



LOIRE
TOURISME

Agence de
Développement
Touristique

RENCONTRES DU TOURISME DANS LA LOIRE

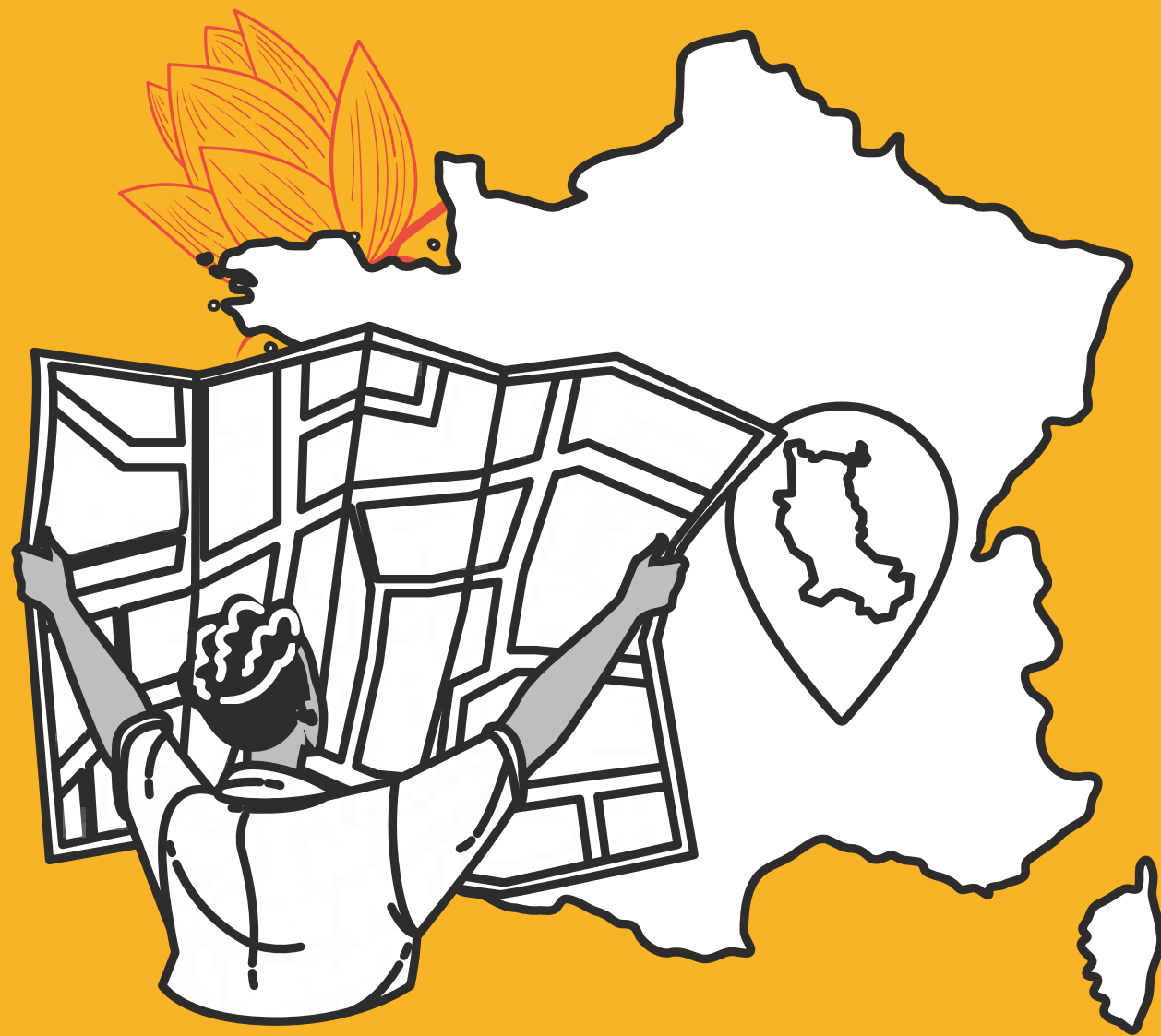
LUNDI 12 OCTOBRE 2026

ORDRE DU JOUR

- 18h30 – Mot d'accueil & lancement de la soirée
- 18h40 - Assemblée Générale Ordinaire
 - Rapport Moral du Président A. Vermorel-Marques
 - Approbation rapport d'activité 2025 et arrêté des comptes 2025
- 19h10 – Développer un tourisme responsable
Actions phares 2026 & perspectives 2027
- 19h30 - Le Tourisme à Vélo
Chiffres clés, le vélo dans la Loire et Table ronde
- 20h30 - Cocktail dinatoire

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE 2025

Loire Tourisme





LOIRE
TOURISME

Agence de
Développement
Touristique

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE 2025

Rapport moral du président

LE TOURISME DANS LA LOIRE EN 2025

Une filière économique
majeure, résiliente, non délocalisable...



8,9 M de nuitées

> **-4%** / 2024
(année olympique)
> **Stable** / 2023



17,7 M d'excursions

> **Stable** / 2024
> **Stable** / 2023



788 000 visiteurs
dans les principaux sites
culturels et de visite

> **+7** / 2024

LE TOURISME DANS LA LOIRE EN 2025

Une filière économique
majeure, résiliente, non délocalisable...



De **30€** à **67€** dépensés
par personne et par nuit*

soit **430 M€**
de recettes estimées



1,68M€ collectés en
2025 dans la Loire.

Soit une hausse de **17%**
Par rapport à 2024



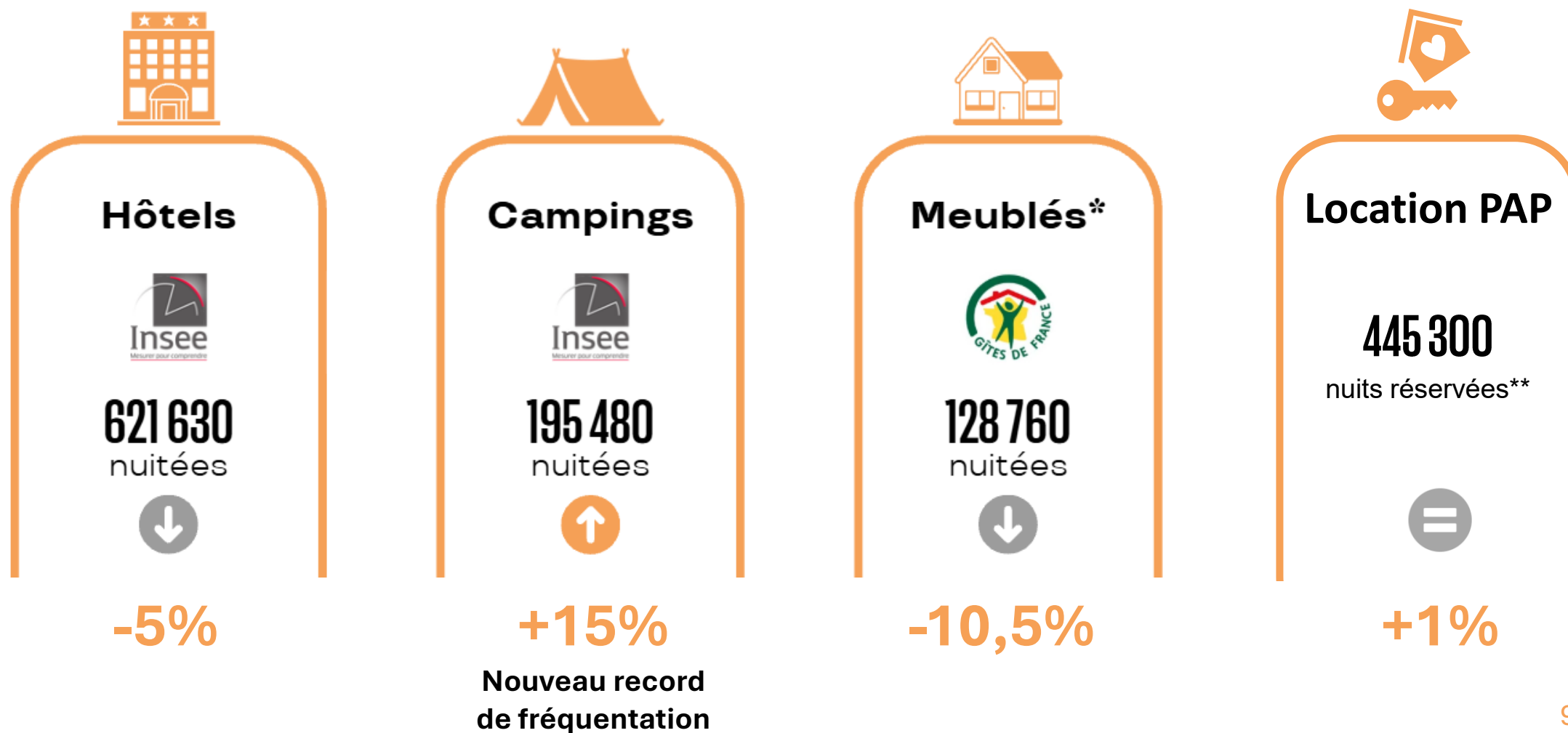
10 000 emplois dans
le secteur du tourisme

soit **5%**
des emplois salariés dans la Loire

*Touristes en hébergements non
marchands VS Touristes en
hébergements marchands

LE TOURISME DANS LA LOIRE EN 2025

Des dynamiques contrastées selon les hébergements.



LE TOURISME DANS LA LOIRE EN 2025

Une clientèle majoritairement française et de proximité

62% de nuitées françaises

**Auvergne
Rhône-Alpes**

44%

Rhône : 19%

Isère : 6%

Haute-Loire : 4%

Île de France

14%

Paris : 3,5%

**Provence-
Alpes-Côte
d'Azur**

8%

Occitanie

7%

ORIGINE DES CLIENTÈLES FRANÇAISES (EN NUITÉES)

38% de nuitées étrangères



Espagne

5%



Allemagne

4,9%



Suisse

4,4%



Pays-Bas

3,8 %



Italie

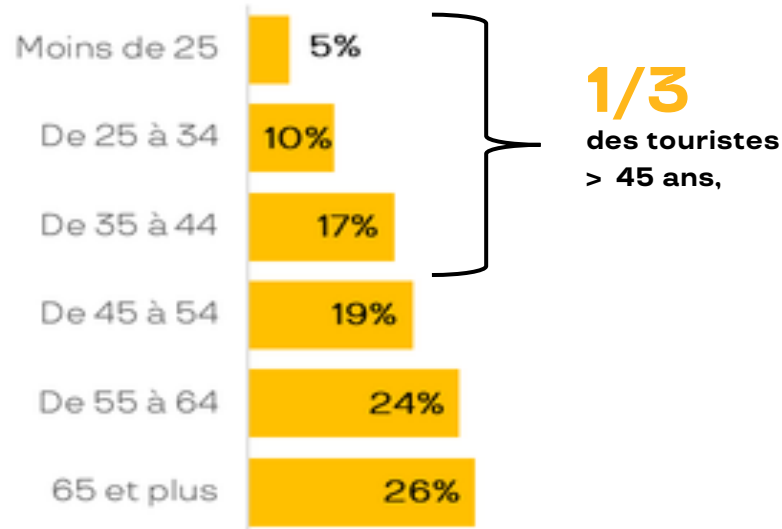
2,9 %

ORIGINE DES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES CIBLES (EN NUITÉES)

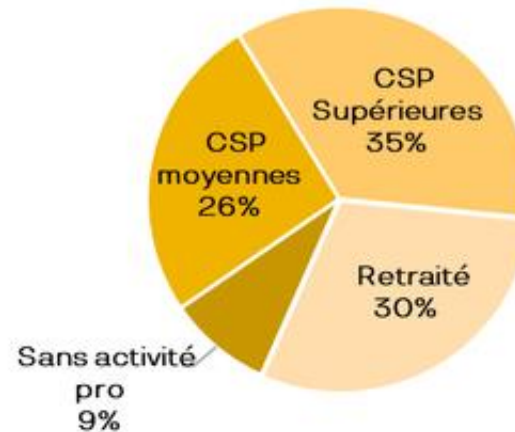
LE PROFIL DES TOURISTES EN 2025

Une clientèle plutôt âgée

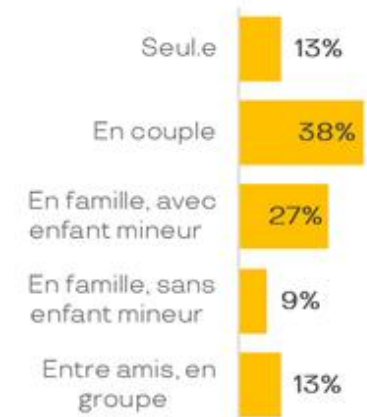
entre "Génération X" et "Boomer"
Age moyen **52 ans**



