



'année 2020 a commencé pour l'Office de Tourisme Loches ■ Touraine Châteaux de la Loire sous les meilleurs auspices avec l'arrivée dans notre structure d'Olivier Châble, au poste de responsable communication-presse et commercialisation, un organigramme finalisé et une feuille de route pour chacun. Les chiffres de réservation commercialisation groupes très encourageants grâce à la création d'un poste dédié exclusivement à la commercialisation et à l'accompagnement prestataires.

Le plan de communication web, print n'attendait plus qu'à se mettre en place et à se dérouler tout le long de notre saison. Notre participation à différents salons auprès de nos partenaires, Agence départementale du tourisme, Comité régional du tourisme était retenue et de nombreuses possibilités de visibilité devaient être développées.

Et puis patatras...une pandémie...

Comment réagir ? Comment continuer à se projeter dans une saison touristique, des accueils, la communication. la commercialisation d'une destination?

Notre office de tourisme amputé d'une de ses missions : accueillir des touristes, se devait de réagir et d'être présent auprès des prestataires touristiques tout en gardant un contact avec nos partenaires institutionnels.

L'accompagnement auprès des prestataires s'est mis en place et l'équipe a appelé nombre d'entre eux. Les aides économiques proposées par l'Etat et/ou le conseil Régional, Départemental et la communauté de communes, ont été présentées grâce à notre lien étroit avec le service du développement économique de la communauté de communes Loches Sud Touraine. Ce fut un temps d'échange important pour nous comme pour les prestataires face à l'incompréhension de la situation. Le service communication et commercialisation a dû également s'adapter et mettre en place le déconfinement avec brio puisque la campagne estivale coordonnée entre du print dans de grands titres nationaux mais aussi un film, et une campagne digitale ciblée a permis que notre saison soit bonne.

Je peux en effet terminer mon édito sur une note positive car la saison a été bonne. Bien sûr, la perte de chiffre d'affaires, n'a pas été compensée par une fréquentation soutenue mais nous pouvons être satisfaits que nos efforts constants aient porté leurs fruits

A l'heure où j'écris, la fréquentation pour les vacances de la Toussaint s'annonce correcte et la destination. portée par Noël au pays des châteaux, semble s'annoncer satisfaisante sur la fin de l'année mais le plus difficile en ce moment : c'est prévoir !

2021 se prépare avec tous nos partenaires institutionnels et touristiques.

Soyez sûrs que nous mettrons toute notre énergie à rendre notre destination la plus attractive possible pour que nous ayons la joie de recevoir de nombreux touristes s'émerveillant devant notre patrimoine architectural et naturel.

# Sommaire

I- INFORMATIONS GENERALES	
L'équipe	
L'offre d'hébergement	
L'engagement qualité :	
<ul> <li>Label Tourisme et handicap</li> </ul>	
<ul> <li>Label Accueil Vélo</li> </ul>	
- Classement	

•	Éditions	8
•	Affichage	8
•	Reportages photos	8
•	Accueil presse	9
•	Revue de presse	10

III- PÉRIODE DE CONFINEMENT ET POST CONFINEMENT	12
211001001111211211	
Période de confinement	12
<ul> <li>L'équipe</li> </ul>	12
<ul> <li>Relations partenaires</li> </ul>	12
Communication	13
Période post confinement	15
• L'équipe	15
<ul> <li>Relations partenaires</li> </ul>	15
Communication	15

Nombre total de visiteurs	17
Origine géographique	17
• Provenance des clientèles françaises	17
• Provenance des clientèles étrangères	17
<ul> <li>Profils clientèle</li> </ul>	17
<ul> <li>Thèmes des demandes principales</li> </ul>	17

IV- BILAN TOURISTIQUE

IT	V- COMMERCIALISATION	18
12	Boutique : CA / Panier moyen	18
12 12 12	<ul> <li>Billetterie: CA / Panier moyen</li> <li>Animations</li> <li>Animations du patrimoine</li> </ul>	19
13 <b>15</b> 15	<ul> <li>Animations nature</li> <li>Répartition du CA</li> </ul>	22
15 15	VI- BUDGET PRIMITIF	23
17	VII- PERSPECTIVES 2021	25
17 17	<ul><li>Relations partenaires</li><li>Communication</li></ul>	25 26





# L'ÉQUIPE

Les missions de l'Office de Tourisme évoluent, la structure s'organise et s'adapte en conséquence. En 2020, un pôle communication -commercialisation a été créé avec à sa tête un responsable communication et relations presse Olivier Châble.



