

Rapport d'activité tourisme 2023
Assemblée Générale
du Comité Régional du Tourisme

14 décembre 2023

À Craon

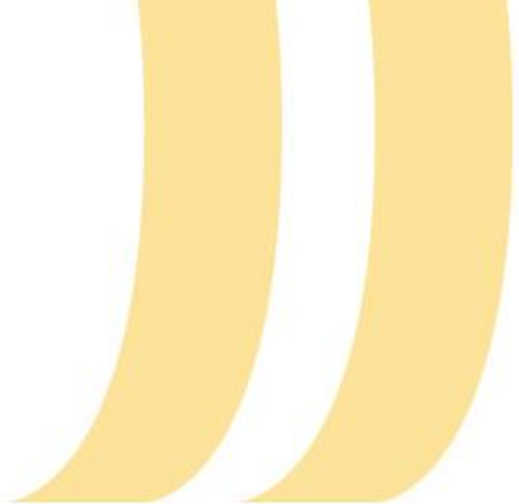
Sommaire du rapport - priorités du SRDTL 2022 - 2028

01 • Priorité 1 : Relancer nos entreprises et destinations touristiques, stimuler leurs performances

02 • Priorité 2 : Renforcer l'attractivité : investir encore l'international et des relais de croissance sur le marché domestique (BtoB et BtoC)

03 • Priorité 3 : Construire le tourisme de demain

04 • Priorité 4 : Anticiper et agir plus ensemble



1

**Priorité 1 : RELANCER NOS
ENTREPRISES ET DESTINATIONS
TOURISTIQUES, STIMULER LEURS
PERFORMANCES**



Financement des investissements touristiques

2023 : 5 nouveaux dispositifs de soutiens aux investissements

AAP Handicap & Tourisme *Renouvellement 2024 en cours d'arbitrage*

**LA RÉGION S'ENGAGE
POUR UN TOURISME
PLUS ACCESSIBLE
AUX PERSONNES EN
SITUATION DE HANDICAP**

Appel à projets Handicap et tourisme



Ouvert
jusqu'au
29/02/2024



AAP Tourisme culturel & patrimonial

**LA RÉGION SOUTIENT
LE DÉVELOPPEMENT
DU TOURISME CULTUREL
ET PATRIMONIAL**

Appel à projets Tourisme culturel et patrimonial

Ouvert
jusqu'au
31/12/2024



Pays de la Loire AGIR Tourisme

**LA RÉGION ACCOMPAGNE
LES INVESTISSEMENTS
TOURISTIQUES
RESPONSABLES**



AMI Tourisme de savoir-faire

**LA RÉGION ET L'ÉTAT VALORISENT
LE SAVOIR-FAIRE ET LA
DÉCOUVERTE DES ENTREPRISES**

Appel à manifestation d'intérêt « Tourisme de savoir-faire »



Et Pays de La Loire ACTIV pour les aménagements cyclables touristiques 

Exemples de projets soutenus en 2023

Création d'un restaurant gastronomique

Manoir de la Mortière - Les Sables-d'Olonne

Montant des investissements : 1,3 M€

**Soutien régional : prêt de 100 000 € et
subvention de 15 000 €**

Création de 16 ETP



Achat d'un vélo adapté et d'un fauteuil roulant tout terrain

Association ESCAPA2 - Mulsanne

Montant des investissements : 23 440 €

Soutien régional : subvention de 5 000 €



Extension de la zone d'accueil des groupes -

Maison des Pêcheurs du Lac de Grand Lieu

Montant des investissements : 82 180 €

Soutien régional : subvention de 24 654 €



Financement des investissements touristiques

2023 : 53 projets soutenus par la Région (engagement total de 2.7 M€)

- **15 projets d'investissements marchands** (hôtellerie, gastronomie d'excellence, HPA, centres de vacances... pour 1,4 M€ de soutien régional, 72 % des soutiens en prêts),
- **10 projets d'aménagements cyclables** (1 M€ de subventions régionales),
- **19 projets d'actions collectives ou d'événements** (273 k€ de subventions régionales),
- **8 projets au titre de l'AAP Handicap et tourisme** (31 k€ de subventions régionales),
- **1 projet au titre de l'AAP Tourisme culturel et patrimonial** (25 k€ de subvention régionale),
- AMI national "Tourisme de savoir-faire" : 3 projets à l'étude.

Exemples de projets soutenus en 2023

Hôtel-restaurant « La brise de mer » - Batz-sur-Mer

Modernisation et extension (passage de 6 à 10 chambres et de 30 à 130 couverts)

Investissement : 575 000 €

Prêt régional : 150 000 € - Création de 3 ETP



Sécurisation de La Véloodyssée - Pornic

Investissement : 515 994 €

Subvention : 128 999 €



2023 : premier projet soutenu au titre du dispositif Pays de la Loire - AGIR Tourisme

Centre de Tourisme associatif de La Turmelière - Liré – Orée d'Anjou (49)

Un projet engagé à 100 % vers la transition écologique :

- Isolation thermique des bâtiments et progression environnementale du système de chauffage,
- **7 engagements** : économies d'eau et d'énergie, alimentation de proximité et de qualité, réduction des déchets, mobilités douces, préservation de la biodiversité, sensibilisation des publics et des personnels,
- **Premier centre de vacances des Pays de la Loire à obtenir l'Ecolabel européen.**

Soutien régional optimisé pour les investissements relatifs à la Transition écologique :

- Prêt de 50 000 € (à 1% TEG) / investissements relatifs à la transition écologique,
- Prêt de 50 000 € (à 2,03% TEG) / investissements pour le meilleur confort du site
- Subvention de 50 000 € pour l'engagement de l'association à l'accueil de publics fragiles



Exemples de projets soutenus en 2023

Relocalisation et doublement de la capacité (de 16 à 32 couverts) du restaurant « Lait Thym Sel » (1 étoile au Guide Michelin) - Angers

Montant des Investissements : 650 000 €

Soutien régional : prêt de 60 000 € - Création de 7 ETP



Modernisation du Camping « Le Marais Sauvage » (passage de 2 à 3 étoiles + Label Clé verte) - Le Mazeau

Montant des Investissements : 610 000 €

Soutien régional : prêt de 25 000 € et subvention de 25 000 €

Création de 2 ETP

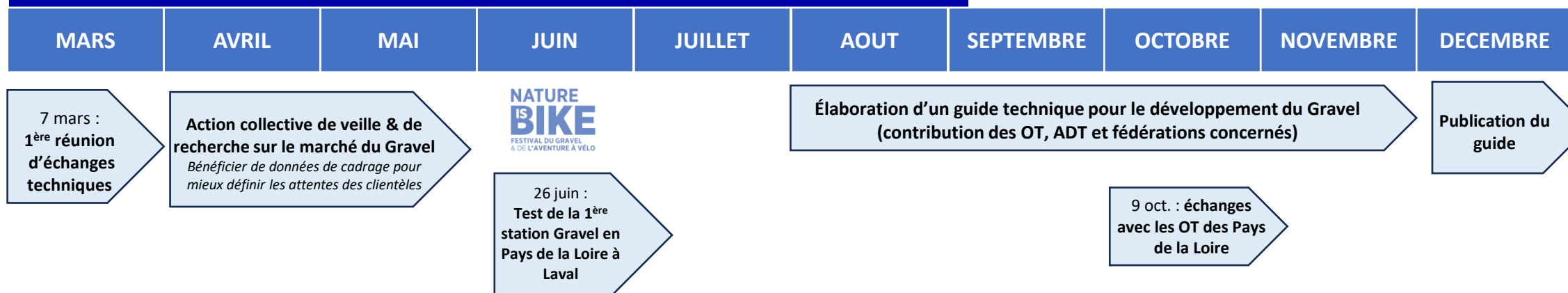


2021 - 2024 : Actions pour le développement du Gravel en Pays de la Loire

2021 - 2023 : soutien régional aux premières éditions de Nature is Bike



2023 : Actions techniques pour le développement d'une nouvelle offre en Pays de la Loire



2021 - 2024 : Actions pour le développement du Gravel en Pays de la Loire

2024 : un nouvel événement Gravel
100% en Pays de la Loire



]] Favoriser les actions collectives en faveur du tourisme d'affaires régional

Un plan d'actions co-écrit pour observer la filière, faire évoluer l'offre et la promouvoir

Observation :

Baromètres semestriels de conjoncture dédiés au MICE

Formation :

1 formation "commercialisation d'espaces". 12 professionnels formés

Innovation – Candidature à l'Appel à Manifestation d'Intérêt d'Atout France :

« Améliorer la transformation des "leads" : un enjeu essentiel pour les centres de congrès » : start-up en cours de sélection

Marketing de la destination :

2nde édition du salon SO EVENEMENTS dédié à la filière événementielle à Nantes : organisation de 3 éductours d'acheteurs (19)

Campagne de Communication sur [LinkedIn](#) en cours. Cible : entreprises régionales et franciliennes. 2707 abonnés. Storytelling et campagne média. Atterrissage sur le site d'inspiration régional MICE

Accueil du congrès ADN Tourisme au Puy du Fou, les 26 et 27 septembre 2023 : 500 participants

