

La
CREUSE
en
Capitale

la
CREUSE



la
CREUSE
Être libre

CREUSE
TOURISME

www
tourisme-creuse.com

Votre destination
YASSYPIÈRE - PLATEAU DE MIREBOUCHET
BARDY LA CREUSE

Eric Elien

PARTAGEZ VOS EMOTIONS

la
CREUSE

- RAPPORT D'ACTIVITÉS 2020 -

CREUSE TOURISME
<http://pro.tourisme-creuse.com>



Flashez
le code avec
votre smartphone

NOS PLUS BELLES RANDONNÉES

à découvrir sur

www.tourisme-creuse.com

ENVIÉS DÉCOUVRIR SÉJOURNER  BOUGER AGENDA PRATIQUE

Description Télécharger Dénivelé

3.1 km Boucle Pédestre 1h Facile

Le sentier invite le promeneur à suivre l'artiste sur une courte boucle de 3 kms, jalonnée de marque-page qui présentent les oeuvres de Monet et des extraits des lettres adressées à ses amis, sa compagne...
Départ place de l'église de Fresselles.

Dénivelé 78 m

Documentation
Fiche29-F1-F2-v4.pdf
Trace GPX
Fichier KML
Les fichiers GPX / KML vous permettent d'exporter le tracé de votre randonnée sur votre GPS (ou autre outil de navigation)

Contactez par email

Profil de Dénivelé

Map



Suivez-nous sur :

-  @TourismeEnCreuse
-  tourismecreuse #ilovecreuse

Credit photo : © Damase



>>> Discours d'ouverture de la réunion « Post Covid » le Jeudi 24 Septembre 2020

ÉDITO

NICOLAS SIMONNET

Chers amis,
2020 restera pour nous tous l'année de la Covid 19. Certes, le virus est coriace. Nous le sommes tout autant. Creuse Tourisme s'est, comme vous tous, adaptée à ce contexte inédit.

Avec les confinements, notre structure a connu le télétravail, la généralisation des «visios», les protocoles sanitaires.

L'équipe a fait le maximum pour maintenir le lien avec les prestataires touristiques, pour continuer à promouvoir la Creuse en vue de «l'après Covid». Cet «après» qui a mis tant de temps à arriver et que finalement, nous ne connaissons pas encore en 2021. Malheureusement, les travaux sur les orientations touristiques pour les années à venir, que nous avons commencés à esquisser en septembre 2020, n'ont pu avoir lieu. Le décalage des élections départementales a aussi entravé ce processus ainsi que le calendrier de notre assemblée générale.

Mais passons, parlons tourisme ! Que retenir de 2020 sinon le formidable engouement qu'a connu le département, dans les médias, mais aussi dans sa fréquentation estivale. Certes, les chiffres annuels sont tout de même largement érodés par les mois de confinement, mais au final, les retours des prestataires touristiques sont quasi unanimes quant au bel été 2020.

2020 a aussi permis de jeter les prémices de nouvelles collaborations. Avec les EPCI, nous avons noué un partenariat autour de la communication avec la Communauté de Communes du Pays

Dunois. Avec les Portes de la Creuse en Marche, nous avons travaillé à un diagnostic de territoire afin de permettre aux élus d'orienter leur stratégie territoriale. Avec le Conseil Départemental, nous avons contribué aux travaux sur l'attractivité du département.

Ceux-ci devraient aboutir prochainement et ils auront un impact sur les actions que devra mener Creuse Tourisme dans les prochains mois. D'abord sur son identité visuelle. La marque «Esprit de Creuse» va s'imposer peu à peu dans toute la communication du département et de ses satellites. Ensuite, dans ses actions opérationnelles. Il ne paraît pas incohérent que, d'une façon ou d'une autre, le principal acteur de la communication externe du département soit impliqué dans sa promotion en direction des nouveaux habitants, des entrepreneurs, des personnels médicaux.

Tout ceci est à construire avec l'ensemble des acteurs du tourisme creusois. Le nouveau conseil d'administration et le bureau auront la tâche de travailler à ces orientations passionnantes dans les mois à venir.

Nicolas SIMONNET
Président de Creuse Tourisme



(c) CD23 – Mathieu Tijeras

Le Schéma Départemental de Développement Touristique 2015 - 2020

Le SDDT est le cadre d'action préparé par les acteurs du territoire via l'ADRT. Il est ensuite voté par les élus départementaux.

Véritable feuille de route pour les années à venir, il sert de cadre à l'élaboration des plans d'actions annuels et des budgets. Il est synthétisé en 3 axes.



« Adapter l'organisation aux contraintes des marchés »



« Renforcer la mise en marché de la destination »



« Développer une nouvelle dynamique autour de l'image »



(c) ADRT23

L'AXE 1

« Adapter l'organisation aux contraintes des marchés »

EN BREF...



Facteur clé du succès

« Passer d'une logique d'organisation territoriale du tourisme à une logique d'organisation répondant aux attentes des clients »

La « prise de pouvoir » par les clients avec les réseaux et les technologies de l'information rend nécessaire une organisation sans faille de l'information et de la promotion touristique en Creuse.

