



**LOIRE**  
TOURISME

Agence de  
Développement  
Touristique

# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2024

12 septembre 2024

# OBJECTIFS DU PLAN D'ACTION 2024

- **Poursuivre la qualification de l'offre touristique sur les filières prioritaires et accompagner les prestataires**
  - Améliorer la qualité de l'offre
  - Assurer l'animation des réseaux de prestataires
  - **Accompagner le développement des hébergements**
  - Promouvoir les offres phares
- **Faciliter l'accès à l'offre et la réservation en ligne**
  - Design de produits/expérience (idées séjours)
  - Mise en place d'un dispositif numérique performant pour capter, séduire et faciliter le passage à l'acte.
  - Accompagnement des prestataires dans la mise en marché de leur offre
- **Construire et nourrir le positionnement « slow tourisme » de la Loire**
- **Renforcer la visibilité et l'attractivité de la Loire et de ses destinations sur les marchés prioritaires**
- **Fédérer les acteurs du tourisme de la Loire et notamment les Offices de Tourisme**
  - Autour de projets structurants
  - En développant des outils communs
  - Autour d'actions de promotion mutualisées



# ÉTAT PROVISOIRE DES DÉPENSES

- 83% du budget prévisionnel de Loire Tourisme a été engagé au 12 septembre 2024.
- Le plan d'actions 2024 sera exécuté dans sa totalité d'ici la fin de l'année.

| CHARGES                                      | PRÉVISIONNEL AU<br>15/01/2024 | ENGAGÉ AU<br>12/09/2024 |
|--|-------------------------------|-------------------------|
| <b>TOTAL</b>                                 | <b>1 512 000 €</b>            | <b>1 258 168 €</b>      |
| <b>FONCTIONNEMENT DE LA STRUCTURE</b>        | <b>807 000 €</b>              | <b>572 280 €</b>        |
| CHARGES DE PERSONNEL                         | 712 000 €                     | 490 000 €               |
| FRAIS GÉNÉRAUX                               | 80 000 €                      | 60 000 €                |
| SYSTÈME INFORMATION                          | 15 000 €                      | 22 280 €                |
| <b>PLAN D' ACTIONS</b>                       | <b>705 000 €</b>              | <b>685 887 €</b>        |
| <b>ETUDES &amp; ACC. ACTEURS TOURISME</b>    | <b>121 500 €</b>              | <b>110 605 €</b>        |
| STRATÉGIE & OBSERVATION                      | 81 500 €                      | 67 479 €                |
| INFORMATION TOURISTIQUE - APIDAE             | 13 000 €                      | 15 491 €                |
| COMMERCIALISATION - Open Expérience          | 18 000 €                      | 18 301 €                |
| COMMUNICATION PROFESSIONNELS                 | 9 000 €                       | 9 334 €                 |
| <b>DÉVELOPPEMENT &amp; ANIMATION RÉSEAUX</b> | <b>41 000 €</b>               | <b>39 726 €</b>         |
| <b>PROMOTION</b>                             | <b>542 500 €</b>              | <b>535 556 €</b>        |
| CAMPAGNES DE COMMUNICATION                   | 337 500 €                     | 309 205 €               |
| RELATIONS PRESSE & BLOGUEURS                 | 30 000 €                      | 39 933 €                |
| STRATÉGIE DIGITALE (WEB & RS)                | 36 000 €                      | 24 377 €                |
| CONQUÊTE CLIENTÈLES AFFINITAIRES             | 89 000 €                      | 118 840 €               |
| SUPPORTS DE COM (EDITIONS, PHOTOS..)         | 30 000 €                      | 20 432 €                |
| PROMOTION MARCHÉS ÉTRANGERS                  | 20 000 €                      | 22 770 €                |

# RAPPORT D'ACTIVITÉS 2024

## SOMMAIRE

### 1/ ÉTUDES & DATA

1.1 Observatoire du tourisme dans la Loire

1.2 Etudes :

- Parcours d'achat des clientèles en situation de handicap.
- Observatoire du vélo en AURA et dans la Loire.

### 2/ ACCOMPAGNEMENT DES ACTEURS PUBLICS ET PRIVÉS

2.1 Filières prioritaires : Développement, qualification de l'offre & animation de réseaux

2.2 Développement des hébergements touristiques

2.3 Gestion & diffusion de l'information touristique

2.4 Aide à la commercialisation

2.5 Communication professionnelle

2.6 Pass'Pro Loire

3.1 Développer l'image et la notoriété de la Loire

- Campagne de communication nationale
- Salon International de l'Agriculture
- Partenariat Chilowé
- Relations Presse & Influenceurs

3.2 Relations Presse & Influenceurs

3.3 Stratégie digitale

3.4 Conquête de clientèles affinitaires

Randonneurs, cyclotouristes, Vététistes

### 4/ PROMOTION MARCHÉS ETRANGERS

4.1 Relations Presse

4.2 Plan d'actions Belgique francophone

4.3 Campagne hôtellerie de plein air - multi-marchés

### 5/ SUPPORTS DE COMMUNICATION

5.1 Editions

5.2 Production photos et vidéos





# 1/ ÉTUDES & DA

1.1 Observatoire du tourisme da  
loire

1.2 Etude tourisme & handicap

1.3 A venir sur le deuxième sem

# 1.1 / OBSERVATOIRE DU TOURISME DANS LA LOIRE

L'observatoire du tourisme est un outil d'évaluation et de prise de décision destiné aux porteurs de projets et aux acteurs du développement touristique.

LOIRE TOURISME collecte, analyse et partage les données les plus pertinentes sur l'offre du département, la fréquentation, les tendances du tourisme, les comportements des voyageurs et les enjeux du secteur.

Pour anticiper le tourisme de demain, Loire Tourisme mène également des études appliquées à nos univers de consommation (Art de vivre, outdoor, hébergements...)

Nos sources de données :

- **Enquête de fréquentation globale** à partir de la téléphonie mobile (orange flux vision).
- **Enquêtes de conjoncture saisonnières** en partenariat avec l'Agence Régionale de Tourisme, les Offices de Tourisme et Gîtes de France Loire®
- **Enquête Hôtellerie et Hôtellerie de plein air** avec l'INSEE : gratuit depuis 2020 en raison des difficultés dans l'enquête rencontrées par l'INSEE, l'accès aux données redevient payant.
- **Suivi des locations entre particuliers** : changement d'outil en 2024, avec l'Observatoire du locatif proposé au niveau national par Atout France.

# 1.1 / OBSERVATOIRE DU TOURISME DANS LA LOIRE

## ANIMATION DU RESEAUX DES PARTENAIRES DE L'OBSERVATOIRES

Partenaires : les 6 offices de tourisme de la Loire et Gîte de France Loire.

- **Réunions de réseaux organisés tous les trimestres** : mutualisation d'outils, harmonisation des données, partage d' expériences et développement de projets collectifs :
  - **Outils d'observations partagés** : deux conventions de partenariat sont établies pour l'accès aux données locales de l'Enquête de fréquentation globale à partir de la téléphonie mobile et au Suivi des locations entre particuliers.
  - **Création d'un espace de travail partagé** pour faciliter les échanges de documents et d'informations.
  - **Taxe de séjours** : collecte et l'exploitation des données issues de la collecte de la taxe de séjours
  - **Eco-compteurs** : recensement des éco-compteurs existants sur le département, collecte et exploitation des données.
- **Bilan estival** : suite au succès de l'édition 2023, la communication commune est reconduite avec la (Publication et Conférence de Presse le 16 septembre 2024 à St Etienne)
- **Organisation du traitement et de la diffusion des données Gîtes de France Loire®** via l'Observatoire Loire Tourisme,



# 1.1 / OBSERVATOIRE DU TOURISME DANS LA LOIRE



## PUBLICATIONS 2024

- **Cahier de l'Observation n°33** avec les chiffres du tourisme 2023 : [publication en ligne](#) chapitre par chapitre
- **Indicateurs du Tourisme Responsable** : [disponible en ligne](#)
- **Notes de conjonctures saisonnières** : [disponibles en ligne](#)





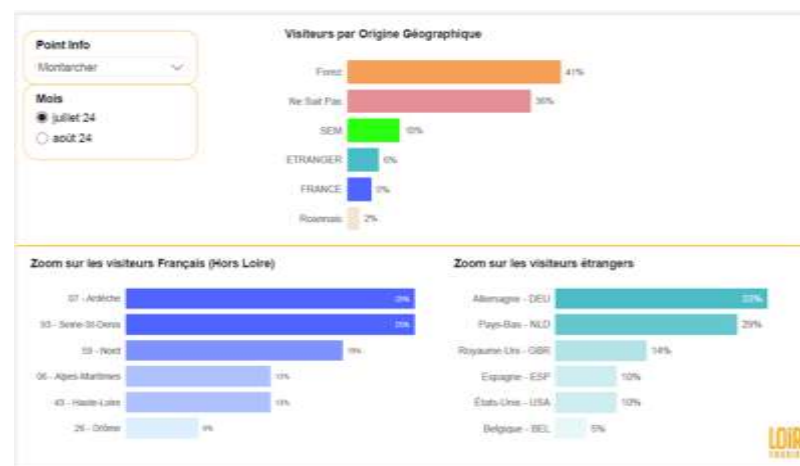
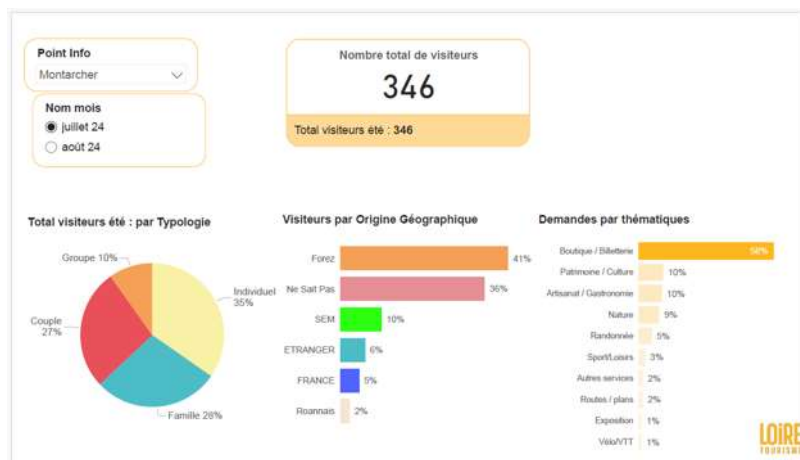
# 1.1 / OBSERVATOIRE DU TOURISME DANS LA LOIRE

## POINTS INFORMATIONS 2024

### Un nouvel outil de collecte des données de fréquentation :



- **Formulaire en ligne** proposé à chaque Point Information non équipé par un Office de Tourisme
  - Collecte et transmission des données à Loire Tourisme simplifiées
- **Automatisation du traitement des données sur PowerBI**
  - Gain de temps dans le traitement des données
  - Un retour aux localités des Points Infos facilités



Point Info estival Montarcher

\* Obligatoire

1. Date \*

Si vous le jour même : "Ajouter la date" / Si vous ultérieurement saisir la date en format jj/mm/aaaa

Ajouter la date

Autre

2. Typologie \*

Individuel

Couple

Famille

Groupe

3. Nombre de personnes \*

Nombre de visiteurs composant le groupe renseigné

Le nombre doit être compris entre 1 - 100

4. Origine Géographique \*

Principale origine géographique du "groupe" renseigné

Forêt

Ne Sait Pas

SEM

ETRANGER

FRANCE

Roannais

Non Sait Pas

Microsoft 365

# 1.2 / ÉTUDE DU PARCOURS D'ACHAT DES CLIENTÈLES EN SITUATION DE HANDICAP

NEW

Une étude pilotée par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et réalisée en partenariat avec : Tourisme Bretagne, CRT Occitanie, Nouvelle Aquitaine Tourisme, Savoie-Mont-Blanc Tourisme, Cantal Destination, Loire Tourisme.

Une étude réalisée par le cabinet Opinionway.

## Objectifs de l'étude:

- Informer les professionnels du tourisme (privés et publics) souhaitant améliorer leur communication / promotion auprès des publics en situation de handicap.
- Étudier la perception et la communication de la région vis à vis des destinations concurrentes.

## Périmètre de l'étude

- Ensemble des étapes du séjours : avant, pendant, après
- Par type de handicaps.
- Type d'hébergement choisi / type d'espaces / saison



Livraison décembre 2024



# 1.3 / A VENIR SUR LE DEUXIÈME SEMESTRE

- Publication des **Chiffres clés 2023** à l'automne 2024.
- **Observatoire du vélo** : piloté par Auvergne Rhône Alpes Tourisme, ce projet a pour ambition de proposer des indicateurs de suivi pérennes pour la région et les territoires.  
L'observatoire sera structuré sur la base de l'étude menée par Atémia pour l'ART : <https://pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com/plan-action/observatoire-du-velo/>
- **Etude Clientèle 2025** : travail sur le cahier des charges avec les Offices de Tourisme
- **Collecte des données des Sites de Visite** : réflexion collective OT/ADT sur les outils d'aides à la collecte des données, en collaboration techniques avec l'OT de Saint Etienne.





## 2/

# ACCOMPAGNEMENT DES ACTEURS PUBLICS ET PRIVÉS

## 2.1 / Filières prioritaires

Développement & qualification de l'offre  
touristique - Animation de réseaux

## 2.2 / Développement des hébergements touristiques

## 2.3 / Gestion & diffusion de l'information touristique

## 2.4 / Aide à la commercialisation





## 2/ ACCOMPAGNEMENT DES ACTEURS PUBLICS ET PRIVÉS

**2.1 / Filières prioritaires : développement & qualification de l'offre touristique, animation de**



# 2.1 / FILIÈRES PRIORITAIRES : DÉVELOPPEMENT ET QUALIFICATION DE L'OFFRE, ANIMATION DE RÉSEAUX

L'Agence intervient pour le développement et la qualification de l'offre touristique sur les filières prioritaires : l'Outdoor et l'Art de vivre.

En fonction des labels et des réseaux, l'agence intervient en tant que :

- Pilote
- Accompagnateur
- Évaluateur
- animateur de réseau

L'offre des différents labels et réseaux est promue au travers des outils et des actions de l'Agence et fait parfois l'objet de plan d'actions dédiées.



# TOURISME & HANDICAP



## OBJECTIF DE LA DÉMARCHE

Le label Tourisme & Handicap contribue à **mieux répondre aux besoins des personnes en situation de handicap**, quel que soit le handicap : moteur, visuel, auditif et mental, afin de permettre à chacun de choisir ses vacances et ses loisirs en toute liberté. La labellisation est valable pour une durée de 5 ans. Démarche volontaire des professionnels du tourisme.

## RÔLE DE LOIRE TOURISME

- **Conseiller et accompagner** les prestataires dans la procédure d'obtention du label,
- **Animer** le réseau de prestataires T&H,
- **Promouvoir** l'offre labellisée auprès des clientèles cibles.

En 2024 / au 1er septembre

- **55** prestataires labellisés T&H dans la Loire
- **9** établissements audités  
7 renouvellements + 2 nouveaux
- Participation à **5** commissions régionales d'attribution de la marque  
**51** dossiers étudiés.



# TOURISME & HANDICAP



## DÉPLOIEMENT DU LABEL

- **Présentation et déploiement du label sur le territoire** : Assises du tourisme du Pilat, Assemblée Générale Gîtes de France.
- **Présence aux Assises du sport en avril 2024 à St Jean Bonnefonds**
  - Rencontre des acteurs du parasport (Handicap physique et mental)
  - Diffusion du guide des sites labellisés T&H dans la Loire.
- **Diffusion d'information auprès de professionnels** : site pro et lettre d'information, facebook pro et linkedin.

