

RAPPORT D'ACTIVITÉ

2025

#jaimelanjou



LA STRATÉGIE DE L'AGENCE DÉPARTEMENTALE DU TOURISME DE L'ANJOU

Anjou tourisme est un « Groupement d'Intérêt Public ». Il a pour mission de contribuer à la stratégie de développement touristique de l'Anjou avec les acteurs économiques locaux. Les activités d'Anjou tourisme s'articulent autour de 4 axes :

- Un axe « développement » pour améliorer l'offre touristique afin de répondre aux besoins des clientèles.
- Un axe « promotion » pour organiser des actions marketing auprès de clientèles touristiques ciblées et affinitaires.
- Un axe « environnement » en faveur du développement d'un tourisme durable et écoresponsable.
- Un axe « innovation et numérique » afin d'impulser l'esprit d'innovation et de réussir la transition numérique des acteurs touristiques.

LES MISSIONS PRINCIPALES DE L'AGENCE



Développer l'attractivité de l'Anjou pour les touristes en valorisant une offre touristique globale



Prospecter en France et à l'étranger pour implanter de nouvelles entreprises touristiques



Accompagner la création et faciliter le développement des entreprises implantées



Développer, structurer et qualifier l'offre en vue de sa mise en marché



Consolider et partager la connaissance du territoire grâce à l'observatoire



Assurer la promotion marketing de la destination Anjou en France

QUESTIONS À PHILIPPE CHALOPIN, PRÉSIDENT D'ANJOU TOURISME



► EN 2025, LE DÉPARTEMENT A ADOPTÉ LA TAXE ADDITIONNELLE DE SÉJOUR, COMMENT SERA-T-ELLE RÉAFFECTÉE ?

Dans un contexte de concurrence accrue entre les destinations, l'attractivité touristique repose sur des investissements constants et de qualité. Pour répondre aux attentes de clientèles toujours plus exigeantes, les collectivités locales jouent un rôle essentiel : elles assurent la promotion, l'accueil, le développement, l'aménagement et l'entretien d'infrastructures indispensables à l'expérience touristique.

Le maintien de ce niveau d'exigence nécessite des moyens financiers renforcés. C'est dans cette logique que le Conseil départemental de Maine-et-Loire a voté à l'unanimité la mise en place d'une taxe additionnelle de séjour, déjà adoptée par la quasi-totalité des départements français.

Une large concertation a été menée par le Département, avec l'appui de le GIP Anjou tourisme, auprès des collectivités locales et des instances représentatives des filières touristiques afin de définir les modalités de mise en œuvre de cette taxe. Cette démarche collective a permis de décider d'une réaffectation intégrale des recettes au service de l'attractivité touristique du territoire, autour de deux priorités :

- Le soutien à une campagne nationale de communication touristique visant à renforcer la notoriété et l'attractivité de la destination Anjou ;
- Le soutien aux événements structurants et moteurs, contribuant à l'attractivité des territoires du département et à l'activité des professionnels du tourisme.

En 2025, la campagne de communication nationale, menée par Anjou tourisme en partenariat avec des acteurs publics et privés, a permis de poursuivre le travail de notoriété de la destination Anjou. Cette campagne a touché plus de 10 millions de personnes à l'échelle nationale.

Cette dynamique s'inscrit dans un renforcement continu de l'attractivité de l'Anjou ces dernières années, illustré par plus de 13 millions de nuitées touristiques enregistrées dans le département en 2025.

LES TEMPS FORTS DE L'ANNÉE 2025



Printemps du tourisme et job-dating « Le tourisme recrute en Anjou »
4^e édition du rendez-vous incontournable B to B des pros du tourisme : près de 350 professionnels du tourisme présents aux conférences et tables-rondes et près de 1000 participants au job dating.



Campagne TV nationale
4 spots partenariaux diffusés en replay sur 6 Play, TF1 et France TV et dans les cinémas.



Comité interministériel du tourisme en Anjou
Rencontre des acteurs du tourisme angevin par le 1^{er} ministre François Bayrou et définition de la stratégie nationale en matière de tourisme.



Accueil du Tour de France féminin en Anjou.



Rencontres du réseau « Accueil Vélo » en Anjou au Centre Bouéssé la Garenne à Murs-Érigné.



Universités du Tourisme Durable : 630 participants pour cet événement national co-organisé par Acteurs du Tourisme Durable, Anjou tourisme, Destination Angers, l'ESTHUA et Solutions & Co - Deux jours de conférences, tables-rondes et éductours sur la thématique du Vivant.



12^e Rencontre départementale de l'Hôtellerie de plein air en Anjou : 55 gestionnaires de campings publics et privés de l'Anjou réunis pour échanger sur l'adaptation aux risques climatiques et sur l'accueil des clientèles itinérantes, de plus en plus nombreuses en Anjou.



1^{re} édition de l'événement national Vignobles en Scène
Plus de 200 participants aux animations proposées dans le vignoble d'Anjou. Temps fort, un banquet inédit au château de Montreuil-Bellay.



Salon du Made in France à Paris
Piloté par l'association Produit en Anjou, Anjou tourisme était présent aux côtés d'entreprises labellisées pour promouvoir l'excellence du savoir-faire de l'Anjou.



Rencontre des sites de visite et des Présentoirs Anjou
75 sites touristiques ont répondu présents pour cette rencontre annuelle.



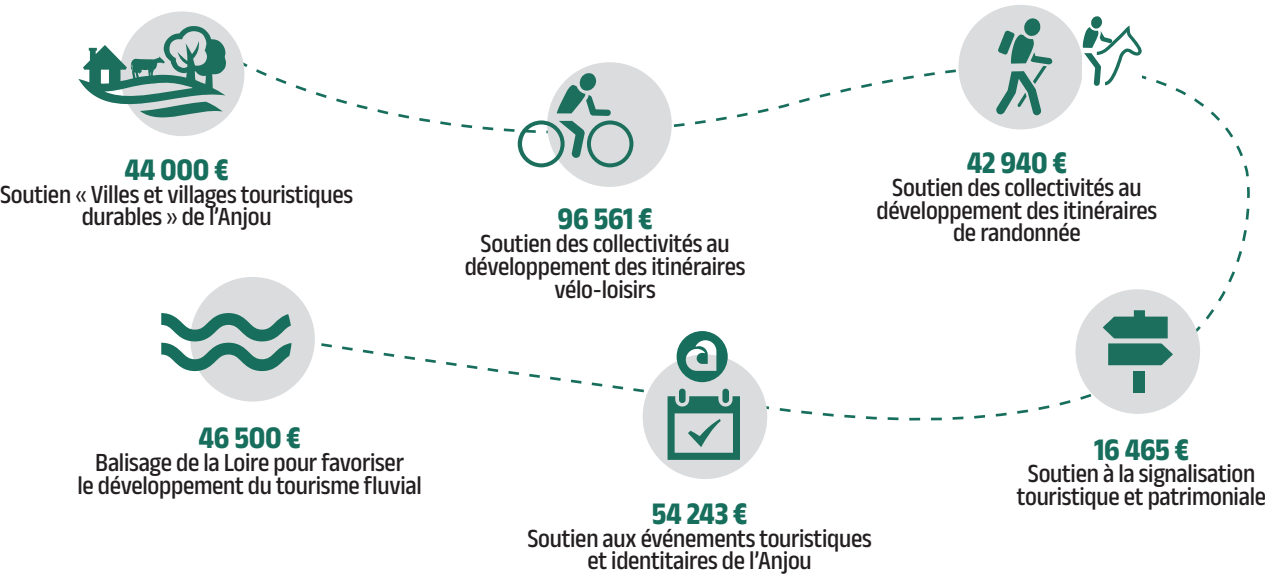
Rencontre des Villes et Villages de l'Anjou
Interventions sur l'implication des habitants dans la végétalisation des espaces publics, actualités des labels et valorisation des communes engagées dans les labels VVF, PCC et Villages de Charme en Anjou – 90 participants.



Campagne Offrez l'Anjou
6^e édition de cette campagne de communication à l'occasion des fêtes de fin d'année.

NOTRE ACCOMPAGNEMENT
POUR UN TOURISME DURABLE

LE TOURISME DURABLE AU SERVICE DU BIEN-ÊTRE DE TOUS ET DE L'ATTRACTIVITÉ DE L'ANJOU
Inscrit comme un axe structurant du Schéma de développement touristique 2022-2028 de l'Anjou, le tourisme durable contribue à l'amélioration du cadre de vie des habitants et au renforcement de la cohésion territoriale. En 2025, le Département, par l'intermédiaire du GIP Anjou tourisme, a consacré 300 000 € de subventions à des projets portés par les collectivités et les professionnels de l'Anjou, favorisant un tourisme durable conciliant qualité de vie des habitants, attractivité et développement local.

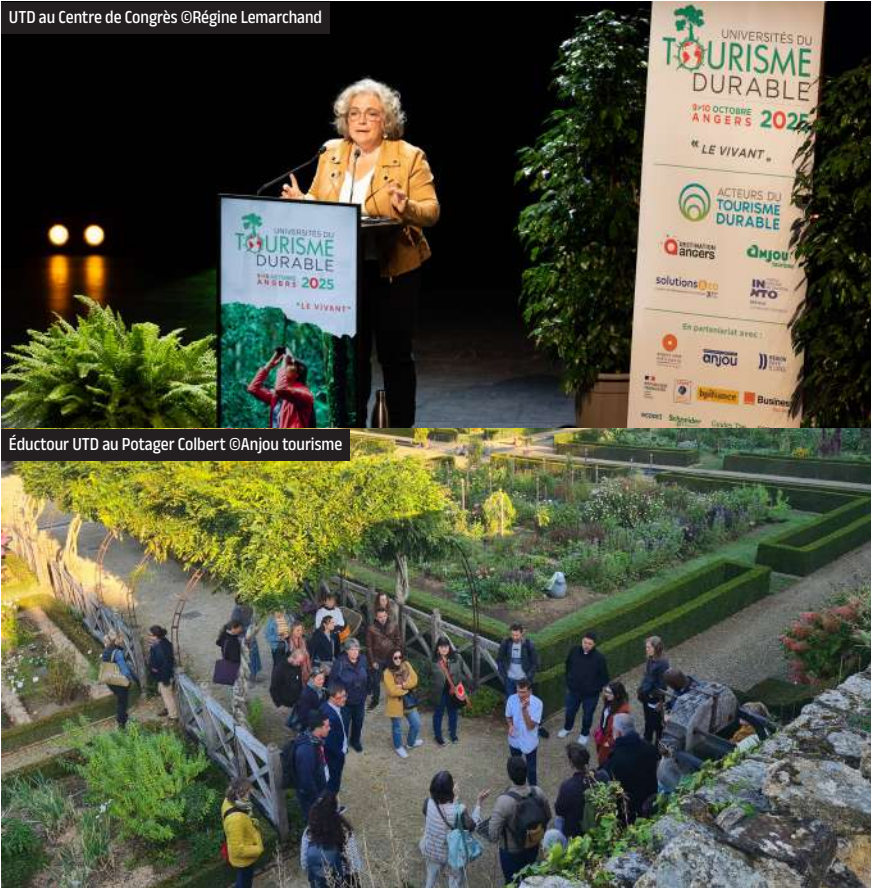


L'ACCUEIL DES UNIVERSITÉS DU TOURISME DURABLE
Co-organisé avec Acteurs du Tourisme Durable, Destination Angers, Solutions&Co et l'ESTHUA, cet événement national a rassemblé 630 professionnels du tourisme les 9 et 10 octobre à Angers. Au programme : conférences et tables-rondes autour de la thématique transversale du vivant et de la biodiversité, 5 éduktours pour découvrir des initiatives inspirantes des professionnels engagés de l'Anjou.

Un taux de satisfaction en hausse par rapport à l'édition 2024 à Bordeaux :

► **4,2/5** pour l'évènement (+0,1 par rapport à 2024)

► **4,6/5** pour les éduktours (+0,3 par rapport à 2024)



2 ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS POUR SOUTENIR
L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE ET L'EMPLOI EN ANJOU

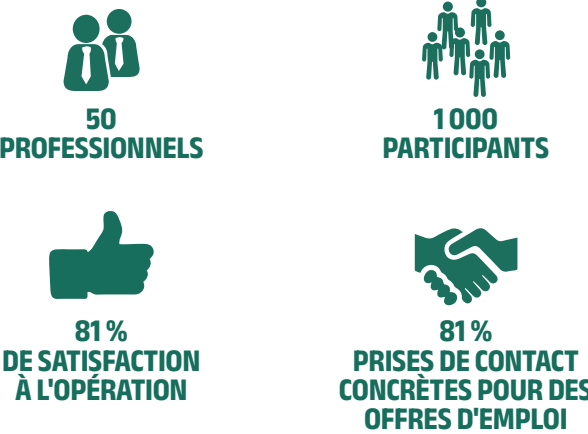
LES PRINTEMPS DU TOURISME DE L'ANJOU
Ce rendez-vous annuel, dédié à l'ensemble des professionnels du tourisme en Anjou, vise à créer un temps fort de partage, d'échanges et d'information. Il permet aux acteurs du territoire de se rencontrer, de confronter leurs expériences et de s'inspirer des meilleures pratiques.

