

# Analyse des principaux résultats de la consultation des prestataires du tourisme



Méthodologie



La parole aux acteurs du tourisme



Votre ressenti de la destination



Votre communication



Votre commercialisation



Le séjour de vos clients





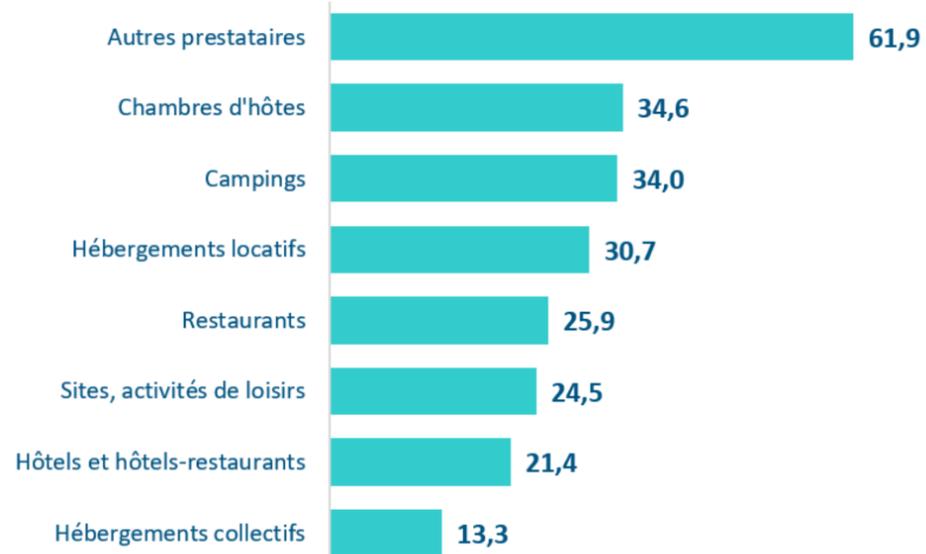
Plus de 300  
prestataires ont  
apporté leur  
témoignage

Une forte  
mobilisation  
des acteurs du  
tourisme

Taux de  
retour  
28,9 %

Une bonne  
représentativité  
des réponses  
par territoire

## Taux de retour par activité en %





Plus de 300 prestataires ont apporté leur témoignage

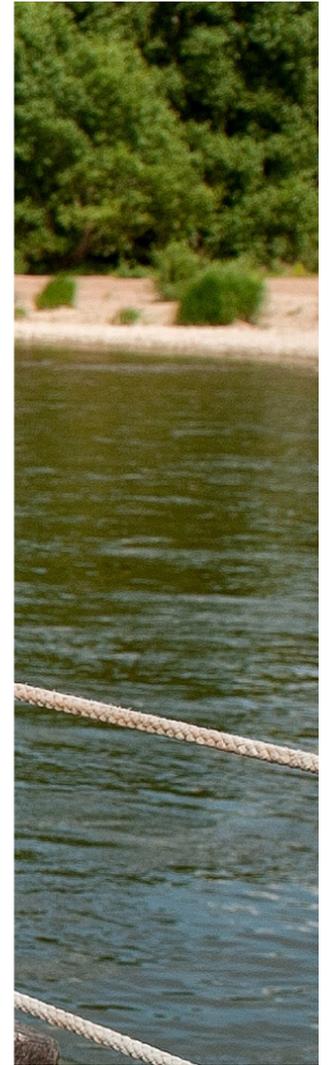
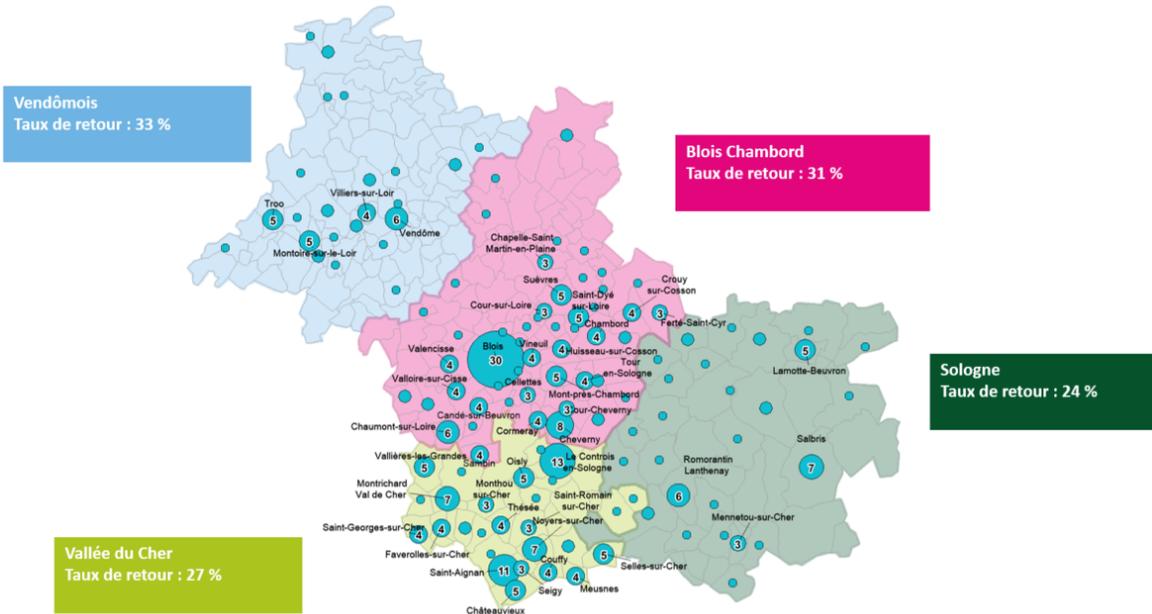
Une forte mobilisation des acteurs du tourisme