## PROMOTION DE L'OFFRE

- **1ère Edition du Guide des sites labellisés T&H** dans la Loire - 2000 exemplaires.
- **Présence au Salon MAHANA à Lyon** du 8 au 10 mars 2024 : promotion de l'offre ligérienne sur le stand de l'Association Tourisme & Handicap + Diffusion du guide des sites labellisés de la Loire.
- Shooting photos de sites accessibles en collaboration avec Cédric Burelier de l'association Pilat Handi Nature 42.
- Insertion d'une publicité dans les Magazine Loire *Altitude!*





## ACTIONS SUR LE DEUXIÈME SEMESTRE

- Renouvellements de candidatures en fin de validité du droit d'usage de la marque : 10 établissements.
- Suivi des aménagements demandés à l'issue des évaluations par la marque TH auprès des candidats.
- Commissions régionales d'attribution de la marque. Temps d'échanges.
- Expertise, conseils auprès des candidats à la labellisation.



# ACCUEIL VÉLO DANS LA LOIRE



## OBJECTIF DE LA DÉMARCHE

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



En 2024 / au 1er septembre

- **39** prestataires Accueil Vélo
  - 17 hébergements,
  - 8 restaurants,
  - 7 offices de tourisme,
  - 4 sites de visite,
  - 3 loueurs/réparateurs de vélo.
- **11** nouveaux labellisés

## RÔLE DE LOIRE TOURISME

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





# ACCUEIL VÉLO DANS LA LOIRE



## DÉPLOIEMENT DU LABEL

- **Présentation et déploiement du label sur le territoire** : Assises du tourisme du Pilat, Assemblée Générale Gîtes de France.
- **Participation à la Conférence Nationale du Tourisme à vélo à Grenoble les 12 et 13 juin.**
- **Diffusion d'information auprès de professionnels** : site pro et lettre d'information, facebook pro et linkedin.



## PROMOTION DE L'OFFRE

- Promotion de la marque Accueil Vélo et des prestataires labellisés dans la **Carte Vélo** Editée par le Département.
- Shooting photos lors de la Mad Jacques Vélo Loire.



# ACCUEIL VÉLO DANS LA LOIRE

## ACTIONS SUR LE DEUXIÈME SEMESTRE

- Accompagnement des sites patrimoniaux du Département en vue d'une labellisation.
- Renouvellement de candidature pour 6 professionnels avant fin 2024.
- Présentation de la marque et déploiement du label auprès des professionnels du tourisme de Forez Est en novembre.
- Evolution de la marque : présentation par France Vélo Tourisme des évolutions de la marque Accueil Vélo et de ses référentiels applicables dès janvier 2025.
- Signature du Manifeste « Destination France à Vélo » par le Président de l'ADT Loire Tourisme pour soutenir la stratégie nationale du tourisme à vélo et notifier notre engagement à déployer la stratégie dans la Loire.



**Objectif 1<sup>re</sup> destination mondiale du tourisme à vélo, soutenez la stratégie** →



# L'OENOTOURISME DANS LA LOIRE



## LA MARQUE VIGNOBLES & DÉCOUVERTES

La marque distingue les destinations proposant une offre complète pour des courts séjours de qualité sur la thématique du vignoble..

Elle est attribuée à une destination mais également aux prestataires partenaires de cette destination.

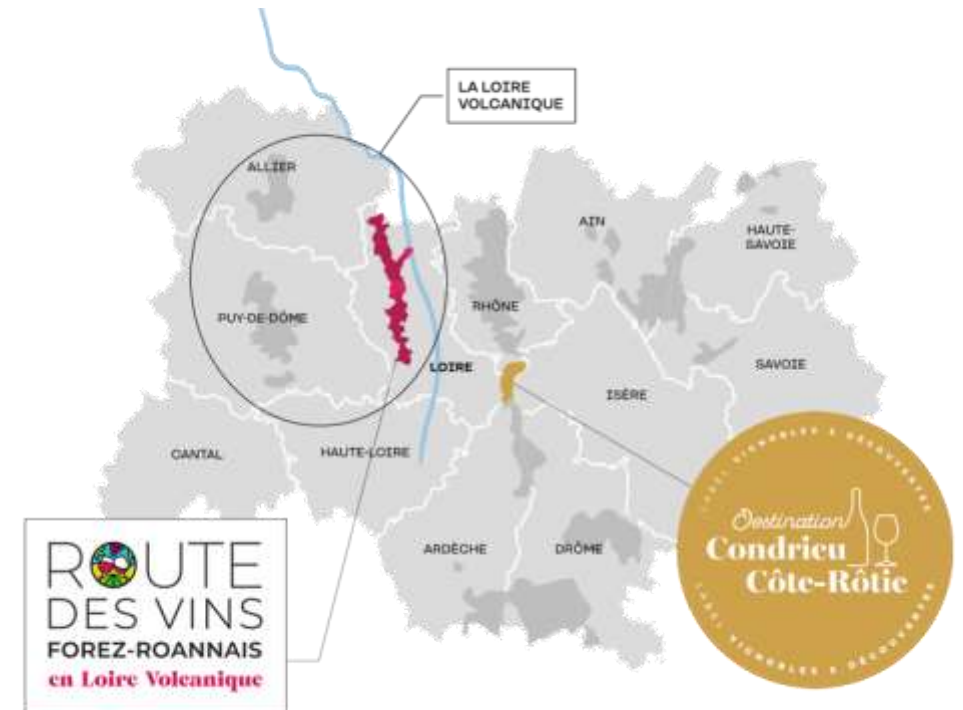
## OBJECTIFS DE LA DÉMARCHE

- Fédérer les acteurs autour d'une ambition commune, dépasser les frontières territoriales et faire exister les destinations V&D.
- Structurer une offre qualifiée sur la thématique de l'œnotourisme, en réunissant les professionnels du monde viticole et ceux du monde touristique.
- Faire émerger ces 2 destinations au niveau national pour conquérir de nouvelles clientèles.

## RÔLE DE LOIRE TOURISME ROUTE DES VINS FOREZ-ROANNAIS EN LOIRE VOLCANIQUE

- Conseils et accompagnements des prestataires pour l'obtention du label V&D
- Animation du réseau de prestataires labellisés
- **Elaboration et mise en œuvre d'un plan d'action mutualisé** pour le développement et la promotion de la route des vins Forez-Roannais en Loire Volcanique
- Promotion de l'œnotourisme dans la Loire.

## 2 DESTINATIONS V&D DANS LA LOIRE



- Une destination qui regroupe 2 AOC : Côte Roannaise et Côtes du Forez.
- Labellisée depuis 2020
- **Pilotée par Loire Tourisme**

- Une destination à cheval sur plusieurs départements.
- Labellisée depuis 2013
- Pilotée par l'Office de tourisme de Vienne Condrieu



# L'OENOTOURISME DANS LA LOIRE

## ROUTE DES VINS FOREZ-ROANNAIS EN LOIRE VOLCANIQUE

### OBJECTIFS 2024-2026

- Renforcer la dynamique collective autour de la Route des vins
- Mutualiser les moyens et les prises de paroles au bénéfice d'une seule destination
- Construire des courts séjours & des expériences « Route des vins »
- Faire connaître la Route des vins Forez-Roannais en Loire volcanique à l'échelle nationale
- Développer la fréquentation sur la Route des vins



### DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE VIGNOBLES & DÉCOUVERTES

**95** prestataires labellisés V&D  
sur la Route des vins Forez-Roannais

**23** nouveaux labellisés ont rejoint le réseau cette année.

**LOIRE**  
TOURISME

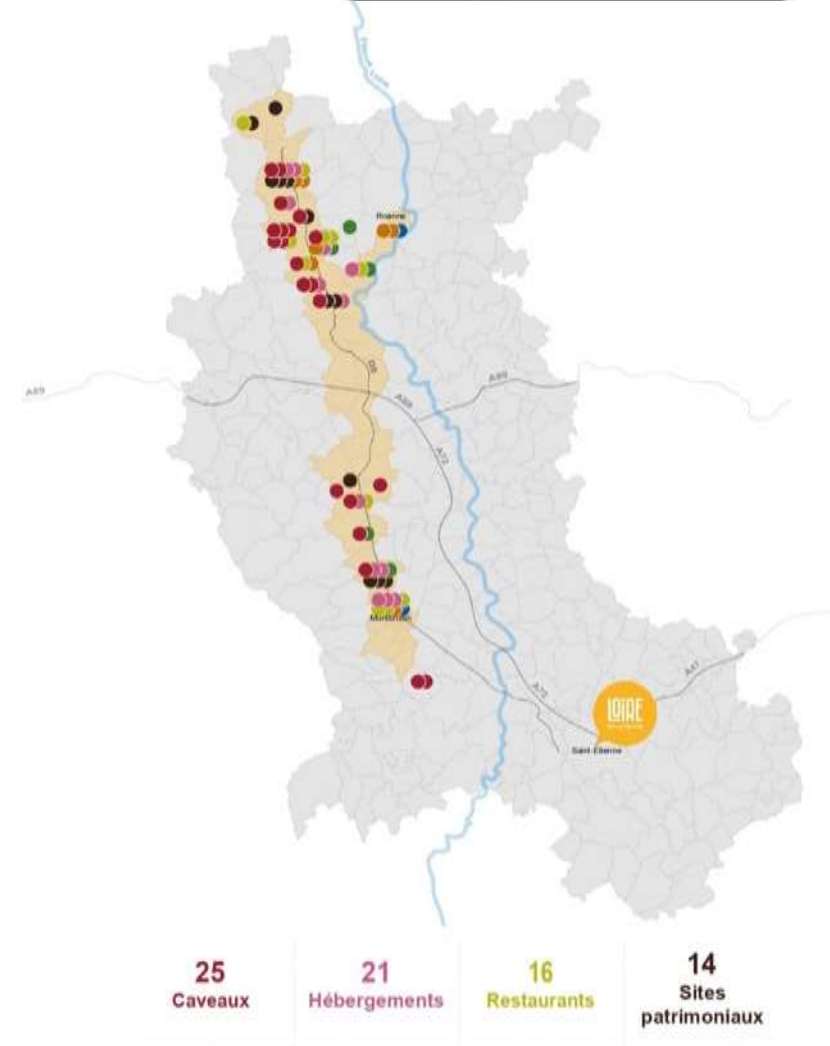
**ROANNE**  
— Simply beautiful —

**FOREZ**



Route des vins  
Forez-Roannais

Loire Volcanique



# L'OENOTOURISME DANS LA LOIRE



## PROMOTION DE L'OENOTOURISME DANS LA LOIRE

- Promotion des **2 destinations** sur le site internet et sur les réseaux sociaux : <https://www.loiretourisme.com/vos-envies/oenotourisme-dans-la-loire/>
- Promotion dans le **Magazine La Loire *Altitude*** (26 000 ex)



- Partenariat avec le site Partir Ici (Article à paraître en octobre)
- Promotion de l'événementiel phare : le Fascinant Week-end du 17 au 20 octobre



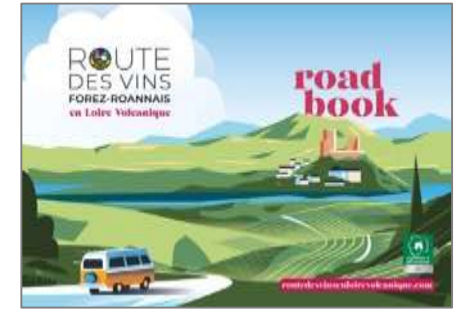
# L'OENOTOURISME DANS LA LOIRE

## PROMOTION DE LA ROUTE DES VINS FOREZ-ROANNAIS EN LOIRE VOLCANIQUE

### EDITION & PLV

- Parution de la **2<sup>ème</sup> édition du roadbook** pour partir à la découverte de la Route des vins avec une sélection d'idées séjours à vélo - 10 000 exemplaires.
- **Réalisation de PLV** pour faire la promotion de la Route des vins chez les vigneronns et les prestataires V&D : affiches, cartes postales et roll-up.
- **Réalisation d'un stand mobile** pour promouvoir la route des vins sur les événements locaux :
  - Les 30 ans de l'ADC Côte Roannaise
  - Le Printemps des Vins
  - La Balade gourmande
  - Roanne Table Ouverte

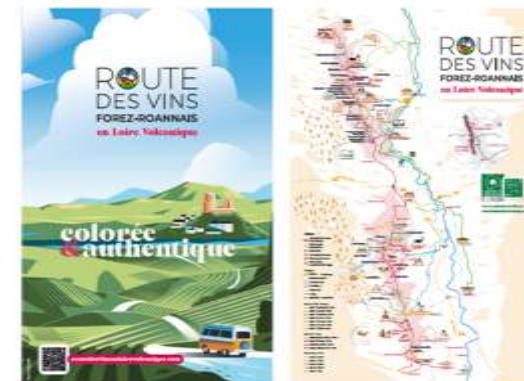
### Road-book



### Stand mobile



### Affiches



### Cartes postales



# L'OENOTOURISME DANS LA LOIRE

## PROMOTION DE LA ROUTE DES VINS FOREZ-ROANNAIS EN LOIRE VOLCANIQUE

### PRESSE

- Envoi d'un dossier de presse



- **Accueil presse** en partenariat avec AURA Tourisme – Juin 2024  
5 journalistes multinationalités sur la Route des Vins Forez-Roannais (articles à paraître)
- **Retombées presse 2024** sur la route des vins
  - **Journal de l'Évasion.be** (Belgique)
  - **Magazine Elle** du 25 juillet 2024
  - **Magazine Balades** – juillet-Août 2024
  - **Mag 2 Lyon** – Hors Série été 2024



# Le journal de l'évasion.be (mars 2024)

LE JOURNAL DE  
*l'évasion* 🔍 ☰

TOURISME FRANCE

## Œnotourisme et Art de Vivre dans la Loire



ŒNOTOURISME DANS LA LOIRE - Le département de la Loire offre deux destinations labellisées "Vignobles & Découvertes", où de multiples activités sont proposées autour des vins. ©ADT42\_L. Lambert

Brunches chez les vignerons, randos dans les vignes, concerts au caveau, superbes villages et vignobles en terrasses à sillonner en voiture ou à vélo au fil d'une Route des Vins... Voici quelques exemples de l'offre œnotouristique du département de la Loire, en région Auvergne-Rhône-Alpes. Celui-ci vous invite à venir explorer ses deux destinations viticoles dotées du label *Vignobles & Découvertes*. Avec le vin comme fil conducteur de votre voyage, il s'agira de vous immerger dans les paysages, d'aller à la rencontre des habitants, d'apprécier une gastronomie réputée et un riche patrimoine... Bref, de goûter au meilleur de la Loire et à son Art de Vivre!

LE JOURNAL DE  
*l'évasion* 🔍 ☰

## La Route des Vins Forez-Roannais en Loire Volcanique



LE JOURNAL DE  
*l'évasion* 🔍 ☰

## La Route des Vins à vélo: boucles et séjours



ŒNOTOURISME DANS LA LOIRE - Le roadbook gratuit de la Route des Vins vous indique également les boucles cyclables pour explorer à vélo les vignobles et leurs villages. Ici à Saint-Haon-le-Châtel, classé "Village de Caractère". ©ADT42\_L. Lambert

Mais le roadbook vous permet aussi de laisser votre voiture de côté quelques heures ou plusieurs jours, le temps d'**explorer les terroirs en deux-roues au fil de boucles balisées**. Car vous aurez le choix en matière d'itinéraires vélo. Le Roannais propose un réseau de 7 boucles VTT/VTC et le Forez 4 boucles VTT et 5 boucles cyclo. Chacun de ces circuits totalise **entre 17 et 35 km**. Le roadbook vous donne également des **idées de séjours à vélo, faciles ou sportifs**, en vous détaillant des parcours passant par des vignobles, beaux paysages, châteaux, prieurés et bourgs labellisés «Villages de Caractère».

### Les «Villages de Caractère» de la Loire





# Mag 2 Lyon (Hors-série été 2024)

En balade  
Lacs du Crozet & des Doménons

Jeux de pistes  
Culture, nature, histoire...

La Loire volcanique...  
Sur la route des vins

Un hors-série  
**MAG2LYON**

Patrimoine  
Nature  
Gastronomie

## Autour de Lyon

13<sup>e</sup> ÉDITION

Été 2024

CONTEMPLER LE CIEL  
FLÂNER AU FIL DE L'EAU  
RANDONNER EN FORÊT...