Plusieurs tables rondes réunissent des experts du tourisme qui apportent leur éclairage sur les grandes tendances du secteur, les évolutions des attentes des clientèles et les innovations qui transforment les pratiques.

En 2025, les conférences ont notamment porté sur les thématiques suivantes :

- Images, perceptions et attentes des touristes dans les territoires ruraux : quels enjeux pour les professionnels et les territoires de l'Anjou ?
- Tourisme gourmand & circuits courts : un levier d'attractivité éco-responsable et d'identité pour l'Anjou ?
- Les 30 minutes chrono de l'innovation : panorama d'initiatives et de solutions innovantes au service du tourisme.

JOB DATING DE L'ANJOU
Pour la deuxième fois, Anjou tourisme a co-organisé avec Innto Angers et un large réseau de partenaires (GHR, CCI, UMIH, France Travail...) un job dating spécifique aux métiers du tourisme, inscrit dans le cadre de l'événement national : La Semaine des Métiers du tourisme. L'opportunité de trouver un stage, un job saisonnier, un CDD ou un CDI pour près de 1 000 visiteurs.



PRODUCTEURS LOCAUX
Pour la 1^{re} fois, Anjou tourisme a organisé un Village gourmand, qui a permis de faire découvrir aux professionnels du tourisme et des loisirs du Département, le savoir-faire et les spécialités d'une trentaine de producteurs locaux, soigneusement sélectionnés parmi les réseaux Produit en Anjou, Bienvenue à la Ferme et la Fédération viticole Anjou Saumur.



CADRE DE VIE ET ATTRACTIVITÉ DES VILLES ET VILLAGES DE L'ANJOU

Anjou tourisme assure pour le compte du Département de Maine-et-Loire l'accompagnement des communes pour l'obtention du label « Villes et Villages Fleuris » en proposant à l'échelon régional les communes susceptibles de bénéficier d'une première fleur. Anjou tourisme participe également aux commissions d'homologation des Petites cités de caractère® et participe au déploiement des labels tels que Villages de charme en Anjou.

FOCUS ! RENCONTRE « VILLES ET VILLAGES DE L'ANJOU »

Plus de 80 élus, techniciens et partenaires d'Anjou tourisme se sont réunis à Trélazé le 8 décembre à l'occasion de la Rencontre des Villes et Villages de l'Anjou. Cette édition a mis à l'honneur un enjeu central : la participation citoyenne au cœur des projets d'aménagement. Comment mieux associer les habitants aux transformations de leurs espaces de vie ? Comment co-construire des projets durables, appropriés et partagés ?



Anjou tourisme a accompagné l'association des « Villages de charme en Anjou » dans la définition d'une grille de critères plus qualitative et dans la création d'un nouveau logo moderne, destiné à mieux valoriser les communes labellisées. Grâce à un soutien financier du Département, l'ensemble de la signalétique d'entrée des communes pourra être remplacé, renforçant ainsi la visibilité et l'attractivité de ces villages.

EN CHIFFRES

87
Villes et Villages Fleuris
(1er département de la Région Pays de la Loire)

2
nouvelles communes
1 fleur : Louresse-Rochemenier et Neuillé

2
nouvelles communes
2 fleurs : Armaillé et Vivy

1
nouvelle commune
3 fleurs : Bouchemaine

1
commune proposée à la
4ème fleur en 2026
Blaison-Gohier

17
Petites Cités de Caractère
(1er département de France)

16
Villages de Charme
en Anjou

1
nouvelle commune
labellisée « Village de
Charme en Anjou » :
Louresse-Rochemenier

NOTRE ACCOMPAGNEMENT

8 visites d'accompagnement
pour les 5 communes inscrites dans la démarche
de labellisation Villes et Villages Fleuris

3 communes sélectionnées
pour l'obtention de la 1^{re} fleur en 2026

1 réunion collective
pour préparer les communes à l'accueil
du jury régional VVF (45 participants)

VILLAGES DE CHARME EN ANJOU

Pierre-Yves Douet, Maire de Louresse-Rochemenier

« En 2025, Louresse-Rochemenier s'est résolument engagé dans une démarche d'excellence pour valoriser son patrimoine et son cadre de vie. Pour soutenir cette ambition, la commune a sollicité l'obtention de deux labels prestigieux : « Villes et Villages Fleuris » et « Village de Charme en Anjou ». Dans cette aventure, nous avons pu compter sur l'accompagnement précieux d'Anjou tourisme. L'expertise a été déterminante, tant dans la rédaction stratégique de nos livrets de candidatures que lors des visites conseils sur le terrain. Ce partenariat constructif permet aujourd'hui à notre village de renforcer son attractivité et de faire rayonner l'identité unique de notre territoire au cœur de l'Anjou. »



TÉMOIGNAGE

OBSERVATOIRE DU TOURISME

Afin de soutenir les décisions des collectivités locales, des professionnels et des porteurs de projet / investisseurs, l'observatoire départemental du tourisme de l'Anjou ne cesse d'optimiser la collecte, la création et l'analyse des données pour disposer de ressources fiables et facilement exploitables.

► LES NOTES DE CONJONCTURE

3 notes de conjoncture ont été réalisées, disponibles en téléchargement sur notre espace pro, permettant de donner des tendances sur l'activité touristique à partir du ressenti des professionnels du tourisme sur trois périodes clés de l'année (janvier/avril, mai/juin et juillet/août).

► FOURNITURE DE DONNÉES À LA DEMANDE

Tout au long de l'année, l'observatoire a répondu à de nombreuses sollicitations des professionnels du tourisme, des collectivités et des porteurs de projet en proposant des analyses à la demande. Ces analyses permettent notamment de fiabiliser des études de marché pour de nouveaux projets.

► PORTRAITS DE TERRITOIRE

3 bilans annuels d'observation touristique ont été réalisés pour le compte de l'office de tourisme Saumur Val-de-Loire, de la Communauté de Commune de Baugeois Vallée et l'office de tourisme Osez Mauges.

► ENQUÊTE CLIENTÈLE FESTIVAL D'ANJOU

L'agence a de nouveau accompagné le Festival d'Anjou en 2025 avec le suivi de la satisfaction du public. Cette étude a permis de valider certains changements et d'identifier de nouveaux axes de développement pour la prochaine édition.

► LE BILAN DE SAISON TOURISTIQUE

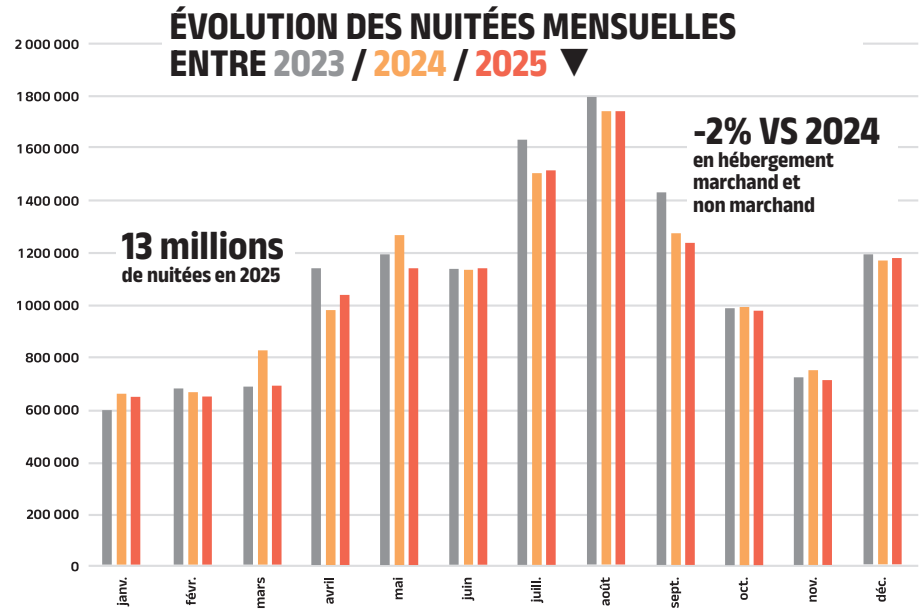
Un bilan de la saison d'avril à septembre 2025 a été rédigé mettant en avant les principaux résultats de fréquentation du territoire sur cette période. Transmis aux professionnels de tourisme, ce bilan présente des données essentielles pour la compréhension de l'activité touristique sur cette saison particulière.

► LES WEBINAIRES NOUVEAU ! DE L'OBSERVATION

L'observatoire a réalisé deux webinaires pour diffuser des tendances touristiques en Anjou. Les professionnels ayant assisté à ces rendez-vous ont découvert l'évolution de la fréquentation du territoire, le positionnement l'Anjou dans l'esprit des Français ou encore la typologie des séjours réalisés sur le territoire.

► ÉTUDE DE FRÉQUENTATION DE L'ANJOU

L'observatoire a réalisé une analyse complète de fréquentation touristique de l'Anjou à partir des sources disponibles : mobilité, clientèle, typologie des séjours et évolution de la fréquentation des hébergements, des sites de visites et des itinéraires vélo. Ce document, disponible à la commande, constitue une ressource riche pour la connaissance du tourisme de l'Anjou et des évolutions des dernières années.



Fabien et Stéphanie, Osez Mauges

« Pour fonder notre stratégie de développement sur un diagnostic précis, nous avons complété nos enquêtes de terrain par un portrait de territoire réalisé avec Anjou tourisme. Prisca Roy a réalisé un accompagnement sur mesure, faisant preuve d'une grande précision dans l'analyse croisée des données Flux Vision Orange, de l'observatoire FTO et de nos chiffres internes. Cet outil s'est révélé précieux pour approfondir notre réflexion et nous situer par rapport aux territoires voisins. Riche d'enseignements, cette collaboration nous permet aujourd'hui de piloter notre projet touristique avec une vision claire et étayée. »



TÉMOIGNAGE

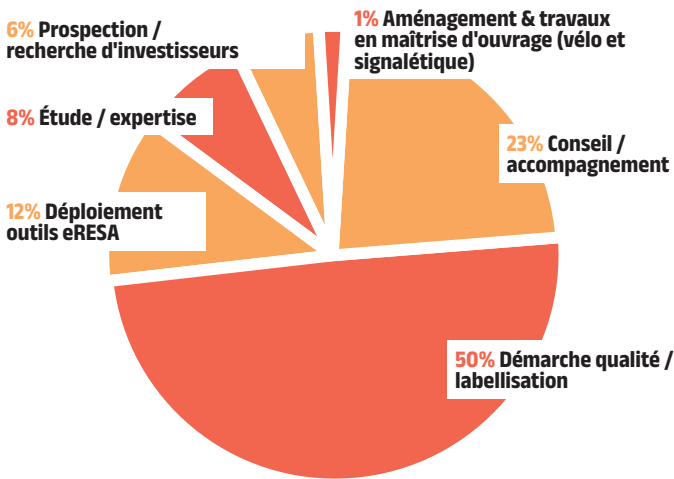
ACCOMPAGNEMENT DES PROFESSIONNELS, PORTEURS DE PROJETS & COLLECTIVITÉS EN INGÉNIERIE TOURISTIQUE

Anjou tourisme, via sa mission d'ingénierie touristique et développement des filières, est un « facilitateur de projet ». L'agence apporte aux collectivités et acteurs touristiques, conseils, assistance et connaissance du territoire, afin de faire émerger les projets des collectivités, des entrepreneurs et des particuliers dans les meilleures conditions. Toutes ces actions visent à dynamiser le tissu économique, générer des retombées économiques et détecter toutes les opportunités de création d'emplois touristiques dans le département.

En 2025, l'Agence départementale du tourisme a conduit plus de 200 missions d'accompagnement auprès des professionnels, porteurs de projets et collectivités. 30 porteurs de projets gîtes et chambres d'hôtes ont ainsi participé aux 4 journées techniques d'information réalisées par l'agence. 2025 a aussi été l'occasion de lancer un nouveau format d'échanges entre pro, les "matinales" : à l'occasion d'un petit déjeuner, 7 personnes se sont réunies dans le saumurois pour partager leurs questionnements et bonnes pratiques.



