



Rencontre annuelle Partenaires Angers Loire Tourisme

25/01/2011



Ordre du jour

- Présentation du pôle marketing agrément
- Bilan de saison 2010
- Plan d'actions marketing 2011
- Echanges avec la salle

Le pôle marketing agrément



Olivier
BOUCHEREAU
Directeur Marketing et
Commercial Agrément

Tél. 02 41 23 50 25
olivier.bouchereau@angersloiretourisme.com



Céline
EON
Responsable
Communication

Tél. 02 41 23 50 26
celine.eon@angersloiretourisme.com



Delphine
MERLE
Responsable Commerciale
Groupes Tourisme

Tél. 02 41 23 50 22
delphine.merle@angersloiretourisme.com



Cécile
GLIPA - LEPRON
Responsable Tourisme
de Séjour Individuel

Tél. 02 41 23 50 41
ceclie.lepron@angersloiretourisme.com



Laurent
TALLANDIER
Attaché Commercial Groupes
Visites Guidées

Tél. 02 41 23 50 10
laurent.tallandier@angersloiretourisme.com



Céline
LERICHE
Assistante
Communication

Tél. 02 41 23 50 44
celine.leriche@angersloiretourisme.com



Mieke
OVERLAET
Assistante
Presse

Tél. 02 41 23 50 42
mieke.overlaet@angersloiretourisme.com

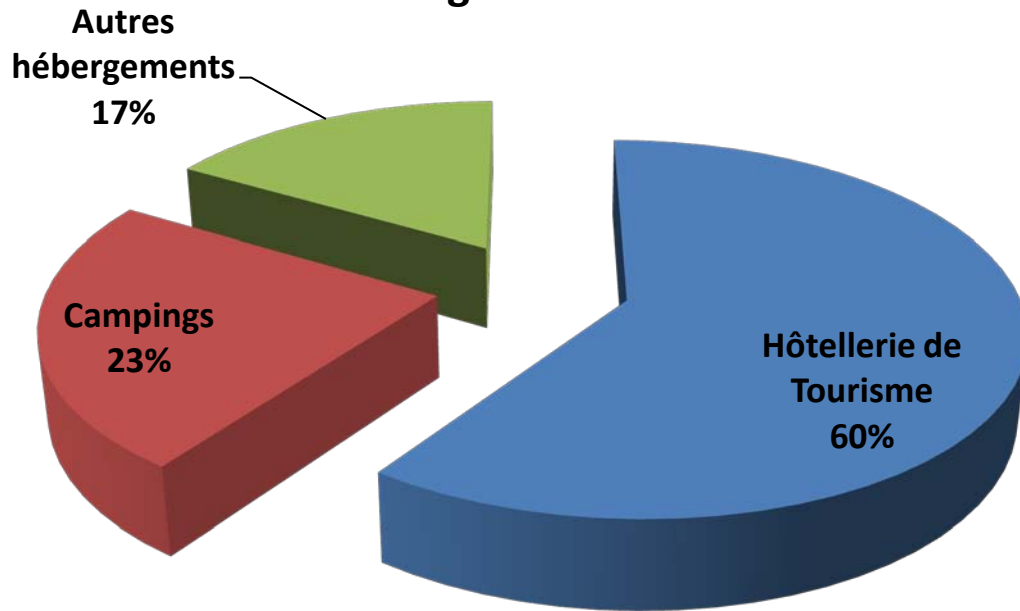


Bilan de saison 2010

Offre en hébergement marchand

Angers Loire Métropole

**Répartition des 7162 lits
dans l'hébergement marchand**

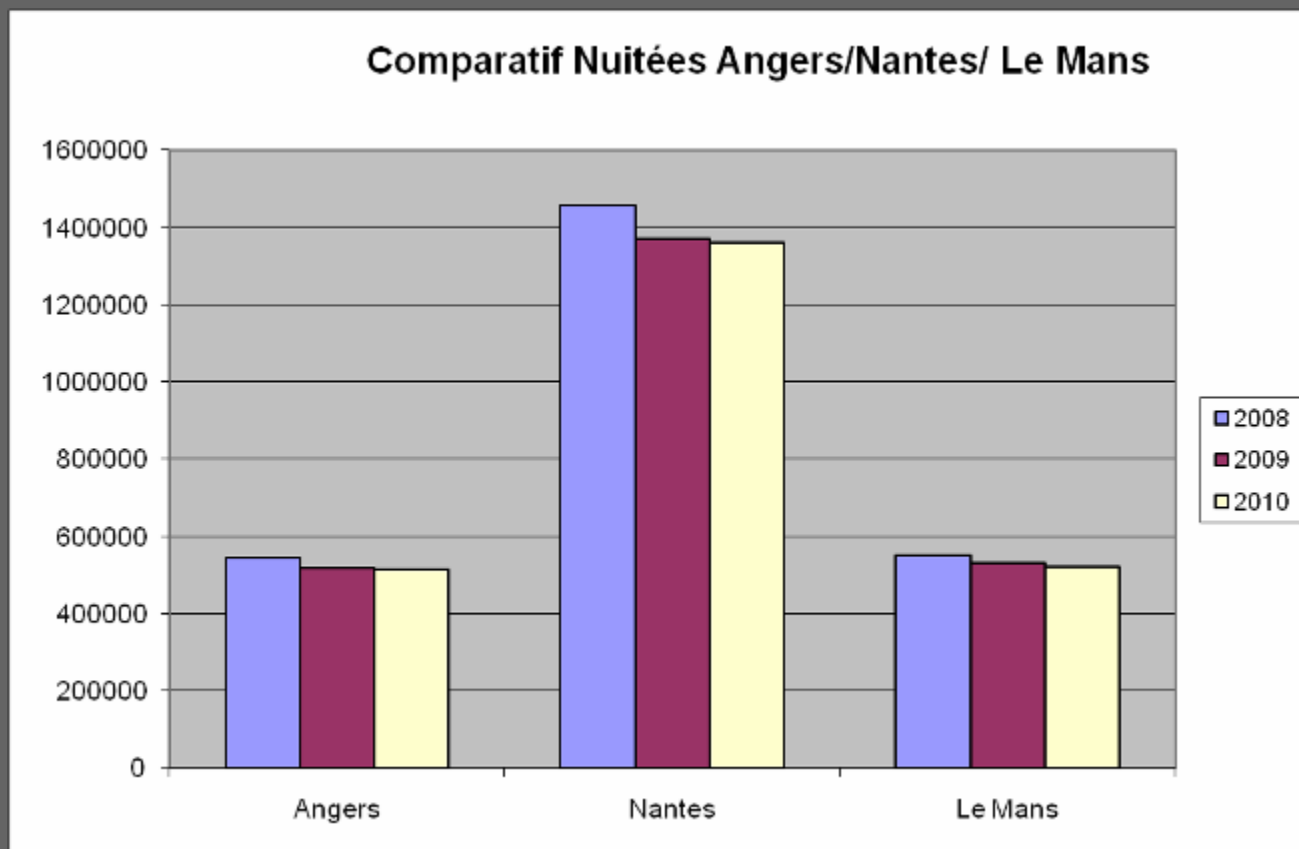


- 51 hôtels
- 1 résidence de tourisme
- 6 campings
- 7 aires camping-car
- 23 gîtes
- 33 chambres d'hôtes
- 23 meublés
- 9 centres d'accueil

Fréquentation hôtelière

(source=INSEE, 37 hôtels dans le panel)

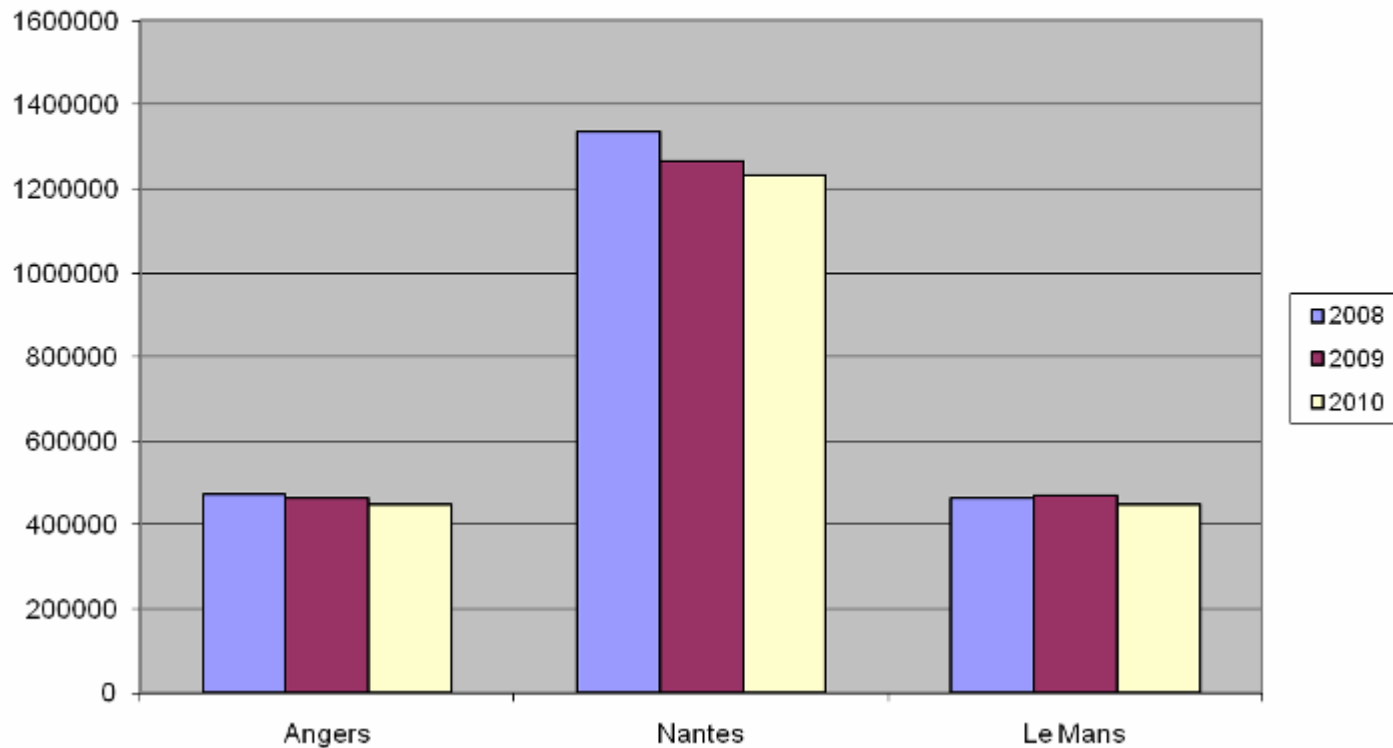
Un nombre de nuitées stable par rapport à 2009 (-0.18 %)



