



Rapport d'activité 2016



Sommaire

Édito	3
L'essentiel de 2016	4
1. L'ingénierie et la qualification	6
Conseil aux porteurs de projets	6
Qualification de l'offre	6
2. La promotion de l'offre touristique auprès du grand public	8
Internet et réseaux sociaux	8
Opération "Noël au pays des châteaux"	9
Éditions	10
Relations Presse/Médias	10
3. Professionnels du voyage	12
4. Les événements grand public et professionnels	13
5. Administration et fonctionnement	15



Édito

Chers acteurs du tourisme en Touraine,

Le rapport d'activité que vous vous apprêtez à parcourir retrace, de manière non exhaustive, les principales actions que l'Agence départementale du Tourisme a conduites au service de l'industrie touristique de la Touraine.

La saison touristique 2016 a été impactée par plusieurs événements qui ont particulièrement perturbé ses résultats économiques : le contexte des attentats, les mouvements sociaux qui ont secoué la France et provoqué une désaffection de nos visiteurs internationaux, les intempéries exceptionnelles qui ont touché la Touraine et le Val de Loire au printemps dernier et qui ont entraîné pour un certain nombre d'entre vous des fermetures provisoires.

Pourtant, très vite, la Touraine, forte de sa notoriété et du dynamisme de ses professionnels du tourisme, a su retrouver des niveaux de fréquentation plus satisfaisants grâce notamment à une belle arrière-saison et à la fidélité des clientèles françaises. L'année 2016 a été marquée par une restructuration de l'agence avec la double volonté de retrouver des marges de manœuvre et de se concentrer sur ses missions essentielles de structuration de l'offre et de promotion de la destination.

Aux côtés et au service des professionnels, l'ADT est reconnue pour ses compétences et son expertise : elle anime une démarche qualité qui rassemble 65 sites de visite sur toute la Région, elle fait vivre la marque Accueil vélo auprès de 204 prestataires en Touraine (record national) et poursuit sa mission de conseil auprès des porteurs de projets : 42 d'entre eux en ont encore bénéficié cette année 2016.

La destination Touraine a du ressort, elle continue à investir et à innover en permanence. J'en veux pour preuve la qualité, l'ambition et la variété des projets touristiques soutenus en 2016 dans le cadre du Fonds d'Investissement Départemental Touristique (FIDIT) mis en place par le Conseil Départemental.

Le cœur de métier de l'ADT est aussi de faire connaître la destination au grand public comme aux opérateurs de voyage ou aux médias.

L'organisation des opérations de démarchages ou d'accueils de tour-opérateurs français et étrangers ou la réussite de l'opération "Noël au Pays des châteaux", conduite par l'ADT en partenariat avec 5 grands châteaux, illustrent la volonté de l'agence d'assumer pleinement son rôle d'animateur, de fédérateur des acteurs du tourisme pour mieux promouvoir la Touraine-Val de Loire.

Notre ambition pour 2017 sera de poursuivre et d'amplifier ces actions de promotion de la destination Touraine - Val de Loire en partenariat avec les autres acteurs touristiques. Pour renforcer cette politique, une priorité sera axée sur le déploiement d'outils numériques performants avec la création d'un nouveau site Internet de destination, un renforcement de notre présence sur les réseaux sociaux les plus adaptés à nos cibles comme Facebook et Instagram et enfin la production de contenus qualitatifs, esthétiques et parfois décalés pour conquérir de nouvelles clientèles.

Pour relever ces défis et être en capacité de participer largement à cet enjeu stratégique de la production de contenus, l'équipe de l'ADT s'est dotée des compétences et des outils nécessaires.

Pour conclure, je souhaite remercier l'ensemble des acteurs touristiques pour leur engagement permanent et formule le vœu pour que la saison 2017, dont les premiers indicateurs sont très encourageants, soit une réussite pour notre destination Touraine.

Bonne lecture !

Étienne MARTEGOUTTE
Président
de l'Agence départementale du Tourisme de Touraine
Conseiller départemental délégué

L'essentiel de 2016

Communication / promotion

Le numérique



Site touraineloirevalley.com

666 000 visites soit 14 % de diminution.

Le nombre de pages vues progresse de **25 %** soit **2 852 000**

Réseaux sociaux

Le nombre de fans sur la page Facebook est passé de 11 636 à

21 753 fans.

187 000 personnes ont réagi sur nos publications Facebook.

Nos vidéos ont été vues **64 000** fois



Une nouvelle stratégie numérique est en cours d'élaboration

Les éditions

85 000 magazines ICI.

277 000 cartes (sous-main) détachables (+ 15 000 cartes touristiques pliées) à destination des prestataires touristiques.

35 000 brochures Touraine Pratique.

5 newsletters et **2** e-mailings adressés à **50 000** contacts qualifiés (+ 17 newsletters en partenariat avec le CRT Centre-Val de Loire, sur 260 000 contacts français et britanniques).



Opération "Noël au pays des châteaux" 5 sites partenaires

(château royal d'Amboise, château d'Azay-le-Rideau, château de Chenonceau, château de Langeais, forteresse royale de Chinon) :

- Campagne de communication offline à Paris, en gares Montparnasse et Saint-Lazare,
- Campagne de communication online, native advertising avec la société Yahoo!,
- Campagne de communication online, sponsoring de publications avec Facebook,
- Campagne nationale de Relations Presse, avec le concours de l'agence Fluxus,
- Achat d'espaces publicitaires sur le réseau Image Images,
- Achat d'espaces publicitaires dans l'édition Centre-Val de Loire du Figaro Magazine,
- Partenariat de communication avec la direction régionale de la SNCF.

+ 10 à 30 % de fréquentation dans les sites sur la période de Noël.

La presse nationale (13h TF1, Europe 1, RTL, Le Parisien, Le JDD, Le Figaro...) a relayé fortement l'opération. Chaque post ou vidéo Facebook a été vu en moyenne par **40 000** personnes. La campagne de native advertising a généré plus de **13 500** clics qualifiés vers le site

www.noelaupaysdeschateaux.com

Accueil d'une douzaine d'agences de voyages et de réceptifs parisiens.



Relations Presse

70 accueils de presse organisés (par l'ADT en collaboration avec le CRT Centre-VDL et OT Tours-VDL) et 100 parutions ou reportages dont le National Geographic Amérique Latine, Des Racines et des Ailes, la première chaîne de TV tchèque, France Inter, RTL, Europe 1...

Les médias locaux : chronique bimestrielle du mardi soir dans "Tout sur un plateau", le talk-show de TV Tours.

33 prises de parole (France Bleu, RCF, NRJ 37, Chérie FM 37, 37 degrés...)

Développement et qualification de l'offre

Le conseil

42 porteurs de projets conseillés.
24 projets aidés pour un montant de 600 000 € par le FIDIT (Conseil départemental d'Indre-et-Loire).



La base de données Tourinsoft (SIT)

4 770 offres (prestations et services) sont mises à jour au moins une fois par an.

La démarche qualité dans les sites de visite



65 sites de visite régionaux (dont 33 en Touraine) sont partenaires du dispositif.

22 sites porteurs de la marque QUALITÉ TOURISME™ (dont 13 sites de Touraine).

26 sites ont fait l'objet d'un pré-audit par l'ADT Touraine en 2016.

Tourisme & Handicap

25 visites conseil et 19 évaluations

3 commissions départementales d'attribution.

110 prestations de Touraine sont porteuses de la marque.



L'ADT - Relais départemental des offices de tourisme

2 éditions mutualisées : la carte touristique détachable et le Touraine Pratique.

