

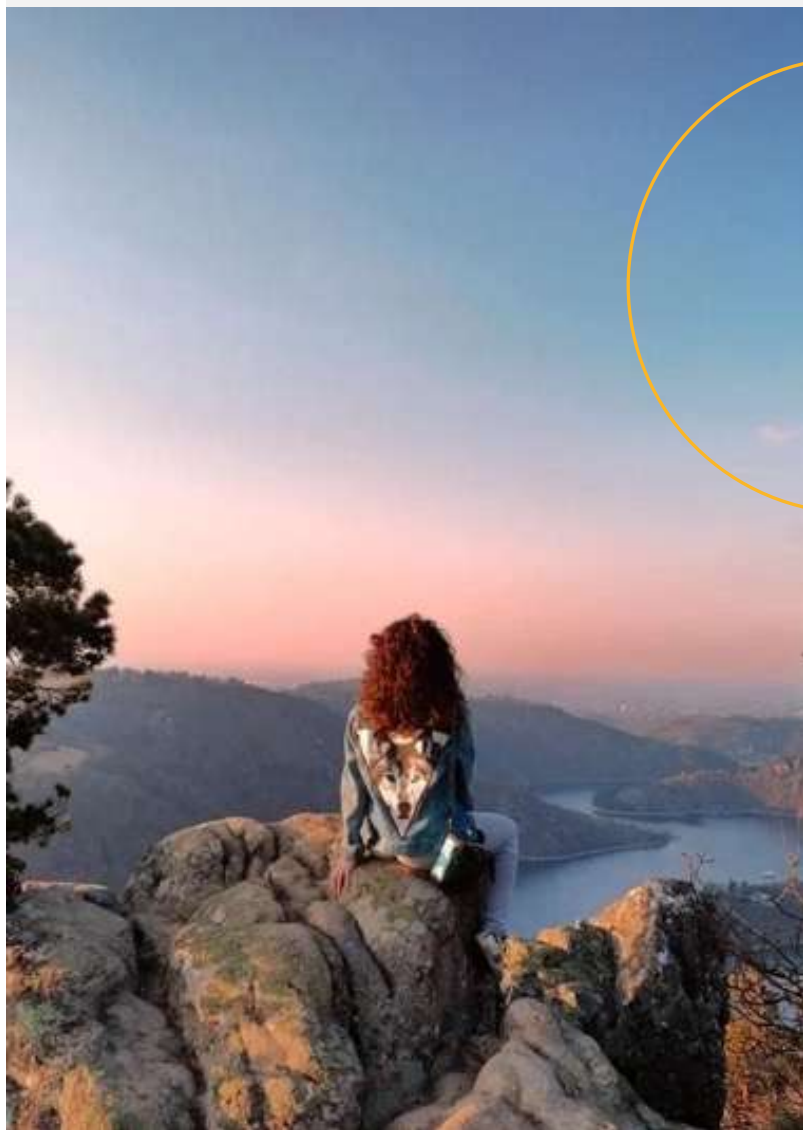


Agence  
de Développement  
Touristique



# Rapport d'activité 2022

Loire Tourisme



# **2023-2027**

## **Vers une nouvelle Stratégie de développement touristique**



# **1. Évaluation de la stratégie 2017-2020**

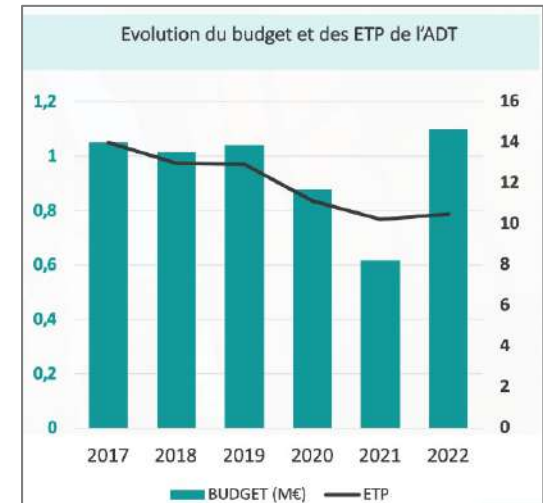
## **OBJECTIFS**

- Dresser le bilan de la stratégie et des actions conduites afin de mesurer son efficacité
- Mobiliser l'ensemble des parties prenantes, afin de faire de cette évaluation un outil de partage de connaissances, d'échanges et de réflexion
- Préparer la structuration de la nouvelle stratégie 2023-2027

## 2. Restitution de l'évaluation de la stratégie 2017-2020

### LES 5 GRANDS ENSEIGNEMENTS

- 1 Des grandes orientations stratégiques adaptées et partagées par les acteurs
- 2 Des actions cohérentes, des réalisations et résultats encourageants
- 3 **Mais** une plus-value de l'action limitée par un contexte mouvant et **un décalage moyens-ambitions**
- 4 Une stratégie peu opérante par manque de priorisation et de véritable déclinaison opérationnelle
- 5 Une transversalité à consolider au sein de l'institution et avec les acteurs territoriaux, pour renforcer l'adhésion et l'impact des actions engagées



## **2. Restitution de l'évaluation de la stratégie 2017-2020**

### **LES DÉFIS À RELEVER**

#### **DIFFÉRENCIATION + MISE EN COHÉRENCE + COOPÉRATION**

- **Le besoin d'une stratégie différenciante** plus ciblée, lisible et partagée dans sa déclinaison opérationnelle et les moyens alloués
- **Des territoires et des professionnels en attente** d'un positionnement du Département et de l'ADT davantage en portage, relais et mise en cohérence des priorités définies localement
- **Le renforcement de la coopération** avec les acteurs territoriaux et de l'articulation des interventions au sein même de l'institution

## **2. Restitution de l'évaluation de la stratégie 2017-2020**

### **LES RECOMMANDATIONS**

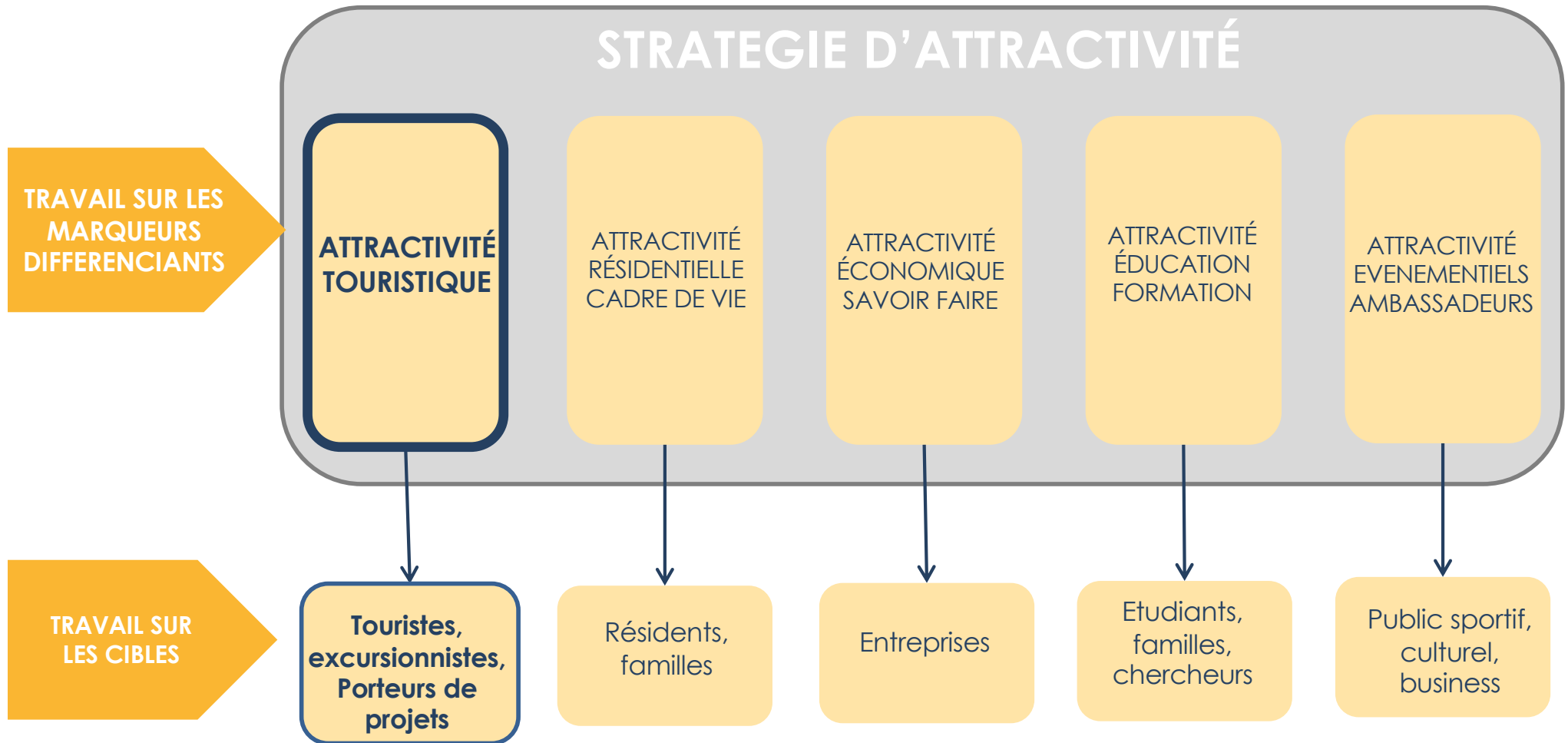
- **Définir un cadre stratégique et opérationnel partagé avec les acteurs**
  - Des études nécessaires pour la redéfinition de la prochaine stratégie
  - Une stratégie + une feuille de route opérationnelle (moyens, répartition des rôles, fiches actions)
- **Organiser une gouvernance plus élargie avec un pilotage renforcé**
  - Un comité technique interne (CD42) dédié au développement touristique
  - Un comité de pilotage (élus du Département et du territoire)
  - un comité technique des territoires (ADT et OT)
  - Un calendrier de la gouvernance de la stratégie