Armelle Bastard Directrice Loches



Olivier Châble Responsable communication et relations presse Loches



Margot Cherioux Référente billetterie Loches



Marine Desfontaine Chargée de commercialisation et des relations prestataires Loches



**Daisy Esposito** Référente communication Descartes



**Emilie Fayolle** Référente logiciel Tourinsoft Le Grand-Pressigny



Rebecca Rocher Référente des traductions anglaises des éditions Montrésor



Virginie Rondolotto-Martinez Référente boutique Loches



Laurence Vandenbossche Assistante administrative Loches



Marion Varganyi Responsable accueil Loches

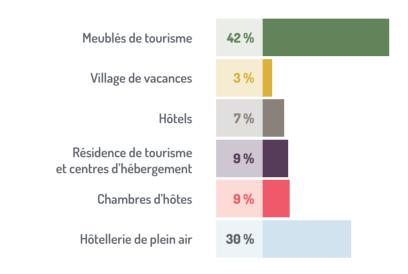




7 495 LITS **MARCHANDS** 

# L'OFFRE D'HÉBERGEMENT

Répartition par type d'hébergement (en nombre de lits marchands)







# L'ENGAGEMENT QUALITÉ

### CLASSEMENT

L'Office de Tourisme a obtenu le classement en catégorie 2 au début de l'année 2020. Ce classement valide un certain nombre de critères qui permettent de proposer une qualité d'accueil et de services aux visiteurs (langues parlées, horaires d'ouverture...).

### LABEL TOURISME ET HANDICAP

Les bureaux d'Information touristique de Montrésor, du Grand-Pressigny et l'Office de Tourisme à Loches possèdent le label Tourisme et handicap pour les 4 déficiences (visuelle, motrice, auditive et mentale). Montrésor doit être renouvelé en 2020.

### LABEL ACCUEIL VÉLO

L'Office de Tourisme à Loches, le Bureau d'Information Touristique du Grand-Pressigny et le Bureau d'Information Touristique de Montrésor sont labellisés « Accueil Vélo ». L'Office de Tourisme à Loches a également reçu le label « Loire à vélo » car il se situe sur le tracé de l'itinéraire du fait de la labellisation « Loire à vélo » de l'antenne « Chenonceau-Chédigny-Loches ». L'Office et l'ensemble des BIT proposent aux cyclistes des services comme des consignes ou des recharges USB. Ils sont également situés à proximité de zones de services proposant des bornes VAE, des stations d'autoréparation ou de gonflage.

















# ÉDITION

- > Mag 2020 20.000 ex. FR + 1.500 ex. EN
- > Carte touristique 2020 / 20.000 ex. FR
- > Brochure groupe 250 ex. FR + version PDF en EN & ES
- > Guides des restaurants version PDF actualisée chaque mois (Covid)
- > Guides des brocantes 4.000 ex. (inexploitable à cause des annulations)
- > Agenda culturel version PDF actualisée tous les 15 jours (Covid)
- > Brochures Villages: Chédigny 10 000 ex., Beaulieu-lès-Loches 3000 ex.
- > Brochure offre billetterie version PDF (Covid)
- > **Guide JEP** 2.500 ex.
- > Sets de table 70 000 ex diffusés en moins de 3 semaines

# **AFFICHAGE**

- > Ellipse écrans des Châteaux d'Amboise, du Clos-Lucé et de l'Aquarium de Touraine (gif animé) + « sucette » stations Leclerc Amboise et Auchan Chambray, parking du Château de Chenonceau et du zoo de Beauval
- > New Color 1 affiche 4 x 3 m sur la rocade d'Amboise
- > Image Images video 30" dans les écrans des 0T du Val de Loire

# REPORTAGES PHOTOS ET VIDÉOS

- > Loïc Lagarde, campagne « Sud Touraine, mon évasion en Val de Loire »
- > Jean-Christophe Coutand ADT Touraine : villages et châteaux du Sud Touraine et randonnées dans la vallée de l'Indre
- > David Darrault randonnée à Ligueil + rando sur la future voie verte entre Abilly et Preuilly-sur-Claise
- > Léonard de Serres Petits châteaux et villages du Sud Touraine
- > Olivier Châble OT Loches TCDLL photo + vidéo + drone : Loches, Montrésor, Ferrière-Larcon, Chédigny
- > Prise de vue drone villages et châteaux du Sud Touraine

# ACCUEIL PRESSE ET SOLLICITATION MÉDIAS

L'Office de Tourisme et la ville de Loches ont mutualisé leurs moyens > La Poze (avec le CRT Centre VDL) 4 septembre pour bénéficier des services de l'agence de relations presse Airpur. L'Agence, représentée par Émilie Khan, rédige et envoie les documents presse indispensables au rayonnement médiatique de la destination :

- >1 dossier de presse Tout l'Or de l'automne en Sud Touraine/juillet
- >1 communiqué de presse Tour du Monde en Sud Touraine/mai
- > 5 Brèves : réouverture Cité Royale 18 mai ; réouverture de la Maison Musée Lansyer 19 juin ; Le Sud Touraine en Roue Libre 6 août ; Sonates d'automne 14 septembre, Noël en Sud Touraine (à venir)
- > relais sur les réseaux sociaux de l'agence

L'OT a également produit des communiqués de presse à l'échelon local et régional :

- > Communiqués de presse : 10 bonnes raisons de se mettre au vert en Sud Touraine (15 mai); Campagne « Mon inspiration en Sud Touraine » (24 juin) : 7 vins 7 châteaux en Sud Touraine (28 juillet) ; Les Moustachus en Vadrouille font étape à Montrésor (30 juillet) ; l'OT relance ses éductours (18 septembre)
- > Conférence de presse « Sud Touraine, mon inspiration en Val de Loire » le 3 juillet
- > Entrevues très régulières avec la NR et la Renaissance Lochoise