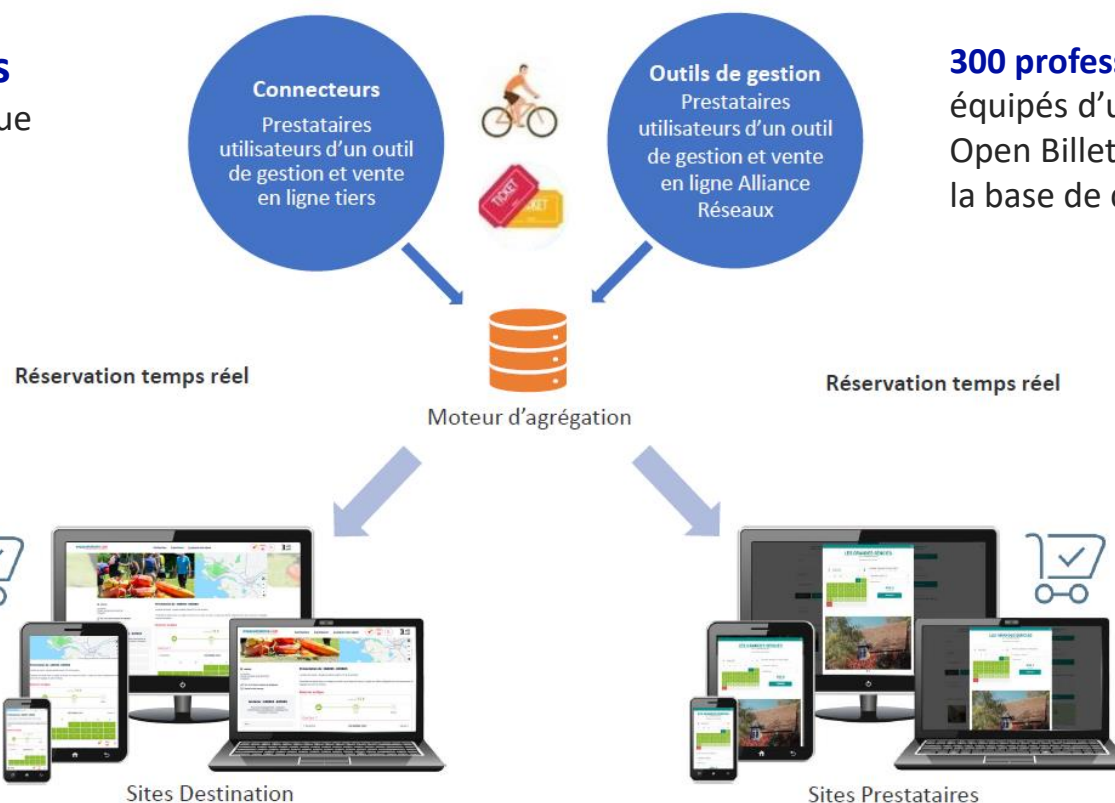
Candidatures portées et soutenues : Destination Vignobles 2024 – Rencontres Vélo et Territoires (pas retenue), Universités du Tourisme Durable 2025



Renforcer la commercialisation directe en ligne via le dispositif régional eRESA

eRESA, le dispositif régional d'accompagnement des professionnels du tourisme à la commercialisation en ligne

1 300 offres réservables via des passerelles
référéncées dans la base de données touristique régionale



300 professionnels du tourisme
équipés d'un outil adapté (Open Pro, Addock, Open Billet, Open Boutique), et référéncés dans la base de données touristique régionale.

12 places de marché intégrées

www.enpaysdelaloire.com
www.laloireavelo.fr
www.anjou-tourisme.com
www.sarthetourisme.com
www.mayenne-tourisme.com
www.levignobledenantes-tourisme.com
www.erdrecanalforet.fr
www.osezmauges.fr
www.vallee-du-loir.com
www.vallee-de-la-sarthe.com
www.leschateauxdelaloire.org
www.les-plus-beaux-villages-de-france.org

Widget direct
Marque blanche

Renforcer la commercialisation directe en ligne via le dispositif régional eRESA

Des outils qui évoluent pour mieux répondre aux objectifs des prestataires :

- Développer leurs ventes directes en intégrant un module de réservation sur leur site Internet
- Augmenter leur visibilité en se distribuant sans commission sur les sites Internet des destinations
- Être accompagné par un ou une référente dans les agences départementales du tourisme



Nouveautés 2023

- Open Pro et Open Billet : les affiliés à l'ANCV peuvent proposer à leurs clients de payer en ligne leur réservation en Chèques-Vacances Connect et de compléter au besoin avec un autre moyen de paiement.
- Addock : le contrôle d'accès est désormais disponible via tablette ou smartphone en scannant le QR code affiché sur le e-billet du client.
- 1^{er} Club utilisateurs le 12/12/23 à l'Hostellerie du Bon Pasteur : Intervention de Mathieu Vadot, consultant en marketing touristique, sur les leviers qui permettent de développer ses ventes en ligne, ateliers de partage d'expériences, présentation des évolutions des outils.

Des évolutions attendues en 2024

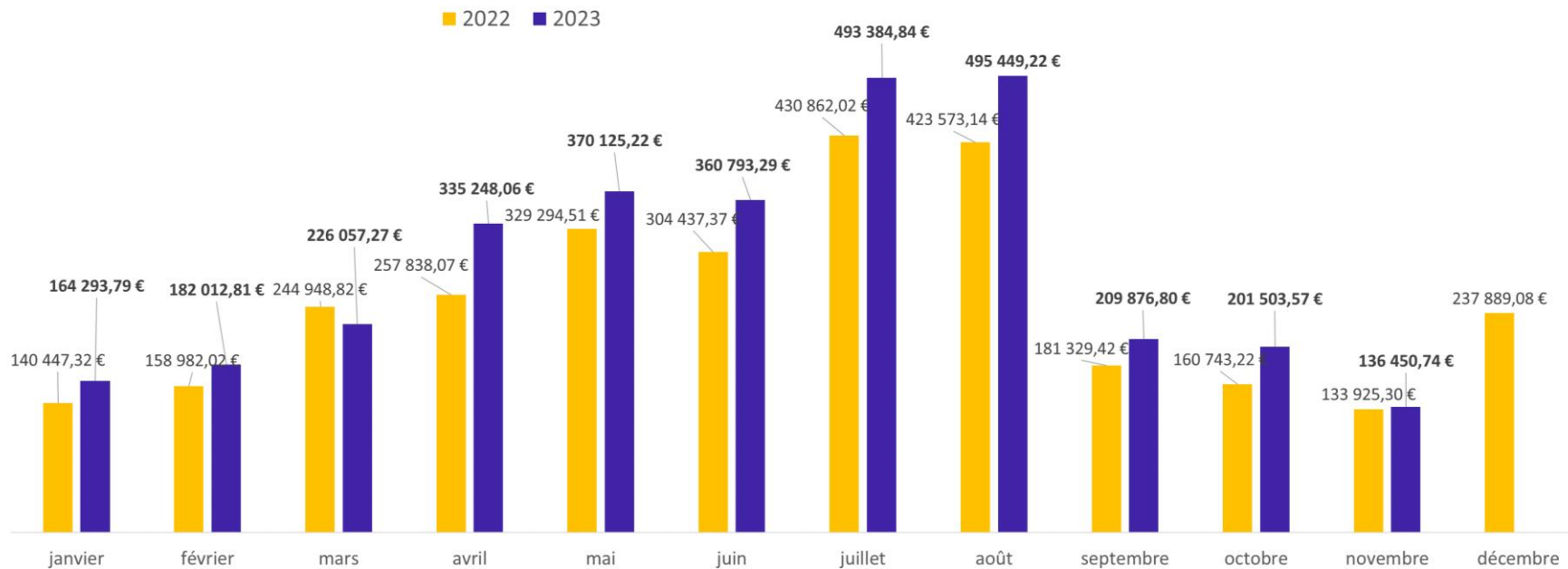
- Addock : comptabilité ANCV Connect, création d'une API Caisse
- Open Pro : évolution de la gestion tarifaire (dégressivité, tarification intersaison, duplication de tarifs par hébergement et par période...)

Renforcer la commercialisation directe en ligne via le dispositif régional eRESA

eRESA, chiffres-clés

3,2M€ au 29/11/2023

3M€ pour l'année 2022



Top 5 des fournisseurs en CA

- Domaine de L'Orbière (53 – Open Billet)
- Parc Oriental de Maulévrier (49 – Open Billet)
- Anjou Navigation (72 – Open Pro et Open Billet)
- Les Insolites de JSK (72 – Open Pro)
- Loire Évasion (49 – Addock)



73€ panier moyen

Chiffre d'affaires de la place de marché (hors Vendée). Au 29/11/2023.



2

**Priorité 2 : RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ :
INVESTIR ENCORE L'INTERNATIONAL ET
DES RELAIS DE CROISSANCE SUR LE
MARCHÉ DOMESTIQUE (B_{TOB} ET B_{TOC})**

Reconquérir et fidéliser les clientèles des marchés européens historiques et prioritaires

Déployer une promotion touristique multi marchés auprès des prescripteurs BtoB



Rendez-vous en France – le plus grand workshop international français

➤ 21-22 mars 2023 - Porte de Versailles, Paris :

- **660 sociétés françaises exposantes** (hébergeurs, sites touristiques, transporteurs, agences réceptives, organismes de promotion ...)
- **773 tour-opérateurs** dont 43 % d'Européens et 26 journalistes internationaux venus de 67 pays
- **26 313 rendez-vous d'affaires** programmés
- **270 voyageurs internationaux** sur 26 éductours
- Organisation de **3 pré-tours en Pays de la Loire** - 24 tour-opérateurs participants
- Exposition d'un stand régional sur le salon
- Mobilisation des acteurs et coordination de la présence des **11 exposants ligériens** (institutionnels et privés)

Prochaine édition : Toulouse, les 26 - 27 mars 2024



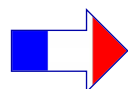


Tendances de la fréquentation internationale en 2023 (à mi-année)



Hôtels : Nuitées de 1^{er} semestre 2023 vs 2022 (données INSEE)

 **+2,3 %**

 France + 1,1 %

 **+ 14,2 % nuitées internationales**

 Royaume-Uni + 75 %

 Espagne + 21 %

 Allemagne +14,1%

 Belgique +8,4 %

 Pays-Bas -7,6 %

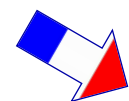


HPA : Nuitées 2023 vs 2022 (données FTO)

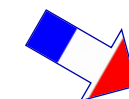
 **Juin +7 %**

 **Juillet +/- 0 %**

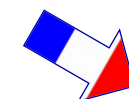
 **Août -1 %**
(réservations hors réservations de dernière minute)