160 professionnels exposants et environ 200 visiteurs à la bourse d'échanges de documentation touristique

1 éditeur "Noël au Pays des Châteaux".

15 chambres qualifiées "Chambre d'hôtes Référence®" en coopération avec l'Office de Tourisme de Tours-Val de Loire.



Accueil Vélo

75 prestations ont fait l'objet d'une visite d'évaluation ou de renouvellement.

29 nouvelles prestations ont été labellisées.



204 adhérents en Touraine.



Promotion auprès des professionnels du voyage

GUIDE PRATIQUE 37/41 - 2017 :

5 150 exemplaires (F/GB)

Diffusion à

1 500

prestataires des deux départements et à **2 300** tour-opérateurs français et étrangers.



Workshops

"Rendez-vous en France" (action commune 37/41)

29 tour-opérateurs rencontrés par l'ADT 37. Participation de **15** acteurs touristiques de Touraine.

China Workshop à Paris (action commune 37/41)

13 agences réceptives et tour-opérateurs rencontrés (+ 2 journalistes). Participation de **8** partenaires de Touraine et 1 du Loir-et-Cher.

Destination Vignobles (action commune 37/41)

13 tour-opérateurs rencontrés

Démarchages

À Londres

Après de **17** tour-opérateurs, agences en ligne et réceptifs européens de clientèles internationales.

À Paris

(en collaboration avec l'Office de Tourisme Tours-Val de Loire)

29 agences réceptives démarchées dont 12 nouvelles : **8** prestataires présents.

Accueils de tour-opérateurs et de réceptifs

Cible : réceptifs de clientèles sud-américaines basés à Madrid (action commune 37/41)

10 professionnels du voyage accueillis chez **6** partenaires.

Cible : réceptifs des clientèles BRIC et anglo-saxonnes basés à Paris

Accueil de **16** professionnels du voyage qui ont découvert **30** prestations touristiques.

Cible : Tour-opérateurs allemands (action commune 37/CRT)

9 professionnels allemands accueillis.

Conseil aux prescripteurs de voyages et aux acteurs touristiques de Touraine

53 demandes de tour-opérateurs et 12 demandes de partenaires locaux traitées.

1. L'ingénierie et la qualification

a) Le conseil aux porteurs de projets :

- Conseil de 42 porteurs de projets en 2016 dont un certain nombre ont été dirigés vers les fonds d'aides du Département (FIDIT), de la Région et de l'Europe (FEADER). Les projets liés à l'hébergement de type meublés de tourisme et chambres d'hôtes restent les plus nombreux, mais on note également des projets ambitieux en matière d'hôtellerie et d'hôtellerie de plein-air haut de gamme, d'œnotourisme, de pôle de loisirs, de sites de visite et même de services.
- Animation de deux commissions d'experts à la demande du Crédit Agricole (dans le cadre d'une convention de partenariat) pour émettre un avis technique sur des dossiers d'envergure.

L'ADT a également été associée par le département à la sélection des dossiers potentiellement éligibles au FIDIT 2016 (24 projets aidés pour un montant de 600 000 €).

b) La qualification de l'offre :

✓ La démarche qualité des sites touristiques et culturels



Fin 2016, 65 sites de visite régionaux (dont 33 en Touraine) sont partenaires du dispositif "Qualité sites en région Centre-Val de Loire". 1/3 du réseau, soit 22 sites, est porteur de la marque QUALITÉ TOURISME™ (dont 13 sites de Touraine).

-> Entre avril et août 2016, 26 sites ont fait l'objet d'un pré-audit par l'ADT Touraine (2 visites mystères par site suivies de l'envoi d'un rapport).

Eure-et-Loir	Indre	Indre-et-Loire	Loir-et-Cher	Loiret
1	2	15	3	5

-> Tout au long de l'année 2016, l'ADT Touraine a particulièrement accompagné et conseillé les 9 sites candidats à la marque QUALITÉ TOURISME™.

Ont ainsi obtenu la marque pour la 1^{ère} fois : la Maison de la Beauce (28) et le château de Beaugency (45).

Ont renouvelé la marque au bout de 3 ans : le château royal d'Amboise (37), le château du Clos Lucé (37), le château royal de Blois (41), le château de Valençay (36), le château de Sully-sur-Loire (45), le château de Montpoupon (37) et le château du Rivau (37).

-> Au cours du dernier trimestre 2016, l'ADT Touraine a procédé à la révision du référentiel qualité.

Un groupe de travail, constitué de partenaires représentatifs des sites de visite régionaux et de partenaires institutionnels, a mis à jour le référentiel afin de s'assurer qu'il réponde aux nouvelles pratiques des clientèles touristiques et aux attentes des gestionnaires de sites.

Après validation par la DIRECCTE Centre-Val de Loire (pour vérification de la conformité des critères de qualité territoriaux aux critères nationaux), la version 3 du référentiel est entrée en vigueur au 1^{er} janvier 2017.



✓ La marque Tourisme & Handicap

- 25 prestations ont fait l'objet d'une visite conseil de l'ADT ;
- 10 prestations ont fait l'objet d'une visite d'évaluation et ont obtenu la marque Tourisme & Handicap, 9 ont fait l'objet d'un renouvellement de la marque pour 5 ans et 6 ont été radiées (non renouvellement, travaux en cours, cessation d'activité) ;
- Parmi les professionnels labellisés en 2016, on peut noter la forteresse royale de Chinon, le château du Rivau, la vallée troglodytique des Goupillières et le VVF d'Amboise ;
- 3 commissions départementales d'attribution se sont tenues. Le processus de déconcentration permet désormais d'attribuer directement la marque aux prestataires candidats sans passer par le niveau national, à l'issue de chaque commission, ce qui réduit sensiblement les délais ;
- Au total, 110 prestations de Touraine sont porteuses de la marque Tourisme & Handicap à fin 2016. Notre département se trouve au 2^{ème} rang régional juste derrière le Loir-et-Cher. 480 prestataires en Région Centre-Val de Loire ont rendu leur offre accessible ;
- L'ADT a enrichi son fonds d'images sur l'accessibilité en réalisant des clichés à Chinon (forteresse royale, office de tourisme et restaurant "Au chapeau rouge") ainsi que sur le sentier d'interprétation de l'étang du Louroux.

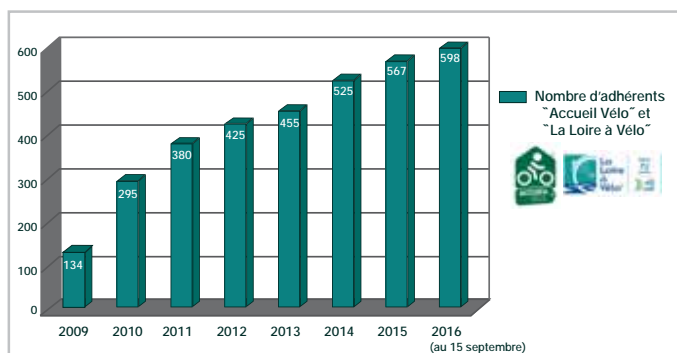




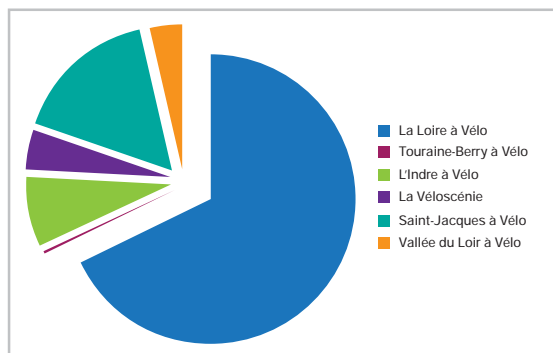
✓ La marque Accueil Vélo

En 2016, 75 prestations ont fait l'objet d'une visite d'évaluation ou de renouvellement, 29 nouvelles prestations ont reçu la marque et 8 ont été radiées.