### **ACCUEIL**

- > Master Chef magazine, numéro spécial Goût de France/Good France (avec le CRT Centre VDL) février
- > Plateau TV TOURS, Les tops du tourisme au Zoo de Beauval/17juin
- > TELEANTIOQUIA, TV Colombie/20 juin
- > Plateau TV TOURS, Loches et ses alentours/24 juin
- > Historia, histoire polonaise de Montrésor/3 et 4 juillet
- > TV5 Monde, Pays et marchés du monde, le marché de Loches (diffusion novembre 2020) accueil du 9 au 11 juillet (avec le CRT Centre VDL & l'ADT Touraine)
- > Les Moustachus en Vadrouille, tour de 30 des plus beaux villages de France / 31 juillet-1er août 2020
- > Mag Centre (avec le CRT Centre VDL) / 6 août

- > Instameet / 4 influenceurs : Emmy Zapartca + Carnet d'Histoire + Miss Étoile + Découverte & Tourisme (organisé par l'ADT Touraine) 5 septembre
- > Voyage de presse en septembre « Tout l'Or de l'automne » : Madame Figaro, Version Fémina, Notre Temps jeux, Femme Actuelle, Le Télégramme de Brest, le Monde du Camping-car, L'Alsace / 29-30 septembre et 1er octobre
- > Auto Retro magazine / report au printemps 2021









# GESTION PAR EMAIL ET TÉLÉPHONE

- > Le Vin Ligérien : les vignerons du Sud Touraine (Montrésor + Chemillé) / parution Octobre
- > Le Monde : se ressourcer en forêt de Loches (avec l'ADT) mai 2020
- > J'M le Val de Loire / 6 articles rédigés par l'OT en partenariat : Chédigny ; Les plus beaux villages du Sud Touraine ; balade à vélo en Sud Touraine ; Loches ; À la découverte des petits villages autour de Loches ; Château de la Guerche; mai-juin 2020
- > France Bleu Touraine, télétravail au vert le 23 mai 2020
- > RFI, télétravail au vert/juin 2020

# REVUE DE PRESSE

### PRINT. TV & RADIOS (DATES DES SORTIES)

- > Téléstar jeux, Loches (avec Fluxus), 2 pages : e.p. 47.000 € mai 2020
- > Mon Jardin & ma Maison, les Beaux Lieux (avec Airpur), 1 brève agenda : e.p. 2.200 €/1er mai
- > Le Monde, forêt de Loches (avec l'ADT), 1 paragraphe : e.p. 6.000 €/9 juin
- > Histoire & patrimoine, donjon de Loches, 4 pages : e.p. NC/juin/juillet/ août
- > ANWB -Kampeer & Caravan Kampioen (avec le CRT), 4 pages, Val de Loire, dont Camping de la Citadelle (avec le CRT) : e.p. 40.000 €/30 iuin
- > France Dimanche / Cet été, dépassez-vous. Trottinette électrique en forêt de Loches et au bord du lac de Chemillé (avec Airpur & l'ADT) : e.p. 8.100 €/7 août
- > France 3 Infrarouge, télétravail au vert : e.p. NC programmé en novembre 2020
- > Esprit Camping-Car / Chédigny (avec l'ADT): e.p. NC / 500.000 lecteurs / juin
- > La Quotidienne France 5 / Loches, Montrésor et Chédigny (avec Aipur & l'ADT): e.p. 19.200 € / 400.000 téléspectateurs/8 septembre
- > La Gazette de Drouot / les Sonates d'automne, agenda culturel (avec Aipur): e.p. NC/octobre
- > TV5 Monde & France 2 / « Pays et marchés du Monde », le marché de Loches, Montrésor, charcuterie Galland, fromages Cabri au Lait (avec le CRT): e.p. NC programmé en novembre







- > Le figaro.fr / Tour du Monde en France : la Pologne à Montrésor : e.p. 15.000 €/11 juin
- > Délices / 5 châteaux à visiter en Val de Loire, dont 1 paragraphe Loches (avec Airpur) : e.p. 1.500 €/17 juillet
- > Miss Konfidentielle / Tout l'Or de l'automne en Sud Touraine (avec Airpur) : e.p. NC /20 juillet
- > Le Journal du Net / 15 idées de vacances en France pour sortir des sentiers battus / Dans les châteaux du Sud (avec Airpur) : e.p. 4.500 €/21 iuillet
- > You make fashion / Où partir en vacances en France ? (avec Airpur) : e.p. 4.500 €/27 iuillet
- > Voyage insolite / Loches Montrésor et Chédigny (avec Fluxus) : e.p. NC/22 janvier
- > Ma famille zen / Loches Montrésor et Chédigny (avec Fluxus) : e.p. NC/25 mai
- > Les boomeuses / Loches Montrésor et Chédigny (avec Fluxus) : e.p. NC/23 mai
- > Le Monde / Forêt de Loches (avec l'ADT) : Visiteurs uniques par mois : 24 600 000/9 mai
- > la Poze / Loches et Montrésor (avec le CRT) : e.p. NC/8 septembre
- > Carnet d'Histoire / Sud Touraine (avec l'ADT) : e.p. NC/18 septembre
- > Emmy Zapartca / Sud Touraine (avec l'ADT) : e.p. NC/6 septembre

# **PÉRIODE** DE CONFINEMENT

# L'ÉQUIPE

L'Office de Tourisme et les BIT ont fermé leurs portes le 17 mars suite à la déclaration présidentielle.

