Touraine
Val de Loire
Ici, vivre est un art

RAPPORT D'ACTIVITÉ

Agence Départementale du Tourisme
Touraine Val de Loire



2024

ÉDITO

Chers partenaires, chers acteurs du tourisme en Touraine,

La Touraine, forte de son identité et de ses atouts, continue d'incarner une destination touristique d'exception, résolument engagée dans une dynamique de progrès.

L'année 2024 a été marquée par les Jeux Olympiques de Paris synonymes d'un rayonnement extraordinaire de la France à l'international ; même si les retombées touristiques ne se sont pas immédiatement concrétisées, hors destinations accueillant les épreuves sportives, la réussite de cette compétition mondiale a montré une belle image de notre pays qui a très probablement séduit de futurs visiteurs internationaux. On retiendra également un contexte politique et économique tendu en France, ainsi que des conditions météo défavorables, qui ont impacté l'activité touristique jusqu'à mi-juillet.

En Touraine, nous avons relevé des disparités en fonction des territoires, avec une activité contrastée et mitigée, mais dont la baisse reste modérée en comparaison avec d'autres destinations. Les vacances de la Toussaint ont été plus dynamiques, et la fin d'année a engrangé de bons résultats avec l'opération "Noël au Pays des Châteaux" et une fréquentation en hausse sur le mois de décembre, franchissant le cap des 200.000 visiteurs.

La Touraine démontre sa capacité à séduire un public toujours plus large, en quête de sens, d'authenticité et de qualité. Cette performance ne doit rien au hasard : elle est le fruit d'un engagement collectif, d'un travail quotidien mené sur le terrain par nos professionnels, soutenus par des politiques publiques et une stratégie partagée.

L'Agence Départementale du Tourisme a poursuivi en 2024 la mise en œuvre de la stratégie « DestinationS 2030 », véritable cap fixé pour répondre aux grands défis touristiques : transitions écologique et numérique, accessibilité et diversification de l'offre, innovation, mobilité, élargissement des clientèles et valorisation des territoires. Les plans d'actions que nous déployons répondent à ces objectifs au service du développement de l'économie touristique en Touraine.

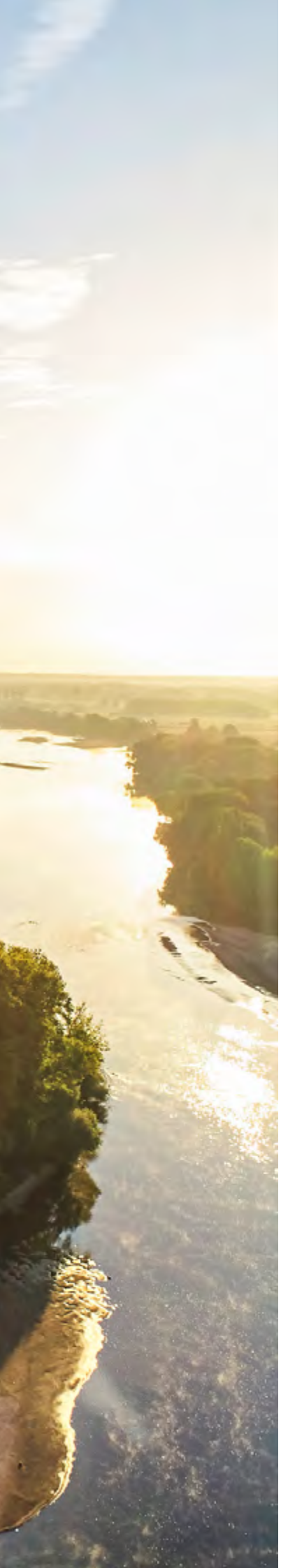
Notre ambition, avec le Département d'Indre-et-Loire, est claire : renforcer l'attractivité de la Touraine dans la durée tout en respectant les équilibres naturels, économiques et humains. Car le tourisme est bien plus qu'un secteur économique. Il est un levier de cohésion territoriale, de fierté locale, d'emplois non délocalisables et d'ouverture au monde. En cela, il relève d'un véritable choix de société.

À l'heure où les enjeux climatiques, sociaux et numériques redéfinissent les contours du tourisme de demain, nous devons continuer d'agir avec ambition et responsabilité. C'est ensemble, en mobilisant les énergies de tous – élus, institutionnels, professionnels, habitants – que nous écrirons la suite de l'histoire touristique de la Touraine.

Je tiens à saluer ici l'investissement de chacun, et à renouveler ma confiance en l'avenir. La Touraine, territoire d'histoire et de renouveau, a plus que jamais rendez-vous avec son temps.
Très cordialement,



Étienne MARTEGOUTTE
Président
de l'Agence Départementale du Tourisme de Touraine,
Vice-Président en charge du développement touristique, musées et monuments départementaux



SOMMAIRE

ÉDITO **2**

CHIFFRES CLÉS 2024 DU TOURISME EN TOURAINE **4**

BILAN DES ACTIONS 2024 - INDICATEURS CLÉS **7**

1. ACTIONS DE PROMOTION DE LA DESTINATION TOURAINE VAL DE LOIRE AUPRÈS DU GRAND PUBLIC **8**

- → Internet et réseaux sociaux 8
- → Campagne de communication touristique Touraine Val de Loire 13
- → Production de contenus 15

2. ACTIONS DE PROMOTION DE LA DESTINATION TOURAINE VAL DE LOIRE AUPRÈS DES PROFESSIONNELS DU VOYAGE **18**

- → Actions B-to-B 21
- → Bilan 2024 du club régional B-to-B 24
- → Conseil aux prescripteurs de voyages et aux acteurs touristiques de Touraine 24
- → Édition du support à destination des professionnels du voyage 25

  Guide pratique 2025 25

3. RELATIONS MÉDIAS **26**

4. NOËL AU PAYS DES CHÂTEAUX **30**

5. INGÉNIERIE ET QUALIFICATION DE L'OFFRE **34**

- → Qualification de l'offre 36
- → Place de Marché Touristique Régionale 37
- → Base de données Tourinsoft 37
- → ADT - Relais territorial des offices de tourisme 38
- → Marque Tourisme & Handicap 38
- → Marque Accueil Vélo 38
- → Conseil aux porteurs de projets 39
- → Observation de l'activité touristique en Touraine 39

6. STRATÉGIE, ADMINISTRATION ET FONCTIONNEMENT **40**



I. CHIFFRES CLÉS 2024 DU TOURISME EN TOURAINE

SITES DE VISITE*

3,3 millions d'entrées

-1%

* PANEL

FRÉQUENTATION VÉLOS**

909,4 milliers

-5%

** CUMUL FRÉQUENTATIONS ÉCO-COMPTEURS

HÔTELS

1,8 million nuitées

-4%

CAMPING

707,4 milliers nuitées

-7%

MEUBLÉS/GÎTES***

719,7 milliers nuitées

+8%

***COMMERCIALISÉES SUR PLATEFORMES LOCATIVES (AIRBNB, VRBO...)

AÉROPORT TOURS VAL DE LOIRE

190,6 milliers

+0,1%

AU NIVEAU NATIONAL :

- 2024 : une année marquée par les JO de Paris. Des prévisions de retombées pour l'économie touristique nationale, qui ne se sont pas concrétisées hors des destinations accueillant les épreuves des JO, notamment pour la clientèle internationale (effet repoussoir)
- Un contexte politique et économique tendu en France, qui a impacté les décisions et les choix de consommation des Français
- Des conditions météo défavorables, qui ont grandement impacté jusqu'à mi-juillet l'activité touristique des destinations de la moitié-nord de la France, et rendues le démarrage de saison difficile

AU NIVEAU RÉGIONAL :

- Les constats nationaux sont partagés au niveau régional

AU NIVEAU DÉPARTEMENTAL :

- Des constats également partagés à l'échelle départementale. Des touristes français qui consomment moins et qui procèdent à des arbitrages budgétaires impactant la consommation touristique en Touraine, du fait du contexte économique
- Une fin de saison plus dynamique avec des touristes au rendez-vous durant les vacances de la Toussaint
- Une fin d'année qui a engrangé de bons résultats avec l'opération "Noël au Pays des Châteaux" et une fréquentation en hausse sur le mois de décembre franchissant le cap des 200.000 visiteurs
- De manière générale, des disparités en fonction des territoires avec une activité contrastée et mitigée, mais dont la baisse reste modérée en comparaison avec d'autres destinations

Sources :

Sites de visite : CRT Centre-Val de Loire/ADT Touraine - enquête sites de visite
Hôtels et campings : enquête INSEE/DGE/CRT Centre-Val de Loire/Partenaires régionaux, départementaux et locaux/ADT Touraine
Meublés/gîtes : Observatoire Mutualisé du Locatif, France Tourisme Observation
Vélo : CRT Centre-Val de Loire/Conseil départemental d'Indre-et-Loire/SMT/ADT Touraine
Aéroport : Edeis, aéroport de Tours Val de Loire




PLUM
&CO

II. BILAN DES ACTIONS 2024
INDICATEURS CLÉS

PROMOTION DE LA DESTINATION TOURAINE VAL DE LOIRE AUPRÈS DU GRAND PUBLIC

VISITES	FACEBOOK	INSTAGRAM	PINTEREST	TIKTOK	LINKEDIN
2 004 390	264 000 fans	45 500 abonnés	485 abonnés	10 000 abonnés	1000 abonnés

PROMOTION DE LA DESTINATION TOURAINE VAL DE LOIRE AUPRÈS DES PROFESSIONNELS DU VOYAGE

PROFESSIONNELS SENSIBILISÉS	CONTRIBUTIONS DIRECTES	ACTIONS RÉALISÉES
2 800	166	15

RELATIONS MÉDIAS

NOMBRE DE PARUTIONS / REPORTAGES
286

ACCUEILS ET/OU AIDES TECHNIQUES DE PRESSE
352

NOËL AU PAYS DES CHÂTEAUX

VISITEURS
202 605

PASS VENDUS
4267

INGÉNIERIE ET QUALIFICATION DE L'OFFRE

PLACE DE MARCHÉ	ACCOMPAGNEMENT QUALITÉ	TOURISME & HANDICAP	ACCUEIL VÉLO
CA : 1 093 402€ 657 prestations	22 sites accompagnés en région Centre Val de Loire	131 prestations porteuses de la marque	396 adhérents

01

ACTIONS DE PROMOTION TOURAINE VAL DE LOIRE AUPRÈS DU GRAND PUBLIC



RÉFÉRENTS

Céline BÉRON
Production de contenus
02 47 31 47 48

Jean-Christophe COUTAND
Production de contenus
02 47 31 42 66

Marieke GOURDIN
Responsable Communication/Médias
02 47 31 42 93

Louise GUILLOIS
Communication et relations médias
02 47 31 42 52

Jérôme HUET
Contenus numériques
02 47 31 42 58

Fabrice LION
Dispositifs numériques
02 47 31 49 39

Séverine ROCHELET
Contenus numériques
02 47 31 42 56

Magalie TAFFUT
Community Manager
02 47 31 17 11

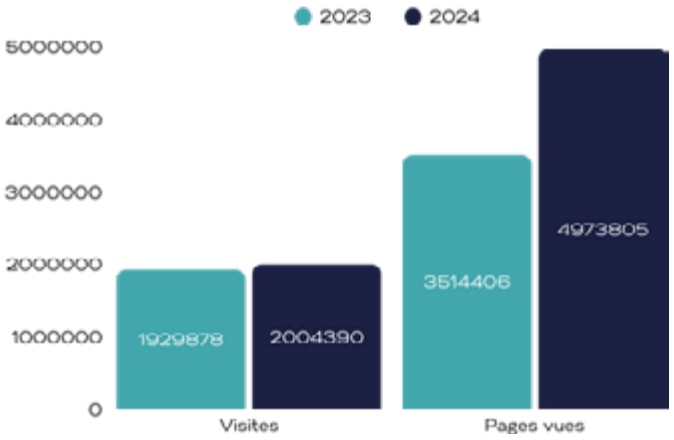
I. INTERNET ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

WWW.TOURAINEVALDELOIRE.COM / WWW.TOURAINELOIREVALLEY.CO.UK

2024 EN CHIFFRES : UNE CROISSANCE QUI SE CONFIRME

L'audience cumulée de la version française et étrangère : **2 004 390 visites**
soit **3,9 % d'augmentation** contre 1 929 878 visites en 2023.