Surreprésentation des CSP+



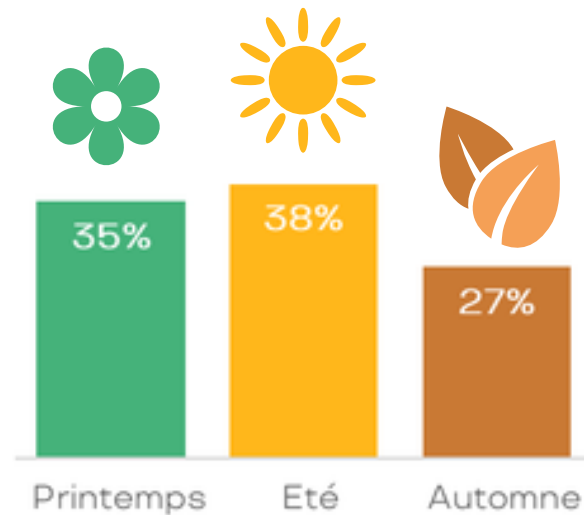
Poids important des couples et des familles



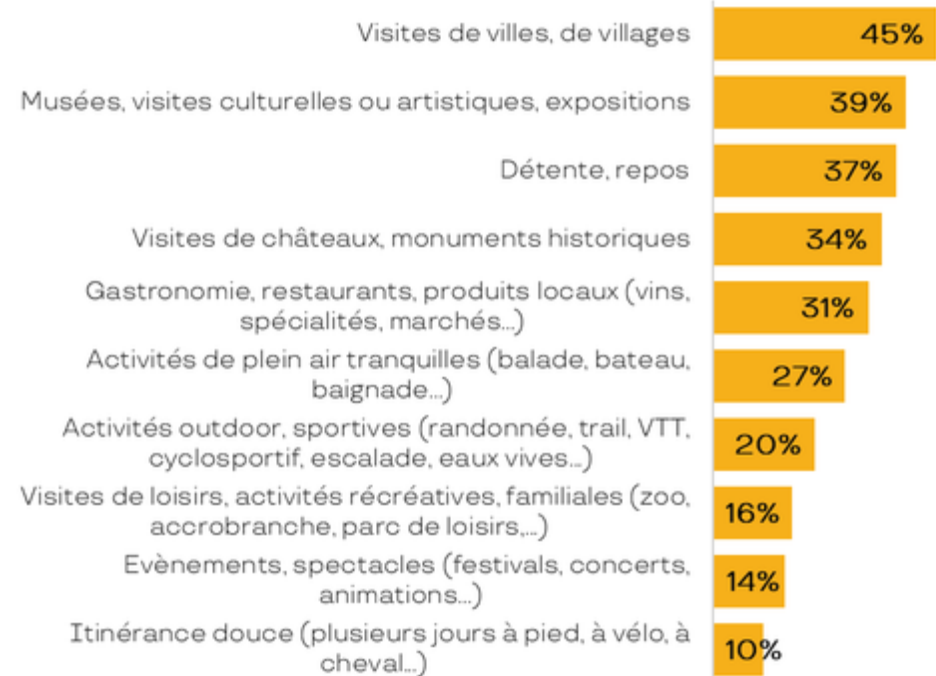
Présence d'enfants mineurs
dans **30%** des groupes

LES TOURISTES PENDANT LE SÉJOUR

Un tourisme toutes saisons



Un comportement plutôt "actif"

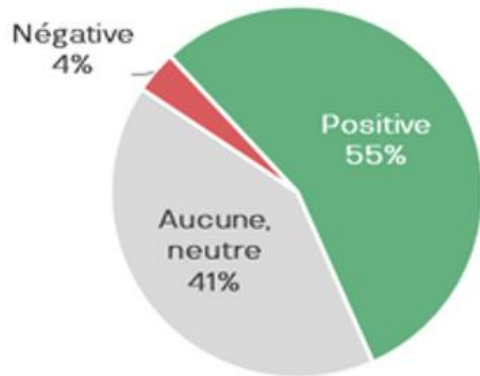


LE RESSENTI DES TOURISTES EN 2025

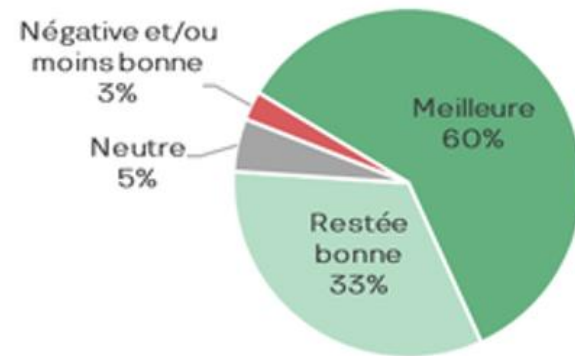
La Loire, une bonne surprise !

Image de la Loire pour les primo-visiteurs :

avant séjour



après séjour



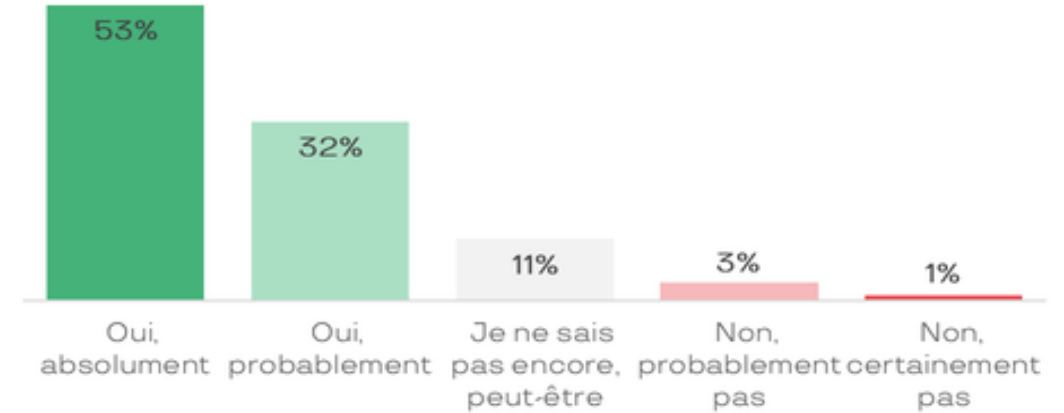
Satisfaction

👍 8.6/10

Recommandation

😊 8.4/10

Des intentions de retour intéressantes

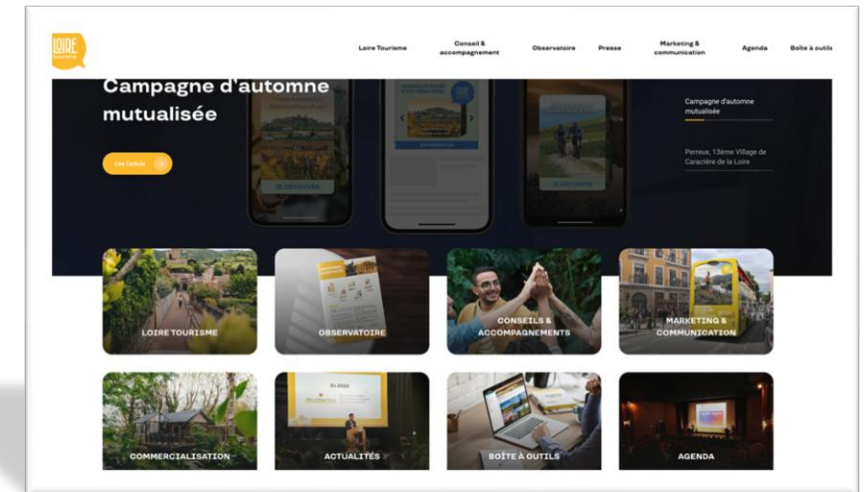


LE TOURISME DANS LA LOIRE EN 2025



Retrouvez les chiffres clés 2025 et les résultats de l'enquête clientèle sur le site professionnel

<https://pro.loiretourisme.com>



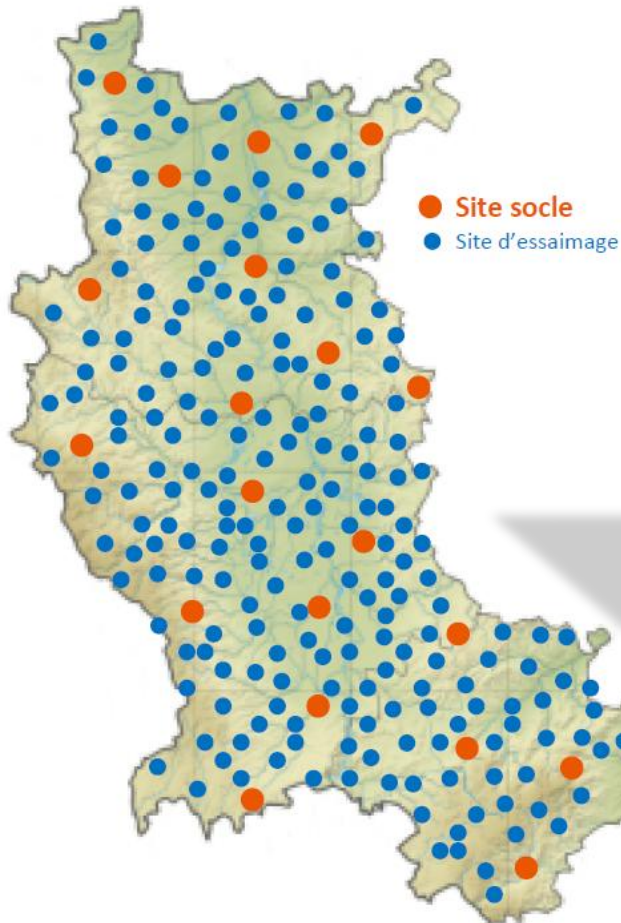


5 missions essentielles

- **Observer** et analyser l'impact du tourisme dans la Loire
- **Accompagner** le développement d'une offre touristique durable, en phase avec les attentes des clientèles
- **Professionnaliser** les acteurs touristiques
- **Fédérer** les acteurs du tourisme, favoriser les synergies & coordonner les initiatives
- **Promouvoir** les atouts de la destination auprès de clientèles ciblées pour développer les nuitées

Une grande enquête clientèle

pour mieux connaître et comprendre nos visiteurs



1 vague printemps / été / automne

De mars à octobre 2025

=> Panel de 8 500 visiteurs

1 vague hiver

De novembre 2025 à mars 2026

=> Panel de 1 500 visiteurs

Une grande enquête clientèle

Clientèles Printemps - été - automne



- Les profils des clientèles
- Les comportements avant séjour
- Les pratiques pendant le séjour
- Les dépenses
- Les ressentis

A l'échelle de la Loire

- Excursionnistes
- Touristes en hébergement marchand
- Touristes en hébergement non marchand
- Visiteurs en Résidences secondaires

Des focus par territoires, par filière

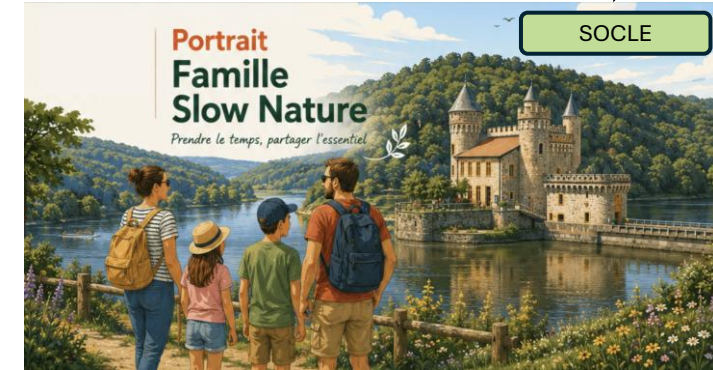
- Périmètre des offices de tourisme
- Route des vins Forez-Roannais en Loire Volcanique
- Clientèles Gîtes de France Loire
- Clientèles Camping
- Clientèles des musées de la Loire
- Clientèles par saison...

