage
- ➔ L'esprit de l'accueil : valoriser le produit, le savoir-faire du producteur et d'un maître-restaurateur de la région.

➔ Une visibilité importante

-  ➔ Un taux d'engagement moyen de 4,84 % sur Facebook (1% est un bon taux d'engagement)
- ➔ 18 650 interactions en moyenne (like, partage, commentaires).
-  ➔ Un taux d'engagement moyen de 4,77 % sur Instagram (2% est un bon taux d'engagement)
- ➔ 21 424 de couverture moyenne (nombre de comptes uniques ayant vu la publication).



PAPILLES & Pupilles
BLOG CULINAIRE QUI FAIT VOYAGER

Restaurant Le Laurier, Saint-Satur

BOISSONS ACHETER | FRANCHISE | RESTAURANTS | VOYAGES



Anne Lataillade
Auteure enthousiaste de Papilles et Pupilles

Je m'appelle Anne, je vis à Bordeaux et je suis depuis 2005 celle qui partage sur ce blog recettes, coups de cœur, voyages et reportages. En savoir plus

Contactez Anne
S'inscrire au flux RSS

Mon livre de recettes

Mon guide sur Bordeaux
Nouvelle édition (juin 2020)

Je voudrais...
Pour mes précieux recettes
gratuites et autres

126



Art de Vivre – C du Centre



**Retour
Sommaire**



C du Centre

Tout au long de l'année, le CRT a œuvré au déploiement de cette nouvelle marque très attendue :

- Il a pris une part active aux groupes de travail pilotés par Dev'Up, en amont de la création de la marque et des choix de signature ; il a collaboré aux différentes instances : commissions d'agrément (sélection des produits) ; comités techniques (orientations et développement de la marque ou encore comités spécialisés (validation des cas particuliers et des orientations des groupes de travail).
- Il a encouragé ses partenaires territoriaux, et notamment les offices de tourisme, à s'inscrire dans la dynamique.
- Il a promu dès qu'il le pouvait C du Centre et ses produits.
- Il a mis sur pied une campagne photos mutualisée avec C du Centre : photos portant sur les moments de convivialité, de dégustation et d'art de vivre alliant produits du terroir et sites touristiques. Livrable en 2021. Financement de 50% du reportage.



Centre-Val de Loire
VRAI PAR NATURE



Art de Vivre – Oenotourisme



Cluster / Pôle Oenotourisme Atout France : Actions internationales

- ➔ Annulation workshop et Eductour Destination Vignobles, Report Octobre 2021, Aix- en - Provence
- ➔ Diffusion d'articles sur le dispositif web Visitfrenchwine.com
- ➔ Report en 2021 de la réactualisation de l'étude sur la fréquentation oenotouristique nationale.