## **2. Restitution de l'évaluation de la stratégie 2017-2020**

### **LES RECOMMANDATIONS**

- **Redéfinir l'offre d'ingénierie territoriale**
  - une force d'ingénierie financière et technique pour les territoires / EPCI
  - un parcours d'accompagnement pour les porteurs de projet (expertises stratégique, technique, financière, qualification et commercialisation)
  - Le déploiement et l'animation des marques/labels au regard d'une hiérarchisation des enjeux
  - Une communication pour faire connaître les actions départementales et celles de l'ADT
- **Renforcer et transformer l'observation touristique**
  - Passer de l'évaluation de la fréquentation à une analyse des retombées économiques, des profils de clientèles et des impacts des actions
  - Renforcer les fonctions d'appui aux territoires et professionnels
  - Se donner les moyens nécessaires à cette transformation (humains et financiers)

### 3. Périmètre de la nouvelle stratégie du Département de la Loire



une stratégie de développement touristique qui s'inscrit dans une démarche d'attractivité plus globale



## 4. Les premiers pas pour co-construire une stratégie partagée

12 octobre 2022

1<sup>ère</sup> journée de travail constructive pour l'ADT et les offices de tourisme

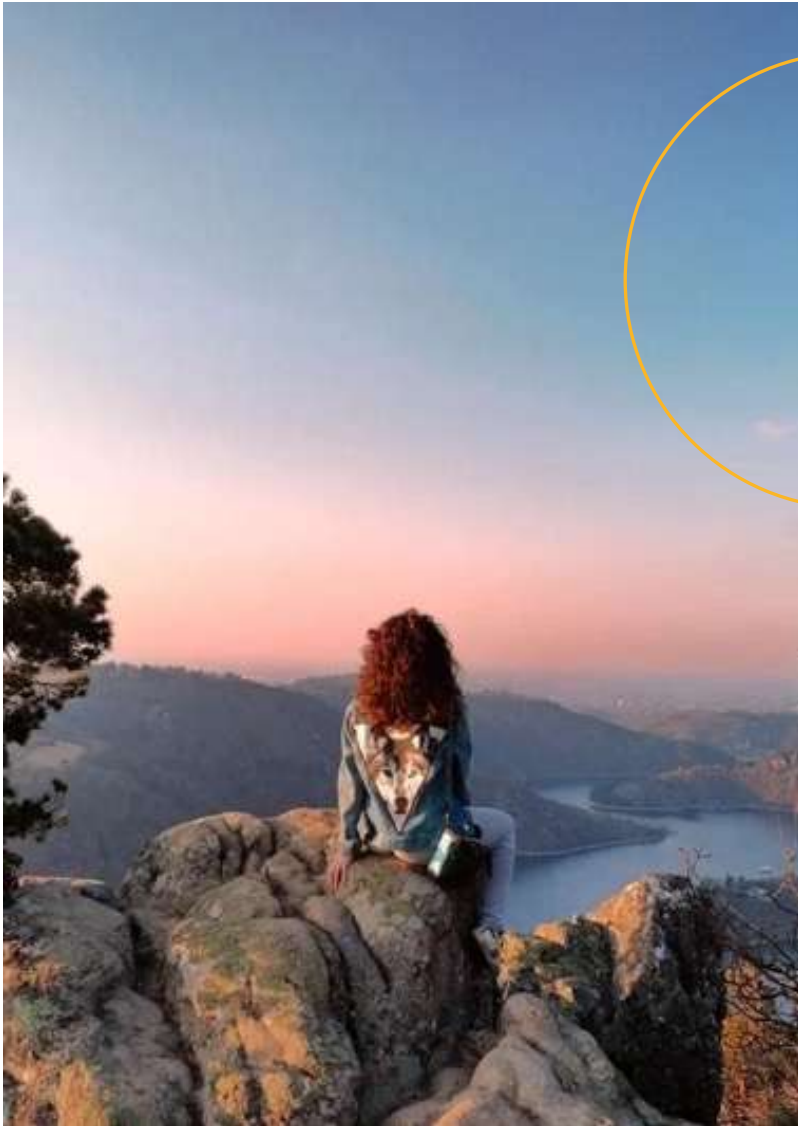
- pour contribuer à l'élaboration de la stratégie départementale
- pour identifier des pistes de collaboration dès 2023



Agence  
de Développement  
Touristique

**Loire**  
LE DÉPARTEMENT





# **Observatoire, qualification de l'offre & animation de réseaux**



# Observatoire

Suivi et analyse de l'offre, de la fréquentation et des profils des clientèles touristiques du département pour accompagner le développement des stratégies au niveau des territoires et des porteurs de projets et mieux piloter nos actions.



- **Enquête de fréquentation globale** à partir de la téléphonie mobile couplé avec l'abonnement à l'outil de Datavisualisation VisitData pour faciliter le traitement des données.  
NOUVEAUTÉ 2022 : convention de partenariat proposée aux Offices du tourisme pour qu'ils accèdent aux données de leur territoire via l'outil VisitData.  
En 2022, **3 Offices de tourisme ont signé la convention** : l'OT Pilat et l'OT Saint Etienne Métropole et l'OT Loire Forez.
- **Enquête de conjoncture estivale** en partenariat avec l'Agence Régionale de Tourisme
- **Enquête Hôtellerie et Hôtellerie de plein air** avec l'INSEE.
- **Étude / profil des clientèles françaises** : Acquisition des données de l'enquête national « Suivi de la Demande Touristique » 2021 : profil des clientèles françaises.
- Sortie du **Cahier de l'Observation n°31** avec les chiffres du tourisme 202

# Qualification de l'offre & Animation de réseaux

Loire Tourisme se positionne à différents niveaux

- Pilote
- Evalueur
- Contributeur
- Animateur
- Coordinateur/facilitateur







# Tourisme & Handicap



**Objectif** : Déployer et qualifier l'offre touristique du département afin d'apporter une information fiable et objective sur l'accessibilité des sites et équipements touristiques en tenant compte des 4 familles de handicap (auditif, mental, moteur, visuel).

## 2022

- **55 prestataires** labellisés T&H
- **Publicité dans le Guide S'Handistinction 2022** Guide gratuit diffusé à 150 000 exemplaires sur la région AURA.
- **Trophées du tourisme accessible** : Le Château de la Roche a été nommé dans la catégorie "Lieux de visite".





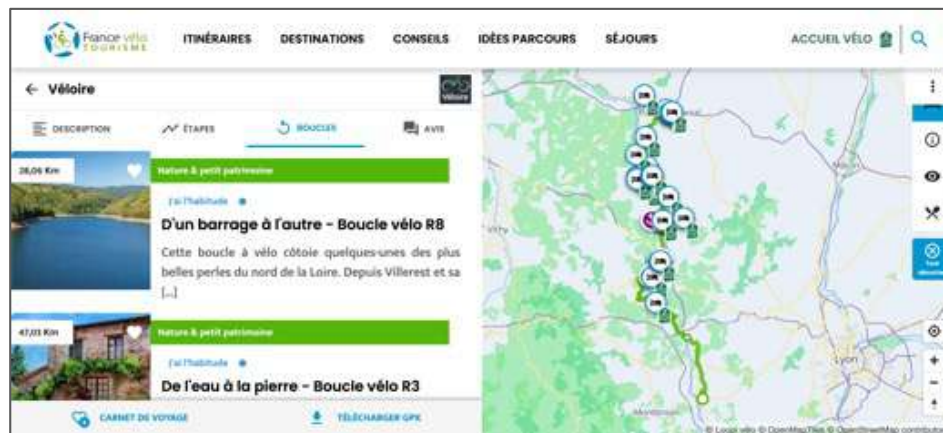
# Accueil Vélo



**Objectif** : Développer une offre touristique qualifiée à l'échelle de la Loire, le long de la Véloire, de la Via Rhôna, de la Via Fluvia et des boucles vélo inscrites au schéma départemental des véloroutes voies vertes.