Les profils de la clientèle de 15 sites socles

Une grande enquête clientèle

Des persona stratégiques pour la destination

3 Persona socles



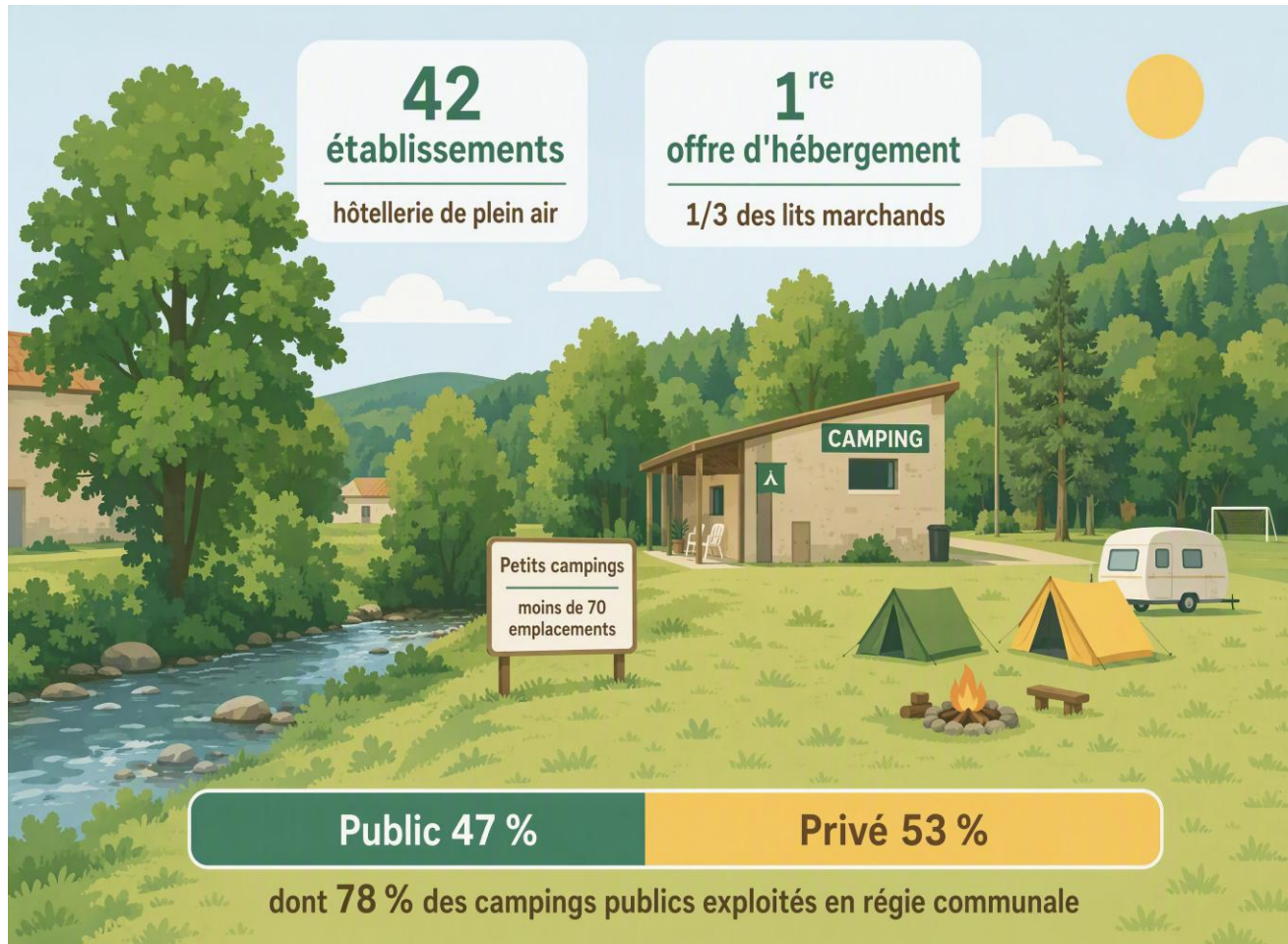
2 Persona émergents



PRIORITAIRE

Soutien à l'Hôtellerie de Plein Air

Un plan d'actions dédié pour préserver les petits campings, consolider leur modèle économique, favoriser leur modernisation et développer une offre durable, mieux adaptée aux attentes des clientèles.



- Un séminaire annuel des campings de la Loire.
- Un outil d'autodiagnostic pour mesurer les performances et identifier les pistes d'amélioration.
- Un accompagnement par le collectif Ingénierie Loire.
- Un cycle de formations : positionnement et stratégie de commercialisation
- Des actions de promotion de l'offre camping dans la Loire.

Accompagner la professionnalisation des acteurs

Des formats adaptés à chacun



Les formats proposés

- Formations Trajectoires Tourisme
- Rencontres thématiques
- Ateliers thématiques
- webinaires

En 2025

- 160 heures dispensées
- 480 personnes touchées

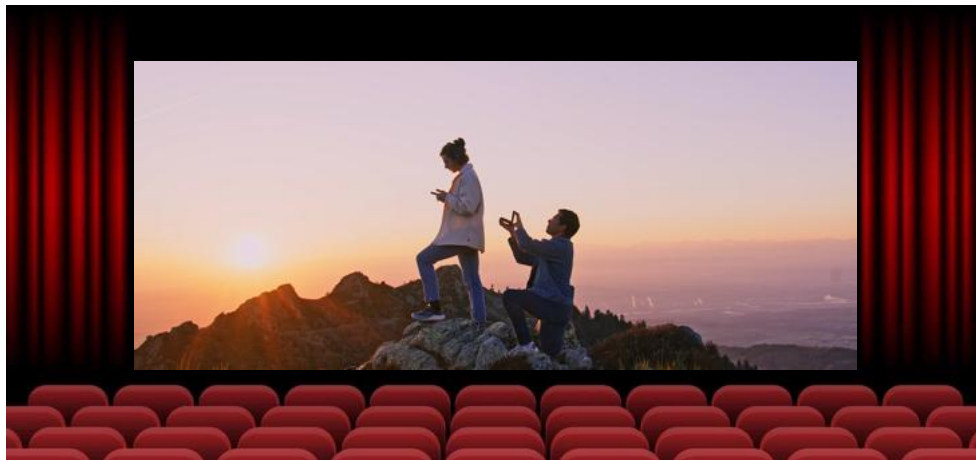
Campagne de communication nationale

+ incisive, remarquée par les médias et récompensée au grand prix Top Com



France TV
TÉLÉMATIN

GRAND PRIX
TopCom





LOIRE
TOURISME

Agence de
Développement
Touristique

Rapport financier 2025

EXERCICE CLOS LE 31/12/2025

 **Exco**

1.

Comptes annuels 2025 Le compte de résultat

LOIRE
TOURISME

Agence de
Développement
Touristique



1 Faits marquants

En 2025, on souligne

- Une stabilité du niveau d'activité de l'ADT
- Du côté des ressources :
 - Subvention accordée par le Département à hauteur de 1320 (contre 1340 K€ soit - 20 k€)
 - Subvention de SEM : 115 K€
 - Subvention Région de 20 K€ (Oenotourisme)
 - Participation du Crédit Agricole : 5.0 K€



1 Faits marquants

Comptablement, l'année 2025 est à l'équilibre contre un excédent de 49 K€ l'an dernier.

L'année s'est caractérisée par :

- Des mouvements de personnel sur les postes de chargée de mission sur une nouvelle mission de professionnalisation et tourisme durable, le remplacement du chef de projet digital et l'anticipation du départ d'Annick Pailleux (directrice adjointe) avec le recrutement d'une responsable Marketing et communication à partir du mois d'octobre
- Dépenses légèrement supérieures au budget sur le plan d'actions. Pour rappel, en N-1, les dépenses étaient inférieures au budget (report en 2025).



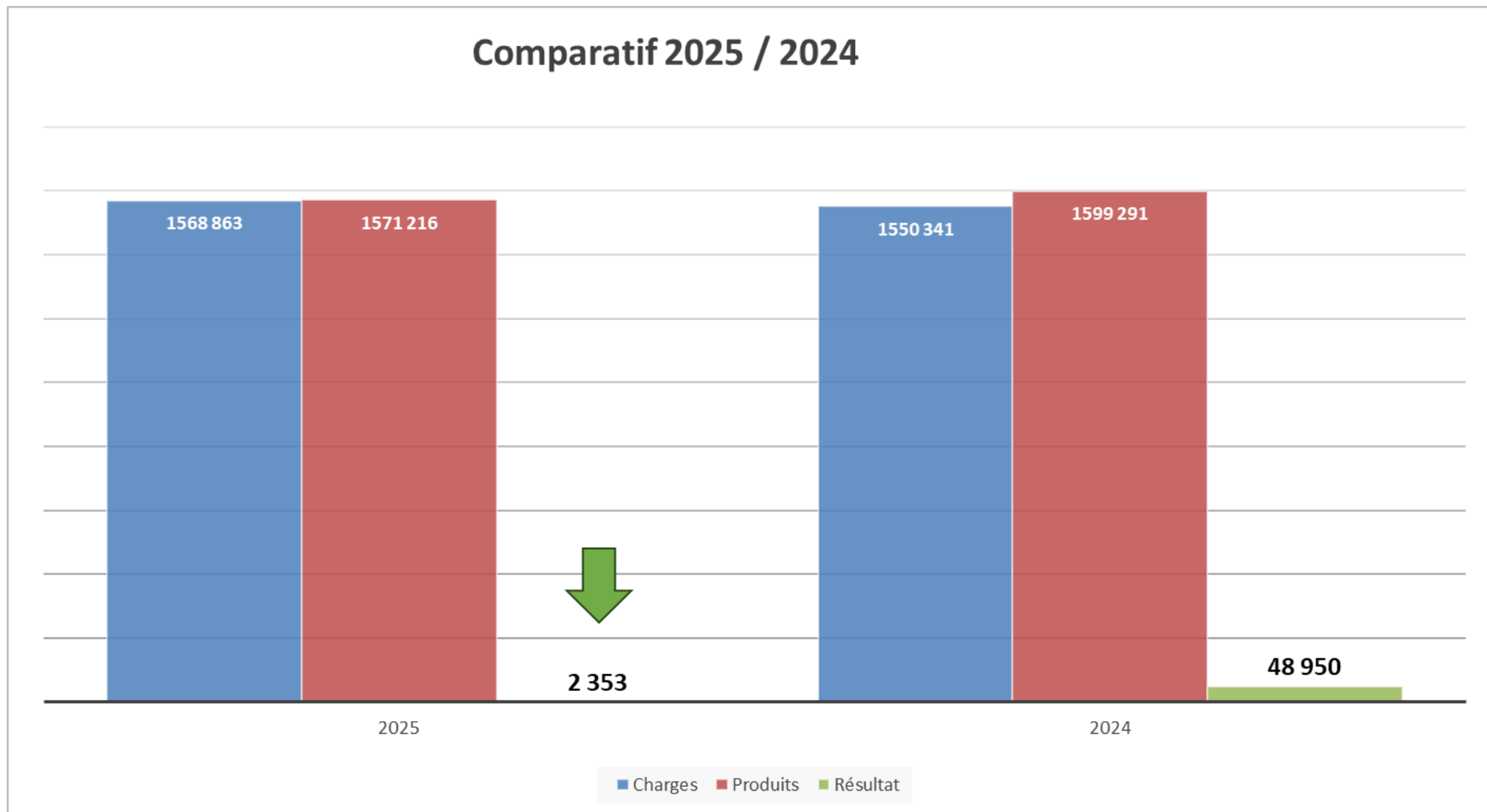
1 Compte de résultat 2025

Actions	Budget 2025	Budget 2024	Ecart budget 2025/2024
AIDE A LA COMMERCIALISATION	12	18	-6
INFORMATION TOURISTIQUE - APIDAE	15	13	2
COMMUNICATION NATIONALE*	260	338	-78
CONQUETE CLIENTÈLES AFFINITAIRES	110	89	21
STRATÉGIE DIGITALE (WEB & RS)	38	36	2
RELATIONS PRESSE & BLOGUEURS	30	30	0
SUPPORTS DE COM (EDITIONS, PHOTOS..)	17	30	-13
PROMOTION MARCHÉS ETRANGERS	11	20	-9
Total Promotion, Commercialisation	493	574	-81
VEILLE STRATÉGIQUE ET OBSERVATION	137	82	55
COMMUNICATION PROFESSIONNELS	10	9	1
DEV. FILIÈRE & ANIMATION RÉSEAUX	40	41	-2
PROFESS. ET TOURISME DURABLE	10		10
Total Stratégie et développement	196	132	65
TOTAL	689	705	-16