Évolution du nombre d'adhérents "Accueil Vélo" et "Loire à Vélo"



Nbre d'établissements "Accueil Vélo" par itinéraire



En 2016, la région Centre-Val de Loire comptait 515 adhérents "Accueil Vélo" dont 362 détenteurs de la marque "La Loire à Vélo" (70 % de l'offre régionale).

Fin 2016, la Touraine possédait le plus grand nombre de prestataires attributaires de la marque "Accueil Vélo" en France et en région Centre-Val de Loire avec 204 adhérents.

Département	Cher	Eure-et-Loir	Indre	Indre-et-Loire	Loir-et-Cher	Loiret	Total
Marque Accueil Vélo	19	41	9	204	128	111	515

✓ L'ADT – Relais territorial des offices de tourisme



Dans le cadre de la mission d'animation du réseau des Offices de Tourisme de Touraine, des rendez-vous réguliers avec les équipes des offices de tourisme sont programmés pour mettre en œuvre des actions à l'échelle départementale :

- L'élaboration d'une stratégie numérique partagée entre les offices de tourisme et l'ADT, en cohérence avec l'échelon régional (une étude a été co-financée avec l'aide de la Région) ;
- 2 éditions mutualisées : la carte touristique détachable (carte touristique du département au recto et verso personnalisés par territoire) et le Touraine Pratique ;
- La bourse d'échanges de documentation touristique : le 21 mars 2016 à l'Espace Ligéria de Montlouis-sur-Loire. Cet événement de lancement de saison est en passe de devenir la journée incontournable pour quelque 160 professionnels exposants et environ 200 visiteurs (hébergeurs pour la plupart) ;
- 1 éductour : programmé en décembre 2016 avec pour objectif de faire connaître aux équipes salariées des offices de tourisme, l'opération "Noël aux Pays des Châteaux" ;
- La journée technique des offices de tourisme, organisée en décembre et qui mobilise toujours avec succès, équipes de techniciens, élus et administrateurs ;
- La démarche de qualification "Chambre d'hôtes Référence[®]" : 1 commission départementale de qualification s'est tenue en 2016 : 4 propriétaires de chambres d'hôtes candidats avec un total de 15 chambres qualifiées. Cette démarche est le fruit d'une coopération avec l'Office de Tourisme Tours-Val de Loire, ce dernier assurant l'instruction des dossiers et la visite des hébergements.



✓ La base de données Tourinsoft (SIT) : collecter et qualifier l'offre touristique pour la diffuser

L'information de l'ensemble de l'offre touristique collectée est intégrée dans une base commune à la majorité des offices de tourisme, aux ADT de la région Centre Val de Loire et au Comité régional du Tourisme Centre Val de Loire.

D'autres partenaires sont également impliqués comme les Gîtes de France qui alimentent indirectement cette base. En 2015 a été signée la convention entre Interloire, l'ADT Touraine et le CRT Centre Val de Loire.

L'ADT Touraine a accompagné un nouveau partenaire,

Interloire, dans la réalisation de son nouveau site Internet alimenté par des offres touristiques de la base de données partagée.

Tourinsoft alimente donc les sites Internet et applications des partenaires cités ci-dessus mais également des partenaires comme Pirates de Loire (application), Caravel (application), Opwigo (site Internet), Bouger à Tours (application).

4 770 offres (prestations et services) sont mises à jour au moins une fois par an.

✓ L'information des professionnels

Organisation d'une conférence sur les 5 principaux marchés asiatiques en partenariat avec le Crédit Agricole. Une cinquantaine de personnes étaient présentes.

Étude Flux Vision Tourisme ORANGE : présentation le 30

mars des résultats 2015 aux partenaires de l'étude (SPL Tours Val de Loire, Pays Loire Nature, Syndicat Mixte du Chinonais, Office de Tourisme d'Amboise, Office de Tourisme du Val de l'Indre, Agence Touristique Touraine Côté Sud).

2. La promotion de l'offre touristique auprès du grand public

a) Internet et réseaux sociaux :

✓ Bilan statistique 2016 des dispositifs Internet

Un bilan en légère baisse par rapport à l'année précédente !

L'audience cumulée comprenant les différentes versions étrangères du dispositif Touraine a atteint près de 666 000 visites soit 14 % de diminution par rapport à l'année dernière (774 000 visites en 2015).

Le nombre de pages vues a, quant à lui, progressé de 25 % avec un total de 2 852 000 pages vues en 2016 contre 2 285 000 en 2015.

1) www.touraineloirevalley.com

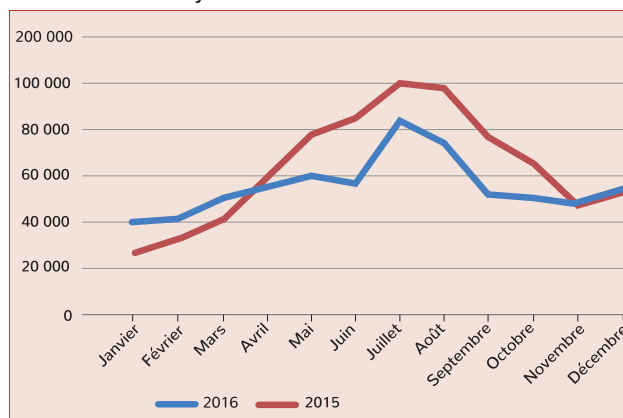
Les visites cumulées du site principal de la destination Touraineloirevalley.com ont diminué de 17 % par rapport à l'année précédente (563 000 visites en 2016 contre 681 000 en 2015).

Ce recul s'explique en grande partie par une diminution du budget webmarketing (- 15 %).

Le nombre de pages vues du site Internet en 2016 a progressé de 21 % (2 465 000 en 2016 contre 2 000 000 en 2015). Voici par ordre croissant les thématiques les plus consultées :

1 - Les châteaux de la Loire
2 - Les soirées de réveillon de la Saint-Sylvestre
3 - Bon plan - offre pass châteaux
4 - Noël au pays des châteaux
5 - Sortir ce week-end en Touraine
6 - Hébergements
7 - Sites et activités de loisirs en Touraine
8 - Randonnées en Touraine
9 - Week-end spa en amoureux
10 - La route des vins de Touraine

Comparatif de l'audience mensuelle du site Internet touraineloirevalley.com entre 2016 et 2015



2) www.touraineloirevalley.co.uk

La fréquentation de la version anglaise du site Touraine a augmenté de 25 % (78 000 visiteurs sur l'année 2016 contre 62 000 en 2015).

3) www.touraineloirevalley.mobi (site en version mobile)

Le site mobile de la Touraine a été visionné 562 000 fois sur l'année 2016 soit une progression de 75 % par rapport à 2015.

4) www.unamourdetoiraine.fr : un magazine expérimental qui préfigure l'état d'esprit du futur dispositif web.

Pensé comme une véritable vitrine à travers laquelle se dévoile la destination, www.unamourdetoiraine.fr s'appuie sur des contenus au format "magazine" : soin apporté aux textes, place centrale accordée aux grands visuels et aux vidéos...