 France -2 %

 **+ 36 % nuitées étrangères**

 France -2 %

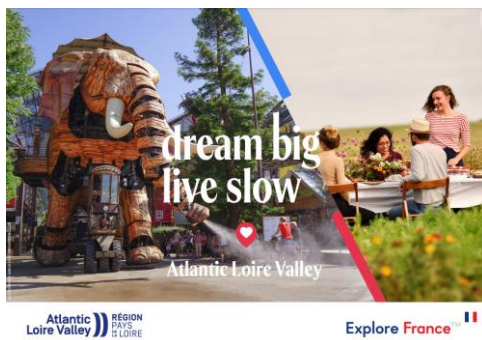
 **+ 10 % nuitées étrangères**

 France -3 %

 **+ 4 % nuitées étrangères**



Actions BtoC & BtoB à l'international en 2023



Février :
Salon Fiets
NL



Avril et mai :
Kick off Campagne ANWB
Campagne Frankrijk & Frankreich
NL et ALL



Mars :
Rendez-Vous en
France Paris



Avril :
Eductour Schweda
ALL



Avril, juin et août :
Brittany Ferries et
Wanderlust
UK



Avril - mai :
Eductour TO
Scandinaves



Départ TDF Bilbao
Partenariat Viajar
ESP



Sep:
Festival Explore
France Presse/B2B/B2C
UK Œnotourisme



Sep :
Eductour TO
Randovélo



Sep:
Workshop Outdoor
SK



oct:
Workshop B2B
BEL



Nov:
France Med



Nov :
Etude de
programmation TO
ALL



Nov:
Séquence
tourisme autour
du Film la
Passion de
Dodin Bouffant
US



Reconquérir et fidéliser les clientèles des marchés européens historiques et prioritaires

Déployer une promotion touristique grand public : Participation à la campagne 360° #ExploreFrance 2023

« Dream big, live slow »



Atlantic
Loire Valley

RÉGION
PAYS
de LOIRE

Explore France™



Relations Presse
BtoC

1 dossier de presse
disponible en 6 langues ;

Des événements presse
autour du tourisme durable.



Activations digitale &
Réseaux sociaux

1 campagne #ExploreFrance
de considération
(idées séjours / expériences, etc.)
&
Plus de 100 campagnes régionales
de notoriété et de conversion.



Volet
Influence

Des accueils influenceurs
tournés autour
des enjeux
du tourisme durable
et des mobilités douces.

Reconquérir et fidéliser les clientèles des marchés européens historiques et prioritaires

Espagne - communication BtoC



La Nueva España de Siero

El vídeo grabado por un vecino muestra las entrañas del inmueble del siglo XVII, que se encuentra muy deteriorado tras el derrumbe, hace años, de la techumbre

Paula Tamargo

Celles (Siero) | 17-05-23 | 14:55 | Actualizado a las 18:34

Facebook Twitter LinkedIn YouTube Email Print

Así está por dentro el palacio de Celles

"Que Celles vuelva a ser lo que era". La idea que encierra la frase, que se refiere a que el palacio recupere su esplendor de antaño, fue una de las más repetidas a lo largo del acto que tuvo lugar en el Ayuntamiento de Siero para presentar el proyecto de recuperación del emblemático palacio del siglo XVII. Devolver al espacio el protagonismo que tuvo pasa por una rehabilitación que permita preservar una de las joyas del

Vive una experiencia única!

loira-atlantico.com

Une campagne de visibilité de notre destination menée sur le media VIAJAR

Différents leviers activés :

- Un article 24h sur la home de VIAJAR et des 25 sites internet des quotidiens régionaux
- Une semaine dans les sections "Escapate Cerca" des 25 quotidiens en ligne et du site VIAJAR
- Une campagne display en complément du dispositif

=> Les résultats :

- Une diffusion très large grâce à un taux d'impression supérieur aux prévisions
- Un ensemble de dispositifs efficace avec une portée totale de la campagne digitale et des réseaux sociaux de 592 375 personnes

Reconquérir et fidéliser les clientèles des marchés européens historiques et prioritaires

Pays-Bas - Allemagne - communication BtoC

HOME ONTDEKKEN SLAPEN ZIEN & DOEN ETEN & DRINKEN ONTMOETEN OP DE KAART

De highlights van de Atlantische Loirestreek

Ken je het Pays de la Loire? Deze regio aan de Franse westkust is heel veelzijdig. Een kustlijn met mooie zandstranden, geweldige fiets- en wandelmogelijkheden, beroemde Loirekastelen, plus leuke steden als Nantes, Angers en Le Mans. Zie hier je hele lange to-do-list als je die kant opgaat!

13-05-2023 | 1 | 0

Opties

Tags

Angers, Anjou, Atlantische Loirestreek, fietsroute, Île d'Yeu, Le Mans, Les Sables d'Olonne, Loire à Vélo, Nantes, Noirmoutier, Pays de la Loire, Puy du Fou, Saint-Nazaire, Sarthe, Tours, Vendée, wijngarden

Les machines de l'île de Nantes : billets

Plages du Débarquement...

Château d'Azay-le-Rideau : billets

La Baule

Rond de kust kun je tal van watersporten beoefenen, geweldig fietsen (Velodyssée en de Vélocéan!) en wandelen over de panoramische kustpadjes, de Sentiers de Douaniers. En natuurliefhebbers vinden hier ook nog ongerepte plekje: de estuaire du Payré is bijvoorbeeld een magnifiek gebied! [Meer info](#)

DE VENDEE IN 10 SPECTACULAIRE LUCHTFOTO'S

Het departement Vendée bestaat uit 250 kilometer ongerepte kust, 140 kilometer fijne zandstranden, 18 badplaatsen ...

ANGERS, DE IDEALE STAD?

Ken jij Angers al? Deze relatief onbekende stad in de Loirestreek is een geweldige verrassing! ...

VERBORGEN B&B IN HET OUDE LE MANS

Een echt charme-adresje, deze chambres d'hôtes in de historische binnenstad van Le Mans. Carole vond ...

Une campagne de visibilité de notre destination menée sur le média Frankrijk et Frankreich

Différents leviers activés :

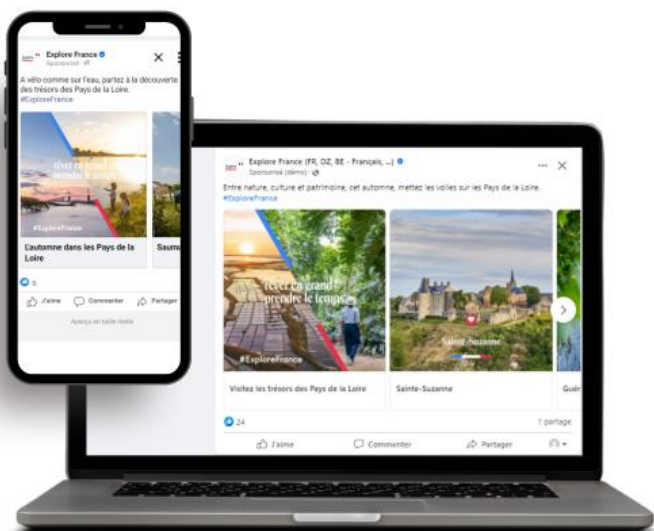
- Un article TOP liste en ligne pendant un an
- Une semaine de homepage
- Intégré dans la e-newsletter
- Relai sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Pinterest)

=> Les résultats : Campagne en cours, mais déjà des résultats

- Version néerlandaise :
<https://www.frankrijk.nl/2023/05/atlantische-loirestreek-top-10-bezienswaardigheden-vakantietips-nantes-angers-le-mans-kust/> : 1.788 impressions et temps de lecture de 4m14
- Version allemande :
<https://www.frankreich-webzine.de/sehenswuerdigkeiten-loire-atlantik-region/> : 514 impressions et temps de lecture de 3m52

Reconquérir et fidéliser les clientèles des marchés européens historiques et prioritaires

Belgique - communication BtoC



Vacances actives



Découvertes culturelles



Une campagne de visibilité de notre destination menée sur le média SoSoir

Différents leviers activés :

- Une campagne éditoriale : Deux articles en ligne sur le média SoSoir
- Une campagne social media associée

=> Les résultats :

Campagne digitale : Le carrousel "Découvertes culturelles" est celui qui a le mieux performé, il a été davantage poussé par l'algorithme de META. Il obtient presque 3 fois plus d'impressions que le carrousel "Vacances actives".

Campagne éditoriale : "Les châteaux des Pays de la Loire, à vélo... et au fil de l'eau" est l'article qui a le mieux performé. Les deux articles ont obtenu un très bon temps de lecture moyen de 3 minutes 33, qui est largement supérieur à la moyenne de So Soir (2 minutes 42).

Reconquérir et fidéliser les clientèles des marchés européens historiques et prioritaires

Royaume-Uni – communication BtoC (partenariat avec Brittany Ferries et le Puy du Fou)

Une campagne de visibilité de notre destination menée avec Brittany Ferries et le média Wanderlust :

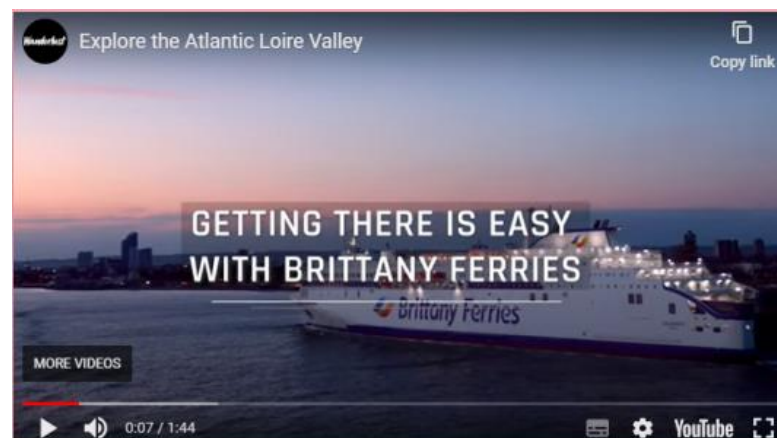
Différents leviers activés :

- Une campagne social media destinée aux familles et aux DINKS composée de carrousels et de vidéos (Facebook et Tead)
- Une landing page immersive avec Wanderlust + des posts réseaux sociaux du média + 2 bannières dans la newsletter