La problématique ne concerne pas les outils technologiques. Ils sont nombreux – d'où l'importance d'un choix judicieux - et ils sont « abordables » financièrement. La principale clé du succès est bel et bien l'organisation humaine qui porte ces solutions et les informations qu'elle délivre. Cela est valable pour les outils de séduction, de réservation, de fidélisation.

Sans une organisation efficace, partagée par les acteurs entre les niveaux locaux, départementaux et régionaux, l'approche client ne sera pas suffisamment efficiente pour démarquer la destination Creuse dans un contexte concurrentiel exacerbé.



QUALITÉ

DÉMARCHE ISO 9001



Un audit de renouvellement de la certification Iso 9001 s'est déroulé les 08 et 09 décembre 2020 dans le but d'évaluer la conformité du système de management de la qualité par rapport aux exigences du référentiel.

A l'issue de l'audit, Creuse Tourisme a obtenu le renouvellement de sa certification pour une durée de trois ans.

Creuse Tourisme a développé un système qualité « sur mesure » lui permettant de coller au mieux à la stratégie exposée. Son système construit en regard de l'ISO 9001 lui permet de répondre de façon structurée aux orientations en assurant une articulation adaptée entre les travaux de chacun.

Un audit de surveillance sera effectué une fois par an par l'organisme « AFNOR ».

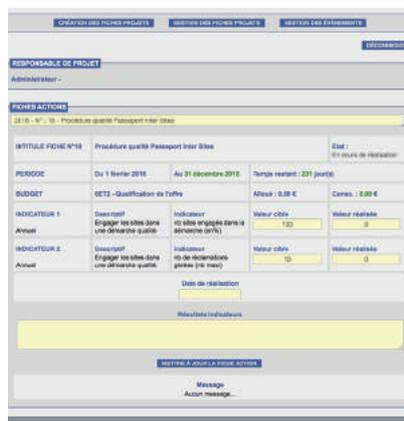
La démarche est concrétisée par :

- La gestion du plan d'actions annuel en **mode projets** ce qui implique davantage de communication et de transversalité en interne ;

- Un suivi des projets et des budgets au fil des semaines et non plus des trimestres ;

- Une mesure **qualitative et quantitative** des résultats de chacun des projets couplée à la prise en compte des «facteurs de risques» ;

- La capitalisation des «événements» positifs et négatifs dans le cadre d'une **amélioration continue** des pratiques de Creuse Tourisme.



Outil de gestion de projets en ligne



Outil d'évaluation des projets en ligne

PARTENARIATS

CREUSE TOURISME - OFFICES DE TOURISME



Creuse Tourisme est sollicité par les Offices de Tourisme et les EPCI pour accompagner la mise en œuvre de plans d'actions dédiés.



ACCOMPAGNEMENT QUALITÉ TOURISME

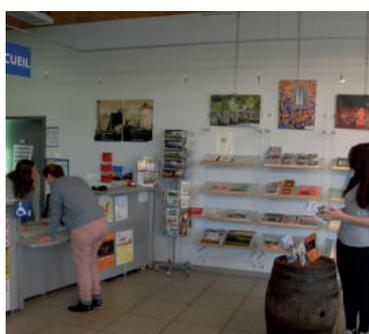
En 2020, l'Office de Tourisme Creuse Sud Ouest a porté une attention particulière à la mise en œuvre du référentiel Qualité Tourisme au sein de sa structure afin de répondre aux exigences de la norme et de pouvoir prétendre à une certification en 2021.

Cela se traduit par la mise en place de procédures dans tous les champs de compétences de l'OT (accueil, administratif, gestion de l'information, relation avec les prestataires...) et plus globalement d'un management par la Qualité dans une démarche de progrès.



Dans ce cadre Creuse Tourisme organise des rendez-vous physiques et dématérialisés mensuels pour s'assurer de la conformité des actions mises en place. Nous mettons également à disposition de l'Office de Tourisme un centre de ressources partagé avec nos homologues de Nouvelle-aquitaine.

Nous assurons la formation des équipes de l'OT et le pilotage du projet sur la plateforme nationale Qualité Tourisme mise en place par la DGE.



APPEL À PROJETS NOTT – CREUSE CONFLUENCE

Dans le cadre de la mise en œuvre des actions éligibles au dispositif financier régional « Nouvelle organisation des Territoires Touristiques » (NOTT) ; la communauté de communes Creuse Confluence a fait appel à Creuse Tourisme pour :

- Assurer la coordination et l'animation générale du dispositif ;
- Être l'interlocuteur entre le territoire de projet et la collectivité régionale pour l'organisation des comités techniques et de pilotage ;
- Collaborer avec l'équipe de l'office de tourisme à la mise en œuvre des actions liées à l'appel à projet NOTT. Une équipe idoine composée de quatre salariés de Creuse Tourisme est mobilisée pour répondre aux besoins administratifs et techniques de l'OT et de l'EPCI. L'accompagnement se poursuivra pendant toute l'année 2021.