Depuis son lancement (24 octobre), le site a été visité par 5 630 visiteurs avec 14 000 pages vues.

Internet est depuis plusieurs années une source d'information essentielle pour la préparation d'un séjour. Les internautes y ont recours pour comparer les prix, pour trouver de bonnes affaires et, bien sûr, pour trouver leur destination en regardant les points d'intérêt touristique, des photos, des informations pratiques...

On peut remarquer également que le mobile domine de plus en plus le monde digital. Le taux d'équipement en smartphone progresse fortement (58% en 2015 vs 39% en 2013), et pas seulement chez les générations les plus jeunes. Il est indispensable pour chaque acteur du tourisme d'être présent sur ce canal car il existe une vraie demande, que ce soit avant le voyage avec la réservation, pendant le voyage avec la recherche d'infos, et après le voyage avec le partage.

Fort de ces constats, l'ADT Touraine a engagé une réflexion pour se doter d'un nouveau dispositif numérique d'ici la fin de l'année 2017, dont l'objectif principal sera la conquête des clientèles via la qualité des contenus (notamment visuels, avec des photos et vidéos) et des conseils éclairés.

5) 5 newsletters et 2 e-mailings adressés à 50 000 contacts qualifiés (+ 17 newsletters en partenariat avec le CRT Centre-Val de Loire, sur 260 000 contacts français et britanniques)



www.unamourdetoiraine.fr
La e-magazine qui a le bon feeling pour vos vacances

✓ Gestion et animation des réseaux sociaux



Le nombre de fans sur la page Facebook est passé de 11 636 à 21 753 fans, soit 87 % d'augmentation, en une année. L'objectif de l'action était d'augmenter le nombre de fans affinitaires et qualitatifs à hauteur de 10 000 fans : nous avons totalisé un résultat de 10 117 fans sans perdre en qualité ou dynamisme. En effet, malgré l'arrivée de nombreux fans, un taux d'engagement qualitatif a été maintenu.

187 000 personnes ont réagi sur nos publications Facebook en 2016.



Après un lancement en septembre 2015, le nouveau compte twitter @Tourainfpro dispose en 2016 de + de 500 abonnés. Chaque jour, ces abonnés suivent l'information en direct sur tous les domaines touchant de près ou de loin à l'activité touristique.



Les vidéos "La Touraine, de bouche à oreille" et "Bref ! faut y aller", mises en ligne sur nos chaînes Dailymotion et Youtube, ont été regardées près de 64 000 fois en 2016.

Reportages vidéos : chroniques "Bref ! faut y aller". Ce sont 10 vidéos qui ont été produites en 2016 avec une moyenne de 6 300 vues sur Facebook.

À l'évidence, nos outils numériques actuels ne nous permettent pas de remplir nos objectifs de séduction et de conquête de nouvelles clientèles et de fidélisation de nos cibles prioritaires.

Pour y remédier, l'ADT s'est engagée dans une démarche pro-active en deux temps adaptée à ses moyens.

- 1) La montée en compétence de l'équipe pour assurer une partie de la création de contenus :

La maîtrise de la création de contenus est un enjeu majeur. L'ensemble des dispositifs numériques en sont de gros consommateurs. La vidéo et la photo, sans cesse renouvelées,

deviennent les principaux vecteurs qui permettent d'assurer une présence visible et reconnue. Pour cela, en 2016, une partie de l'équipe de l'ADT Touraine s'est formée à la création de contenus avec pour objectif de monter en compétence, gagner en autonomie, en réactivité... par la rédaction d'articles : application du "storytelling" (méthode de communication fondée sur une structure narrative du message).

- 2) L'année 2017 sera celle du renouveau numérique avec un nouveau dispositif global (nouveau site Internet et réseaux sociaux réinvestis) qui sera imaginé pour être opérationnel en fin d'année 2017.

b) Opération "Noël au pays des châteaux"

Objectif : construire et promouvoir une offre touristique originale, structurée et qualitative sur la période des fêtes de fin d'année.

Actions mises en place :

- Campagne de communication offline à Paris, en gares Montparnasse et Saint-Lazare,
- Campagne de communication online, native advertising avec la société Yahoo!,
- Campagne de communication online, sponsorship de publications avec Facebook,
- Campagne nationale de Relations Presse, avec le concours de l'agence Fluxus,
- Achat d'espaces publicitaires sur le réseau Image Images,
- Achat d'espaces publicitaires dans l'édition Centre-Val de Loire du Figaro Magazine,
- Partenariat de communication avec la direction régionale de la SNCF.



Bilan

Les 5 sites partenaires ont enregistré des hausses de fréquentation par rapport à la même période en 2015. Pour certains ces hausses sont même très significatives : +34 % à Langeais, +14 % à Chinon, +13 % à Azay-le-Rideau... Les deux "précurseurs", Chenonceau et Amboise, enregistrent aussi de bons chiffres sur des volumes conséquents.

Ciblées par la campagne de communication, les clientèles touristiques françaises ont répondu présent, en particulier sur la période des congés scolaires. Les animations mises en place ont fait le plein sur tous les sites. Les locaux, dont la part évolue selon les sites, ont aussi adhéré au concept et se sont déplacés.



Cette première édition aura aussi constitué une réussite au niveau de la visibilité offerte à la destination comme aux sites partenaires. La presse nationale (13h TF1, Europe 1, RTL, Le Parisien, Le JDD, Le Figaro...) a relayé fortement

l'opération, de même que les médias locaux. Les actions menées sur les réseaux sociaux ont aussi trouvé une belle audience : posts et vidéos Facebook vus en moyenne par 38 000 personnes, campagne de native advertising générant plus de 13 500 clics qualifiés sur le site www.noelaupaysdeschateaux.com...

Enfin, l'avenir a aussi été préparé avec l'accueil d'une douzaine d'agences de voyages et de réceptifs parisiens dont on espère qu'ils ajouteront, dès 2017, l'opération à leur programmation.

Perspectives

En 2017, la campagne de communication sera renouvelée et étoffée : en plus du bassin parisien, l'agglomération nantaise sera ciblée. Elle constitue, notamment pour les sites partenaires de l'ouest, un potentiel conséquent, non exploité encore.

L'un des grands enjeux sera aussi de mobiliser davantage les autres professionnels du tourisme : assurer une meilleure ouverture des hébergements, des restaurants, des commerces... Bref, assurer une vie et des animations complémentaires à l'offre des châteaux est nécessaire pour générer une véritable activité touristique sur la période.

c) Éditions

3 supports grand public afin de diffuser l'ensemble de l'offre touristique de la Touraine et séduire les touristes à notre destination, les accompagner durant leur séjour et les fidéliser pour favoriser la revisite.



Le Magazine Ici : l'outil de séduction pour la conquête et la fidélisation, édité à 85 000 exemplaires

En conquête, il est diffusé :

- À l'aéroport de Tours Val de Loire, les aires d'autoroute de Tours Longue-vue (A 10) et des Jardins de Villandry (A 85) ;
- Aux organisateurs de congrès, séminaires, événements sportifs et culturels de niveau national et international ;
- Par les actions de promotion menées par l'Agence départementale du Tourisme ou par ses partenaires.

En fidélisation, il est diffusé :

- Lors des Bourses d'échange de documentation touristique des départements d'Indre-et-Loire, du Loiret, du Loir-et-Cher, de l'Indre, de la Sarthe, du Maine-et-Loire et de la Vienne ;
- Aux hébergements du territoire (hôtels, chambres d'hôtes, gîtes, résidences de tourisme, villages vacances, campings et hébergements collectifs) ;
- Aux Offices de Tourisme du Val de Loire ;
- Aux 2 800 abonnés répartis sur toute la France et en Europe et par e-mail en version numérique à 50 000 contacts.