Rôle de l'ADT :

- Conseils et accompagnements des prestataires pour l'obtention de la marque "Accueil Vélo" selon les référentiels de la marque nationale propres à chaque catégorie.
- Promotion du cyclotourisme dans la Loire



**2022**

**29 prestataires** labellisés « Accueil Vélo »

**4 boucles** jalonnées sur Forez-Est

**Carte de la véloire** et des 12 boucles

Itinéraires disponibles sur [www.loirestory.com](http://www.loirestory.com) et [www.francevelotourisme.com](http://www.francevelotourisme.com)







# Vignobles & découvertes



## Objectifs

- Faire du Fascinant Week-End la 1ère grande fête nationale de l'oenotourisme en France.
- Accueillir les visiteurs dans les 9 régions viticoles majeures pour de véritables journées nationales axées sur l'oenotourisme.
- Faire connaître le Label Vignobles & Découvertes

**60** prestataires

« Vignobles & Découvertes »

**2<sup>ème</sup>** participation de la destination « Forez, Roannais aux racines de la Loire » à l'événement national « **Le fascinant week-end** ».

**1061 visiteurs** ont été accueillis sur l'ensemble de la manifestation Fascinant Week-End (soit + 6% par rapport à 2021)

Création d'une « **Route des vins** »

**2022** : définition d'un itinéraire sur le Roannais.

**2023** : prolongement de l'itinéraire sur le Forez.





# « Villages de Caractère » en Loire

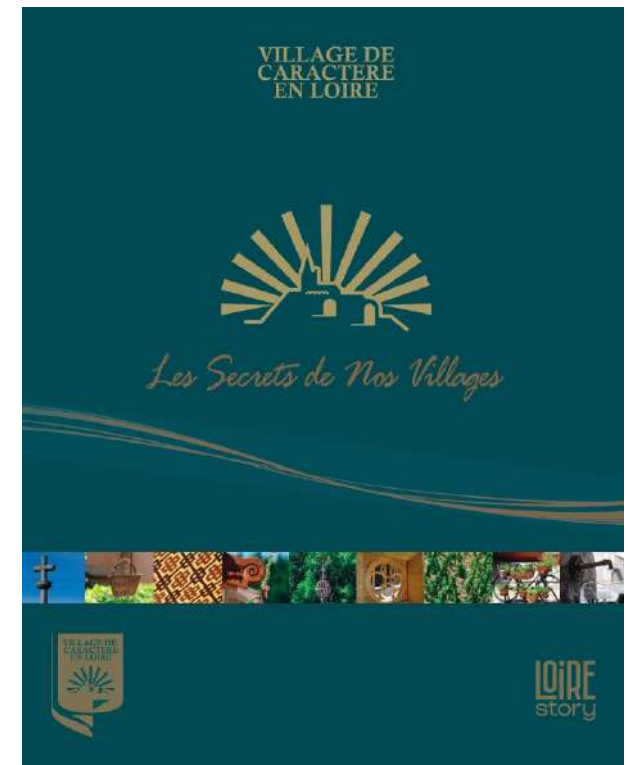


## Objectifs

- Promouvoir les Villages de Caractère de la Loire à travers une brochure qui regroupe l'ensemble des villages, le site Loire story et la page facebook des villages de caractère.
- Créer des parcours ludiques dans chaque village via l'application Baludik

## 2022 - 20 ans du label

- **12** Villages de caractère en Loire
- **7 800** abonnés à la page Facebook
- Baludik : **9** parcours ludiques et **2 000** téléchargements de l'app.
- 5ème édition de la brochure "Les Secrets de Nos Villages"  
- **15 000** exemplaires.
- Impression à **10 000 flyers** d'un 4 pages sur les événements de l'été.
- **16 jeunes** recrutés et formés t pour assurer l'accueil dans les Points info des villages de caractère







# Villes & villages fleuris



**Objectif** : Animer le réseau départemental fleurissement et cadre de vie dans l'objectif de concourir à l'attractivité du Département

## Rôle de l'ADT :

- Accompagnement des communes vers l'obtention du label Villes et Villages Fleuris.
- Organisation de la campagne "Fleurissement et cadre de vie" et animation du Comité de fleurissement qui conseille, accompagne et présente les communes au jury régional.



## 2022

- **126** communes engagées dans la démarche
- **174** particuliers inscrits au concours
- **33** communes distinguées
- **45** communes labellisées dans la Loire.



# Accompagnement à la commercialisation



1 place de marché

+ des outils adaptés à chaque activité

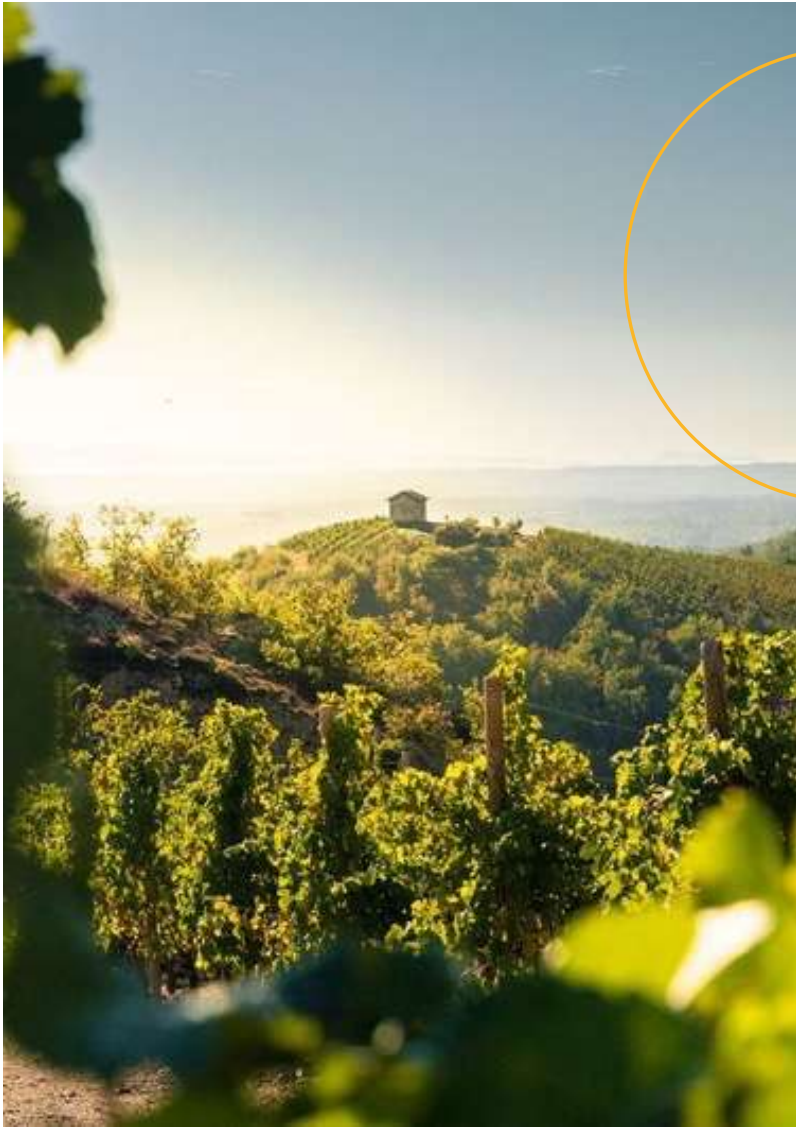
= plus de **500** offres réservables en ligne

**525 000€** de chiffre d'affaires en 2022

**413 000€** générés en direct

par les prestataires





## **Supports & actions de promotion**





# Le Magazine LOIRE STORY

Édition d'un nouveau Magazine Loire Story, destiné au grand public et dans lequel « La Loire se raconte » et se met en valeur.