Depuis 2014, Creuse Tourisme a renforcé son positionnement et ses services auprès des collectivités locales

TERRITOIRES

CREUSE TOURISME - PARTENAIRES



ACCOMPAGNEMENT À LA MISE EN ŒUVRE DE LA COMPÉTENCE TOURISME DANS LES EPCI

Creuse Tourisme a réalisé pour le compte de la communauté de communes « Portes de la Creuse en Marche » un diagnostic touristique du territoire, support préalable à la définition de sa stratégie touristique.

Un membre de l'équipe intervient également dans les services tourisme des EPCI Marche et Combraille en Aquitaine et Creuse Confluence pour des missions de soutien à l'ingénierie (recherche / montage de dossiers de demande de subventions, coordination des politiques départementales filières, NOTT...)



CONSEILS AUX PORTEURS DE PROJETS PRIVÉS

42 conseils - appuis ont été apportés à des porteurs de projets en 2020 (idem 2019).

	Camping	Chambres d'hôtes	Meublés	Meublés (+ chambres d'hôtes)
Types de demandes	4	5	9	7
	Gîtes d'étape	Hébergements insolites	Autres	
	3	3	11	



Secteurs géographiques : Creuse Confluence : 8 projets / Creuse Grand Sud : 4 projets / Creuse Sud Ouest : 3 projets / Grand Guéret : 5 projets / Marche et Combraille en Aquitaine : 5 projets / Bénévent-Grand Bourg : 2 projets / Pays Dunois : 3 / Pays Sostranien : 6 / Portes de la Creuse en Marche : 3 / Recherche de lieu d'implantation : 3 projets.

COMMUNICATION

INTERNE - RELATIONS PRESTATAIRES



«Faire ce que l'on dit et dire ce que l'on fait» est une maxime répandue au sein de l'équipe de Creuse Tourisme. La communication «interne» en direction des prestataires et des élus ainsi que l'appui aux associations de professionnels sont des priorités.



SOUTIEN AUX GROUPEMENTS DE PROFESSIONNELS

En 2020, Creuse Tourisme a assuré un soutien administratif et en animation à trois groupements de professionnels :

- L'Association des Sites Touristiques et Culturels Creusois ;
- L'union départementale des moniteurs-guides de pêche. (4 moniteurs guides adhérents) ;
- Le groupe des 7 jardins de la Creuse pour la co-construction et le co-financement d'un dépliant.



OUTILS POUR LES PROFESSIONNELS

Creuse Tourisme a conçu **7 fiches ou guides conseils** à destination des porteurs de projets touristiques et prestataires touristiques : guide conseil du porteur de projet touristique, démarches et réglementation « meublés de tourisme et chambres d'hôtes », règles d'urbanisme, réglementation ERP, financement de projets touristiques, les Chèques Vacances, contacts utiles.

A télécharger sur le site pro : www.pro.tourisme-creuse.com

QUALIFICATION

MARQUES - LABELS - CLASSEMENTS



En 2020, le label se compose de **122 prestations** composées d'unités d'hébergements (gîtes, hôtels, chambres d'hôtes), de restaurants et activités.

La promotion des activités de ce label donne lieu à l'édition d'une brochure éditée à **15. 000** exemplaires.

Par ailleurs en partenariat avec **France Bleu Creuse**, l'ensemble des activités labélisées fait l'objet d'une promotion sur l'antenne de la radio creusoise sous forme de chroniques durant l'été.

Marque «Accueil Vélo»
Creuse Tourisme a souhaité faciliter le séjour des cyclo-touristes en s'attachant notamment à la qualification de structures prenant en compte les spécificités de cette clientèle, en s'appuyant sur la **marque nationale «Accueil Vélo»**. Creuse Tourisme est reconnu comme organisme évaluateur par Tourisme & Territoires depuis 2018.

En 2020, les visites de qualification se sont poursuivies avec le Comité Départemental de Cyclotourisme. **6 structures** ont obtenu la marque «Accueil Vélo», soit **17 au total**.

L'association « Petites Cités de Caractère » valorise les communes atypiques, situées en milieu rural, d'une population limitée, mais urbaines par leur histoire et leur patrimoine. La particularité des Petites Cités de Caractère® est de fédérer dans ces communes les différents acteurs autour d'un objectif : la sauvegarde du patrimoine comme levier de développement des territoires.

2 Petites Cités de Caractère : Bénévent l'Abbaye et Bourgneuf.
1 en cours de démarche : La Souterraine.

Creuse Tourisme n'assure plus la mission de classement depuis janvier 2020.

En Creuse le label Gîtes de France est agréé pour effectuer les visites de classement. Les hébergeurs peuvent se faire classer soit par Gîtes de France soit par un autre organisme agréé.

31 meublés de tourisme ont été classés ou reclassés en 2020.



«**Chambre d'hôtes référence**» est une démarche de qualification créée par Office de Tourisme de France (Fédération nationale des Offices de Tourisme).

Elle permet de proposer aux établissements ne souhaitant pas adhérer à un label, une solution leur permettant de garantir une prestation structurée ainsi que la possibilité d'être mis en avant par les structures institutionnelles.

En 2020, 2 nouveaux établissements ont été «qualifiés» par Creuse Tourisme ce qui porte le nombre d'établissements qualifiés à 12 (la qualification est valable 5 ans).