Les 10 agents de l'OT ont cependant continué à travailler depuis leur domicile car l'OT leur avait fourni le matériel nécessaire. Cinq agents ont été placés en chômage partiel à partir du 1er mai, cependant le complément de salaire leur a été versé afin qu'ils ne connaissent pas de perte de revenus.

Le chômage partiel s'est poursuivi jusqu'au 30 juin pour 4 d'entre elles.

Marine Desfontaine en charge des relations prestataires a pu suivre des formations à distance afin d'accompagner les prestataires pour la reprise.

Un gros travail d'équipe a également été réalisé pour la mise en place des protocoles sanitaires pour la reprise du travail et la réouverture au public. Des masques, du gel hydroalcoolique, du marquage au sol et des protections en plexiglass ont été achetés pour les différents bureaux pour un coût de 5 375 €

L'Office de Tourisme à Loches et les BIT du Grand-Pressigny et de Montrésor ont pu ouvrir de nouveau le 3 juin et Descartes le 22 juin.



### **RFI ATIONS PARTENAIRES**

Le confinement a été une période particulière où l'activité commerciale s'est stoppée nette. Afin de maintenir un lien et de connaître la situation économique des prestataires touristiques du territoire, l'Office de Tourisme, en coopération avec le service de développement touristique et économique de la communauté de Communes a mis en place une enquête.

Celle-ci a été envoyée par mail à l'ensemble des prestataires. Cet envoi a été complété par une campagne téléphonique (près de 400 personnes contactées). Ainsi toutes les conseillères en séjour ont pu échanger et Lien entre l'office et les professionnels accompagner individuellement les acteurs touristiques pendant cette période difficile.

# SOIRÉE DE LANCEMENT DE LA SAISON TOURISTIQUE 2020

Le premier événement à destination des professionnels du tourisme du territoire devait avoir lieu à l'espace Agnès Sorel le 11 mai. Décalée par deux fois, cette manifestation a bien évidemment été annulée

# **NEWSLETTER PROFESSIONNELLE**

Le besoin de communiquer auprès des prestataires touristiques en ce temps de crise

s'est vivement fait ressentir. De fait, notre première newsletter à destination des socioprofessionnels s'articulait autour :

- des aides gouvernementales,
- des actualités liées au Covid-19.
- de l'évolution de la situation dans les sites touristiques (calendrier des ouvertures des monuments, offre « à emporter » des restaurants puis réouvertures).

Par la suite, l'outil avait pour but de communiquer sur :

- les manifestations via l'envoi de l'agenda des manifestations.
- l'actualité de l'office et ses actions.

du tourisme, nous restons à l'écoute pour ajuster et améliorer cet outil.

Date d'envoi	Taux d'ouverture en % (sur env. 465 envois)	Thématiques
03 avril	64,87	Covid - 19 Dispositifs exceptionnels
21 avril	53,16	Opération Touraine, Terre de repos des Héros
30 avril	67,87	Enquête « Votre situation pendant la crise »
15 mai	53,86	Reprise post confinement
25 mai	57,14	Reprise et ouverture des sites
12 juin	57,01	Lettre d'information
19 juin	57,61	Interrogation prestataires pour alimentation de l'agenda
27 juin	49,3	Campagne de communication, guide restaurants et aides régionales
04 juillet	49,41	Campagne de communication, agenda
11 juillet	51,41	Communication, billetterie et agenda
31 juillet	49,2	Billetterie à distance, aides financières, agenda
14 août	51,38	Agenda
31 août	50,41	Invitation éductour
04 septembre	49,31	Tournage, dépliants randonnées pédestres
11 septembre	55,8	Relance invitation éductour
25 septembre	46,62	Retour sur l'eductour, Reportage, agenda

### COMMUNICATION

Pendant le confinement la récolte de données continuait et la création d'outils de communication se poursuivait afin d'anticiper pour la saison estivale

### COMMUNICATION DIGITALE

- > Création en interne de contenus vidéos.
- > Shootings photos (forêt de Loches, Loches, Ferrière-Larcon, Chédigny).
- > Création des contenus pour les pages offertes par J'M LE VAL DE LOIRE
- > Construction du scénario et organisation du tournage de la vidéo EN ROUE LIBRE pour Loches, Chédigny, Montrésor, forêt de Loches (produit par le CRT)
- > Écritures de 7 textes originaux pour le site EN ROUE LIBRE : 7 scénarios de séjour en Sud **Touraine**
- > Campagne « Le repos des Héros » avec l'ADT et les OT de Touraine : dans la continuité de l'initiative nationale «LE REPOS DES HEROS» soutenue par ADN Tourisme. la nouvelle fédération des institutionnels du tourisme. l'Agence Départementale du Tourisme de Touraine et les 7 Offices de Tourisme de Touraine ont lancé l'opération nationale #TouraineTerredeReposdesHéros pour remercier nos «héros du quotidien» (infirmières, policiers....) et soutenir l'ensemble des professionnels du tourisme du département fortement impactés par la crise actuelle.