**Tirage** : 30 000 exemplaires

**Diffusion** : Offices de tourisme, sites patrimoniaux et d'activités de loisirs, hôtels, gîtes, salons.

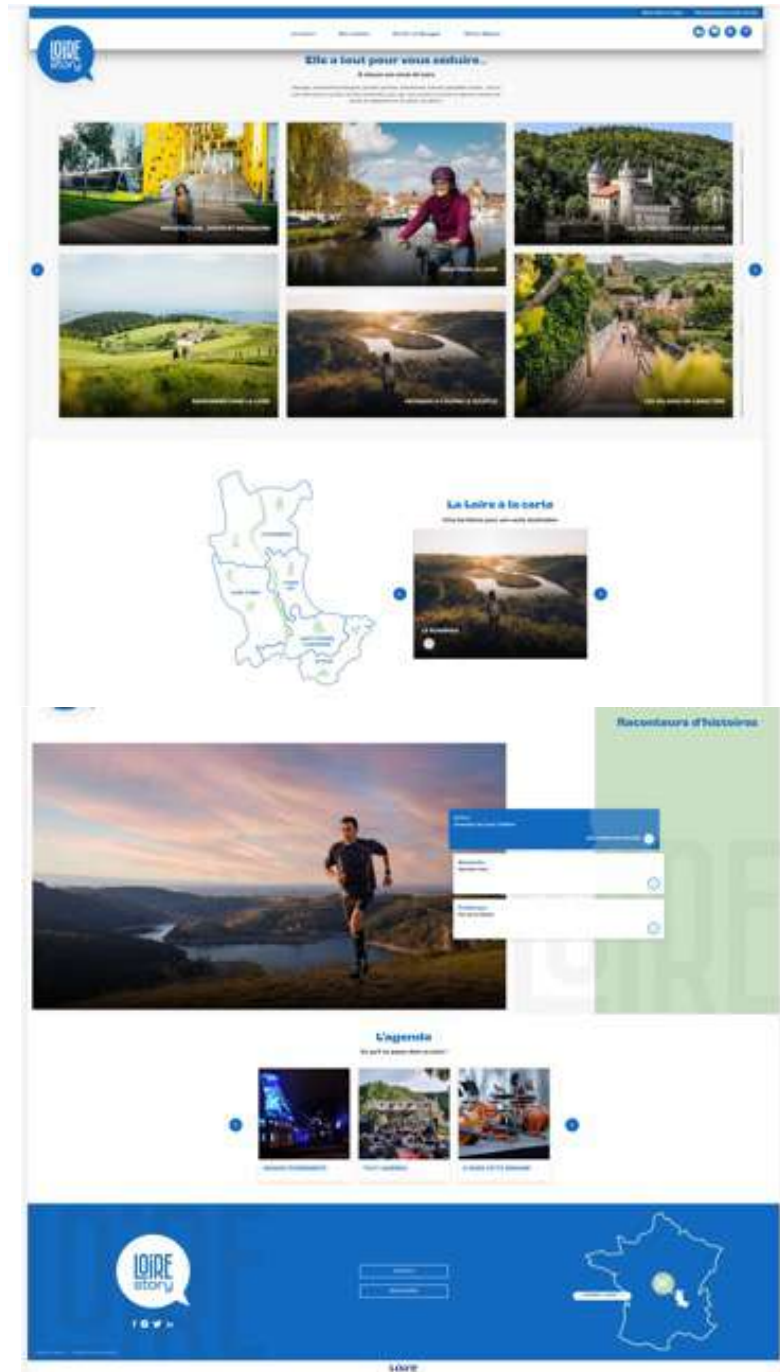
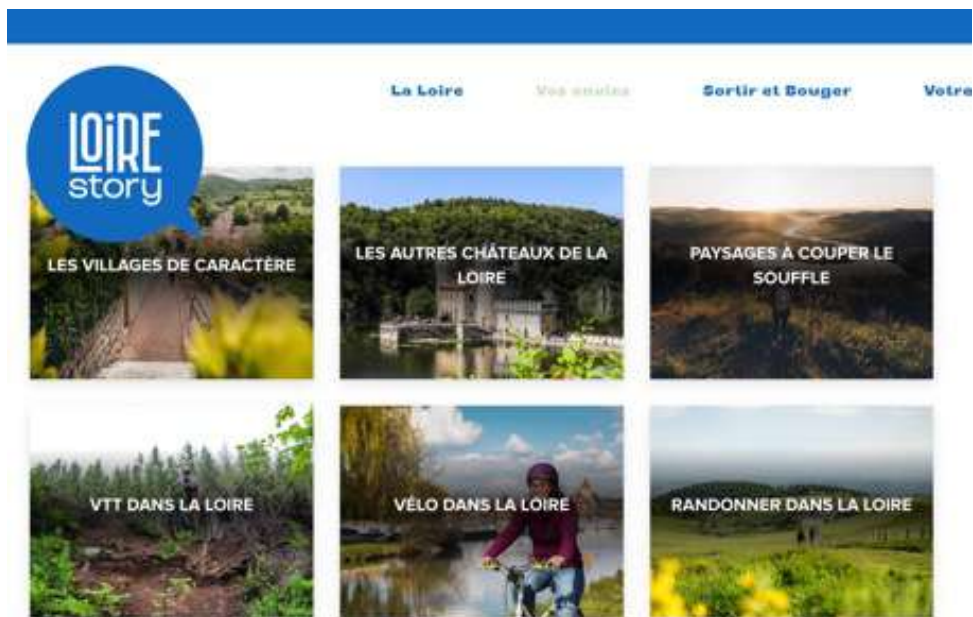


# Mise en ligne du nouveau site internet LOIRE STORY

**Objectif :** attirer de nouveaux visiteurs grâce à des incontournables et expériences touristiques visuellement attrayantes pour ensuite les rediriger progressivement vers des offres réservables en ligne directement sur le site ou sur les sites partenaires

[www.loirestory.com](http://www.loirestory.com)

176 000 visiteurs uniques en 2022

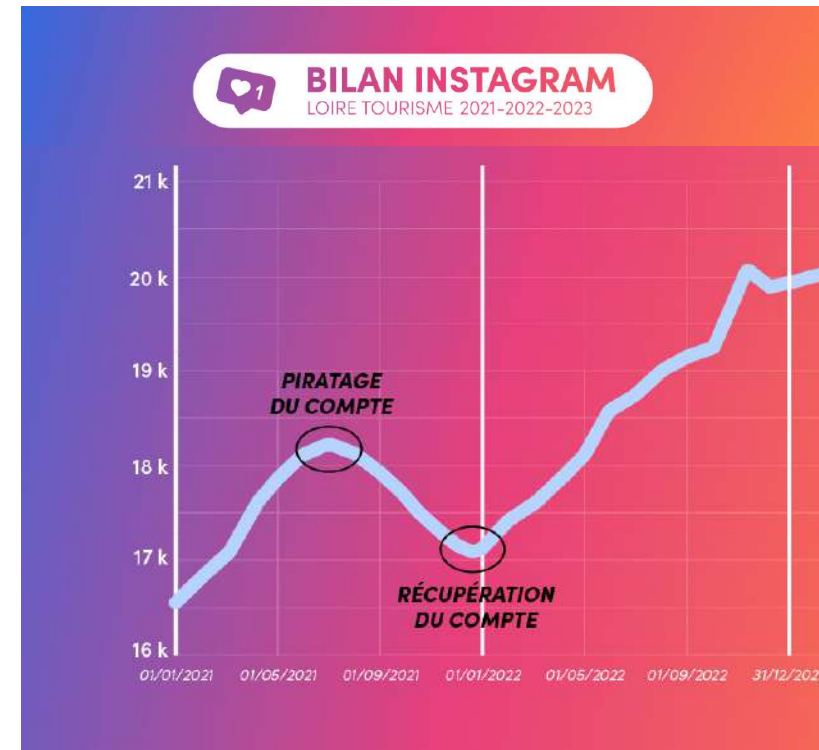


# Stratégie d'influence

## Sur les réseaux sociaux

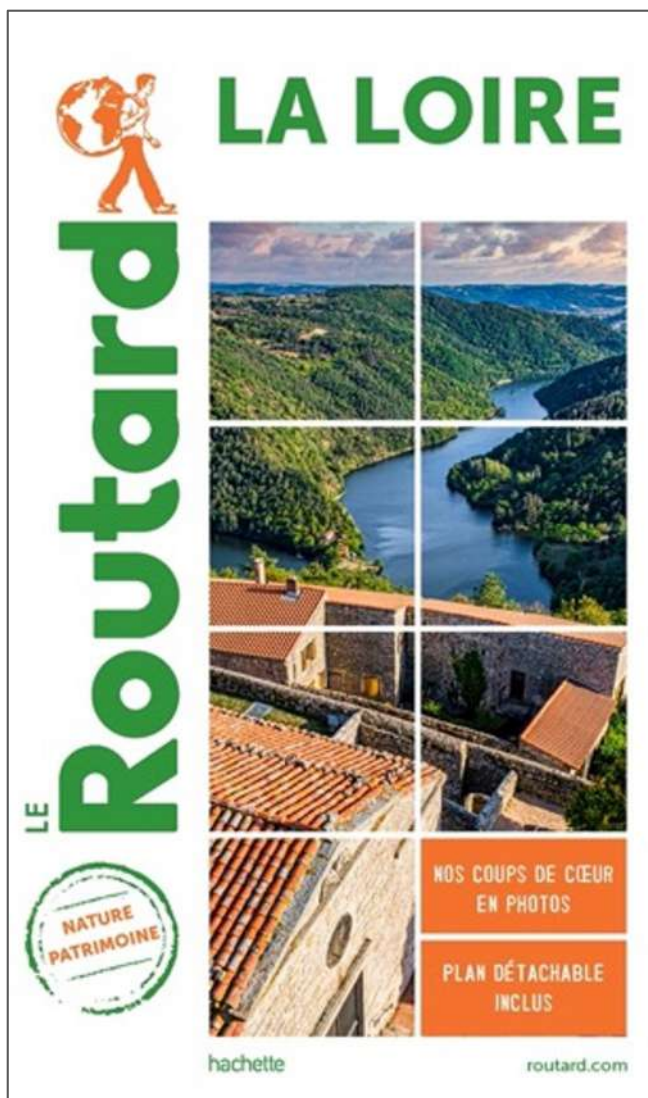
**Objectif** : améliorer la notoriété et l'attractivité touristique de la Loire.