Creuse Tourisme a déposé la marque «**Hébergement Qualité Creuse**». Elle concerne les meublés, chambres d'hôtes, hôtels. La marque «Hébergement Qualité Creuse» a été créée afin de garantir la qualité des biens qui, sans souhaiter être Gîtes de France ou Clévacances, répondent aux standards du marché. Elle est un passeport pour la commercialisation en ligne via Creuse Tourisme.

Les critères d'évaluation prennent en compte la structure et ses pratiques commerciales... **19 hébergements ont obtenu la marque en 2020** (parc total 130).



Terra Aventura : Géocaching en Nouvelle-Aquitaine.

Creuse Tourisme participe financièrement à l'opération et met à disposition des moyens RH pour le suivi de l'opération Terra Aventura : conseils à la réalisation des dossiers de candidature, lien avec l'échelon régional, promotion des parcours creusois. En 2020 : 5 nouveaux parcours ont été créés (38 caches au total).

La virtualisation des découvertes ont permis le maintien relatif de la fréquentation des parcours soit **10.527 découvertes (contre 18.869 en 2019)** pour un total de 42.108 joueurs.



Le nombre d'itinéraires inscrits au **Plan Départemental des Itinéraires de Petites Randonnées** continue à augmenter régulièrement. Il y a désormais plus de **2.530 km de circuits dont 36 itinéraires labélisés Rando Qual'iti Creuse.**

En 2020, 9 randonnées pédestres, 18 randonnées cyclotouristiques ou VTT ont reçu le label.

Annulation de la plupart des manifestations (Covid)

L'AXE 2

« Renforcer la mise en marché de la destination »

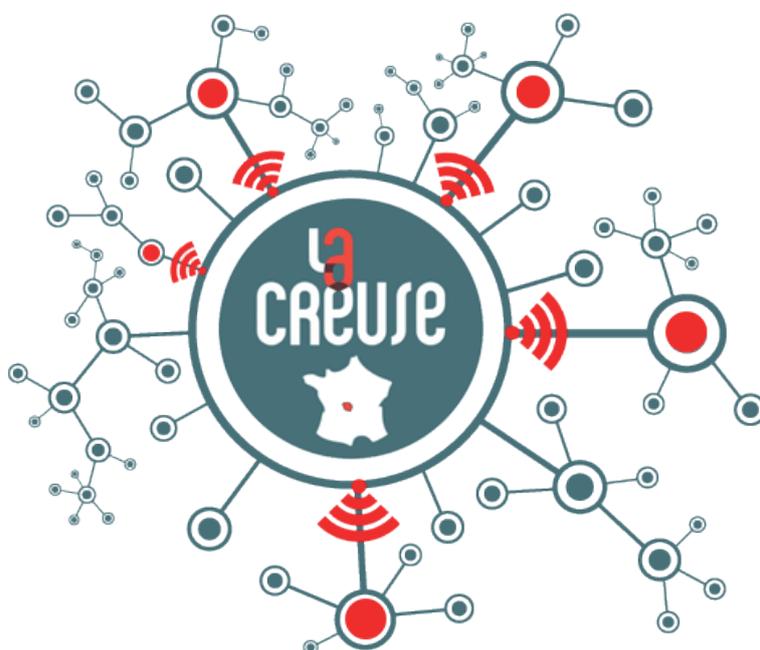
EN BREF...



Facteur clé de succès
« Assurer la qualité et la cohérence de l'offre pour la mettre en marché efficacement sur Internet »

C'est de cet axe que dépend, pour partie, la réussite économique des activités touristiques des prestataires publics ou privés du département. «Après plusieurs années passées à travailler sur la qualification de l'offre pour s'assurer qu'elle est au niveau du marché, il est désormais nécessaire d'intensifier et de rendre plus efficaces les actions de mise en marché / promotion».

La difficulté principale résulte dans la nécessité d'augmenter la qualité et l'efficacité des supports de communication de toutes les parties prenantes. « La sensibilisation, l'assistance à la promotion, la mise à disposition d'outils technologiques, le travail en réseau sont les leviers principaux du renforcement de la mise en marché de la Creuse».



COMMENT COMMUNIQUER EN PÉRIODE DE CRISE COVID ?

DES ACTIONS SPÉCIFIQUES À LA SITUATION



L'opération « le Repos des Héros » est née dans les Pyrénées Atlantiques. Il s'agissait, dans les premiers temps de l'épidémie, de faire acte de solidarité avec les soignants en leur offrant des séjours pour qu'ils puissent se reposer après la crise.



LE REPOS DES HÉROS

UNE OPÉRATION 100% SOLIDARITÉ PAR CREUSE TOURISME

« OFFRIR DU REPOS À NOS HÉROS
QUI OEUVRENT
SUR LE TERRAIN POUR NOTRE SANTÉ,
NOTRE SÉCURITÉ
ET L'ACCÈS AUX PRODUITS
DE PREMIÈRE NÉCESSITÉ »

110

« BONS DE VACANCES EN CREUSE* »
À GAGNER !