**200 idées pour s'évader**

## Balade

# SUR LA ROUTE DES VINS DE LA LOIRE VOLCANIQUE

Les vins de Forez-Roumois sont désormais une destination incontournable à part entière. À 50 minutes à l'ouest de Lyon, sur les premiers coteaux volcaniques du Massif central, on peut les découvrir, à vélo, à pied et même en famille. Pour une journée, ou plus... Par Haël Gallet

Les deux appellations Côte-Roumoise et Côte du Forez se sont associées pour proposer un itinéraire au cœur d'une nature préservée, entre patrimoine, culture et gastronomie. Le bassin viticole de la Loire-Volcanique se caractérise en effet par ses sols granitiques ou basaltiques ayant une certaine acidité. Le Gamay St-Barthé, le cépage autochtone, offre des vins frais et fruités. Du Nord au Sud, de la Picaudière à St-Maurice-en-Forez, on peut donc parcourir 96 kilomètres, traversant 32 communes,

accueillant 38 vigneronnes et 45 sites touristiques. Une carte et un road-book ont été spécifiquement élaborés.

### TROIS JOURS À VÉLO DE ROANNE À MONTBRISON

Distance: 70 km | Dénivelé: 100 m de dénivelé positif | Difficulté: facile

Départ depuis Roanne qu'on peut rejoindre en train depuis Lyon (Sillon compter 1 heure de route en voiture). Depuis la capitale du port, on emprunte la Vélodyssée, une voie verte dont le tracé emprunte le chemin de halage du canal de Roanne à Digoin, jusqu'au port de plaisance de Bretenon. On passe notamment par l'abbaye de La Dîvision-Dieu avant de rejoindre la Route des Vins Forez-Roumois en Loire-Volcanique et ses villages de caractère: Anthérie avec son prieuré classé, Saint-Hubert-le-Château, village médiéval et son patrimoine Renaissance, ou encore Saint-Jean-Saint-Maurice, hameau surplombant la Loire où on passe une première nuit. On poursuit l'itinéraire en longeant le Bas Forez, avec de magnifiques points de vue, on passe devant le château de la Roche, puis Pommiers-en-Forez et son imposant portail, la plaine du Forez et ses étangs,



28 **loire lyon**

le Château de la Bâtie d'Urfé, un des sites emblématiques du Forez. On rejoint la Route des Vins Vignoble du Forez à partir du village de Trézin, en direction du château de Crozels. Nouvelle escale. Le troisième jour, on traverse le village de caractère de Champdieu pour arriver à Montbrison, capitale de la forez. Retour en train.

### 4 JOURS EN RANDONNÉE DE SAINT-ALBAN À MONTBRISON

Distance: 70 km | Dénivelé: 100 m de dénivelé positif | Difficulté: facile

On débute cette escapade avec une première étape de 17 km, à partir de Saint-Alban-les-Eaux, au cœur du vignoble de la Côte-Roumoise. Un village ainsi connu pour ses cascades. On va arriver jusqu'au village de Bully, après avoir traversé des chemins très vallonnés, ainsi que le village de Saint-Jean-Saint-Maurice-sur-Loire qui compte un pôle des métiers d'art. L'étape se termine avec le port de plaisance de Bully. Le lendemain, 21 km permettent de rallier Bouy-Alban, en longeant la Loire qui offre une vue magnifique sur les Monts du Lyonnais et la Plaine du Forez. Habé au dernier site du Roumois: le Prieuré de Pommiers, un prieuré bénédictin fondé en 825. De Bouy, on repart pour 15 km, qui marque l'entrée dans le Forez et ses paysages plus doux vers la plaine. Le chemin passe près d'un espace naturel sensible: la Réserve de Bièvre qui abrite les espèces sauvages migratrices. Autre site incontournable: la Bâtie d'Urfé. Enfin, le chemin permet d'apercevoir au loin un pic qui s'élève sur la route du Bas Forez: le pic de Montverdun avec son prieuré qui domine la plaine et offre un panorama à 360°. Le dernier jour, on rejoint Montbrison sur 17 km.

### ENQUÊTE EN FAMILLE

Pour permettre aux enfants de découvrir ce territoire de manière ludique, l'Office de tourisme propose une enquête



au cœur du vignoble de la Côte-Roumoise: Quid a-t-elle le Gamay St-Romain? Il faut dans un premier temps se procurer le kit auprès de l'Office de tourisme de Roanne ou à St-Jean et Maurice, Anthérie et St-Hubert-le-Château (prix: 5 euros). On va alors suivre la route des vins, mais en voiture, ce qui permet de traverser les villages de caractère où un point d'arrêt peut faire une pause. Deux itinéraires sont possibles de la Picaudière à Remlain, puis de Remlain à Saint-Jean-Saint-Maurice, en passant par Saint-Alban-les-Eaux et Villeromain. Une activité familiale idéale pour la saison estivale.





# L'OENOTOURISME DANS LA LOIRE

## PROMOTION DE LA ROUTE DES VINS FOREZ-ROANNAIS EN LOIRE VOLCANIQUE

### ACCUEIL BLOGUEURS

- [Julien Audigier](#) - Juillet 2024 - Thématique : gastronomie, Route des Vins, patrimoine.



[→ Voir la couverture live de son séjour](#)

- [La Bobine](#) - octobre 2024  
Séries de portraits -  
Route des Vins Forez - Roannais.  
Cible : Jeunes urbains







# L'OENOTOURISME DANS LA LOIRE

## LA MAD JACQUES VÉLO LOIRE -

Du 28 au 30 juin, Une course aventure à vélo en Véloire et Route des vins

**Objectifs :** "initiation" et "désaisonnalisation" pour montrer que le vélo se pratique toute l'année et faire découvrir la richesse du territoire de la Loire. Un parcours pensé pour mettre en avant les sites touristiques incontournables.

Village bivouac, St-Jean-St-Maurice dans le Roannais et arrivée au Château de Goutelas dans le Forez.

### Bilan :

- **+ de 500 participants de 14 à 63 ans, passionnés d'outdoor et venant principalement d'Île-de-France**
  - 62% entre 25 et 35 ans
  - 34% Ile de France et 18% Lyon.
- **Taux de satisfaction : 86% des participants** ont mis une **note de 8 à 10/10** à leur expérience.
- **Nombreuses retombées sur les [réseaux sociaux](#) et dans la presse ([Le Progrès Loire](#))**



# CHAMBRE D'HÔTES RÉFÉRENCE



Mise en œuvre d'une démarche de labellisation « chambres d'hôtes référence » pour permettre chambres d'hôtes non labellisées d'intégrer les réseaux « Vignobles & Découvertes » et « Accueil Vélo ».

4 hébergements sont candidats sur la Loire :

- Une odeur de tilleul à Montbrison
- Le Passagran à Boën-sur-Lignon
- Le Château de Matel à Roanne
- O'Lodge à Cléppé

Aucun organisme n'étant accrédité sur la Loire, Loire tourisme a conventionné avec le Relais territoriale des Offices de tourisme de l'Isère pour auditer et labelliser les prestataires ligériens.

La visite de labellisation s'est déroulé le vendredi 4 octobre 2024.

# FLEURISSEMENT & CADRE DE VIE DANS LA LOIRE



## LE LABEL VILLES & VILLAGES FLEURIS

Le label "Villes et Villages Fleuris" récompense l'engagement des collectivités en faveur de l'amélioration du cadre de vie.

Cette dynamique des « Villes et Villages Fleuris » ne se limite pas à l'ornement, elle constitue également un moteur essentiel pour la préservation de l'environnement.

Face aux défis du changement climatique, le label a évolué. Il prend désormais en considération la place dévolue au végétal dans l'aménagement des espaces publics, la valorisation du patrimoine botanique local, ainsi que la préservation de la biodiversité et des ressources naturelles.

## RÔLE DE L'ADT

- Organiser la campagne "Fleurissement et cadre de vie"
- Animer le Comité de fleurissement qui conseille, accompagne les communes vers l'obtention du label et présente les communes au jury régional.
- Proposer des journées thématiques, d'informations et d'échanges, pour accompagner les communes faces aux défis du changement climatique.

## En 2024

- **122** communes engagées dans la démarche
- **90** communes visitées et conseillées par le comité de fleurissement
- **6** communes accompagnées par un architecte-conseil missionné par le Département
- **49** communes labellisées
- **2** journées d'information pour accompagner les communes dans leur transition écologique.
- **2** ateliers proposés en collaboration avec la FREDON et l'ingénierie territoriale du département de la Loire pour compléter l'accompagnement des communes candidates au label Villes et Villages Fleuris





# VILLAGES DE CARACTÈRE



## OBJECTIFS

- Promouvoir les Villages de Caractère de la Loire dans une rubrique du site Loire Tourisme et la page Facebook des Villages de Caractère.
- Créer des parcours ludiques dans chaque village pour développer une clientèle familiale.

## En 2024 :

- 13 Villages de Caractère en Loire
- 9 000 abonnés à la page Facebook
- 12 parcours ludiques et plus de 11 000 téléchargements des parcours et 1 dernier parcours en cours de création pour Perreux.
- 13 jeunes recrutés et formés pour assurer l'accueil dans les Points info des villages de caractère sur la saison estivale



# VILLAGES DE CARACTÈRE



## PROMOTION DES VILLAGES DE CARACTÈRE

- Promotion dans le Magazine La Loire Altitude (26 000 ex)



- Promotion des villages sur le site loiretourisme.com et sur les réseaux sociaux





# VILLAGES DE CARACTÈRE

## PROMOTION DES VILLAGES DE CARACTÈRE

- Publi-rédactionnel dans Grands Reportages – (60 000 ex)  
Numéro spécial dédié aux Plus beaux villages de France - Août - Septembre - Octobre







## 2/ ACCOMPAGNEMENT DES ACTEURS PUBLICS ET PRIVÉS

### 2.2 / Développement des hébergements

NEW



# 2.2 / DÉVELOPPEMENT DES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES

## PLAN D' ACTIONS 2024-2030

### Objectifs

- Maintenir les hébergements professionnels existants
- Développer de nouvelles offres en phase avec les attentes des clientèles
- Accompagner les hébergeurs dans une démarche de Tourisme Durable

### 3 axes d'actions

**AXE 1 :** Mettre en place un réseau départemental d'accompagnement des hébergeurs et animer des démarches transversales

**AXE 2 :** Renforcer l'ingénierie et faire monter en compétence l'écosystème touristique

**AXE 3 :** Renforcer et cibler le soutien financier aux projets (Département de la Loire)

## PLAN D' ACTION 2024

### AXE 1 : Rendre visibles et lisibles les actions du territoire à destination des porteurs de projets

- Création d'un centre de ressources
- Structuration d'un parcours du porteur de projet
- Lancement et animation du "Réseau Hébergements"
- Initiation d'un collectif d'accompagnateurs de projets : nom de code Collectif Ingénierie Loire
- Mise en place et pilotage des indicateurs de suivi

### AXE 2 : Consolider et développer les actions à destination des territoires et des prestataires.

- Construction de documentations Positionnement de l'ADT comme ressource pour l'accompagnement des projets
- Valorisation des offres de qualification et de labélisations sur le territoire
- Sensibilisation au Tourisme Durable
- Engager les premières démarches filières

### AXE 3 : Renforcer le soutien financier aux projets.

- Lancement d'un appel à partenariat hébergement (CD42)
- Construction d'un parcours d'accompagnement des projets financés

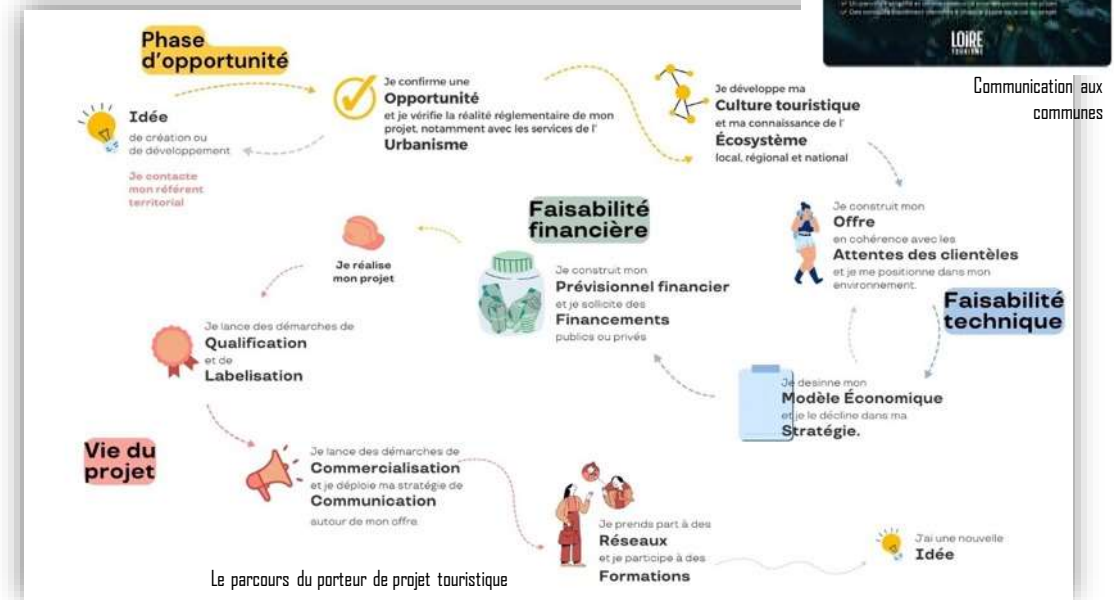
# 2.2 / DÉVELOPPEMENT DES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES

## ✓ ACTIONS RÉALISÉES

- Recrutement d'un ETP en février pour piloter le plan d'actions.
- Création et animation du **Collectif Ingénierie Loire**, un collectif d'accompagnateurs des projets d'hébergements touristiques qui réunit les EPCIs, le PNR du Pilat, Gîtes de France®, la CCI et le Département.
- Formalisation d'un **parcours du porteur de projet** touristique.
- Création d'un **centre de ressources en ligne**, sur le site pro de Loire Tourisme, où les porteurs de projets peuvent trouver les bons contacts et les outils développés par le Collectif Ingénierie Loire.
- **Déploiement du plan d'actions auprès des communes** : diffusion d'un document 4 pages présentant la démarche et le rôle des communes dans le développement des hébergements.
- Soutien au Département dans le lancement de son **Appel à Partenariats "Hébergements Touristiques »**.
- Formalisation de **documentations à destination des porteurs de projets** (étude hébergement, étude par territoire).



Réunion du Collectif Ingénierie Loire



Une nouvelle rubrique sur le site pro : un centre de ressources pour les hébergeurs

# 2.2 / DÉVELOPPEMENT DES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES

D' ACTIONS 2EME SEMESTRE

- Consolider le fonctionnement du **Collectif Ingénierie Loire** et poursuivre ses actions ( préciser les rôles de chacun, initier des formations collectives, formaliser la gouvernance du Collectif, écrire le plan d'actions 2025, accompagner des projets transversaux, développer de nouveaux outils de collaboration...)
- **Animer la dynamique** sur le territoire : **Animation d'un atelier « Hébergement Touristiques » lors du 1er Forum de l'Ingénierie** organisé dans le cadre du Congrès des Maires et des Présidents d'Intercommunalité de la Loire.
- Mettre en place **d'indicateurs de suivi et de pilotage** précis de la démarche.
- Enrichir le **centre de ressources** sur les thématiques jugées prioritaires par le Collectif Ingénierie Loire.
- Coconstruire des **programmes d'accompagnement collectifs** pour les porteurs de projets publics ou privés afin de sécuriser leurs hébergements professionnels. Lancement d'un premier programme à destination des communes fin 2024.
- **Valoriser des offres de qualification et de labellisation** sur le territoire en conventionnant avec les labels et les marques présents sur le territoire et en formalisant un plan de communication conjoint auprès des hébergeurs.
- Initier des **actions de sensibilisation au Tourisme Durable** (proposition d'ateliers Tourisme Durable de Trajectoires Tourisme le 7 novembre).
- Initier une **démarche filière auprès des campings** : réunir un groupe de travail, finaliser l'état des lieux, proposer un programme d'actions par phase.