<https://preview.shorthand.com/iPRIWs23yadPk3KM>

=> Les résultats :

- Campagne social media : les créations familles ont été plus performantes en termes de clics et de CPC
- Nombre d'impressions de la page immersive : 5,91 M
- La vidéo a été vue 49 640 fois
- L'ensemble des actions de communication a généré 6,145,155 impressions



Reconquérir et fidéliser les clientèles des marchés européens historiques et prioritaires

Les relations presse internationales : un complément indispensable aux campagnes de communication

Deux types d'actions

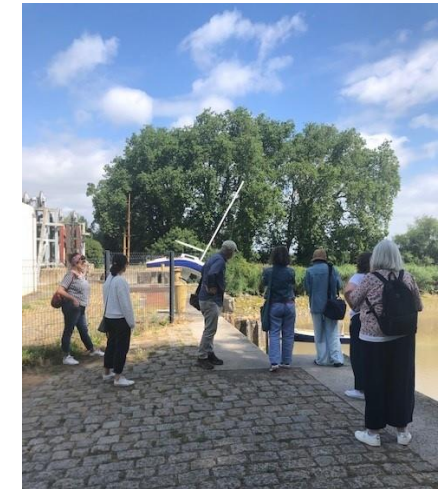
Des rencontres temps de rencontres avec les médias :

- IMM London, en mars
- Conférences de presse *Oeste de Francia*, avec le CRT Bretagne (Madrid- Barcelone) – en avril
- Workshop *France Outdoor*, à Copenhague – Oslo – Stockholm, en septembre
- Workshop Belgique avec Open2Europe – en octobre

Des accueils de journalistes au cours de voyages collectifs ou lors d'accueils individuels

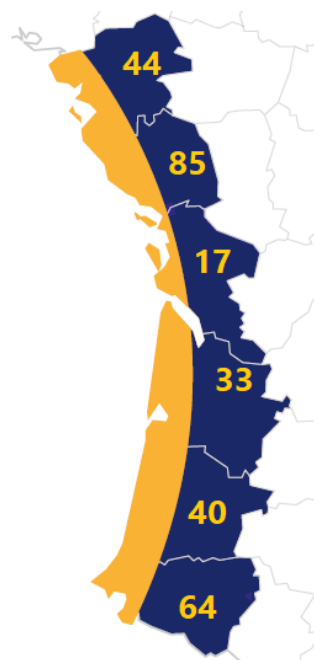
=> **Les résultats : 91 journalistes** accueillis représentant **107 médias**
L'Espagne et la Grande-Bretagne représentent près de la moitié des médias accueillis (49%) et 44 % des journalistes.
À noter depuis 2 ans : une forte progression des accueils scandinaves.

Ces actions sont généralement réalisées en partenariat avec les ADT et les Offices de Tourisme.



Reconquérir et fidéliser les clientèles des marchés européens historiques et prioritaires

Destination Côte Atlantique : un dispositif de 35 partenaires



2 régions : CRT Nouvelle-Aquitaine / Solutions&co Pays de la Loire

6 ADT : 44, 85, 17, 33, 40 et 64

22 Offices de Tourisme : dont 9 en Pays de la Loire

Des partenaires :

- Gîtes de France Loire-Atlantique
- FVHPA 85, FDHPA 17, SDHPA Gironde, Club camping des Landes

Reconquérir et fidéliser les clientèles des marchés européens historiques et prioritaires

Destination Côte Atlantique, des actions sur 3 marchés : Allemagne / Belgique / Pays-Bas

Destination
Côte Atlantique



Observation : Réalisation d'une étude sur les attentes de la clientèle néerlandaise en matière de tourisme durable pour la destination

Relations presse

- Coopération avec l'agence *Lieb Management* renouvelée pour 3 ans
- 1 dossier de presse dédié
- 1 accueil presse collectif allemand (Loire-Atlantique et Vendée)
- Diffusion de 10 CP en ALL et NL
- Coopération avec des bloggeurs (guest-blogging, Travelisto&pincamp.de), publiereportage et podcast avec le magazine néerlandais Columbus

Communication digitale

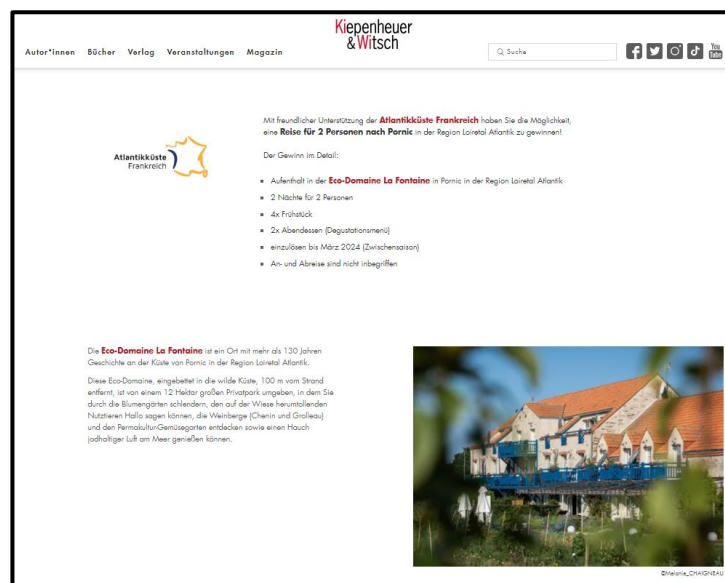
- Campagne #ExploreFrance 2023 autour de la marque Côte Atlantique multi-marchés : plan média dédié pour l'Allemagne, les Pays-Bas et la Belgique flamande (YouTube, sur Meta, bannières Display), avec Atout France
- Création de 6 articles sur les 2 sites web grand public de destination
- Gestion et optimisation SEO des sites néerlandais et allemand
- Gestion des réseaux sociaux Facebook et Instagram et organisation d'un jeu-concours avec les fédérations d'hôtellerie de plein air.

Reconquérir et fidéliser les clientèles des marchés européens historiques et prioritaires

Destination
Côte Atlantique



Destination Côte Atlantique, une opération en lien avec la sortie du livre « Bretonischer Ruhm » de Jean-Luc Bannalec en Allemagne



- Rédaction d'un article dédié à [Pornic](#) sur les sites internet allemand et néerlandais à cette occasion ;
- Relais du jeu-concours organisé sur le site web de la maison d'édition [Kiwi Verlag](#) (redirection vers le site web grand public) ;
- [Jeu-concours](#) sur notre page Facebook et Instagram avec un lot de 6 romans à faire gagner à notre communauté ;
- Sortie du roman : 21 juin

)) Définir un nouveau positionnement de communication en France / Prospecter de nouvelles clientèles françaises

Objectif : créer de l'intérêt pour la destination et inspirer, dans un premier temps, nos cibles locales et nationales à travers le format expérientiel

Rappel de la méthodologie en 4 étapes :

- **Un état des lieux des actions menées** pour la promotion du tourisme via **un atelier diagnostic** en interne pour mettre en exergue les bonnes pratiques et les gains possibles en termes de cohérence, d'impact des messages et d'optimisation des retours sur investissement
- **Un SWOT** qui repose sur une analyse documentaire (études, statistiques de l'ORT, analyse des tendances de consommation) et des entretiens téléphoniques avec des personnalités issues du secteur du tourisme de la région pour compléter la perception de la destination et ses enjeux stratégiques
- **Un atelier sur la plateforme d'identité** touristique pour détecter les éléments invariants, fondamentaux et structurants de l'identité de la destination, la façon dont on souhaite qu'elle soit perçue, réalisé auprès d'une vingtaine de personnes aux profils variés, sensibilisées à la région
- **A venir en 2024, un guide pratique d'utilisation** du positionnement et de sa déclinaison.

» Définir un nouveau positionnement de communication en France / Prospecter de nouvelles clientèles françaises

Inspirer à travers le format expérientiel

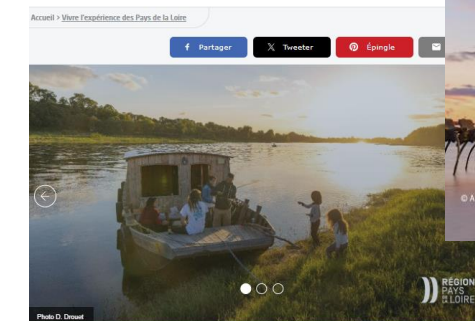


Une carte imprimée (10 000 ex) valorisant des expériences à vivre en Pays de la Loire. Diffusion aux Offices de Tourisme et sur des événements grand public

Une campagne digitale pour promouvoir une offre expérientielle

Une campagne *social media* qui s'étend sur toute l'année avec des renvois vers la [rubrique dédiée](#) sur enpaysdelaloire.com

=> 18 idées de séjours pour vivre l'expérience des Pays de la Loire



VIVRE L'EXPÉRIENCE DES PAYS DE LA LOIRE

♥ Ajouter aux favoris

Que vous soyez à la recherche d'une escapade à deux, d'un week-end en famille ou d'une aventure en plein air, nous avons sélectionné pour vous les meilleures expériences à vivre lors de votre prochain **séjour en Pays de la Loire** !

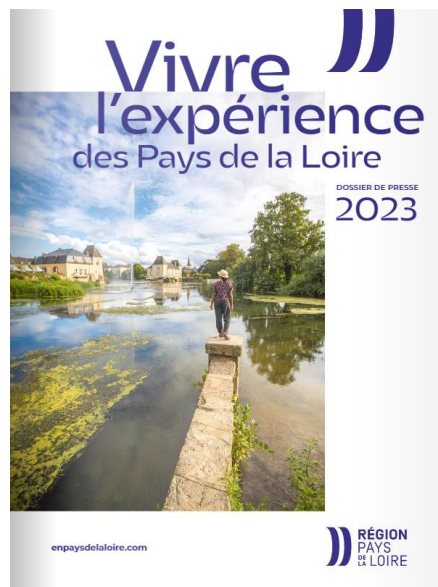
Découvrez notre patrimoine historique en visitant les nombreux châteaux de la région, partez en balade dans la nature pour explorer les paysages ligériens, ou bien profitez de nos itinéraires à vélo pour découvrir la région à votre rythme. Planifiez dès maintenant votre séjour et venez découvrir la région pour **vivre l'expérience des Pays de la Loire** !