Fréquentation hôtelière

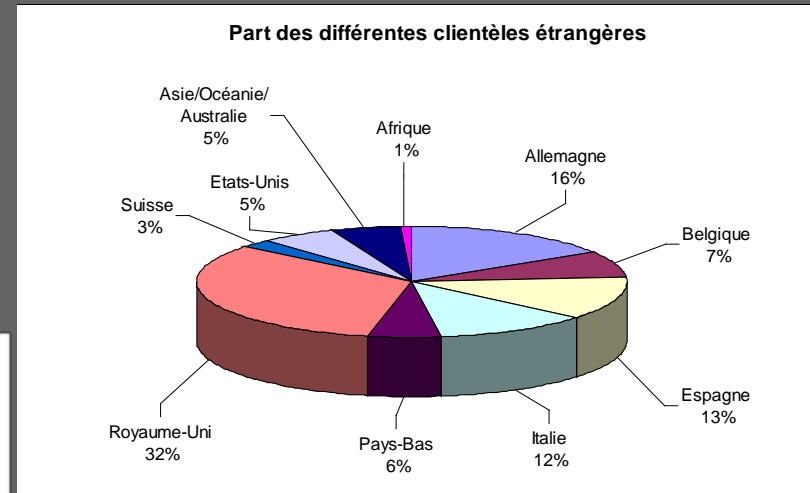
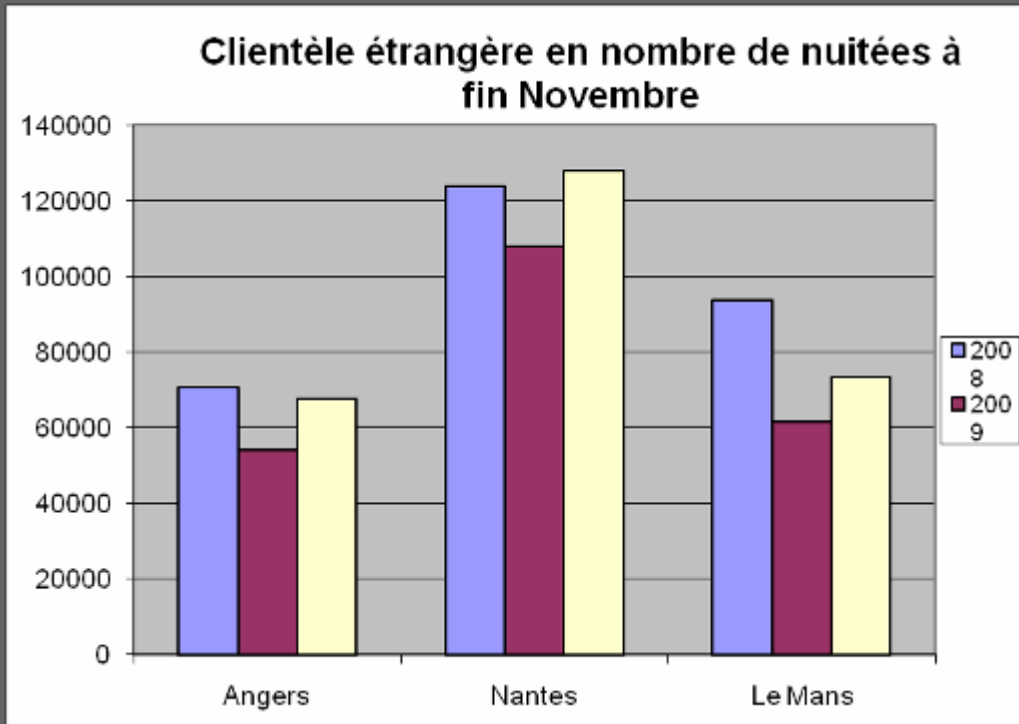
Une baisse des nuitées françaises (-3,08 %)

Clientèle française en nombre de nuitées à fin novembre



Fréquentation hôtelière

Un retour des clientèles étrangères (+ 24,51 %)

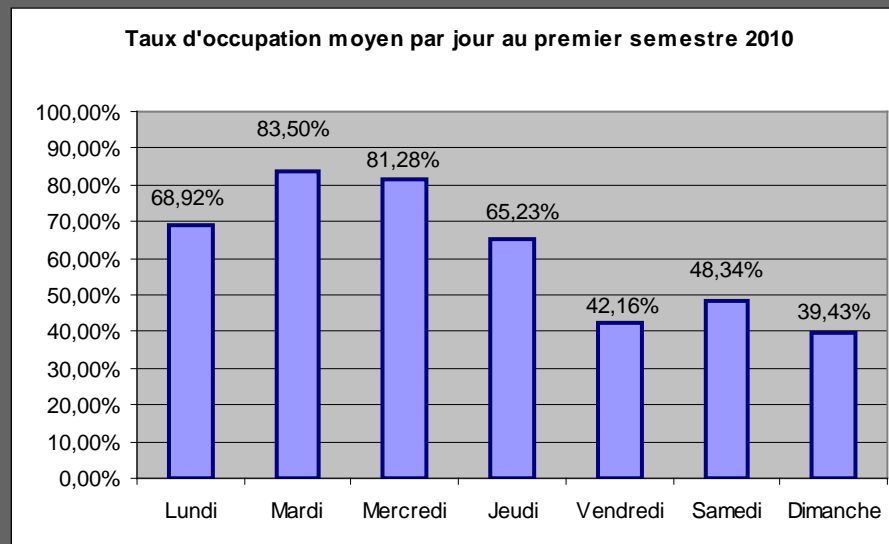


Fréquentation hôtelière

Chiffres-clé : données comparatives, à fin novembre 2010

Source : INSEE

	Angers	Nantes	Le Mans
Taux d'occupation	59,2 %	59,7 %	56,1 %
Durée moyenne de séjour	1,49	1,54	1,45
Part des nuitées étrangères	13,1 %	9,4 %	14 %
Part de la clientèle affaires	67,69 %	71,06 %	66,51 %



Fréquentation hôtelière

Analyse par catégorie d'hôtels (au 30/11/2010)