* dont campagne de communication

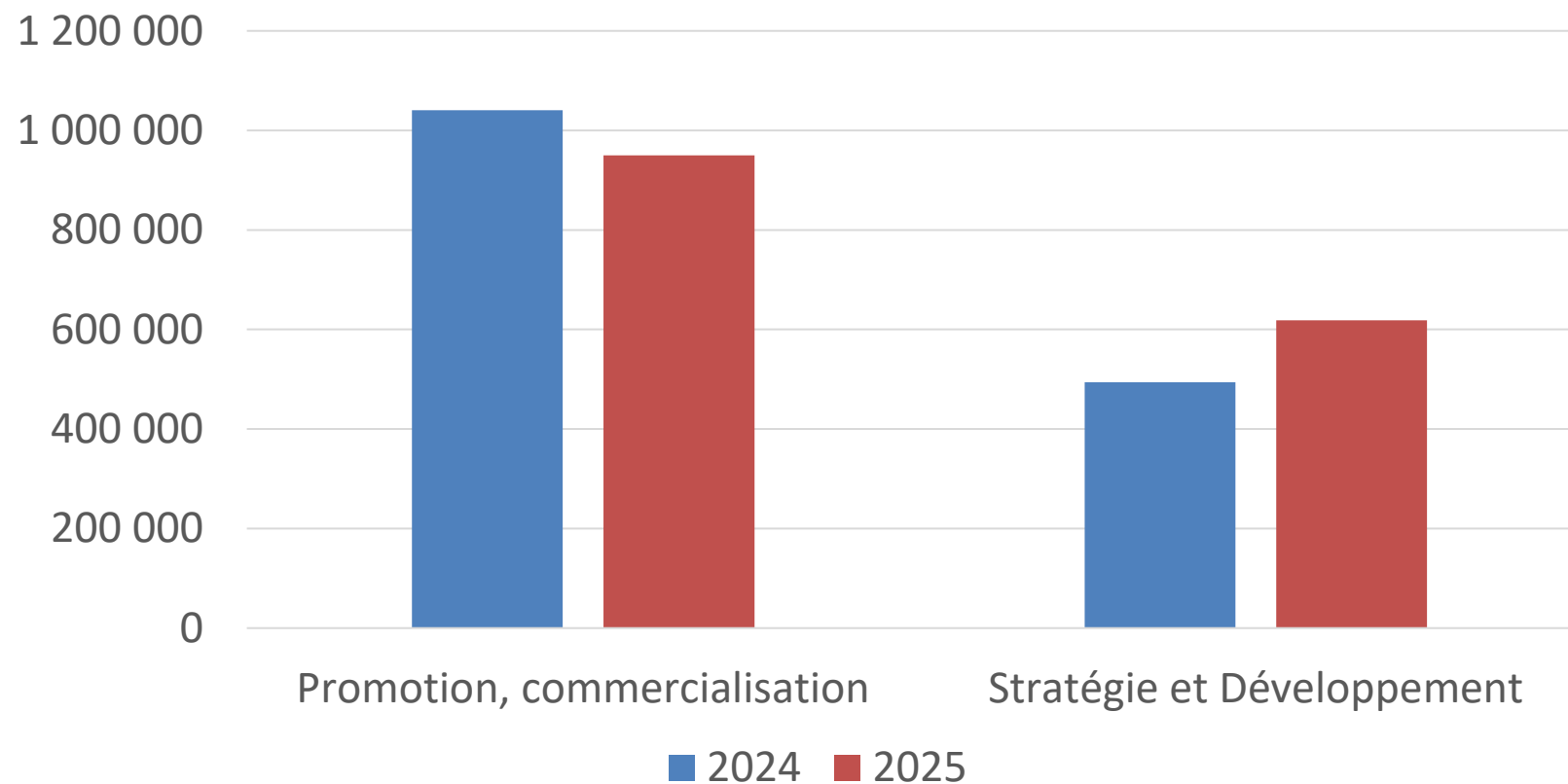


1 Compte de résultat 2025



1 Compte de résultat 2025

Evolution des actions



1 Compte de résultat 2025

Compte de résultat	31/12/2025	31/12/2024	Variation
Refacturation Actions mutualisées	94	95	-1
Subventions	1 460	1 478	-18
Autres produits	8	6	2
<i>Sous-total produits d'exploitation</i>	<i>1 562</i>	<i>1 578</i>	<i>-16</i>
Autres achats et charges externes	792	744	48
Impôts et charges de personnel	755	772	-17
Dotations aux amortissements&prov.	22	24	-2
<i>Sous-total charges d'exploitation</i>	<i>1 569</i>	<i>1 540</i>	<i>29</i>
Résultat d'exploitation	-7	39	-46
Résultat financier	9	21	-12
Résultat exceptionnel		-11	11
Résultat net	2	49	-47



2.

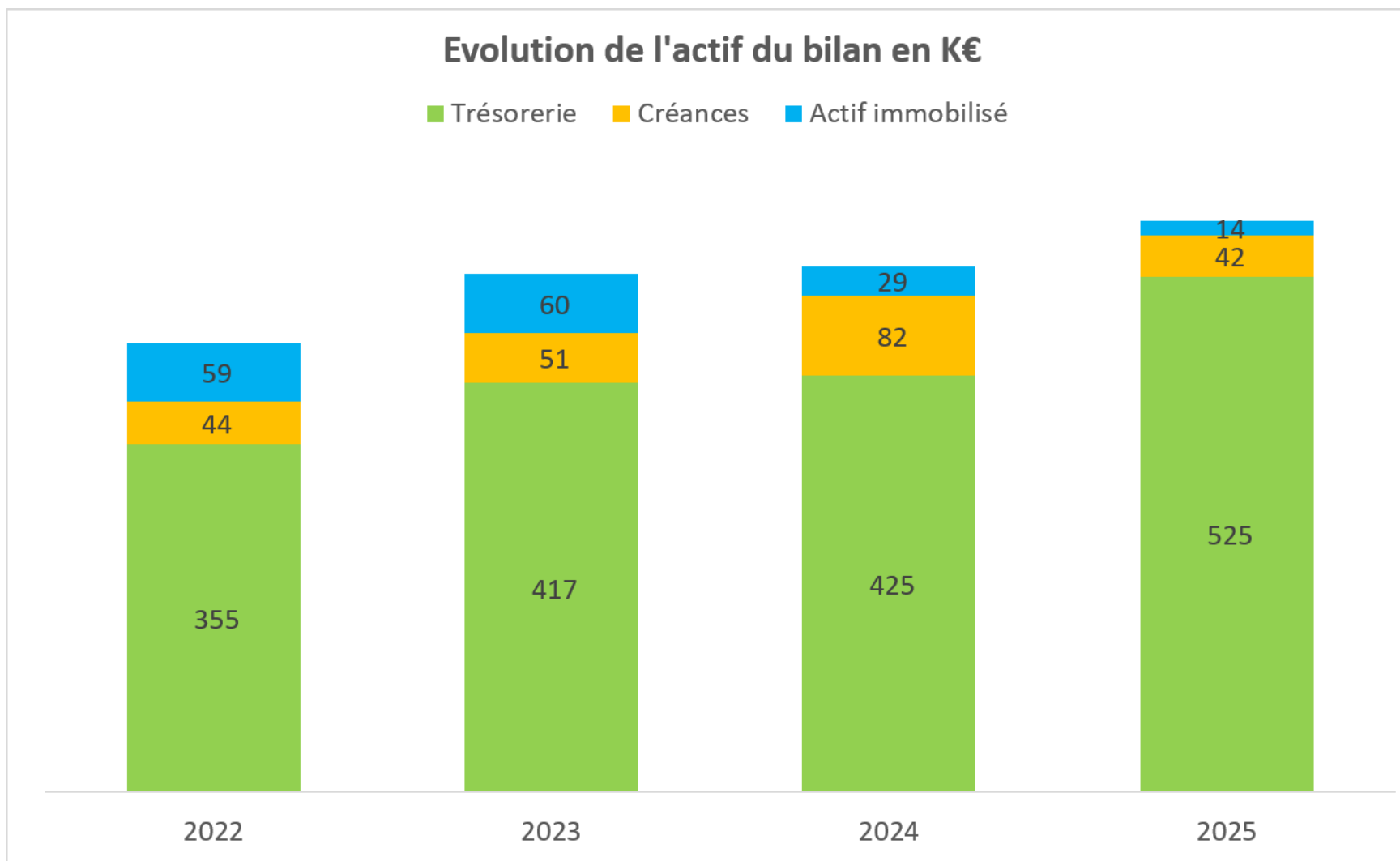
Comptes annuels 2025 Le bilan

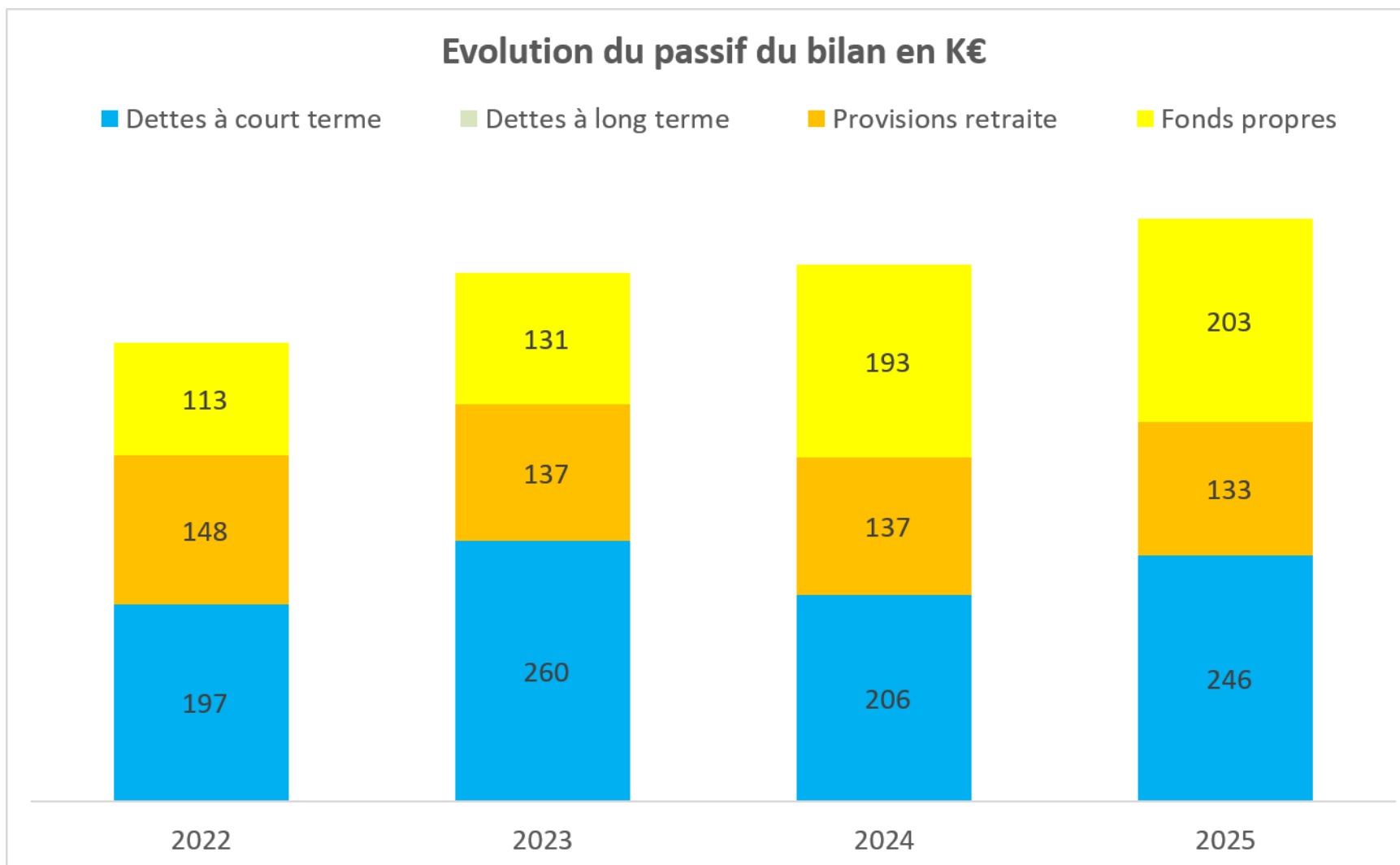
LOIRE
TOURISME

Agence de
Développement
Touristique



2 Le bilan





3.