Taux de retour  
28,9 %

Une bonne représentativité des réponses par territoire



## Nombre de répondants par commune et taux de retour par territoire d'organisation de l'ADT





Plus de 300  
prestataires ont  
apporté leur  
témoignage

Une forte  
mobilisation  
des acteurs du  
tourisme

Taux de  
retour  
28,9 %

Une bonne  
représentativité  
des réponses  
par territoire

# Analyse des principaux résultats de la consultation des prestataires du tourisme



Méthodologie



La parole aux acteurs du tourisme



Votre ressenti de la destination



Votre communication



Votre commercialisation



Le séjour de vos clients





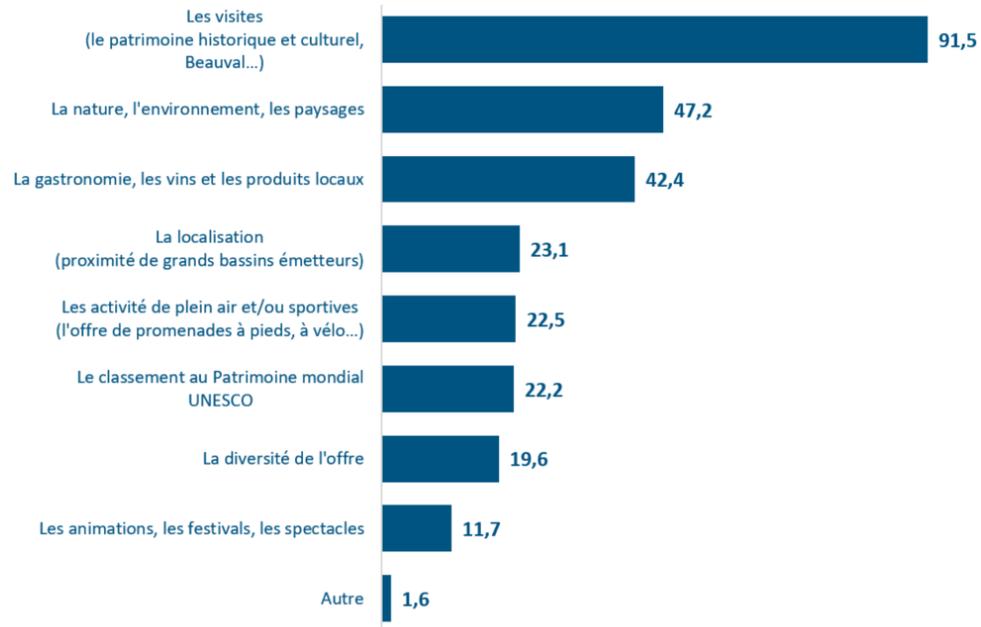
# Les atouts touristiques du Loir-et-Cher

L'offre  
touristique  
largement  
plébiscitée

Une perception  
qui diffère  
légèrement selon  
les territoires...

## Quels sont, selon vous, les 3 principaux atouts touristiques du Loir-et-Cher ?

En % - 3 réponses possibles



Source : Consultation - Assises du Tourisme 2022 - 316 répondants



# Les atouts touristiques du Loir-et-Cher

L'offre  
touristique  
largement  
plébiscitée

Une perception  
qui diffère  
légèrement selon  
les territoires...



## Des résultats qui varient selon l'origine des répondants.

Part des répondants ayant cité les atouts suivants selon le territoire (pour 10 répondants)



Source : Consultation - Assises du Tourisme 2022 - 316 répondants





# Les atouts touristiques du Loir-et-Cher

L'offre  
touristique  
largement  
plébiscitée

Une perception  
qui diffère  
légèrement selon  
les territoires...

# Analyse des principaux résultats de la consultation des prestataires du tourisme



Méthodologie



La parole aux acteurs du tourisme



Votre ressenti de la destination



Votre communication



Votre commercialisation



Le séjour de vos clients



# Une communication qui s'appuie fortement sur les outils numériques



2,9

supports de communication en moyenne

Les 2/3 des répondants communiquent via les réseaux sociaux



Une communication multicanale pour les sites, les activités de loisirs ou les manifestations



Des marques de destination globalement reconnues par les prestataires



## Quel(s) moyen(s) utilisez-vous pour communiquer sur votre activité / vos activités ?

Plusieurs réponses possibles - en %



Source : Consultation - Assises du Tourisme 2022 - 294 répondants



# Une communication qui s'appuie fortement sur les outils numériques



2,9

supports de communication en moyenne

Les 2/3 des répondants communiquent via les réseaux sociaux



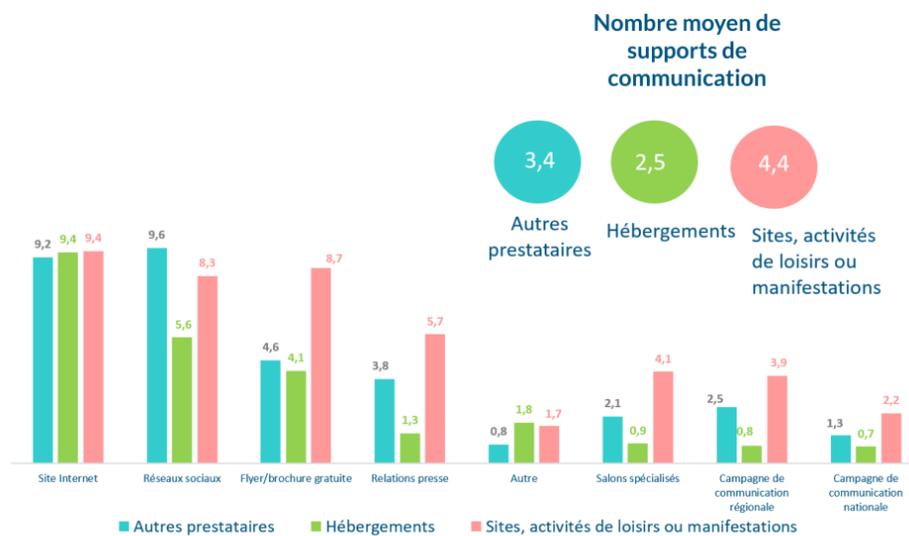
Une communication multicanale pour les sites, les activités de loisirs ou les manifestations