MISSIONS D'ACCOMPAGNEMENT DES FILIÈRES EN 2025 ▼



TYPLOGIE DES OPÉRATEURS & COLLECTIVITÉS ACCOMPAGNÉS EN 2025 ▼

3 Activités de loisirs	88 Gîtes et meublés
6 Campings / Camping-car	1 Hébergement insolite
2 Centres de vacances	4 Hôtels
22 Chambres d'hôtes	16 Sites de visite
70 Collectivités	1 Tiers-lieu
4 Domaines viticoles	

ACCOMPAGNEMENT EN DÉMARCHE QUALITÉ

La qualité de l'offre joue un rôle majeur dans la notoriété d'une destination. C'est dans cette optique qu'Anjou tourisme accompagne les professionnels dans des démarches de labellisation : Destination d'Excellence, Tourisme & Handicap, Accueil Vélo, Vignobles et Découvertes, et Chambre d'hôtes référence.

123 MISSIONS EN 2025 ▼

19 Accueil vélo	3 Tourisme & handicap
18 Chambres d'hôtes référence	2 Vignobles et Découvertes
63 Meublés de tourisme	2 Village de charme
4 Destination Excellence	7 Villes et Villages Fleuris
2 Petite cité de caractère	3 Autre

Anjou tourisme a organisé le 25 novembre 2025, les 2^e Rencontres des sites de visites & partenaires présents. 75 partenaires touristiques se sont retrouvés au Musée des Beaux-Arts d'Angers autour d'un enjeu engageant : "Adapter sa visite aux publics spécifiques : enfants, adolescents, personnes en situation de handicap, personnes en précarité ». 4 sites touristiques en Anjou ont fait part de leurs bonnes pratiques et conseils pour mieux accueillir ces clientèles. Thibault Manchon créateur de Cultural a ensuite partagé ses constats et ses bonnes pratiques en matière d'accueil des publics et de partenariat avec des Monuments Historiques et des institutions muséales.

PROSPECTION & RECHERCHE INVESTISSEUR

Anjou tourisme accompagne les collectivités locales et acteurs privés dans la mission de prospection et la recherche d'investisseurs touristiques dans le domaine de l'hébergement et des loisirs. En 2025, jusqu'à 30 biens ont été référencés et valorisés via la plateforme Anjou immo « tourisme & loisirs » et nous avons été sollicités par de nombreuses communes afin de les aider dans le diagnostic de site touristique.

De nouveaux partenariats ont été créés avec les agences immobilières Espaces Atypiques et Terrien Immobilier pour identifier des biens fonciers et immobiliers à fort potentiel pour des investisseurs touristiques (Hôtellerie - hôtellerie de plein air - hébergement touristique chez l'habitant...).

À travers un travail de prospection et recherche investisseur, le GIP Anjou tourisme a permis notamment de trouver des nouveaux investisseurs / exploitants pour Les Gîtes de la Barbotine au Fûlet et le bateau à passagers la Ligériade à Mauges-sur-Loire.

Pour aider les collectivités dans les choix stratégiques de reprise ou de développement de leurs équipements structurants, Anjou tourisme réalise également des expertises sur-mesure en partenariat avec les collectivités (Etudes de marché, études de concurrence, fourniture de donnée d'observations, enquête, audits, etc.). Ce fut notamment le cas en 2025 à travers l'accompagnement pour le développement des 2 campings de la commune de Val du Layon ou pour l'aménagement d'un espace pédagogique de la Vraie Croix d'Anjou à Baugé.



La Ligériade ©Dominique Drouet

FOCUS ! RENCONTRE DE LA MINISTRE DU TOURISME ET DES PROFESSIONNELS DE L'ANJOU

En lien avec le service de la Préfecture, le GIP Anjou tourisme a organisé à Fontevraud le 13 juin une rencontre ministérielle réunissant le réseau des professionnels du tourisme de l'Anjou. La ministre déléguée au Tourisme, Nathalie Delattre, ainsi que le Président d'Atout France, sont venus présenter la nouvelle feuille de route de l'œnotourisme en France. Cette rencontre a surtout été l'occasion d'échanger avec les acteurs du tourisme angevin sur les enjeux actuels et les perspectives pour un tourisme attractif et durable, en particulier en secteur rural.



Rencontre de la Ministre avec les acteurs du tourisme angevin @Anjou tourisme



TÉMOIGNAGE

Sandrine Belleut, Maire de la Commune de Val du Layon

« La commune de Val du Layon a sollicité Anjou tourisme pour un audit sur nos accueils de touristes. Nous avons beaucoup apprécié l'accompagnement humain très professionnel et la qualité du rapport. Ce dernier nous a permis d'obtenir une analyse objective et une meilleure connaissance de notre positionnement sur un territoire plus large de nos structures. De plus, plusieurs projections de développement nous ont été proposées afin d'envisager un plan d'action pour l'avenir. »

ITINÉRAIRES VÉLO LOISIRS

TRAVAUX D'AMÉNAGEMENT ET D'ENTRETIEN DES ITINÉRAIRES SOUS MAÎTRISE D'OUVRAGE DÉPARTEMENTALE

Dans le cadre de sa mission pour le Département, Anjou tourisme assure le suivi des travaux de modernisation et d'entretien des itinéraires cyclables relevant de la maîtrise d'ouvrage départementale (La Loire à Vélo®, La Vélo Francette®, ainsi que la boucle "Anjou Vignoble et Villages").

ACCOMPAGNEMENT DES PROJETS VÉLO-LOISIRS DES COLLECTIVITÉS

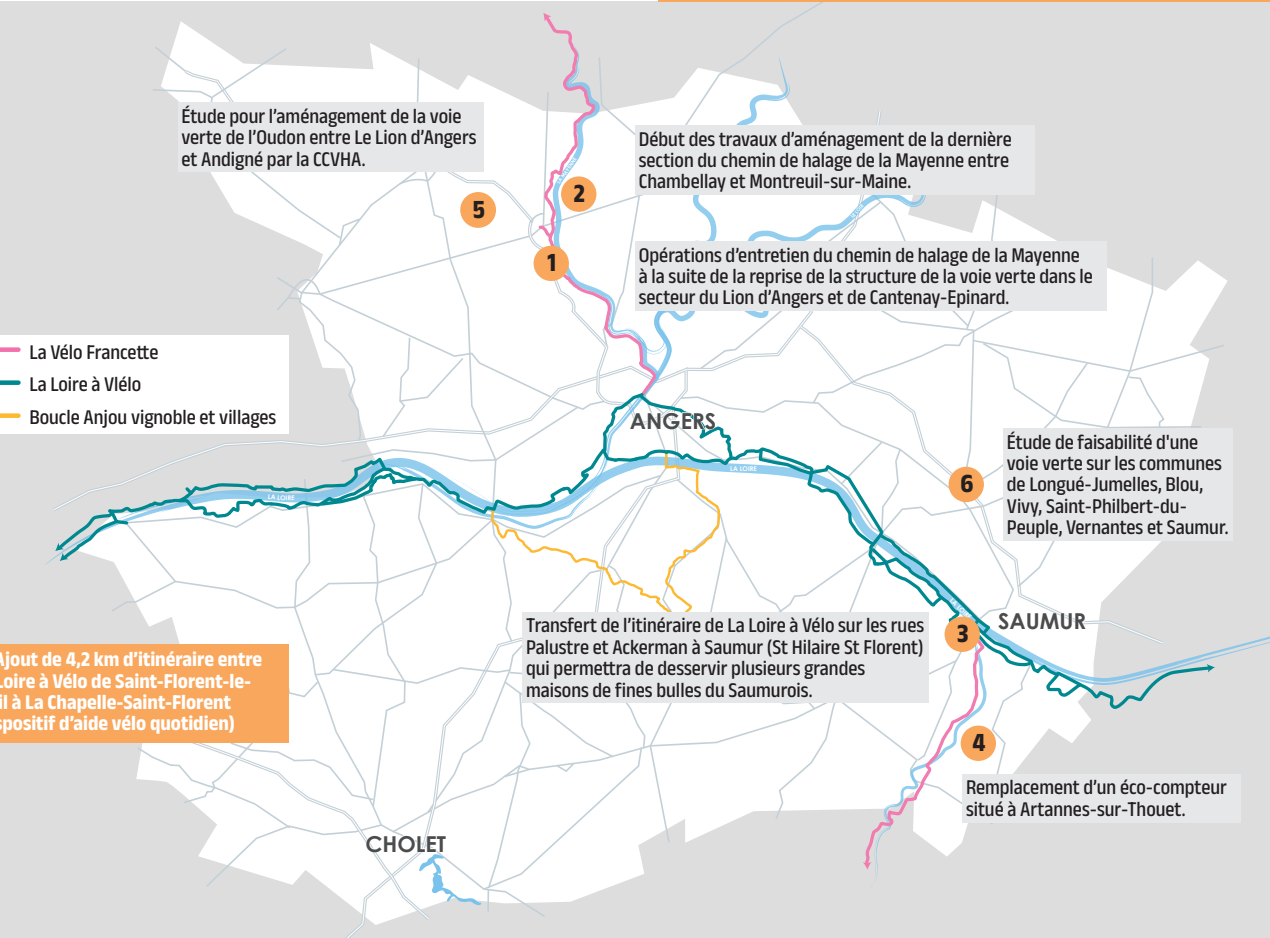
En 2025, Anjou tourisme continue d'accompagner financièrement les collectivités dans le cadre du dispositif d'aide aux vélo-loisirs du Conseil Départemental de Maine-et-Loire.

Le dispositif de soutien aux itinéraires Vélo-loisirs a permis de verser **96 562,63 € aux collectivités** pour la mise en œuvre de ces projets.

En 2025, 2 nouveaux projets d'itinéraires vélo-loisirs structurants ont bénéficié de cet accompagnement en ingénierie.



+ En 2025, Anjou Tourisme a piloté les démarches réglementaires et les marchés de travaux relatifs à l'aménagement de la dernière section de voie verte du chemin de halage de la Mayenne, sur l'itinéraire de la Vélo Francette, entre Chambellay et Montreuil-sur-Maine ; les travaux ont débuté en novembre 2025 et s'achèveront en juin 2026.



ITINÉRAIRES VÉLO LOISIRS

LA COORDINATION DU COMITÉ D'ITINÉRAIRE DE LA VÉLO FRANCETTE®

Le GIP Anjou tourisme coordonne le comité d'itinéraire de la Vélo Francette® qui intègre 3 régions, 7 départements et 11 EPCI et syndicats.

À l'occasion des 10 ans de la création de l'itinéraire de la Vélo Francette en 2025, les actions ont porté sur :

- La préparation et l'animation des comités techniques et de pilotage
- La commande et le suivi de la gestion des réseaux sociaux et de la mise à jour de contenus du site internet avec France Vélo Tourisme

► La réalisation d'une campagne digitale et d'affichage pour faire la promotion de l'itinéraire auprès des principales cibles et sur les bassins régionaux et parisiens

► La participation à plusieurs salons pour faire la promotion de l'itinéraire (Paris, Le Mans)

► L'animation du jeu Grattez Francette visant à proposer aux usagers cyclotouristes de redécouvrir le patrimoine gastronomique et le terroir des territoires traversés via le réseau de socioprofessionnels

► La mise en valeur de suggestions de parcours à destination de différents publics (familles, sportifs, cyclotouristes confirmés), en lien avec d'autres véloroutes.



VÉLOBUISSONNIÈRE®

► Suivi des actions de communication (animation des réseaux sociaux, reportage photo, mise à jour de la carte touristique et de véloguides).

► Coopération et promotion autour de grandes boucles inter-itinéraires à destination des itinérants.

VALLÉE DU LOIR À VÉLO®

► Suivi des actions de communication (mise à jour du carnet de route, animation des réseaux sociaux, reportage photo, création d'une carte touristique).

► Participation aux premières rencontres de la Vallée du Loir à Vélo réunissant les partenaires (hébergeurs, loueurs de vélo, offices de tourisme) du comité d'itinéraire à Saint-Eman.

LE DÉPLOIEMENT DE LA MARQUE NATIONALE ACCUEIL VÉLO®

En 2025, Anjou tourisme a accompagné 19 prestataires dans l'obtention du label Accueil Vélo, tandis que 56 prestataires ont vu leur labellisation renouvelée. Plus de 200 opérateurs situés sur des itinéraires inscrits au schéma régional des véloroutes et voies vertes sont désormais labellisés. L'année 2025 a également été marquée par le déploiement du nouveau référentiel Accueil Vélo. À ce titre, le GIP Anjou tourisme a participé activement aux ateliers organisés par France Vélo Tourisme, contribuant à la refonte des référentiels de la marque, dont le déploiement était prévu pour cette même année.

RENCONTRES ACCUEIL VÉLO®

Anjou tourisme a organisé les Rencontres « Accueil Vélo® » en Anjou le 18 septembre au Centre Bouëssé La Garenne, réunissant 53 établissements labellisés. La thématique centrale de cette édition portait sur le déploiement du nouveau référentiel en 2025, ainsi que sur la communication réalisée à l'échelle nationale par France Vélo Tourisme. La revue d'actualités sur les aménagements en cours et les projets à venir a suscité un grand intérêt et de nombreuses questions de la part des participants.