**apidae**  
Sociétaire

**Ils sont sociétaires, et vous ?**

Logos visible include: BANQUE DES TERRITOIRES, CAISSE D'ÉPARGNE Rhône Alpes, PARIS REGION, REGION Auvergne-Rhône-Alpes, ONLY LYON, Aientour, SAVOIE MONT-BLANC L'AGENCE, alp-software, BÉRIEL, edit yourself, isère ATTRACTION, ANTIDOTS, TARN, visitdata, LA PLAZA, Sipea, Ca vi, CRIARENTES TOURISME, WeeBoB, dolist, VISITVAR, My Visto, ALTIMAX, GRAND CHAMBERY ALPES TOURISME, ardèche, iris, Dahub, HAUTES ALPES, MAULOUSE DOUVENCE ATTRACTION, Girkwi, RA, WERSEN, thuria, PUY DE DÔME LE DÉPARTEMENT, Labo, and apidae nut.

**apidae**

**À chacun son offre de service !**

- Consent**  
Pour les consommateurs de données
- Info**  
Pour les institutionnels du tourisme
- Conseil**  
Pour tous

**apidae**

**1er réseau national d'informations touristiques**

Map highlighting regions: Nouvelle-Calédonie (red), Tahiti (yellow), and various regions in the Alps (blue, green).

# 2/ ACCOMPAGNEMENT DES ACTEURS PUBLICS ET PRIVÉS

# 2.3/ GESTION & DIFFUSION DE L'INFORMATION TOURISTIQUE



Collecter,  
enrichir et  
promouvoir  
les offres  
touristiques

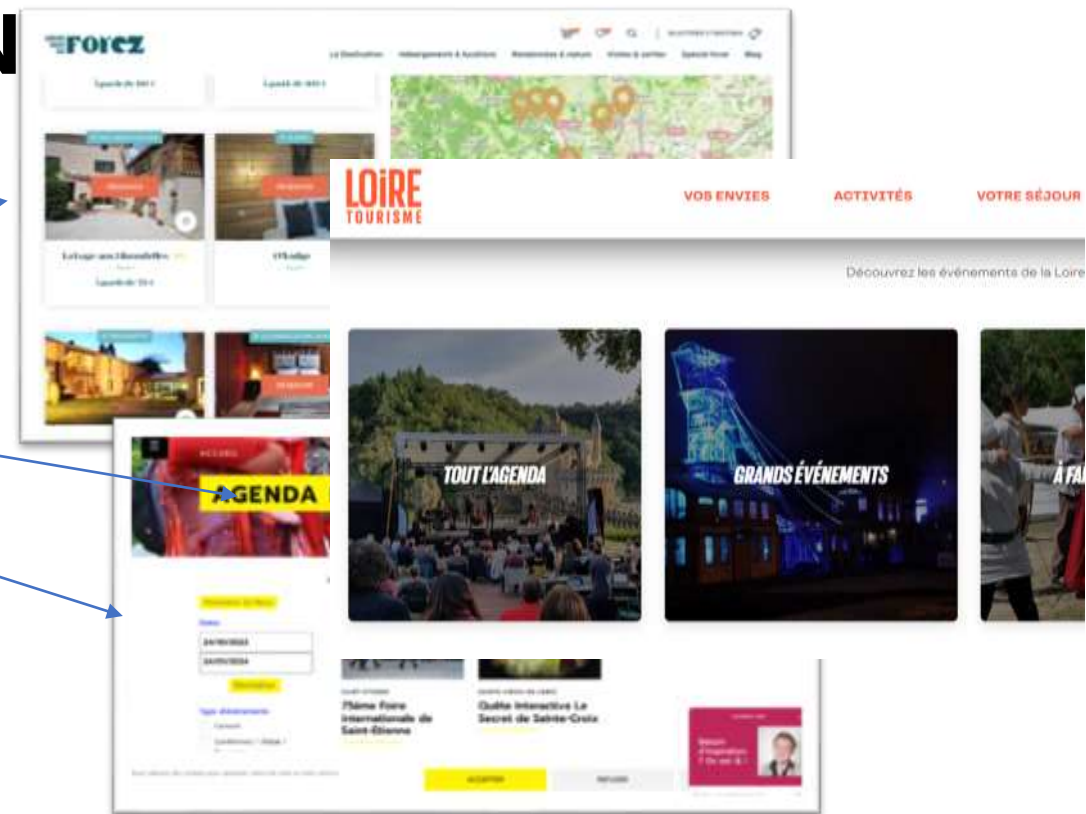
1 plateforme collaborative

+ 1 réseau de partenaires

(Offices de tourisme, Gîtes de France, Chambre d'agriculture, FF de la Randonnée, chambre des métiers d'art)

>>> 15 500 fiches publiés  
sur les différents sites internet

Apidae permet à chaque territoire de garder la maîtrise de ses données touristiques (points d'intérêt, restauration, hébergement, itinéraires, événements, offres...), de les enrichir et de les diffuser selon ses usages et en partage avec les ADT, ART et tous les professionnels du tourisme.



## RÔLE DE LOIRE TOURISME

- **Animation du réseau** : Accompagnement des 6 offices de tourisme, de Gîtes de France, de la chambre d'agriculture de la Loire, de la chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Loire, de la fédération Départementale de Randonnée Pédestre, des services culture & environnement, Sports & attractivité au Département
- Participation aux travaux du **comité de changement** Apidae.
- **Diffusion des données** Apidae via les projets numériques des offices de tourisme, de l'ADT et du Département.
- Veiller à la **valorisation de l'offre de la Loire** dans les projets régionaux.

# 2.3/ GESTION & DIFFUSION DE L'INFORMATION

## TOURISTIQUE

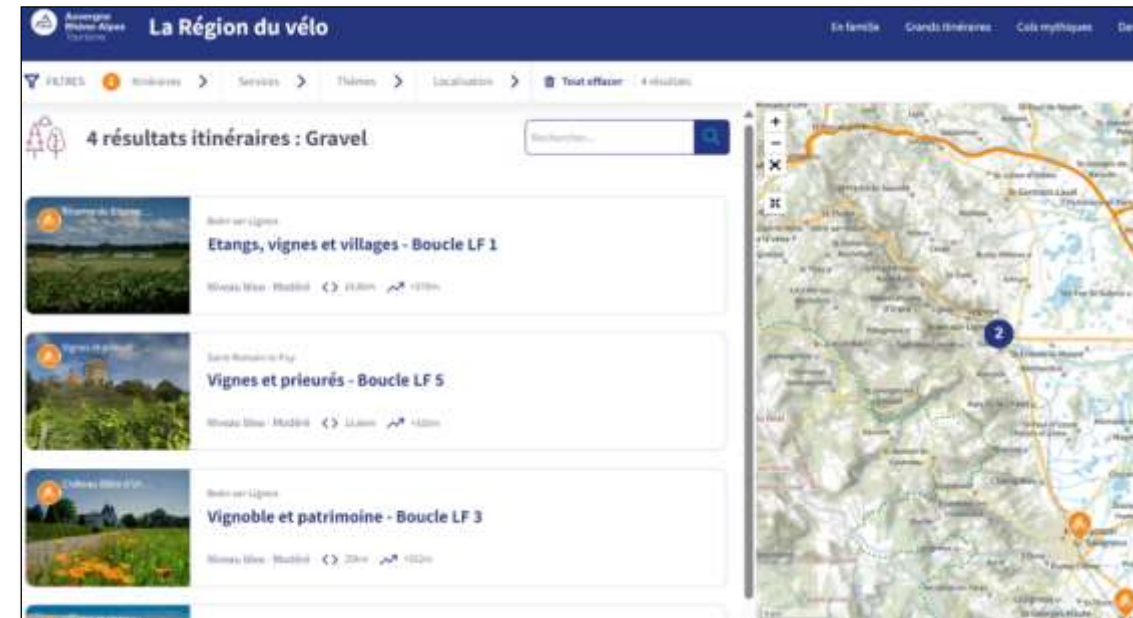
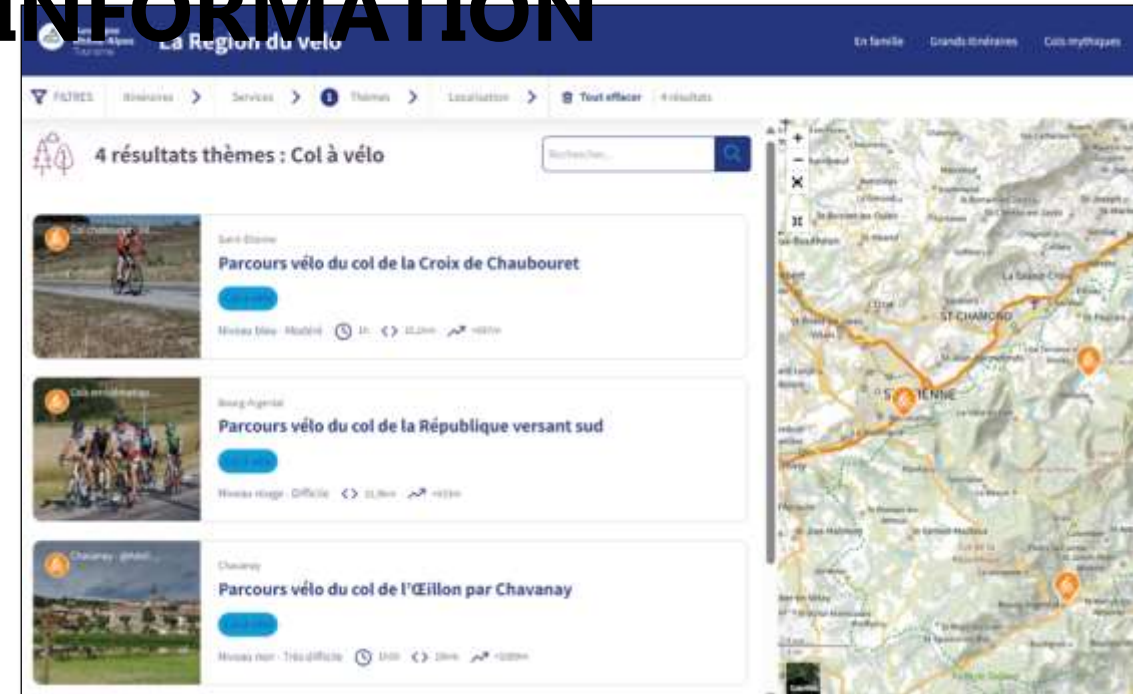
NOUVEAU SITE DE PROMOTION DU VÉLO EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES.

[laregionduvelo.fr](http://laregionduvelo.fr) est une plateforme en ligne développée par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme qui exploite l'offre vélo issue d'APIDAE.

Loire Tourisme anime la remontée d'une offre qualitative pour promouvoir les circuits et les séjours dans la Loire sur le site régional.

Sélection des offres représentatives de la Loire

- Cols emblématiques de la Loire
- Idées séjours à vélo dans la Loire
- Boucles cyclables de la Route des Vins Forez-Roannais en Loire Volcanique





# 2.3/ GESTION & DIFFUSION DE L'INFORMATION TOURISTIQUE

Partir-ici.fr, promeut le tourisme local en Auvergne-Rhône-Alpes et cible prioritairement les habitants de notre région.

Loire Tourisme, en collaboration avec les offices de tourisme, assure la remontée des offres ligériennes sur le site PARTIR-ICI.

Loire Tourisme collabore également sur la réalisation d'articles pour promouvoir les offres de la Loire :

- [Escapade sur la Route des Vins Forez-Roannais en Loire Volcanique 🍇 \(partir-ici.fr\)](#)
- [Week-end nature dans le Pilat - Partir Ici \(partir-ici.fr\)](#)

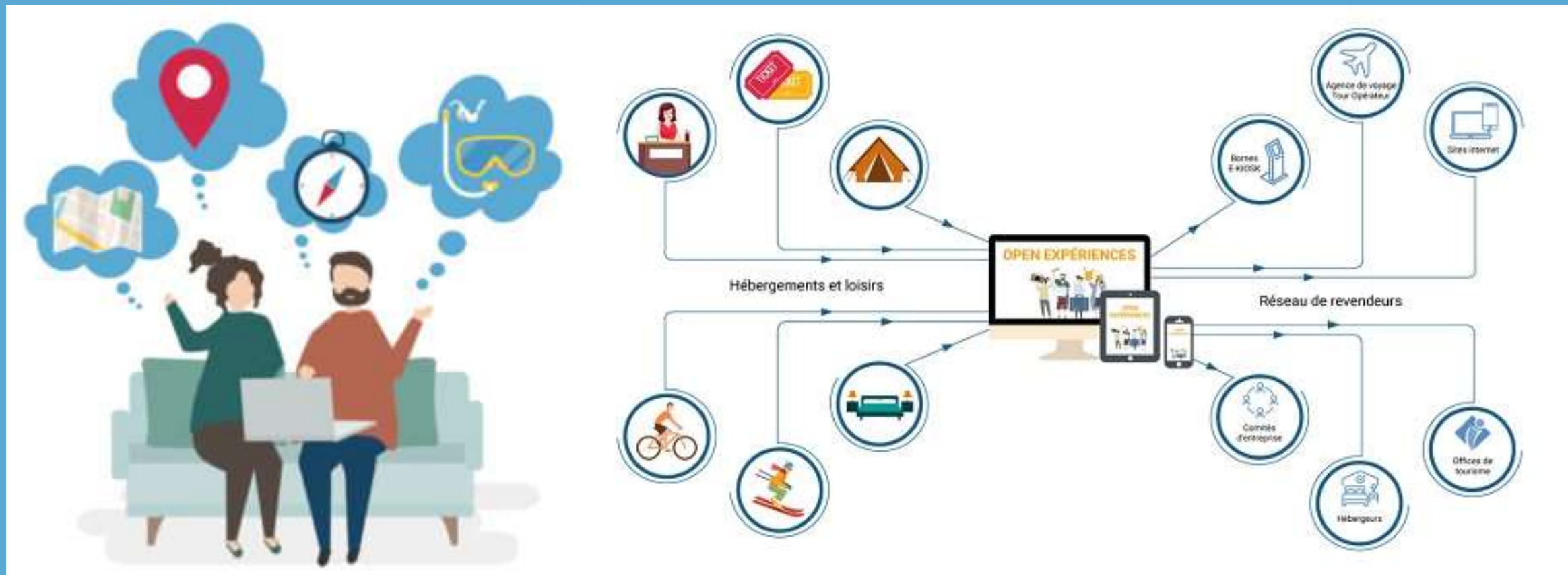


## 2.3/ GESTION & DIFFUSION DE L'INFORMATION

# TOURISTIQUE Publications sur Loire tourisme

- Requalification de la page dédiée aux au label départemental Villages Sport Nature (direction des sports et de l'attractivité)
- [Sport Nature | Loire Tourisme](#)
- Création de la page Les ateliers d'artistes - Route des métiers d'art de la Loire (chambre des métiers et d'artisanat de la Loire)
- [Les ateliers d'art de la Loire | Loire Tourisme](#)
- Création de la page des Idées Séjours dans la Loire (Loire tourisme et les offices de tourisme de la Loire)
- [Idées séjours | Loire Tourisme](#)
- Requalification de la page dédiée à la Route des vins Forez Roannais en Loire volcanique (Label Vignobles & découvertes)
- [Route des Vins Forez-Roannais en Loire Volcanique | Loire Tourisme](#)