Des marques de destination globalement reconnues par les prestataires

## Part des répondants utilisant les moyens suivants selon le type d'activité

(pour 10 répondants)



Source : Consultation - Assises du Tourisme 2022 - 294 répondants

# Une communication qui s'appuie fortement sur les outils numériques



2,9

supports de communication en moyenne

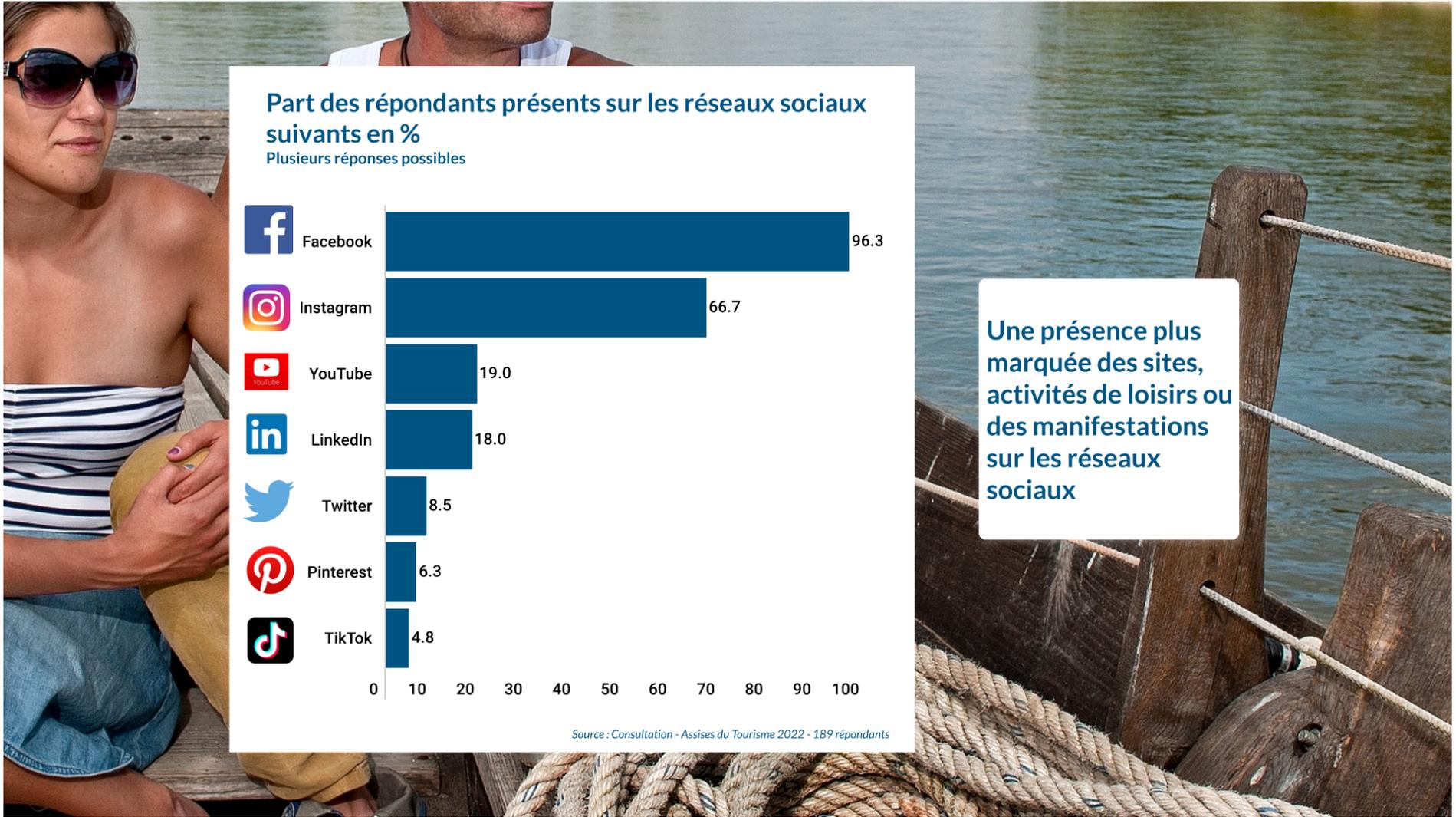
Les 2/3 des répondants communiquent via les réseaux sociaux



Une communication multicanale pour les sites, les activités de loisirs ou les manifestations