Le Touraine pratique : document d'informations pratiques (jours et horaires d'ouverture, tarifs, services...), est édité avec le réseau des offices de tourisme et l'ADT Touraine. 35 000 exemplaires diffusés par tous les Offices de Tourisme de Touraine et ceux des départements limitrophes.

La carte touristique sous-main : support grand public par excellence, tiré à 315 000 exemplaires et édité avec une carte départementale au recto et 5 versions différentes pour le verso (Tours, Chinon, Azay-le-Rideau, Touraine Nature et plans communs des villes touristiques).

Sa diffusion est assurée par les offices de tourisme et les hébergeurs pour accompagner et renseigner les clients sur le territoire de leur séjour.

À l'automne 2016, ces trois supports ont fait l'objet d'une commercialisation des espaces publicitaires en service interne de l'ADT pour les éditions sorties au printemps 2017.

d) Relations Presse/Médias

Objectif : assurer une présence régulière et significative de la destination dans les médias nationaux et étrangers à forte audience.

- Présence sur le Forum Deptour ;
- Présence sur les médiateurs européens GB/ALL/ESP/ITA/PB/BEL, avec et via le CRT ;
- Réalisation et diffusion de fiches presse thématiques.

Bilan :

En 2016, 70 accueils de presse ont été organisés (par l'ADT Touraine seule ou avec le soutien de ses partenaires : CRT Centre-Val de Loire et OT Tours-Val de Loire) avec pour résultat une centaine de parutions. Citons, parmi elles, les dix pages dans le National Geographic Amérique Latine, le Des Racines et des Ailes diffusé en février dernier, les 13 sujets préparés par la première chaîne de TV tchèque, des sujets sur France Inter, RTL, Europe 1...

Dans le même temps, l'ADT Touraine a également assuré une présence dans les médias locaux, notamment à travers sa chronique bimestrielle diffusée le mardi soir dans "Tout sur un plateau", le talk-show de TV Tours. Au total, 33 prises de parole sur des sujets conso ont été assurées en 2016 (France Bleu, RCF, NRJ 37, Chérie FM 37, 37 degrés...).

En plus des actions menées auprès de la presse traditionnelle, quoiqu'on en dise encore très influente, des opérations sont également mises en œuvre à l'attention

des nouveaux influenceurs que sont les blogueurs et les figures des réseaux sociaux (YouTubers, Instagramers). Des accueils-terrains thématiques et adaptés aux exigences éditoriales de ces interlocuteurs (souvent atypiques et qui demandent une adaptation permanente) sont programmés régulièrement.

Perspectives :

En 2017, l'objectif sera de maintenir a minima ces bons chiffres, en travaillant notamment les thématiques de l'année culturelle "Jardins" ou de Tours en s'appuyant sur l'ouverture médiatique du CCC OD.

Sur le marché français, les émissions de TV et les grands titres généralistes seront, sans surprise, particulièrement ciblés. Une double page dans Le Monde est d'ores et déjà en préparation pour une parution au printemps, de même qu'un sujet sur l'art contemporain pour Maison Côté Ouest.

Un budget de 32 000 € est alloué à cette mission, comprenant le contrat avec l'agence de presse Fluxus, récemment renouvelé pour 3 ans.



AMBOISE |

Leonard de Vinci en France

aller au marché

Chaque vendredi et dimanche, le long de la Loire, se tient l'un des plus grands marchés de la région, désigné "Le dernier marché préféré des Français". À faire aussi en famille : suivre une visite guidée pour les enfants, embarquer sur un bateau promenade, visiter l'aquarium de Val de Loire, le parc animalier de la réserve de Bouamhahou ou celui des mini-châteaux.

INOS

www.tourainevalley.com



Les enfants, rois d'un jour au château d'Amboise. Photo: E. Sander

Il y a 500 ans, un des plus célèbres artistes italiens rejoint la Cour de France au château royal d'Amboise, devenue premier creuset de la Renaissance française. Pendant trois ans, jusqu'à sa mort, Leonard de Vinci y exerce son art, conçoit des ouvrages ambiteux.

Ursula Laurent

1515, à la tête de son armée, François Ier part à la conquête de l'Italie. C'est là, âgé de tout juste 21 ans, il rencontre l'homme qui incarne le raffinement de l'art italien, le génie mais aussi l'image d'un prince, Leonard de Vinci. Séduit par la magnificence de l'architecture, des jardins, de l'art de vivre, François Ier propose à Leonard de Vinci de s'installer en France. Mais il aura fallu attendre la mort du mécène de l'artiste et la concurrence toujours plus forte de peintres comme Raphaël pour décider Leonard d'entamer ce grand voyage.

Clos Lucé, l'ultime atelier d'un génie

1516. Après trois mois de voyage, l'artiste arrive à Amboise, avec toutes ses possessions. Dans ses bagages, la loconde acquise par François Ier et l'installé dans le petit château du Clos Lucé, à quelques pas du château royal. Ici il était libre de penser, de vivre, de

travailler. En seulement trois ans, le «premier peintre, ingénieur et architecte du roi», marque profondément son entourage dans les domaines de la peinture, de l'architecture mais aussi de la philosophie. Également excellent scénographe, il concevait les grandes fêtes royales avec des décorations somptueuses, des feux d'artifice, des reconstitutions de batailles.

Le grand manoir du Clos Lucé, est entièrement dédié à son plus illustre occupant qui y a séjourné pendant trois ans. Ses pensées s'affichent au mur. Lors de la visite des appartements, on apprend que la pièce préférée de Leonard de Vinci était la «cuisine (il était végétarien)». Mais les pièces qui intéressent le plus les visiteurs, se trouvent au-dessous: l'ancien garde-manger est dédié à nombre de ses inventions touchées sur papier, à des maquettes des machines de guerre conçues à la demande du roi alors qu'il était pacifiste. Nombre de ses inventions sont représentées par des maquettes réalisées par BIM d'après le codes de Leonard. On y trouve aussi bien un modèle de bouée de sauvetage, un appareil pour respirer sous l'eau, un bateau à aubes, une vis d'Archimède pour monter l'eau. C'est là qu'on assiste toute l'étendue du génie de cet artiste et homme de science.

Le port de la Corne d'or

Dans le parc, plusieurs de ses inventions fonctionnent. Pas la machine volante suspendue dans les airs, mais bien la vis d'Archimède et même le fameux pont de la Corne d'or, à une taille infiniment plus modeste que l'original souhaité par le sultan Bajazet II. En 1502,



Tout le génie et l'imagination sans fin du «premier peintre, ingénieur et architecte du roi». Photo: INOS/ILL

L'artiste dessine un grand pont d'embarquer la corne d'or, reliant ainsi l'Europe à l'Asie. 514 ans plus tard, il a fallu 3 500 heures de travail à une équipe de 30 professionnels pour réaliser cette œuvre symboliquement dans les jardins du Clos Lucé.

Mais le jardin du Clos Lucé est encore une autre particularité: il réunit une grande partie des plantes figurées sur des croquis réalisés par Leonard: l'étoile de Béthléem, le cyclamen étalé, la herbe-de-bout ou encore des astilbes.

Ses échanges avec François Ier sont fréquents. Un sous-terrain entre le château d'Amboise et le Clos

Lucé aurait permis aux deux hommes de se rencontrer en toute discrétion. Et c'est au château que Leonard de Vinci est inhumé. Sa sépulture est visible dans la chapelle Saint-Hubert.