4 973 805 pages vues
soit Nombre de pages vues **+ 41,5 %** contre 3 514 406 en 2023.



VERSION FRANÇAISE

Les visites cumulées sur la version française : **1 816 390 visites en 2024** contre 1 736 000 visites en 2023.
soit **+ 4,6 %**
Nombre de pages vues : **4 486 483 en 2024**
contre 3 142 160 visites en 2023.

Voici par ordre croissant les thématiques les plus consultées :

- Les sorties du week-end du mois
- Noël au pays des châteaux
- Page d'accueil
- Châteaux de la Loire
- Visiter Tours
- Les soirées de réveillon de la Saint-Sylvestre
- Conseils d'experts : quand tailler les rosiers de son jardin ?
- L'agenda des sorties
- En Touraine, vous êtes au bon endroit - Jeux Olympiques Paris 2024
- Vacances en Touraine avec les enfants
- Les lieux où se baigner en Touraine !
- Petites randonnées pédestres
- Etoilés Michelin : sept restaurants au firmament !
- Lac d'Hommes
- Ouverture de la guinguette de Tours sur Loir
- Les plus belles vues pour les feux d'artifice du 13 et 14 juillet 2024
- Halloween
- Le village-jardin de Chédigny
- Château de Chenonceau
- Visiter Loches
- Cœur de France à vélo : Val de Cher et Canal de Berry

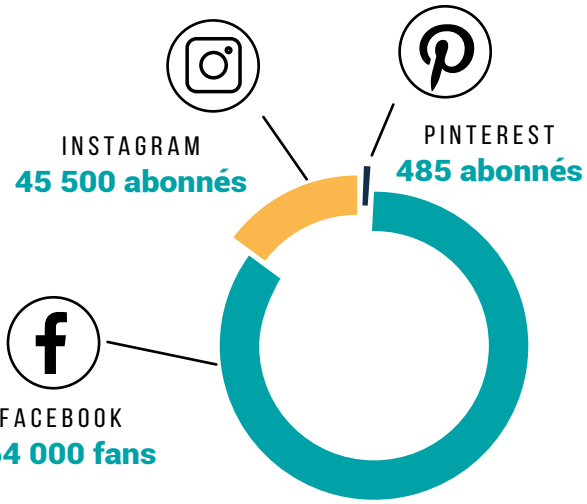
VERSION ANGLAISE

La version anglaise du site Touraine a **diminué de -3 %** avec **188 155 visites sur l'année 2024** contre **193 878 en 2023.**
Le nombre de pages vues s'élève à **487 321 en 2024** contre **372 246 visites en 2023.**

Voici par ordre croissant les thématiques les plus consultées :

- Visit Tours, the gateway city of the Loire Valley
- Cycling Loire Valley: The Loire by bike
- The Loire Valley chateaux
- Home page
- Holiday rentals with swimming pools
- Find your accommodation
- Les Écuries d'Anadé – Horse riding Centre
- Visit Loches, town of Art and History
- A stay in a château-hotel – a unique experience!
- Christmas magic in the land of châteaux
- Catherine de Medici and the chateau of Chenonceau
- Short walks
- Ussé, Sleeping Beauty chateau
- Château of Clos Lucé – Leonardo da Vinci Park
- Plan your visits and activities

PERFORMANCE NUMÉRIQUE DE LA TOURAINE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



couverture* instagram

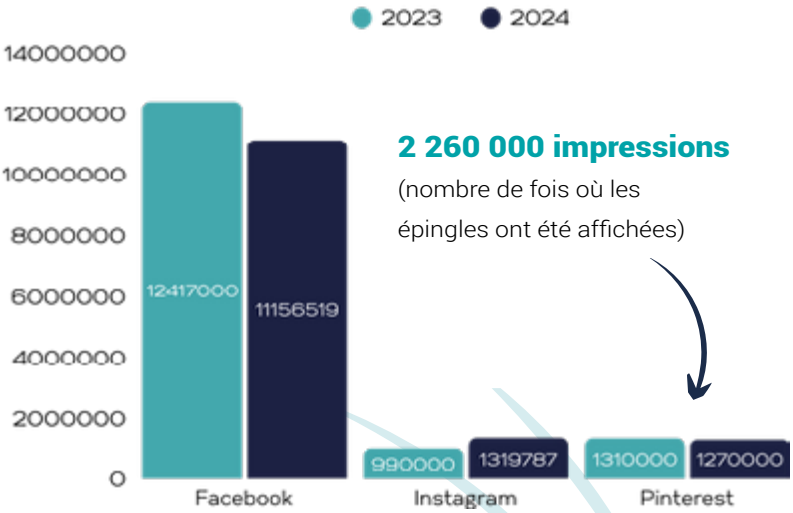
1,3 M

couverture* facebook

11,2 M

**La couverture d'une page Facebook ou Instagram correspond au nombre de personnes qui ont vu l'un des contenus de notre Page comprenant les publications photos, vidéos, stories et les publicités.*

La Touraine a touché plus de **13 746 306 de personnes sur l'année 2024** soit **- 6,6 %**



2 260 000 impressions
(nombre de fois où les épingles ont été affichées)

8 500 interactions**
en moyenne sur chaque publication (sur certaines très virales >> 29 500

1 915 interactions**
en moyenne sur chaque publication (sur certaines très virales >> 12 000

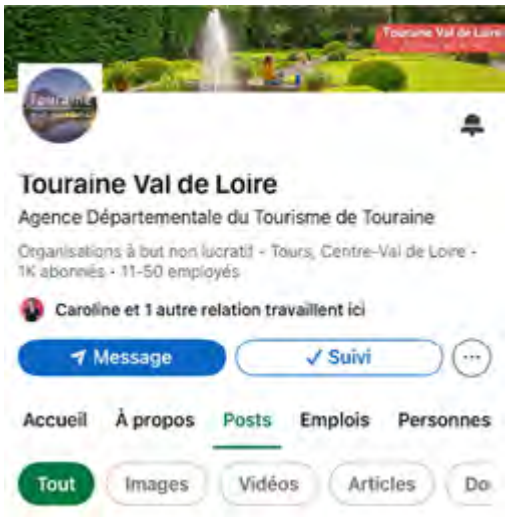
*** Qu'est-ce qu'une interaction ? >> Les interactions correspondent au nombre total de personnes qui likent, cliquent, partagent et commentent une publication sur Facebook ou sur Instagram.*

NEW

NOUVEAUTÉ 2024 !

LANCEMENT DU COMPTE LINKEDIN TOURAINE VAL DE LOIRE LE 19 MARS 2024

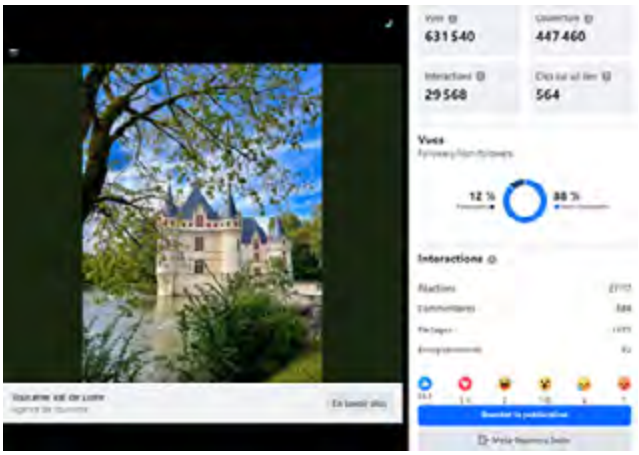
Lancement du compte LinkedIn "Touraine Val de Loire" afin de valoriser les actions de l'agence auprès des professionnels du tourisme, des partenaires institutionnels et du grand public. Ce nouveau canal permet de renforcer notre visibilité, de partager nos actualités stratégiques et de mettre en lumière les initiatives menées en faveur du développement touristique du territoire.





FACEBOOK

Exemple d'une publication Facebook qui a comptabilisé **29 500 interactions** et **632 000 personnes touchées**



Lien vers la publication : https://www.facebook.com/photo?fbid=959224259582611&set=a.641205214717852

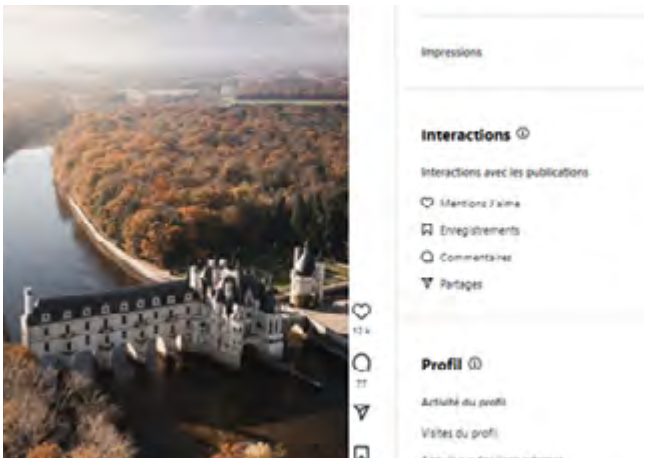
Exemple d'une vidéo Facebook qui a comptabilisé **5 544 000 vues** et **11 100 interactions**



Lien vers la publication : https://www.facebook.com/TouraineLoireValley/videos/594689043018588

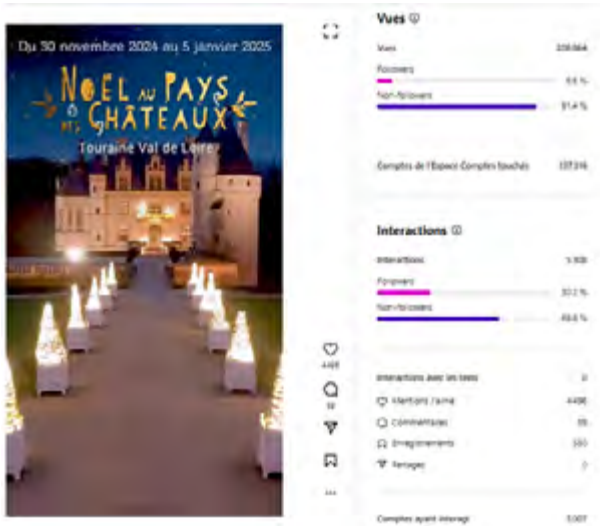
INSTAGRAM

Exemple d'une publication Instagram qui a comptabilisé **12 000 interactions** et **75 400 personnes touchées**



Lien vers la publication : https://www.instagram.com/p/C3S-lo7Mw2C/?hl=fr

Exemple d'un reel Instagram qui a comptabilisé + de **2 000 000 vues** et **5 300 interactions**



Lien vers la publication : https://www.instagram.com/reel/DB1j3MUvlA_/?hl=fr

DES JEUX CONCOURS TOUJOURS PLUS ATTRAYANTS

Organisation de **15 jeux concours collaboratifs** mettant en avant des lots variés offerts par nos partenaires (sorties en paddle, escape game, balades en side-car, nuitées insolites, repas, entrées de spectacle, entrées de châteaux...). L'un d'eux, spécialement conçu pour célébrer le cap des **40 000 abonnés,** a permis de remporter une nuit insolite exceptionnelle.



Lien vers la publication : https://www.instagram.com/p/C6Oef4FM3PP/?hl=fr

II. CAMPAGNE DE COMMUNICATION TOURISTIQUE TOURAINE VAL DE LOIRE 2024

Pour **renforcer** la promotion de la destination Touraine Val de Loire, **être visible, attirer et séduire** de nouveaux clients sur le marché français, l'Agence Départementale du Tourisme et ses partenaires ont initié en 2024 une campagne de communication touristique.