(*Bons d'une valeur de 200€, 500€ et 800€ à valoir pour un séjour en Creuse...)

Dans le cadre des relations partenariales entre les CDT, cette action a pu être dupliquée, avec des adaptations dans d'autres territoires, dont la Creuse.

Les objectifs étaient multiples : solidarité à l'égard des soignants, mais aussi des personnels de la grande et petite distribution, des livreurs, ambulanciers, pompiers... ; soutien au chiffre d'affaires des prestataires touristiques dans un contexte d'incertitude face à la reprise...

Au total, Creuse Tourisme a mobilisé un budget de 54.200 euros sur cette opération. Celle-ci a été très bien reçue par le public et les prestataires.

NB : opération en partenariat avec Gîtes de France 23 et la station Thermale d'Évaux-les-Bains.

NOS PARTENAIRES :



EVAUX les Thermes
Sources de santé.



EVAHONA le Bien-être
Instant détente.

COMMENT COMMUNIQUER EN PÉRIODE DE CRISE COVID ?

DES ACTIONS SPÉCIFIQUES À LA SITUATION



Difficile de réellement savoir ce qu'il faut faire ou ne pas faire en terme de communication pendant une période inédite de confinement liée à la propagation du Coronavirus.

Les équipes de Creuse Tourisme ont donc dû **mettre en «stand-by» certaines actions de communication, se réadapter et réfléchir à des axes de communication très spécifiques**. Côté réseaux sociaux, la visibilité est toujours restée bonne, voire meilleure, nous avons donc profité de cette opportunité pour garder la parole auprès de nos communautés avec une « base line » particulière : **« La campagne vient à vous, la Creuse vous attendra ! »** L'objectif était de garder le lien avec les abonnés et de susciter l'envie de venir se ressourcer en Creuse dès que la situation le permettrait.



CRÉATION DE VIDÉOS SPÉCIFIQUES

« La Campagne vient à vous ! La Creuse vous attendra... »

4 vidéos créées – Thématiques : nature, culture, sport

Visibilité sur facebook : + de 152.000 vues sur l'ensemble de ces vidéos et + 6.600 interactions (likes, partages)

Vues Youtube : 5.600



CRÉATION ET DIFFUSION DE CONTENUS ÉDITORIAUX ADAPTÉS

Creuse Tourisme et les offices de tourisme ont créé des contenus spécifiques qui répondaient aux attentes des internautes : rendre service à la population locale (producteurs, rando...), inviter les clientèles plus lointaines s'évader avec nous.

- Mise en avant des producteurs locaux : où acheter les produits du terroir ?
- Restaurants proposant la vente à emporter ;
- Idées-rando, idées-recettes ;
- Articles confinement à la campagne (zénitude, bien-être) : donner envie à de nouvelles populations de s'installer à la campagne ;
- Road-trip virtuel (villes et villages de caractère).



COMMUNICATION POST-COVID

DES ACTIONS SPÉCIFIQUES À LA SITUATION



Dès la fin du confinement annoncé, Creuse Tourisme s'est attaché à redéployer les moyens de communication pour tenter de relancer au mieux l'activité touristique. En effet, notre priorité était de venir en aide à nos prestataires touristiques : sites de visites, restaurants, activités... et bien entendu de booster les réservations de dernières minutes dans nos hébergements.



UNE FORTE PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Des teasers vidéos spécifiques ont été créés pour les 1ers sites touristiques ayant ré-ouvert ainsi que pour les activités à nouveau possibles : ces vidéos ont été publiées sur la Page Facebook (+43.000 fans), puis sponsorisées auprès d'audiences ciblées, mises en ligne sur la chaîne Youtube (+1.000 abonnés), sur Twitter (+3.600 followers),
- Des photos et stories ont été quotidiennement partagées sur Instagram (+ 4.685 abonnés), ce qui nous a permis d'attirer notamment l'attention de nouveaux influenceurs
- Dès la ré-ouverture des restaurants, la série des portraits de chef tournée en 2018 a été re-diffusée...

Au total : 22 vidéos réalisées, ont généré plus de 350.000 vues sur Facebook et plus de 15.300 interactions (like et partages)



LES ACTIVITÉS REPARTENT PETIT À PETIT ! BON COURAGE À TOUS...

Creuse Tourisme soutient tous les professionnels du tourisme et met en place un plan de communication spécifique à la relance, dont notamment des teasers vidéos qui sont diffusés chaque jour ! Retrouvez ci-dessous les premiers lancés...

Et surtout n'hésitez pas à nous transmettre vos dates de ré-ouverture !

EN SAVOIR +



DES CONTENUS ÉDITORIAUX SUR LE WEB

Des pages spécifiques ont été créées sur le site www.tourisme-creuse.com pour valoriser la ré-ouverture des sites et des activités, la vente en ligne, les producteurs locaux, mais aussi des idées d'excursions à la journée, des idées rando... des thématiques plus que jamais recherchées par notre clientèle locale et/ou de proximité.