Source : Deloitte

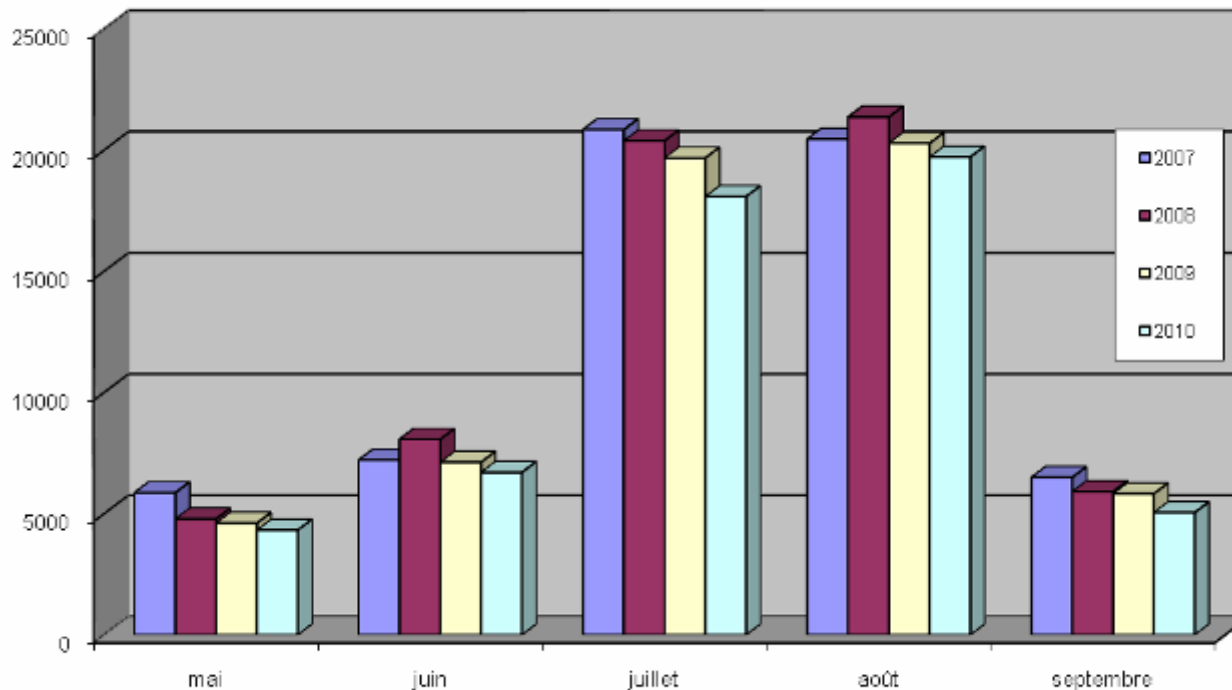
	Angers	Nantes	Rennes
Revenu moyen par chambre			
***	92 € (-2,3 %)	86 € (-0,4 %)	85 € (-2,8 %)
**	64 € (+3,6 %)	65 € (+ 1,5 %)	63 € (+4,6 %)
Economique	37 € (+ 2 %)	41 € (+3,1 %)	36 € (+1,8 %)
REVPAR			
***	51 € (-1,7 %)	51 € (+0,4%)	51 € (+1,6 %)
**	37 € (- 1,5 %)	40 € (-2,7 %)	35 € (+3,5 %)
Economique	25 € (+0,7 %)	28 € (+4,6 %)	22 € (+2,1 %)

Fréquentation hôtellerie de plein air

(source: Cyvelstat, 4 campings)

Un nombre de nuitées en baisse de 6 %, mais un bilan contrasté selon les campings

Evolution des nuitées depuis 2007



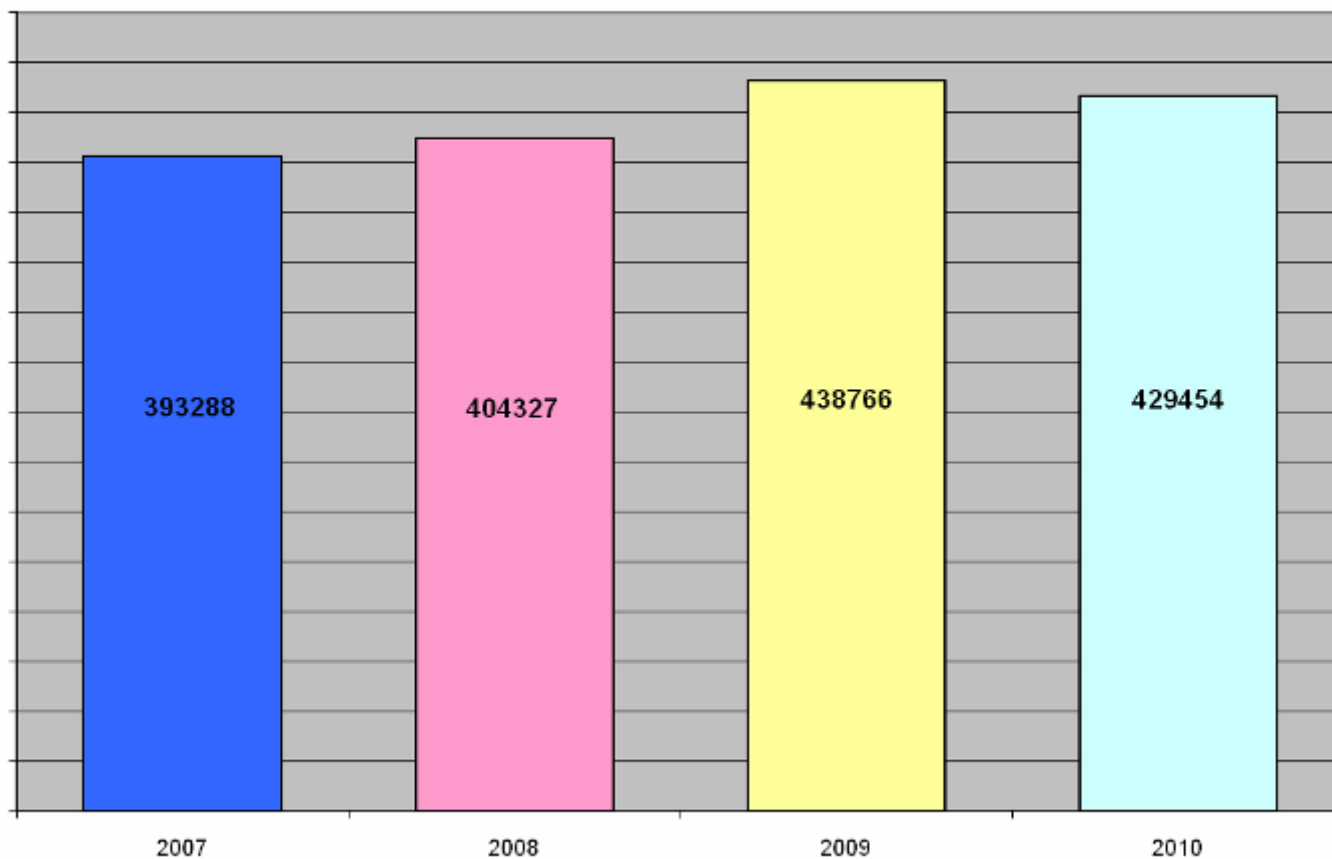
- Des nuitées françaises stables
- Des nuitées étrangères en baisse de 15 %