C'EST UNE PREMIÈRE DANS CE FORMAT.

La campagne Touraine Val de Loire s'est déployée

- **sur des leviers ONLINE** (campagne digitale) du 4/04 au 31/07/24 incluant notoriété, trafic et conversion avec des offres produits
- **OFFLINE** (affichage print) dans le métro parisien du 21/05 au 3/06/24

Cette opération visait à promouvoir la Touraine et les partenaires de l'opération à travers une approche qui mixait séduction et marketing, associant une clé d'entrée multithématique de la destination (slow tourisme, œnotourisme, festif) et découverte des grands sites partenaires.

CLIENTÈLES-CIBLES PRIORITAIRES

- Les habitants de Paris/Ile de France (familles et actifs)
- Les visiteurs français et internationaux de passage à Paris
- Les entreprises franciliennes du tertiaire
- Les métropoles du grand ouest







LES CHIFFRES CLÉS DE LA CAMPAGNE 2024

Campagne d'affichage dans le métro parisien du 21/05 au 3/06/24 :

530 faces 2m² (1 sem.) + **80** écrans digitaux (15 jours)

Campagnes online (notoriété, trafic, conversion) du 4/04 au 31/07/24 :

+ de 24 millions d'impressions

+ de 300 000 clics

+ de 61 000 visites sur les pages d'atterrissage (site web Touraine Val de Loire et OT de Tours)

514 ventes pour un CA de **19 882 € TTC**

Budget total de la campagne 2024 :

181 000 € TTC

Agence de communication : 76

Agence de marketing digital : KLOX

Bilan téléchargeable sur Tourainfopro : https://www.tourainfopro.com/campagne-de-communication-touristique-touraine-val-de-loire-2024/

LES PARTENAIRES DE LA CAMPAGNE 2024

Collectivités/Institutionnels :

- Conseil Départemental d'Indre et Loire au titre de la Forteresse Royale de Chinon et de la Cité Royale de Loches
- Tours Métropole
- ADT de Touraine

Sites/acteurs touristiques

- Château Royal d'Amboise
- Château de Chenonceau
- Château de Langeais
- Château de Villandry
- Gîtes de France

III. INSTAMEET RÉGIONAL ET DÉPARTEMENTAL SUR LE TERRITOIRE D'AMBOISE

Dans le cadre de sa stratégie de valorisation des pépites méconnues du territoire, l'ADT Touraine a organisé en 2024 une journée immersive à destination d'influenceurs.
Objectif : faire rayonner des lieux encore confidentiels, tout en mettant en avant l'art de vivre tourangeau à travers des expériences originales et authentiques.

Programme :

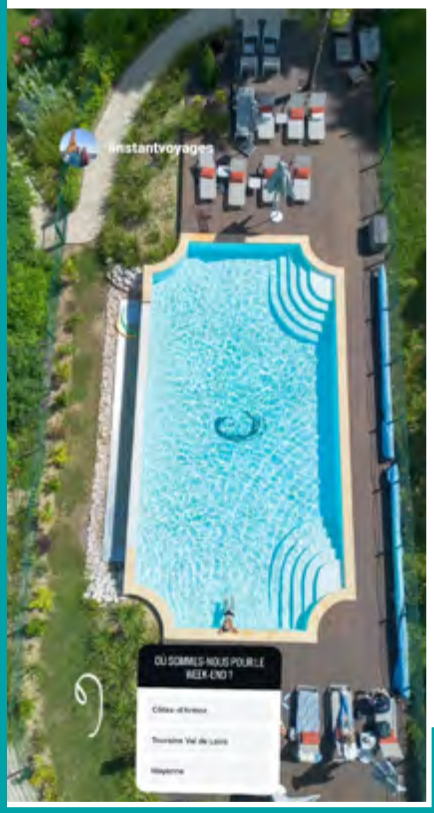
- Vol en Montgolfière au départ de l'île d'Or
- Petit-déjeuner panoramique et visite de la chapelle St Hubert nouvellement restaurée au château d'Amboise
- Découverte du Clos Lucé et de l'exposition multisensorielle « Léonard de Vinci et les parfums à la Renaissance »
- Déjeuner à la Guinguette d'Amboise
- Balade à cheval avec les Ecuries de Pray
- Dîner et nuit au château de Pray

6
créateurs de contenus

+ 481 413
personnes (audience)

43 000
vues

9 600
likes







IV. PRODUCTION DE CONTENUS

NEW

UNE APPROCHE RENOUVELÉE POUR UNE IMAGE MODERNE DE LA DESTINATION

- **90 %** des contenus produits en interne (photos & vidéos et éditoriaux)
- **Objectif** : Moderniser l'image de la Touraine
- **Formats et usages** : Supports de communication de l'ADT Touraine, site(s) Internet(s), presse, professionnels du tourisme, prescripteurs de voyages

LES VISITEURS AU COEUR DES EXPÉRIENCES DE DÉCOUVERTE

Valorisation des **instants de vie** : un éclat de rire, un moment de partage, une découverte sensorielle, et partage d'émotions

Diversité des visiteurs représentés : familles, couples, seniors, groupes…

Mise en avant des expériences et non plus seulement des lieux

FOCUS 2024

LES LOISIRS ET L'ŒNOTOURISME

ŒNOTOURISME :
Un effort renforcé sur un secteur sous-représenté en images

ACTIVITÉS DE LOISIRS :
Un axe clé pour illustrer l'offre variée de la destination

37 reportages photos réalisés

UNE MÉDIATHÈQUE À VOTRE DISPOSITION !

Pour rappel, une sélection de ces contenus sont accessibles gratuitement
Accédez gratuitement aux contenus :

https://www.touraine-images.com







CONTENU VIDÉOS

79 tournages soit +14% par rapport à 2023.
2 fois plus qu'en 2022

La plateforme Tiktok reste la plus alimentée en vidéos avec un rythme de **2 publications par semaine.**
Les tournages sont quasi hebdomadaires avec une cadence qui peut augmenter **jusqu'à 5 tournages** sur certaines semaines au printemps et pendant l'été. La semaine qui précède l'ouverture de l'opération Noël au pays des châteaux reste la plus dense avec généralement **6 jours de tournage** pour effectuer les prises de vue dans l'ensemble des châteaux partenaires.

L'expérience est désormais au cœur des productions pour valoriser le nouveau positionnement de la destination. En effet, les réseaux sociaux sont le soutien très concret des messages portés par l'agence, mettant en avant l'œnotourisme, les activités de nature, la gastronomie...
Les différentes cibles sont mieux identifiées : les familles et familles monoparentales, les jeunes, les seniors, toutes les diversités... La présence de figurants est donc quasi systématique. Pour exemple les tournages ci-dessous :

- Vacances d'hiver en famille dans le Lochois
- La Loire à vélo entre Montlouis et Amboise
- Pâques au Château de Langeais
- Expérience Trottxway dans le vignoble de Rochecorbon
- Paddle et guinguette au Château d'Azay-le-Rideau
- WE entre copines à Tours
- Noël au pays des châteaux

PUBLICATIONS VIDÉOS EN 2024

7 vidéos sur youtube

14 reels sur facebook

39 reels sur instagram

98 vidéos sur tiktok

Év. 2024/2023 : **+13%**
Év. 2024/2022 : **+46%**

VIDÉO NOËL AU PAYS DES CHÂTEAUX 2024

2 dronistes (Tom BESSÉ et Michaël DAVAIN - Myosotis Production) ont été sollicités cette année pour la réalisation d'un tournage dans les vignobles de Vouvray et dans le cadre de Noël au pays des châteaux à la Forteresse royale de Chinon, au Château d'Azay-le-Rideau et au Château de Langeais.



ZOOM SUR TIKTOK

HTTPS://WWW.TIKTOK.COM/@TOURAINEVALDELOIRE

BILAN 2024

- **6,1 M** de vues
- **3 577** commentaires
- **70K** J'aime
- **+10K** abonnés
- **9 379** vues du profil
- **6 195** partages

À NOTER :

Parmi les meilleures performances de l'année, pour la plupart sponsorisées, les vidéos mettant en scène l'opération ***Noël au pays des châteaux*** ont particulièrement bien fonctionné.

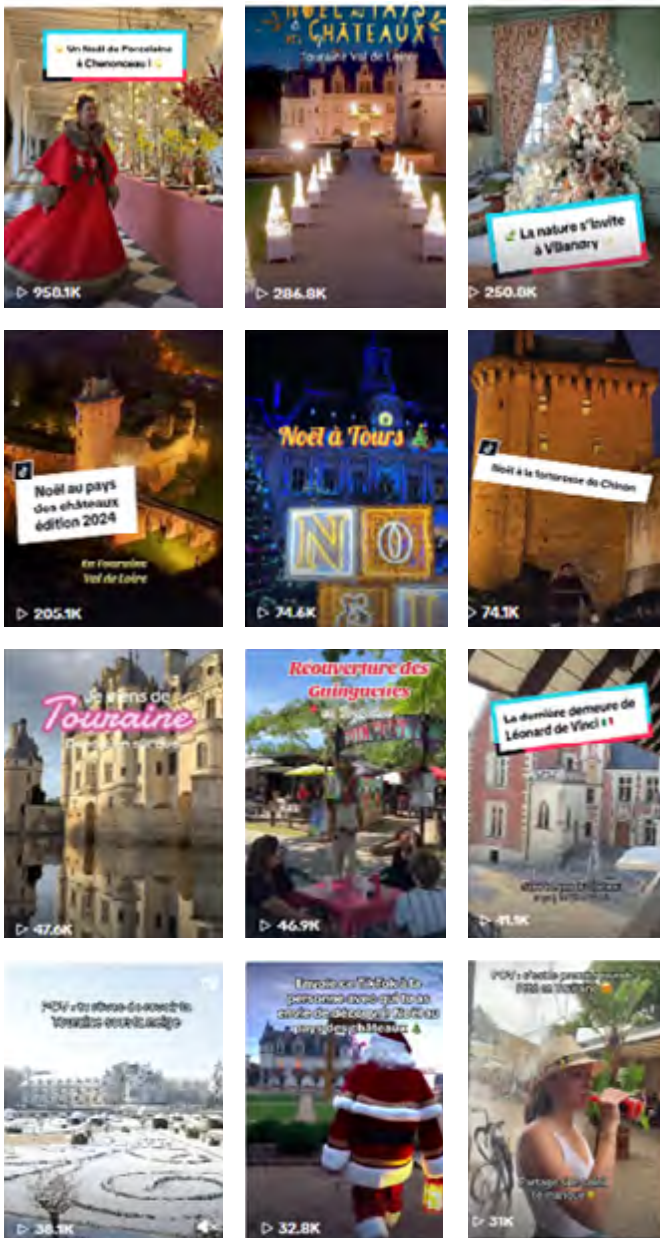
NEWSLETTERS

- **6 newsletters grand public "Touraine"** envoyées à **52 000 contacts français** ;
- **9 newsletters grand public Val de Loire** envoyées à **17 000 contacts français ;**
- **11 nouveaux articles** créés pour www.tourainevaldeloire.com, 36 mis à jour, **10 nouveaux contenus en anglais** ;
- Tourainfopro : **12 newsletters et 84 articles**

PUBLICATIONS DE LA CAMPAGNE TOURAINE VAL DE LOIRE > 1,6M DE VUES



LES MEILLEURES PERFORMANCES > 30 000 VUES



02

ACTIONS DE PROMOTION TOURAINE VAL DE LOIRE AUPRÈS DES PROFESSIONNELS DU VOYAGE

RÉFÉRENTES



Aurore BAUDRY
Relations avec les prescripteurs de voyages - 02 47 31 42 65



Frédérique BONNARGENT
Responsable administrative / Régie Pub
02 47 31 42 54

Les actions B-to-B 2024 de l'ADT ciblent les professionnels du voyage opérant sur le secteur Loisirs, auprès des groupes et/ou des individuels, et basés en France et en Europe.
Sur les marchés étrangers, l'ADT Touraine travaille en collaboration avec l'ADT Val de Loire - Loir-et-Cher et le CRT Centre Val de Loire, dans le but de proposer aux partenaires touristiques locaux des opérations de grande ampleur, ciblées et percutantes.