DES NEWSLETTERS

Plusieurs newsletters ont été ou seront envoyées dans les prochaines semaines

- Pour booster les réservations de dernières minutes (promotion des hébergements)
- Pour promouvoir les sites et activités réservables en ligne
- Pour valoriser les événements et la restauration.

PARTENARIAT RADIO FRANCE BLEU CREUSE

Dès le 11 mai, plusieurs interventions ont été faites chaque semaine à l'antenne de la radio pour suggérer des idées de visites, activités et notamment la randonnée.



STRATÉGIE DIGITALE

FRÉQUENTATION DU SITE WWW.TOURISME-CREUSE.COM



« La Creuse s'envole » a dit, pendant l'été, le Quotidien La Montagne. Pendant la période estivale, les statistiques du site web www.tourisme-creuse.com ont explosé !

Après une chute de 63% pendant la période de confinement du 16 mars au 10 mai, le site www.tourisme-creuse.com a retrouvé son trafic habituel avant de voir ses statistiques remonter en flèche.

À la fin de l'été, une analyse précise a été faite sur la période estivale :

=> depuis le 11/05/2020 comparée à N-1 : **+62% de visites et +71% nouveaux visiteurs et -30% taux de rebond** (c'est-à-dire que les visiteurs restent sur le site). À NOTER sur les 2 mois d'été : **+73% avec en moyenne 4000 visiteurs/jour et même un pic à 6000 pour le dimanche 16 août, du jamais vu auparavant !**

=> **le nombre de pages vues** a lui aussi augmenté atteignant + d'1 million
=> **zones géographiques des internautes** : plutôt la France (forcément compte tenu de la situation), avec les régions suivantes : (Nouvelle-Aquitaine + 21%, IDF +24,55%, Auvergne-Rhône Alpes +35%, Occitanie + 40%, Centre Val de Loire +39% et à noter la région PACA +161%)

=> **les contenus les plus recherchés** : sites à visiter, villes et villages, randonnées, idées d'excursions... et bien entendu en parallèle une baisse des recherches pour les fêtes et manifestations. À noter aussi un engouement pour le tourisme à vélo, une tendance confirmée sur le terrain !

=> **la provenance du trafic** : moteurs de recherches, mais aussi augmentation des recherches en direct (+50% par rapport à N-1) et des réseaux sociaux (+200% par rapport à N-1)

Ces chiffres furent très encourageants, d'autant que le site internet www.tourisme-creuse.com est issu d'un travail de partenariat avec 4 territoires creusois : Creuse Confluence, Creuse Sud-Ouest, Aubusson-Felletin et Marche et Combraille en Aquitaine.

>> **Analyse sur l'ensemble de l'année 2020 :**

Bien entendu le 2ème confinement de l'automne a de nouveau entraîné une chute de la fréquentation. Cependant, au global sur l'ensemble de l'année, le trafic du site est bien en progression :

- 520.995 visites : +25,66% par rapport à 2019
- 382.790 visiteurs uniques : +32,24% par rapport à 2019
- 1.418187 pages vues : +20,67% par rapport à 2019
- 39,40% taux de rebond : -26,09% par rapport à 2019

STRATÉGIE DIGITALE

L'INFORMATION SUR LE NET



L'INFORMATION TOURISTIQUE DANS VOTRE BOITE !

Creuse Tourisme dispose de 3 outils pour informer les prestataires de ses actions :

- Le site pro <http://pro.tourisme-creuse.com> : **25.013 visites (+54,51% par rapport à 2019)**, une soixantaine d'articles publiés et de nombreuses informations liées à l'actualité «spéciale Covid». Une nouvelle rubrique a été créée pour aider et conseiller au mieux les professionnels du tourisme sur les aides, les outils, les informations juridiques et les chiffres-clés lors de cette période compliquée pour tous.

- **Les lettres d'informations électroniques** : 7 lettres ; 10.369 envois avec un taux d'ouverture moyen de 57%.

- **La page Facebook pro** : www.facebook/pageproADRT23

VACANCES-SPORTS-NATURE.COM

Ce site s'adresse plus précisément aux sportifs et repose sur le partage de traces par des ambassadeurs locaux : course, trail, VTT, natation, etc. On y retrouve aussi les informations liées à la randonnée labellisée par le service randonnée du Conseil Départemental : randonnées pédestres, VTT, cyclo, équestres.

La fréquentation du site se conforte :
19.582 visites (+41,80%), 25.816 visiteurs uniques (+43,85%).



LA VENTE

L'OUTIL «ELLOHA»



Elloha est un outil simple et complet de gestion de réservations. L'outil de vente en ligne Elloha est adapté pour tous les professionnels du tourisme et des loisirs qu'ils soient hébergeurs (hôtel, maison d'hôtes, gîte ...) ou opérateurs d'activités sportives ou culturelles (locations, billetterie, forfaits ...).

Elloha propose des services de gestion et synchronisation de planning avec les grands canaux de distribution WEB (Booking, Airbnb, Expedia, Tripadvisor...), de vente en ligne, réalisation de site internet de réservation efficace et bien plus encore....