# + DE 300 000

**PERSONNES** TOUCHÉES PAR LES POSTS FACEBOOK

REGROUPEMENTS

**DES STATISTIQUES** 

ET DE L'ADT TOURAINE

**DES 7 OFFICES** 

# + DE 2 000 **PARTICIPANTS**

environ 300 LOTS

(ACTIVITÉS, REPAS, NUITÉES, ENTRÉES MONUMENTS)

+ 61 SÉJOURS DE 2 JOURS

19 000 likes **FACEBOOK** 

# 71 PARTENAIRES SOLIDAIRES

34 037 € INVESTIS PAR L'ADT ET LES 7 OT

















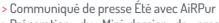




- > Facebook. 2à4 publications hebdomadaires dont une série spéciale « évasion pendant le confinement »
- > Instagram, 2à3 publications hebdomadaires.
- > Préparation du planning éditorial Réseaux sociaux
- > Suivi des modifications et évolutions du site www.loches-valdeloire.com avec Publish-it.

# **PRESSE**

- > Gestion des demandes presse avec l'agence AiRPur, la ville de Loches et l'ADT (Le Monde, Le Figaro, Notre-Temps, BFM, une blogueuse japonaise, Radio France Internationale-France 24, NR. Renaissance Lochoise
- > Communiqué de presse « Télétravail au vert en Sud Touraine » avec STA



- > Préparation du Mini-dossier de presse Automne avec AiRPur
- Préparation du Voyage de presse de septembre avec AiRPur

### AUTRE

- Construction du cahier des charges de la photothèque partagée OT Loches - ADT
- > Prise de contact avec les OTA et agences de voyages en rdv prévus à « Rendez-vous en France » (annulation Covid)

# PÉRIODE POST CONFINEMENT

### L'ÉQUIPE

Afin de réduire les dépenses et face à une reprise incertaine. le nombre de saisonniers a été fortement diminué ainsi que la durée des contrats. Seulement 2 personnes sont venues renforcer les équipes cet été contre 7 l'année dernière. De même les amplitudes horaires ont été revues à la baisse dans l'ensemble des BIT

### **RELATIONS PARTENAIRES**

### DRIVE DOCUMENTATION TOURISTIQUE

Suite à l'annulation de la bourse d'échange locale et départementale, un drive pour la documentation touristique 2020 a été proposé aux professionnels du tourisme du sud Touraine. L'occasion pour les prestataires de faire le plein de documentation avant l'arrivée des premiers visiteurs.

### FOUCTOUR DE RENTRÉE

Le mardi 22 septembre s'est tenu l'éductour de rentrée. En partenariat avec la ville de Loches et le Conseil Départemental, les 30 participants ont pu découvrir la nouvelle exposition Animalis qui a pris place à la Cité Royale de Loches. La maison Musée Lansyer qui a fait peau neuve était également au programme. La matinée s'est conclue avec la découverte des vins du

Domaine de la Grenadière (Montrésor), et du Domaine des Folies-Douces (Chemillé-sur-Indrois)

Cette action permet à chacun d'être un meilleur ambassadeur de la destination mais aussi de partager un moment convivial entre professionnels du tourisme, d'échanger et, pourquoi pas, créer de nouveaux partenariats.

### CAFÉ VÉLO À CHÉDIGNY

Ce rendez-vous à destination des hébergeurs situés à proximité d'un itinéraire cyclotouristique majeur ou secondaire s'est tenu le jeudi 15 octobre 2020 à Chédigny, village labelisé Accueil Vélo. Etat des lieux des itinéraires et services, projets à venir, structuration de l'offre vélo ont entre autres été abordés lors de ce rendez-vous. La présentation et sensibilisation au label Accueil Vélo étaient également au programme.

### COMMUNICATION

### MÉDIAS SOCIAUX ET SITE WEB

Les communautés sont en constante augmentation avec plus de 15.500 fans

sur Facebook et plus de 2.500 abonnés au compte Instagram au 30 septembre.

- > Reprise en main de la ligne éditoriale des publications sur Facebook et Instagram
- > Production en interne de rédactionnels, de photos et de vidéos (tournage & montage)

### Site web

Le site est en constante évolution et adaptation pour fluidifier la navigation. En 2020, notamment grâce à la campagne d'été, nous avons doublé le trafic :

- > Meilleure ergonomie de la page d'accueil.
- > Cartographie avec pictos pour les randonnées et les boucles vélo.
- > Création en cours d'un espace dédié aux 15 professionnels
- > Amélioration des outils de recherche sur le
- > Création d'une interface billetterie avec possibilité de commande.
- > Création d'un service de messagerie directe via le compte Facebook.

1000

JUILLET-A0ÛT 2020

☐ JUILLET-A0ÛT 2019





# **CAMPAGNE "SUD TOURAINE.** MON INSPIRATION EN VAL DE LOIRE »

Afin de relancer l'activité économique à la sortie du confinement, il a été décidé de lancer une campagne de communication estivale. Une vidéo a été diffusée sur les réseaux sociaux de mi-juillet à fin août, elle était complétée par une série de photos réalisées par Loïc Lagarde, instagrammeur.

Ces photos ont été réutilisées pour des encarts publicitaires dans des grands médias nationaux. Elles ont également illustré les 75 000 sets de table diffusés pendant l'été dans les restaurants.