LES MARCHÉS CIBLÉS EN 2024

FRANCE :

Segment Groupes – généralistes et affinitaires (scolaires/familles, vacances accessibles, rando/cyclo…)

EUROPE :

Segment Groupes et Individuels – généralistes et affinitaires (vacances actives, œnotourisme, luxe…)

- Actions de continuité et de renforcement sur les principaux marchés émetteurs : **Grande-Bretagne, Allemagne, Espagne, Belgique.**
- Actions de conquête sur de nouveaux marchés à fort potentiel : **Suisse, Irlande.**

MARCHÉS LOINTAINS :

USA, pays anglo-saxons et sud-américains (groupes et individuels).

La plupart des actions proposées par l'ADT sont des opérations collectives sur-mesure auxquelles les partenaires locaux sont invités à participer : démarchages, éductours, workshops…

LES ACTIONS B-TO-B 2024 EN RÉSUMÉ

CHIFFRES ET TENDANCES :

- **15 actions réalisées sur l'année + publipostage du Guide Pratique 2025.**
- Format des actions : un grand nombre d'**éductours** cette année.
- **166** contributions directes de partenaires de Touraine
- **+ 2800** professionnels du voyage français et étrangers sensibilisés à travers ces actions.
- Des partenaires et des agences **toujours nombreux** à participer à nos opérations reconnues comme ciblées et de qualité. De plus en plus de participants même, à certaines opérations récurrentes.
- Des agences à **l'activité variable et globalement moyenne sur 2024**, les réceptifs ayant généralement connu une grosse baisse en juillet/août en raison des JO, un printemps correct et une bonne fin de saison (septembre/octobre et pour certains jusqu'en décembre).

I. LES ACTIONS B-TO-B EN 2024

DÉMARCHAGES AUPRÈS DES RÉCEPTIFS PARISIENS ET PROFESSIONNELS DU VOYAGES FRANÇAIS (CO-ORGANISATION ADT 37/41)

Le 30 janvier et les 6-8 février, les ADT ont organisé leur rencontre annuelle avec les agences françaises, l'occasion de donner de nouvelles idées aux agences qui sont ainsi plus à l'aise pour répondre aux demandes sur-mesure et plus enclines à faire évoluer leurs offres.
1 journée en présentiel à Paris et 2 journées en visioconférence ont permis aux **22 partenaires** inscrits, parmi lesquels 12 de Touraine, de présenter leurs prestations et actualités à l'occasion d'un nombre record de **31 rendez-vous** individuels avec **24 agences** différentes, principalement des réceptifs basés en Ile-de-France ou ailleurs en France.

Les agences expriment un fort intérêt pour les éductours ainsi que pour les conseils personnalisés et les photothèques et vidéos des ADT. Elles savent que leur activité va être négativement impactée par les JO et les routes et zones bloquées sur Paris pour l'occasion. Certaines n'accueilleront d'ailleurs pas de groupes de fin juin à début septembre. Elles espèrent travailler correctement autour de cette période mais sans certitude.



SÉRIE DE WEBINAIRES SUR LE MARCHÉ ESPAGNOL – 22/02, 12/03, 23/05 ET 26/09 (CO-ORGANISATION ADT 37/41)

Après avoir ciblé des tour-opérateurs lors du workshop « Valle del Loira » à Madrid en 2023, les ADT ont poursuivi leur collaboration avec Atout France Espagne en organisant une série de **4 webinaires** destinés, cette fois-ci, aux agences de voyages affiliées au réseau BookingFax, soit **17 400 voyagistes espagnols**.
Ces cessions de formation sur le Val de Loire ont permis de sensibiliser entre **350 et 400** professionnels par webinaire, et ont rassemblé **6 partenaires de Touraine.**
En retombées immédiates, plusieurs agences ont demandé conseil aux ADT pour des séjours en Val de Loire à la suite des webinaires.





EDUCTOURS ANNUELS EN TOURAINE DES PROFESSIONNELS DU VOYAGE FRANÇAIS – 15 ET 16 MARS

Chaque année, l'ADT organise deux éductours de deux jours/1 nuit avec soirée « Workshop + diner » à destination des prescripteurs français. L'objectif est de faire découvrir la destination à des professionnels rarement sur le terrain, afin qu'ils affinent leur programmation existante, recommandent davantage le Val de Loire à leurs clients et envisagent de nouveaux circuits.
L'édition 2024 a rassemblé un nombre record de **28 professionnels du voyage** de 24 agences différentes, majoritairement des réceptifs parisiens mais aussi des agences de voyages Groupes, des agences spécialisées (culture, œnotourisme…).
Également prisés par les acteurs locaux, cet événement a permis de mettre en lumière **30 offres** touristiques de Touraine (activités, jardins, châteaux, hôtels, réceptifs, excursionnistes…), à travers les éductours mais aussi la soirée « Workshop + diner d'échanges » qui a eu lieu au Domaine de la Trigalière puis au Château de Beauvois.

PRÉ-TOURS ET WORKSHOP « RENDEZ-VOUS EN FRANCE » (CO-ORGANISATION ADT 37/41 ET CRT) – 22 AU 27 MARS

Deux pré-tours ont été programmés cette année afin de valoriser deux thématiques : **« Heritage and Art de Vivre »** et **« Experience the Loire by Bike »**. Des déjeuners et diner d'échanges ont aussi été intégrés à ces éductours de façon à permettre une mise en relation plus large entre partenaires locaux et tour-opérateurs invités. Au total, **20** prestataires touristiques de Touraine ont bénéficié des pré-tours. Ceux-ci ont accueilli **14** tour-opérateurs de 10 pays différents : Japon, Brésil, Mexique, USA, Espagne, Suède, Italie, Inde, Suisse, Royaume-Uni. L'accueil de qualité sur site et les différentes marques d'attention ont séduit les participants qui, pour la grande majorité, n'étaient jamais venus dans la région.

Concernant le workshop, l'ADT y participe chaque année car il s'agit d'un événement incontournable pour sensibiliser et fidéliser les principaux professionnels internationaux programmant la France. **36 rendez-vous** ont été honorés sur deux jours, avec des voyagistes de toutes nationalités. A noter : Les outils pratiques de l'ADT (guide pratique, photothèque, vidéo…) sont très plébiscités, tout comme les nouveautés en termes d'hôtels, d'expériences exclusives et d'activités (vélo, bateau, rando, vin…).





WORKSHOP ETOA « DESTINATIONS EXCHANGE EUROPE » À LONDRES – 8 ET 9 AVRIL

Pour la seconde année consécutive, l'ADT Touraine a souhaité faire bénéficier ses partenaires de son adhésion à ETOA (association pour le Tourisme en Europe - www.etoa.org) en leur proposant de participer à ses côtés au workshop Destinations Exchange Europe à un tarif Adhérent. Cet événement a rassemblé des acheteurs du monde entier et des fournisseurs de toute l'Europe. La délégation Val de Loire était composée de **5** partenaires de Touraine et **1** du Loir-et-Cher. L'ADT a sensibilisé **18 tour-opérateurs et agences productrices,** principalement britanniques. Malgré un événement intéressant de par la qualité des professionnels du voyage internationaux présents, les partenaires ont manqué de visibilité individuelle, et ont noté trop de no-shows et un temps de workshop trop court. bateau, rando, vin…).

EDUCTOUR DES DIRECTEURS COMMERCIAUX DU TO INTERNATIONAL JACTRAVEL - DU 22 AU 25 AVRIL (CO-ORGANISATION ADT 37/41)

5 directeurs commerciaux et la responsable Marketing de JacTravel sont venus se former sur la destination, à la suite des responsables Programmation France en 2023. JacTravel opérant sur différents marchés (Allemagne, Grande-Bretagne, Scandinavie, Etats-Unis…), les référents commerciaux basés dans plusieurs pays se sont retrouvés pour cet éductour. La responsable Marketing a filmé et pris des photos pour communiquer auprès des clients JacTravel pendant et après l'évènement. **12** partenaires de Touraine ont été valorisés lors de cet éductour.
Chaque participant ayant formé ses équipes à la suite de sa venue, cette action a généré une belle visibilité et un projet à venir avec l'accueil d'une sélection des meilleurs clients américains de l'agence fin 2024 (hélas annulé par JacTravel faute de trouver des dates adaptées à tous les participants).

EDUCTOUR DE PROFESSIONNELS SUISSES, EN COLLABORATION AVEC FRANTOUR – DU 30 MAI AU 2 JUIN (CO-ORGANISATION ADT 37/41)

Pour la 2e année consécutive, les ADT ont renouvelé leur partenariat avec Frantour, tour-opérateur suisse n°1 sur la France.
Suite aux demandes d'éductour exprimées par les agences suisses lors de nos démarchages 2023, les ADT ont invité ces prescripteurs à venir actualiser leurs connaissances du Val de Loire du 30 mai au 2 juin. Cet éductour a accueilli **7 agences** et a bénéficié à **10 partenaires** de Touraine.
3 circuits Groupes ont été mis à jour, finalisés ou créés suite à l'éductour.

En complément de l'éductour, les ADT ont reconduit le circuit en voiture de 8j/7n en Val de Loire sur 2 pages dans la brochure France et Corse 2024 (20'000 exemplaires en FR et 70'000 en D – parution en décembre 2023). Par ailleurs, des actions marketing B-to-B et B-to-C, à travers des newsletters Frantour/Railtour et Kuoni, et leurs réseaux sociaux, ont complété le dispositif pour une communication à 360°.

SALON PRO ANNUEL IFTM TOP RESA À PARIS – DU 17 AU 19 SEPTEMBRE (CO-ORGANISATION ADT 37/41)

Les ADT 37 et 41 ont une nouvelle fois coordonné la présence de **17** partenaires, dont 7 de Touraine, sur un espace « Val de Loire - Touraine / Loir-et-Cher » de 36 m2.
Cibles principales : les prescripteurs de voyages, essentiellement français : tour-opérateurs, agences

réceptives de clientèles étrangères, agences de voyages, autocaristes, entreprises/CE/Com'...).

Au total, **340 contacts** ont été recensés sur le stand qui, encore cette année, était idéalement placé à l'entrée du salon et au centre de la zone France. Les agences sont ravies d'entretenir les liens avec leurs fournisseurs et en profitent pour connaître les nouveautés. Le salon est aussi l'occasion de rencontrer quelques nouvelles agences réceptives indépendantes.

En 2024, le CRT a contribué au financement du stand, comme en 2023 : cela a permis de faire de nouveau appel au standiste qui a modernisé l'espace en 2023, à la grande satisfaction des co-exposants.

PRÉ-TOURS ET WORKSHOP « DESTINATION VIGNOBLES » (CO-ORGANISATION ADT 37 ET CRT) – 27 SEPTEMBRE AU 2 OCTOBRE

Dans le cadre de l'évènement biennal B-to-B Destination Vignobles, le CRT Centre Val de Loire et les ADT Touraine et Loir-et-Cher ont organisé un pré-tour en Val de Loire à destination de **13 agences** internationales de **12 pays** différents : USA, Royaume-Uni, Japon, Mexique, Singapour, Corée du Sud, Estonie, Croatie, Allemagne, Brésil, Taiwan, Australie.

16 châteaux, activités et domaines viticoles de Touraine ont été valorisés à travers le programme de l'éductour de 3 jours mais aussi lors d'un diner d'échanges le 28/09 à Château Belmont. Le programme étant dédié à l'œnotourisme, les offres nouvelles et la destination « Vignobles et Découvertes » d'Azay/Chinon/Bourgueil ont été particulièrement mises en avant.