Fréquentation sites touristiques

(source: Cyvelstat, 12 sites)

NB : Ces chiffres n'incluent pas les 260 000 visiteurs de Terra Botanica

Nombre de visiteurs à fin décembre 2010



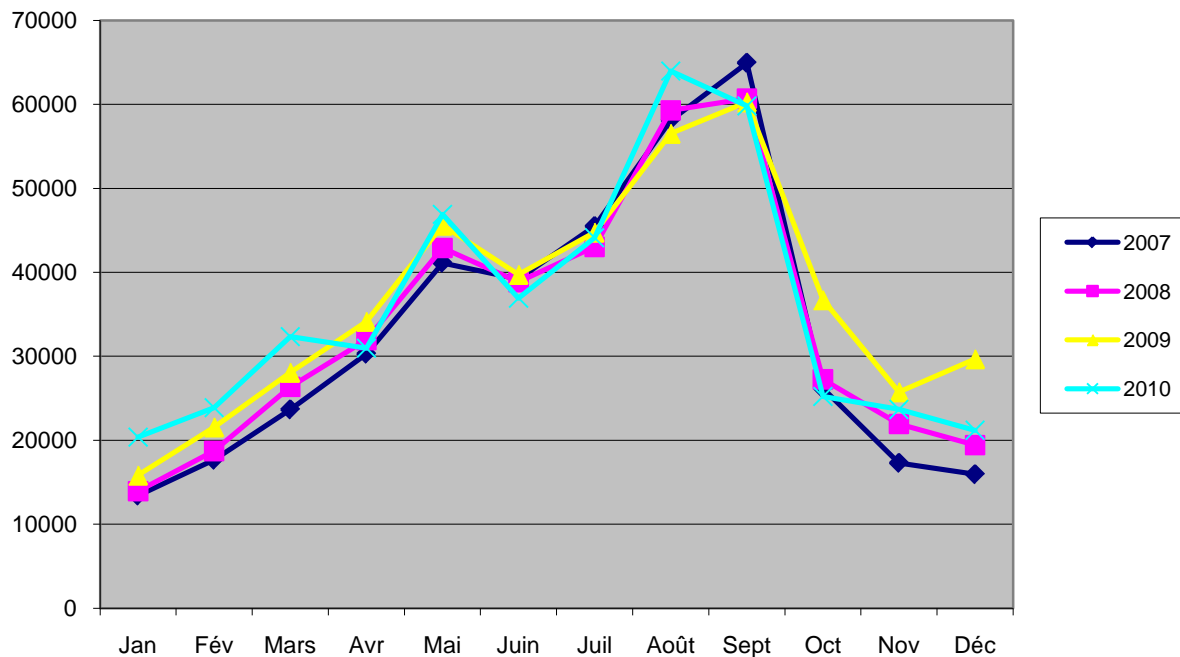
➤ Un léger retrait global de 2 %

➤ 6 sites en hausse, 6 sites en baisse

Fréquentation sites touristiques

Une fréquentation contrastée selon les mois

Fréquentation mensuelle 2010



➤ Un très bon 1^{er} trimestre et mois d'août

➤ Impact de l'expo Enluminure sur le dernier trimestre 2009 -/- 2010

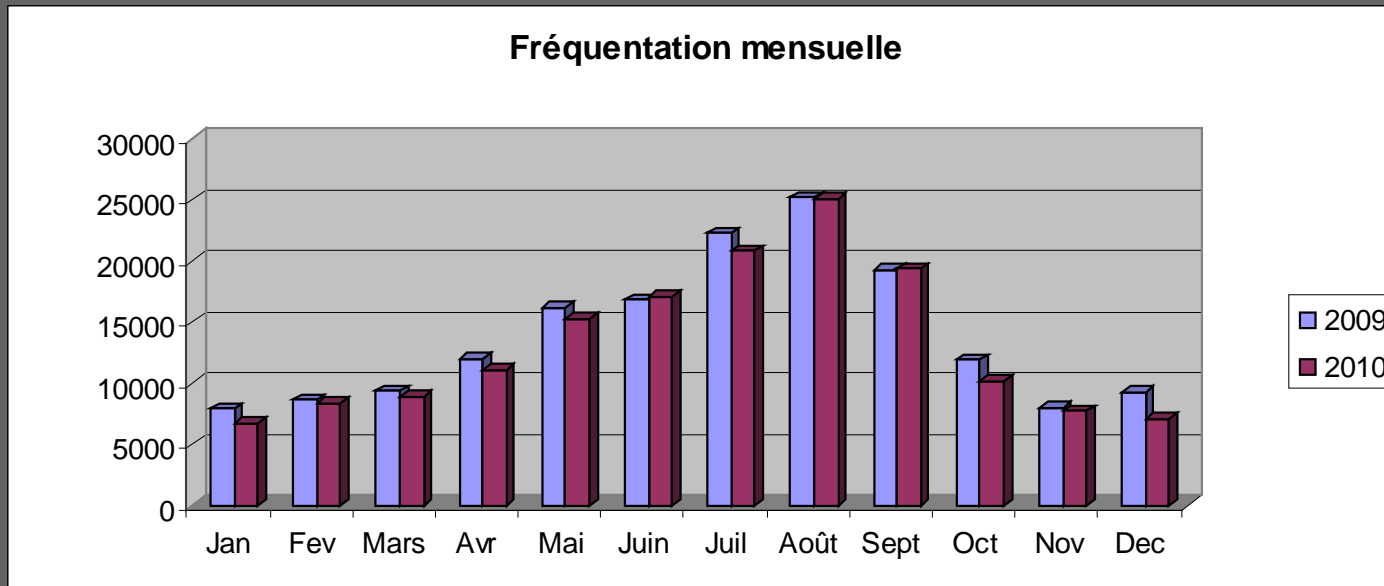
Fréquentation office de tourisme

Un flux de visiteurs en baisse : - 5,5 % (157 498 contre 166 738)