Amboise a été capitale royale pendant 150 ans. C'est Charles VIII qui a fait construire des appartements, la chapelle et deux tours cavalières qui permettaient aux carrosses et aux cavaliers de visiter la ville aux terrasses du château situées au-dessus.

Mais après le retour de la Cour à Paris, le château a servi de prison d'état. En 1800, toutes les parties en mauvais état ont été démolies. Seul le logis nord, les deux tours

cavalières et la chapelle restent encore de sa grandeur.

Lucé aurait permis aux deux hommes de se rencontrer en toute discrétion. Et c'est au château que Leonard de Vinci est inhumé. Sa sépulture est visible dans la chapelle Saint-Hubert.

Amboise a été capitale royale pendant 150 ans. C'est Charles VIII qui a fait construire des appartements, la chapelle et deux tours cavalières qui permettaient aux carrosses et aux cavaliers de visiter la ville aux terrasses du château situées au-dessus.

Mais après le retour de la Cour à Paris, le château a servi de prison d'état. En 1800, toutes les parties en mauvais état ont été démolies. Seul le logis nord, les deux tours

LA CROIX samedi et dimanche

Faire le caté, un réveil spirituel

Croire. Rencontre avec ces femmes et ces hommes qui donnent de leur temps pour parler de Dieu aux enfants R 11-13

Un jour, un lieu

Azay-le-Rideau, la renaissance



Rencontre Marion Muller-Collard, l'intranquillité heureuse R 9-10

Exposition A Bâle, la chevauchée fantastique de Kandinsky et Franz Marc R 22

En travaux depuis deux ans, le château reste cependant ouvert au public. Denis Meyer/Hauts-Lux pour Le Crain

À l'occasion des Journées du patrimoine, visite d'un château en pleine restauration R 12-13

Bouger

1516. Après trois mois de voyage, l'artiste arrive à Amboise, avec toutes ses possessions. Dans ses bagages, la loconde acquise par François Ier et l'installé dans le petit château du Clos Lucé, à quelques pas du château royal. Ici il était libre de penser, de vivre, de

Le port de la Corne d'or

Dans le parc, plusieurs de ses inventions fonctionnent. Pas la machine volante suspendue dans les airs, mais bien la vis d'Archimède et même le fameux pont de la Corne d'or, à une taille infiniment plus modeste que l'original souhaité par le sultan Bajazet II. En 1502,

Ses échanges avec François Ier sont fréquents. Un sous-terrain entre le château d'Amboise et le Clos

Lucé aurait permis aux deux hommes de se rencontrer en toute discrétion. Et c'est au château que Leonard de Vinci est inhumé. Sa sépulture est visible dans la chapelle Saint-Hubert.

Amboise a été capitale royale pendant 150 ans. C'est Charles VIII qui a fait construire des appartements, la chapelle et deux tours cavalières qui permettaient aux carrosses et aux cavaliers de visiter la ville aux terrasses du château situées au-dessus.

Mais après le retour de la Cour à Paris, le château a servi de prison d'état. En 1800, toutes les parties en mauvais état ont été démolies. Seul le logis nord, les deux tours

L'artiste dessine un grand pont d'embarquer la corne d'or, reliant ainsi l'Europe à l'Asie. 514 ans plus tard, il a fallu 3 500 heures de travail à une équipe de 30 professionnels pour réaliser cette œuvre symboliquement dans les jardins du Clos Lucé.

Mais le jardin du Clos Lucé est encore une autre particularité: il réunit une grande partie des plantes figurées sur des croquis réalisés par Leonard: l'étoile de Béthléem, le cyclamen étalé, la herbe-de-bout ou encore des astilbes.

Ses échanges avec François Ier sont fréquents. Un sous-terrain entre le château d'Amboise et le Clos

Lucé aurait permis aux deux hommes de se rencontrer en toute discrétion. Et c'est au château que Leonard de Vinci est inhumé. Sa sépulture est visible dans la chapelle Saint-Hubert.

Amboise a été capitale royale pendant 150 ans. C'est Charles VIII qui a fait construire des appartements, la chapelle et deux tours cavalières qui permettaient aux carrosses et aux cavaliers de visiter la ville aux terrasses du château situées au-dessus.

Mais après le retour de la Cour à Paris, le château a servi de prison d'état. En 1800, toutes les parties en mauvais état ont été démolies. Seul le logis nord, les deux tours

L'artiste dessine un grand pont d'embarquer la corne d'or, reliant ainsi l'Europe à l'Asie. 514 ans plus tard, il a fallu 3 500 heures de travail à une équipe de 30 professionnels pour réaliser cette œuvre symboliquement dans les jardins du Clos Lucé.

Mais le jardin du Clos Lucé est encore une autre particularité: il réunit une grande partie des plantes figurées sur des croquis réalisés par Leonard: l'étoile de Béthléem, le cyclamen étalé, la herbe-de-bout ou encore des astilbes.

Ses échanges avec François Ier sont fréquents. Un sous-terrain entre le château d'Amboise et le Clos



El valle de los reyes

Cual miembro de la realeza, nuestro escritor se interna en el valle del Loira para conocer los castillos más hermosos de Europa y el estilo de vida desmedido de la excéntrica monarquía francesa.

LOVING LOCHES

Loches has all the ingredients for the perfect riverside holiday, writes Gillian Thornton

Good things frequently come in small packages, but the historic Burgundian City of Loches would seem to have more than its fair share of goodness. Despite a population of just 5,000, this charming town on the banks of the Loire boasts a formidable medieval castle, a top Renaissance town and one of the most spectacular abbeys in France.

Local tradition of France. Loches is just 30 minutes drive from the bustling regional capital, but it still combines the many virtues, which has the banks of the Loire and Cher in search of grand châteaux and masterful gardens. Beyond Loches, however, and there is nothing to boast, whether your holidaying is done on foot, on horseback.

The town is packed with history and heritage sites to live every day's imagination, but also stands as a reminder of walking and cycling trails for those who want to explore the tranquility of the surrounding countryside. One of the most spectacular ways to approach the town is from the Loire à Vélo cycle trail, passing the natural abbey of Beaulieu des Loches, and heading through the nature reserves of La Prairie de Bep.

On a blue-sky day, the gleaming white buildings of the historic centre sparkle in the sunlight as they spill down the rocky slopes to the river. The clock tower and granite white stone of the collegiate church reach heavenward from the walled town of the town.

Château. Beyond them, three-story towers house small public gardens, away to the left, the bulk of the medieval keep stands at the foot of the walled Burgundian City. There was a prison in Loches in the 16th century but the town really began to grow around 1600. For more



134 FRANCE TODAY April 2017

DETOURS

SPECIAL TOURS en France

Du «jardin de la France» à l'Atlantique... LES BELLES ESCALES DE LA Vallée de la Loire

VISITES GUIDÉES - BONNES ADRESSES
CHRON - ANGERS - NANTES - SAINT-NAZAIRE

3

Des racines & des ailes

Mercredi à 20h55

Sur la Loire, entre Touraine et Anjou

I FIORI DI LEONARDO

LESSO DI FRANCESCO / FOTO DI GIOVANNA DAL MASO

L'ANNIVERSARIO DI LEONARDO DA VINCI AL CLOS LUCÉ, NELLA VALLE DELLA LOIRA DOVE NEL 1516 SI TRASFERÌ ALLA CORTE DEL RE. QUI REALIZZÒ IL SUO GIARDINO

I FIORI DI LEONARDO

LESSO DI FRANCESCO / FOTO DI GIOVANNA DAL MASO

L'ANNIVERSARIO DI LEONARDO DA VINCI AL CLOS LUCÉ, NELLA VALLE DELLA LOIRA DOVE NEL 1516 SI TRASFERÌ ALLA CORTE DEL RE. QUI REALIZZÒ IL SUO GIARDINO

3. Professionnels du voyage

✓ Guide Pratique 2017 :



Édité en 5 150 exemplaires (français et anglais) en partenariat avec l'Agence de Développement touristique Loir-et-Cher Cœur Val de Loire.