ITINÉRAIRES VÉLO LOISIRS

PARTICIPATION À L'ORGANISATION DU PASSAGE DU TOUR DE FRANCE FÉMININ LES 28 & 29 JUILLET 2025

En 2025, le parcours du Tour de France féminin passait par l'Anjou et mettait en valeur plusieurs territoires, avec notamment Angers en ville d'arrivée de la 3^e étape, et Saumur en ville de départ de la 4^e étape. À ces occasions, Anjou tourisme a mobilisé ses partenaires pour valoriser le savoir-faire gastronomique de l'Anjou et les acteurs du tourisme à vélo du territoire. Avec une présence et un stand sur les villages d'animation sur ces deux journées (Angers village d'arrivée et Fan Zone à Saumur), Anjou tourisme a présenté l'offre cyclable du territoire auprès du Grand public.



FLUVIAL

SUITE DE L'INVENTAIRE DES HALTES FLUVIALES



Conduit en 2024 par Anjou tourisme et le service rivière du Département de Maine-et-Loire, cet inventaire vient préciser l'étude conduite par ATEMIA sur la présence et la qualité des équipements (pontons, haltes fluviales...) et la signalétique déployée sur les rivières Sarthe, Mayenne, Oudon et Maine. Cet inventaire a permis de proposer un plan d'investissement sur 3 ans pour mettre à niveau les équipements et installer l'identité de la marque Rivière de l'Ouest. Ce plan sur 3 ans, permet aussi d'identifier les intervenants et les modalités de gestion aux collectivités concernées.

Le travail de valorisation marketing des Rivières de l'Ouest s'est également poursuivi :

- **Accueils presse** (Rustica, Cheval Magazine, M6, BFM TV) et accueils blogs (Parisian Touch, Esprit Globetrotteuse),
- **Partenariat avec la Région Pays de la Loire sur le marché belge** (communiqué de presse, 2 accueils blogs individuels),
- **Participation** au Salon Destinations Nature à Paris,
- **Site Web** (+ 5% de visiteurs uniques par rapport à 2024),
- **Renforcement de la présence sur les réseaux sociaux avec le recrutement d'une CM externe** (+ 1100 abonnés Facebook, + 500 abonnés Instagram).



EN CHIFFRES

20 RETOMBÉES PRESSE
(5 WEB, 11 PRINT, 4 AUDIO)
= ÉQUIVALENCE PUBLICITAIRE
DE 323 580 €

RANDONNÉE

SENTIERS ET ITINÉRAIRES DE L'ANJOU : UNE DÉMARCHE ENGAGÉE VERS LA QUALITÉ
Anjou tourisme est chargé de piloter le Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée (PDIPR) ainsi que la Commission Départementale des espaces, sites et itinéraires pour le compte du Département, avec l'appui des Fédérations

sportives (Comité Départemental de Randonnée Pédestre, Comité Régional de Tourisme Équestre, ÉquiLiberté, Fédération française de cyclotourisme du 49). Ce travail vise à protéger, développer et valoriser les itinéraires de promenades et de randonnées pédestres, équestres et VTT. Le Département compte ainsi 5 443 km de circuits inscrits au PDIPR.

42 940 €
budget alloué par le département
pour l'entretien et le développement
des itinéraires

102
itinéraires bénéficiant de l'expertise
des comités sportifs

CHIFFRES CLÉS 2025

1 471 KM
de sentiers entretenus
grâce à ce soutien financier

5
nouveaux circuits inscrits au PDIPR,
représentant 259 km supplémentaires

Pour garantir aux visiteurs et aux habitants une expérience de qualité, Anjou tourisme participe activement au développement de circuits « Qualité Anjou ». À ce titre, l'agence a travaillé aux côtés des territoires au développement des activités de pleine nature, dont :

- Inauguration de 2 boucles équestres : « Boucle du Lion d'Angers, entre rives et villages de charme » et boucle « les Ecoreuils » sur le territoire de Saumur Val de Loire
- Inscription au PDIPR de 5 circuits / itinéraires pédestres, équestres et VTT (173 km pour le GRP « Au fil de l'Evre et de l'Hyrôme », 1 circuit pédestre, 1 circuit équestre et VTT et 2 circuits équestres)

- Reconfiguration du GRP des Basses Vallées Angevines
 - Suivi du projet « Au fil de l'Evre et de l'Hyrôme »
 - Réalisation de 3 fiches randonnées « plus beaux circuits de l'Anjou »
 - Travail avec les Services du Département et la Fédération Française de canoë-Kayak pour la valorisation de parcours canoë sur la Sarthe
- Ces itinéraires sont valorisés sur la plateforme web **anjou-tourisme.com** et l'appli de la Fédération Française de randonnée pédestre « MaRando® »



Joël Esnault, Vice-Président Communauté de communes des Vallées du Haut Anjou

« En juin 2025, nous avons inauguré notre première boucle équestre « Entre rives et Villages de charme » au Lion d'Angers, un projet qui illustre parfaitement la réussite d'une collaboration entre acteurs locaux, institutions et associations. Le soutien technique et financier d'Anjou tourisme a été déterminant afin d'offrir un parcours de découverte adapté et de qualité aux passionnés de chevaux, désormais inscrit au Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée. Nous sommes impatients de poursuivre le maillage avec la perspective d'une seconde boucle sur le territoire des Vallées du Haut-Anjou en 2026. »

ŒNOTOURISME & AGRITOURISME

RENOUVELLEMENT DE LA DESTINATION "VIGNOBLES & DÉCOUVERTES" ANJOU-SAUMUR VAL-DE-LOIRE.

Le 8 juillet 2025 Atout France a officialisé par courrier le renouvellement de la destination Anjou-Saumur Val-de-Loire. La destination s'appuie sur un nouveau périmètre intégrant les territoires du Thouarsais et du Loudunais situés dans les départements des Deux Sèvres et de la Vienne en Nouvelle-Aquitaine. Le territoire de la destination est ainsi en cohérence avec celui de l'aire d'appellation. 244 prestataires touristiques sont désormais labélisés sur la destination.

PARTICIPATION À LA 1^{re} ÉDITION DE VIGNOBLES EN SCÈNE

Vignobles en Scène est l'événement national de l'œnotourisme porté par la fédération Vignobles & Découvertes. Faisant suite au Fascinant Week-end, La fédération V&D a pour ambition de faire de cet événement l'équivalent des Journées Européennes du Patrimoine. Pour cette 1^{re} édition, 70 destinations sur 74 se sont mobilisées proposant plus 750 animations, 35 banquets organisés. La fréquentation totale est estimée à 50 000 participants pour les animations et 5 000 pour les banquets. En Anjou, 8 animations ont accueilli plus de 200 participants, un banquet inédit dans les cuisines du château de Montreuil-Bellay a rassemblé 45 convives. Près de 20 prestataires ont été mobilisés sur l'ensemble du week-end. L'ambition pour 2026 est de se mobiliser encore plus largement.



MODERNISER L'IMAGE DES ROUTES DES VINS & VILLAGES DE L'ANJOU

À la suite d'un atelier conduit par Anjou tourisme au mois de novembre 2024 réunissant plus de 40 domaines viticoles d'Anjou-Saumur, 6 affiches illustrant les Routes des vins et villages de l'Anjou ont été réalisées et diffusées auprès des domaines viticoles, hébergeurs, sites et offices de tourisme de la destination. L'objectif est d'ancrer les Routes des vins dans le paysage touristique de l'Anjou à destination des professionnels et visiteurs ainsi que rajeunir et dynamiser leur image.



CARTE DES SPÉCIALITÉS CULINAIRES DE L'ANJOU

Pour valoriser les produits locaux et recettes emblématiques, une carte illustrée des spécialités culinaires de l'Anjou a été créée en fin d'année 2025. Disponible en format cartonné ou affiche, elle est gratuite pour les professionnels du tourisme et permet de :

- Mettre en avant les produits identitaires du territoire,
- Enrichir les espaces d'accueil, de restauration ou de dégustation,
- Proposer une lecture claire et visuelle de l'offre gastronomique de l'Anjou.

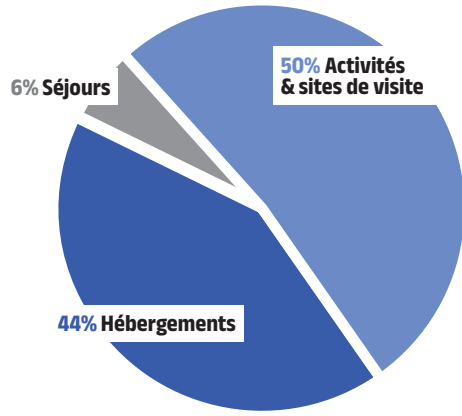
Sa diffusion se poursuivra en 2026 auprès de l'ensemble des professionnels souhaitant l'utiliser dans leurs structures.

MISE EN MARCHÉ DES ENTREPRISES eRESA

La digitalisation des entreprises touristiques, et en particulier la possibilité de proposer la réservation en ligne et d'être diffusé sur de multiples canaux de vente, est devenue incontournable pour être compétitif et gagner des parts de marché. Les outils de vente en ligne eRESA proposés aux professionnels du département permettent aux opérateurs de bénéficier de la réservation en direct (sans commission) et d'être ainsi moins dépendants des plateformes étrangères (Booking, AirBnB...).

En 2025, 26 nouveaux professionnels ont intégré la place de marché eRESA, en parallèle d'un accompagnement quotidien pour les adhérents qui ont déjà rejoint le dispositif. Plus de 634 offres touristiques du département sont désormais intégrées dans la place de marché régionale et bénéficient des réservations des plateformes anjou-tourisme.com, enpaysdelaloire.com, laloireavelo.fr...

RÉPARTITION DES VENTES PAR TYPE D'OFFRE EN 2025



2 198 474€ (+15% VS 2024)
chiffre d'affaires total généré en 2025 auprès des opérateurs du territoire par la place de marché régionale eRESA

dont 373 970 € de chiffre d'affaires direct généré via la plateforme anjou-tourisme.com

Anjou tourisme en partenariat avec l'Académie du tourisme et Alliance Réseaux, a proposé 7 formations numériques et marketing tout au long de l'année 2025. L'objectif ? Accompagner et faire monter en compétence les professionnels du tourisme dans la valorisation de leur offre et dans leur commercialisation en ligne.



Interface Open pro, outil de commercialisation en ligne et de gestion de réservation pour les hébergeurs proposé par Anjou tourisme.



Christophe Bourcier, Propriétaire d'hébergements touristiques à Grézillé

« Pour la gestion de mes réservations en ligne via mon site internet chambres d'hôtes et gîtes, j'utilise uniquement l'outil Open Pro / eResa depuis plus de 10 ans. Pour un coup très modeste, cela me satisfait pleinement. Les contrats sont personnalisables et envoyés automatiquement après chaque réservation. L'outil Addock est aussi très complémentaire pour proposer des bons cadeaux via le site anjou-tourisme.com notamment. »

ANJOU-TOURISME.COM & WEBMARKETING

Avec 3,4 millions de visites en 2025, anjou-tourisme.com confirme son rôle de vitrine numérique incontournable du territoire. Ce niveau de fréquentation jamais atteint, en hausse de 16% par rapport à 2024, illustre la capacité du site à s'adapter et capter l'attention des habitants et voyageurs à chaque étape clé, de l'inspiration à la réservation.

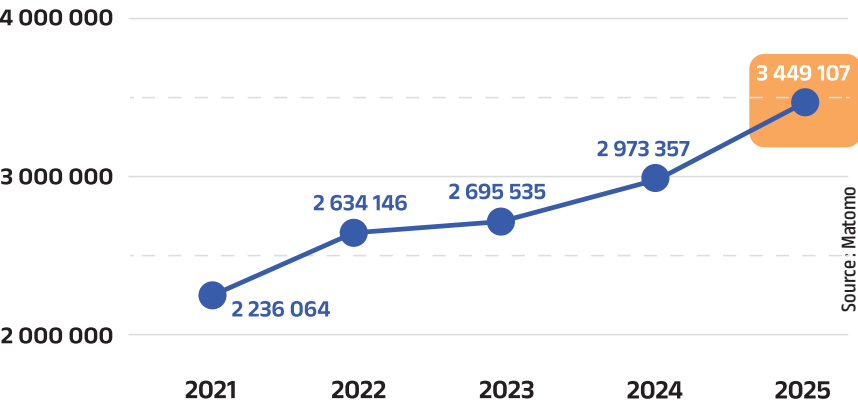
Optimisations techniques et référencement naturel :

- Audit de visibilité de la plateforme dans les outils de recherche IA et plan d'actions pour le G.E.O.
- Amélioration du parcours client pour la conversion en ligne : widgets de réservation et tunnel d'achat

Des contenus toujours plus plébiscités :

- Recettes locales : elles témoignent de l'intérêt des visiteurs pour la gastronomie angevine et le patrimoine culinaire de l'Anjou
- Agenda des événements : calendrier permettant aux visiteurs de planifier sorties, festivals et activités tout au long de l'année
- Activités et visites : stimulées par la demande pour des expériences locales, nature et patrimoniales
- De nouveaux contenus : « Nos coups de cœur » = sélection de pépites pour vivre le meilleur de l'Anjou recommandées par Anjou tourisme et les « micro-aventures ».