Un nb de demandes en hausse :

+ 7,3% (116 484 demandes contre 108 521)

(Tous modes de contact confondus & tous lieux d'accueil sur Angers : Place Kennedy + Maison des Chauffeurs + Maison du Port)





Plan d'actions marketing 2011

Le contexte

➤ Cohérence avec le plan marketing 2010-13, feuille de route pour la promotion de la destination



➤ Des cibles prioritaires

- o France : angevins, Grand Ouest + région parisienne
- o Pays limitrophes : Grande-Bretagne, Allemagne, Belgique, Italie, Espagne
- o Seniors, familles, groupes

➤ Un positionnement : 4 V

VILLE : richesse du patrimoine, vie culturelle, flânerie et shopping en ville, concentration d'hébergement marchands

VAL DE LOIRE : châteaux, Loire à Vélo, art de vivre, qualité de vie

VIGNOBLES : 30 AOC, évènements liés aux vins, offre gastro et oenotouristique

VEGETAL : Terra Botanica, parcs, jardins, villes et villages fleuris

Les enjeux

- 1) Développer la notoriété et l'attractivité de la destination auprès d'une clientèle diversifiée, dans un budget imparti
- 2) Conquérir une nouvelle clientèle, en s'appuyant sur les grands projets du territoire
- 3) Fédérer et mieux mobiliser les acteurs locaux du tourisme

Les enjeux

1) Développer la notoriété et l'attractivité de la destination auprès d'une clientèle diversifiée, dans un budget imparti

- Promouvoir la destination auprès de cibles prioritaires
- Faire évoluer la gamme éditoriale
- Entretenir les relations presse
- Accroître la fréquentation du site web actuel et préparer la nouvelle version
- Optimiser l'outil Génie-Résea

Les enjeux

2) Conquérir une nouvelle clientèle, en s'appuyant sur les grands projets du territoire

- Améliorer la programmation d'Angers auprès des prescripteurs (Tos, autocaristes)
- Adapter l'offre de produits individuels et groupes
- Promouvoir les ventes sur le web

Les enjeux

3) Fédérer et mieux mobiliser les acteurs locaux du tourisme

- Faire connaître les activités de l'office de tourisme
- Diffuser et restituer aux professionnels locaux les données d'observation
- S'appuyer sur les partenaires locaux en tant que prescripteurs de nos produits
groupes et individuels
- Miser sur la complémentarité tourisme d'affaires / tourisme d'agrément

Une réflexion qui s'appuie sur des :

Paramètres externes

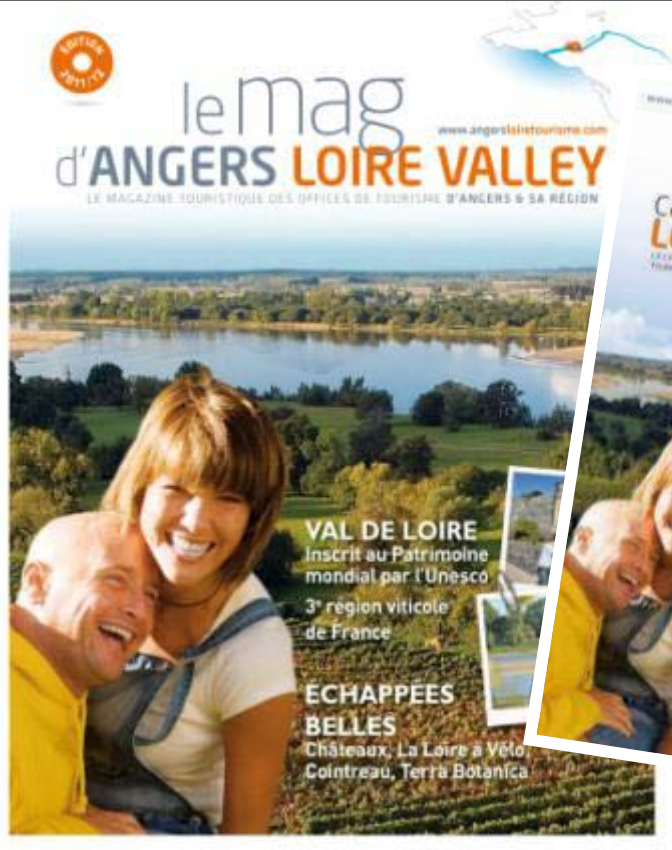
- Observation économique, veille marchés , veille technologique
- Actions mutualisées au niveau du Pays Loire Angers
- Actualités des partenaires privés et institutionnels
- Nouvelles lignes aériennes
- Nouveau code de marque pour le territoire

Paramètres internes

- Ressources humaines
- Budget alloué
- Objectifs commerciaux
- Données qualitatives sur la clientèle de l'OT

Editions – Clientèles Individuels

> Les Guides Touristiques



Magazine Touristique FR - 59 500 ex.
Magazine Touristique GB - 16 500 ex.



Cartes Touristiques
FR/GB, IT/ESP, ALL/NL
120 600 ex.



Guide Hébergement/ Restauration
FR/GB
23 000 ex.



Carte La Loire à Vélo
FR/GB
20 000 ex.