Affectation du résultat

LOIRE
TOURISME

Agence de
Développement
Touristique



2 Affectation des résultats

Le résultat de l'exercice s'élève à 2 352,80 €

Affectation au compte Report à Nouveau



4



Parole au commissaire
aux comptes

LOIRE
TOURISME

Agence de
Développement
Touristique





APPROBATION
des comptes et
du rapport d'activité



**2024
2030**

**STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT
D'UN TOURISME RESPONSABLE DANS LA LOIRE**

2 PROJETS PHARES

5 AXES STRATÉGIQUES.

AXE 1. MIEUX TRAVAILLER ENSEMBLE

AXE 2. AGIR EN FAVEUR D'UN TOURISME RESPONSABLE

AXE 3. AGIR SUR L'OFFRE

AXE 4. ACCOMPAGNER LA PROFESSIONNALISATION

AXE 5. FAIRE CONNAÎTRE & FAIRE AIMER LA LOIRE



UN PARCOURS TOURISME DURABLE

Accompagner les professionnels dans leur transition

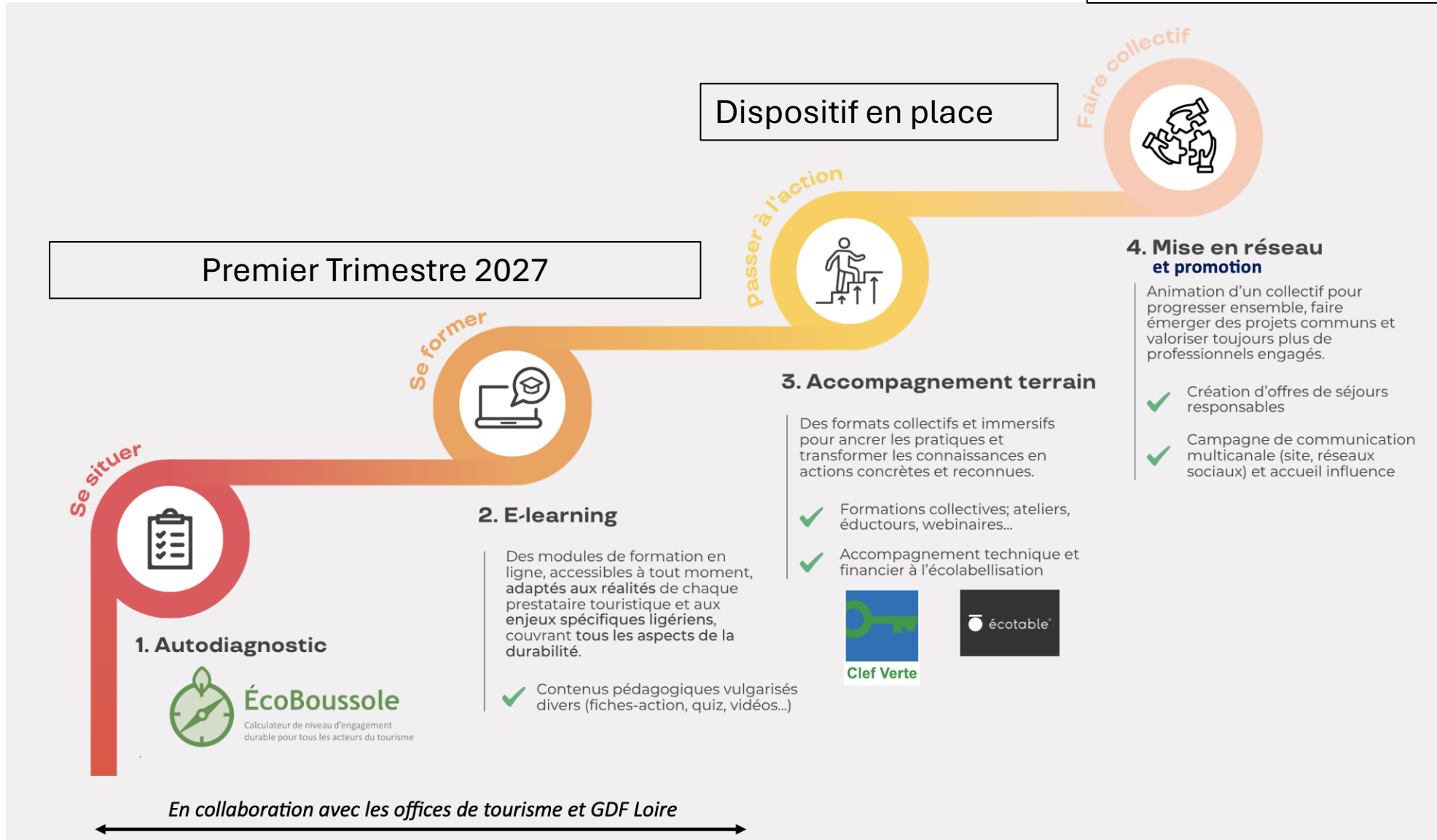
- Lever les freins à l'action
- Faciliter les premiers pas
- Valoriser les initiatives
- Promouvoir l'offre Responsable



Un Parcours Tourisme Durable

En 4 étapes

Dispositif en place
Améliorer nouveau site



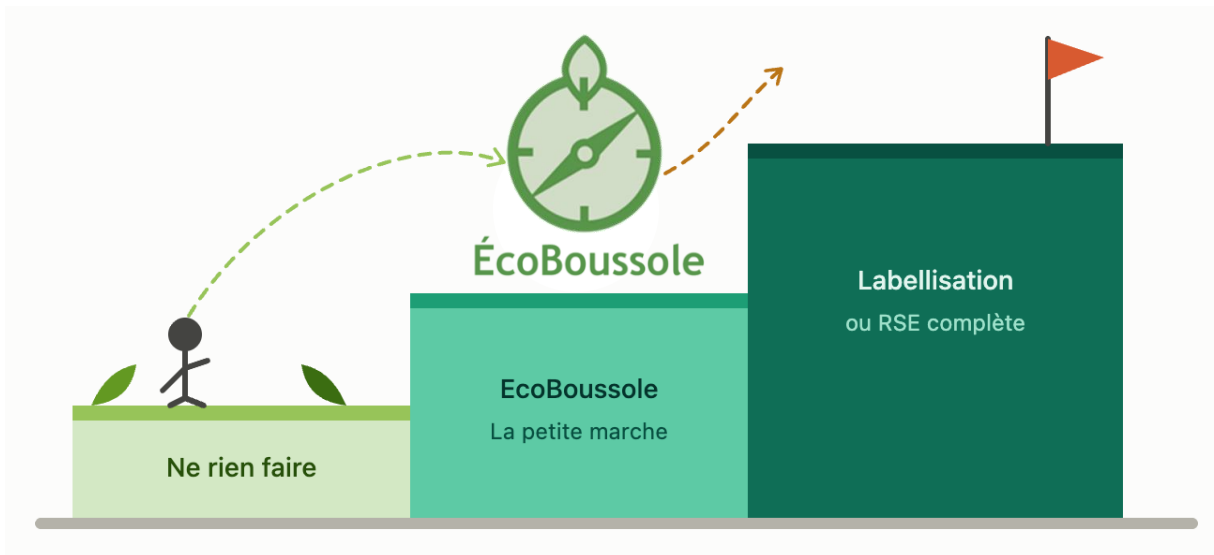
Un Parcours Tourisme Durable

ZOOM sur l'autodiagnostic : l'EcoBoussole



Pourquoi l'Ecoboussole

- Evaluer un niveau d'engagement
- Identifier les besoins
- Structurer une démarche pour accompagner



- **Pour les prestataires :**
Evaluer son niveau d'engagement, identifier les points forts et les marges de progression, être orienté vers les bons outils, formation, ...
- **Les territoires (ADT, OT, PNR...)**
Connaitre le niveau d'avancement global, et par thématique, de ses prestataires, orienter son accompagnement selon les besoins détectés.



ÉcoBoussole

Calculateur de niveau d'engagement durable pour tous les acteurs du tourisme

Comment ça marche ?

Pour les prestataires

Un questionnaire facile, clair, rempli en moins de 25 minutes.

- 3 piliers du DD
- 15 catégories
- Des actions à cocher si elles sont déjà mises en place



GRAND EST
DE TOURISME

Gestion des déchets

[Retour](#)

Je réduis la production et gère mieux mes déchets car j'ai mis en place l'une ou plusieurs des actions suivantes :

Cochez les actions mises en place dans votre établissement.

- ☐ Je composte, paille, broie pour les disposer au pied des plantations (SI ESPACES VERTS)
- ☐ J'ai supprimé les plastiques à usage unique et tous mes emballages plastiques sont en grands formats (supérieur à 5L)
- ☐ Les visiteurs, les clients peuvent trier leurs déchets et j'ai des filières de valorisation en place pour les emballages
- ☐ J'ai mis en place la collecte et la valorisation des biodéchets
- ☐ Je privilégie le matériel d'occasion (au moins 20%), notamment pour l'ameublement et le matériel électronique
- ☐ Je donne mes équipements en fin de vie et en bon état de fonctionnement à des associations
- ☐ J'ai formé mes équipes, ou me suis formé(e) si je travaille seul(e), à la réduction des déchets
- ☐ J'ai formé mes équipes, ou me suis formé(e) si je travaille seul(e), à la réduction du gaspillage alimentaire
- ☐ Je n'imprime plus de flyers, de guides ou de publications papier
- ☐ Mes contrats avec les prestataires externes indiquent mes critères de réductions et de valorisations des déchets
- ☐ J'ai mis le tri 5 flux (bois, carton, verre, métal, plastique) en place
- ☐ Je n'ai rien entrepris en ce sens

[Suivant](#)





EcoBoussole

Calculateur de niveau d'engagement durable pour tous les acteurs du tourisme

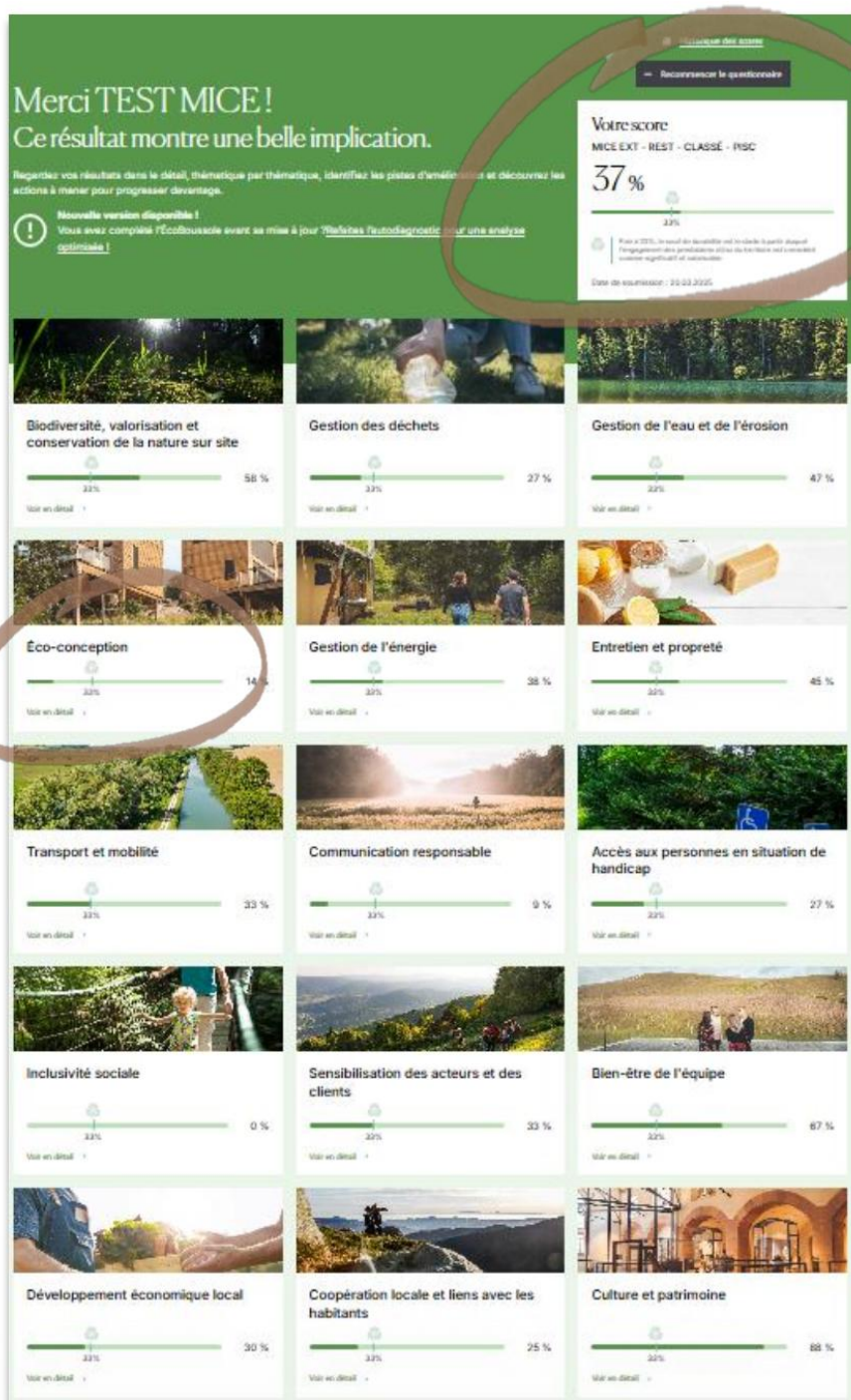
Que dit le score de l'EcoBoussole ?

Score détaillé par thématique

- Points forts
- Points à améliorer



2. E-learning



*Données fictives montrées en exemple

Score global

Indique à quel point les enjeux du DD ont été intégrés par l'établissement

Score > 33% :
engagement élevée

Score < à 33% :
point de départ pour engager des actions



ÉcoBoussole

Calculateur de niveau d'engagement durable pour tous les acteurs du tourisme

Comment ça marche ?

