

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le 21.06.2022

Destination Orléans Val de Loire

Une marque territoriale tourisme pour Orléans Métropole

La marque a été dévoilée et présentée le 21 juin dernier, jour du passage à l'été, à l'occasion de la Fête de l'office de tourisme d'Orléans Métropole qui regroupait, outre les équipes de l'office du tourisme, élus, partenaires et touristes.



Désormais bien identifiée sur la carte d'Europe du tourisme, et notamment dans les secteurs du citybreak et du cyclotourisme, la métropole d'Orléans franchit une nouvelle étape. Depuis le 21 juin 2022, elle dispose désormais d'une marque territoriale touristique : Destination Orléans Val de Loire. Un nouvel outil pour contribuer à la dynamisation du territoire et favoriser le développement d'un tourisme familial, authentique et durable.

En effet, le contexte dans lequel les collectivités territoriales construisent et mettent en œuvre leur attractivité touristique et économique a fortement changé ces dernières années (explosion de l'offre, hyper-concurrence, ralentissement de la demande, ou encore avènement d'internet et des outils digitaux). Bien consciente des enjeux et de ce contexte évolutif, Orléans Métropole a fait le choix d'intégrer pleinement l'économie touristique dans sa stratégie d'attractivité. En plein essor ces dernières années (+7% de fréquentation estivale globale entre 2021 et 20210 ; +27% d'étrangers par rapport à 2019), la destination Orléans souhaitait repenser son image et la perception que les publics visés en ont. Il s'agit là d'un élément majeur pour séduire, attirer, faire venir et revenir des clients/touristes nationaux ou internationaux.

« Destination Orléans Val de Loire »

À l'heure où Orléans Métropole cherche à attirer les citybreakers (personnes faisant des courts séjours / +47% des escapades urbaines ces 6 dernières années dans le monde) au titre du tourisme de loisirs (tourisme vert, vélo, Loire, balades etc.), et développe le tourisme d'affaires notamment avec l'arrivée de CO'Met, il était naturel de travailler une identité pour notre destination, désormais bien identifiée sur la carte du tourisme en France et en Europe.

Cette nouvelle « image touristique » repose sur un constat : la « mise au vert » que permet la destination Orléans s'associe mal avec l'idée de « métropole » qui renvoie, elle, à des notions de concentration urbaine. Il fallait donc une identité plus proche de notre ADN, qui valorise davantage les atouts naturels d'Orléans Métropole, du fleuve royal et de ses affluents, de sa forêt et des nombreux espaces verts et jardins du territoire.

Cette marque territoriale touristique doit permettre de contribuer à la dynamisation du territoire. Elle donne une signification mais également une direction. Elle est un fil conducteur pour agir et se développer.

Après un an de travail de la part des équipes d'Orléans Val de Loire Tourisme, qui ont porté le projet, c'est la marque « Destination Orléans Val de Loire » qui a été sélectionnée car elle est simple, claire, et directe ! Son objectif premier : rappeler et affirmer à tous, avec élégance, que nous sommes désormais, bel et bien, une destination touristique à part entière, forte de ses atouts (patrimoine naturel et historique...), de sa ville centre Orléans mais aussi des communes du territoire qui complètent cette offre touristique variée, globale et attrayante !

Pour Marie-Philippe Lubet, vice-présidente en charge du tourisme à Orléans Métropole et présidente d'Orléans Val de Loire tourisme :

« Je suis heureuse aujourd'hui car nous allons passer un cap important. Vous le savez, depuis environ 4 ans nous déployons de grandes actions de promotion, que ce soit en matière de tourisme de loisirs ou de tourisme d'affaires. Nous revendiquons fortement d'être un territoire touristique, de tourisme authentique, responsable et vert. Dans les 22 communes de la métropole, vous pouvez retrouver ce qui nous a beaucoup manqué ces derniers mois : de l'évasion, du grand air, de la nature et de riches découvertes. La marque territoriale tourisme que nous lançons aujourd'hui est claire, simple et efficace. « Destination Orléans Val de Loire » met en avant Orléans, notre capitale régionale et ville « locomotive », mais également le « Val de Loire » qui bénéficie d'un territoire riche et reconnu au national et à l'international. Il nous appartient désormais de faire vivre cette marque, de la faire connaître. Je sais que nous sommes nombreuses et nombreux à prendre du plaisir à faire découvrir les richesses de notre territoire. Continuons. Soyons fiers de ce que nous sommes et de ce que notre territoire propose. Cette nouvelle identité est un formidable outil qui doit nous permettre d'aller encore plus haut dans notre développement ».



Germain FOURNIER, attaché de presse
Direction de l'information et de la communication

Tél. : 02 38 79 29 98 / 06 77 27 93 38

Mail : germain.fournier@orleans-metropole.fr

www.orleans-metropole.fr #OrleansMetropole



@RPOrleansMetro

DESTINATION
ORLÉANS
VAL DE LOIRE