Salons grand public



Journées Tourisme & Loisirs
Opération micromarché CC Grand Maine
Juin 2011



Salon du Voyage et des Loisirs
Organisé par Havas Voyages
5-6 février 2011

Salon des Vacances
3-7 février 2011 à Bruxelles



Workshops / eductours



Eductour Tour Operateurs
27 Mars 2010 et 26 mars 2011



Eductour scénaristes américains
25 septembre 2010

Rendez-Vous en France
29-30 mars 2011 à Bordeaux

City Fair
20 juin 2011 à Londres



Webmarketing

- Référencement (naturel et payant)
- E-newsletter grand public
- Suivi site web, actualisation, enrichissement contenu
- Veille technologique e- et m-tourisme

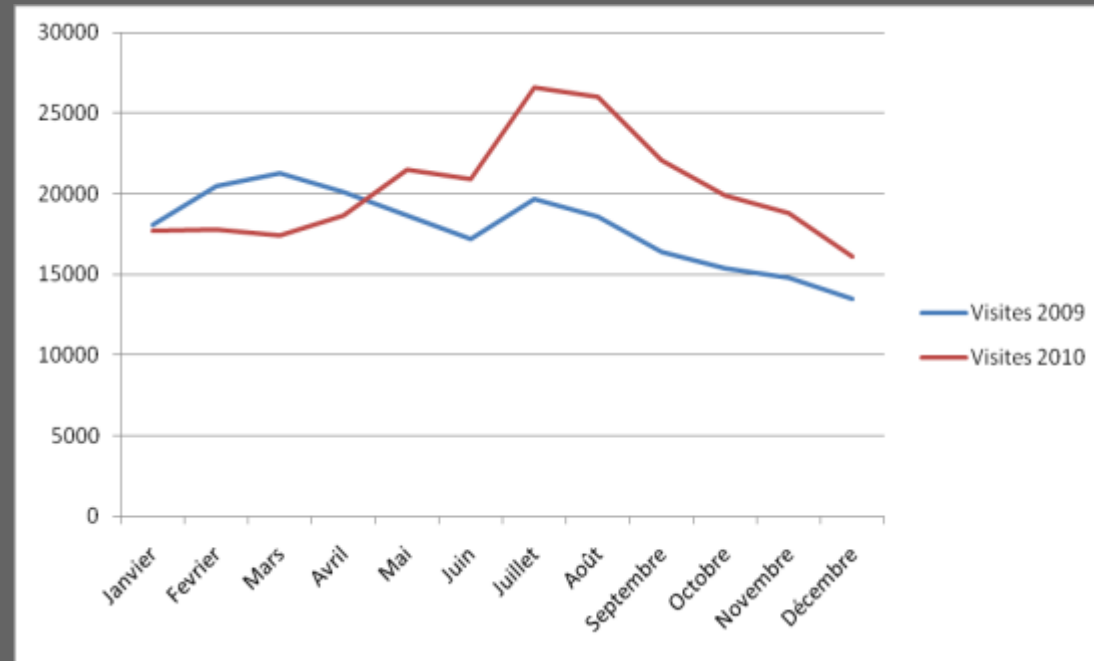


Un nouveau site web en projet,
à l'échelle du Pays Loire Angers

Statistiques web

Fréquentation du site Web en 2010 : + 13 %

- 243 489 visites, vs 214 034 en 2009,
- 188 000 visiteurs uniques
- 1 356 000 pages vues
- Durée moyenne des visites: 7 mn 11s
- Durée moyenne par page : 49 secondes
- Taux de visites entrantes : 58,3 %
- Une audience française à 85 %
- 90 % de l'audience étrangère est européenne



Relations presse

- 15 accueils presse, 44 journalistes
- Conférences de presse Allemagne et Italie
- Collaborations presse (journalistes, éditeurs)
- Dossiers de presse
- Press books

Bonjour PARIS

Stories Destinations Marketplace Classifieds

Home > Stories > French Travel > Pedaling through France's 'Valley of the Kings'

Pedaling through France's 'Valley of the Kings'

By Ann Tunsmeyer

Each year the televised coverage of the Tour de France (July 3-25, 2010) inspires a passion – not only among serious cyclists but anyone who enjoys getting out on two wheels to discover backroads and beautiful landscapes.

If you've ever dreamed of rolling through fields of poppies and historic villages of France, the Loire Valley offers an amazing long distance cycling trail called *Loire à vélo*, following the meandering path of the Loire River. Over mostly gentle terrain, the cycling route is ideally suited for leisurely biking and discovering the many chateaus and rich heritage of the region where nine kings of France spent their holiday time.

Recent Stories
By Ann Tunsmeyer

- Discover Martinique
- Flora, Fauna and Creole Flavor
- Pedaling through France's 'Valley of the Kings'
- Paris Shopping: A Gift That Says Ouh La La!
- Following the Pilgrims' Way in France
- American Taste for French Wine

Angers
Qui s'incontrano la Mayenne e la Sarthe generando lo splendido Maine, che nei pressi di Bouchemaine va a confluire nella Loira, madre di tutte le acque. Angers è la capitale dell'Angiò, un territorio straordinariamente ricco di segni dalle acque e dalle mani dell'uomo, nel segno di signori e castelli, pietre forti ed eleganti destinate alle mani di consuetudine e tagliapetra. L'immagine della città è legata al più grande castello – fortezza di **France**, colosso di tufo calcareo e scito per un chilometro di circonferenza, fortificato con 17 torri, sembra vigilare questo territorio nel regno del re di **France**. Durante il regno del Plantagenet, con Enrico II e Riccardo Cuor di Leone, l'Angiò o la sua capitale divenne il cuore di un impero annesso un secolo dopo alla Corona di **France**. Nella fortezza è conservato l'organo dell'Accademia, capolavoro dell'arte tessile lungo 110 metri e intonato con 70 anni. Anche Angers vive nel segno dell'arte e della battagliera. Negli ultimi anni tanto è stato fatto e ancora si sta facendo per realizzare una mobilità urbana improntata al progressive abbandono dell'auto. Largo dunque alle tramvie e alle biciclette. Ma soprattutto ad uno stile di vita che fa dell'equilibrio tra spazio e tempo il proprio punto di riferimento. Il centro storico è un percorso tanto breve quanto intenso in arte, storia e architettura. Angers non è una metropoli ma ha il carattere forte di una capitale ed è carica di una belle energie che sembra spriggerla verso un futuro movimentato. Da non perdere un piccolo viaggio nel viaggio lungo i grandi fiumi Maine e Loira facendo tappa a Bouchemaine, villaggio in cui si respira l'essenza della vita fluviale. Nelle autunno annunciano giornate di sole pieno e luci ridenti accompagnando i ciclisti verso il paesaggio di aridità che circonda la zona di Trélacé. L'ardesia fine di Angers è la più pregiata del mondo e la sua vena bisbetica impressiona tutti i capolavori architettonici della Valle della Loira. Il viaggio termina nell'Angiò nel segno della pietra e dell'acqua, ma anche del vino, dei fiori e dei cavalli che in questa zona vengono allevati secondo tradizione. Se è vero che esiste l'arte del pasticcaggio, l'Angiò è un'opera che fiora la perfezione dove nobili e contadini, artisti e operai, vivono una raffinata quotidianità all'insegna della fortezza. Come insegnano i grandi fiumi.