» Définir un nouveau positionnement de communication en France / Prospecter de nouvelles clientèles françaises

La communication en France : les relations presse

De nombreuses actions à destination de la presse française

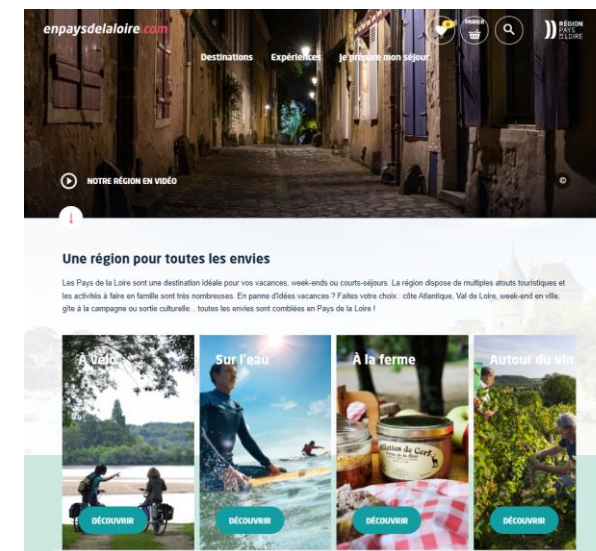
- Un dossier presse (décliné en ALL, GB, NL et ES)
- Des communiqués
- Des flashnews
- Des expériences sensorielles
- Un Workshop dédié
- Des invitations presse
- Des conférences de presse
- Des partenariats avec les territoires et les professionnels du tourisme
- Organisation de voyages de presse française
- Collaboration avec une agence de presse



La communication en France - enpaysdelaloire.com

Les actions principales

- Optimisation technique du site
- Enrichissement des contenus
- Travail sur l'UX Design réalisé en préalable à la future refonte du site internet
- Créations de nouveaux contenus autour de l'expérience pour la campagne digitale 2023



)) Définir un nouveau positionnement de communication en France / Prospector de nouvelles clientèles françaises

chilowé®

La communication en France : des actions BtoC

Une campagne éditoriale et digitale avec Chilowé, "le média pour voyager local, vivre mieux et s'engager".

3 articles valorisés sur le site de Chilowé avec une campagne digitale associée :

- 5 villages à découvrir quand on aime le vin
- 5 idées de week-end au bord de l'eau
- 5 idées de week-end dans la peau d'un producteur local

Total accumulé de la campagne :

- 97 175 total impressions newsletters
- 1 144 426 total impressions Facebook et Instagram (paid compris)
- 1 241 601 total impressions du dispositif



» Définir un nouveau positionnement de communication en France / Prospecter de nouvelles clientèles françaises

La communication en France : des actions BtoC

Autres partenariats média :

Outdoor Active et France Vélo

Tourisme : campagne éditoriale et digitale

Accueil de 3 bloggeurs/influenceurs français

- Hellolaroux (avec achat de photos)
- Nico La Rochelle
- Trotteurs Addict (avec achat de photos)

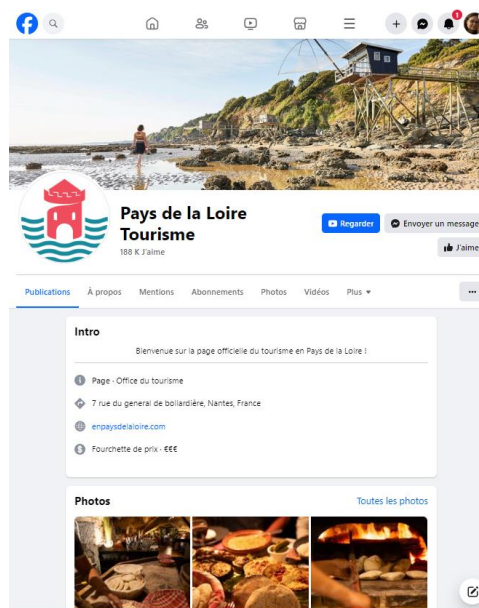


)) Définir un nouveau positionnement de communication en France / Prospecter de nouvelles clientèles françaises

La communication en France sur les réseaux sociaux



- **Pays de la Loire Tourisme** : 158 222 abonnés
Audience touchée : 8 347 564 personnes* (+29% vs 2022)
- **La Loire à Vélo** : 102 934 abonnés
Audience touchée : 2 570 251 personnes* (-28% vs 2022)
- **Visit Atlantic Loire Valley (UK)** : 36 502 abonnés
Audience : 1 463 648 personnes* (-59% vs 2022)
- **Oeste de Francia (ES)** : 104 147 abonnés
Audience touchée annuelle 977 601 (-59% vs 2022)



@paysdelaloiretourisme
28 881 abonnés

@laloireavelo
15 229 abonnés



* Audience touchée annuelle (pers. uniques qui ont vu notre page ou des publications de notre page) - Nombre d'abonnés au 24/10/2023

Participation aux 4 numéros du Magazine Région : toucher la clientèle de proximité

Coordination des week-ends découverte
« Destination Pays de la Loire »



)) Favoriser les tournages sur le territoire via le Bureau d'Accueil des Tournages (BAT) pour développer l'attractivité régionale et les retombées touristiques

Faciliter les tournages ligériens : l'action du Bureau d'Accueil des Tournages régional

Le BAT des Pays de la Loire propose **les services suivants** :

- Mise en relation avec les 300 techniciens et 230 comédiens professionnels identifiés, mais aussi les prestataires techniques et les autres ressources du territoire
- + de 1000 contacts utiles pour l'organisation et les autorisations de tournages
- Repérages : aide à la recherche et au pré-repérage de décors
- Organisation et relais de castings
- Animation d'un réseau de partenaires territoriaux : partage des réussites



À toute Allure, de Lucas Bernard, tourné entre Nantes (Maillé Brezé) et Saint-Nazaire



Et maintenant, de Lucien Jean-Baptiste, tourné à Nantes, notamment à l'Hôtel de Région

» Favoriser les tournages sur le territoire via le Bureau d'Accueil des Tournages (BAT) pour développer l'attractivité régionale et les retombées touristiques

Les Pays de la Loire, une terre de cinéma : l'année de tous les records

=> L'activité du Bureau d'Accueil des Tournages en 2023 : **348 jours de tournage de fiction en Pays de la Loire** soit **une augmentation de 30%** (267 jours en 2022 et 216 en 2021),

- **10 longs métrages, 4 téléfilms, 3 séries et une dizaine de courts métrages professionnels**
- 8.9 M € de retombées économiques liées directement aux tournages en 2022 (en cours d'estimation pour 2023)
- Environ 270 postes de techniciens recrutés en Pays de la Loire, au 1^e novembre (313 en 2022)
- Des tournages plus longs et plus installés en région : une hausse des temps de travail
- Une centaine de seconds et petits rôles distribués

Un long métrage tourné entièrement en Pays de la Loire symbole du **7e art** :

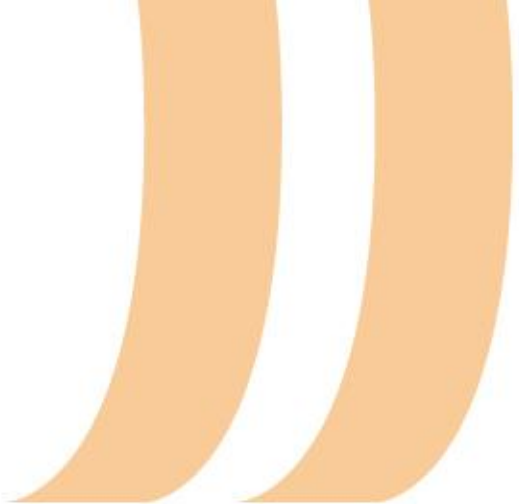
- Récompensé au **festival de CANNES en mai 2023** (prix de la mise en scène)
- Sélectionné pour représenter officiellement **la France aux Oscars en mars 2024**



Mort sur La piste, pour France 2 - tourné en mars 23 au Mans



Tourné en 2022 en Pays de la Loire: Anjou Bleu, Brissac...



3

Priorité 3 : CONSTRUIRE LE TOURISME DE DEMAIN



]] Favoriser le consommateur local grâce à l'agritourisme et à l'œnotourisme et développer les expériences gourmandes pour les touristes en séjour

La communication en France - Agritourisme / Œnotourisme

Print :

- Création d'un **Guide du Routard Œnotourisme en Val de Loire**
- Réédition du **Guide Vert Michelin Pays de la Loire** avec un nouveau carnet "Échappées gourmandes"

Relations Presse / Communication :

- Valorisation des filières dans le Dossier de presse et tous les outils de communication
- Diffusion d'un Communiqué de presse sur la thématique œnotourisme et agri/agro

Candidature pour l'accueil de DESTINATION VIGNOBLES 1er et 2 octobre 2024

- Engagement et pilotage du projet pour accueillir ce workshop international dédié à l'œnotourisme dans les Pays de la Loire, à Angers ;
- Coordination des partenariats des collectivités, partenaires et professionnels
- Dépôt de la candidature en septembre
- Lauréat de la sélection par Atout France en décembre 2023 !