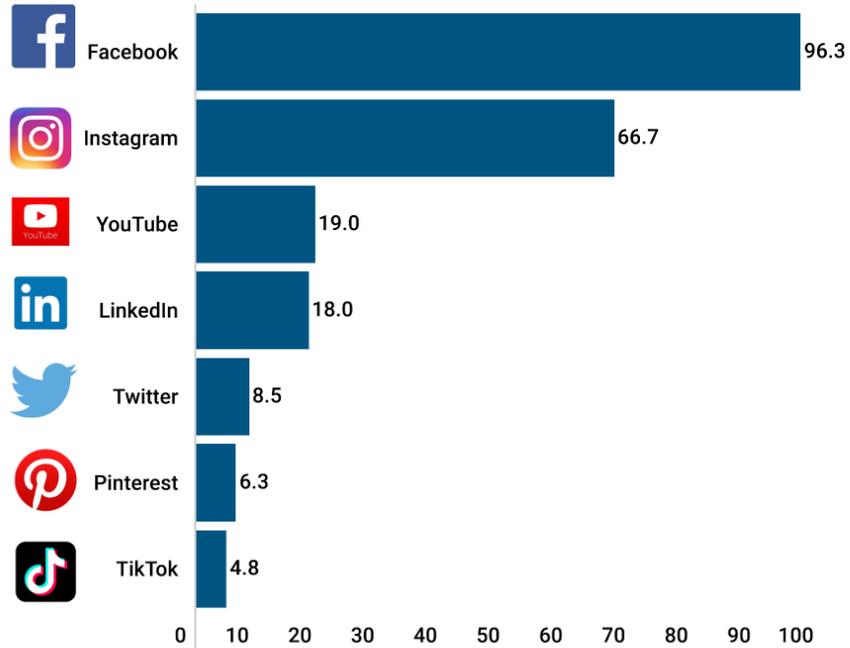


Des marques de destination globalement reconnues par les prestataires



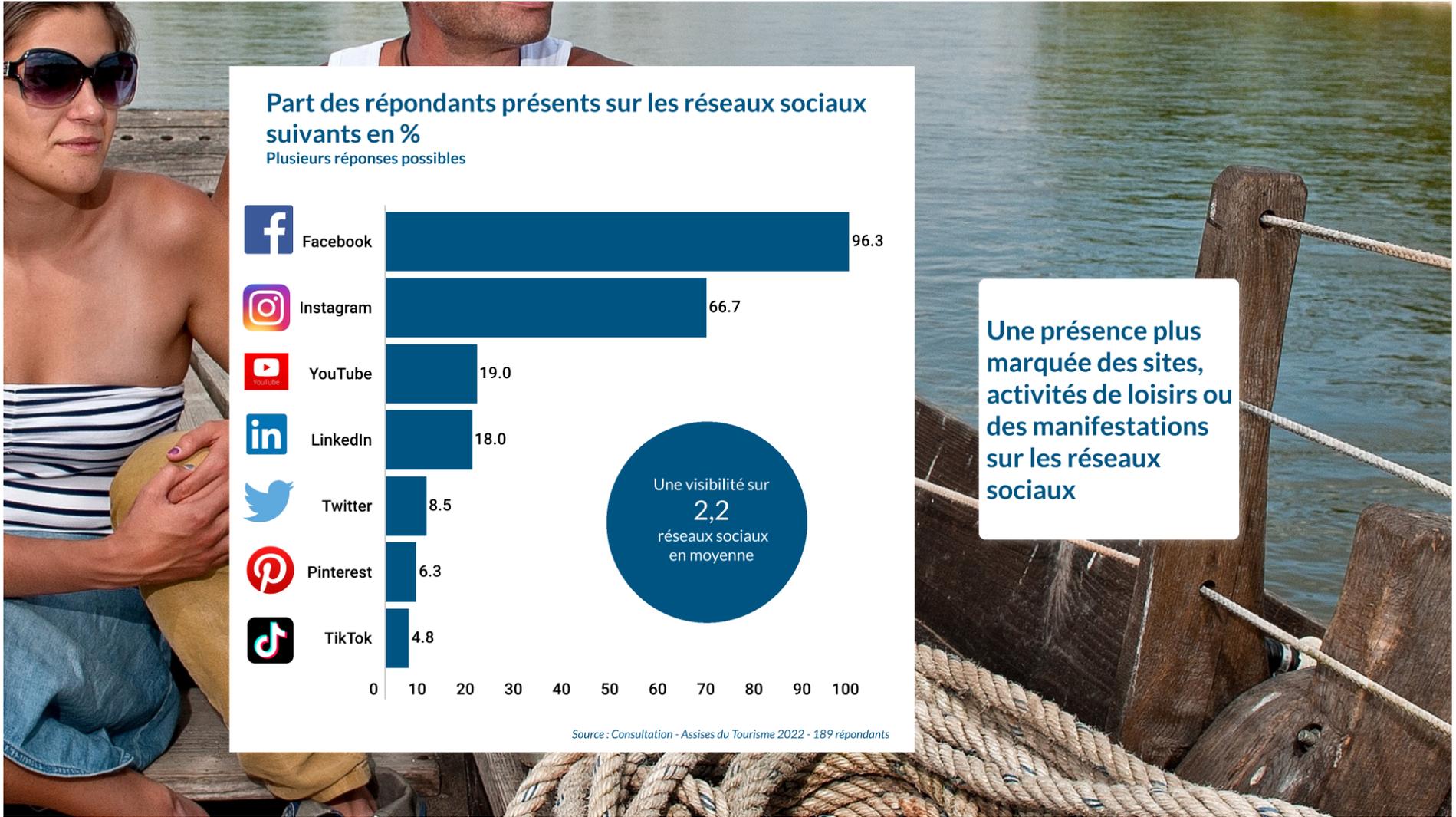
## Part des répondants présents sur les réseaux sociaux suivants en %