## 2/ ACCOMPAGNEMENT DES ACTEURS PUBLICS ET PRIVÉS

### 2.4 / Open expérience : commercialisation en

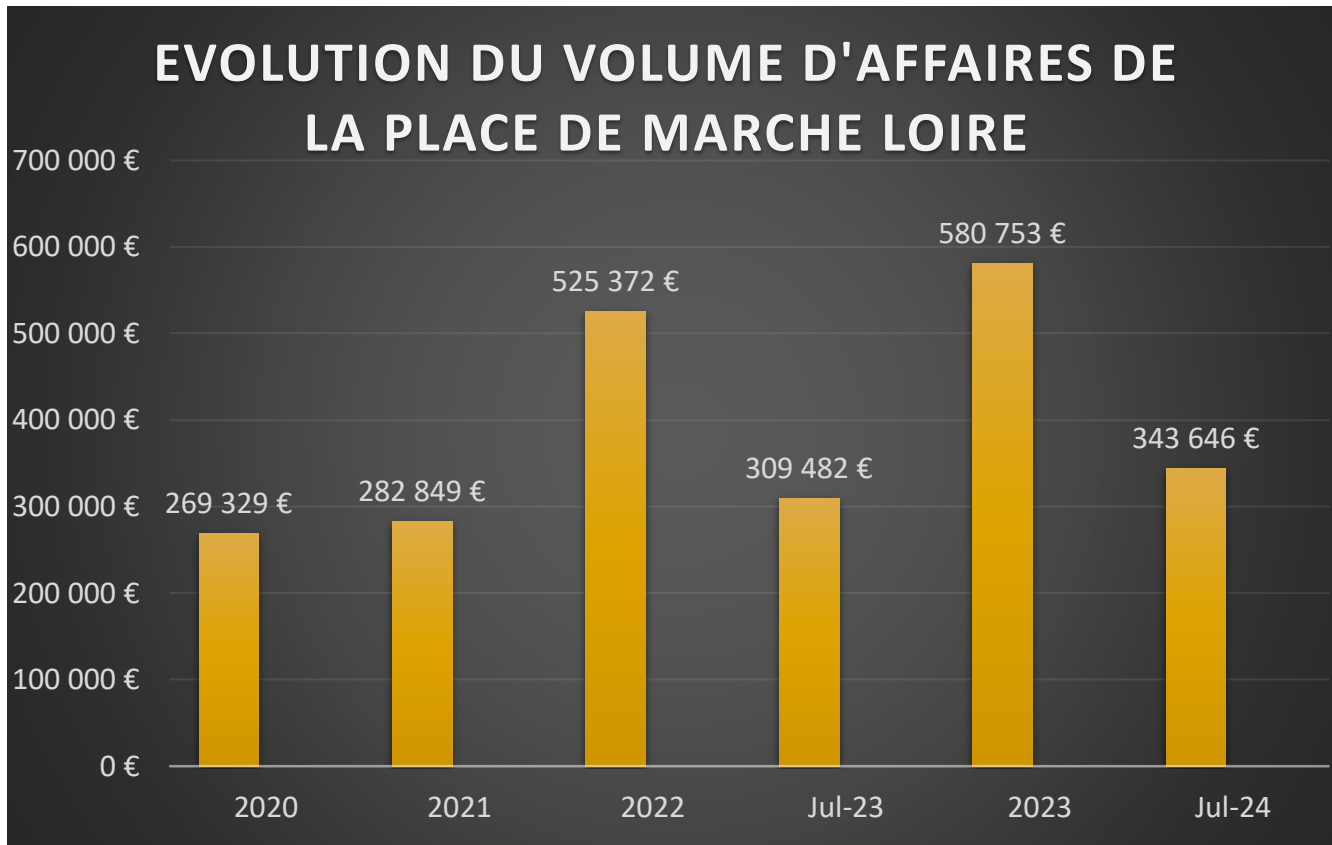


## 2.4 / OPEN EXPERIENCES – COMMERCIALISATION EN LIGNE

OPEN EXPÉRIENCES est le dispositif d'accompagnement proposé aux hébergeurs, offices de tourisme et opérateurs de loisirs pour la commercialisation de leurs offres en ligne.

### L'OBJECTIF

- Faciliter les échanges entre le client et le prestataire en répondant à la demande de disponibilité et de réservation en ligne.
- Développer la visibilité des offres réservables en ligne sur de nombreux canaux de distribution.



### BILAN 2024 (juillet 2023 / juillet 2024)

**27** nouveaux comptes activés

**343 646 €** de Volume d'affaire  
+11 % vs 2023

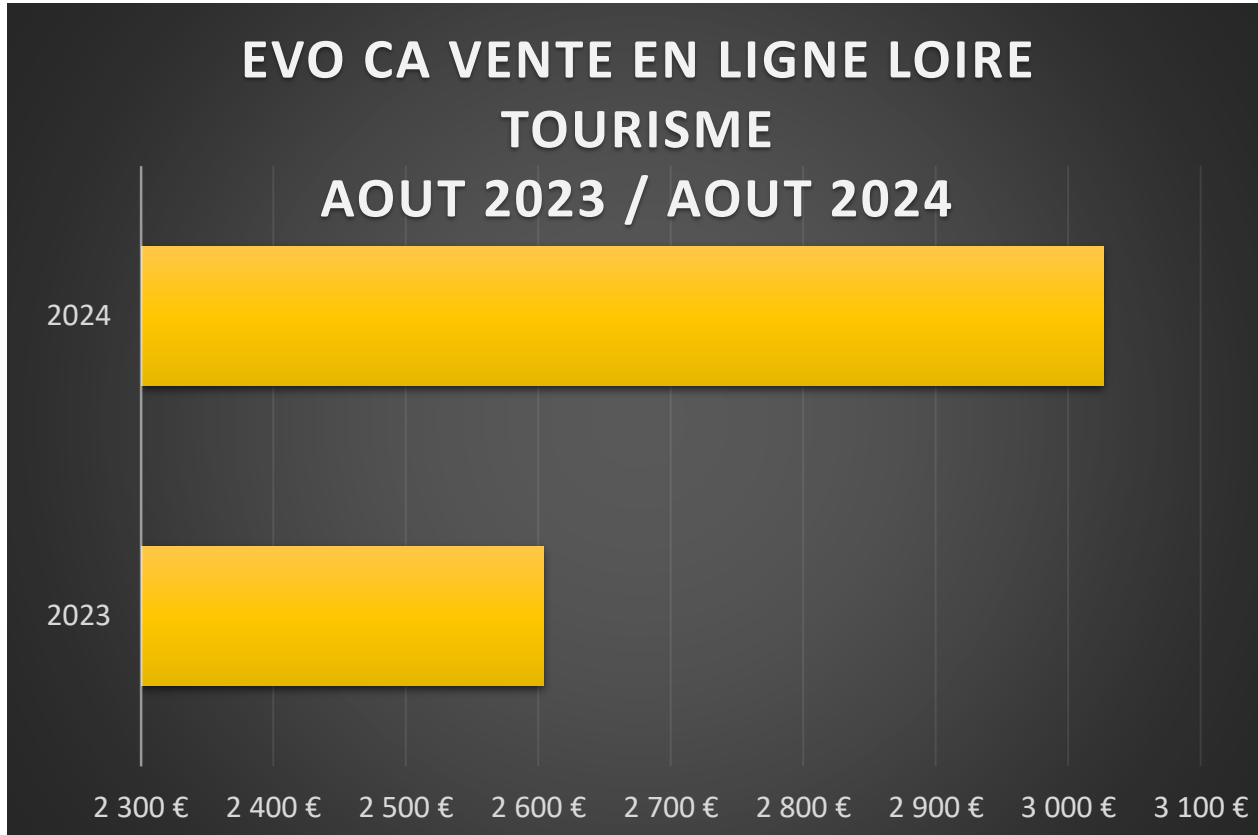
**309 482 €** générés en direct par les prestataires  
+ 21% vs 2023

#### Top 5 des ventes / nombre de transactions

1. Château de la Roche : **2 371** réservations
2. Volerie du Forez : **1 066** réservations
3. Atelier-musée du Chapeau : **319** réservations
4. Château de la Bâtie d'Urfé : **234** réservations
5. La ferme aux trois granges : **208** réservations

## 2.4 / OPEN EXPÉRIENCES – COMMERCIALISATION EN LIGNE

Evolution des ventes enregistrées sur le site web LOIRE TOURISME



**BILAN 2024 (Août 2023 / Août 2024)**

**3 027 €** de Volume d'affaire en Août 2024  
+16 % vs Août 2023

**32 €** de panier moyen  
+ 33% vs Août 2023

**Top 5 des ventes** / Volume d'affaires

1. Le train de la Loire: **826,50 €**
2. Bateau promenade Lac de Villereest: **814 €**
3. Château de la Roche: **145,50 €**
4. ITEA Loire : **136,06 €**
5. Maison du tourisme du Pilat : **60 €**

# 2.4 / OPEN EXPÉRIENCES – COMMERCIALISATION EN LIGNE

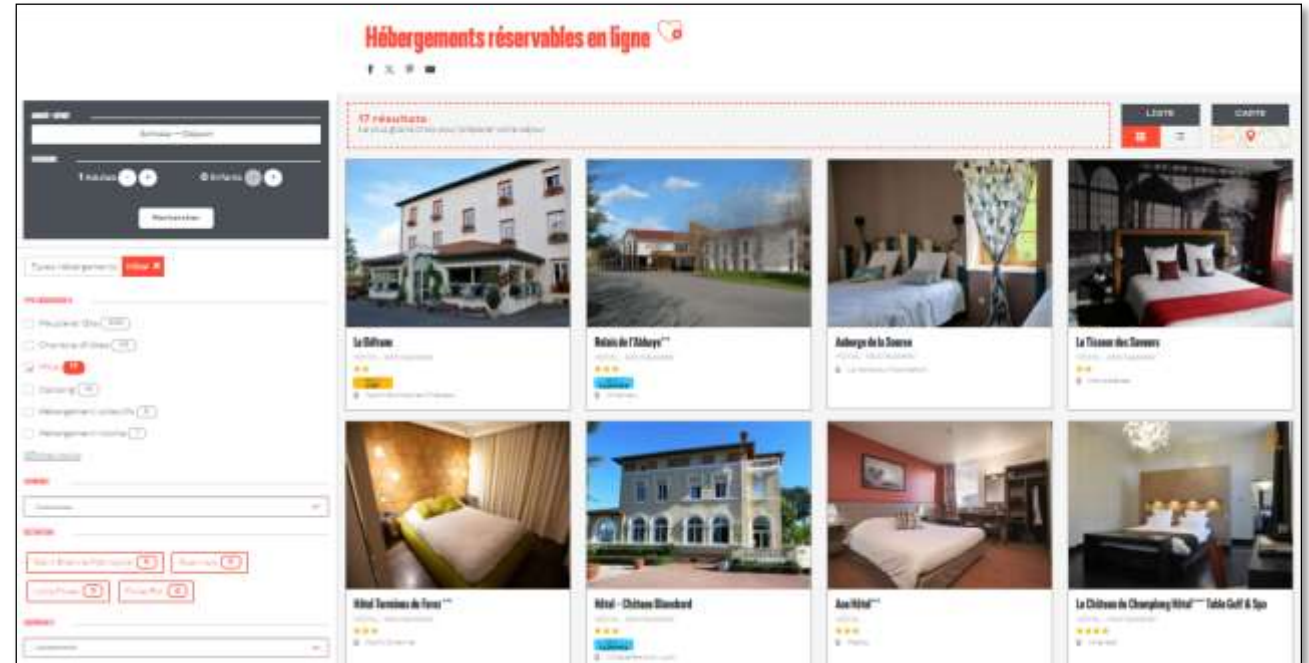
## DÉPLOIEMENT D'OPEN EXPÉRIENCES AUPRÈS DES HÔTELS DE LA LOIRE

### OBJECTIF :

Augmenter le nombre d'hôtels réservables en ligne sur le loiretourisme.com et sur les sites des offices de tourisme..

### MISE EN ŒUVRE

- Recensement des hôtels qui utilisent une solution de réservation en ligne compatible avec Open System
- Démarchage des hôtels pour leur apporter les informations nécessaires à l'activation de la connexion avec Open System
- Accompagnement dans les démarches administratives



### BILAN - juillet 2024

- 1 hôtel connecté : Hôtel Terminus du Forez \*\*\*
- 5 hôtels : connexion en cours





## 2/ ACCOMPAGNEMENT DES ACTEURS PUBLICS ET PRIVÉS

### 2.5 / Communication professionnelle

# 2.5/ COMMUNICATION AUPRÈS DES PROFESSIONNELLS DU TOURISME

## OBJECTIFS

- Partager et déployer la stratégie départementale
- Partager les tendances et les actualités du secteur du tourisme
- Présenter les données de l'observatoire
- Accompagner les professionnels dans leur structuration et leur démarche de qualification et de labellisation pour une montée en gamme de l'offre touristique
- Mettre en avant les services à destination des porteurs de projets

Un site dédié [pro.loiretourisme.com](https://pro.loiretourisme.com)



- Mise en ligne le 29 juin 2023.
- Plus de 4 000 visites en 2024
- Taux de rebond de 38%
- Temps de session moyen : plus de 4 min.



Une **infolettre** mensuelle

- Plus de 3 000 abonnés.
- 10 newsletters envoyées depuis juillet 2023.
- Avec un taux d'ouverture moyen de 50 %.





## 2/ ACCOMPAGNEMENT DES ACTEURS PUBLICS ET PRIVÉS

NEW



# 2.6 / LE PASS'PRO LOIRE

## OBJECTIFS

Faciliter l'accès aux différents sites ou équipements touristiques, pour permettre aux professionnels du tourisme de compléter leur connaissance de l'offre touristique dans la Loire et mieux la promouvoir.

## PUBLIC CONCERNE

- Les personnels des Offices de tourisme, CRT, ADT
- Les services Tourisme du Département de la Loire et des EPCI
- Les chargés d'accueil et des relations presse des sites et prestataires touristiques

## QU'EST-CE QUE C'EST ?

- Uniquement dans les sites et chez les prestataires touristiques qui auront répondu favorablement pour être partenaires et qui accorderont les gratuités au porteur.

## FONCTIONNEMENT

- Personnel et nominatif, le Pass doit obligatoirement comporter les nom, prénom, signature et photographie du titulaire.
- Emis et distribué par Loire Tourisme aux personnes concernées, il est valable 2 ans.
- Mise en place d'une charte d'utilisation pour toute la durée de l'opération qui pourra être revue lors des nouvelles éditions.

## BILAN CHIFFRÉ

- Nombre de site partenaires : 45
- Nombre de bénéficiaires : 230





ALT.746 m

**VOUS ALLEZ DÉPLACER  
DES MONTAGNES.**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit



**LA LOIRE ALTITUDE!**

EN AUVERGNE RHÔNE-ALPES

# 3/ PROMOTION MARCHÉ FRANÇAIS

## 3.1 / Développer l'image et la notoriété de la Loire

Campagne de communication nationale

Salon International de l'Agriculture

Partenariat Chilowe

## 3.2 / Relations Presse & Influenceurs

3.3 / Communication digitale





## 3/ PROMOTION MARCHÉ FRANÇAIS

### 3.1 / Développer l'image et la notoriété de la Loire



# 3.1 / DÉVELOPPER L'IMAGE ET LA NOTORIÉTÉ >>> CAMPAGNE DE COMMUNICATION NATIONALE

## RAPPEL DES OBJECTIFS

- Développer la notoriété et la désirabilité de la destination Loire
- Faciliter l'association du mot Loire à notre territoire
- Nourrir l'image touristique de la Loire
- Affirmer l'ambition du Département en matière d'attractivité et de développement touristique

## CIBLES PRIORITAIRES

Les Jeunes urbains CSP+, sur Paris, Lyon  
et les Départements limitrophes

## RECOMMANDATIONS POUR LA CAMPAGNE 2024

- **Capitaliser sur la promesse de la destination** : « Donner du relief à vos vacances » avec un positionnement plus différenciant. (Visuels & choix des mots).
- Centrer la communication sur les **activités extérieures**, en lien avec le patrimoine et la nature
- Éviter les visuels de Châteaux pour éviter la confusion avec les châteaux de la Loire.
- Renforcer la visibilité de la carte associée au logo dans les visuels affichage

## 3.1 / DÉVELOPPER L'IMAGE ET LA NOTORIÉTÉ >>> CAMPAGNE DE COMMUNICATION NATIONALE

# UNE NOUVELLE SIGNATURE POUR LA DESTINATION : **LA LOIRE**

## **ALTITUDE !**

La Loire Altitude s'appuie sur une vérité géographique qui sert de socle à un état d'esprit et à un style de vie propre à notre territoire.