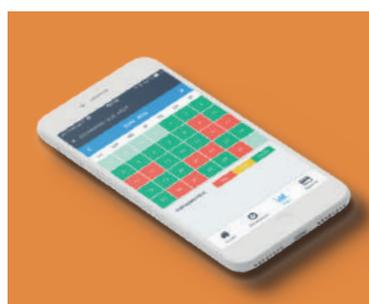


L'OUTIL DE VENTE « ELLOHA » C'EST :

- Un moteur de réservation propre sur votre site Internet : le client achète en ligne et en direct sur votre site.
- La synchronisation automatique de tous vos plannings sur les OTA'S en aller-retour (le planning est mis à jour automatiquement que le client réserve depuis chez vous ou sur un site annonceur).
- La possibilité d'avoir un site internet professionnel, personnalisé, multilingue.
- Une interface de réservation exportable sur tous les supports numériques grâce à l'appli Elloha (ordis, tablette, smartphone).
- Des statistiques détaillées.



Et bien plus encore ; gestion du planning simple et rapide, planning des arrivées, suivi des réservations, gestion de la relation client (gérer, suivre, fidéliser...), promotions, codes promo, cartes et chèques cadeaux...



La Conciergerie de Destination ; permet aux professionnels de distribuer à leurs clients via leur site et une application mobile, les offres touristiques qu'ils ont sélectionné autour de chez eux.

LA VENTE

LES OUTILS DE RÉSERVATION



Eloha est déployé par Creuse Tourisme afin d'améliorer la mise en marché de l'offre touristique départementale.



LES PRESTATAIRES D'ELLOHA

- **55 comptes prestataires** sont actifs : soit 10 comptes «activités», 7 comptes «chambres d'hôtes», 32 comptes «gîtes», 3 comptes «hôtels» et 2 comptes «gîtes et chambres d'hôtes».
- **140 produits Creusois** sont diffusés par ce canal de distribution. Ils sont répartis de la façon suivante : 10 activités touristiques, 117 meublés, 9 chambres d'hôtes (40 chambres) et 4 hôtels (64 chambres)

Parmi ces partenaires :

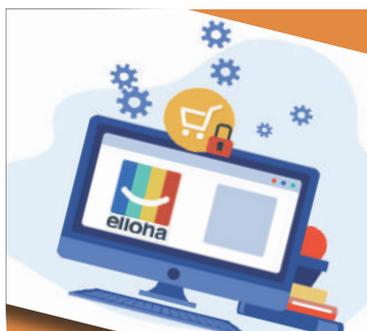
- 16 (9 en 2019) ont souscrit à un abonnement MAGIC (site internet, synchronisation avec les plus grands OTA's, Gestion Relation Client...)
- 7 ont souscrit à un abonnement BASIC (mini-site internet, synchronisation Airbnb, Abritel, ITEA),
- 9 ont souscrit à un abonnement CONNECT (synchronisation avec les plus grands OTA's)



LES RÉSULTATS COMMERCIAUX D'ELLOHA

- **3.876 dossiers** ont été conclus.
- Le volume d'affaires est de **634.986 euros**.

La valeur pertinente est le nombre de dossiers. En effet, le volume d'affaires issu de certaines plateformes internationales n'est pas comptabilisé par Eloha (ex. Abritel, Buro ITEA...).



En terme de comparaison, par rapport à 2019, le **nombre de dossiers** est en légère augmentation (+244) et le volume d'affaires en légère baisse (-16 000 euros) malgré une année particulière avec la Covid qui a fait chuter les ventes au 1er semestre 2020.

DIFFUSION

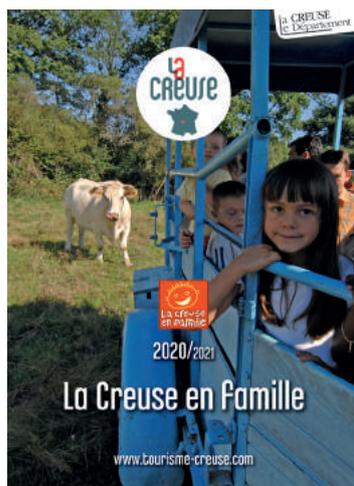
LES ÉDITIONS



Carte touristique des activités nature

Contenu : descriptifs des sites et activités proposant une offre «sportive».

Tirage : 20.000 ex
Recto/verso



Creuse en Famille

Contenu : liste et carte des structures proposant des activités famille. Point particulier : contient uniquement les structures labélisées «Creuse en Famille».

Tirage : 15.000 ex



Guide restaurants

Contenu : listing des restaurants
Point particulier : document cofinancé par Creuse Tourisme et la CCI 23.