Le CRT et l'ADT Touraine ont ensuite partagé un stand sur le workshop Destination Vignobles qui s'est tenu à Angers. Chacun bénéficiait d'un planning de rendez-vous individuels, avec près de **30 rendez-vous** chacun. L'ADT a présenté les offres « Vignobles et Découvertes » d'Azay/Chinon/Bourgueil, ainsi que les activités et expériences liées aux vins et à la gastronomie de Touraine, offres particulièrement demandées par les agences.

8 partenaires de Touraine étaient aussi présents en tant qu'exposants et ont exprimé leur satisfaction sur la qualité des rendez-vous.

DÉMARCHAGES EN ANGLETERRE – EN PRÉSENTIEL À LONDRES DU 19 AU 21 NOVEMBRE ET EN RENDEZ-VOUS PAR VISIO-CONFÉRENCE DU 26 AU 28 NOVEMBRE (CO-ORGANISATION ADT 37/41)

Ces démarchages ont été organisés en format hybride pour prendre en compte le fonctionnement organisationnel des professionnels en Grande-Bretagne, certains étant au bureau et d'autres en télétravail. Cette opération a été menée en collaboration avec l'agence privée britannique WWA.

4 partenaires de Touraine et **5** du Loir-et-Cher ont ainsi présenté leurs offres à **21 professionnels** du voyage britanniques ciblés (clientèles nationales et plus largement anglo-saxonnes) lors de rendez-vous d'1h15 dédiés à chaque agence. Comme à l'accoutumée, les professionnels d'Outre-Manche se montrent intéressés par les actualités des partenaires et posent des questions précises en lien avec des projets concrets de programmation du Val de Loire pour 2025, 2026 voire 2027 : circuits multi-régions pour les groupes internationaux, circuits Val de Loire **« Châteaux + art de vivre » ou château + vélo »** pour les clientèles britanniques.

EDUCTOURS « NOËL AU PAYS DES CHÂTEAUX » SUR LA CIBLE B-TO-B 6 ET 7 DÉCEMBRE

Pour continuer à développer la programmation Groupe de « Noël au Pays des Châteaux », l'ADT a cette année encore organisé deux éductours : l'un à la journée et l'autre sur 2 jours/1 nuit.

Les **7 châteaux partenaires** ont été valorisés, tout comme 6 autres prestations complémentaires d'activités et d'hébergement.

Chaque année de plus en plus nombreux, **28 professionnels du voyage français de 26 agences différentes** (réceptifs, agences Groupes/autocaristes, agences avec clientèles individuelles) ont répondu à l'invitation 2024 de l'ADT. Un succès qui se renforce, avec la création mais aussi la pérennisation, de circuits autour de l'événement (mais aussi sur la destination à d'autres périodes).

Juste après sa venue, l'une des agences, basée à Toulouse, a monté un circuit Groupe de 4 jours/3 nuits qu'elle a déjà vendu à 2 de ses clients et qu'elle pense continuer de proposer en 2026.



AUTRES ACCUEILS À NOTER

- Voyage de repérage de l'agence britannique Cycling For Softies spécialisée dans le cyclotourisme : 3 collaborateurs décisionnaires sont venus pour développer le nombre de produits à proposer à leurs clients en Val de Loire car la région plait beaucoup.
- Un week-end en Val de Loire a été offert à la meilleure vendeuse de l'agence réceptive brésilienne Elite Turismo, en collaboration avec les ADT 37 et 41.

II. BILAN 2024 DU CLUB RÉGIONAL B-TO-B

Rappel : Les ADT Touraine et Loir-et-Cher et le CRT Centre Val de Loire animent ensemble ce club créé en 2020 et dédié au B-to-B Loisirs sur les marchés internationaux (européens et lointains).

OBJECTIFS DU CLUB :

Travailler en réseau pour définir et mettre en œuvre des actions de promotion fédératrices.
Favoriser les synergies et les partenariats entre les membres
Former et informer les membres : échanger sur les bonnes pratiques de commercialisation, les évolutions de marchés…

En 2024, le club rassemblait **41 membres** (hôteliers, châteaux, réceptifs, activités…) dont 17 de Touraine. Deux réunions plénières ont permis, pour l'une d'échanger sur les actions 2024 du club, et pour l'autre d'en dresser le bilan. A la demande des membres, une session de présentation de marchés a aussi été organisée avec trois bureaux Atout France : Inde, Japon, Corée du Sud. Enfin, des actions de promotion B-to-B ont été menées sur les marchés prioritaires pour les membres : l'Allemagne et les Etats-Unis.

MARCHÉ ALLEMAND : E-LEARNING (AVRIL À OCTOBRE) ET ÉDUCTOUR (10 AU 14 OCTOBRE)

9 partenaires du Val de Loire, dont 6 de Touraine, ont participé à ce combiné d'actions aux côtés des ADT 37/41/28 et du CRT, en collaboration avec l'agence de représentation Agentour.
Organisée sur le portail e-learning du plus gros media B-to-B touristique d'Allemagne, la FVW, le cursus de formation en ligne « Val de Loire » a totalisé **609 visiteurs uniques** et **862 sessions (4300 pages vues). 238 agents de voyage allemands** ont terminé le cursus et obtenu un « certificat d'expert sur le Val de Loire ». Des chiffres qualifiés de très bons par la FVW.
La certification permettait de participer à un tirage au sort permettant de gagner un séjour de 5 jours/4 nuits en Val de Loire, offert par le Club.
Cette action digitale a été complétée par un éductour à destination des tour-opérateurs les plus intéressants parmi ceux rencontrés lors des workshops 2023 du Club à Düsseldorf et Francfort. Plusieurs nouvelles agences sur le marché ont aussi été conviées de façon à déclencher de nouvelles programmations, principalement auprès de petits groupes et d'individuels.
7 participants ainsi ciblés ont découvert les offres des 9 partenaires inscrits à l'opération. Parmi eux, trois ont un projet concret de création ou de prolongation de circuit en Val de Loire dès 2025.

MARCHÉ AMÉRICAIN : SÉRIE DE 3 WEBINAIRES (9, 16 ET 23 OCTOBRE)

En collaboration avec Atout France USA, le Club a organisé plusieurs webinaires sur des thématiques porteuses pour les clientèles américaines : cyclotourisme, offres Privilège, Culture et patrimoine.
12 membres du club dont 6 de Touraine ont animé ces webinaires qui ont rassemblé **204 participants** de diverses agences de voyages dont celles de réseaux très qualitatifs : Virtuoso, Travel Leaders, Internova, Signature… Au total, **471 voyagistes** étaient inscrits aux webinaires ce qui signifient qu'ils ont pu visionner les webinaires en replay.
89% d'entre elles ont estimé "très probable qu'elles vendent la destination ou l'ajoutent à leur catalogue à la suite des webinaires". Une agence a aussi contacté l'ADT suite aux webinaires pour venir en éductour personnalisé en avril 2025.

III. CONSEIL AUX PRESCRIPTEURS DE VOYAGES ET AUX ACTEURS TOURISTIQUES DE TOURAINE

Service permanent : environ **35 demandes** de tour-opérateurs traitées en 2024 (demandes de conseils et mise en relation, hors demandes de documentations), ainsi que 2 à 3 rendez-vous avec de nouveaux prestataires de Touraine ou des prestataires souhaitant développer leur activité sur le B-to-B.

IV. ÉDITION DU SUPPORT À DESTINATION DES PROFESSIONNELS DU VOYAGE

LE GUIDE PRATIQUE 2025

Edité en **2450 exemplaires**, en partenariat avec l'ADT Val de Loire Loir-et-Cher.

Plus de **1 000 prestations** touristiques présentées.

Diffusion à **1997 tour-opérateurs** français et étrangers et aux **27 bureaux Atout France,** lors d'un publipostage à la sortie du guide, puis par chaque ADT lors de ses **3 e-newsletters** annuelles et toutes ses opérations B-to-B, au format papier et/ou au format digital : www.guide-valdeloire-pro.com

A noter : la diffusion du guide pratique au format numérique est de plus en plus importante, pour répondre aux attentes des agences qui réduisent leur utilisation des documentations papier, et en lien avec les politiques RSE des ADT.