Plusieurs réponses possibles

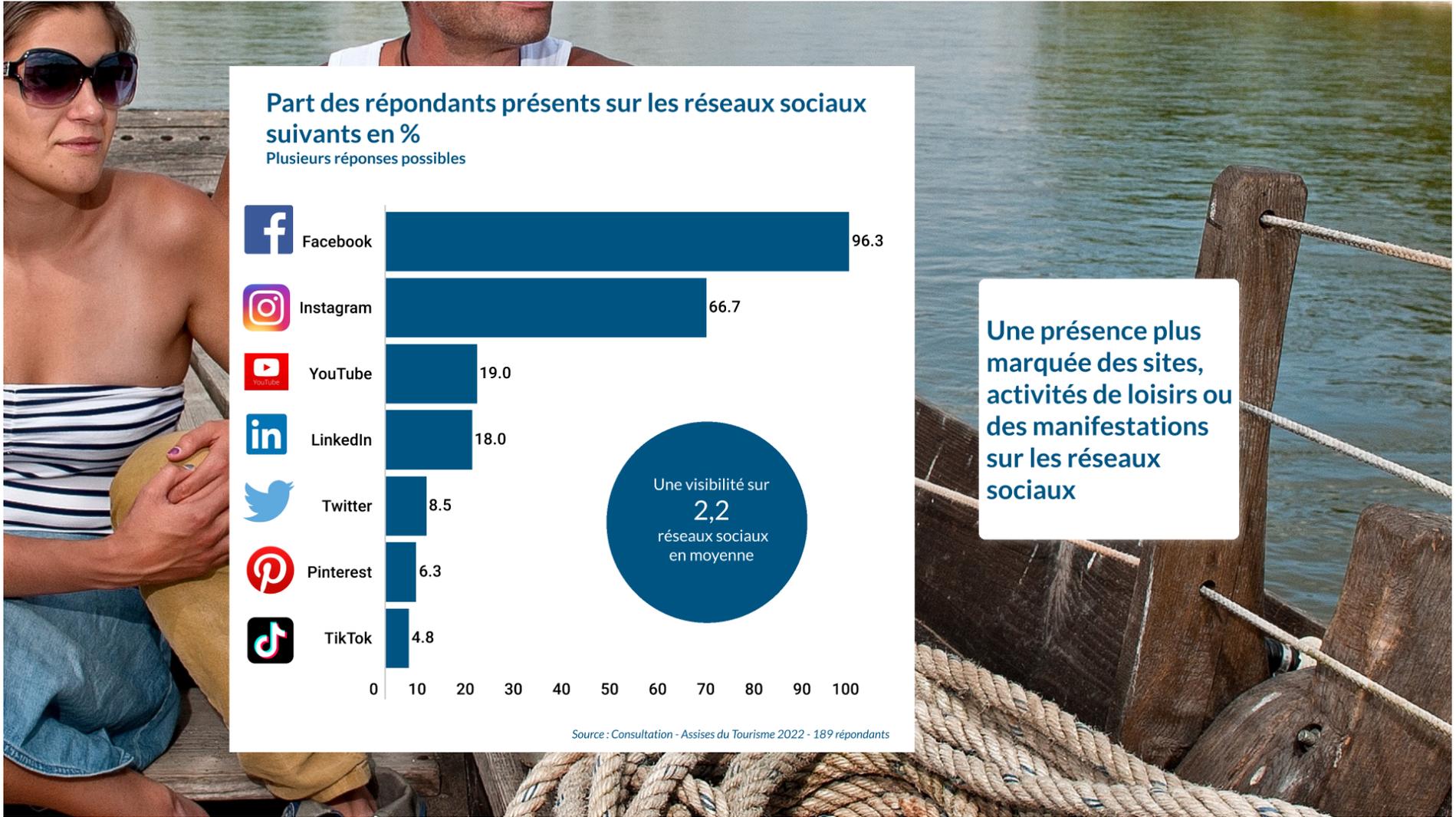


Source : Consultation - Assises du Tourisme 2022 - 189 répondants

Une présence plus marquée des sites, activités de loisirs ou des manifestations sur les réseaux sociaux







# Une communication qui s'appuie fortement sur les outils numériques



2,9

supports de communication en moyenne

Les 2/3 des répondants communiquent via les réseaux sociaux



Une communication multicanale pour les sites, les activités de loisirs ou les manifestations



Des marques de destination globalement reconnues par les prestataires



des répondants se reconnaissent dans les 2 marques de destination...



Source : Consultation - Assises du Tourisme 2022 - 288 répondants

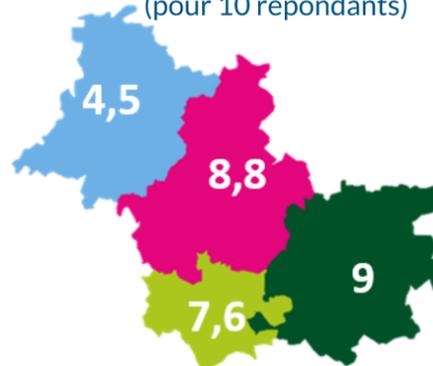


des répondants se reconnaissent dans les 2 marques de destination...



... mais dans le Vendômois, les avis apparaissent plus partagés.

Proportion par territoire (pour 10 répondants)



Source : Consultation - Assises du Tourisme 2022 - 288 répondants



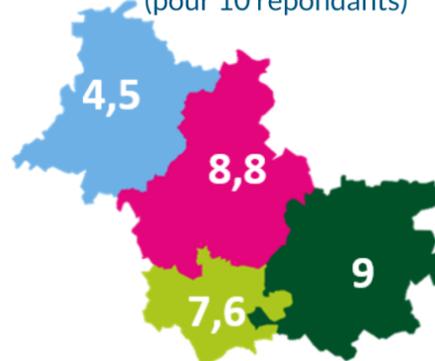
80 %

des répondants se reconnaissent dans les 2 marques de destination...



... mais dans le Vendômois, les avis apparaissent plus partagés.

Proportion par territoire (pour 10 répondants)

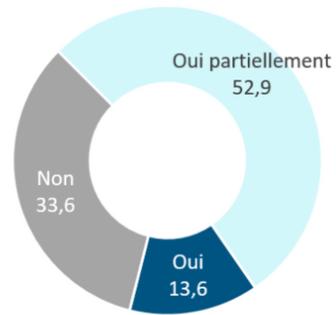


Une connaissance partielle des opérations menées sous l'égide de ces 2 marques

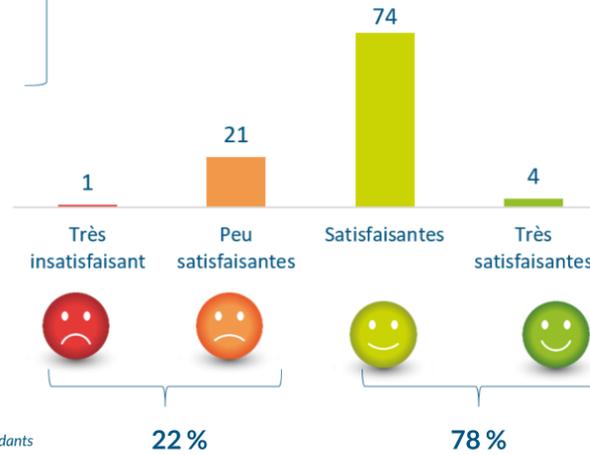
Source : Consultation - Assises du Tourisme 2022 - 288 répondants



## Avez-vous connaissance des opérations menées sous l'égide de ces marques ?



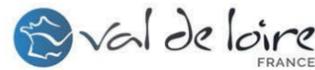
Si oui, comment les qualifieriez-vous ?