- **3** posts par semaine sur facebook et instagram
- **43 467 fans** sur facebook
- **19889 abonnés** sur instagram





# Lancement du 1<sup>er</sup> guide du Routard de la Loire



- **160** pages
- **12 000** exemplaires
- + **4 000** exemplaires fin août 2022
- Guide référencé au catalogue national Hachette Tourisme et dans les réseaux et points de vente des guides de voyage en France, Belgique et Suisse soit 4000 points de vente potentiels.



# Plan Média LOIRE STORY



Une campagne de communication régionale ambitieuse pour promouvoir la sortie du guide et la destination Loire :

- Affichage bus, métros
- Radios
- Réseaux sociaux
- Presse écrite, suppléments été
- TV : Parrainage de la météo de France 3 du 4 au 31 juillet à 20h10.

Cette campagne a permis de toucher **44% des individus âgés de 35 ans et plus** sur la zone de diffusion, à savoir les départements : dans l'Ain, de la Drôme, de l'Ardèche, de la Loire et du Rhône,

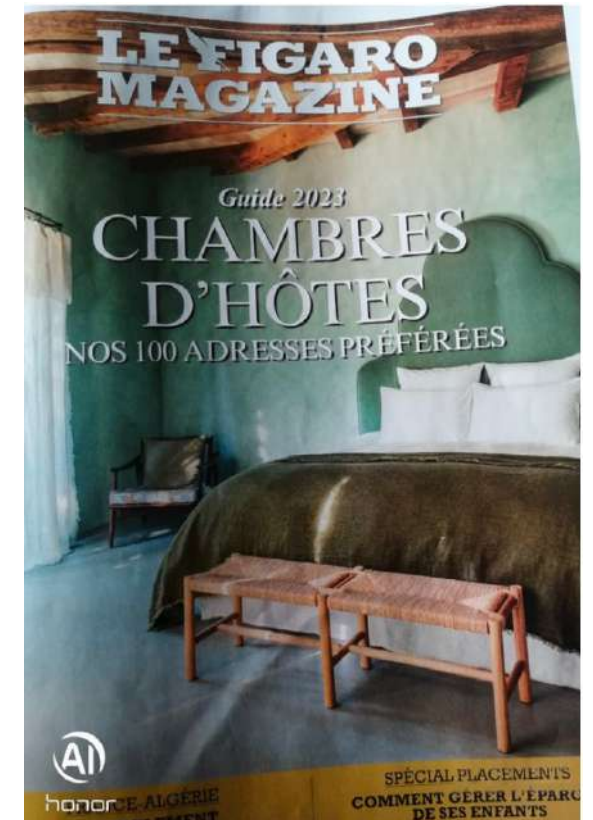


# Relations Presse & blogueurs

## On parle de nous... LA PRESSE

Notre objectif : reconquérir la presse tourisme et faire parler de nous dans des supports en phase avec notre positionnement.

- Réalisation d'un **dossier de presse** "LES ESSENTIELS 2022"
- **2 Workshops presse** à Paris et à Bruxelles
- **1** Communiqué de presse sur les nouveautés 2022
- **6** accueils presse :
  - Le Figaro Magazine pour sélection chambres d'hôtes
  - Magazine Racines sur les Vignobles Roannais et Forez
  - France Revisited, support dédié aux américains vivant en France.
  - Détour en France – Sujet spécifique autour de Roanne et les sites de pleine nature à proximité de Lyon : randonnée en trottinette électrique dans le Pilat – Publication prévue automne 2023
  - Accueil presse en partenariat avec Auvergne Rhône-Alpes Tourisme sur le thème culture et art de vivre : 5 journalistes multinationaux présents sur 2 jours, découverte du Pilat, Saint-Etienne, le site le Corbusier.
  - Pleine VIE – Article sur les plus beaux villages de France et sur le Site le Corbusier





# Relations Presse & blogueurs

## On parle de nous... Blogueurs, influenceurs

Développer la visibilité de la destination Loire sur le web et les réseaux sociaux en accueillant des blogueurs et influenceurs sur nos thématiques phares.

### 4 accueils blogueurs :

- Un monde à vélo sur la Véloire
- Cash Pistache sur Saint-Etienne et ses environs
- Melle Bon Plan sur la thématique food, patrimoine culture et escapade week-end – Roannais
- Les petits dromois



### 1 Instameet sur le Fascinant week-end côté Pilat rhodanien







# Salon du randonneur à LYON

## Lancement topoguide GR7

### Objectif :

- Fédérer nos partenaires sur ce salon
- Promouvoir l'offre départementale : randonnée pédestre et cyclotourisme
- Promouvoir et faire connaître la Véloire et les boucles cyclables du Forez et du Roannais
- Renforcer l'attractivité de la Loire

2022

- 2 Offices de tourisme présents sur le stand Loire
- 13 438 visiteurs



Loire Tourisme

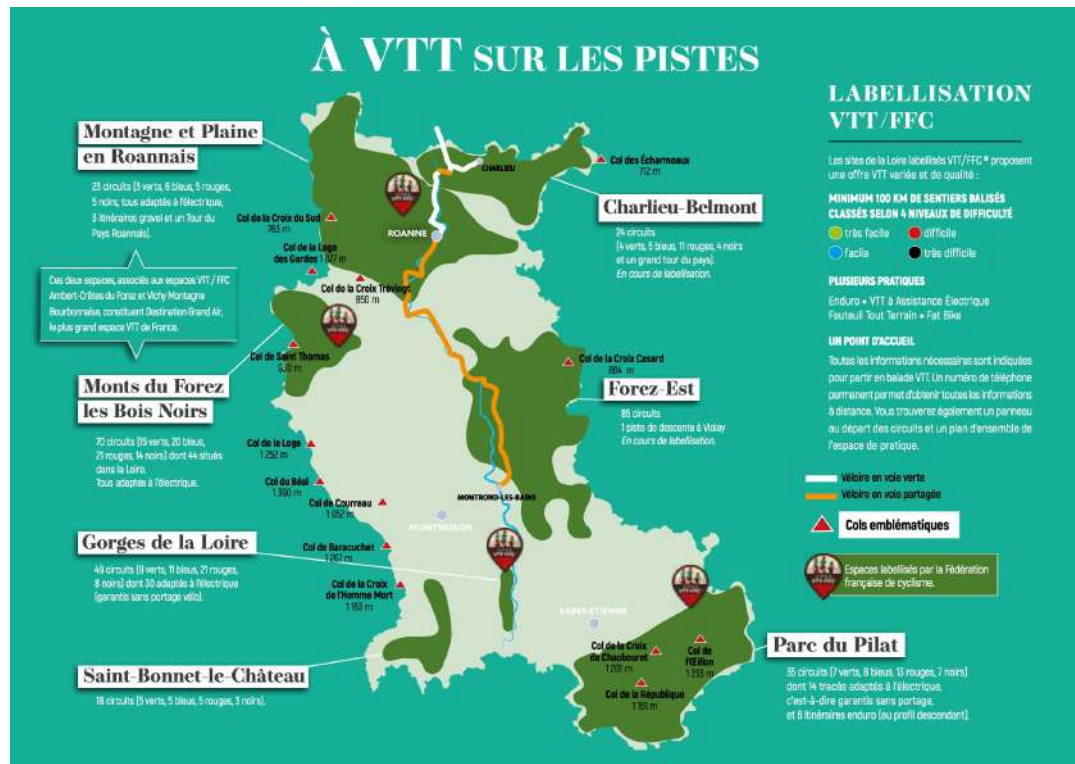
Agence de Développement Touristique

# Roc d'Azur à Fréjus

## 7-9 octobre 2022

**Objectif** : valoriser l'offre VTT vient nourrir l'image pleine nature de la Loire et s'inscrit parfaitement dans la stratégie de promotion des activités de pleine nature pilotée par l'ADT.