ÉVOLUTION DE L'AUDIENCE DE LA PLATEFORME WEB DE 2021 À 2025 EN MILLION DE VISITES ▼



À NOTER

- + de 5,4 millions de pages vues
- + 228 000 mises en relation auprès des pros
- 79% des visites via mobile et tablette

PRO.ANJOU-TOURISME.COM

Le portail web, éco-conçu de manière éthique et inclusive pour l'accompagnement des professionnels du tourisme à chaque étape de leur projet : ressources essentielles, services personnalisés adaptés à votre profil et à vos besoins.

EN CHIFFRES

44 775 PAGES VUES
+ 22 544 VISITES (+22% VS 2024)
43 ACTUALITÉS MISES EN LIGNE

ACCESSIBILITÉ NUMÉRIQUE & ÉCO-CONCEPTION



98,5%
DES CRITÈRES
RGAA* RESPECTÉS

ÉCO INDEX C

*Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité

BASES DE DONNÉES TOURISTIQUES

L'e-Système des Professionnels du Réseau d'Information Touristique régional est ouvert aux professionnels, aux institutionnels et aux offices de tourisme. C'est une base de données touristiques qui alimente de multiples supports de destination, grâce à une mise à jour unique. Anjou tourisme en assure la coordination et l'animation à l'échelle départementale. Au cœur du dispositif, l'office de tourisme de chaque territoire est l'interlocuteur principal des acteurs touristiques.



Déploiement d'une IA de traduction automatisée pour une meilleure promotion internationale

► Mise en place de l'Intelligence Artificielle DeepI pour une traduction automatique, instantanée et qualitative de l'ensemble des offres touristiques.

► 17,5 millions de caractères traduits en 3 langues (anglais, allemand, néerlandais), permettant de toucher un public plus large.



Des partenariats renforcés et conformité réglementaire

► De nouvelles conventions de partenariat avec les offices de tourisme, pour un renforcement du respect des droits attachés à la personne et à la production d'œuvres de l'esprit.

► Renforcement de l'interopérabilité avec l'amélioration des passerelles techniques avec les bases de données touristiques de Saumur Val de Loire tourisme, Destination Angers et Surprenant



Choletais. Un outil au service de nos partenaires

► 14 000 offres touristiques qualifiées et référencées sur de nombreux dispositifs.

► Accompagnement et paramétrages pour les offices de tourisme et filières (Fédération de Pêche, CDRP, Interloire...). 108 comptes utilisateurs actifs de la base de données au sein des structures partenaires.

EN CHIFFRES

6 NEWSLETTERS PRO ENVOYÉES EN 2025
826 ABONNÉS (+ 121 VS 2024)
68,55% TAUX D'OUVERTURE MOYEN



RÉSEAUX SOCIAUX



LA COLLABORATION ÉDITORIALE : UN LEVIER FORT DE LA STRATÉGIE SOCIAL MEDIA

La part des contenus produits en collaboration continue d'augmenter. En 2025, 48% des publications J'aime l'Anjou ont été réalisées en concertation avec un partenaire et co-publiées (offices de tourisme, Fédération des vins Anjou Saumur, Conseil Départemental, comités d'itinéraire, etc.). Une méthode gagnant-gagnant qui permet de proposer des contenus inédits à nos communautés et d'augmenter la visibilité des lieux / sujets valorisés.

UN LIEN FORT À LA COMMUNAUTÉ

- Animation des pages visant des interactions de qualité, des échanges humains et bienveillants.
- Identification d'ambassadeurs et de superfans.

RENCONTRE AVEC LES SUPERFANS J'AIME L'ANJOU

Anjou tourisme a reçu le 26 septembre une vingtaine de ses abonnés, parmi les plus actifs sur les réseaux sociaux J'aime l'Anjou. Pour une rencontre au-delà des écrans et pour honorer ces ambassadeurs du territoire, Anjou tourisme **en partenariat avec la Fédération des vins d'Anjou-Saumur**, les ont conviés à découvrir le territoire de façon privilégiée. Les Superfans ont ainsi pu visiter le **Château de Brissac**, guidés par le propriétaire des lieux en personne, Charles-André de Brissac. La suite de la soirée s'est déroulée à quelques kilomètres, pour une découverte du **domaine de Haute-Perche** et une dégustation d'appellations locales.



Château de Brissac ©Anjou tourisme



TÉMOIGNAGE

Pauline Halligon, Chargée des réseaux sociaux de l'office de tourisme de l'Anjou bleu

« En 2025, nous avons continué de tisser une belle collaboration avec Anjou tourisme, autour de publications communes sur Facebook et Instagram. Journées de terrain, prises de vue, échanges et travaux concertés... ont permis de mettre en lumière l'Anjou bleu sous son meilleur angle ! Véritable partenaire et ambassadeur de tous les territoires, Anjou tourisme reste un interlocuteur privilégié. Leurs conseils avisés et leur expertise sur les réseaux sociaux nous sont précieux pour ajuster et faire progresser notre stratégie digitale. »

CAMPAGNE MÉDIA NATIONALE

Anjou tourisme, en partenariat avec le Département de Maine-et-Loire, la Fédération viticole Anjou-Saumur, Destination Angers, Terra Botanica, le Bioparc de Doué-la-Fontaine, l'Abbaye royale de Fontevraud, le Parc Oriental de Maulévrier et le château d'Angers, a renouvelé en 2025 une campagne de communication nationale d'envergure en 2 temps. Co-construite et co-financée, cette campagne s'est de nouveau déployée en version digitale pour plus d'impact. L'objectif est toujours d'augmenter la notoriété de l'Anjou, de rajeunir l'image de la destination mais aussi d'allonger la durée de séjour et d'incarner le nouveau positionnement "Anjou, la force de la douceur". **Un bel exemple de coopération et de mutualisation des moyens pour faire entendre la voix de l'Anjou et faire rayonner tout le territoire !**



LES CIBLES DE LA CAMPAGNE
25-49 ans, géographiquement : national et grand quart nord-ouest



LE DISPOSITIF DIGITAL
4 spots de 20 secondes avec un nouveau concept en 2 temps : l'accident sonore.
► Replay TV sur TF1, M6 et France TV
► Cinéma Ile de France
► Réseaux sociaux J'aime l'Anjou



2 VAGUES DE COMMUNICATION
► **Vague 1** en février : au national France entière. Au moment des réservations pour les vacances ou les longs week-ends de mai et juin.
► **Vague 2** en avril : grand quart nord-ouest de la France, incluant Paris. Pour les indécis de dernière minute.

EN CHIFFRES

7 CINÉMAS EN ANJOU, 49 SALLES
(cinéma Pathé à Angers, cinéma Les 400 coups à Angers, Cinéville Les Ponts de Cé, CGR Les arcades rouge à Cholet, Le Grand Palace à Saint-Lambert-des-levées, cinéma Glonne à Saint-Florent-le-Vieil, cinéma Le Maingué à Segré)
= 211 000 ENTRÉES



TÉMOIGNAGE

Léonie Pointu, Chargée de Communication Parc Oriental de Maulévrier

« Pour la première fois, le Parc Oriental de Maulévrier a rejoint la campagne partenariale de l'Anjou, convaincu par la force du collectif pour faire rayonner notre territoire. Cette collaboration illustre parfaitement la synergie entre les acteurs du tourisme angevin, unis autour d'une vision commune. Cette première édition a contribué à soutenir une belle fréquentation touristique et surtout à renforcer l'image attractive et qualitative de l'Anjou. Nous sommes fiers de nous associer au Département et aux différents acteurs engagés pour valoriser la richesse et la diversité du tourisme en Anjou. »

EN CHIFFRES

9,1 MILLIONS D'IMPRESSIONS EN REPLAY TV

1,4 MILLIONS DE CONTACTS EN CINÉMA

2,4 MILLIONS DE PERSONNES TOUCHÉES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

+ 39% DE FRÉQUENTATION SUR LE SITE ANJOU-TOURISME.COM (février - avril)

CAMPAGNE ATTRACTIVITÉ

En partenariat avec le Département de Maine-et-Loire, Anjou tourisme a coordonné une campagne de communication pour promouvoir la nouvelle vidéo attractivité « Anjou, la force de la douceur ». Elle a été diffusée dans les cinémas et sur le digital en novembre et décembre 2025. Cette création 100% Anjou intègre un slam des artistes angevins 21g.



CAMPAGNE DE COMMUNICATION DIGITALE
« MICRO-AVENTURES EN ANJOU »

Du 1^{er} septembre au 31 octobre 2025, Anjou tourisme a mené une nouvelle campagne visant à séduire les locaux et voyageurs à la recherche d'évasion en se reconnectant à la nature. Une réponse apportée à la tendance actuelle de « partir en micro-aventure » en valorisant les séjours en itinérance vélo, pédestre, fluviale, canoë, les routes des vins...



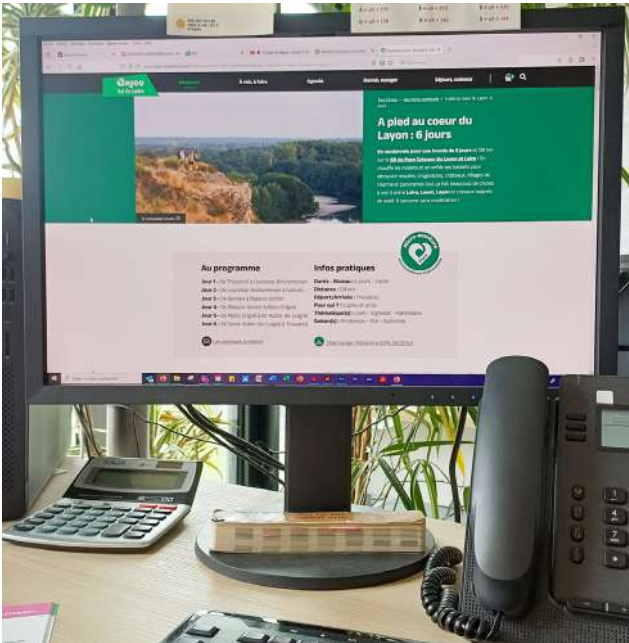
LES OBJECTIFS

► Soutenir les professionnels du tourisme de l'Anjou sur l'arrière-saison

► Promouvoir la destination Anjou comme un territoire propice au séjour itinérant



NOUVEAU ! RUBRIQUE
« MICRO-AVENTURES »
SUR ANJOU-TOURISME.COM



DISPOSITIF 100% DIGITAL

► Créations de carrousels publicitaires pour valoriser les 4 « micro-aventures »

► Diffusion 100 % ads des carrousels sur Facebook et Instagram, durant deux mois, avec des ciblés affinitaires, géographiques et du reciblage qualifié (visiteurs du site Internet, audience engagée)

EN
CHIFFRES

1 820 638 IMPRESSIONS
385 249 PERSONNES ATTEINTES
25 552 CLICS SORTANTS

CRÉATION DE CONTENUS

- À pied au cœur du Layon : 6 jours
- Boucle vélo entre Loir et Loire : 4 jours
- Canoë sur la Loire et le Louet : 3 jours
- Road trip en van sur les routes des vins de Loire : 3 jours

DES NOUVELLES PAGES CONÇUES
POUR OFFRIR À L'UTILISATEUR
UNE EXPÉRIENCE IMMERSIVE EN LIGNE

- Des infos pratiques et des conseils de visite, avec des adresses sélectionnées par Anjou tourisme
- Une carte dynamique affiche le tracé et les points d'intérêts de l'étape
- Un maillage avec notre base de données et la valorisation des offres touristiques, audience engagée

CAMPAGNE DE PROMOTION
« HÔTELLERIE DE PLEIN AIR »

Pour la 3^e année consécutive, une campagne de promotion digitale a été menée du 1^{er} avril au 30 juin 2025 auprès des opérateurs d'hôtellerie de plein air de Maine-et-Loire. Elle a de nouveau réuni 15 campings partenaires, intégrés à la place de marché régionale eRESA.