Source : Consultation - Assises du Tourisme 2022 - 295 répondants

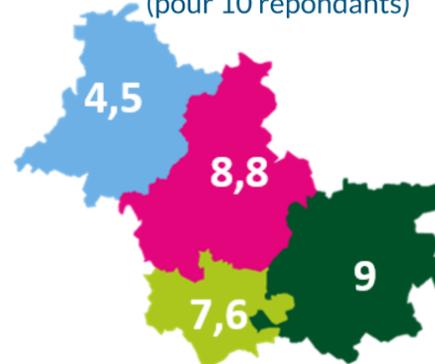


des répondants se reconnaissent dans les 2 marques de destination...



... mais dans le Vendômois, les avis apparaissent plus partagés.

Proportion par territoire (pour 10 répondants)



Une connaissance partielle des opérations menées sous l'égide de ces 2 marques

Source : Consultation - Assises du Tourisme 2022 - 288 répondants

# Une communication qui s'appuie fortement sur les outils numériques



2,9

supports de communication en moyenne

Les 2/3 des répondants communiquent via les réseaux sociaux



Une communication multicanale pour les sites, les activités de loisirs ou les manifestations



Des marques de destination globalement reconnues par les prestataires

# Analyse des principaux résultats de la consultation des prestataires du tourisme



Méthodologie



La parole aux acteurs du tourisme



Votre ressenti de la destination



Votre communication



Votre commercialisation



Le séjour de vos clients





# Quelle est votre cible de clientèle ?

Près de 9  
répondants sur 10  
se positionnent sur  
une cible nationale,  
les 2/3 la clientèle  
européenne

Entre 2 et 3  
canaux de  
distribution  
en moyenne

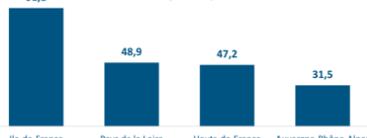
# Quelle est votre cible de clientèle ?

Part en % des répondants ayant une cible de clientèle...  
Plusieurs réponses possibles



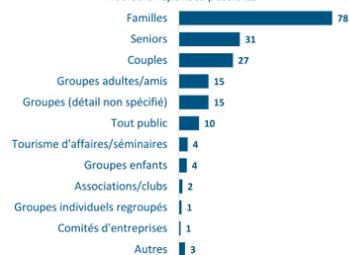
Source : Consultation - Assises du Tourisme 2022 - 235 répondants

Part en % des répondants ayant cité les régions françaises d'origine suivantes...  
Plusieurs réponses possibles



Source : Consultation - Assises du Tourisme 2022 - 223 répondants

Part en % des répondants ayant cité les cibles suivantes...  
Plusieurs réponses possibles



Source : Consultation - Assises du Tourisme 2022 - 227 répondants

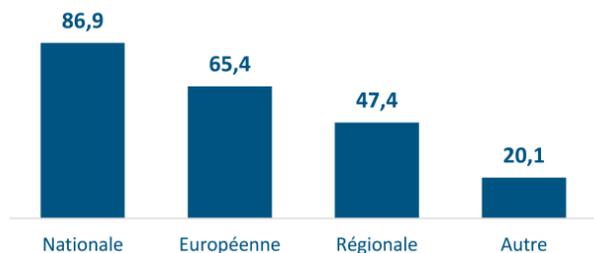
Part en % des répondants ayant cité les pays suivants...  
Plusieurs réponses possibles