Cette signature joue également sur la proximité des mots « Altitude » et « Attitude ».

**La Loire Altitude, c'est aimer donner du relief à chaque instant.**

C'est placer ses expériences de vacances, de vie personnelle et même professionnelle **au-dessus de tout**, loin des attendus et des sentiers battus.

C'est voir **toujours plus haut** pour vivre des moments comme nulle part ailleurs.

C'est profiter de toutes les occasions pour **s'élever**, dans le corps et dans la tête

C'est **monter d'un cran** ses défis comme ses exigences

C'est **atteindre des sommets** de sensations, de délices, de joie partagée.

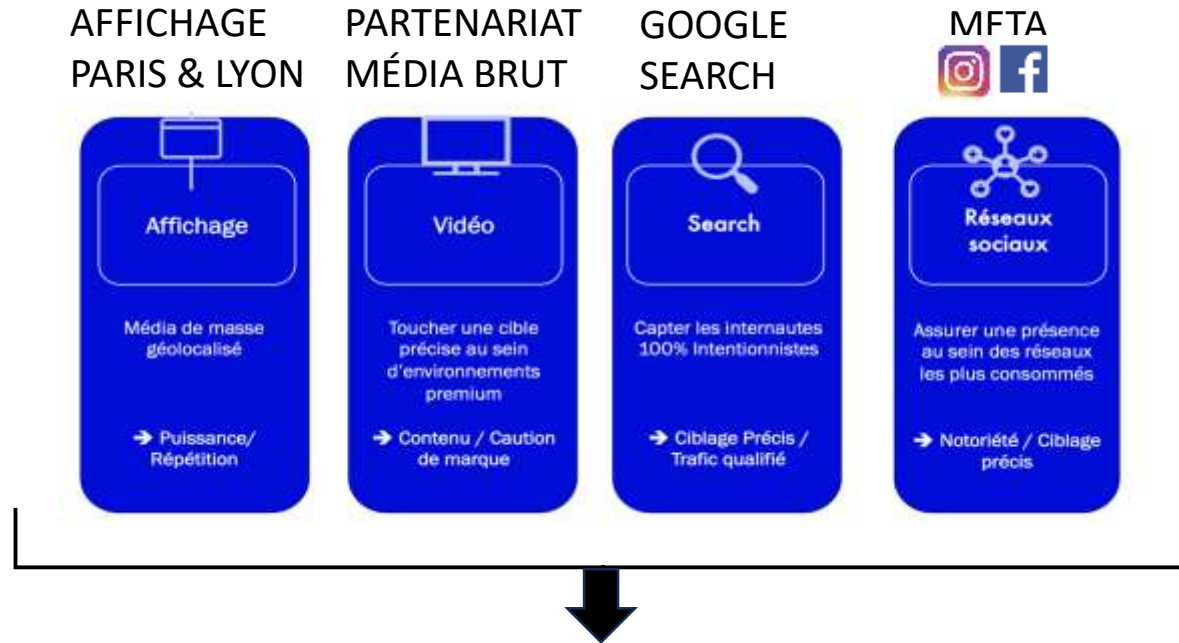
C'est être fier de **porter haut et fort** les valeurs d'accueil et de générosité de la Loire.

C'est tout cela la Loire Altitude et c'est aussi tout simplement **La Loire... avec de l'altitude...** en Auvergne Rhône Alpes.



# 3.1 / DÉVELOPPER L'IMAGE ET LA NOTORIÉTÉ >>> CAMPAGNE DE COMMUNICATION NATIONALE

PLAN MÉDIA 2024



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



# 3.1 / DÉVELOPPER L'IMAGE ET LA NOTORIÉTÉ >>> CAMPAGNE DE COMMUNICATION NATIONALE

## AFFICHAGE

### Rappel du dispositif

CAMPAGNE AFFICHAGE SUR LE MOIS DE MAI

PARIS – LYON

65 MILLIONS DE CONTACTS

Métro Parisien – couloirs  
S18 + S19  
200 faces  
44M de contacts

Métro Lyon – 2m<sup>2</sup>  
S20 + S21  
109 faces  
12M de contacts

Urbain Lyon – 8m<sup>2</sup>  
S21 + S22  
151 faces  
9,2M de contacts

Métro Paris



Métro Lyon



Urbain Lyon



## 3.1 / DÉVELOPPER L'IMAGE ET LA NOTORIÉTÉ >>> CAMPAGNE DE COMMUNICATION NATIONALE

# BRUT

1<sup>ER</sup> MÉDIA SOCIAL EN FRANCE

## Objectif

- Cultiver l'image de destination nature / outdoor
- Faire découvrir le département de la Loire à travers le regard d'Arthur Forissier champion du monde de cross triathlon

## Rappel du dispositif

Communication sur la thématique outdoor

1 Ambassadeur Arthur Forissier

Publication d'une vidéo impactante sur les plateformes

[Tik Tok](#), Insta et Facebook en juillet 2024



## Bilan

Une campagne incarnée et très performante



1,7M

vues

30,3K

interactions

*vs. 700K vues garanties,*

*soit +142% des objectifs atteints*

- Une thématique pertinente et un contenu de qualité qui nous ont permis des performances média au-delà des objectifs fixés.
- Une vidéo appréciée par une audience nationale, jeune et mixte.

<https://pro.loiretourisme.com/coup-de-projecteur-sur-les-activites-outdoor/>

# 3.1 / DÉVELOPPER L'IMAGE ET LA NOTORIÉTÉ >>> CAMPAGNE DE COMMUNICATION NATIONALE

## GOOGLE ADS

### Objectif

Remettre la Loire à sa place .

Faire émerger la destination sur le moteur de recherche.

### Rappel du dispositif

Campagnes ciblées sur nos thématiques prioritaires :

#### THÉMATIQUES DE CAMPAGNE

|                                      |
|--------------------------------------|
| Générique Vélo/VTT                   |
| Générique Rando                      |
| Générique Gastronomie                |
| Générique Oenotourisme               |
| Générique Weekend                    |
| Générique Activités de pleine nature |
| Générique patrimoine                 |
| Générique Famille                    |
| Générique Vacances à la ferme        |



### Bilan provisoire

+ de 50 000 clics vers le site [www.loiretourisme.com](http://www.loiretourisme.com)  
+ 116,09 % (VS 2023)

Nette progression des performances des campagnes en 2024 vs 2023

Les campagnes outdoor sont les plus performantes :  
velo/VTT, Rando, Activités de pleine nature.

Les 2 nouvelles campagnes Œnotourisme et Vacances à la ferme fonctionnent bien et gagneront en performance sur le long terme.



# 3.1 / DÉVELOPPER L'IMAGE ET LA NOTORIÉTÉ >>> CAMPAGNE DE COMMUNICATION NATIONALE

## MÉTA ADS

### Objectifs

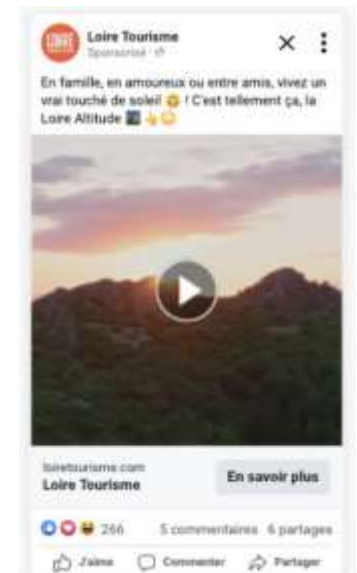
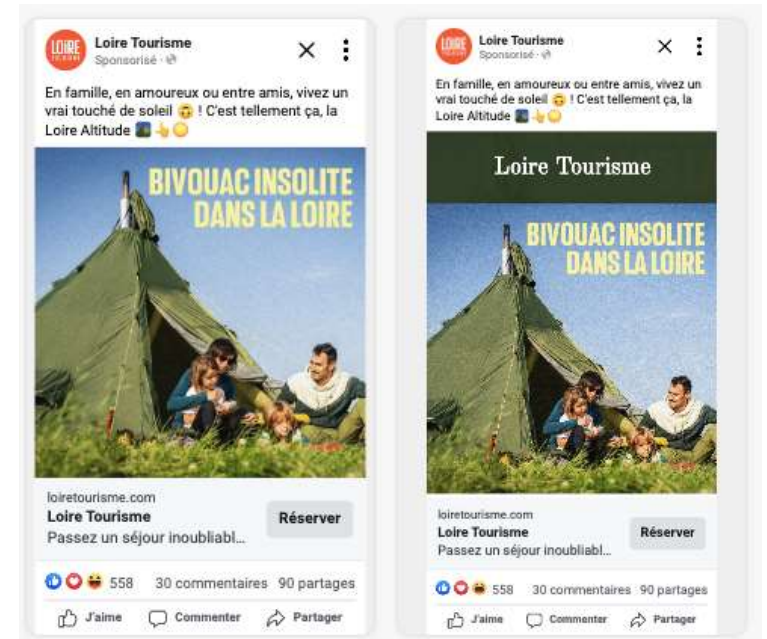
- Accroître la visibilité de la destination Loire via META ( Facebook & Instagram)
- Séduire & faciliter le passage à l'acte par des renvois vers des pages thématiques et des idées séjours avec possibilité de réservation.

### Rappel du dispositif

- Diffusion de vidéos expérientielles 15' , sponsoring, renvoi sur les offres et activités plébiscitées.

### Performances

- Près de **8 millions** d'impressions pour plus de **330 000 clics** vers le site [www.loiretourisme.com](http://www.loiretourisme.com)



# BILAN CHIFFRE GOOGLE & META

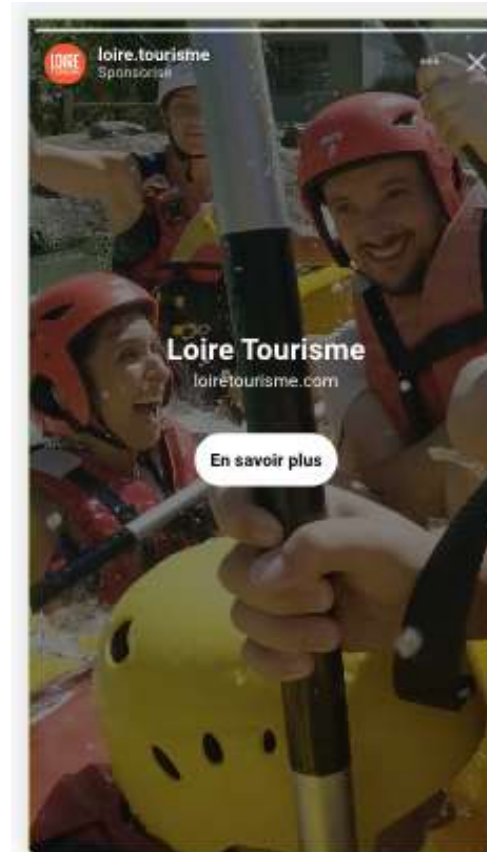
La fin des campagnes est prévue pour le 15 octobre.  
Un budget de 5K reste à investir par plateformes :

**7,9M**

Impressions sur Méta  
*vs. 8,3M impressions prévues,  
soit +95% des objectifs atteints*

**51K**

Clics sur Google ADS  
*vs. 40K clics prévus,  
soit +127% des objectifs atteints*



Sponsorisé

 Département de la Loire  
[www.loiretourisme.com/balades/rando](http://www.loiretourisme.com/balades/rando)

Découvrez notre sélection - A la découverte de la Loire - Randonnée pédestre Loire

Des parcours de découverte et balades dans la Loire. Découvrez les parcours de balades pédestres proposés par la Loire. Vélo dans la Loire.



[L'Irrésistible Roannais](#) [Vacances à la ferme](#) [Télécr](#)

Sponsorisé

 [loiretourisme.com](http://loiretourisme.com)  
[www.loiretourisme.com/sejour/ferme](http://www.loiretourisme.com/sejour/ferme)

Réservez dès maintenant - Séjour ferme avec animaux

Sorties, visites et sorties en famille dans la Loire. Profitez de vos vacances en famille pour visiter la ferme dans le 42. Services: Campings, Restaurants, Gîtes et locations, Chambres d'hôtes, Hôtels. Nous contacter. Réservation en ligne. Randonnées dans la Loire. La...

[Se régaler dans la Loire](#) [Bouger dans la Loire](#) [Loin](#)

 Appeler le 04 77 43 59 14



# 3.1 / DÉVELOPPER L'IMAGE ET LA NOTORIÉTÉ >>> PARTENARIAT CHILOWÉ (2023-2024)

## CHILOWE

Le média de référence pour celles et ceux qui aspirent à un mode de vie local, joyeux et tourné vers la nature.

## RAPPEL DU DISPOSITIF SUR 2024

### Création d'un dossier « Loire »

**2 nouveaux articles ChiloList** diffusée dans le dossier Loire

- 2 week-end œnotourisme
- 5 séjours vélos

Diffusion d'une **newsletter dédiée** à la destination auprès de 140 000 abonnés

Promotion des contenus Loire :

- 2 relais en réseaux sociaux
- 1 bannière pub sur 3 newsletters
- 1 bannière pub en page d'accueil pendant 15 jours



5 séjours à vélo aux quatre coins de la Loire



Nos bons plans et nos bonnes adresses de 2024



2 week-ends dans la Loire pour les férus d'œnologie



Week-end dans la Loire : 5 activités cools à faire avec ses kids



Terre d'œnologie, de balades à vélo au fil de l'eau, de design et de randos dans de magnifiques parcs naturels... Bienvenue dans le département gourmand de la Loire en Auvergne-Rhône-Alpes !



Loire : 5 idées week-end entre nature et culture



# 3.1 / DÉVELOPPER L'IMAGE ET LA NOTORIÉTÉ >>> PARTENARIAT CHILOWÉ (2023-2024)

## PERFORMANCE DU DISPOSITIF

### RÉSULTATS PAGE DÉDIÉE - LANDING PAGE



|                             | Impressions |
|-----------------------------|-------------|
| Site (pages vues)           | 3 144       |
| Bannière NL (3 apparitions) | 139 992     |
| Bannières site (15 jours)   | 82 761      |

**168K**

Total impressions

**3 947**

Clics dans la newsletter dédiée "Loire Tourisme"

**6%**

Moyenne de clic sur le banner newsletter (habituellement 2%)

### RÉSULTATS ARTICLE CHILO LIST 5 séjours à vélo aux quatre coins de la Loire Diffusion le 26 / 03 / 24



|                               | Impressions | Interactions |
|-------------------------------|-------------|--------------|
| Newsletter dédiée (ouverture) | 49 923      |              |
| Site (pages vues)             | 2 308       |              |
| Instagram                     | 55 532      | 87           |
| Facebook                      | 109 535     | 551          |

**217 298**

Total impressions

**2:47**

Temps de lecture moyen sur le site

### RÉSULTATS ARTICLE CHILO LIST 2 week-ends rando et vélo dans la Loire pour férus d'oenologie Diffusion le 26 / 03 / 24



|                               | Impressions | Interactions |
|-------------------------------|-------------|--------------|
| Newsletter dédiée (ouverture) | 49 923      |              |
| Site (pages vues)             | 1 590       |              |
| Instagram (organique et paid) | 32 182      | 250          |
| Facebook (organique et paid)  | 242 514     | 516          |

**276 290**

Total impressions

**02:03**

Temps de lecture moyen sur le site

# 3.1 / DÉVELOPPER L'IMAGE ET LA NOTORIÉTÉ >>> SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE



24 FÉVRIER > 3  
MARS 2024



## 1<sup>ère</sup> participation de la Loire au SIA

Loire Tourisme a coordonné la présence des acteurs du tourisme sur le stand du Département pour promouvoir la destination sur la durée totale de l'évènement (Offices de tourisme et Gîtes de France)

### OBJECTIFS

- Améliorer la notoriété du Département, positionner la Loire en France
- Promouvoir les produits du territoire ligérien
- Positionner le Département comme fédérateur des acteurs ligériens.
- Communiquer sur la destination touristique Loire.