Diffusion à 1 500 prestataires des deux départements et à 2 300 tour-opérateurs français et étrangers.

En 2016, l'ADT Touraine a organisé et encadré plusieurs actions collectives avec les professionnels de Touraine, parfois en collaboration avec l'ADT du Loir-et-Cher. Le périmètre d'intervention est la France et les capitales européennes constituant des bases opérationnelles d'envergure pour les clientèles européennes et internationales. Ces actions entrent en complémentarité avec celles menées par le CRT Centre-Val de Loire à l'étranger.

✓ Actions auprès des réceptifs en Europe (Paris, Londres et Madrid) des clientèles BRIC et anglo-saxonnes :

Eductours de réceptifs parisiens – 8 et 9 avril :

16 réceptifs parisiens, travaillant avec les marchés asiatiques, sud-américains et anglo-saxons, ont participé à 2 éductours et une soirée d'échanges qui leur ont permis de découvrir au total 30 prestations touristiques sur 2 jours.

Bénéfices de l'éductour pour les agences : mieux conseiller la destination aux clients grâce à une meilleure connaissance du terrain, entretenir et créer des contacts commerciaux, actualiser leur programmation existante voire créer de nouveaux circuits.

Démarchages à Londres – du 12 au 14 et du 19 au 21 janvier (co-organisation ADT 37/41) :

17 tour-opérateurs, agences en ligne et réceptifs européens de clientèles internationales (anglo-saxonnes et asiatiques) ont été rencontrés par les deux délégations. Participants : les 2 ADT + 7 prestataires : châteaux du Rivau, de Villandry, de Blois, de Chambord, de Cheverny, domaine de Chaumont-sur-Loire, ZooParc de Beauval.

China Workshop à Paris le 15 janvier :

Partage d'une table de travail avec l'ADT 41. 13 agences réceptives et tour-opérateurs chinois rencontrés (+ 2 journalistes). Également sur ce workshop, présence de 8

partenaires de Touraine et 1 du Loir-et-Cher : les châteaux d'Amboise, du Clos-Lucé, de Chenonceau, du Rivau, de Chambord, l'Office de Tourisme Tours-Val de Loire, Touraine Hôtels, le Domaine de la Tortinière, l'Auberge du Bon Laboureur.

Eductour de réceptifs de clientèles sud-américaines basés à Madrid – 29 septembre au 2 octobre (co-organisation ADT 37/41) :

10 tour-opérateurs rencontrés lors de démarchages à Madrid en 2015 sont venus découvrir le Val de Loire pendant 4 jours, accompagnés par Atout France Espagne. 6 partenaires ont accueilli la délégation : Châteaux du Rivau, du Clos Lucé, de Villandry, de Blois, d'Azay-le-Rideau, restaurant La Cave à Montlouis-sur-Loire.

Démarchages annuels auprès des réceptifs parisiens – 2 groupes les 30 novembre et 1^{er} décembre et 2 groupes les 6 et 7 décembre (co-organisation ADT 37/OT Tours-Val de Loire) :

29 agences démarchées par les 4 groupes, dont 12 jamais démarchées auparavant. Participants : l'ADT 37, l'OT Tours-Val de Loire et 8 prestataires : châteaux du Clos Lucé, de Villandry, d'Azay-le-Rideau, d'Amboise, Auberge du Bon Laboureur, Ibis Tours Centre Gare, Ibis Styles Tours Centre, Héliberté.



✓ Actions auprès des tour-opérateurs internationaux (émetteurs de touristes vers la France)

Workshop Rendez-vous en France (TO internationaux en lien avec les réceptifs européens) et newsletter pro post-Rendez-vous en France

Workshop - les 5 et 6 avril : partage d'une table de travail avec l'ADT 41, mais planning de rendez-vous individuel. L'ADT 37 a rencontré et conseillé 29 tour-opérateurs. Présence également de 30 acteurs touristiques de la région Centre-Val de Loire.

Newsletter Pro sur le thème «Touraine, terre de partage et de complicité» envoyée le 26 mai et reprenant les thématiques et offres mises en avant lors du Workshop Rendez-vous en France. 1620 destinataires francophones et 1340 anglophones. Bons taux d'ouverture : 19,2 % pour la version française et 14,5 % pour la version anglaise.

Workshop Destination Vignobles – 11 et 12 octobre

Salon professionnel dédié à l'oenotourisme en France. Partage d'une table de travail avec l'ADT 41, mais planning de rendez-vous individuel. L'ADT 37 a rencontré et conseillé 13 tour-opérateurs de 10 nationalités différentes.

Éductour de tour-opérateurs allemands – 11 au 14 juin (co-organisation CRT/Cluster Patrimoine Atout France/ADT 37)

9 professionnels allemands ont découvert le Val de Loire pendant 4 jours. Les châteaux membres du Cluster Patrimoine d'Atout France ont accueilli la délégation (en Touraine : les châteaux d'Azay-le-Rideau, Chenonceau, Amboise et Clos-Lucé).

✓ Conseil aux prescripteurs de voyages et aux acteurs touristiques de Touraine

Service permanent : 53 demandes de tour-opérateurs traitées en 2016 (demandes de conseils et mise en relation, hors demandes de documentation), ainsi que 12

demandes par les prestataires de Touraine de fichiers de tour-opérateurs.

4. Les événements grand public et professionnels

✓ Vitiloire

Objectif : promouvoir les produits tourangeaux et le savoir-faire des chefs de Touraine auprès du grand public, animer la filière des chefs de Touraine, associer l'ADT à l'un des événements-phares de l'année.

Actions mises en place :

- D'une part, l'organisation et l'animation "les chefs à Vitiloire" qui a permis à 10 chefs tourangeaux de présenter leur savoir-faire au public, et de valoriser les produits du patrimoine local. Près de 1 500 personnes ont assisté aux différents ateliers ;
- D'autre part, l'organisation d'un jeu-concours mettant en jeu 5 barriques de vin transformées en mange-debouts et aux couleurs de la Touraine. Très gros succès puisque plus de 1 500 bulletins ont été déposés dans l'urne. Ils ont permis de récupérer des contacts qualifiés qui sont exploités dans le cadre des communications de l'ADT. Le magazine "Ici" a également été diffusé à cette occasion.

Bilan

De nombreuses retombées dans la presse locale (NR, France Bleu, TV Tours, France 3, RCF) ont été enregistrées suite à des prises de parole de l'ADT sur le sujet de Vitiloire. Autour de 1 500 personnes ont assisté au total aux 12 ateliers proposés, plus de 1 500 personnes ont participé au jeu-concours dont 500 d'entre elles ont pu être intégrées à notre base de contacts qualifiés. La ville de Tours et les syndicats viticoles ont salué l'action menée par l'ADT.

Perspectives

Les deux actions sont renouvelées en 2017, les ateliers de cuisine trouvant même une place encore plus centrale au sein de la manifestation avec l'installation d'un nouveau chapiteau dédié, voulu par les organisateurs.