Pour Loire Tourisme, les territoires

- Un accès à un tableau de bord : pour visualiser l'engagement global du territoire
- Avec les filtres par filière, par thématique...
- Par sous-ensemble (par exemple, filtre 'Gites de France')

LOIRE
TOURISME

Agence de
Développement
Touristique

Filtrer par :

Territoires :

Tous les territoires >

Départements :

Tous les départements >

Offices de tourisme :

Tous les offices de tourisme >

Établissements :

Tous les établissements >

Période :

01/01/2024 - Aujourd'hui

- Filtrer les résultats

🔄 Réinitialiser les filtres

ÉcoBoussole

Autodiagnostic de votre engagement durable

Score du territoire

34 /100 pour 366 répondants

📄 Exporter les résultats



Fixé à 33%, le seuil de durabilité est le stade à partir duquel l'engagement des prestataires et/ou du territoire est considéré comme significatif et valorisable.

Score détaillé par enjeu durable



Environnement

Le score en détail ▾



Economie

Le score en détail ▾



Social

Le score en détail ▾

Score détaillé par type d'acteur touristique

Vous trouverez ci-dessous le score global de l'ensemble des filtres sélectionnés pour chaque typologie de prestataire.



**Mieux connaître nos visiteurs
pour mieux convaincre nos prospects
de séjourner dans la Loire**



2026 : Adapter nos contenus et notre plan media

Les personas deviennent le moteur de nos actions de communication

- Campagnes social ads ciblées selon les profils, centres d'intérêt, provenance et périodes de séjour de chaque cible
- Sélection d'influenceurs et de médias en cohérence avec nos clientèles cibles
- Création de contenus dédiés sur le site internet et les réseaux sociaux
- Optimisation des investissements médias grâce à un ciblage plus précis et des campagne mieux qualifiées

Résultat : + 150 % de trafic sur le site internet

Loire Tourisme
Sponsorisé
ID dans la bibliothèque : 1633831801704577

Envie d'un week-end à deux ? Découvrez la Loire entre culture, nature et bonnes adresses.

L'humain a de plus en

Loire Tourisme
Sponsorisé
ID dans la bibliothèque : 4247602982169361

Terre d'aventures et d'expériences sportives, la Loire est une parfaite option pour les amateurs de sports de pleine nature !

Escapade à deux
Un week-end inspirant dans la Loire

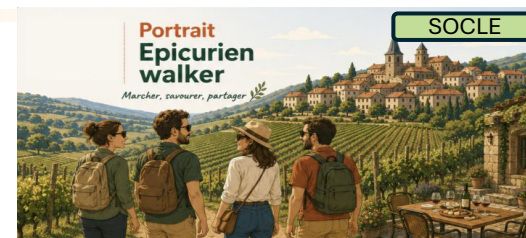
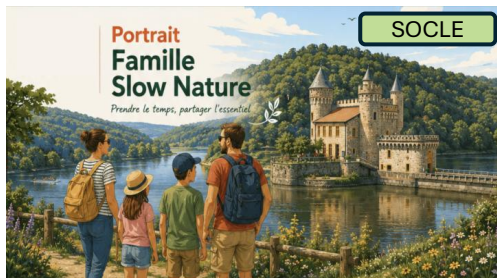
Ici,

WWW.LOIRETOURISME.COM
Activités de pleine nature dans la Loire
Le terrain idéal pour l'outdoor

En savoir plus

Une stratégie de contenus au service du passage à l'acte

Lever les freins et faciliter la préparation du séjour.



LOIRE
TOURISME

VOS ENVIES

ACTIVITÉS

VOTRE SÉJOUR

DESTINATIONS



À CHAQUE ÂGE SES AVENTURES !



SÉJOURS ENTRE AMIS

Créez des souvenirs inoubliables entre amis le temps d'un séjour dans la Loire.

Profitez d'idées d'escapades à partager, entre activités de pleine nature, patrimoine, savoir-faire, vignobles et plaisirs gourmands. La Loire est la destination idéale pour une escapade entre amis alliant convivialité, découverte et déconnexion.



MENU



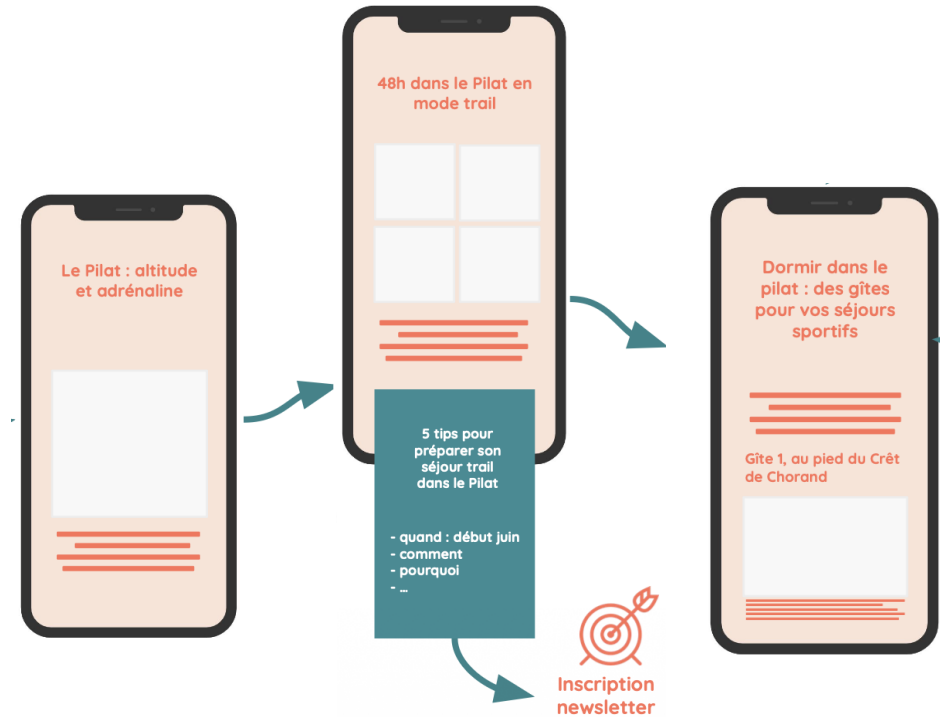
Perspectives 2027 : de la connaissance client à l'intention de séjour

Les personas au cœur du futur écosystème digital

- Une ligne éditoriale conçue à partir de nos personas afin d'adresser chaque cible avec des messages, des univers et des contenus adaptés.
- Construction d'une expérience de navigation pensée selon les attentes de nos différentes clientèles
- Renforcement de la personnalisation des contenus et des campagnes

Un objectif constant :

développer la notoriété, la désirabilité et les nuitées marchandes



LE TOURISME A VÉLO

**UN VECTEUR D'ÉCONOMIE
& D'ATTRACTIVITÉ DES TERRITOIRES**

Le tourisme à vélo = vélo + vacances

Le tourisme à vélo se décline sous 3 facettes :

Autour d'un point fixe

En mode balade ou moyen de locomotion



L'itinérance

Voyage à vélo avec 1 nuit minimum hors de sa résidence.



Le tourisme sportif

- Pratique de loisir sportive, boucle cyclosportives, cols, gravel, VTT
- Pratiques dans le cadre d'un événement sportif



Qui sont les touristes à vélo ?

Des usages liés à la typologie des vélos utilisés, au matériel



Pourquoi le tourisme à vélo est important ?

Le tourisme à vélo irrigue l'économie locale notamment dans les territoires ruraux.

À retenir

22

millions

de Français font du vélo
pendant leurs vacances

15%

pratiquent le vélo en
itinérance

Source : France Vélo Tourisme, dossiers de presse 2022 à 2025. Données issues notamment de l'étude "Impact économique et potentiel de développement des usages du vélo en France" et des chiffres clés du Vélo & Territoires.

4,2 M €

De retombées
économiques directes
En France

+ 46% en 10 ans

68 € / j

de dépense moyenne
Pour 1 touriste à vélo

Vs 55 €
pour un touriste lambda

Qui sont les touristes à vélo ?

On distingue 4 profils :

LES UTILITAIRES
5%



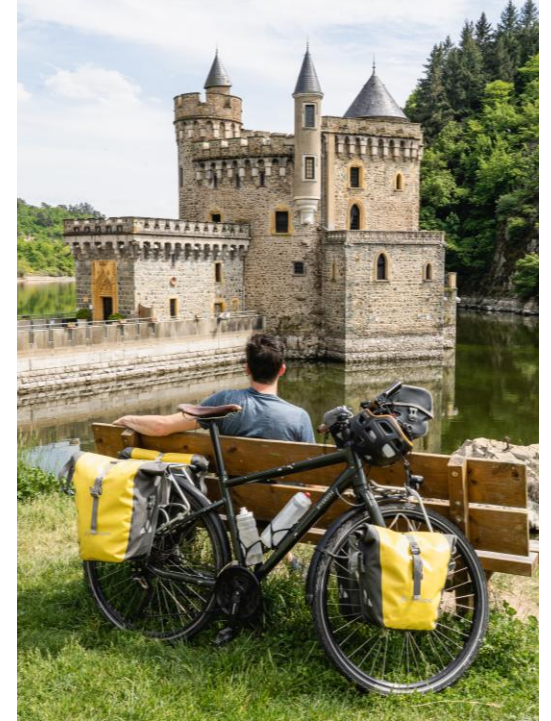
LES VÉLO LOISIRS
65%



LES SPORTIFS
15%



LES ITINÉRANTS
15%



L'itinérance a le vent en poupe

le voyage à vélo peut être une aventure sans être une expédition.



- Qui ?
 - 15% de néo-itinérants
 - De 18 à 82 ans
 - En couple (33%)
 - Entre amis (25%)
 - Famille avec enfants (24%)
- Motivations :
 - Être en contact avec la nature
 - Vivre une aventure
 - Voyager autrement
- Le séjour type :
 - 3 à 4 nuits (45%)
 - 20 à 60 km / jour (63%)



À retenir

L'itinérance a un fort pouvoir de séduction

Parmi les personnes qui n'ont jamais essayé :

67%

Envisagent de **tenter l'expérience**

94%

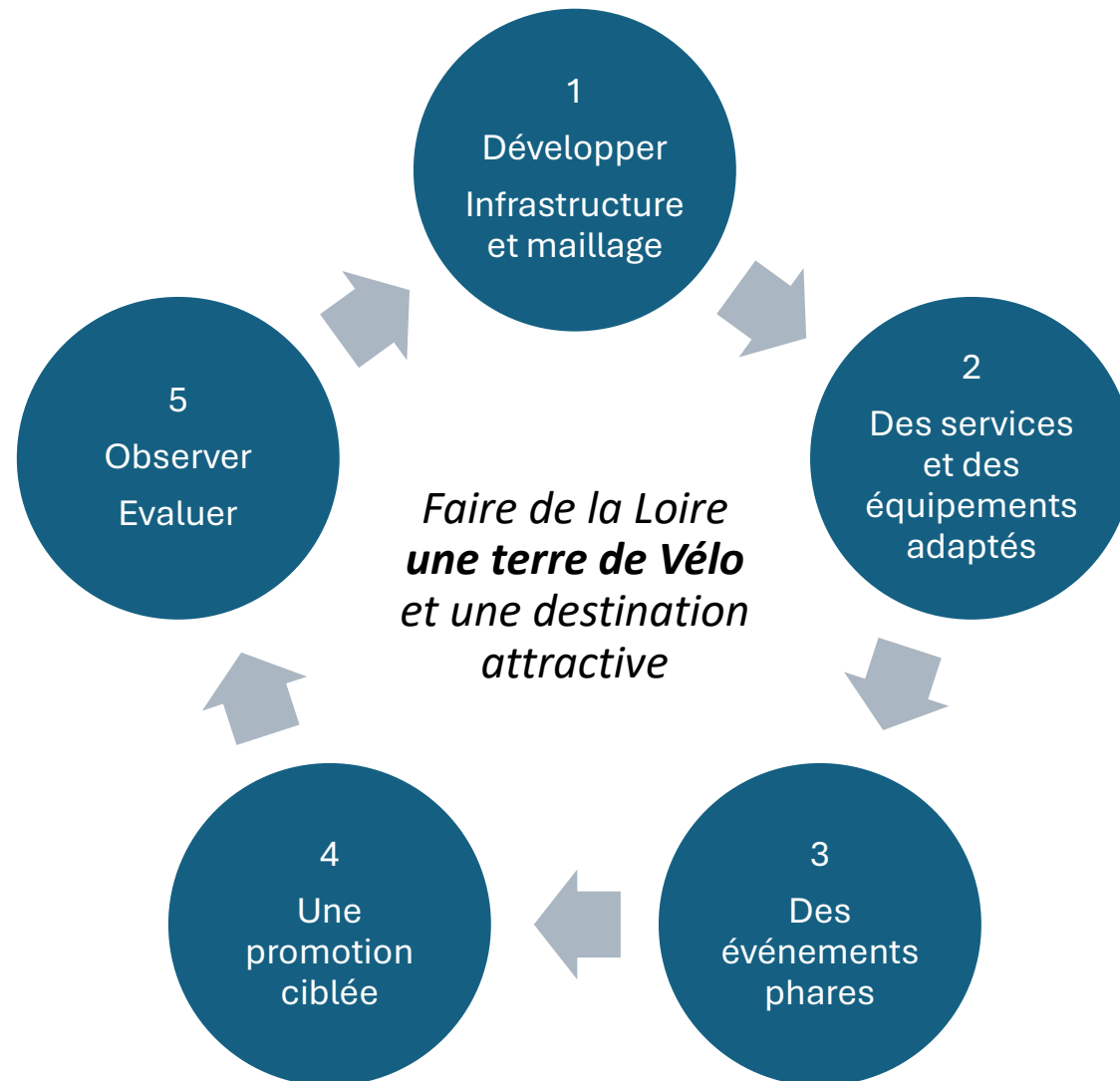
Ayant déjà voyagé à vélo **souhaitent recommencer**