Tourisme de séjour individuel



Centrale de
réservation : bilan
2010 & projets



Brochure
'EVADEZ-VOUS EN
QUELQUES CLICS !



City Pass 2011



Centrale de réservation

Grand Public : 2010 en bref



⇒ **2301 nuitées** (2 788 nuitées en 2009) : ↘ 20 %

⇒ 17% résas chambres d'hôtes / 83% hôtel

⇒ 35% des ventes en ligne / 19% par téléphone

45% dernière minute

⇒ **Répartition des ventes par prestations :**

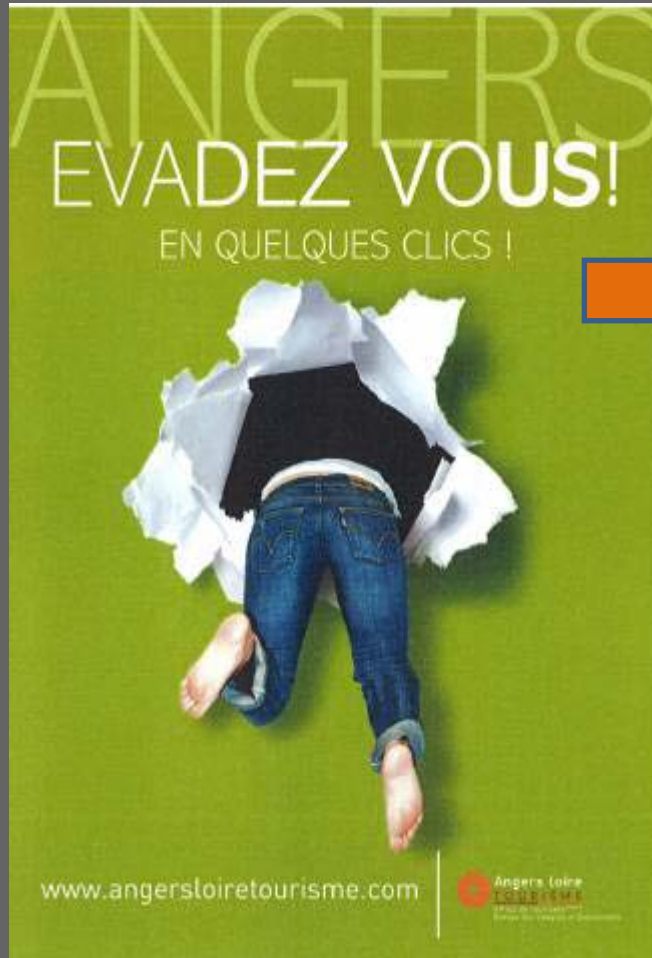
83% Hébergement sec / 11.5% panier dynamique / 5%
packages

👉 Utilisateurs Génie-Résa :

Nouvel espace professionnel

Passerelle Génie-résa / RéservIT

Promouvoir et développer la vente des services en ligne sur www.angersloiretourisme.com



Les CITY PASS d'ANGERS LOIRE VALLEY :

Plus de **20** partenaires touristiques
en accès libre

Plus de **40** partenaires
« Avantages / Réductions »

Nouveauté : une brochure dédiée aux partenaires City Pass

👉 L'outil de développement et de promotion touristique **incontournable**
du territoire

Les City Pass
d'ANGERS LOIRE VALLEY

L'outil de visite indispensable pour découvrir Angers et sa région au meilleur prix !
The tool of indispensable visit to discover Angers and its region to the best price!

Visitez plus, dépensez moins !
City Pass
Le Pass
Tourisme
Enjoy more, spend less!

CITY PASS 24h 15€
CITY PASS 48h 23€
CITY PASS 72h 29€

* de 20 sites incontournables en accès libre
More than 20 attractions in free access

* de 40 partenaires « Avantages »
More than 40 partners « Subsidies »

Angers Loire Valley
Le Pass Tourisme



Devenez Revendeur City Pass :

- ◆ 10% de commission sur les ventes
- ◆ Achat ferme ou dépôt vente
- ◆ Kit vendeur fourni

Groupes

CLIENTS

CIBLES



MISSIONS



Groupes à partir de 20 personnes

Au programme :
**visite guidée / petit train,
journée ou séjours touristiques.**



MISSIONS

METIER



Métier : Forfaitiste

En collaboration avec environ **100 partenaires** prestataires (sites, restaurants, hébergeurs, transporteurs...)

Mais aussi **une équipe de guides-conférenciers Ville d'Art et d'Histoire**

Laurent : Attaché commercial (réfèrent : visites guidées / train touristique)

Delphine : Responsable commerciale



CTIONS
MMER
ALES

WEB

Double entrée sur le site pour les groupes : Espace Groupes actualisé + Découvrir Angers

SALONS – WORKSHOPS

Salon de Bruxelles, RV France...

DEMARCHAGE AUTOCARISTES

EDITION : Made in Angers Groupes / Brochure Groupes



Echanges avec la salle
/
Visite théâtralisée
du château du Plessis-Macé

25/01/2011