- > Vidéo : 1,2 million de vues / production se démarquant de la concurrence par sa touche « émotionnelle »
- > Shooting photo Loïc Lagarde: réseaux sociaux + visuels de la campagne

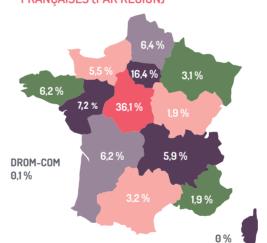
- > Publicité sur les réseaux sociaux : 877 000 personnes touchées / 1.3 million d'impressions
- Reciblage de personnes ayant liké la vidéo : 877 000 personnes touchées, 581 000 impressions
- Site Web: doublement du trafic par rapport à 2019
- > Jeu Petit Futé: 9 300 participants / 1.6 million d'impressions sur le site du 15 au 30 iuin
- Set de table : 70 000 exemplaires épuisés en 3 semaines : restaurants des villes dans un rayon de 150 km
- > 6 pages de publicité (Figaro Magazine, Mme Figaro, Version Femina (2 fois), TéléMag, Téléstar, Télépoche, soit un total cumulé de 4,4 millions d'exemplaires
- > Campagne Version Femina online: 303 000 contacts

# DONNÉES DE FRÉQUENTATION **TOURISTIQUE**

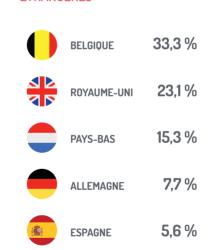
Points d'accueil de Loches, Montrésor, Descartes, Le Grand-Pressigny, Preuillysur-Claise et Le Louroux de janvier à septembre 2020

La fréquentation importante des clientèles françaises cet été a permis de compenser en partie le manque de touristes étrangers. La baisse de fréquentation s'explique par la fermeture de l'ensemble des bureaux pendant près de 3 mois suite à la pandémie de covid-19.

# PROVENANCE DES CLIENTÈLES FRANCAISES (PAR RÉGION)



# PROVENANCE DES CLIENTÈLES **ÉTRANGÈRES**



# **NOMBRE TOTAL DE VISITEURS**

13 645 CONTACTS

34 113 VISITEURS

# ORIGINE GÉOGRAPHIQUE **DES DEMANDES**

93,9 % FRANÇAIS

6.10 % ÉTRANGERS

# **ÉVOLUTION**

-34,95 % 2019-2020

-8.02 % JUILLET-SEPT.

### PROFILS: SENIORS **FAMILLES**



# THÈMES DES DEMANDES PRINCIPALES

- Informations touristiques (plan de ville, châteaux, musées, zoo)
- · Animations à faire en famille
- Nature : randonnées pédestre et à vélo

CHIFFRE D'AFFAIRES

45 378,34€

ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2019

-30,07%

ÉVOLUTION DE JUILLET À SEPT.

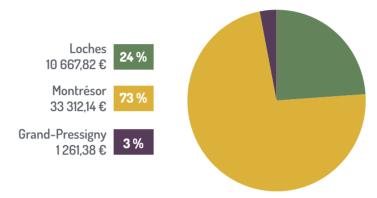
-0,88%

**PANIER MOYEN** 

10,03€

# **BOUTIQUE**

Espace boutique des différents bureaux touristiques (produits locaux, souvenirs, livres, cartes postales...). Les espaces boutique de Montrésor et du Grand-Pressigny comprennent des produits en dépôt-vente avec une commission de 20%.

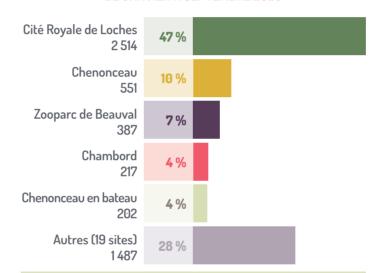




# **BILLETTERIE**

En 2019, une hausse importante des ventes avait été enregistrée suite à l'engouement des 500 ans de la Renaissance dans le Val de Loire. La baisse des ventes de billets en 2020 s'explique par la fermeture au printemps des sites suite à la pandémie de la covid-19 et à la faible fréquentation des clientèles étrangères.

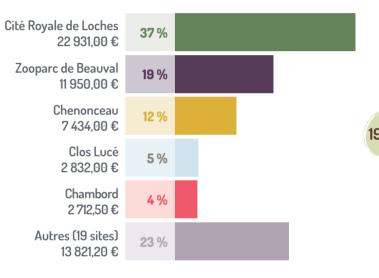
# NOMBRE DE BILLETS VENDUS DE JANVIER À SEPTEMBRE 2020



# NOMBRE DE BILLETS VENDUS 5 358 ÉVOLUTION DE JUILLET À SEPTEMBRE -16,44 % PANIER MOYEN

30,70€

# CHIFFRE D'AFFAIRES



CHIFFRE D'AFFAIRES RÉALISÉ
61 680,70 €
ÉVOLUTION DE JUILLET À SEPTEMBRE
-21,23 %



GOODIES

250 clés usb

# CRÉATION D'UN STAND PVC SOUPLE

AGÉLIA EN 3 X 4 M POUR SALON L'office de Tourisme a participé cette année à différentes actions afin de promouvoir l'offre de groupes auprès des voyagistes et autocaristes ainsi qu'auprès du grand public.