Le tourisme à vélo dans la Loire

Une ambition forte affichée dans deux documents cadres



Développer le tourisme à vélo dans la Loire



Le tourisme à vélo dans la Loire

Une offre d'itinéraires attractive et variée

3 Véloroute-voie verte

la Véloire, la Via Rhôna et la Via Fluvia

+

16 Boucles cyclotourisme de découvertes jalonnées ou en cours de jalonnement adossées à ces itinéraires

14 Montées de cols emblématiques jalonnées

16 boucles VTT, VTC ou Cyclo le long de la **route des Vins Forez Roannais en Loire Volcanique**

6 Espaces VTT labellisés FFC

2 Espace VTT labellisé FFV

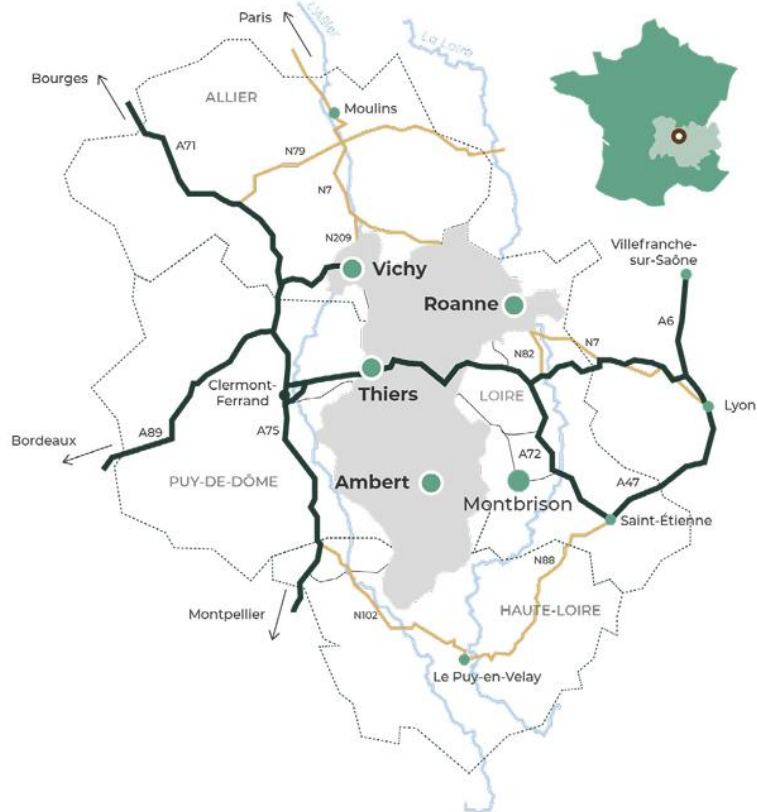


Le tourisme à vélo dans la Loire

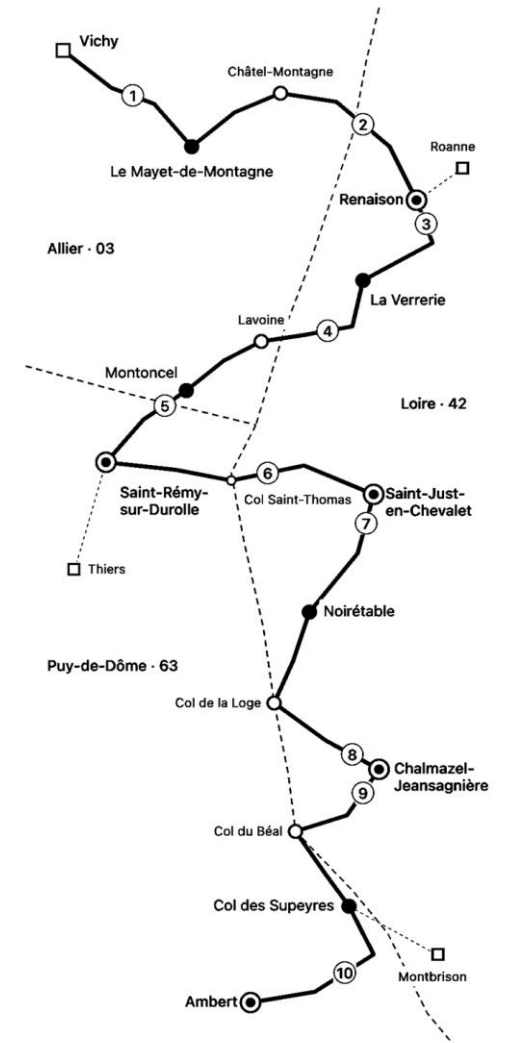
Une offre d'itinéraires attractive et variée

L'ESPACE GRAND'R

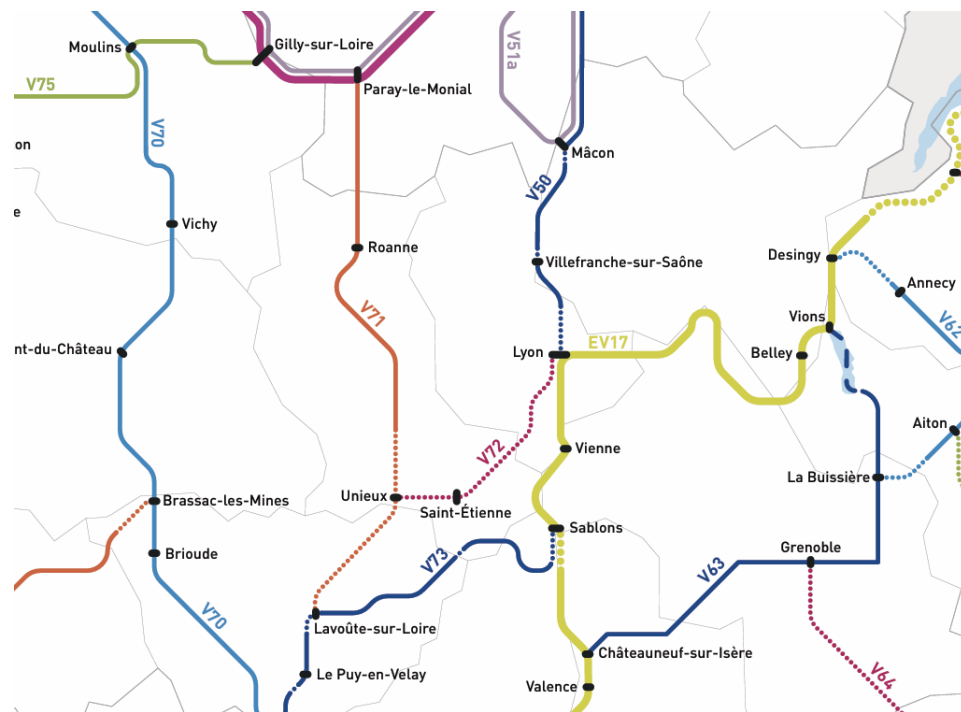
plus grand espace VTT labellisé FFC en France
Lauréat à l'AMI « Destinations France à vélo »



LA GRANDE TRAVERSÉE ESPACE GRAND'R Labellisée FFC



Zoom sur la VELOIRE



Extrait Schéma national Véloroutes/voies vertes (

- **A ce jour** : 100 km (25 km en site propre et 75 km de jalonnement sur routes à faible trafic). Une arrivée actuellement à Montrond les Bains

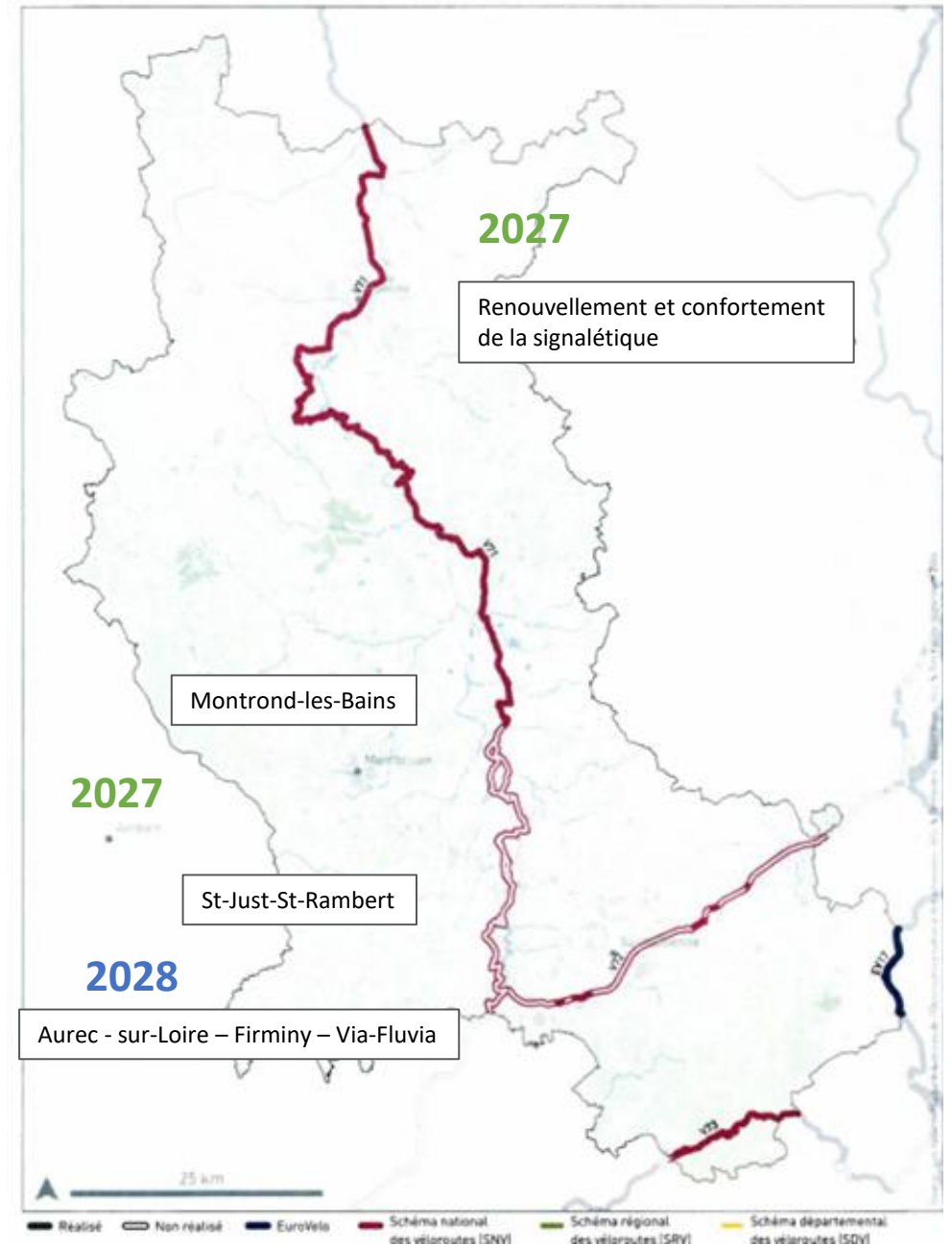


Section mise en service en 2018 et 2020



VELOIRE : Perspectives 2026 -2028

- **Ambition** : relier la ViaFluvia d'ici la fin du mandat afin d'assurer la connexion avec la ViaRhôna
- **Fin 2026-1^{er} trimestre 2027** : Jalonement de la section Montrond-les-Bains – Saint-Just-Saint-Rambert (Véloroutes sur voiries existantes (21 km), couplé à des aménagements indispensables à la sécurisation du parcours et au traitement de la discontinuité cyclable (passage sous le pont Pascal Clément).
- **Objectif 2028** : jalonement de la section Saint-Just-Saint-Rambert – Via-Fluvia et raccordement à la V71 en Haute-Loire