Promotion des espaces VTT de la Loire et de la « Destination Grand Air », plus grand espace VTT d'Europe.



2022

20 000 visiteurs





# Rapport financier

**Clôture & bilan  
Arrêté des comptes 2022**

1



**Comptes annuels 2022**  
**Le compte de résultat**



# *1* Faits marquants

- L'augmentation des financements accordés notamment pour la réalisation d'actions de communication et d'édition
- La sortie du premier guide du Routard de la Loire édité à 12 000 exemplaires qui a déjà fait l'objet d'une réédition,
- Une campagne de communication régionale ambitieuse pour promouvoir la sortie du guide et la destination Loire avec notamment une communication en télé avec le Parrainage de la météo de France 3 pendant tout le mois de juillet,
- La mise en ligne du nouveau site internet LOIRE STORY



# *1* Faits marquants

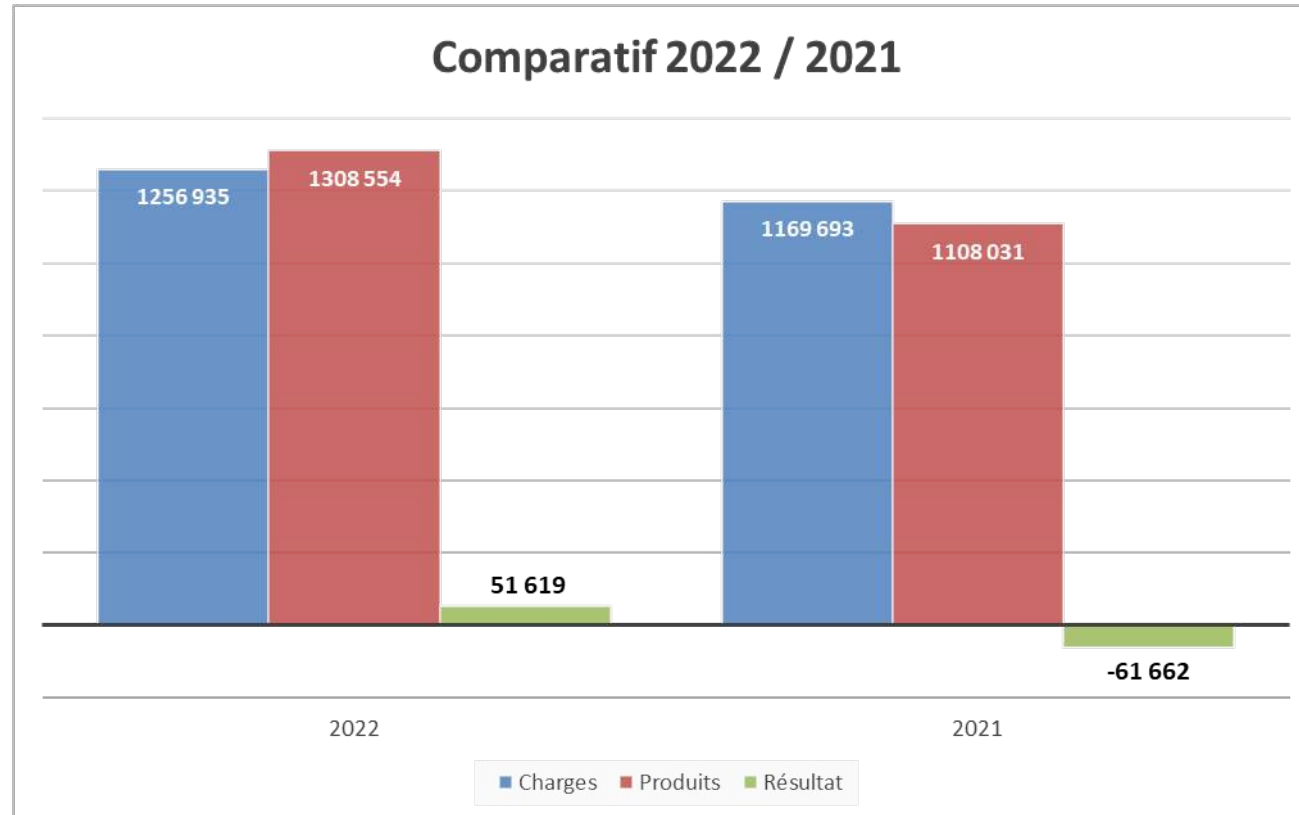
Comptablement, l'année 2022 est excédentaire de 51 K€.

Elle se caractérise par :

- Des mouvements de personnel dont un changement de direction
- La correcte valorisation des passifs sociaux : CET et comptabilisation dans les comptes des engagements de retraite pour couvrir les prochains départs
- La mise en œuvre de la dissolution de LOIRE RESERVATION
- l'association s'est dotée de son propre système d'information et de son propre matériel informatique



# 1 Comptes annuels 2022



# 1 Comptes annuels 2022

Compte de résultat	31/12/2022	31/12/2021	Variation
Chiffre d'affaires	69	33	36
Cotisations			
Subventions	1 222	1 063	159
Autres produits	17	12	5
<i>Sous-total produits d'exploitation</i>	<i>1 308</i>	<i>1 108</i>	<i>200</i>
Autres achats et charges externes	659	564	95
Impôts et taxes	21	20	1
Charges de personnel	561	571	-10
Dotations aux amortissements	8	8	-1
Autres charges	3	3	-1
<i>Sous-total charges d'exploitation</i>	<i>1 252</i>	<i>1 167</i>	<i>85</i>
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>56</b>	<b>-59</b>	<b>116</b>
Résultat financier	1		
Résultat exceptionnel	-5	-2	-3
<b>Résultat net</b>	<b>52</b>	<b>-62</b>	<b>113</b>



# 1 Comptes annuels 2022

Compte de résultat	31/12/2022	31/12/2021	Variation
Chiffre d'affaires	69	33	36
Cotisations			
Subventions	1 222	1 063	159
Autres produits	17	12	5
<i>Sous-total produits d'exploitation</i>	<i>1 308</i>	<i>1 108</i>	<i>200</i>