» Devenir un territoire d'expériences nautiques accessibles, innovantes, durables

Un accompagnement vers l'écoresponsabilité

Un webinaire "vers un tourisme & des loisirs nautiques plus écoresponsables" : énergie, mobilités durables, démarche RSE, dispositifs de soutien "base nautique d'avenir" - 50 participants

Un atelier "gestion de l'eau" dans les centres nautiques en partenariat avec la Ligue régionale de Voile - 26 participants

Des accompagnements de **projets nautiques innovants**

Valorisation des **offres nautiques accessibles "familles"** dans la promotion des expériences touristiques



» Tourisme culturel et patrimonial - un plan d'actions et de valorisation

Mise en place d'un plan d'actions

Accompagnement de l'Association des Châteaux de la Loire dans la mise en œuvre de son plan d'actions et accompagnement à la digitalisation via des formations

Signature d'une convention de partenariat avec l'Association des Petites Cités de Caractère portant sur des outils et actions de communication, observation, formation et structuration de l'offre

Formations, webinaires et accompagnement individualisé sur **l'accessibilité des publics dans les sites patrimoniaux**

- 48 participants au webinaire
- 37 participants – 28 structures aux ateliers de formation



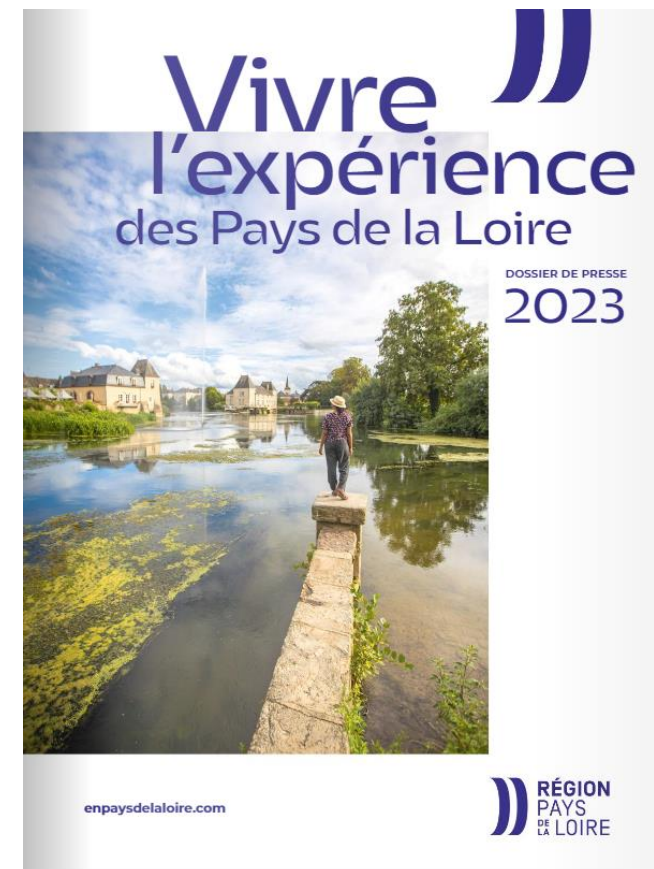
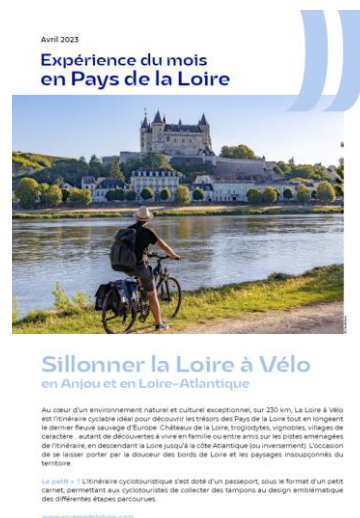
» Développer et promouvoir une offre expérientielle, en réponse aux aspirations des clientèles

Pour la création d'un dossier de presse « Vivre l'expérience des Pays de la Loire » mobilisation des acteurs du territoire pour l'identification de ces expériences

Les 5 Agences Départementales du Tourisme ont été mobilisées pour construire des expériences clés en main à valoriser dans le dossier de presse tourisme 2023, diffusé auprès de la presse nationale et régionale.

[Découvrir ici le dossier de presse 2023](#)

Exemples d'outils presse envoyés toute l'année en complément du DP :



» Une nouvelle impulsion pour le tourisme à vélo



La Loire à Vélo : les faits marquants

- Construction et installation d'un **Comité d'Itinéraire interrégional** pour **La Loire à Vélo**. Le 1^{er} comité s'est tenu le 8 décembre, à Saumur, avec les Régions Pays de la Loire et Centre-Val de Loire et les 6 départements partenaires (Loire-Atlantique, Maine-et-Loire, Indre-et Loire, Loir-et-Cher, Loiret, Cher)
- **Recrutement d'une coordinatrice**, proposition d'un nouveau plan d'actions pour 2024
- **Événement** : Départ du Tour 2023 de France à Bilbao, un partenariat avec Atout France, valorisation de l'itinéraire auprès du grand public, de la presse et des tour-opérateurs.
- **Relation Presse** : Valorisation de la filière dans le Dossier de presse et dans tous les outils presse ; diffusion d'un CP sur la thématique vélo et d'un CP spécial Passeport La Loire à Vélo
- **Médias** : Réalisation d'une collection de [8 Podcast](#) sur La Loire à Vélo
- **Print** : Réalisation d'une documentation La Loire à Vélo (FR, GB et ES) avec le CRT Centre-Val de Loire
- **Passeport** : 1ère saison de diffusion
- **Campagne** : Participation à la campagne Explore France aux Pays-Bas
- **Actions web marketing et réseaux sociaux** : Facebook et Instagram sur le marché France



Une nouvelle impulsion pour le tourisme à vélo

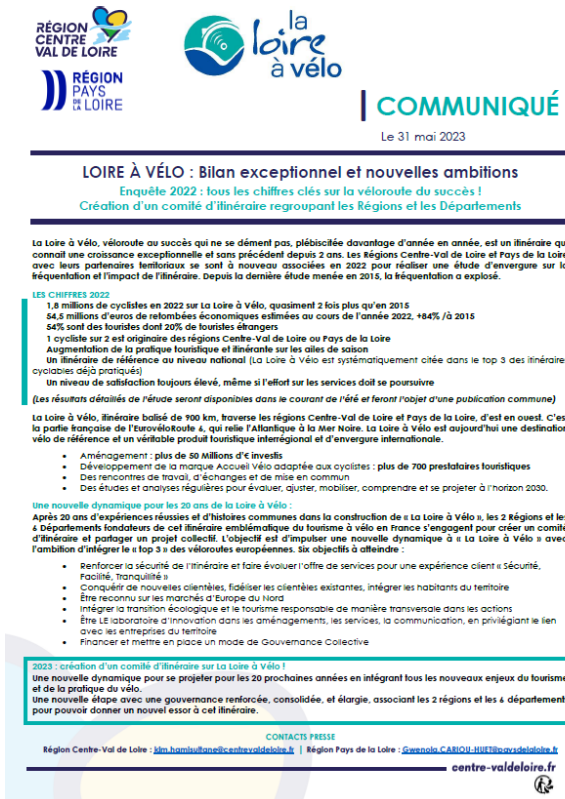
Étude de fréquentation et retombées économiques de La Loire à Vélo

Les Régions Pays de la Loire et Centre-Val de Loire et avec leurs partenaires territoriaux se sont à nouveau associées pour réaliser cette étude d'envergure avec leurs ORT respectifs (Observatoires Régionaux du Tourisme).

Analyse et restitution de l'enquête terrain réalisée en 2022 ; Présentation des résultats aux acteurs du Comité d'Itinéraire et aux sites labellisés Accueil Vélo le long de La Loire à Vélo ; diffusion sur La eMinute Tourisme. Synthèse à paraître fin année 2023.

Les informations-clés :

- 1,8 million de cyclistes en 2022 sur La Loire à Vélo, quasiment 2 fois plus qu'en 2015
- 54,5 millions d'euros de retombées économiques estimées, +84% par rapport à 2015
- Plus d'1 cycliste sur 2 est un touriste (54%) dont 20% de touristes étrangers
- 1 cycliste sur 2 est originaire des régions Centre-Val de Loire ou Pays de la Loire
- Augmentation de la pratique touristique et itinérante sur les ailes de saison
- Un itinéraire de référence au niveau national (La Loire à Vélo est systématiquement citée dans le top 3 des itinéraires cyclables déjà pratiqués)
- Un niveau de satisfaction toujours élevé, même si l'effort sur les services doit se poursuivre



» Une nouvelle impulsion pour le tourisme à vélo

Vélotourisme – développement et communication

Réseau Accueil Vélo : 700 professionnels engagés dans la marque

Des formations e-tourisme dédiées pour le réseau proposées en 2023 (2 thèmes différents)

Accompagnement des itinéraires :

- Participation à différents Comités d'Itinéraires La Vélodyssée, La Vélo Francette, La Vélobuissonnière, La Vallée du Loir à Vélo
- Une nouvelle véloroute accompagnée : V93

Print : Édition d'un doc Vélo en Pays de la Loire (Expériences) diffusé via les OTSI

Participation à des évènements :

- Le festival "Nature is Bike" (16 – 18 juin à Angers) avec la présence de partenaires sur le stand régional
- Anjou Vélo Vintage (30 juin -2 juillet à Saumur) : espace régional

Presse : Valorisation de la filière dans le Dossier de presse et dans tous les outils presse et diffusion d'un CP sur la thématique vélo

BtoB : Accueil du tour-opérateur Rando Vélo en éducteur sur La Loire à Vélo et la Presqu'île de Guérande

International : Participation au salon FIETS à Utrecht



)) Soutenir les actions pour un tourisme plus éco-responsable

Accompagner et soutenir les professionnels dans leur transition vers un tourisme plus responsable

Lancement d'un état des lieux des actions Tourisme Durable et préconisations

Objectif : Renforcer la dynamique collective régionale (complémentarité, cohérence et synergies) en faveur d'un tourisme écoresponsable

=> Projet en cours – livraison T1 2024

Lancement d'un programme de formations dédiées avec des thématiques très opérationnelles adaptées aux problématiques des fédérations professionnelles

Dans le cadre du dispositif régional **L'Académie eTourisme**, amplification des formations avec un volet dédié au tourisme durable en lien avec les fédérations, l'ADEME et les ADT...