CONSULTATION DU GUIDE PRATIQUE EN LIGNE

CHIFFRES 2024

1 700 **vues**

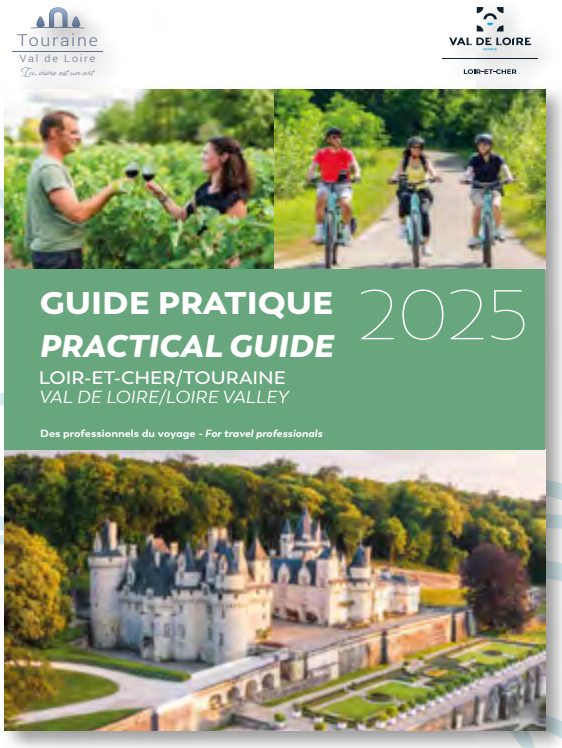
218 **téléchargements**

5:16

temps moyen de lecture

soit +80% par rapport à 2023





03

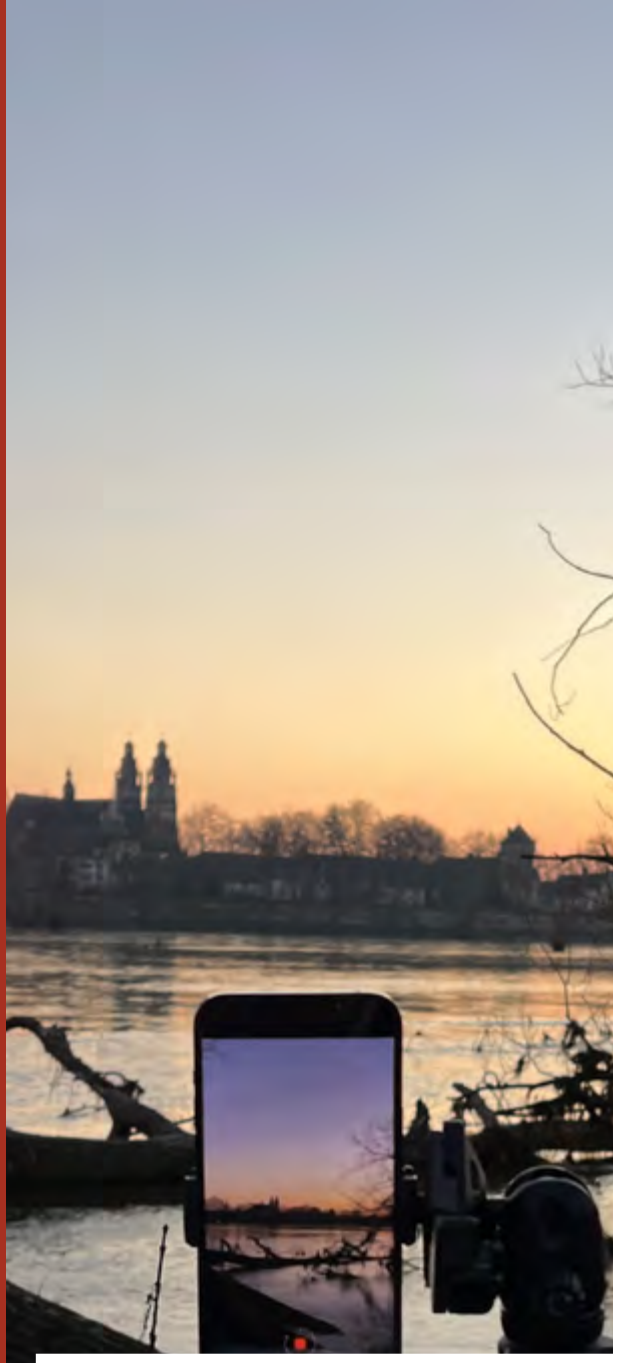
RELATIONS MÉDIA

RÉFÉRENTES



Marieke GOURDIN
Responsable Communication/Médias
02 47 31 42 93

Louise GUILLOIS
Communication et relations médias
02 47 31 42 52



RELATIONS PRESSE/ MÉDIAS

EN QUELQUES CHIFFRES

352
accueils et/ou aides techniques de presse

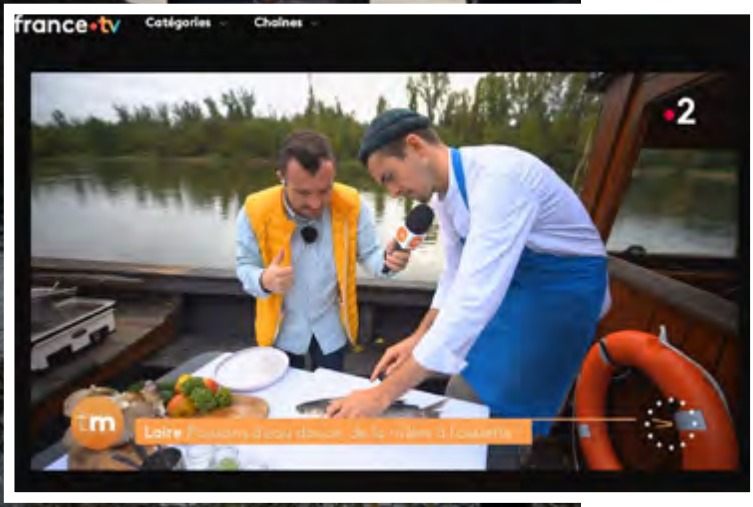
286
articles ou reportages parus tous pays confondus

+ de 5 millions d'€
Contre-valeur publicitaire estimée

914
millions de personnes

PERSPECTIVES

Une reprise des actions communes sur les médias UK en collaboration avec le CRT en 2025 afin de favoriser au mieux le retour de cette clientèle en Touraine, après l'étude réalisée en 2024.





Citons, parmi elles : **le JT de France 2, Bougez Vert sur Ushuaïa TV, Les 100 lieux qu'il faut voir sur France 5, ou encore Sept à huit sur TF1**. Des articles et reportages dans Version Femina, France Dimanche, Le Monde du Camping-Car, yonders.com, Europe 1, marieclaire.fr, easyvoyages.com mais également à l'international, The Connexion (UK), yahoo.com (USA), Condé Nast Traveler (USA), Irish Sunday independent (Irlande), La cometa TV (Espagne), CINE TELE REVUE (Belgique), Girandolina Travel Blog (Italie), Donna Moderna (Italie).

PARTICIPATION AUX MÉDIATOURS

Tout au long de l'année, nous menons une stratégie active dans le développement de nos relations presse, tant sur le plan national qu'international, afin de renforcer la notoriété de la destination Touraine et de générer des retombées médiatiques de qualité. Notamment par nos participations à des mediatours nationaux et internationaux.

Sur le marché national, notre participation annuelle au salon Partir en France demeure un rendez-vous incontournable. Cet événement nous permet de rencontrer de nouveaux journalistes et influenceurs, d'entretenir notre réseau presse, de préparer de futurs accueils sur le territoire et de décrocher de futurs articles sur la Touraine. Pour cette année 2024, la participation au salon nous a permis de rencontrer et pitcher plus de **30 journalistes et influenceurs nationaux.**

REPRÉSENTATION AUX MÉDIATOURS EUROPÉENS ALL/ESP/ITA/PB/BEL en collaboration avec le CRT.



Réalisation et diffusion de **COMMUNIQUÉS DE PRESSE THÉMATIQUES** à destination des médias nationaux :



RONSARD

ALIÉNOR D'AQUITAINE

OENOTOURISME

À L'INTERNATIONAL

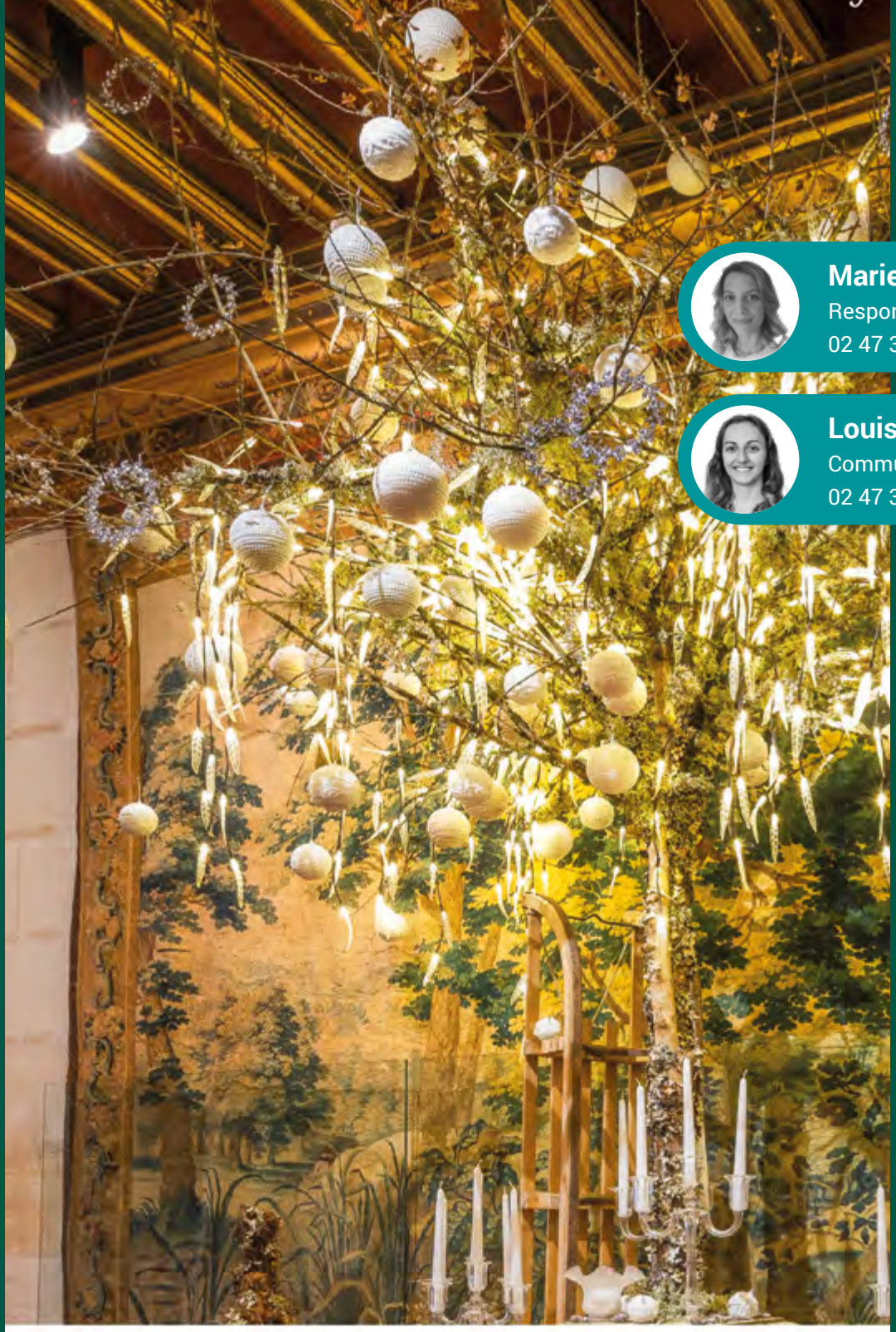
Nous concentrons une part croissante de nos efforts sur des marchés européens à fort potentiel comme **l'Irlande** suite à la venue de l'équipe de rugby qui fait désormais partie de nos marchés prioritaires.

Depuis 2024, notre participation au salon Meet the Media à Dublin nous permet de promouvoir directement la destination auprès de la presse irlandaise, particulièrement réceptive à l'offre touristique de la Touraine. Cette démarche a d'ores et déjà porté ses fruits, avec l'organisation en mai 2024 d'un accueil de presse réunissant plusieurs journalistes irlandais. Ce premier accueil réussi marque une étape importante dans le développement de notre présence sur ce marché que nous continuerons de développer à l'avenir.



04

NOËL AU PAYS DES CHÂTEAUX



NOËL AU PAYS DES CHÂTEAUX

Touraine Val de Loire

RÉFÉRENTES

Marieke GOURDIN
Responsable Communication/Médias
02 47 31 42 93

Louise GUILLOIS
Communication et relations médias
02 47 31 42 52

OPÉRATION "NOËL AU PAYS DES CHÂTEAUX" 8ÈME ÉDITION



Record de fréquentation

BILAN & CHIFFRES CLÉS

fréquentation

202 605 visiteurs

+ 29 486 visiteurs vs 2023 soit **+ 17%**

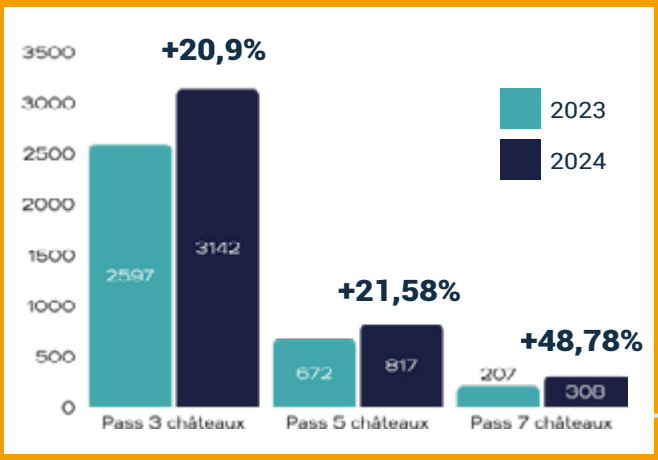
Soirées nocturnes : de **300 à 1569** pers par soirée : **1569** visiteurs Azay, **1352** à Langeais, **997** à Chenonceau, Villandry : **1500** sur la journée dont **630** visiteurs à partir de 17h.

PASS

4 267 pass ont été vendus au total

+ 791 pass vs 2023 soit **+ 22%**

dont **39,7%** par le biais du site web de l'ADT



soit **14 364** entrées générées au total (contre 11 572 en 2023), soit **+24%**

RETOMBÉES MÉDIAS

170 parutions (136 retombées nationales dont 106 via l'agence Fluxus)

Audience cumulée d'environ **162 423 229 personnes** (12 501 232 local + 158 647 053 au national + 1 258 400 International)

Contre-valeur publicitaire : environ **1 220 393 €**

Exemples : Gala, lefigaro.fr, TF1, France 2, CNEWS, France Dimanche, The Connexion (UK), Le Routard, Radio Vinci Auto-routes...

Objectif : construire et promouvoir une offre touristique originale, structurée et qualitative sur la période des fêtes de fin d'année.

PRÉSENCE DE L'OPÉRATION SUR LE WEB

Un succès de l'événement notamment grâce à la montée en puissance sur le digital :

- **206 000 visiteurs** sur la version française du site web noelaupaysdeschateaux.com (**+20 %** vs 2023), passe en 1ère place du classement annuel des pages les plus consultées de notre site Internet malgré la courte période de l'opération (2ème en 2023).
- **5 951 435 vues** cumulées sur les pages Facebook, Instagram, Pinterest et Tik Tok **Touraine Val de Loire** de l'ADT pour les vidéos de présentation de l'opération, réalisées en interne par les équipes, vs 5 573 200 vues en 2023 : **+6.8%**.