OBJECTIF

► Promouvoir la destination à travers l'offre commerciale des campings, générer des réservations directes sur anjou-tourisme.com (sans commission), réduire la dépendance aux OTAs et soutenir l'activité en début de saison



DISPOSITIF

- Campagnes Google Ads, publications sponsorisées Facebook et Instagram, optimisation des offres (contenus, mises en avant, bons plans)
- Des reportages photos professionnels réalisés lors des éditions précédentes ont renforcé l'attractivité des offres

BILAN
3 ANS

63 000 € de chiffre d'affaires générés sur anjou-tourisme.com (avril à juin)
75 % des réservations "campings" issues des campings partenaires
400 réservations sur anjou-tourisme.com

Visibilité renforcée sur Google malgré une forte concurrence des grands acteurs
Audience hors bassin local touchée : Bretagne, Centre-Val de Loire, Île-de-France

PARTENARIAT SALONS

Depuis plusieurs années, le GIP Anjou tourisme et le réseau des campings Made in Anjou sont partenaires pour la promotion de la destination et de la filière hôtellerie de plein air sur plusieurs salons en France et à l'étranger.

En 2025, les campings Made in Anjou ont participé aux salons suivants :

- Salon du Tourisme à Lille - Tourissima
- Salon Camping Caravaning à Birmingham
- Salon de Toulouse
- Salon Fiets en Wandelbeurs (randonnée, vélo) à Utrecht

LES 12^e RENCONTRES DÉPARTEMENTALES DE L'HÔTELLERIE DE PLEIN-AIR DE L'ANJOU
Près de 50 professionnels du camping de Maine-et-Loire se sont retrouvés le 13 octobre à Gennes-Val-de-Loire pour partager actualités, bonnes pratiques et solutions d'avenir autour de deux grandes thématiques :

- L'adaptation aux changements climatiques
- L'accueil des clientèles itinérantes (à vélo, à pied, à cheval...)



Carla Tombini, Responsable Camping, Salle et Gîtes de l'Étang

« L'accompagnement d'Anjou tourisme nous a permis de participer à la campagne digitale dédiée aux campings et de bénéficier d'une visibilité web renforcée, ainsi que de nouveaux visuels réalisés par un photographe professionnel. Sur notre site, la future intégration des widgets va nous aider à mieux répondre aux attentes des clients et à mettre en avant les offres locales. Avec le réseau Made in Anjou, nous participons également à des salons à l'étranger avec le soutien financier d'Anjou tourisme : une opération gagnante pour tous. Les éditions touristiques constituent un véritable appui pour promouvoir la destination sur place et valoriser nos offres. »

CAMPAGNE « OFFREZ L'ANJOU »

Pour la sixième année consécutive, Anjou tourisme a mis en place la campagne « Offrez l'Anjou » du 1^{er} novembre au 31 décembre 2025. Le principe de cette campagne : soutenir l'économie locale avec des cadeaux immatériels. Un catalogue d'offres expérientielles et originales dans tout le département et pour tous les budgets, pour offrir des activités ou séjours touristiques à Noël. Cette campagne cible les locaux mais aussi les voisins départementaux ou régionaux.



DISPOSITIF MÉDIA

- 414 spots radio diffusés sur la région Pays de la Loire accompagnés de diffusion en audio programmatique : web radio et podcast. Le dispositif est complété par 8 séjours en Anjou à gagner pour les auditeurs.
- Une campagne web SEA (achat de mots clés Google) qui a engendrée 24 926 clics et 540 119 impressions.
- Un relais sur nos réseaux sociaux grand public pour promouvoir les activités et séjours à moins de 200€ et la box en place de marché. Ceci a généré 1 122 765 impressions totales sur Facebook et Instagram.

37^e FORUM DE LA COMMUNICATION PUBLIQUE ET TERRITORIALE / CAP'COM

Aux côtés du Département, Anjou tourisme a participé à l'organisation d'éductours et d'ateliers lors de la réception du Forum CAP'COM en Anjou, qui a rassemblé plus de 1 000 professionnels de la communication publique et territoriale. Cet événement a été l'occasion pour le GIP de présenter :

- La démarche d'attractivité territoriale autour de la nouvelle marque Anjou,
- La campagne de communication nationale, réalisée en collaboration avec des partenaires publics et privés.



Atelier CAP Com ©Anjou tourisme

KIT ÉCO-GESTES DE L'ANJOU

Lancé en 2024 dans le cadre du club Passeport vert, le kit éco-gestes de l'Anjou, porté par Anjou Tourisme et co-construit avec les offices de tourisme, les EPCI et les filières d'hébergement, vise à promouvoir un tourisme responsable en cohérence avec l'identité « Anjou, la force de la douceur ».

11 supports pédagogiques aux messages ludiques et accessibles ont été réimprimés en 2025. Ce kit accompagne les professionnels dans la sensibilisation des visiteurs et la valorisation de leurs engagements. Aujourd'hui, plus de 200 professionnels ont adopté ce support, et sa diffusion se poursuit. Préservons ensemble la douceur de l'Anjou, c'est notre force !



DÉMARCHE « ATTRACTIVITÉ & HOSPITALITÉ »

PILOTAGE ET COORDINATION DE LA STRATÉGIE D'ATTRACTIVITÉ ET D'HOSPITALITÉ DU DÉPARTEMENT

Le GIP Anjou tourisme joue désormais un rôle central dans le pilotage et la coordination de la stratégie d'attractivité et d'hospitalité portée par le Département de Maine-et-Loire, autour de la nouvelle marque territoriale « Anjou, la force de la douceur ». Cette stratégie s'articule autour de quatre objectifs prioritaires :

- Améliorer la notoriété de l'Anjou
- Valoriser les produits locaux et l'excellence des savoir-faire
- Attirer des talents
- Fédérer et mobiliser les acteurs autour d'une ambition commune

Afin de concrétiser cette stratégie et de préparer sa déclinaison digitale, Anjou tourisme et la Direction de la communication du Département ont organisé des ateliers participatifs impliquant de nombreux acteurs du territoire :

► 30/06/2025 – Attraction n°1 : avec les EPCI et acteurs locaux

Objectif : Identifier les filières en tension prioritaires et les cibles à privilégier à l'échelle départementale et par territoire.

► 06/10/2025 – Attraction n°2 : avec les acteurs locaux

Objectifs : Caractériser les profils ciblés pour mieux comprendre leurs attentes et définir des actions ciblées adaptées à ces profils.

Ces ateliers ont permis de mobiliser le territoire, d'identifier des priorités claires et de construire collectivement les bases de la stratégie d'attractivité et de fidélisation des talents en Anjou.



Attraction ©Anjou tourisme



PARTICIPATION AU SALON DU MADE IN FRANCE À PARIS DU 6 AU 9 NOVEMBRE

Durant 4 jours, un « village Anjou » était au cœur du salon du Made in France à Paris. Artisans, producteurs, créateurs... labellisés « Produit en Anjou » se sont mobilisés pour faire rayonner le Département et promouvoir l'excellence de ses savoir-faire. Anjou tourisme était présent pour valoriser l'attractivité touristique et résidentielle du territoire. Derrière chaque produit, il y a une histoire, un savoir-faire, des visages, un lieu et un territoire à découvrir...



Stand Made in France à Paris ©Anjou tourisme

ÉDITIONS & DIFFUSION

LE MAGAZINE ANJOU EXPÉRIENCES & LES 4 CARTES

4 objectifs principaux : donner une meilleure visibilité à la destination, renforcer l'identité de l'Anjou, faciliter les projets de séjour et les convertir en visites.

Nos éditions sont imprimées sur un papier 100 % recyclé (sans vernis ni traitement) pour un rendu plus naturel et un moindre impact écologique. Le magazine et les cartes présentent toutes les richesses (troglodytisme, fluvial, nature, histoire, art et artisanat...) et activités (vélo, visite de musées, de caves et vignobles...) qu'offre l'Anjou.

Téléchargeables sur anjou-tourisme.com

► **Tirage** : 75 000 exemplaires du magazine, 70 000 exemplaires de la carte touristique et de la carte vélo, 80 000 exemplaires de la carte route des vins et 8 000 exemplaires de la carte grande itinérance. Cette dernière, initialement destinée à la promotion de l'itinérance en salon, a de nouveau suscité un fort intérêt pour une diffusion dans les offices de tourisme.

► **Diffusion** : régionale et nationale

CADDIES

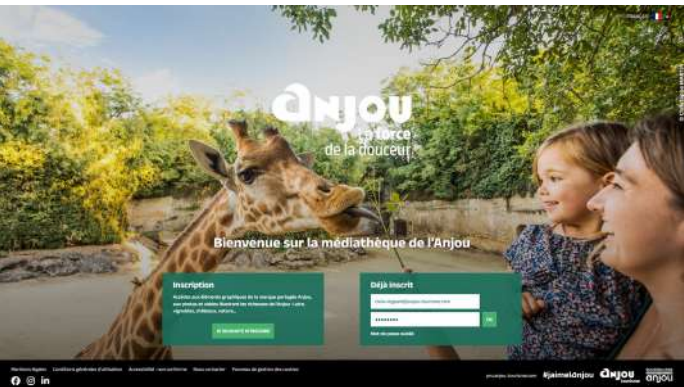
Diffusion annuelle du magazine Anjou Expériences dans plus de 100 caddies répartis sur l'ensemble de l'Anjou.

PRÉSENTOIRS

Opération coordonnée par Anjou tourisme au bénéfice des sites touristiques du département. Environ 80 sites diffuseurs et 120 points de diffusion répartis sur l'ensemble du territoire départemental.



CONTENUS PHOTOS



En 2025, Anjou tourisme a commandé plusieurs reportages tout au long de l'année, parmi lesquels :

- 7 micro-aventures
- 6 recettes de l'Anjou (dans 6 établissements avec hébergements)
- Vignobles en Scène (événement)
- 2 vidéos professionnelles pour mettre en avant l'accompagnement de l'agence (le camping Terre de Loire et le Château de la Turmelière)

+ de 300 nouvelles photos disponibles sur notre médiathèque !

PRESSE

► 1 dossier de presse annuel 2025 (envoi à plus de 500 journalistes)

► La participation à 1 salon presse pro : Partir en France du 13 et 14 janvier (24 journalistes rencontrés)

► Toute l'année, ce sont 25 journalistes accueillis par l'agence, 7 accueils en partenariat avec Solutions & Co et 3 accueils en partenariat avec Rivières de l'Ouest

► Des envois de communiqués de presse B to B (corporate), et B to C (tourisme)

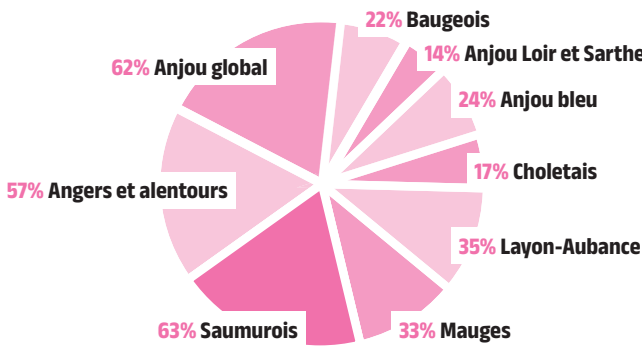
► Des relances et assistances quasi-quotidiennes (phoning + 54 réponses ou sujets "poussés" tout au long de l'année pour obtenir un maximum de visibilité dans les médias

267 retombées presse suite aux actions d'Anjou tourisme

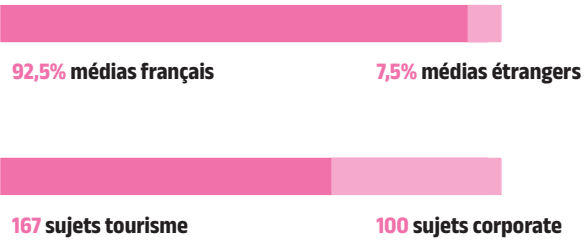
Esprit d'ici, Avantages, Régál, Femme actuelle, Rustica, BFM TV, ARTE, Le Routard,...

et des partenariats : page "Balade" pour Anjou le Mag, avec RCF Anjou pour une "Série d'été", Dimanche Ouest France, Ouest France,...

RETOMBÉES PRESSE PAR TERRITOIRE ▼



RETOMBÉES PRESSE ▼



SALON

DESTINATIONS NATURE À PARIS

Pour la troisième année consécutive, du 13 au 16 mars, le GIP Anjou tourisme s'est rendu à Paris pour promouvoir l'Anjou aux côtés de plusieurs partenaires : Ôsez Mauges, Destination Saumur Val de Loire, Anjou Vert, Anjou bleu, Anjou Loir et Sarthe, Anjou Vignoble et Villages, ainsi que les Campings Made in Anjou. Cette présence a été l'occasion de mettre en avant l'Anjou de manière collective, de renforcer les liens entre les territoires et d'inspirer les visiteurs grâce à la diversité de nos offres touristiques, invitant chacun à venir découvrir notre région. Le salon a accueilli plus de 44 000 visiteurs.