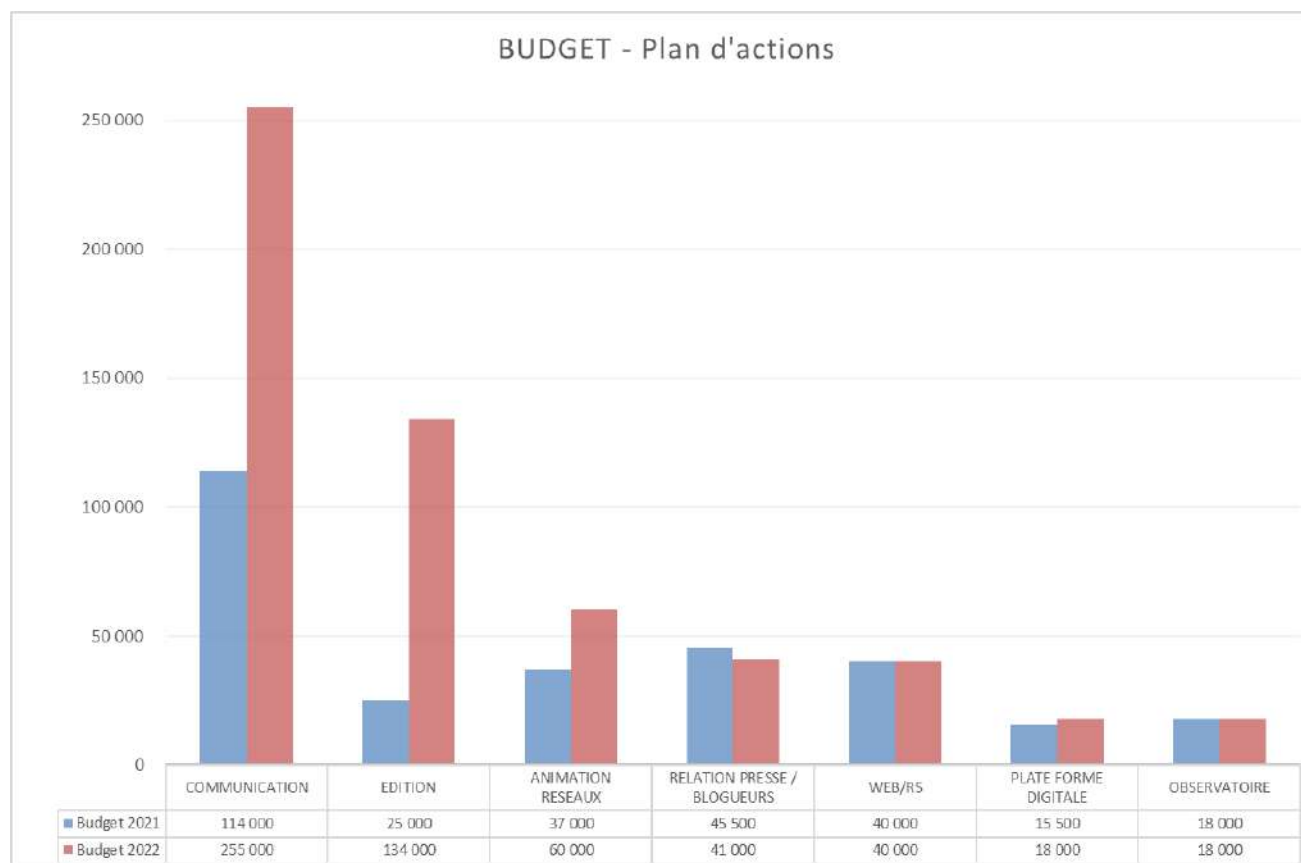
**Loire**  
LE DÉPARTEMENT

**SÉM**

**La Région**  
Auvergne-Rhône-Alpes

	31/12/2022	31/12/2021	Variation
CD42- Département de la Loire	1 085,0	581,9	503,1
CD42- Eté Jeune	7,5	7,5	0,0
CD42- Swin Run	9,0	15,0	-6,0
CD42- Relance Eté	0,0	100,0	-100,0
CD42- Team Sport Nature	0,0	20,0	-20,0
<b>Sous Total CD42</b>	<b>1 101,5</b>	<b>724,4</b>	<b>377,1</b>
SEM	115,0	318,1	-203,1
CR - Oenotourisme	0,0	15,0	-15,0
Mécénat Crédit Agricole Fleurissement	5,0	5,0	0,0
<b>Subventions</b>	<b>1 221,5</b>	<b>1 062,5</b>	<b>159,0</b>

# 1 Comptes annuels 2022



# 1 Comptes annuels 2022

Compte de résultat	31/12/2022	31/12/2021	Variation
Autres achats et charges externes	659	595	64
Impôts et taxes	21	20	1
Charges de personnel	561	571	-10
Dotations aux amortissements	8	8	-1
Autres charges	3	3	-1
<i>Sous-total charges d'exploitation</i>	<i>1 252</i>	<i>1 198</i>	<i>54</i>
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>56</b>	<b>-59</b>	<b>116</b>

	31/12/2022
Charges de fonctionnement	98
Réalizations d'actions	562
<i>Autres achats et charges externes</i>	<i>659</i>

*Loyers immobiliers et mobiliers*

*Honoraires*

*Carburants*

*Assurances*

*Frais postaux*

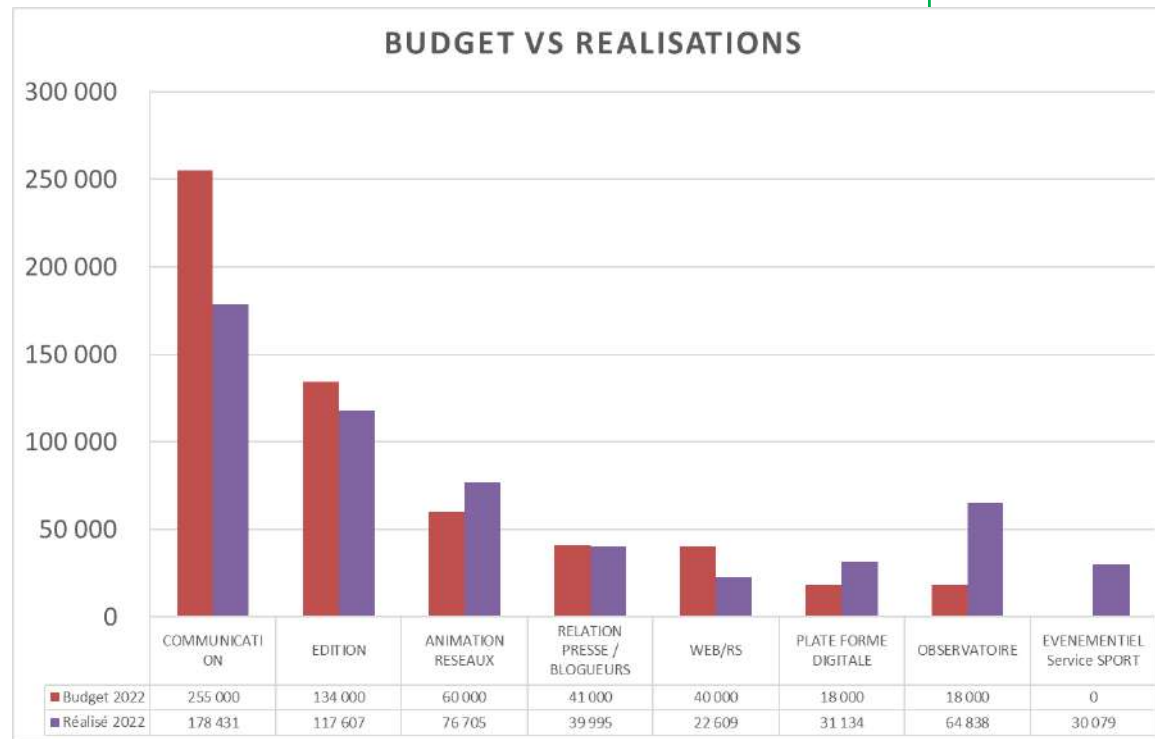
*Affranchissements*

*Frais bancaires*

# 1 Comptes annuels 2022



	31/12/2022
Charges de fonctionnement	98
Réalisations d'actions	562
Autres achats et charges externes	659



# 1 Comptes annuels 2022



Compte de résultat	31/12/2022	31/12/2021	Variation
Autres achats et charges externes	659	595	64
Impôts et taxes	21	20	1
Charges de personnel	561	571	-10
Dotations aux amortissements	8	8	-1
Autres charges	3	3	-1
<b>Sous-total charges d'exploitation</b>	<b>1 252</b>	<b>1 198</b>	<b>54</b>
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>56</b>	<b>-59</b>	<b>116</b>

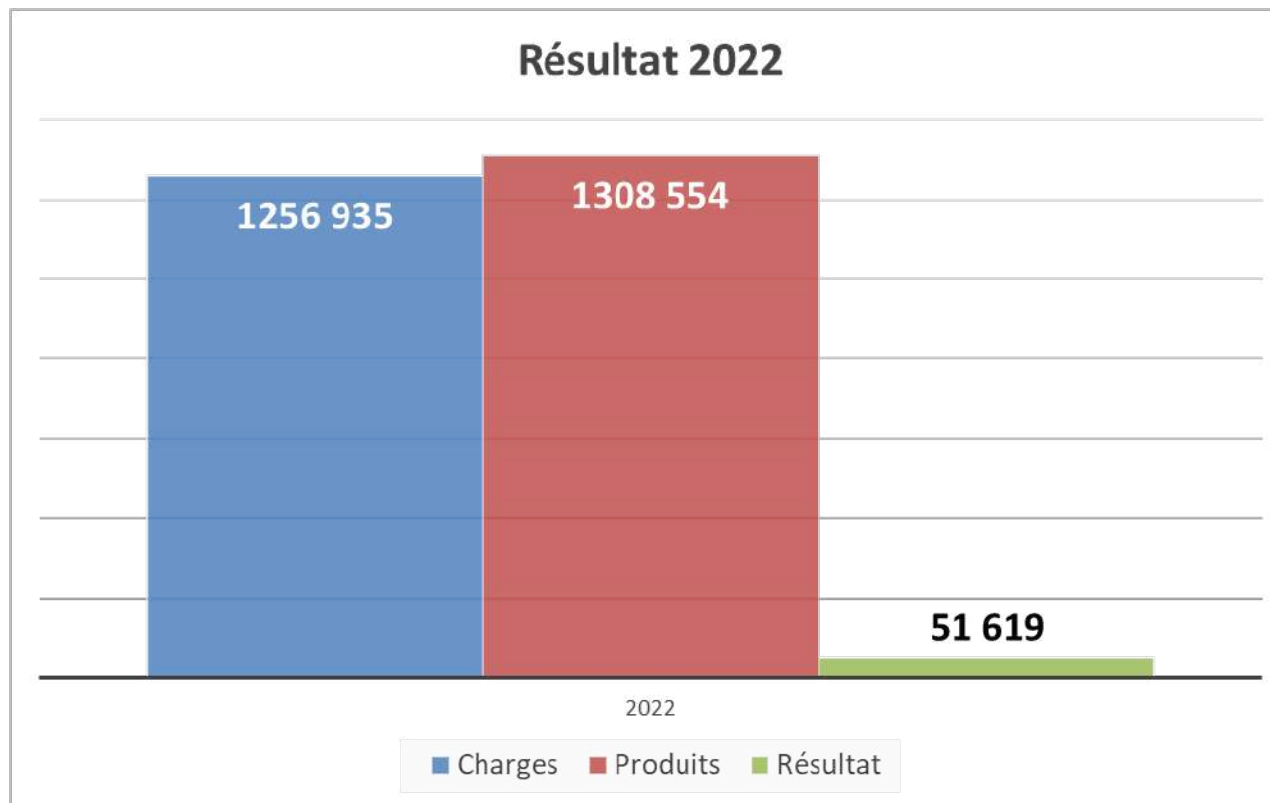
Par rapport à l'exercice 2021, les effectifs ont connu :

- Les arrivées de Mme COLLIN et Mme BASSET
- Les départs de M. GIBERT, de Mme DURAND et de Mme CHARLEMAGNE

Sur l'exercice précédent, nous avons de coûts de rupture de contrat de travail pour 58 K€. En atténuation cette année, on enregistre le retour de Mme Grange (absente sur une partie de l'année 2021).