ACTIONS MISES EN PLACE

Une opération d'envergure, valorisée par un plan de communication 360° national.

Au niveau national :

- Campagne digitale sur META, et sur le Petit Futé.com avec un séjour de 3 nuits en hébergements d'exception à gagner
- Des articles dans les newsletters touristiques de la Touraine et de la Région Centre Val de Loire, et à destination des professionnels du tourisme
- Insertion publicitaire dans le guide du Routard Châteaux de la Loire
- Éductours professionnels avec les tours-opérateurs et avec les offices de tourisme ;
- Campagne nationale de Relations Presse avec le concours de l'agence Fluxus : envoi d'un communiqué de presse, accueils de journalistes et Blogtrips influenceurs

A Paris :

- Une campagne d'affichage dans le métro parisien
- Une campagne d'affichage digital dans des grands lieux de shopping de la capitale

En région :

- Campagne d'affichage 8m2 à Tours et agglomération proche
- Affichage en boutiques à Tours et dans les grandes villes de la région + Nantes
- Affichage vitrophanie à la gare de Tours
- Un kit de communication avec les visuels de l'opération adaptés aux différents formats a été fourni aux hébergements de Touraine afin qu'ils puissent valoriser l'événement dans leurs supports de communication, et créer des packages Noël au pays des châteaux intégrant des nuitées.
- 18 oriflammes dans le centre-ville de Tours
- Affichage d'une exposition photo sur les grilles du jardin de la préfecture à Tours
- Diffusion de 80 000 flyers aux partenaires touristiques du départements et des départements limitrophes
- Annonces presse dans les médias régionaux
- Ecrans dynamiques dans les 9 gares principales du réseau Rémi (Paris Austerlitz, Orléans, Les Aubrais, Blois, Tours, Vierzon, Bourges, Châteauroux, Chartres)
- Affiches vitrine et boulevard + stickage extérieur à l'Office de Tourisme de Tours Val de Loire
- Campagne de communication online sur les réseaux de l'ADT, réalisation de vidéos et sponsorisation de publication avec Facebook, Instagram, Tik Tok et Pinterest
- Conférence de presse locale à Tours

Partenariats avec l'association Adel Centre, Rémi/Sncf, le PROG, le Crédit Agricole Touraine Poitou, BTS Tourisme de Blois, France Bleu Touraine, RTL2, La Nouvelle République, la ville de Tours, le château de Noizay, le château d'Artigny



CAMPAGNE DE COMMUNICATION ONLINE

Réalisation de vidéos et sponsorisation de publications avec Facebook, Instagram, Pinterest et TikTok.
Lancement des campagnes sponsorisées META NAPDC dès le 26/09/2024



05

• INGÉNIERIE ET QUALIFICATION DE L'OFFRE •



RÉFÉRENTS

Adrien BEAUVAIS
Chargé de mission observation et études
02 47 31 42 59

Frédérique BONNARGENT
Responsable administrative / Régie Pub
02 47 31 42 54

Caroline CHÂTEAU
Démarche Qualité - Référente RSE
02 47 31 42 60

Jean-Christophe COUTAND
Gestion de l'information
02 47 31 42 66

Jérôme HUET
Contenus numériques
02 47 31 42 58

Valérie NOBILLEAU
Animation du réseau des offices de tourisme - Marque Tourisme & Handicap / Production de contenus - 02 47 31 42 64

Séverine ROCHELET
Place de Marché - Gestion de l'information
02 47 31 42 56

Magalie TAFFUT
Assistante Qualité
02 47 31 17 11

I. QUALIFICATION DE L'OFFRE



DÉMARCHE QUALITÉ RÉGIONALE

CAMPAGNE D'AUDITS 2024

En 2024, **22** lieux de visite en Région Centre-Val de Loire étaient concernés par un accompagnement qualité de l'Agence :

- **5** sites pour candidater à la marque Qualité Tourisme™,
- **8** sites pour réaliser un audit intermédiaire Qualité Tourisme™, afin d'évaluer la conformité des critères validés lors du renouvellement de la marque en 2021.
- **5** sites pour établir un diagnostic de suivi, afin d'envisager une candidature à la marque à court ou moyen terme.
- **4** sites pour réaliser une évaluation post-formation, suite à leur entrée dans la démarche qualité régionale en 2023.

Chaque établissement a fait l'objet d'une ou deux visite(s) mystère(s) entre avril et mi-août. Ils se sont vus adresser à la mi-août un rapport qualité, suivi d'un débrief sur site ou en visio-conférence au dernier semestre.

GESTION EXTINCTIVE DE QUALITÉ TOURISME™

CRÉATION DU LABEL DESTINATION D'EXCELLENCE

L'année 2024 marque une évolution pour la marque Qualité Tourisme™, tant au niveau de son référentiel que de sa gestion opérationnelle et de sa promotion, désormais transférée de la DGE (Direction Générale des Entreprises) à Atout France.

Le label Destination d'Excellence vise à succéder à Qualité Tourisme™. Il reprend l'essentiel du dispositif, en particulier la garantie du haut niveau de qualité de l'accueil, et renforce le niveau d'exigence en matière d'écoresponsabilité et d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap. Par conséquent les 5 lieux de visite souhaitant candidater à Qualité Tourisme™ en 2024 n'ont pas pu prétendre à la marque.
L'ADT poursuit son soutien à la filière « Lieux de visite » et a signé une convention de partenariat avec Atout France pour continuer son accompagnement à l'échelle de la Région Centre-Val de Loire.





II. PLACE DE MARCHÉ TOURISTIQUE RÉGIONALE

Il s'agit d'une plateforme de commercialisation en ligne où l'offre et la demande se rencontrent. Pour mettre en place ce projet, la solution technique retenue par le CRT Centre-Val de Loire est Open System, développé par la Société Alliance Réseaux, leader pour le développement des Places de Marché Touristiques en France. Le contrat avec Alliance Réseaux a été renouvelé en 2024.

LES CHIFFRES CLÉS 2024

CHIFFRE D'AFFAIRES (TTC)

1 093 402 €	5 484 143 €
chiffre d'affaires indre-et-loire	chiffre d'affaires région CVL

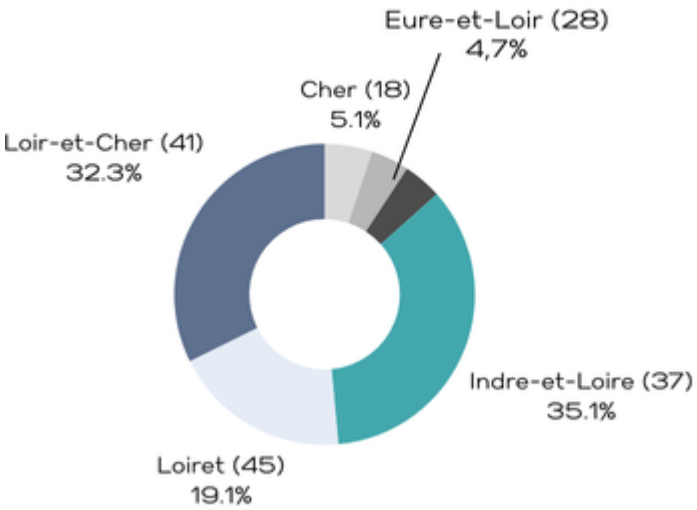
19,9% DU CA RÉGIONAL

65,55 €	16 896	23 285
panier moyen	transactions	produits vendus

L'OFFRE

NOMBRE DE PRESTATIONS EN PLACE DE MARCHÉ

657 prestations en département 37 soit 35,1% de l'offre régionale (1871)



2/3 des touristes réservent à l'avance leur séjour. Parmi eux, 73% le font sur Internet. C'est pourquoi, dans une volonté d'offrir de nouvelles opportunités de commercialisation à chaque acteur touristique de la Région, le CRT Centre-Val de Loire, en collaboration avec les ADT, ont décidé, en 2014, de faire l'acquisition d'une Place de Marché Touristique Régionale.

III. LA BASE DE DONNÉES TOURINSOFT*

COLLECTER ET QUALIFIER L'OFFRE TOURISTIQUE POUR LA DIFFUSER

Avec le soutien du réseau des Offices de tourisme, la base de données Tourinsoft* est mise à jour au moins une fois par an avec l'objectif d'inciter les professionnels à se connecter régulièrement sur leur espace VIT** (Votre Information Touristique). Le but étant de relayer une information la plus fiable possible sur l'ensemble des sites Internet ou applications connectés avec cette base de données partagée.

L'ADT Touraine anime **un club utilisateurs deux fois par an** avec le réseau des Offices de Tourisme de Touraine autour de cet outil partagé Tourinsoft.

** La base de données « Tourinsoft » est un outil de gestion partagée de l'information qui est mutualisé entre les Offices de tourismes, les départements et la région Centre. Grâce à cette gestion de l'information, une donnée mise à jour par un partenaire va profiter à tous les autres et à tous les supports de communications (sites internet) qui sont ou seront demain reliés à cet outil.*

*** Issu du système Tourinsoft, le module VIT (Votre Information Touristique) est un extranet qui permet aux professionnels touristiques d'avoir accès et de mettre à jour leur fiche d'informations pratiques (horaires, tarifs, descriptif…).*

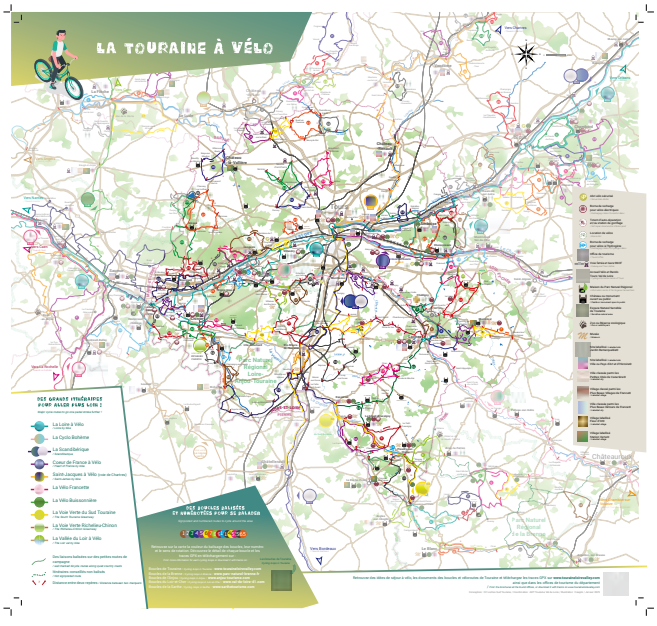
IV. L'ADT - RELAIS TERRITORIAL DES OFFICES DE TOURISME

Dans le cadre de la mission d'animation du réseau des Offices de Tourisme de Touraine, des rendez-vous réguliers sont organisés pour mettre en œuvre des actions à l'échelle départementale :

- **La mutualisation de reportages photo** réalisés sur tous les territoires
- **La démarche de qualification "Chambre d'hôtes Références"** : 1 commission départementale d'attribution de la qualification s'est tenue en 2024 : 2 propriétaires de chambres d'hôtes candidats avec un total de 8 chambres qualifiées. Cette démarche est le fruit d'une coopération avec l'Office de Tourisme de Tours Val de Loire, ce dernier assurant l'instruction des dossiers et la visite des hébergements
- **La bourse d'échanges de documentation annuelle** a eu lieu le 19 mars 2024 à l'Orangerie du Parc des Expositions et a réuni 163 exposants et environ 200 visiteurs.

LES ÉDITIONS MUTUALISÉES

- **La carte touristique détachable** (carte touristique du département au recto et versos personnalisés par territoire) a été imprimée à 117 000 exemplaires. Ce support est entièrement financé par la régie publicitaire.
- **« La Touraine à Vélo »,** une carte réalisée avec le concours de la Communauté de Communes Loches Sud Touraine et le réseau des Offices de Tourisme. Chaque territoire a personnalisé le verso de cette carte. Edition à 62 500 exemplaires financée par les Offices de Tourisme.