✓ L'Année saint Martin de Tours

L'Agence départementale du Tourisme a participé activement à la commémoration du 1700^{ème} anniversaire de la naissance de saint Martin en axant son action sur l'accueil des visiteurs et pèlerins. C'est ainsi qu'elle a mis en œuvre trois actions majeures qui viennent en complément de la communication faite de l'événement sur l'ensemble des dispositifs de communication de l'ADT, tant papier que numérique :

- La Charte d'engagement d'accueil des pèlerins et visiteurs, réalisée conjointement par le Diocèse de Tours et l'ADT. Cette charte proposait aux hébergeurs de se retrouver autour d'engagements communs pour offrir aux pèlerins et visiteurs un accueil conforme à leurs attentes. 70 hébergements ont signé cette charte.
- Le Menu Saint-Martin : une vingtaine de restaurateurs tourangeaux ont proposé des formules "Menu de saint Martin". Celles-ci s'articulaient autour de recettes locales de saison, mijotées, servies dans un plat commun et qui étaient à partager de manière chaleureuse entre les convives d'une même table. Des boissons locales étaient également proposées. L'ADT a mis à disposition de ces restaurateurs une panoplie de Publicité sur le Lieu de Vente (PLV) pour promouvoir et organiser cette opération.
- Un dépliant saint Martin, bilingue, remis aux partenaires touristiques de l'opération, aux offices de tourisme et aux lieux de célébration, a été édité à 40 000 exemplaires et un dépliant sur les manifestations majeures de cette commémoration à 20 000 exemplaires.

L'ADT a participé au Comité de pilotage d'organisation de cet événement mis en œuvre et présidé par la Ville de Tours.



✓ Congrès des Pompiers de Tours - Septembre 2016

Après avoir participé au Congrès des pompiers à Agen pour promouvoir l'édition 2016 à Tours, l'ADT a poursuivi son soutien auprès des organisateurs et de l'Office de Tourisme Tours-Val de Loire.

Du 21 au 24 septembre 2016, sur le site du Parc des Expos, l'Office de Tourisme Tours-Val de Loire, la Ville de Tours et l'ADT Touraine ont organisé une présentation commune de la destination sur un stand unique dans le Grand Hall. L'ambition était de séduire les congressistes et les visiteurs pour leur donner envie de revenir en Touraine

dans les prochains mois !

Outre le patrimoine architectural, c'est toute la variété et la diversité de l'offre qui ont été mises en avant : une destination dynamique et conviviale, avec d'importants événements culturels et sportifs, une gastronomie vivante et variée, des lieux contemporains saisissants, des activités culturelles et de loisirs inépuisables...

Pour rappel, le Congrès National des Sapeurs-Pompiers, c'est 50 000 visiteurs venus de tous les continents, 3 500 congressistes, 450 exposants...



5. Administration et fonctionnement

✓ Réunions des membres et des administrateurs de l'ADT

Les réunions des membres de l'ADT ont été programmées comme suit au cours de l'année 2016 :

- Assemblée générale : 27 mai 2016
- Conseil d'administration : 11 mars, 27 mai, 23 septembre, 15 décembre 2016
- Bureau : 11 juillet 2016

✓ Formations

Développement des compétences de l'équipe

Afin de garantir l'évolution des compétences aux besoins de la stratégie et de la structure, et afin de répondre aux exigences de la réforme du système de formation professionnelle (Loi du 5 mars 2014), l'ADT a engagé une vraie démarche de développement des compétences pour les salariés. Une grande partie de l'équipe de l'ADT avait bénéficié en 2015 d'une formation sur le storytelling afin de pouvoir produire plus de contenus visuels et rédactionnels.

7 collaborateurs se sont formés et continuent à se former à la vidéo sur iPhone afin de produire des visuels destinés aux réseaux sociaux. Ces vidéos chargées d'optimiser la visibilité de la destination sont proposées sous la forme de chroniques bimensuelles mises en ligne sur Facebook et YouTube ainsi que sur les supports numériques de l'ADT. Elles sont intégralement réalisées par les collaborateurs. Grâce au plan de formation commencé en 2015, certains collaborateurs ont pu bénéficier en 2016 de formations complémentaires notamment sur la photographie et la réalisation de montages vidéos plus complexes et de qualité professionnelle.

Pierre SABOURAUD a quitté la direction de l'ADT au 31/12/2016

Isabelle COQUELET, chargée de communication, a quitté l'ADT le 09/12/2016 pour rejoindre la Direction de l'Attractivité des Territoires du Conseil départemental.

Au niveau de l'administration de l'ADT, l'absence prolongée sur l'année 2016 de l'assistante de direction a contraint la structure à faire évoluer les compétences d'une salariée sur ce poste. Cette dernière a bénéficié d'une formation certifiante d'assistante de direction sur la fin de l'année 2016.

Formations dispensées

Depuis 2015, l'ADT est organisme de formation et propose des formations correspondant aux attentes et besoins des professionnels. En 2016, l'ADT a dispensé deux formations :

- Connaissance de l'offre du Val de Loire (2 sessions). Cette formation permet de visualiser les incontournables de l'offre de la Touraine et du Val de Loire et ainsi de faire prendre conscience à chacun de son rôle de prescripteur de la destination.
- Connaissance des clientèles, typologie sociétale et origine géographique (1 session). Cette formation aide les professionnels à mieux connaître leurs clients, leurs attentes, leurs codes culturels afin de tendre vers un accueil adapté et personnalisé.



L'équipe de l'Agence départementale du Tourisme



Étienne MARTEGOUTTE
Le Président
élu par le Conseil d'administration



Pascal PILLAULT
Directeur délégué
Tél. 02 47 31 42 55



INGÉNIERIE / QUALIFICATION DE L'OFFRE / ANIMATION DES RÉSEAUX PROFESSIONNELS

Administration



Frédérique BONNARGENT
Responsable administrative
Tél. 02 47 31 42 54



Sabrina LEDUC
Secrétariat de direction
Tél. 02 47 31 47 48

Mathilde AUBERT
Démarche Qualité
Tél. 02 47 31 42 60



Valérie NOBILLEAU
Animation du réseau des offices de tourisme
Marque Tourisme & Handicap
Tél. 02 47 31 42 64



Magalie TAFFUT
Assistante Qualité
Marque Accueil Vélo
Tél. 02 47 31 17 11



PROMOTION DE L'OFFRE - MARKETING



Francis MATTEO
Diffusion/Régie publicitaire
Tél. 02 47 31 42 59

Jérôme HUET
Marketing/Production de contenus
Tél. 02 47 31 42 58



Jean-Christophe COUTAND
Gestion de l'information/Production de contenus
Tél. 02 47 31 42 66

Fabrice LION
Communication digitale/Réseaux sociaux
Tél. 02 47 31 49 39



Sabrina LEDUC
Traitement de l'information
Tél. 02 47 31 47 48

Samuel BUCHWALDER
Communication/Relations avec la presse/
Production de contenus
Tél. 02 47 31 42 93



Yannick DOLEANS
Éditions/PAO/Place de Marché
Tél. 02 47 31 42 56

Aurore BAUDRY
Relations avec les prescripteurs de voyages
Tél. 02 47 31 42 65



LE FONCTIONNEMENT DE L'AGENCE DÉPARTEMENTALE DU TOURISME EST ASSURÉ PAR :

Un Conseil d'administration composé de 24 membres, représenté par son Président
Une équipe salariée de 14 personnes, encadrée par le Directeur délégué, par délégation du Président