Compte tenu des économies budgétaires, il a été valorisé l'engagement au titre des CET qui n'étaient pas inscrits en comptabilité pour 39 K€.

# *1* Comptes annuels 2022



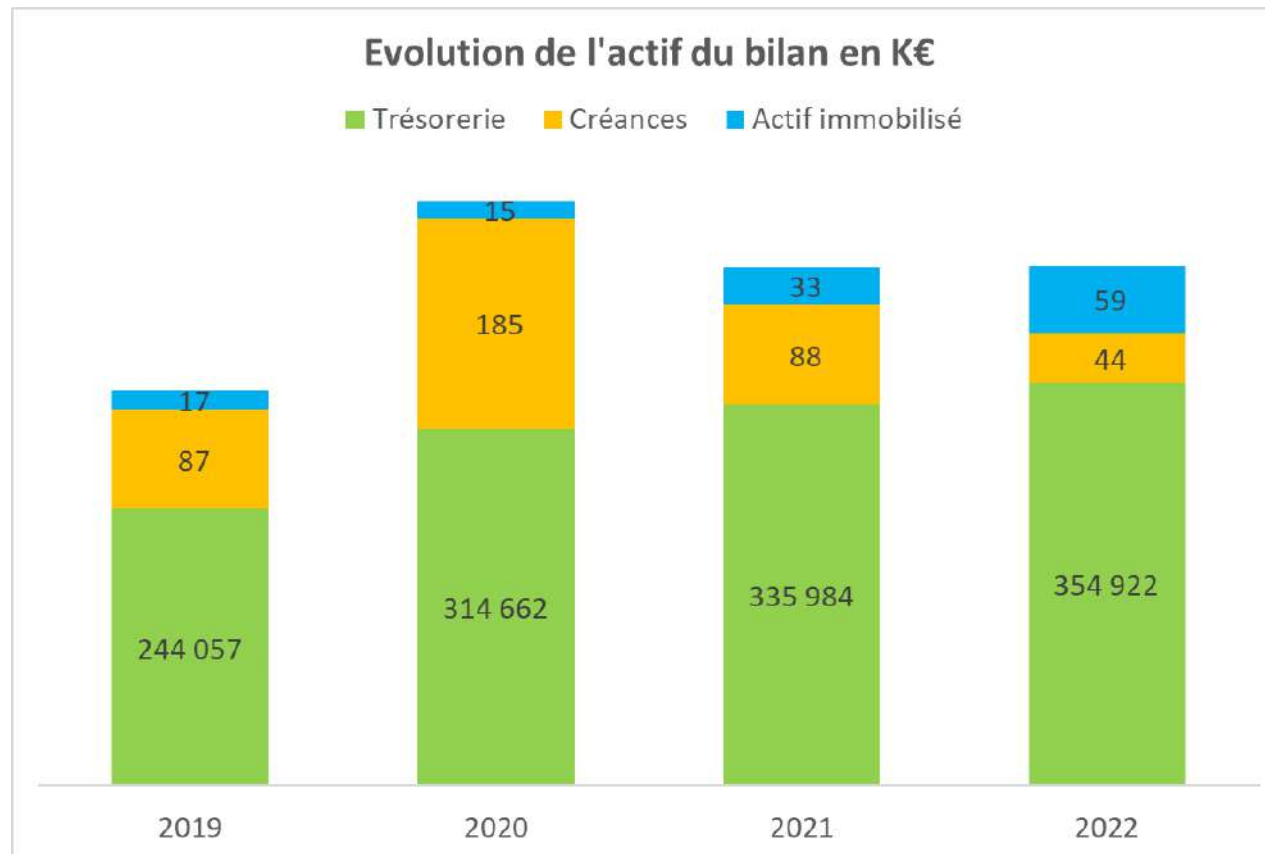


2.

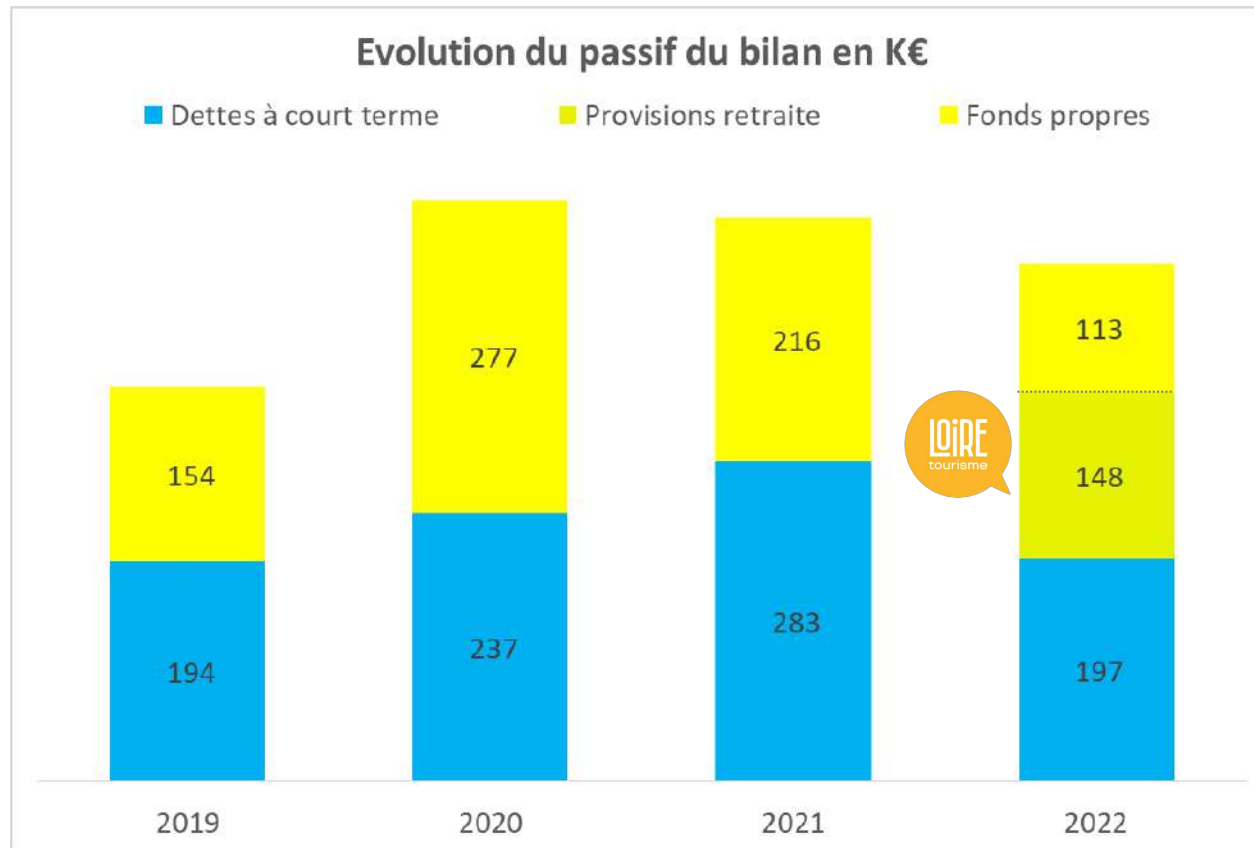
**Comptes annuels 2022**  
**Le bilan**



# 2 Comptes annuels 2022



# 2 Comptes annuels 2022



3.



**Affectation du résultat**



# 3 Affectation du résultat

Le résultat de l'exercice s'élève à 51 616,77 €

Affectation au compte Report à Nouveau





Agence  
de Développement  
Touristique



Inscription à la lettre d'information  
du tourisme dans la Loire

