

Publié le 15 mai 2009

Angers Loire Tourisme, information et conquête par Internet

Angers Loire Tourisme, office de tourisme de la ville du Roi René dont on fête cette année le sixième centenaire, voit dans Internet autant un outil d'informations sur la région que de conquête de nouveaux touristes. La Sem avait créé il y a dix ans le premier outil de tourisme économique, Made in Angers.



[Angers Loire Tourisme](#) ne craint pas l'innovation. Il y a dix ans, la Sem a créé *Made in Angers*, un produit de découverte économique qui a d'abord séduit huit entreprises acceptant d'ouvrir leurs portes au public. En 2009, elles sont 115.

L'innovation, c'est aussi l'utilisation d'Internet. Sur la page d'accueil du site [angersloiretourisme.com](#), les différents blocs sont gérés selon les spécificités de l'office. La commercialisation de l'offre groupe est la plus importante, et une centrale de réservation se trouve en ligne pour l'hébergement et les manifestations économiques, nombreuses sur la ville.

212 000 visiteurs ont fréquenté le site en 2008 contre 160 000 à l'accueil de l'office du tourisme. La part des ventes en ligne en 2008 a été de 22 %, et la Sem souhaite augmenter encore ce pourcentage. D'autant que, dans le même temps, le chiffre d'affaires est passé de 394 000 euros à 454 000 euros en 2008.

Membre du club « Tourisme en ville » créé par le statisticien en ligne Xiti, la Sem peut ainsi rationaliser ses données et utiliser les mêmes outils de comparaison que d'autres sites en France. 90 % des internautes arrivant par Google, Angers Loire Tourisme travaille particulièrement sur les référencement naturels. Ainsi, avec le bloc du centenaire du Roi René qui renvoie sur l'actualité des manifestations et sur les propositions avec les circuits des offres groupe, le site est en deuxième

position sur la page Google consacrée au bon roi.

Il reste des améliorations à apporter, comme la vidéo, mais « certaines fonctionnalités comme la cartographie interactive, qui permet la localisation par type d'offres, ou encore la sélection des hébergements selon des fourchettes de prix par un simple mouvement de curseur, assure un côté ludique qui plaît beaucoup aux internautes » explique Olivier Bouchereau, chargé du projet.

Le web permet également une transversalité bien utile car la Sem alimente la base de données de l'e-tourisme Cybel qui regroupe 40 structures touristiques des Pays de la Loire. Enfin, le nouveau directeur, Jean-Michel Geneteau, prépare de nouvelles fonctionnalités qui augmenteront encore l'offre en tourisme d'affaires.