Le tourisme à vélo dans la Loire

Des services adaptés aux besoins des clientèles à vélo

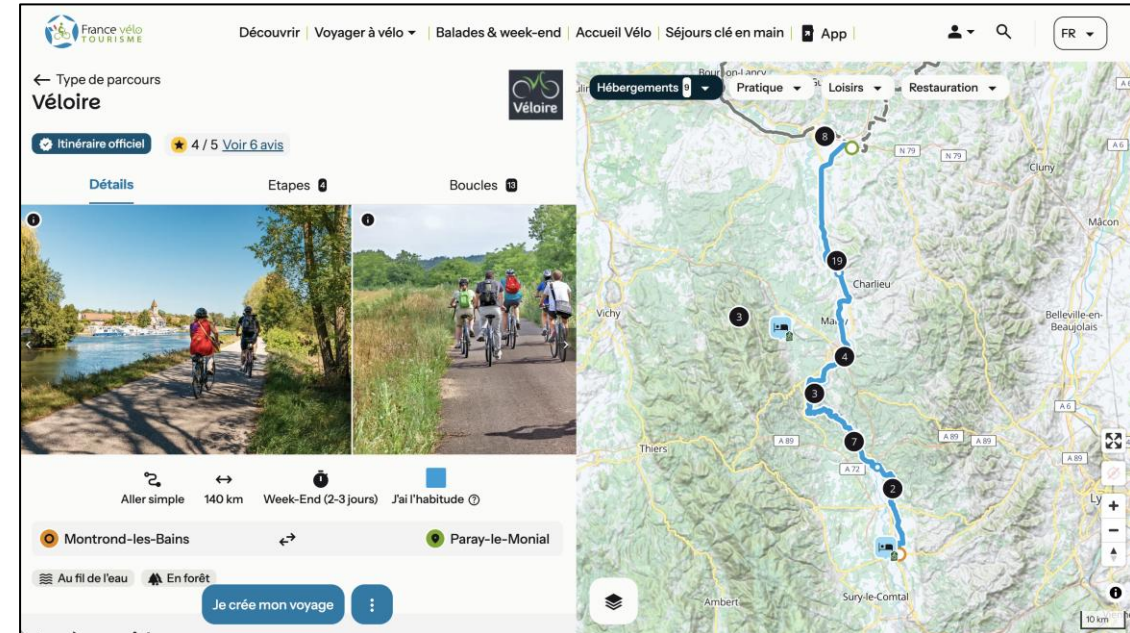
LE LABEL ACCUEIL VÉLO® :

Une marque au service du tourisme à vélo

-  Hébergements
-  Loueurs
-  Réparateurs
-  Restauration
-  Sites de visites
-  Activités loisirs



LE SITE INTERNET
France Vélo Tourisme



- Garantir un niveau de service
- Rendre visible l'offre



Le tourisme à vélo dans la Loire

Des services adaptés aux besoins des clientèles à vélo



DEPUIS 2018 Le label ACCUEIL VÉLO®
est déployé par **Loire Tourisme** sur les itinéraires
inscrits au **schéma départemental**



Aujourd'hui, **44 Prestataires labellisés**

- 25 hébergements
- 5 restaurants
- 7 offices de tourisme
- 4 sites de visite
- 3 loueurs/réparateurs de vélo.



Le tourisme à vélo dans la Loire

Des services adaptés aux besoins des clientèles à vélo



A PARTIR DE 2027, le label ACCUEIL VÉLO®

pourra être déployé par **les offices de tourisme** sur tous les itinéraires et espaces intégrés au schéma départemental en 2026 :



Le tourisme à vélo dans la Loire

Un nouvel axe de collaboration entre Loire Tourisme et les offices de tourisme



LOIRE
TOURISME



SAINT-ÉTIENNE
la métropole
tourisme & congrès

SÉM

Roannais
tourisme

FOREZ_EST
tourisme

Loire
FOREZ
Tourisme



Le tourisme à vélo dans la Loire

Des évènements cyclo-sportifs vecteurs d'attractivité pour la destination

Cyclosportive au cœur de la Loire



366 participants
En provenance de 24 départements
Loire 46%, Puy-de-Dôme 16% et Rhône 14%

Bike n'Fourme Festival



1 200 participants
dont 112 pour la montée du col du Béal

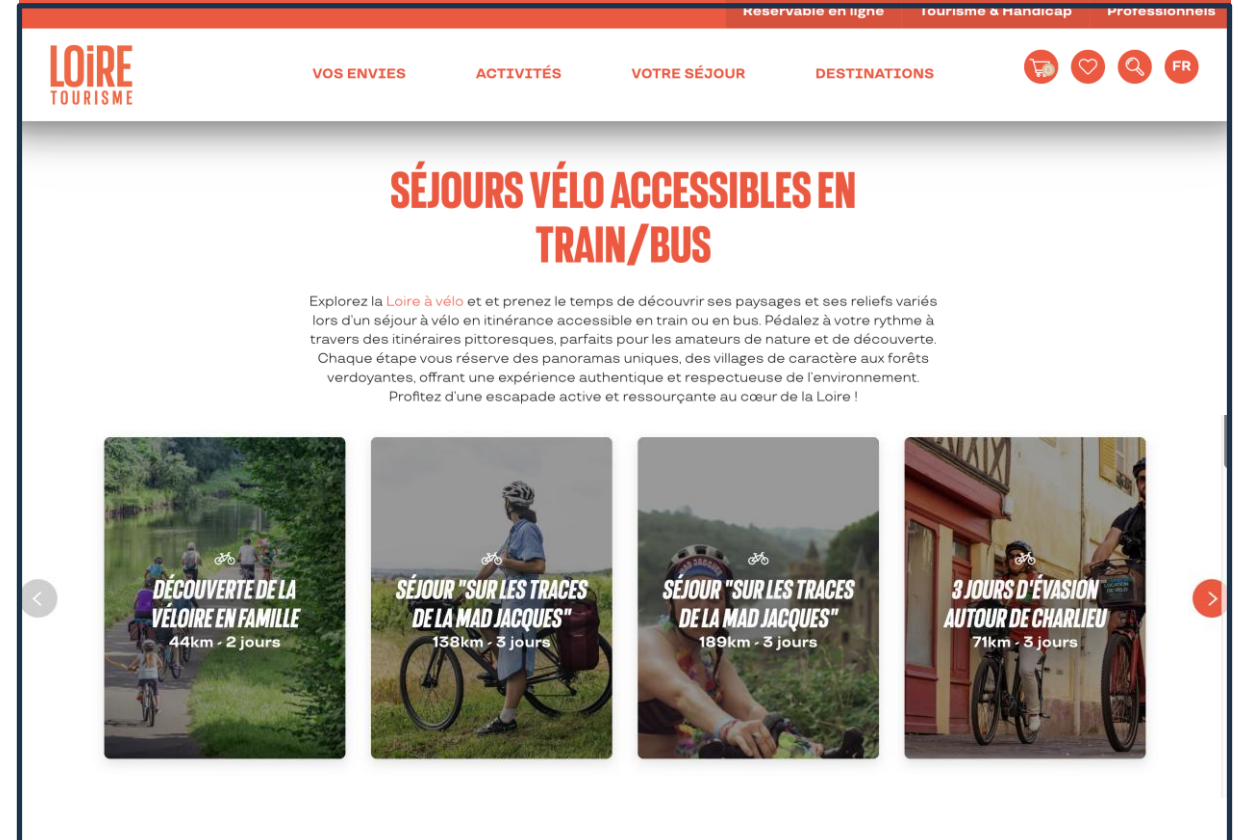
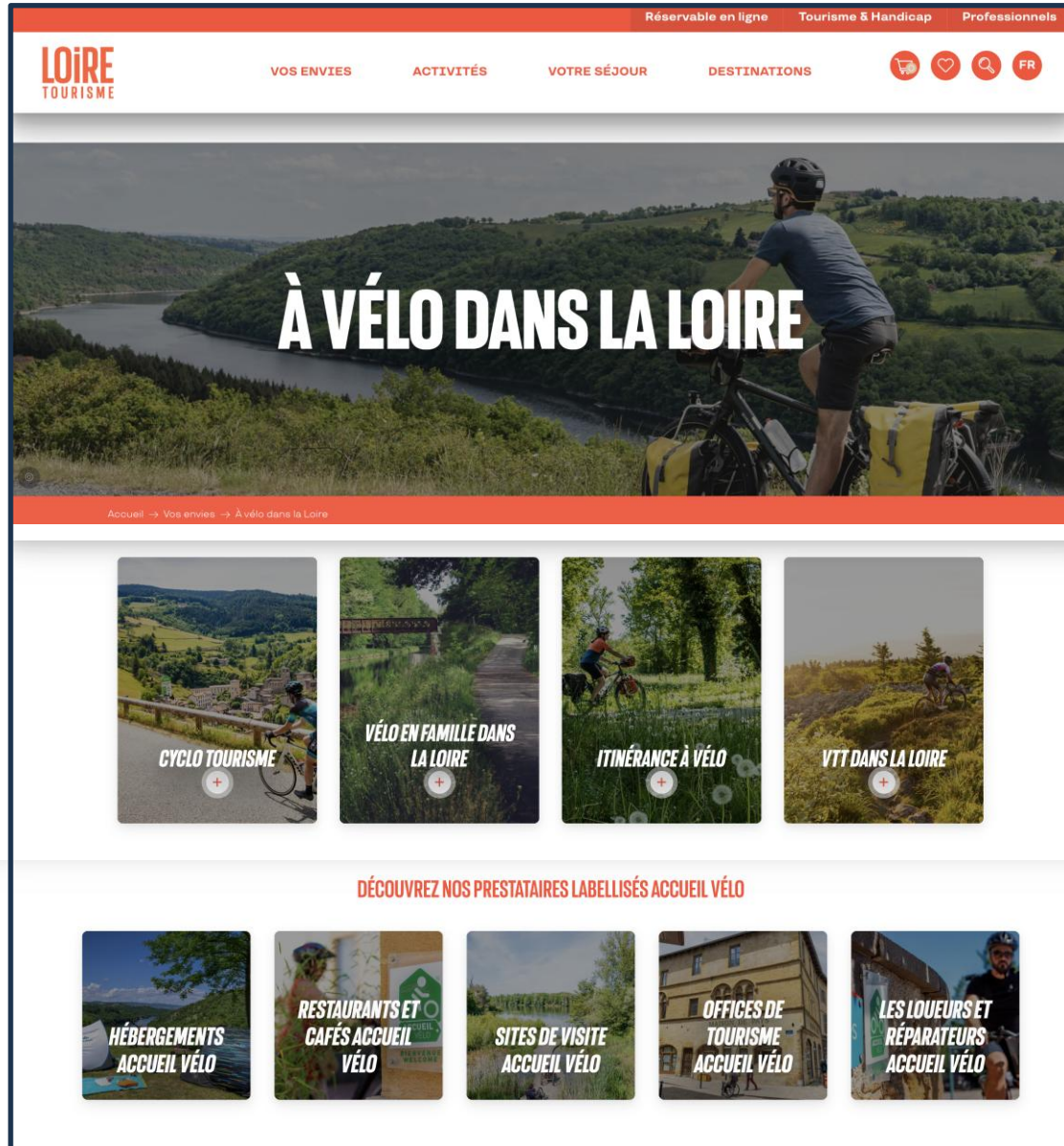
96 % d'Auvergne Rhône Alpes
Loire 69% - Puy-de-Dôme 13% - Rhône 8%

Tour de la Loire Féminin



Prochaine édition 7 juin 2027

Le tourisme à vélo dans la Loire





Qui sont
nos clientèles à vélo ?

Léa Bonnand
Loire Tourisme

Lilian Couillez
Président FFC AURA

Olivier Bourgeois
Château de Matel

Lydie Jalabert
Office de tourisme



**Charlieu
Belmont**
Tourisme

Pierres d'histoire, terre d'avenir...



Une équipe à votre service



Antoine Vermorel Marques
Président de Loire Tourisme
Conseiller Départemental de la Loire



Emmanuelle Collin
Directrice



Isabelle Basset
Comptable



Cécile Grange
Villes et Villages
Fleuris



Séverine Verdier
Communication pro
Villages de Caractère



Dorothée Marion
Observatoire



Françoise Pontet
Accueil Vélo
Tourisme & Handicap



Sophie Aussel
Vignobles &
Découvertes



Léa Bonnard
Tourisme Durable
Professionalisation



Léa Mugnerot
Développement
hébergements



Alexandandra Thizy
Responsable pôle
marketing



Lionel Lambert
Influence et
relations presse



Paul Maury
Commercialisation
et base de données



Amandine Pichon
Community Manager
et Outdoor



Céline Maitrepierre
Cheffe de projet
digital et SI



Merci pour votre participation

Un site internet et une lettre d'information,
pour les professionnels du tourisme dans la Loire