RAPPORT 2025 DE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ORGANISATIONS (RSO)

#jaimelanjou



RAPPORT RSO



Rodolphe Ligonnière,
Directeur général
d'Anjou tourisme

ÉDITO

Nous sommes heureux de vous présenter notre 3^e rapport de Responsabilité Sociétale des Organisations (RSO), qui reflète notre volonté de poursuivre nos actions en faveur d'un tourisme éco-responsable, éthique et à impact positif, tant dans notre fonctionnement interne que dans l'ensemble de la chaîne de valeur touristique départementale.

Membre du réseau **Acteurs du Tourisme Durable** depuis trois ans, réseau qui rassemble les professionnels engagés dans la transition du secteur, le GIP Anjou tourisme, en partenariat avec Destination Angers et l'ESTHUA, a été retenu en 2025 pour accueillir le **Congrès national des Universités du Tourisme Durable**. Ce temps fort a permis de mobiliser les professionnels de notre territoire et de toute la France autour du partage de bonnes pratiques et d'initiatives concrètes.

Notre engagement se traduit par de nombreuses actions portées par l'équipe : séminaires à destination des professionnels intégrant systématiquement des **volets éco-responsables, inclusifs ou solidaires**, seconde édition du **job dating du tourisme en Anjou** avec l'ESTHUA pour soutenir l'emploi, organisation d'un **marché de producteurs lors des Printemps du tourisme pour encourager les circuits courts**, et lancement d'un **audit RGAA** afin de renforcer l'accessibilité numérique de nos plateformes.

Conscients du chemin restant à parcourir, nous inscrivons notre démarche dans une logique d'amélioration continue, en cohérence avec le Schéma départemental de développement touristique et la stratégie d'attractivité et d'hospitalité du Département.

Nous remercions l'ensemble de nos partenaires pour leur engagement essentiel à la réussite collective de cette démarche.

CERTIFICATION



Cette certification permet d'évaluer la maturité des démarches RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) aux enjeux du développement durable sur la base de la norme ISO 26000.

LES 4 ENGAGEMENTS RSO POUR ANJOU TOURISME :

1. Créer une institution efficace à l'écoute des acteurs de son territoire

2. Être une agence attractive, attentive à ses agents tout au long de leur carrière

3. Maintenir et développer une économie touristique au service de ses habitants

4. Développer et promouvoir un tourisme respectueux du territoire et de ses ressources

Ces quatre engagements répondent aux différents piliers que nous adressons dans notre politique RSO : la gouvernance ainsi que les sphères sociales, sociétales, économiques et environnementales. La définition de ces quatre objectifs est passée par l'étape d'identification de nos enjeux permettant de ne pas perdre de vue les champs d'actions sur lesquels nous devons d'intervenir prioritairement dans le cadre de la responsabilité sociétale de notre organisation. Dorénavant, la construction de nos rapports RSO et de nos plans d'action s'appuiera sur ces engagements pour lesquels nous nous appliquons à rendre compte.

PILIER SOCIAL
ÊTRE UNE AGENCE ATTRACTIVE ATTENTIVE
À SES AGENTS TOUT AU LONG DE LEUR CARRIÈRE

L'année 2025 a été marquée par plusieurs évolutions : Catherine Reverdy, chargée de gestion administrative, a fait valoir ses droits à la retraite ; Bénédicte Maquet, assistante de direction et présente dans la structure depuis 33 ans, a quitté l'agence pour s'engager dans de nouveaux projets. Un temps de convivialité a été organisé pour saluer leur engagement, leur contribution et les remercier pour leur implication durable.

Aurélie Launay, responsable du pôle promotion, a bénéficié d'un congé maternité au cours de l'année. L'organisation interne a été adaptée afin d'assurer la continuité des missions et la solidarité d'équipe. Sandrine Landelle est arrivée fin août en qualité d'assistante de direction, en remplacement de Bénédicte Maquet.

L'agence a également joué un rôle actif dans la transmission et la découverte des métiers en accueillant six stagiaires, aidés d'un accompagnement dédié.

LES OBJECTIFS
DE DÉVELOPPEMENT DURABLE
QUE NOUS ADRESSONS



LES ACTIONS 2025

- Recrutement et intégration d'une nouvelle collaboratrice : Sandrine Landelle pour le poste d'assistante de direction
- Accueil et intégration de 6 stagiaires au sein de l'équipe
- Formation sauveteur, secourisme de travail pour 9 collaborateurs et 2 recyclages
- Participation au marathon sportif inter-entreprise : équipe de 6 collègues d'Anjou tourisme
- Formation collective à l'outil « Canva »
- Organisation d'une journée teambuilding en juin pour fédérer l'équipe
- 2nde édition de l'enquête « Qualité de vie au travail »
- Déjeuner d'équipe de fin d'année & Secret Santa à l'initiative des salariés
- Participation au Défi mobilité du Département : Atelier réparation et entretien de son vélo
- Offre d'une box « Produit en Anjou » à chaque collaborateur en fin d'année

Sandrine, Assistante de direction, Anjou tourisme

« Arrivée fin août 2025 au sein du GIP Anjou tourisme, j'ai vécu le processus de recrutement comme une expérience très enrichissante et rassurante, marqué par trois étapes : 1. Entretien physique avec le Directeur Général et le Responsable Administratif et Financier ; 2. Test de comportement en ligne ; 3. Rencontre avec une agence de recrutement pour argumenter les résultats du test de comportement en vue de les analyser. Au sein de cette structure à taille humaine œuvrant pour un intérêt public, je me suis parfaitement bien intégrée, entourée d'une équipe qui a su me réserver le meilleur accueil ! »



TÉMOIGNAGE

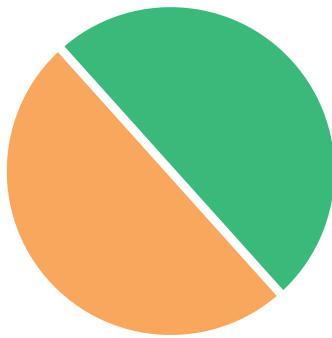
INDICATEURS SOCIAUX

TYPE DE CONTRAT



95 % CDI
5 % CONTRATS DE PROJET

PARITÉ POSTES ENCADREMENT



50 % FEMMES
50 % HOMMES

PARITÉ EFFECTIF TOTAL



61 % FEMMES
39 % HOMMES



EFFECTIF TOTAL : 23 PERSONNES FIN 2025
POUR 22,60 ETP (-1 COLLABORATEUR VS 2024)



ANCIENNETÉ MOYENNE : 9 ANS DONT :
EFFECTIF ≥ 10 ANS = 7
EFFECTIF ≤ 5 ANS = 13



NOMBRE D'HEURES DE FORMATION : 1094 H
BUDGET DÉDIÉ : 12 671 €
100% DE L'EFFECTIF A SUIVI AU MOINS 1 FORMATION



INDICE D'ÉCART DE SALAIRE : 2,62
MOYENNE NAT. ENTRE 2,4 ET 3



TAUX D'ABSENTEÏSME : 2,57 %
MOYENNE NAT. 5,9 %



NOMBRE DE STAGIAIRES ENCADRÉS : 6



OBJECTIFS 2026

- Mise en place d'un process « Hospitalité Anjou tourisme » pour améliorer l'accueil des nouveaux arrivants (stagiaire ou salarié)
- Participation à un challenge inter-entreprise pour fédérer l'équipe
- Formation de l'équipe à l'éco-conduite et nouveaux support GPS pour renforcer la sécurité au volant
- Désignation d'un référent accessibilité au sein de l'agence
- Réflexion sur la flexibilité horaire
- Mise en place d'horaires adaptés pour faciliter la garde d'enfant en crèche
- Audit d'accessibilité R.G.A.A. sur anjou-tourisme.com

Axel, Chargé de coordination Vélo Francette, Anjou tourisme

« J'ai participé avec plusieurs collègues à la formation de Sauveteur Secouriste du Travail animée par la Protection Civile. Le formateur nous a préparés durant deux jours à intervenir efficacement en cas d'accident ou de situation d'urgence sur notre lieu de travail, en adaptant les réflexions et exercices à notre contexte professionnel. Nous avons appris à reconnaître les signes de détresse vitale, à réaliser les gestes de premiers secours ainsi qu'à utiliser les équipements d'urgence comme les défibrillateurs. Cette certification renforce nos capacités à intervenir, et nous donne également de bons réflexes pour des situations rencontrées dans nos vies quotidiennes. »



TÉMOIGNAGE

PILIER SOCIÉTAL & ÉCONOMIQUE
MAINTENIR ET DÉVELOPPER UNE ÉCONOMIE TOURISTIQUE
AU SERVICE DE SES HABITANTS

Le tourisme représente un levier majeur de développement, d'attractivité et d'emploi pour le territoire. En 2025, Anjou tourisme a poursuivi et renforcé ses actions afin de soutenir l'économie touristique locale et d'accroître l'attractivité de la destination. Plusieurs campagnes d'envergure de promotion et de communication ont été déployées pour développer la notoriété et l'image de l'Anjou, tout en générant des retombées économiques directes pour les acteurs du territoire.

La 3^e édition du job dating tourisme, organisée en partenariat avec INNTO - ESTHUA a rencontré un fort succès. Près de 1 000 candidats et de nombreux professionnels du secteur étaient rassemblés, favorisant la mise en relation directe entre recruteurs et talents. Afin de promouvoir les circuits courts et de mettre en lumière l'excellence des savoir-faire locaux, Anjou tourisme a également participé au Salon du Made in France à Paris aux côtés d'entreprises labellisées « Produit en Anjou ».

LES OBJECTIFS
DE DÉVELOPPEMENT DURABLE ►
QUE NOUS ADRESSONS



LES ACTIONS 2025

- Organisation de la 3^e édition du « job dating tourisme en Anjou » avec des conférences dédiées aux métiers du tourisme, labellisée « Semaine des métiers du tourisme » au niveau national.
- Campagnes de communication nationale et régionale en lien avec des partenaires publics et privés en faveur de l'attractivité de l'Anjou.
- Soutien des savoir-faire et de l'artisanat locale à travers la participation au salon du Made in France avec 17 entreprises labellisées « Produit en Anjou ».
- Intervention des salariés auprès des étudiants de INNTO-ESTHUA (Faculté de tourisme, culture et Hospitalité d'Angers). Membre au Conseil de gestion de INNTO-ESTHUA.
- Inclusion numérique et graphique : Audit de conformité et déclaration RGAA des sites anjou-tourisme.com et anjou-loire-valley.co.uk et formation "Créer des contenus accessibles depuis Adobe Indesign et Acrobat Pro ».
- Participation de 3 collaborateurs à l'événement « Octobre rose » coordonné par le Département à Angers (course et randonnée).
- Participation de membres de l'équipe à l'opération « Boîtes de Noël solidaires ».
- Formation des professionnels du tourisme : « Proposer une boutique responsable pour son site de visite » et développer un site web efficace pour dynamiser ses ventes directes.
- Séminaire des sites sur le thème « Adapter sa visite aux publics spécifiques : enfants, adolescents, personne en situation de handicap, publics en précarité ».
- Webinaire auprès de professionnels du tourisme et des entreprises sur le « RGPD ».