- Webinaire sur les économies d'énergie
- Sensibilisation au tourisme durable : les 1ères étapes pour s'engager
- Communication sur les engagements durables

**L'Académie
eTourisme**

FORMATIONS TOURISME RESPONSABLE ET TRANSITIONS

Accueillir et proposer des médiations
accessibles aux publics handicapés
dans les sites patrimoniaux

DISTANCIEL - WEBINAIRE

Jeudi 12 octobre > 9h30 - 12h

GRATUIT

Réduire sa consommation et
ses factures d'énergie
pour 2024

DISTANCIEL - WEBINAIRE

Lundi 16 Octobre > 14h - 15h30

GRATUIT

Amorcer une démarche de tourisme
durable pour son hébergement :
enjeux, labels

Niveau : débutant

DISTANCIEL

Vendredi 10 novembre > 9h - 12h30 / 14h - 17h30

Tourisme social : sensibilisation
aux écogestes

DISTANCIEL - WEBINAIRE

Vendredi 10 novembre > 10h - 12h30

GRATUIT

Communiquer sur ses engagements
durables et responsables

Niveau : débutant

DISTANCIEL

Lundi 22 janvier > 9h - 12h30 / 14h - 17h30
+ Lundi 29 janvier > 9h - 11h

)) Soutenir les actions pour un tourisme plus éco-responsable

Accompagner et soutenir les professionnels dans leur transition vers un tourisme plus responsable

Solutions&co, lauréate de l'Appel à Manifestation d'Intérêt (AMI) national « Transformation durable de l'économie touristique »

- Un projet qui s'adosse au programme de **L'Académie eTourisme**
- Un programme d'accompagnement des professionnels de **5 filières vers des projets d'écoresponsabilité**
- Des sujets et thématiques définis avec les représentants des 5 filières pour être **au plus proche des besoins et des priorités des entreprises**



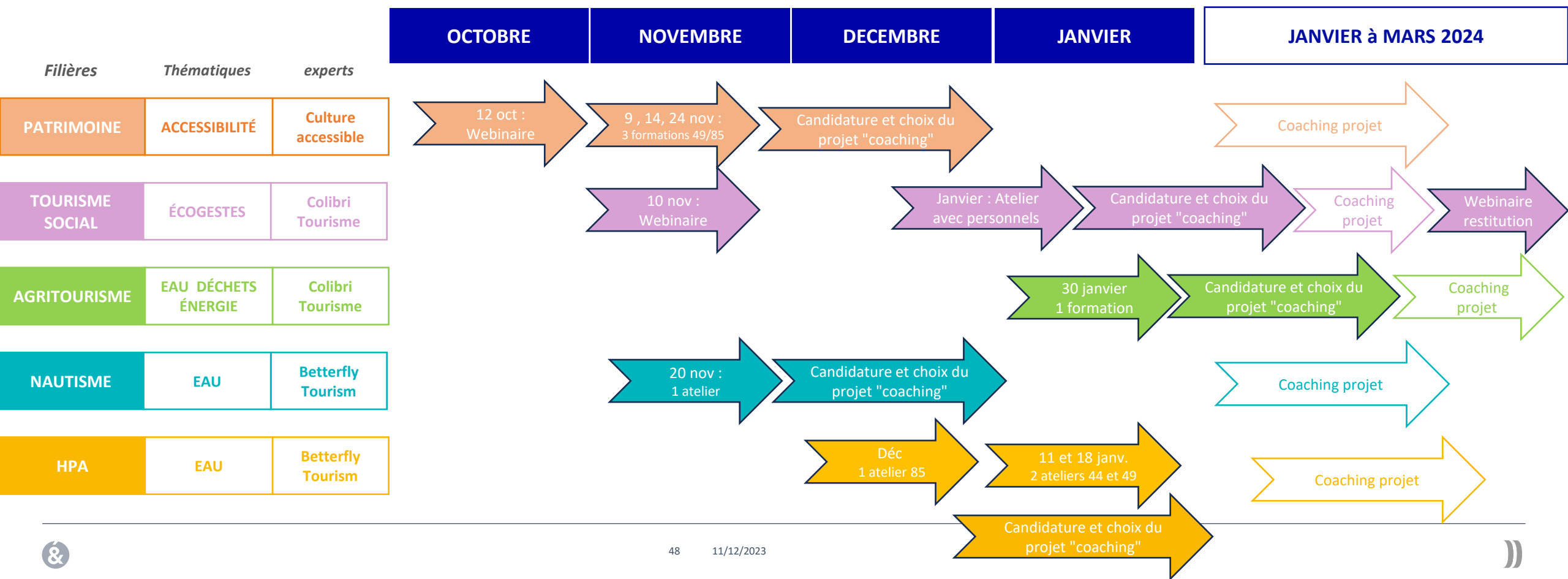
- Un accompagnement en 2 grandes phases :
 - => d'octobre 2023 à janvier 2024 : **Sensibilisation & Formation** (Webinaires, formations, ateliers pratiques...)
 - => de janvier à mars 2024 : **Coaching projets** (Accompagnement individuel par un cabinet d'expert d'un porteur de projet à concrétiser dans chacune des filières)



Soutenir les actions pour un tourisme plus éco-responsable

AMI Transformation durable de l'économie touristique (suite)

Programme d'actions des 5 filières : une mise en œuvre de juin 2023 à juin 2024



Numérique – Une Académie eTourisme qui s'adapte aux nouveaux enjeux

Des formations autour du numérique et du durable

Au programme en 2023/24 : 42 formations numériques et webinaires

-> En présentiel ou distanciel ou en format mixte avec une temporalité adaptée aux professionnels du tourisme : octobre à fin mars

-> Quelques exemples :

- Référencement
- LinkedIn
- Tiktok
- Canva
- Vente en ligne
- Guide du partenaire (spéciale Offices de tourisme)
- Engagements durables et responsables
- ...

Nouveau : la mise en place d'une newsletter eMinute Tourisme spéciale formations



)) Stimuler l'innovation sur le marché du tourisme en s'appuyant sur le Réseau de Développement de l'Innovation Tourisme (RDIT)

Le Réseau de Développement de l'Innovation Tourisme (RDIT)



Le RDIT est un réseau d'acteurs qui accompagne les entreprises ou les porteurs de projets qui innovent.

Prochaine rencontre : mars 2024

Concours Résolutions Tourisme (#4e édition) 2022/2023



5 lauréats : Destination Pornic – SAEM
Vendée - Camping Terre d'Entente –
CC Maine-Saosnois – Chocolaterie
Bellanger

<https://resolutions-paysdelaloire.fr>

Solutions&co, lauréate de l'Appel à Manifestation d'Intérêt (AMI) lancé par Atout France devient "**Plateforme d'appui à l'innovation et à l'expérimentation touristiques**"

- Signature d'une **convention Solutions&co et Atout France** en mai 2023
- Trois terrains d'expérimentations
 - **Hôtellerie de Plein Air**
 - **Tourisme à Vélo**
 - **Tourisme d'affaires**

Stimuler l'innovation sur le marché du tourisme en s'appuyant sur le Réseau de Développement de l'Innovation Tourisme (RDIT)

Solutions&co, " Plateforme d'appui à l'innovation et à l'expérimentation touristiques" : des expérimentations opérationnelles dès 2024

Campings

Préservation de la ressource en eau
Economie d'eau dans les piscines



- Une solution innovante : l'Aquapool développée par Aquatech Innovation
- 3 campings "pilotes"
- 1e installation au camping les Rochelets à St-Brevin, novembre 2023
- 3 expérimentations en 2024

Tourisme à vélo

One Way : rapatriement de vélos et des personnes au point de départ



- Un Appel à solutions innovantes lancé par
- 
- Solution innovante retenue pour expérimentation 2024 portée par Colisport

Tourisme d'affaires

Parcours utilisateurs et améliorer la transformation des leads
(visiteurs et exposants)



- Un Appel à solutions innovantes lancé par
- 
- Audition d'une startup
 - Choix en décembre 2023

3 candidatures lauréates
Permettant d'obtenir un soutien de 100K€ de la part d'Atout France

Préparation d'une nouvelle candidature pour un terrain d'expérimentation "Tourisme nautique"



4 **Priorité 4 : ANTICIPER ET AGIR PLUS ENSEMBLE**



Un CRT fédérateur en lien avec ses acteurs

Un CRT au plus près de ses acteurs et de leurs problématiques

2 Conseils d'administration, une instance au Mans à l'occasion du centenaire des 24H



Un CRT fédérateur en lien avec ses acteurs

La communication auprès des professionnels

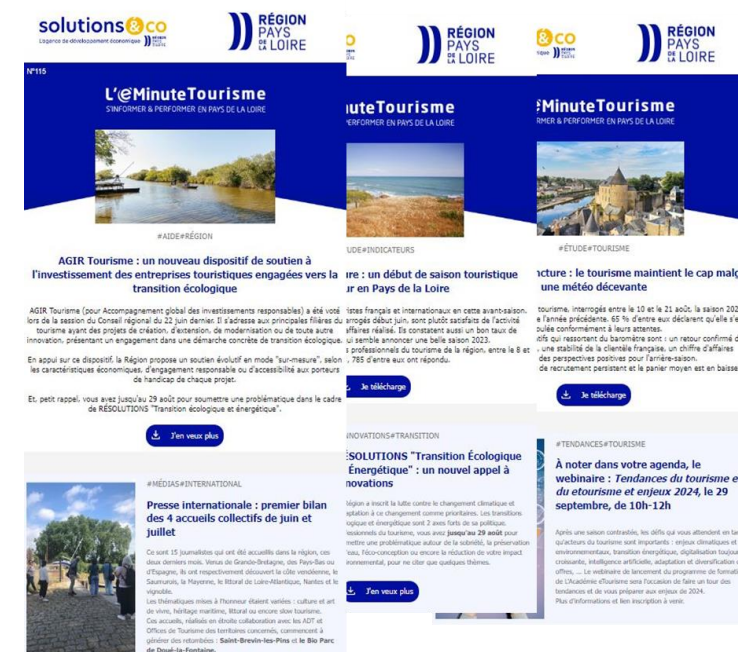
[Solutions-pro-tourisme-paysdelaloire.fr](https://solutions-pro-tourisme-paysdelaloire.fr)

Mise à jour régulière des contenus, ajouts d'articles du site dédié aux professionnels du tourisme des Pays de la Loire