### BILAN

- Un visitorat très diversifié : familles, jeunes couples, retraités...
- De nombreuses demandes : tourisme pleine nature ( randonnée et cyclotourisme), accueil à la ferme, art de vivre et vacances en famille.
- Très bon accueil du road book « Route des Vins Forez-Roannais en Loire Volcanique ».







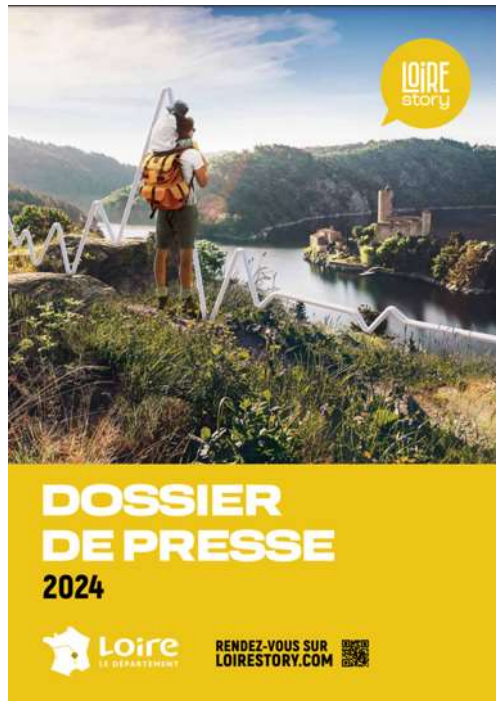
# 3/ PROMOTION MARCHÉ FRANÇAIS



# 3.2 / RELATIONS PRESSE & INFLUENCEURS

**OBJECTIF** : reconquérir la presse tourisme et faire parler de La LOIRE dans des supports en phase avec notre positionnement et nos cibles de clientèles.

## DOSSIER DE PRESSE 2024



## 3 WORKSHOPS PRESSE

- **PARTIR EN FRANCE - PARIS**  
Les 22 et 23 janvier 2024
- **COLLECTION FRANCE - BRUXELLES**  
Le 1er février 2024
- **IMM France - PARIS**  
13 mars 2024



[Disponible en téléchargement](#)

# 3.2 / RELATIONS PRESSE & INFLUENCEURS

## ACCUEILS PRESSE 2024

- Janvier : **TELEMATIN** (tournage Saint-Martin la Plaine )
- Mars : **TELEMATIN** (tournage Roannais, Pralus + Villerest)
- 18 - 22 mars : **MAG TRAILS ENDURANCE**  
- Accueil du Big Test Shoes Trails / PILAT – St-Régis du Coin
- Avril/mai : **MAGAZINE BALADES**  
Randonnées accessibles en train
- 18/20 juin : **MAG CYCLOTOURISME – FFCT**  
Accueil François TARTATIN (Véloire et Via Fluvia)
- 11 septembre : **DÉTOURS EN FRANCE – Randonnée /FOREZ**

## RETOMBÉES PRESSE

- **TÉLEMATIN** :
- **DÉTOURS EN France – Printemps 2024**  
Hors Série - 60 000 ex  
12 pages sur St-Etienne et les Gorges de la Loire
- **MAG TRAILS ENDURANCE - MAI 2024**  
Publirédactionnel SUR l'offre trail des Villages sport nature.
- **MAGAZINR BALADE – juillet/Août 2024**  
Publirédactionnel. 6 pages sur la Loire et les randonnées accessibles en train





## Randos Balades



Dans son numéro de Juillet-Août 2024, le magazine Randos Balades consacre 6 pages à la randonnée éco-responsable dans la Loire. Du Pilat aux Gorges de la Loire, du Forez au Roannais, 5 itinéraires magnifiques et accessibles en train. Une expérience unique, alliant nature et respect de l'environnement. L'article complet est à découvrir dans le magazine vendu en kiosque.

## Détours en France



Tiré à 60 000 exemplaires, le hors-série collection Printemps 2024 de *Détours en France* met en lumière les Gorges de la Loire à travers un article de 5 pages. L'accueil journaliste s'est tenue en août 2024.

## Trails Endurance



Le magazine *Trails Endurance*, qui paraît six fois par an avec un tirage de 35 000 exemplaires, consacre dans son numéro de mai/juin 2024 un publi-rédactionnel de 6 pages aux Villages Sport Nature de la Loire. Cet article est réalisé en partenariat avec la Direction des Sports du Département de la Loire.

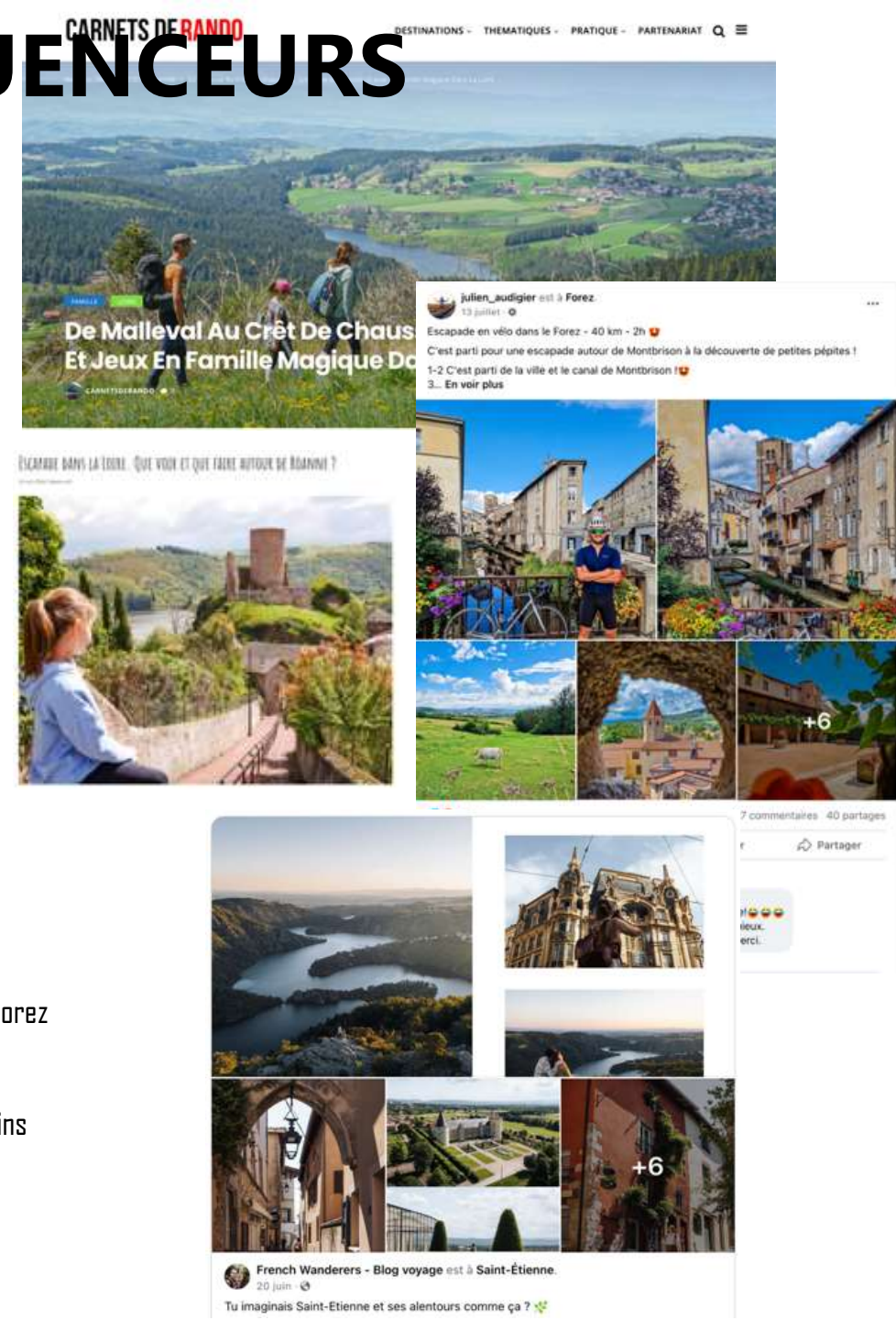


# 3.2 / RELATIONS PRESSE & INFLUENCEURS

## ACCUEILS INFLUENCEURS 2024

Développer l'authenticité de la destination Loire sur le web et les réseaux sociaux

- Du **15 au 17 avril** - blog famille [Les Petits Drômois](#) - Famille ,, Voyage en train - Roanne - Véloire - Perreux - Saint-Jean-Saint-Maurice, Baludik
- Du **8 au 11 mai** - accueil [Carnet de Rando](#) - Famille - Itinérance - Burdignes, Chaussitre, Malleval. - Collaboration avec **Massif du Pilat**.
- Le **6 juin**, [Lyon City Crunch](#) - média Lyonnais - article sur 5 idées d'escapades nature dans la Loire - Collaboration avec **Auvergne Rhône-Alpes Tourisme**.
- Du 10 au 14 juin, [French Wanderers](#) - jeunes urbains - incontournables à St-Etienne et environs - Collaboration avec **St-Etienne Tourisme**
- Du 9 au 12 juillet, [Julien Audigier](#) - vélo, patrimoine, VDC, V&D, Gastronomie. Collaboration **Roannais et Loire Forez Tourisme**.
- Le 7 septembre, [Instameet Partir Ici](#) à St-Etienne - Collaboration avec Auvergne Rhône-Alpes Tourisme et St-Etienne Tourisme.
- les 14 & 15 septembre accueil des blogueurs [Prairy](#) + partenariat Prairy - app pour valoriser les spots Loire -secteur Forez Est.
- Du 15 au 17 septembre, accueil [la Bobine Magazine](#) - Terroirs & savoir-faire. Podcast, webmagazine, photos - Route des vins Roannais-Forez.  
Collaboration Roannais & Forez





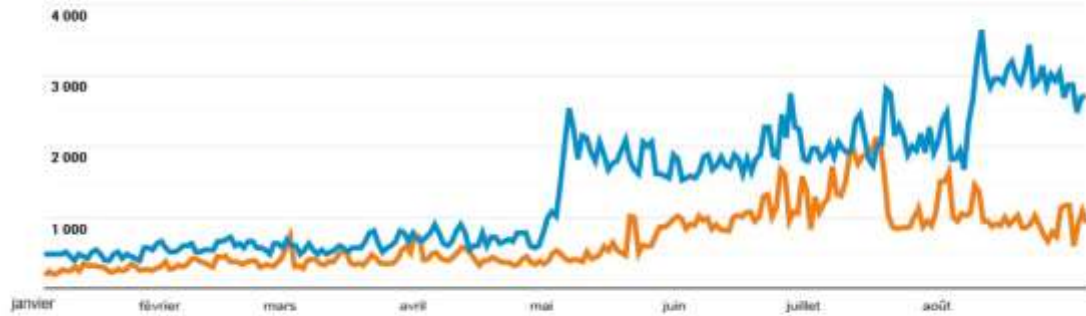
# 3/ PROMOTION MARCHÉ FRANÇAIS



# 3.3 / STRATÉGIE DIGITALE >>> SITE INTERNET

## Évolution du nombre journalier d'utilisateurs

1 janv. 2024 - 29 août 2024 : Utilisateurs  
1 janv. 2023 - 29 août 2023 : Utilisateurs

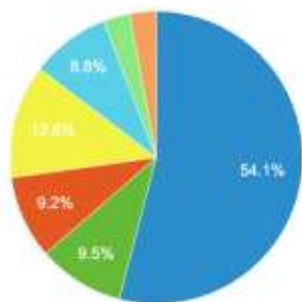


**+ 107%**  
entre  
2023  
et 2024.

**2023 : 149 720 utilisateurs**    **2024 : 309 724 utilisateurs**

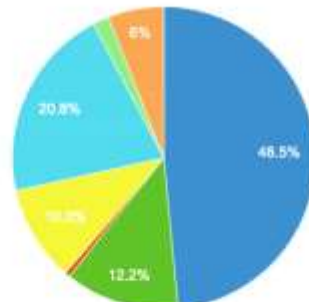
## Principaux canaux d'acquisition

1 janv. 2023 - 29 août. 2023



- Recherches organiques
- Publicité Adwords
- Publicité display
- Trafic direct
- Autres
- Sites référents
- Réseaux sociaux
- Email

1 janv. 2024 - 29 août. 2024



- Recherches organiques
- Publicité Adwords
- Publicité display
- Trafic direct
- Autres
- Sites référents
- Réseaux sociaux
- Email

## Top 10 des pages les plus consultées :

□ Station de Chalmazel : 29 542 visites

□ Vélo dans la Loire : 24 874 visites

□ Le Pilat : 17 927 visites

• Escalade et Via Ferrata : 16 715 visites

• Page d'accueil : 13 841 visites

• La Loire en famille : 12 649 visites

• Restaurant Victor : 9 478 visites

• Activités de pleine nature : 7 954 visites

• Randonnées dans la Loire : 7 889 visites

• Idées séjours : 5 916 visites

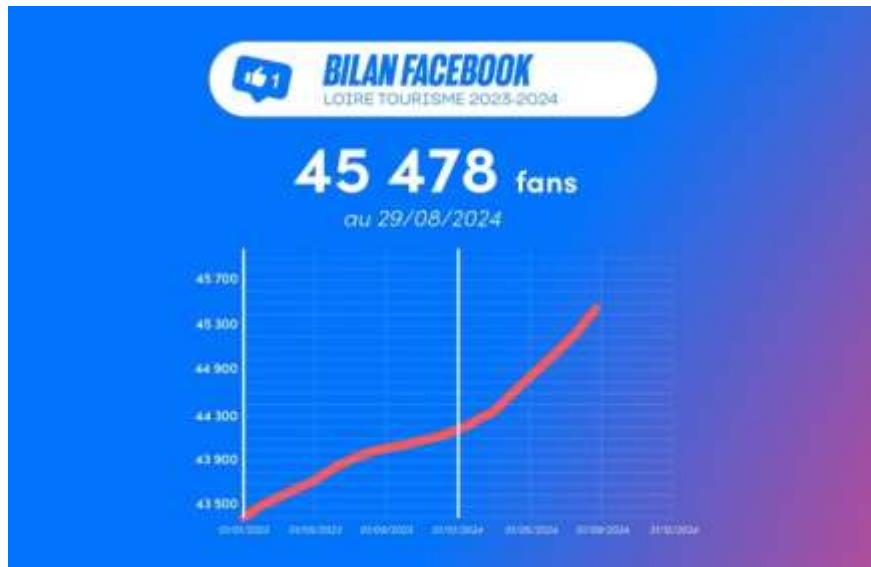


# 3.3 / STRATÉGIE DIGITALE >>> RÉSEAUX SOCIAUX

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

## Facebook - 2024

- Couverture totale : 4 477 922 (+151,5%)
- Visites de la page : 60 200 (+82,2%)
- Nombre d'interactions : 123 700 (+83,2%)
- Nombre de clic sur les liens : 249 581 (+239,6%)



**+ 930 fans**

## Instagram - 2024

- Couverture totale : 537 732 (+158,2%)
- Visites de la page : 22 000 (+84,2%)
- Nombre d'interactions : 22 400 (+100%)
- Nombre de clic sur les liens : 10 900 (+551,1%)



**+ 3 772 abonnés**

**Couverture** : nombre de personnes uniques ayant vu l'une des publications..

**Impressions** : nombre total de fois où le contenu est apparu sur le fil d'actualité des utilisateurs

# 3.3 / STRATÉGIE DIGITALE >> Publications Facebook - 50P: 2022 RÉSEAUX SOCIAUX



Publication (photos) séjour de Carnets de Rando à Malleval.