# RETOUR SUR LA PRÉSENCE DE L'OFFICE DE TOURISME SUR LE SALON GRAND PUBLIC SIT DE NANTES

L'Office de Tourisme Loches Touraine Châteaux de la Loire en partenariat avec les 6 autres Offices de Tourisme d'Indre et Loire étaient présents à la 21 ème édition du Salon International du Tourisme de Nantes du 24 au 26 janvier 2020 de 10h à 18h. Le salon se tenait dans le Parc des expositions de la Beaujoire, Grand Palais. Nous disposions d'un stand 36 m² dont 9 m², étaient dédiés à la présence d'animations. Animation pour Loches: présence du service patrimoine pour une animation enfants. Le stand a rencontré et renseigné environ 2 200 visiteurs. Les

contacts étaient qualitatifs. Des demandes globales sur la destination Touraine avec des demandes plus précises sur l'hébergement et le cyclotourisme. Les visiteurs rencontrés indiquaient, pour beaucoup, connaître les grands sites emblématiques.

### Bilan du salon :

- nombre d'exposants : 428 (+5,94 %)
- nombre de visiteurs : 32 198 (+11,98 %)
- vendredi: 8 147 (29,45 %)
- samedi : 10 816 (14,25%, 4 096 en 2019)
- dimanche: 13 235 (56,30 %)

# SALON PROXILOISIRS À POITIERS

104 exposants, 3 869 visiteurs. Fréquentation fortement perturbée par le coronavirus.



# **ANIMATIONS**

# VISITES GUIDÉES HEBDOMADAIRES ÉTÉ 2020

Afin de maintenir une offre de visite aux clients pour la saison estivale, l'Office de Tourisme et le service du patrimoine de la ville de Loches ont dû s'adapter aux restrictions sanitaires car les visites étaient limitées à une jauge de 15 personnes. Ce chiffre rendait l'opération déficitaire, il a donc fallu multiplier le nombre de visites sur 2 heures. Ainsi, tous les mardis matin à 10h un guide proposait une visite d'une

heure sur la thématique médiévale. A 11h une seconde visite d'1 heure permettait de découvrir la ville sur le thème de la Renaissance.



# ANIMATIONS PATRIMOINE

BALADES ESTIVALES	
Nombre de dates	6
Nombre de participants	146
Chiffre d'affaires	720,00€

CHASSE AUX TRÉSORS - LO	CHES
Nombre de dates	6
Nombre de participants	335
Chiffre d'affaires	1164,00 €

### SORTIES NATURE

PRAIRIES DU ROY	
Nombre de dates	18
Nombre de participants	118
Chiffre d'affaires	445,00€

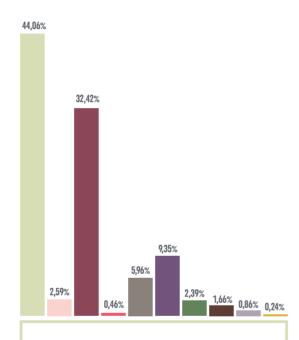
# Évolution globale des visites estivales, animations patrimoine et nature

	2020	2019	ÉVOLUTION
Nombre de dates	30	42	12 dates en moins
Nombre de participants	599	692	-13 %
Chiffre d'affaires	2 329,00 €	3 524,50 €	-34 %



	CA	ÉVOLUTION
BILLETTERIE SITES Billetterie des châteaux et autres sites touristiques	61 680,70 €	-40,63 %
COMMERCIALISATION - GROUPES Service groupe : visites guidées sèches et groupe à la journée	3 631,00€	-95,74 %
BOUTIQUE Espace boutique des différents bureaux d'information. Les espaces boutique de Montrésor et du Grand-Pressigny comprennent des produits en dépôt-vente avec une commission de 20%	45 378,34 €	- 30,07 %
MANIFESTATIONS Convention de partenariat avec commission pour un évènement	641,00€	-95,78 %
CARTES DE PÊCHE Convention de partenariat avec la fédération de pêche avec une commission de 1 € par carte vendue	8 344,00 €	- 36,66 %
PETIT TRAIN  Convention de partenariat avec commission par billet vendu	13 092,50 €	78,12 %
CALÈCHE Convention de partenariat avec commission par billet vendu	3 347,00 €	- 7,11 %
ANIMATIONS ET VISITES GUIDÉES Inscriptions aux différentes animations : visites estivales, animations du patrimoine, sorties nature	2 329,00 €	- 33,92 %
VENTES DIVERSES Location de vélos, photocopies et connexion internet	1198,03€	- 46,75 %
AIRE DE CAMPING-CARS (LA CELLE-SAINT-AVANT) Aire de camping-cars payante (gestion reprise par la CC Loches Sud Touraine en Mars)	338,50 €	- 84,07 %

# RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES (de janvier à septembre 2020)



CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL
139 980,07 €
<b>ÉVOLUTION 2020-2019</b>

-5	3,54	%	

DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT	BP 2020
Charges à caractère général	490 233,00 €
Charges de personnel	417 000,00 €
Dépenses imprévues	59 990,66 €
Virement à la section d'investissement	35 250,00 €
Amortissement	40 000,00 €
Charges exceptionnelles	12 000,00 €
DÉPENSES TOTALES DE FONCTIONNEMENT	1 054 483,66 €