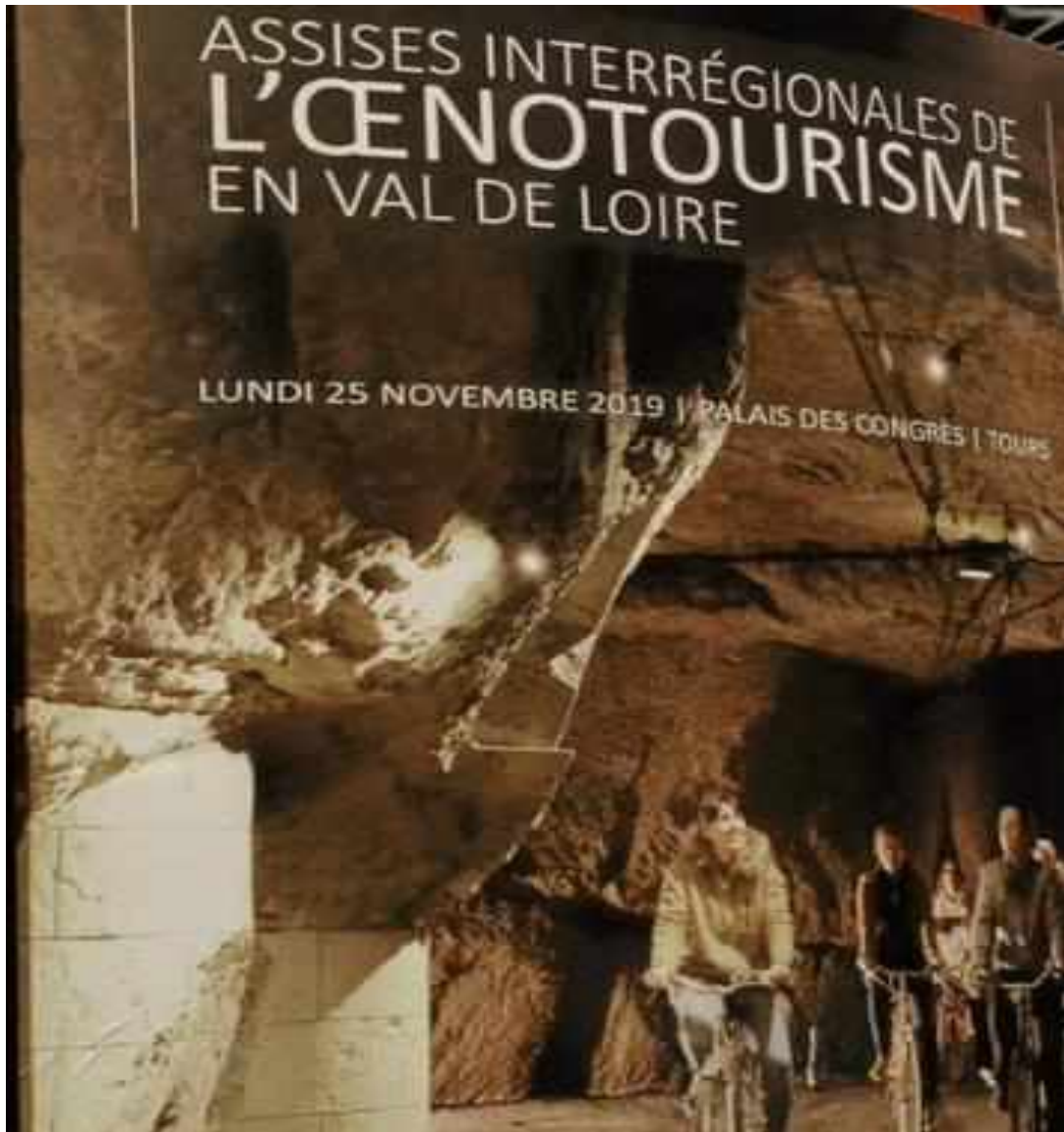




Cluster / Pôle Oenotourisme Atout France : Actions internationales

- ➔ Evolution du cluster en pôle oenotourisme, suite à la crise sanitaire, et pour tenir compte des missions élargies attribuées à ce pôle, avec un mode de fonctionnement par projet et une gouvernance assurée par un 'comité de filière' stratégique.

Suite 1ères Assises Interrégionales de l'œnotourisme en Val de Loire



- ➔ Mise en place d'un groupe de travail interrégional Val de Loire, intégrant les 2 Régions, CRT CVL et Solutions & Co PDL et les 2 Interprofessions Interloire et BIVC => construire une proposition commune et bâtir une stratégie partagée, tenant compte des spécificités des territoires, de leurs vignobles et des patrimoines, de la structuration des filières viticoles et touristiques de la destination Val de Loire.

Suite 1ères Assises Interrégionales de l'œnotourisme en Val de Loire



- ➔ S'appuyer sur la charte œnotouristique interrégionale signée par les Présidents des 2 Régions CVL et PDL fin 2019, qui inscrit l'œnotourisme dans le programme d'actions interrégional initié au travers du contrat de destination Val de Loire.