Impressions : 1 052 138  
 Couverture : 535 391  
 Impressions : 1 052 052  
 Interactions : 4 379  
 Clics sur un lien : 448



Vidéo RIOT (campagne digitale) Saint-Victor-sur-Loire

Impressions : 952 607  
 Couverture : 422 542  
 Impressions : 837 529  
 Interactions : 1 118  
 Nbr de lectures : 276 858 (+ IG = 373 006)



Publication (photos) TOP 5 des plus belles randos de la Loire

Impressions: 507 874  
 Couverture : 376 882  
 Impressions : 507 862  
 Interactions : 5 496

# 3.3 / STRATÉGIE DIGITALE >>> RÉSEAUX SOCIAUX

## Publications Instagram - TOP 3 2024



Publication en collaboration, par TOLT : Vidéo "N'allez pas à Saint-Etienne"

Impressions :

Couverture : 182 940

Impressions : 190 438

Interactions : 7 259

Nbr de lectures : 277 950



Publication en collaboration par AURA Tourisme : GR 765, vue de Pommiers-en-Forez

Couverture : 370 513

Impressions : 581 103

Interactions : 16 228



Publication en collaboration, par TOLT : Vidéo "Personne ne sait placer ce département sur une carte"

Couverture : 56 445

Impressions : -

Interactions : 1 333

Nbr de lectures : 83 591



# 3.3 / STRATÉGIE DIGITALE >>> RÉSEAUX SOCIAUX

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

## TikTok - 2024

- **Nombre de followers** : 588 (+170% d'avril à septembre 2024)
- **Nombre total de vues de vidéo** : 106 000
- **Vues du profil** : 620
- **Nombre total de likes** : 6 384







# 3/ PROMOTION MARCHÉ FRANÇAIS



# 3.4 / CONQUÊTE DE CLIENTÈLES AFFINITAIRES >>>

## VÉLO

PROMOTION DU VÉLO DANS LA LOIRE

### Semaine Fédérale du cyclotourisme 2024

- Insertion Publicitaire dans le livret de l'édition 2024 à Roanne
- Diffusion du Magazine Loire Altitude ! et de la carte vélo édité par le Département aux 6500 participants

### Campagne partenariale - Collectif vélo - ARAT

- Valorisation de l'offre vélo dans la Loire sur le site régional <https://www.laregionduvelo.fr/>
- Dossier de 5 pages - **M'Le Monde** paru en juin 2024
- Campagne digitale - D'avril à août - Sites affinitaires vélos (VTT/ gravel/ cyclo)
- Campagne sur la plateforme Komoot  
une application de navigation, guide d'itinéraire et réseau social pour les activités de plein air. Il s'adresse en particulier aux cyclistes, randonneurs.

### Roc d'Azur

A venir, participation au Roc d'Azur 2024 pour promouvoir les espaces VTT de la Loire et la « Destination Grand Air », plus grand espace VTT d'Europe.

### Accueil Presse

Accueil en juillet de François TARTARIN, journaliste pour le magazine de la FFCT (Véloire et Via Fluvia)

LA LOIRE  
TERRE DE  
VÉLO :  
EXPLOREZ,  
VIVEZ,  
PÉDALEZ !

UN TERRAIN DE JEU IDÉAL POUR  
LES AMOUREUX DU DEUX ROUES.



PARCOUREZ LES ITINÉRAIRES  
CYCLOTOURISTIQUES, LA  
VÉLOIRE ET LES SENTIERS VTT  
DE LA LOIRE POUR UN SÉJOUR  
HAUT EN ÉMOTION !

Plus d'informations sur [loiretourisme.com](http://loiretourisme.com)

LOIRE  
TOURISME





# 3.4 / CONQUÊTE DE CLIENTÈLES AFFINITAIRES >>>

## RANDO

SALON DU RANDONNEUR À LYON

### OBJECTIF

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



### NOUVEAUTE 2024

Un stand nu de 36 m<sup>2</sup> entièrement aménagé par un standiste, la Société Régie Air, ce qui a contribué à améliorer notre lisibilité.



- 5 Offices de tourisme présents sur le stand Loire + les Gîtes de France Loire
- 1 corner « Via Sancti Martini »
- 12 500 visiteurs



# 4/ PROMOTION MARCHÉS ÉTRANGERS

**4.1 / ACCUEILS PRESSE**

**4.2 / PLAN D' ACTIONS SUR LA  
BELGIQUE FRANCOPHONE**

**4.3 / CAMPAGNE HOTELLERIE  
DE PLEIN AIR**



# 4.1 / RELATIONS PRESSE

## ACCUEILS PRESSE ÉTRANGÈRE EN 2024

- **Voyage de presse multinationnalités sur la « Route des Vins Forez-Roannais en Loire Volcanique »** les 5 et 6 Juin 2024. 5 journalistes  
En partenariat avec Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme.
- **Voyage de presse moto du 27 juillet au 03 août.**  
Accueil de Kris Van der Stockt pigiste pour de nombreux supports dont **Moto Plus**.
- **Voyage presse sur la Nationale 7 le 24 septembre.**  
Accueil de Lars Wennersheide, journaliste allemand collaborant avec plusieurs supports d'itinérance à moto
- **Accueil de la RTBF du 21-25 octobre.**  
**Émission Grandeur Nature** dans les Gorges de la Loire et Massif du Pilat.

## RETOMBÉES PRESSE

Italie

Magazine "travel" - 80 000 exemplaires

IT 30 pages consacrées à la Loire, accompagnées de magnifiques visuels.

Cet article fait suite au voyage de presse organisé sur la Route des vins en juin dernier

<https://www.latitudeslife.com/.../magazine-184-settembre.../>





# 4.2 / PLAN D' ACTIONS SUR LA BELGIQUE



## FRANCOPHONE

In partenariat avec les Offices de tourisme et l'Agence Régionale de Tourisme

### Rappel du

### dispositif

#### SALON DES VACANCES À BRUXELLES

Du 1<sup>er</sup> au 4 février – Stand commun avec les OT



#### RELATIONS PRESSE

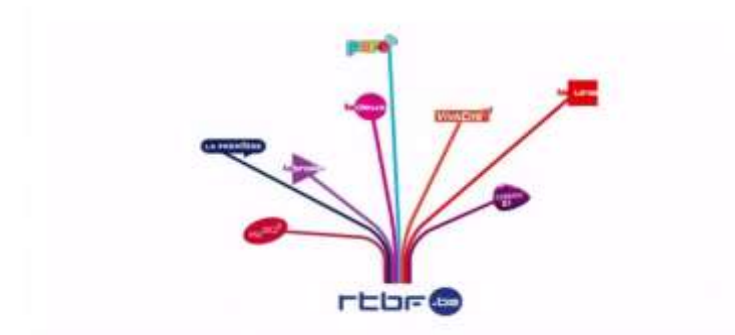
- Workshop presse - Atout France à Bruxelles
- Accueil des journalistes

#### PLAN DE COMMUNICATION

- Presse en ligne : journal l'Evasion.be



- Radio et Télévision - RTBF





# 4.2 / PLAN D' ACTIONS SUR LA BELGIQUE

## FRANCOPHONE

### Bilan : le journal de l'Evasion.be

Diffusion de **3 articles longs** sur le site promus dans 3 newsletters et sur les réseaux sociaux

+ de **20 000 vues** des articles sur le site

#### E-MAG LE JOURNAL DE L'EVASION.BE

| ARTICLE LONG<br>MARS 2024   | ARTICLE LONG<br>AVRIL 2024  | ARTICLE LONG<br>MAI 2024   |
|---|---|--|
|  |  |  |
| <b>Visiter la Loire en famille: le guide des vacances parfaites?</b>              | <b>Découvrir la Loire au fil des randonnées à pied, en VTT et à vélo</b>          | <b>Œnotourisme et Art de Vivre dans la Loire</b>                                   |
| NOMBRE DE VUES: 5617  | NOMBRE DE VUES: 6379  | NOMBRE DE VUES: 6497   |

#### NEWSLETTER DU JOURNAL DE L'EVASION.BE

| ARTICLE LONG<br>MARS 2024   | ARTICLE LONG<br>AVRIL 2024  | ARTICLE LONG<br>MAI 2024   |
|---|---|--|
|    |  |    |
| <b>EXPLORER LA LOIRE</b><br>Le guide des vacances parfaites, entre paysages et villes | <b>DÉCOUVRIR LA LOIRE</b><br>Au fil de ses itinéraires à pied, à vélo ou en VTT     | <b>ART DE VIVRE DANS LA LOIRE</b><br>Œnotourisme, gastronomie et villages remarquables |

+ de **120000 personnes touchées** par les posts sur facebook et instagram

#### RÉSEAUX SOCIAUX

| ARTICLE LONG<br>MARS 2024   | ARTICLE LONG<br>AVRIL 2024  | ARTICLE LONG<br>MAI 2024  |
|---|---|---|
|  |  |  |
| 11 062  | 9 353   | 42 487  |

#### RÉSEAUX SOCIAUX

| ARTICLE LONG<br>MARS 2024   | ARTICLE LONG<br>AVRIL 2024  | ARTICLE LONG<br>MAI 2024  |
|---|---|---|
|  |  |  |
| 7 126   | 9 394   | 17 282  |

# 4.2 / PLAN D' ACTIONS SUR LA BELGIQUE



## FRANCOPHONE

### Bilan : RTBF Télé & Radio

Promotion de la Route des vins Forez-Roannais en Loire volcanique + jeu concours avec un séjours à gagner

- Dans la matinale de la RTBF en mars 2024
- Sur Radio Vivacité dans l'émission « Grande Evasion » en mai 2024

### LA UNE TÉLÉ/RTBF (ANTENNE)

CONCOURS + CONTENU DANS LA MATINALE "LE 6/8"  
5 SÉQUENCES DÉDIÉES  
MARS 2024



ARTICLE SUR LE SITE DE LA RTBF  
MARS 2024



### RADIO VIVACITÉ/RTBF (ANTENNE)

ÉMISSION  
"LA GRANDE ÉVASION" DÉDIÉE  
MAI 2024



SPOT PROMO  
MAI 2024



ARTICLE SUR LE SITE DE LA RTBF  
MAI 2024





# 4.3 / CAMPAGNE HOTELLERIE DE PLEIN AIR - MULTI-MARCHÉS

Participation à la campagne de promotion de l'hôtellerie de plein air, pilotée par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme.

## OBJECTIFS

- Repositionner notre territoire comme une grande destination touristique pour la pratique du camping
- Limiter la volatilité de la clientèle étrangère (NL) vers d'autres types d'hébergement en travaillant sur l'image attractive des campings de la région
- Cibler les ailes de saison (notamment avant-saison) et le mois de juillet, de plus en plus sujets à des pertes de revenus
- S'inscrire dans le temps avec une ambition forte et durable, en réponse à cet enjeu structurel

## DISPOSITIF

- campagne digitale européenne de notoriété, d'acquisition de trafic et de conversion,
- Accueil d'un couple d'influenceurs (+ frais d'accueil)
- Accueil tournage émission de TV RTL4 (+ frais d'accueil)
- Etude Kantar marché DE (financée entièrement par l'ART)

## BILAN

A venir novembre 2024





# 5/ SUPPORTS DE COMMUNICATION

**5.1 / EDITIONS**

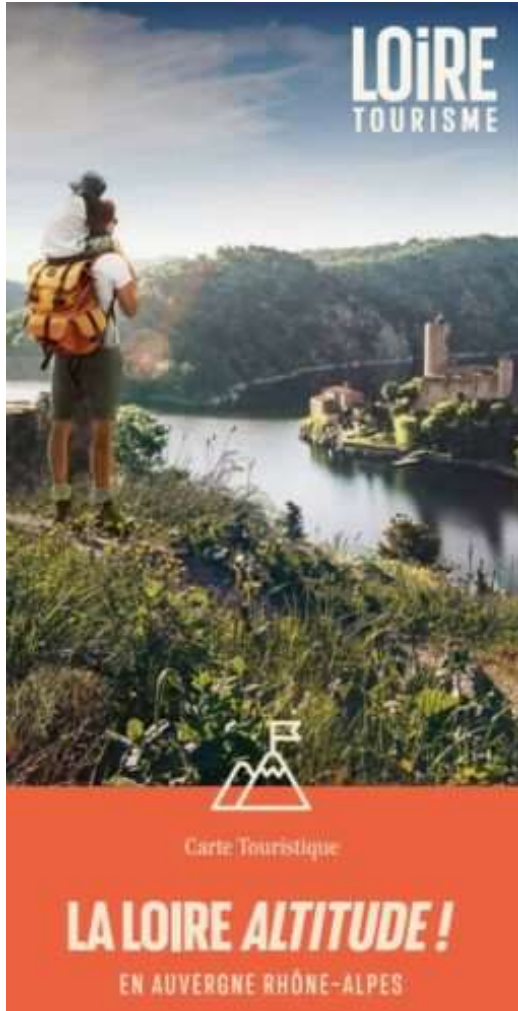
**5.2 / PRODUCTION PHOTO & VIDÉO**



# 5.1 / EDITIONS

## CARTE TOURISTIQUE

20 000 ex. exemplaires



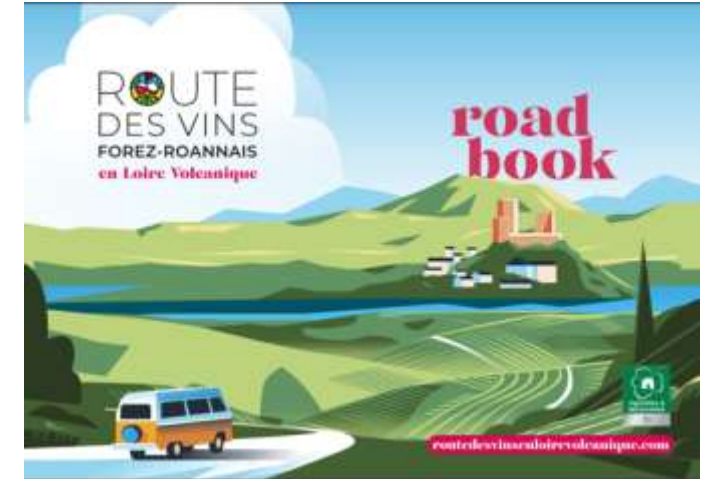
## CARTE VÉLO\*

12 000 ex.



## ROAD BOOK RDV

10 000 ex.



\*en partenariat avec le Département de la Loire



# 5.1 / EDITIONS

Magazine\* **LA LOIRE ALTITUDE !**  
26 000 ex. exemplaires



Loire Tourisme

25 juin · 🌐

\*en partenariat avec le Département de la Loire

# 5.2 / TOURNAGES VIDÉO & SHOOTING PHOTOS

## Production de contenus en 2024



### Des tournages & shootings sur les thématiques :

- Outdoor ( rando, vélo, VTT, trottinette, course à pied, villages sport nature...).
- Tourisme et Handicap
- Patrimoine & Village de caractère en Loire
- Gastronomie + Vignobles & Découvertes
- Évènementiels ( Parcours de la flamme, Mad Jacques, Run Handi Nature...)
- Famille

### Plus de 1500 photos insérées dans la photothèque

Dont 1100 photos réalisées par Loire Tourisme et plus de 400 photos de photographes et influenceurs (Julien Audigier, French Wanderers, Petits Drômois, etc)





# LOIRE TOURISME

Une équipe  
à votre service



**Antoine Vermorel-Marques**  
Président de Loire Tourisme - Conseiller  
Départemental de la Loire - Député



**Emmanuelle Collin**  
Directrice



**Annick Pailleux**  
Directrice adjointe



**Sophie Aussel**  
Référente Vignobles & Découvertes



**Françoise Pontet**  
Référente Accueil Vélo / Tourisme & Handicap



**Sylvie Spéciale**  
Chargée de mission promotion / communication



**Lionel Lambert**  
Community Manager, Influence & Campagnes digitales



**David Masson**  
Webmaster



**Cécile Grange**  
Référente Fleurissement et Cadre de Vie



**Isabelle Basset**  
Comptable



**Séverine Verdier**  
Chargée de mission numérique



**Dorothée Marion**  
Référente Observatoire



**Paul Maury**  
Animateur APEIAE / Place de marché



**Amandine Pichan**  
Community Manager et chargée de promotion  
Outdoor



**Manon Capitant**  
Chargée de mission hébergements



**LOIRE**  
TOURISME

Agence de  
Développement  
Touristique

## CONTACT

Emmanuelle Collin

Directrice Loire Tourisme

[emmanuelle@loiretourisme.com](mailto:emmanuelle@loiretourisme.com)

**Loire**  
LE DÉPARTEMENT