DÉPENSES D'INVESTISSEMENT	BP 2020
Déficit antérieur reporté	120 064,71 €
Dépenses imprévues	5 250,00 €
Immobilisations incorporelles	50 000,00 €
Immobilisations corporelles	27 311,70 €
DÉPENSES TOTALES D'INVESTISSEMENT	202 626,41 €

RECETTES D'INVESTISSEMENT	BP 2020
Dotations et réserves	127 376,41 €
Virement de la section de fonctionnement	35 250,00 €
Amortissement	40 000,00 €
RECETTES TOTALES D'INVESTISSEMENT	202 626,41 €

DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT	1 257 110 07 6
+ D'INVESTISSEMENT 2020	1 257 110,07 €

RECETTES DE FONCTIONNEMENT + D'INVESTISSEMENT 2020

RECETTES DE FONCTIONNEMENT

RECETTES TOTALES DE FONCTIONNEMENT

Excédent 2019 reporté

Subventions et participations

Reversements taxe de séjour

Produits exceptionnels

Produits de service

1 257 110,07 €

BP 2020

302 151,96 €

126 231,70 €

525 000,00 €

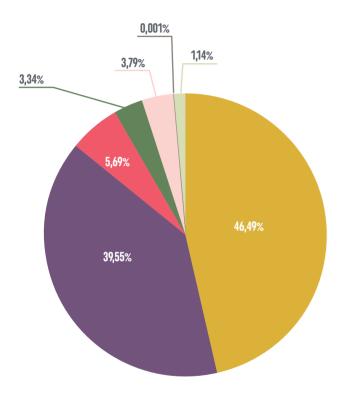
100 100,00 €

1000,00€

1054 483,66 €

# **BUDGET VOTÉ EN JUIN 2020**

# DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT



Amortissement

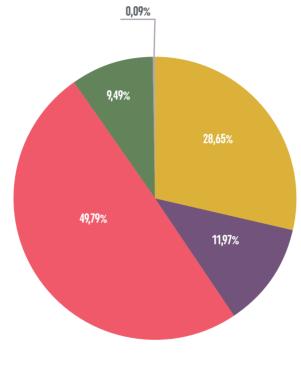
Autres charges

de gestion courante

Charges exceptionnelles

- Charges à caractère général
- Charges de personnel
- Dépenses imprévues
- Virement
   à la section d'investissement

# RECETTES DE FONCTIONNEMENT



- Excédent 2019 reporté
- Produits de service
- Subventions et participations
- Reversement taxe de séjour
- Produits exceptionnels

# **RELATIONS PARTENAIRES**

# **ACTIONS À VENIR**

Afin d'entretenir des liens permanents et de maintenir une dynamique de coopération, l'OT va proposer un programme de rendez-vous réguliers aux prestataires touristiques du territoire.

- Mise en place du Club des flâneurs (café rencontres avec thématiques, carte d'ambassadeurs, formation et accompagnement, partenariat pour les salons, participation à l'observatoire économique local du tourisme...).
- > Bilan de saison et Networking.
- > Journée des prestataires (bourse d'échange, suivie en soirée d'un speedmeeting organisé en coopération avec la CCI. Intervention des organisateurs des grands événements de l'année afin de présenter leur programme).
- > Programme de micro-formations pour les prestataires.
- > Eductour : visites des sites du territoire proposées aux prestataires afin d'améliorer leur connaissance de l'offre.
- > Carte XXL : proposition de déclinaison et d'adaptation auprès des prestataires de la carte XXL présente dans les OT.
- > Affiches, sets de table, présentoirs.



# COMMERCIALISATION

- > Travail de commercialisation auprès des petits groupes d'amis ou de familles, « les tribus » soit 8 à 10 personnes avec des offres clés en main.
- > Démarchages des clubs de vieilles voitures, de cyclotouristes et de randonnée pédestre.
- > Un travail de prospection sera également relancé auprès des restaurants administratifs et d'entreprises. Cette année il était prévu de promouvoir la destination dans les restaurants d'entreprises de Poitiers et du Mans avec la création d'un menu Touraine, la mise en place de sets de table et la diffusion du film. Tout a été arrêté avec la crise sanitaire.



# **COMMUNICATION**

# MONTÉE EN PUISSANCE DES RELATIONS PRESSE ET DE LA COMMUNICATION DIGITALE

Volonté d'augmenter les moyens pour développer les relations presse afin d'améliorer notre notoriété. Assurer la présence de la destination sur les réseaux sociaux et sites internet à l'année pour augmenter sa visibilité (printemps, été, automne, hiver).

# CRÉATION DE NOUVEAUX PARTENARIATS

Présence dans des centres commerciaux, évènements des grandes villes voisines (Blois, Tours, le Mans...) et restaurants d'entreprises.

# CRÉATION DE NOUVEAUX OUTILS

Mise en place de nouveaux supports pour les visiteurs et travail sur des outils pour les prestataires.

Ces documents à destination des prestataires seront coconstruits lors d'ateliers de réflexion.



# LOCKES To the second se

Touraine - Châteaux de la Loire