La eMinute Tourisme : une nouvelle maquette et 19 numéros envoyés

Une newsletter bimensuelle, envoyée à près de 6 000 abonnés, acteurs du tourisme



» Bâtir des plans d'actions pluriannuels pour plus d'anticipation et de mutualisation avec nos partenaires

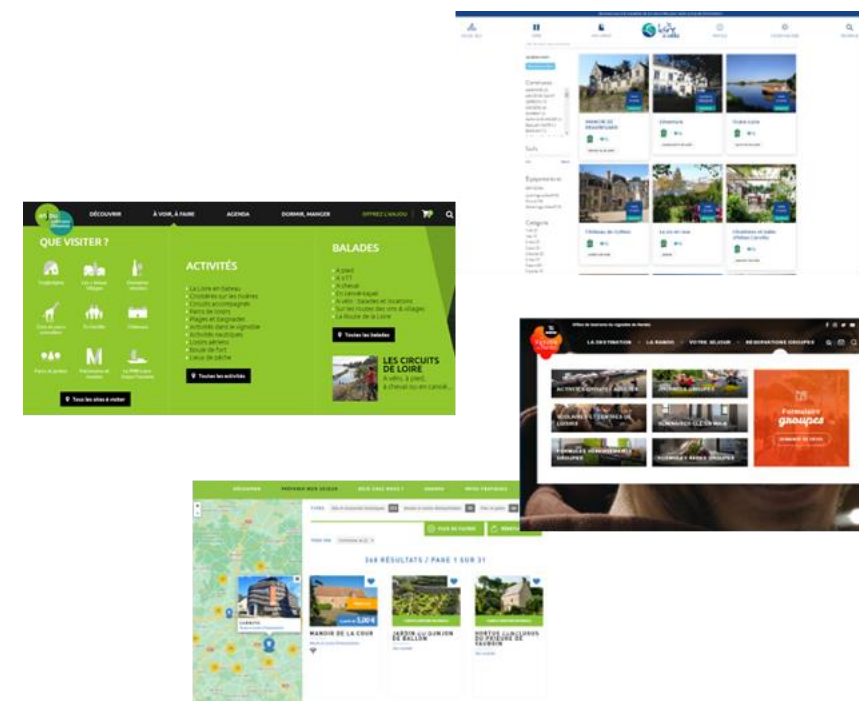
eSPRIT, la base de données touristique régionale

Les temps forts en 2023 : une nouvelle dynamique de réseau

- Signature d'une **nouvelle charte de réseau** par Solutions&co et les 5 Agences départementales du tourisme (ADT), complétée par une convention de partenariat. Objectifs : redéfinir les rôles de chacun, se mettre en conformité avec la RGPD
- Organisation de formations à destination des Offices de Tourisme (nov-déc 23 – janvier 2024)
- Des COPIL et COTECH réguliers

Près de 35 000 offres touristiques référencées

- Une soixantaine d'Offices de Tourisme sont équipés d'eSPRIT pour renseigner la clientèle touristique
- De très nombreux sites web et applications diffusent tout ou partie de la donnée : sites tourisme de Solutions&co, des Agences départementales, des Offices de Tourisme mais aussi des sites de professionnels



Coordonner et piloter un plan d'actions mutualisé pour une observation plus performante

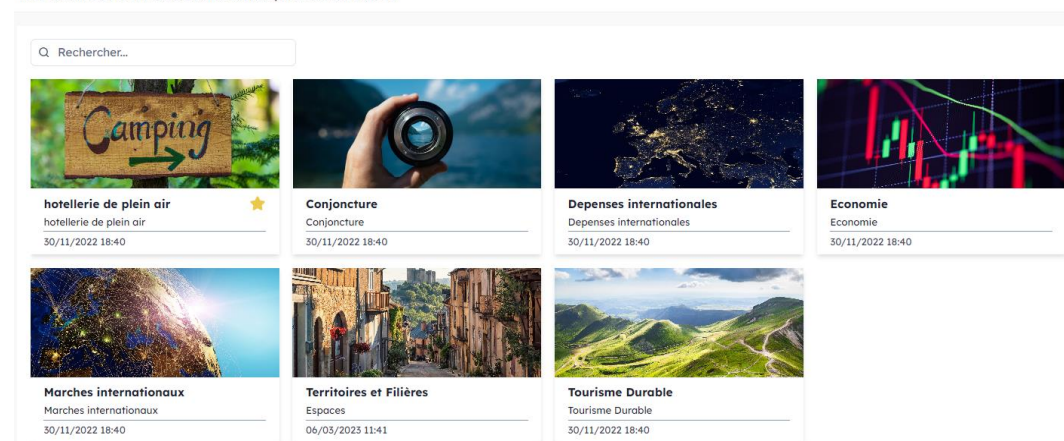
Co-pilotage de la construction du dispositif France Tourisme Observation (FTO)

L'Observatoire régional du Tourisme (ORT) coordonnateur régional des partenaires territoriaux : les Agences départementales et les Offices du tourisme

- Signature de la **convention cadre 2023-2025** avec Atout France et ADN Tourisme (fédération nationale des organismes du tourisme)
- Co-construction et/ou contribution aux travaux nationaux pilotés par ADN Tourisme pour le compte d'Atout France
- Coordination des partenariats en région
- 1er test en 2023 sur :
 - Observation nationale de l'hôtellerie de plein air
 - Observation de l'hébergement locatif

Tableaux de bord

Vous retrouverez ici les tableaux de bord auxquels vous avez accès.



FTO : un dispositif national piloté par Atout France avec ADN Tourisme
dans cadre du Plan de relance Destination France, avec la création
d'une plateforme digitale partagée, dynamique et territorialisée.

Objectif : créer un observatoire national du secteur du tourisme avec
des indicateurs mutualisés performants et nouveaux pour suivre ou
anticiper les enjeux du secteur et pouvoir les territorialiser
pour accompagner les professionnels et les territoires.

Coordonner et piloter un plan d'actions mutualisé pour une observation plus performante

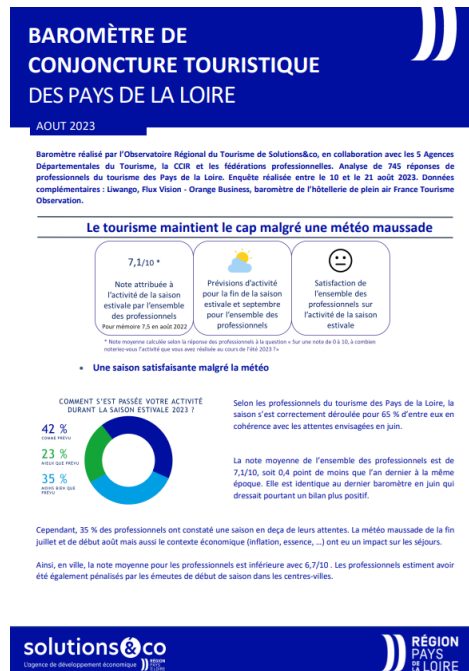
Les cahiers d'observations

Des baromètres de conjoncture

- Près de 1 000 professionnels répondants à chaque vague

Des partenariats avec la Direction Régionale de l'INSEE

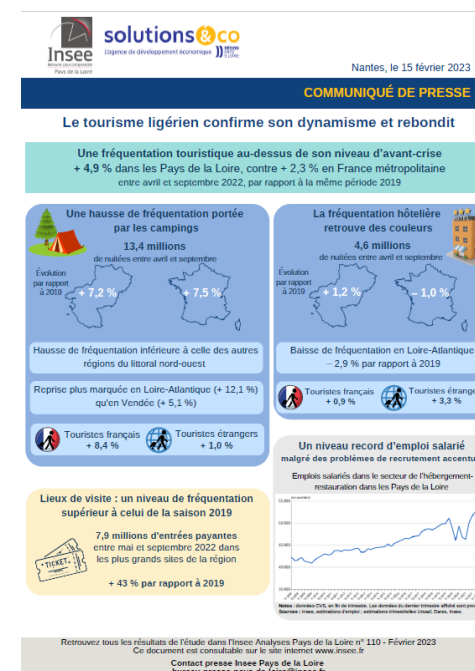
- Bilan de saison
- Travaux d'études fréquentation touristique pour l'aide à la décision
- Enquête de fréquentation des hôtels et des campings : évolution en 2023 de la collecte et des zonages à observer...



Réalisation de **4 baromètres de conjoncture** (avril, juin, août, octobre) + un temps presse



Production d'un **cahier des tendances**
Publication mensuelle pour les professionnels et territoires



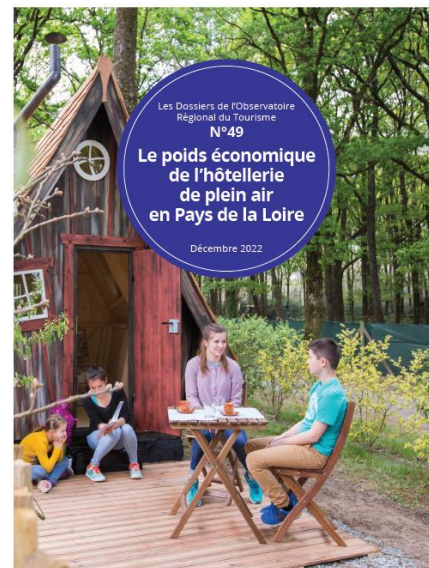
Co-production du **bilan de saison annuel** avec l'Insee + un communiqué de presse

Réaliser des enquêtes et études d'envergure pour comprendre, anticiper et piloter

Des études réalisées chaque année :
3 études en 2023



Réalisation et diffusion de la synthèse de
l'étude de fréquentation et de retombées économiques de l'itinéraire La Loire à Vélo, menée 2022



Réalisation d'une étude sur **le poids économique de l'Hôtellerie de Plein Air en Pays de la Loire** avec le partenariat des fédérations régionale et vendéenne des campings



Observation de l'hébergement locatif sur la région
=> opération pilotée et produite par l'ORT pour le compte des territoires avec Liwango

**Merci à tous les membres et adhérents
du Comité Régional du Tourisme**

www.solutions-pro-tourisme-paysdelaloire.fr