V. LA MARQUE TOURISME & HANDICAP

Au même titre que la marque Qualité Tourisme™, la gestion opérationnelle du label d'état Tourisme & Handicap est désormais transférée de la DGE (Direction Générale des Entreprises) à l'agence Atout France.

VI. LA MARQUE ACCUEIL VÉLO

En accord avec la stratégie nationale du tourisme à vélo qui affiche l'ambition de l'État de hisser le pays, à horizon 2030, au premier rang mondial des destinations du tourisme à vélo, l'ADT a travaillé au niveau national avec France Vélo Tourisme à la refonte du référentiel Accueil Vélo avec l'objectif de passer de 8000 prestataires labellisés à 20 000 d'ici 2030.

BILAN 2024

MARQUES ET LABELS NATIONAUX

TOURISME & HANDICAP

TOURISME & HANDICAP

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

131 prestations labellisées

+1

10 nouvelles prestations auditées

18 renouvellements

20 primo visites conseil en vue d'une candidature

ACCUEIL VÉLO

ACCUEIL VÉLO

396 porteurs marque Accueil Vélo

+26

VII. CONSEIL AUX PORTEURS DE PROJETS

LES CHIFFRES CLÉS 2024

L'ADT a apporté son concours à **23** porteurs de projets (majoritairement des hébergeurs)

Les aides du FIDIT* ont atteint **560 000 €**

* fonds dédiés au soutien des porteurs de projets touristiques

27 dossiers instruits

Une étude marketing a également été menée pour accompagner le développement touristique d'un village.

VIII. OBSERVATION DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE EN TOURAINE

L'observatoire du tourisme de la Touraine permet d'appréhender les tendances de l'activité touristique du département. Véritable outil d'aide à la décision, Il permet d'aiguiller l'ADT Touraine dans la définition des actions de promotion et de développement touristique, mais aussi tous les acteurs de tourisme du territoire et porteurs de projets dans le cadre de l'amélioration et de la création de leur activité.

Afin de répondre à ces enjeux, 4 axes sont déployés par l'observatoire du tourisme de la Touraine :

Collecte de données/statistiques sur les différentes filières touristiques (hôtellerie, campings, meublés, sites de visite…) afin d'enrichir l'observatoire en indicateurs de performance.

Réalisation de conjonctures, bilans et études touristiques publiés sur le site web dédiés aux professionnels du tourisme de la Touraine : www.tourainfopro.com

Déploiement d'une enquête de clientèle/satisfaction « Noël au Pays des Châteaux. À partir de 1 130 questionnaires collectés auprès des visiteurs fréquentant l'un des sept châteaux partenaires durant l'opération, les objectifs de l'enquête étaient de comprendre leurs comportements, leurs attentes, et de mesurer leur niveau de satisfaction vis-à-vis de l'événement.

Mise en place d'une visio-conférence sur la restitution des indicateurs départementaux de l'étude sur l'activité des campings en Touraine devant une vingtaine d'acteurs et de partenaires touristiques de la filière.

RÉALISATION ET PUBLICATION DE DOCUMENTS

permettant de comprendre le marché touristique de la destination :

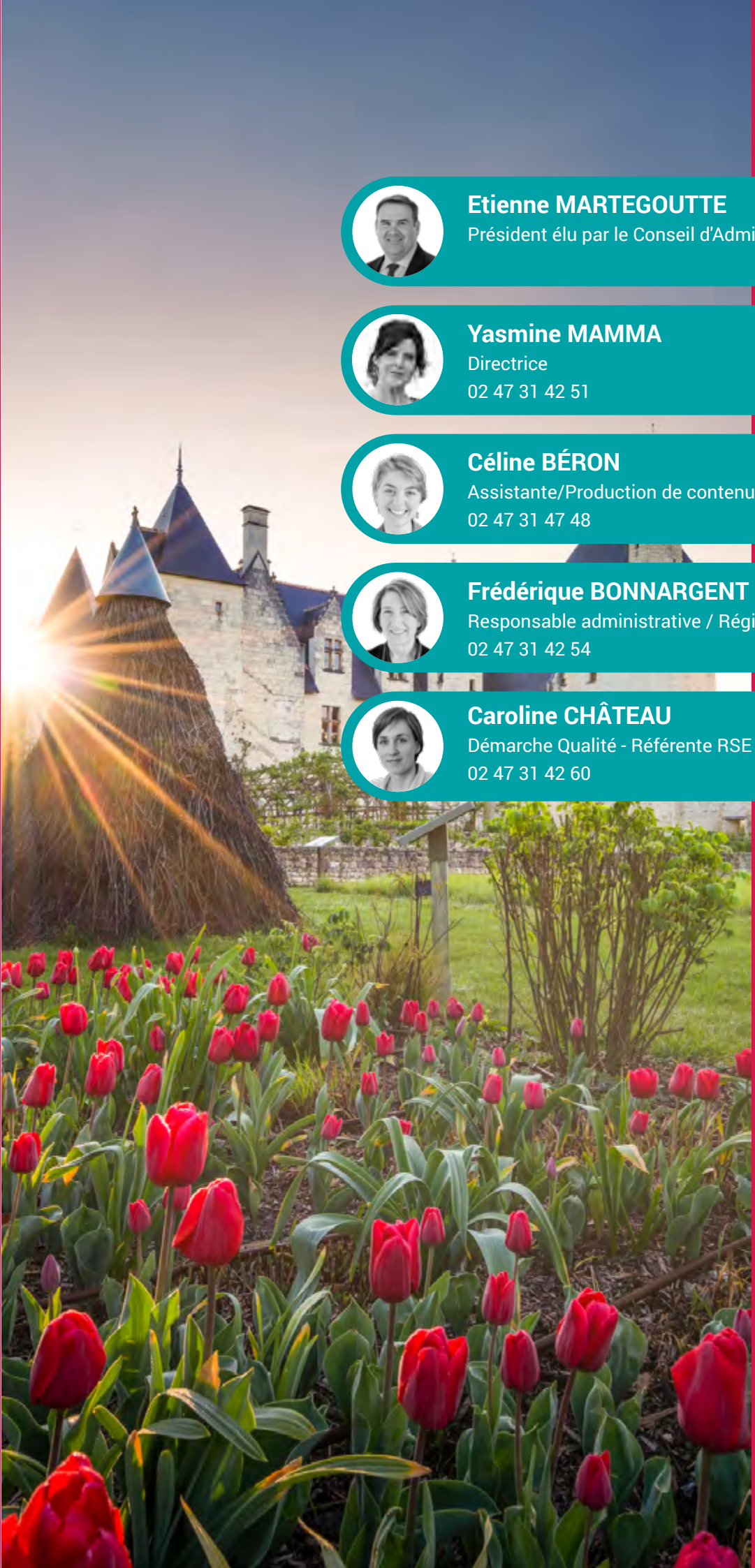
- **notes de conjoncture touristique mensuelles**
- **bilan annuel de l'activité touristique**
- **étude sur l'activité « campings »**
- **étude sur l'activité hôtelière**
- **chiffres clés du tourisme d'affaires**
- **chiffres clés du tourisme par intercommunalité du département**

Publication des documents sur le site web dédiés aux professionnels du tourisme de la Touraine : www.tourainfopro.com

06

• STRATÉGIE, ADMINISTRATION ET FONCTIONNEMENT •

Le fonctionnement de l'ADT Touraine est assuré par :
Un conseil d'administration composé de 28 membres, représenté par son Président.
Une équipe composée de 13 collaborateurs, encadrée par la Direction.



Etienne MARTEGOUTTE
Président élu par le Conseil d'Administration

Yasmine MAMMA
Directrice
02 47 31 42 51

Céline BÉRON
Assistante/Production de contenus
02 47 31 47 48

Frédérique BONNARGENT
Responsable administrative / Régie Pub / Production de contenus
02 47 31 42 54

Caroline CHÂTEAU
Démarche Qualité - Référente RSE
02 47 31 42 60



I. STRATÉGIE

Destinations 2030

Anticiper, innover et collaborer pour adapter la destination
aux mutations du secteur du tourisme.
=> Document disponible sur Tourainfopro.



II. RÉUNIONS DES MEMBRES ET ADMINISTRATEURS DE L'ADT

Deux conseils d'administration ont eu lieu en 2024 :

- **25 mars 2024**
- **6 décembre 2024**

Le Conseil d'administration du 6 décembre 2024 s'est déroulé à Langeais. Il fut suivi d'une visite du château de Langeais, partenaire de l'opération Noël au Pays des Châteaux.

L'assemblée générale ordinaire pour la clôture des comptes de l'année 2023 s'est quant à elle tenue le 25 juin 2024 au Domaine Pierre et Bertrand Couly à Chinon.

III. RESSOURCES HUMAINES

Mouvements de personnels et organisation de travail

Arrivée de **Séverine ROCHELET** en tant que Chargée d'éditions, e-marketing, en remplacement de Yannick DOLEANS qui a pris sa retraite après 26 années à l'ADT.

IV. LA COMMERCIALISATION DES SUPPORTS DE COMMUNICATION

En 2024, cette mission a généré un chiffre d'affaires de 54 000 €. Celui-ci comprend la vente des espaces publicitaires sur la Carte touristique et le Guide pratique 37/41 ainsi que la vente d'espaces sur le site Internet de la destination et la newsletter.
Les tarifs sont inchangés depuis plusieurs années.

V. DÉMARCHE RSE

En accord avec sa stratégie DestinationS 2030, l'agence intègre le développement durable à son fonctionnement et mène une démarche RSE, pilotée en interne. En 2024, diverses actions RSE ont été mises en place, accompagnées de l'élaboration d'un plan d'actions sur trois ans (2025-2028).



Temps forts 2024

JANVIER : Constitution d'un COPIL RSE (4 personnes),
FÉVRIER : Obtention certification RSE par la référente,
MARS :

- Participation au Digital Clean Up Day (suppression
- de 270 500 fichiers numériques),
- Création d'une page LinkedIn pour partager les coulisses de l'ADT,

JUIN : Réaménagement de 2 espaces pour améliorer le confort de l'équipe,
AOÛT : Rédaction d'un guide pratique pour aider à l'intégration de nouveaux collègues,
SEPTEMBRE : Visite de la centrale de tri (Tri Val de Loire) pour sensibiliser aux règles du tri,
DÉCEMBRE : Réalisation d'une journée de convivialité.

Animation RSE auprès des Offices de Tourisme (OT)

APPUI-CONSEIL RSE COLLECTIF

2024 marque la fin d'un appui-conseil collectif d'une durée de 6 mois, ayant permis l'élaboration de plans d'actions et favorisé des échanges collectifs autour de la RSE entre les OT, accompagnés par l'ADT.

EDUCTOUR DES ACTEURS DU TOURISME ENGAGÉS

Le 20 juin, un eductour a été organisé à destination des équipes des OT. Le fil vert était la découverte d'établissements engagés en faveur d'un tourisme responsable et en matière de responsabilité sociétale. 22 participants.

DEMI-JOURNÉE DÉDIÉE À L'ACCESSIBILITÉ

Le 14 novembre, une ½ journée de sensibilisation a été tenue dans un établissement labellisé Tourisme & Handicap. L'objectif était d'identifier les bonnes pratiques d'accueil pour tous, en partenariat avec l'association Valentin HAÜY. 18 participants.
pour sensibiliser aux règles du tri,
Décembre : Réalisation d'une journée de convivialité

INITIATIVES ENGAGÉES EN IMAGES









Touraine
Val de Loire
Ici, vivre est un art

Réalisation : ADT Touraine - Copyright ADT Touraine M. Taffaut / JC Coutand - Léonard de Serres - Touraine Nature A. Lamoureux - Impression CD37