Source : Consultation - Assises du Tourisme 2022 - 176 répondants

### Part en % des répondants ayant une cible de clientèle...

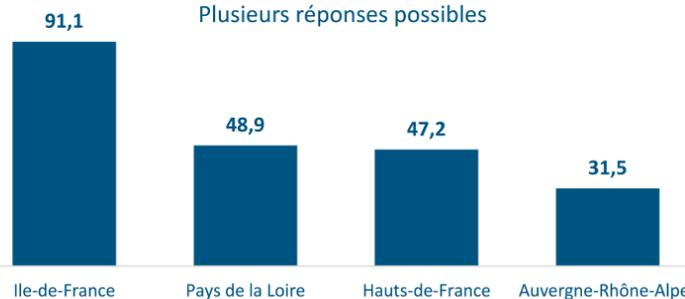
Plusieurs réponses possibles



Source : Consultation - Assises du Tourisme 2022 - 235 répondants

### Part en % des répondants ayant cité les régions françaises d'origine suivantes...

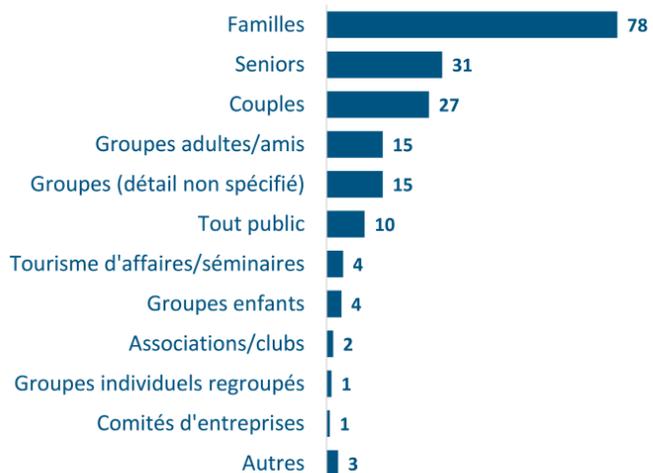
Plusieurs réponses possibles



Source : Consultation - Assises du Tourisme 2022 - 223 répondants

### Part en % des répondants ayant cité les cibles suivantes ...

Plusieurs réponses possibles



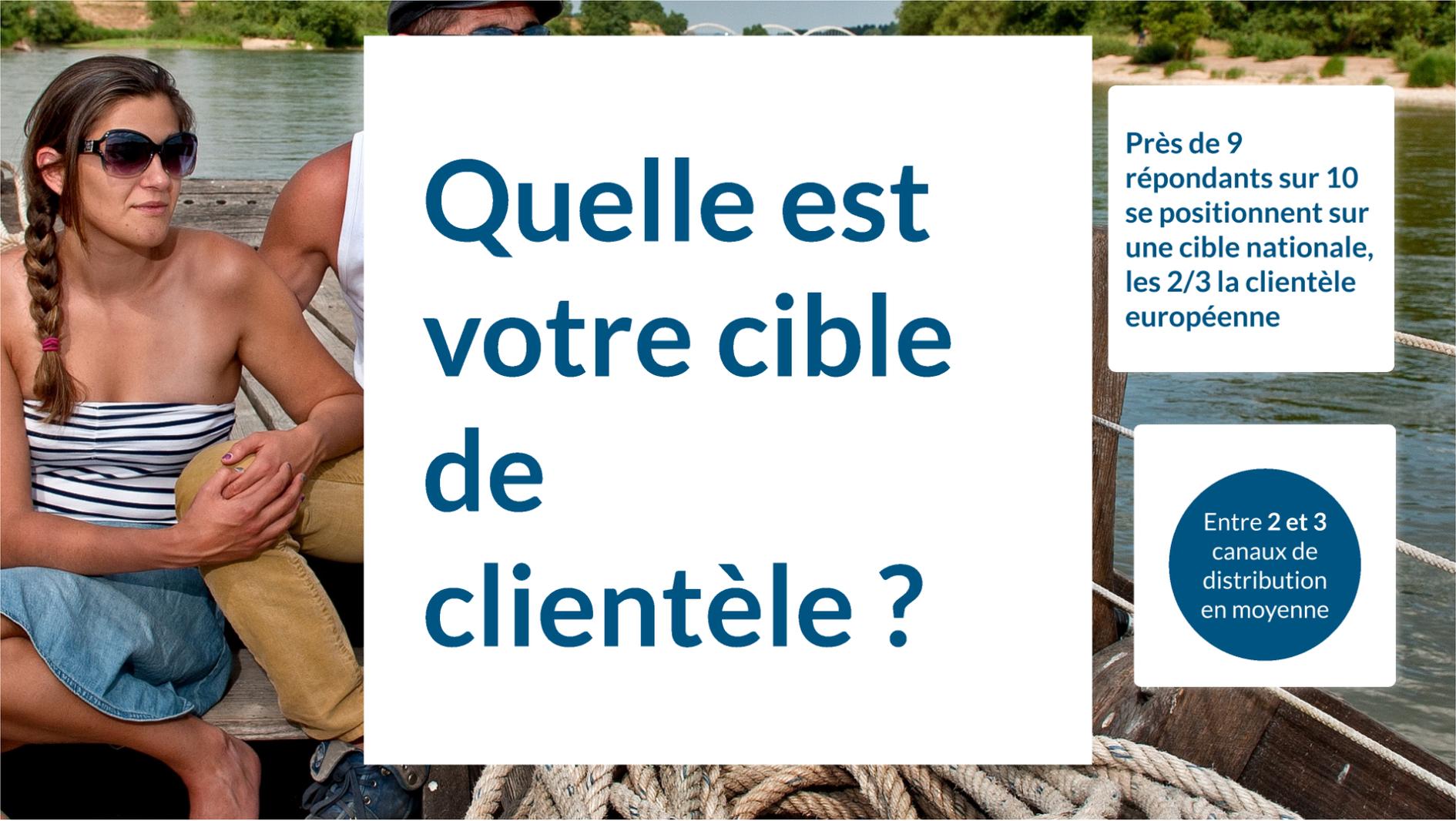
Source : Consultation - Assises du Tourisme 2022 - 227 répondants

### Part en % des répondants ayant cité les pays suivants...

Plusieurs réponses possibles



Source : Consultation - Assises du Tourisme 2022 - 176 répondants



# Quelle est votre cible de clientèle ?

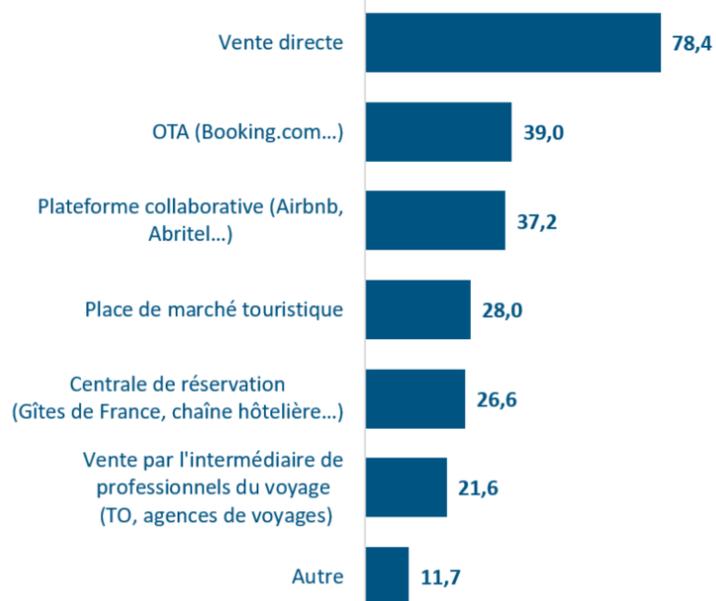
Près de 9  
répondants sur 10  
se positionnent sur  
une cible nationale,  
les 2/3 la clientèle  
européenne