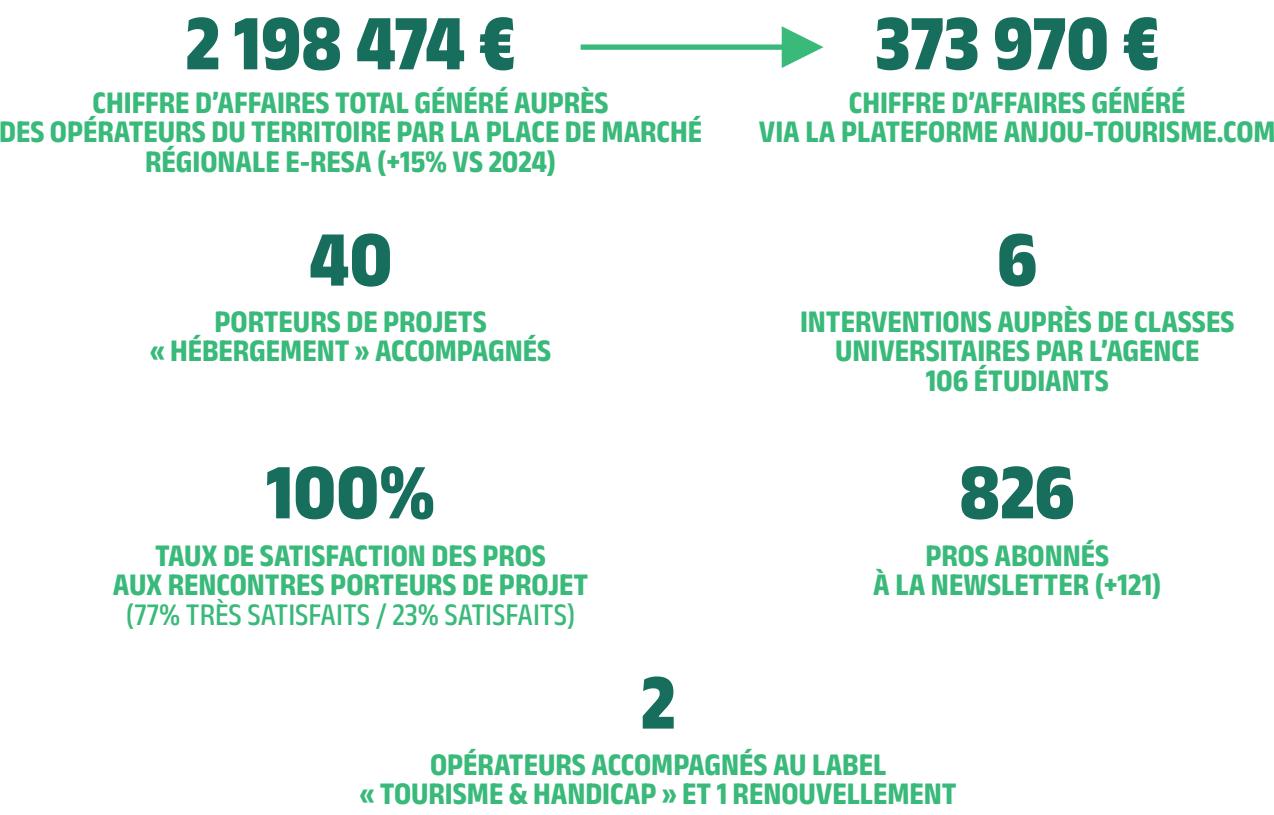
Jean-René Morice, Directeur général INNTO-ESTHUA Angers

« Les Printemps du tourisme que nous co-organisons avec Anjou tourisme, depuis plusieurs années, témoigne de notre engagement partagé au service des professionnels du secteur du tourisme et des loisirs de l'Anjou. Au cœur de l'évènement, le job dating apporte une réponse concrète aux enjeux de recrutement du secteur en favorisant la rencontre entre les entreprises et les étudiants formés à l'ESTHUA, Institut National de Tourisme de l'Université d'Angers. Nous sommes fiers de ce rendez-vous construit avec et pour les acteurs du tourisme du territoire... »



TÉMOIGNAGE

CHIFFRES CLÉS



POIDS DU TOURISME EN ANJOU :



OBJECTIFS 2026

- Renouveler l'édition « job dating » pour les métiers du tourisme en Anjou
- Participer au salon Made in France à Paris
- Diffusion du kit « spécialités culinaires de l'Anjou » pour valoriser les productions locales
- Dispositif « Hospitalité » à destination des nouveaux habitants de l'Anjou
- Printemps du tourisme : sensibilisation au tourisme inclusif

Dany Thomas, Président syndicat Hôtellerie de Plein Air Anjou

« Participer à ce job dating et partager mon expérience est une excellente occasion de faire découvrir les métiers de l'Hôtellerie de Plein Air, de lever certains clichés et de présenter avec sincérité nos opportunités d'emploi et d'évolution. Cette 3^e édition a une nouvelle fois rencontré un vif succès. Le Syndicat de l'Hôtellerie de Plein Air de l'Anjou sera heureux de poursuivre cette dynamique lors des prochaines rencontres. »



TÉMOIGNAGE

PILIER ENVIRONNEMENTAL
DÉVELOPPER ET PROMOUVOIR UN TOURISME RESPECTUEUX
DU TERRITOIRE ET DE SES RESSOURCES

En 2025, Anjou tourisme a eu l'honneur d'être sélectionné pour accueillir, en partenariat avec Destination Angers et Innto Angers, le Congrès national des Universités du Tourisme Durable, qui a réuni près de 630 participants autour des enjeux du tourisme responsable et durable. Depuis 2020 et la signature du Passeport Vert avec l'ONU, Anjou tourisme s'engage à promouvoir un tourisme durable en lien avec les territoires. Le Club Passeport Vert a ainsi renouvelé le kit éco-gestes pour sensibiliser les visiteurs et les professionnels aux pratiques éco-responsables. Cette année, l'accent a été mis sur les circuits courts et la consommation locale : marché de producteurs locaux lors des Printemps du Tourisme de l'Anjou, création d'une affiche « Spécialités culinaires de l'Anjou », et atelier professionnel sur « Tourisme gourmand & circuits courts : levier d'attractivité éco-responsable et d'identité pour l'Anjou ». Anjou tourisme a à cœur de développer un tourisme respectueux du territoire et de ses ressources.

LES OBJECTIFS
DE DÉVELOPPEMENT DURABLE ▶
QUE NOUS ADRESSONS



LES ACTIONS 2025

- ▶ Création d'un marché des producteurs locaux à l'occasion des Printemps du tourisme de l'Anjou
- ▶ Création d'une affiche « spécialités culinaires de l'Anjou » pour inciter la consommation locale et la poursuite du déploiement du kit éco-gestes auprès des professionnels
- ▶ Création d'un atelier circuits courts pour les professionnels
- ▶ Accompagnement des communes pour intégrer la démarche « Villes & Villages Fleuris » et des labels de préservation et de valorisation du patrimoine (Villages de charme et Petites Cités de Caractère® de l'Anjou)
- ▶ Accompagnement des communes pour protéger les sentiers ruraux via la démarche du Plan Départemental des Espaces, Sites et Itinéraires
- ▶ Poursuite des aménagements vélos - loisirs pour inciter le slow tourisme : lancement des travaux du chemin de halage de la Mayenne et des études de compensation pour renaturer des milieux humides
- ▶ Participation au challenge « Ma petite planète » pour sensibiliser l'équipe aux bons éco-gestes
- ▶ Nettoyage du serveur pour l'ensemble de l'équipe durant 2 jours
- ▶ Création d'une charte « événement responsable » en collaboration avec le Département de Maine-et-Loire
- ▶ Séminaire de l'Hôtellerie de Plein Air sur le thème « Adaptation aux changements climatiques et accueil des clientèles itinérantes »
- ▶ Accueil des Universités du tourisme durable en Anjou (600 personnes accueillies)
- ▶ Adhésion au réseau national « Acteurs du tourisme durable » (4^e année)
- ▶ Déploiement d'une stratégie « micro-aventures » pour inciter au séjour itinérant en Anjou sans voiture

Sébastien Repeto, Directeur agence My Destination

« Nous accompagnons les équipes d'Anjou tourisme sur la communication digitale responsable et plus spécifiquement les réseaux sociaux. L'Anjou est parmi les territoires pionniers sur la mise en communication des engagements et la sensibilisation des visiteurs. Un véritable savoir-faire éditorial qui embarque aujourd'hui habitants, visiteurs et partenaires au travers de dispositifs digitaux collaboratifs et éthiques. Le pilotage de la performance responsable est la boussole de l'agence, assurant ainsi l'utilité de son action pour le territoire ».



TÉMOIGNAGE

LES INDICATEURS ENVIRONNEMENTAUX



300 000 € D'INVESTISSEMENT
POUR UN TOURISME ÉCO-RESPONSABLE



200 PROFESSIONNELS
DISPOSANT DU KIT ÉCO-GESTES



5 184 KM INSCRITS ET PROTÉGÉS
AU PLAN DÉPARTEMENTAL
DES ITINÉRAIRES DE PROMENADE
ET DE RANDONNÉE (PDIPR)
5 NOUVEAUX CIRCUITS SOIT 259 KM
SUPPLÉMENTAIRES (+5% VS 2024)



1 060 KM D'ITINÉRAIRE VÉLO LOISIRS
(+ 4,2 KM D'ITINÉRAIRE SÉCURISÉ SUR LA LOIRE
À VÉLO EN 2025)



92% DE PUBLICATIONS ENGAGÉES
« TOURISME DURABLE » SUR FACEBOOK
ET 87% SUR INSTAGRAM



87 LE NOMBRE DE COMMUNES LABELLISÉES
« VILLES ET VILLAGES FLEURIS » EN ANJOU
2 NOUVELLES COMMUNES TITULAIRES EN 2025



46 HÉBERGEMENTS « ÉCO-ENGAGÉS »
SUR ANJOU-TOURISME.COM (STABLE VS 2024)



OBJECTIFS 2026

- ▶ Ré-édition d'un marché des producteurs de l'Anjou à l'occasion des Printemps du tourisme
- ▶ Poursuite du déploiement des kits éco-gestes à destination des professionnels
- ▶ Déploiement de l'Autodiagnostic « Acteurs éco-engagés en Pays de la Loire »
- ▶ Accueil du congrès national « Villes & Villages Fleuris » et mobilisation d'une collaboratrice pour le jury 4 fleurs au niveau national
- ▶ Renouvellement des journées dédiées au nettoyage du serveur
- ▶ Réflexion pour un outil d'archivage serveur

Élise Foucault, Animatrice réseau Bienvenue à la Ferme 49

« La 1^{re} édition du marché gourmand lors des Printemps du tourisme est le résultat d'une belle collaboration entre réseaux (Anjou tourisme, Bienvenue à la ferme, Produit en Anjou et la Fédération viticole Anjou Saumur). Cet événement a mis en lumière les produits et activités agritouristiques des producteurs auprès des acteurs du tourisme du département. Des liens ont pu se créer, renforçant encore plus l'attractivité locale. Convivial et gourmand, cet événement a été une belle réussite à laquelle j'ai pris beaucoup de plaisir à m'investir. »



TÉMOIGNAGE



Philippe CHALOPIN
Président



Rodolphe LIGONNIÈRE
Directeur général



Jacky MARIE
Responsable administratif
& financier



Sandrine LANDELLE
Assistante de direction



Isabelle MARCHAND
Gestion administrative
GIP Produit en Anjou

**PÔLE INGENIERIE TOURISTIQUE
& DÉVELOPPEMENT DES FILIÈRES**



Léa POISVERT
Responsable du pôle

Mission structuration & qualification
des filières thématiques



Benoît FISZPAN-ANDRIOT
Chargé de développement des
filières touristiques



Axel GOURDON
Chargé de mission
coordination vélo



Claire PLANCHENAUT
Chargée de développement de
projets touristiques



Jérémie IZOULET
Chargé d'affaires en implantation
d'entreprises touristiques



Prisca ROY
Chargée de projet
observation & études touristiques



Sonia GODARD
Cheffe de projet ingénierie
& aménagement touristique



Fabrice CHATEAU
Chargé d'aménagement des
itinéraires cyclables



Christophe SABARDIN
Chargé de développement de la
randonnée

**PÔLE DIGITAL
& ACCOMPAGNEMENT NUMÉRIQUE**



Fabien MALINGE
Responsable du pôle



Jean-Michel ROCHARD
Chargé du web
& e-commerce



Nathalie BERTHIER
Chargée de l'accompagnement
du réseau eSPRIT & de la qualité
interne



Marjorie REVEAU
Chargée de la place de marché eRESA
& du classement des meublés



Nolwenn GUILLOU
Chargée de contenu digital &
des réseaux sociaux



Annabelle ALLARD
Chargée de bases
de données touristiques

PÔLE PROMOTION



Aurélie LAUNAY
Responsable du pôle



Marine SOULARD
Chargée de promotion



Adèle LUZURIER
Chargée de marketing



Douceline MÉNARD
Chargée des relations
presse



Clélia BIGEARD
Chargée de création
graphique

ACTIONS PHARES POUR 2026

- 1 ► Sortie du film « L'Anjou, mon odysée » : manifeste touristique de la destination
- 2 ► Campagne de communication nationale « Anjou » avec les partenaires publics et privés
- 3 ► Printemps du tourisme de l'Anjou : rencontre des professionnels du tourisme sur le thème du tourisme inclusif et de l'intelligence artificielle
- 4 ► Soutien à l'emploi touristique : job dating « Le tourisme en Anjou recrute » et opération « Visite mon job tourisme »
- 5 ► Finalisation de l'itinéraire cyclable sur le chemin de halage de la Mayenne
- 6 ► Organisation de la Fête du Vélo en Anjou
- 7 ► Déploiement de la plateforme digitale « Attractivité Anjou »
- 8 ► Organisation de la 2^{de} édition de l'événement « Vignobles en Scène » et promotion du Festival d'Anjou
- 9 ► Déploiement de la démarche « Ambassadeur Anjou »
- 10 ► Création d'une marketplace « Loisirs / Activités »
- 11 ► Étude sur l'image, la notoriété et le sentiment d'appartenance à l'Anjou
- 12 ► Accueil et soutien à l'organisation du congrès national des Villes et Villages Fleuris et du Festival International du Voyage à Vélo à Angers