Suite 1ères Assises Interrégionales de l'œnotourisme en Val de Loire



- ➔ Dans ce cadre et suite à l'opération French GourMay de 2019, des projets d'actions pour mutualiser des moyens sur 2 marchés cibles, Chine et USA, n'ont pas été réalisés compte tenu de la crise sanitaire (événementiel, accueil influenceur, opérations de Relation Presse).

Place de marché

Tableau de bord 2020



Chiffre d'affaires : **2 927 132 €**

Du 01 janvier au 31 décembre 2020



+ 23% d'évolution du CA

Par rapport au 31 décembre 2019



1827 prestataires en Place de marché

au 31 décembre 2020



35 intégrations

+3 par rapport au 31 décembre 2019

➔ Prestataires touristiques équipés des outils Place de marché

**616 prestataires
hors passerelles**

359 hébergements et 257 sites ou activités de loisirs

2 608 018 €

de chiffre d'affaires réalisé via les sites internet des prestataires touristiques

94%

du chiffre d'affaires global de 2020

➔ Audit Place de marché touristique régionale

Données clés

6 mois d'étude

1 audit **commandité** par



2 **cabinets** de conseil mobilisés



Expert des stratégies
territoriales



Expert du e-tourisme
et e-marketing

Objectifs

- ✓ Identifier les **axes d'amélioration**
- ✓ Poser les bases d'une **réflexion élargie sur l'avenir** de l'outil
- ✓ Recenser les **bonnes pratiques** et innovations du marché
- ✓ Recommander des **actions pour développer le chiffre d'affaires**
- ✓ Proposer un **cadre de mise en œuvre opérationnelle**

Notre méthodologie

1- Evaluer

- ✓ Analyse des données de vente
- ✓ Analyse du parcours client digital
 - ✓ 5 entretiens téléphoniques
 - ✓ 1 rapport d'étonnement

2- S'inspirer et recommander

- ✓ Benchmark
- ✓ 1 atelier de travail collectif
- ✓ 1 carnet de tendances avec + de 20 propositions d'action

3- Mettre en œuvre

- ✓ 1 feuille de route
- ✓ 2 niveaux de priorité

➔ Audit Place de marché touristique régionale

- Présentation des 4 axes de travail prioritaires

1

*Améliorer le pilotage
et la performance du
dispositif*

Faire évoluer le dispositif
vers un outil **dédié**
prioritairement au
pilotage et à l'amélioration
de la performance
commerciale.

2

*Mieux écouter les
clients et faciliter
leurs usages*

Adopter une approche
client et penser les outils
et les offres en fonction
des usages et des besoins
des clients finaux.

3

*Développer une
politique produit
différenciante*

Soutenir et décliner la
stratégie marketing
touristique du territoire,
en mettant en avant l'offre
de produits et de services
en accord avec l'expérience
touristique que le territoire
souhaite promouvoir.

4

*Accentuer l'approche
commerciale*

Affirmer l'objectif
commercial de la Place de
marché, au sein d'un
écosystème touristique
hyper concurrentiel et
investi par le secteur.



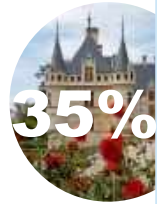
Ressources Multimédia





les Ressources Multimédia

EN 2020



Des demandes d'images ont porté sur le Val de Loire et les châteaux de la Loire.



portaient sur La Loire à vélo et les autres itinéraires vélo.



des demandes concernaient le marché français.



concernaient les marchés allemands/autrichiens et anglais.

Concernant la photothèque en ligne www.centredeloire-photo.org

- ➔ 30.720 recherches
- ➔ 3.108 connexions
- ➔ 3.807 documents téléchargés
- ➔ environ 850 accès de partenaires institutionnels et professionnels du tourisme régional
- ➔ 11.000 images disponibles sur le site de la photothèque.