Entre 2 et 3  
canaux de  
distribution  
en moyenne

## Quels sont vos canaux de distribution ?

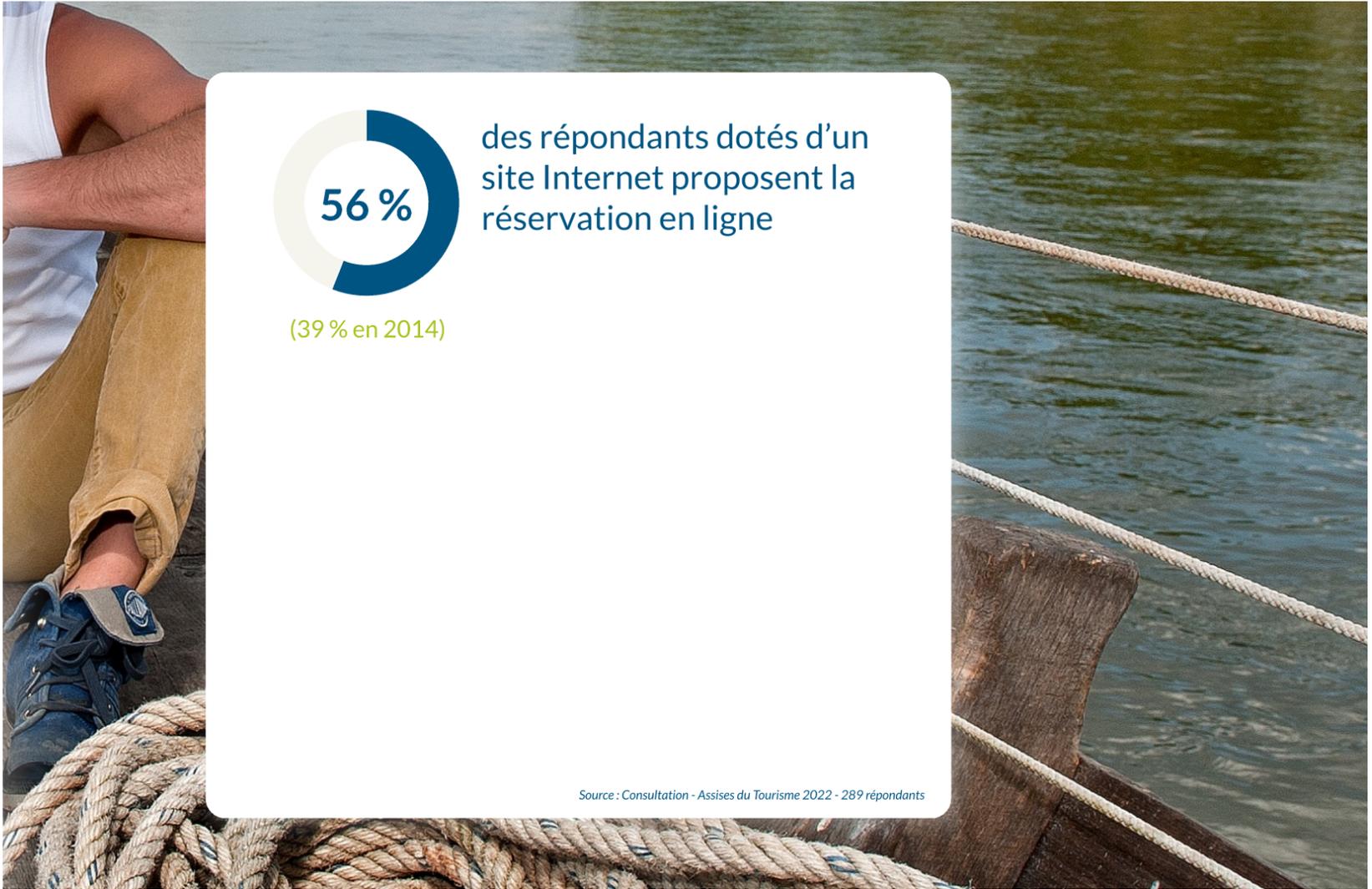
Part en % des répondants ayant cité...

*Plusieurs réponses possibles*



Une large majorité des répondants propose de réserver en ligne







(39 % en 2014)

## des répondants dotés d'un site Internet proposent la réservation en ligne

Proportion de répondants proposant la réservation en ligne selon l'activité (pour 10 répondants)

Hôtels et hôtels-restaurants		9,5
Campings		6
Chambres d'hôtes		5,7
Hébergements locatifs		5,3
Sites, activités de loisirs		4,4

Source : Consultation - Assises du Tourisme 2022 - 289 répondants



(39 % en 2014)

## des répondants dotés d'un site Internet proposent la réservation en ligne

Proportion de répondants proposant la réservation en ligne selon l'activité (pour 10 répondants)

Hôtels et hôtels-restaurants		9,5
Campings		6
Chambres d'hôtes		5,7
Hébergements locatifs		5,3
Sites, activités de loisirs		4,4

11 %

des répondants ne disposent pas d'un site Internet, principalement des hébergements locatifs.  
(24 % en 2014)

Source : Consultation - Assises du Tourisme 2022 - 289 répondants

## Quels sont vos canaux de distribution ?

Part en % des répondants ayant cité...  
*Plusieurs réponses possibles*



Une large majorité des répondants propose de réserver en ligne





# Quelle est votre cible de clientèle ?

Près de 9  
répondants sur 10  
se positionnent sur  
une cible nationale,  
les 2/3 la clientèle  
européenne

Entre 2 et 3  
canaux de  
distribution  
en moyenne

# Analyse des principaux résultats de la consultation des prestataires du tourisme



Méthodologie



La parole aux acteurs du tourisme



Votre ressenti de la destination



Votre communication



Votre commercialisation



Le séjour de vos clients





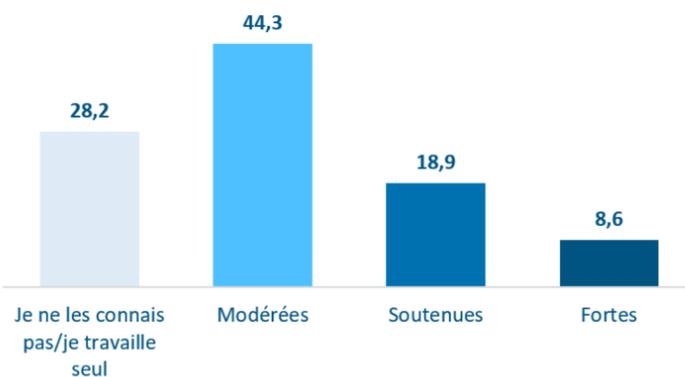
# Des liens entre prestataires à tisser ou consolider

Les relations  
entretenues  
sont qualifiées  
de modérées

Les  
prestations  
ou services à  
développer  
sur le  
territoire

## Comment qualifieriez-vous les relations que vous entretenez avec les autres prestataires touristiques ?

Répartition des répondants en %



Près de 3 acteurs sur 10 indiquent ne pas connaître les autres professionnels ou travailler seuls