Reportage photo

de David Darrault sur la thématique "en roue libre". Déconnexion et ressourcement en région Centre-Val de Loire : Randonnée à cheval en Brenne, Sylvothérapie, le Cœur de France à vélo. Au total, 135 photos de ce reportage ont été intégrées à notre photothèque.





les Ressources Multimédia

Réalisation de 22 vidéos
visibles sur la chaîne YouTube du CRT
'Centre – Val de Loire Tourisme'

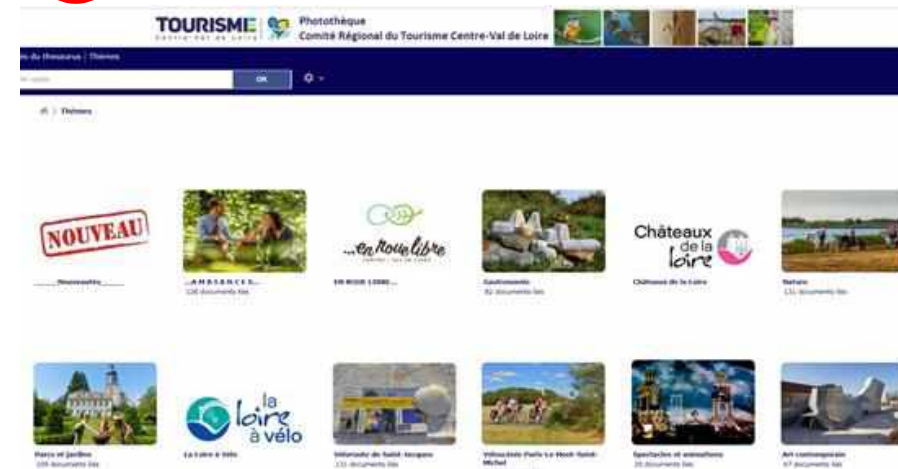
sur l'ensemble du territoire régional de juin à août par deux stagiaires vidéastes en 2ème année de l'Ecole du Cercle Digital à Tours. Chaque vidéo est disponible également dans un format Instagram.

Une photothèque accessible en ligne
<http://www.centredelvaldeloire-photo.org/>
Et des vidéos
=> à disposition des professionnels du
tourisme

Gestion du fonds, et des droits associés aux photos et vidéos



Mention obligatoire des crédits





Organisation interne



[Retour](#)
[Sommaire](#)



Organisation interne

Comme toutes les organisations, le CRT a été amené dès le 17 mars à revoir son organisation pour faire face à un confinement total établi dans des délais très courts. Cette "bascule" a été rendue possible grâce aux dispositions qui avaient été prises dans le cadre de la mise en œuvre du télétravail (accord d'entreprise signé en février) :

- Transfert de tous les dossiers sur un "cloud", permettant à chacun de se connecter à distance,
- Diagnostic individuel préalable des besoins matériels et logiciels, et résolution des problèmes qui pouvaient se poser,
- Mise en œuvre partagée et formation à "Microsoft Teams", permettant de généraliser les réunions et temps de travail en visioconférence et l'enrichissement commun de documents.
- De fait, la bascule s'est réalisée en une fois, la veille de l'entrée en vigueur du confinement, sans aucune rupture de fonctionnement.





Organisation interne



Les confinements et autres consignes sanitaires, ont amené le CRT a revoir également son fonctionnement général :

- Télétravail permanent encouragé,
- Renforcement des temps de travail collectif,
- Renforcement des prises de contact avec les acteurs,
- Adaptation de la chaîne de validation des engagements.

Un retour d'expérience permet de mieux appréhender certains équilibres pour les temps à venir (part travail présentiel/travail distanciel, gestion de la communication interne et externe, process internes, équilibre temps professionnel/temps personnel...). Un travail est en cours pour formaliser certains principes.





COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME CENTRE-VAL DE LOIRE

37 AVENUE DE PARIS – F - 45000 ORLÉANS
TÉL : 33 (0)2 38 79 95 00
INTERNET : WWW : TOURISME-PRO-CENTRE.FR