Tirage : 5.000 ex
56 pages



Passport Inter-Sites

Contenu : liste des sites ayant souscrit à la charte qualité du passeport. Point particulier : accorde des réductions aux clients. Tirage : 30.000 ex / 8 pages



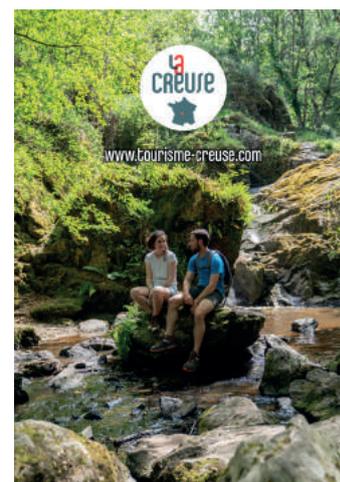
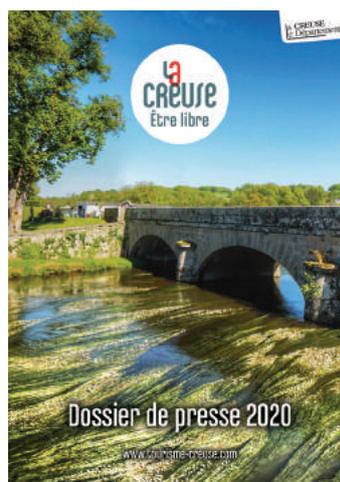
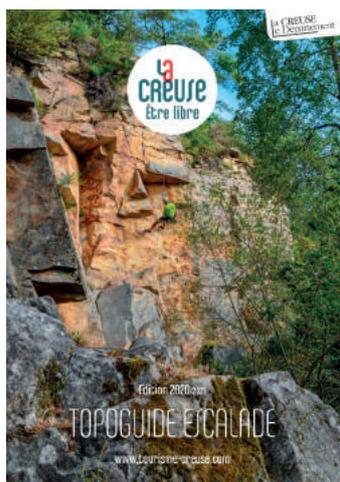
PARTENARIAT 2020

DÉPLIANT : « 7 JARDINS EN CREUSE »



Cette édition est co-construite et co-financée avec les 7 jardins partenaires. En parallèle de ce document, Creuse Tourisme partira cette année en reportage faire quelques images, photos et vidéos, de ces jardins pour toujours mieux promouvoir les atouts naturels de ces lieux qui séduisent une clientèle grand public mais aussi des spécialistes du jardin ou même la presse nationale spécialisée.





Carte touristique

Contenu : cartographie des principaux sites du département avec descriptif.
Point particulier : document traduit en anglais.
Tirage : 20.000 ex

Topoguide Escalade

Contenu : présentation des 6 spots d'escalade de la Creuse avec descriptif des 150 voies.
Brochure réalisée en partenariat avec le Club Alpin Français de la Creuse.
Tirage : 150 ex
60 pages

Dossier de presse

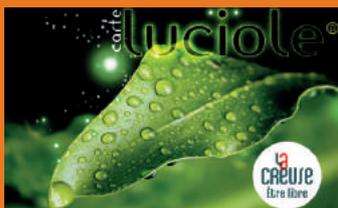
Contenu : présentation du département et fiches sur les items susceptibles d'intéresser les journalistes.
Une version en anglais a également été élaborée en 2020.
Tirage : 180 ex

Posters

Création d'affiches afin d'assurer la promotion de la Creuse via des visuels attractifs.
Tirage : Réalisation de 6 affiches (6 modèles x 300 exemplaires soit 1800 affiches).

FOCUS : LA CARTE LUCIOLE

La Carte Luciole est destinée aux Creusois (habitants permanents ou résidents secondaires). Elle a pour but de faciliter la découverte des sites et de transformer ses titulaires en ambassadeurs. Son principe est simple. L'entrée pour le titulaire (une carte par foyer) est gratuite dans tous les sites partenaires.
En 2020, 19 sites étaient partenaires. 97 nouvelles cartes ont été attribuées ce qui porte le nombre total d'utilisateurs à 2.844.



RÉALISATION D'UN FLYER (RECTO/VERSO) : SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE



L'AXE 3

« Développer une nouvelle dynamique autour de l'image »

EN BREF...



Facteur clé de succès

« Assumer un positionnement permettant de valoriser une Creuse rurale mais moderne »

L'enjeu principal consiste à éloigner la Creuse des stéréotypes du rural profond pour la rapprocher de l'image d'un « territoire » de campagne moderne, d'un territoire d'opportunités où tout est possible.

Outre l'accroissement de notre visibilité, nos actions doivent viser à sublimer notre ruralité tout en rassurant les clients sur le niveau de services qu'ils sont en mesure de trouver dans le département. C'est un travail qui prend du temps ! Toutefois, l'essor des réseaux sociaux est un atout qui rend ce type d'opération possible.



PARTENARIAT AIRFRANCE : WORLD ON BOARD

AIRFRANCE

Fin 2019, Creuse Tourisme a été contactée par AirFrance pour travailler sur un partenariat de communication reposant sur la réalisation de 2 films promotionnels de 3 min en 2 langues (français/anglais), dans le cadre de leur émission « World on Board ».

Diffusée à bord de tous les vols Air France long-courriers, l'émission « World on Board » conjugue découverte, proximité, ouverture sur le monde, et s'articule sur le rayonnement de la France à travers le monde. Les reportages font appel à des passionnés, des professionnels sur les atouts économiques, touristiques et culturels d'un territoire, d'une filière, qui permettent d'établir des liens entre les talents humains et les établissements entre l'histoire et l'avenir.

Le maillage long-courrier d'Air France est l'un des plus denses au monde avec en temps normal :
• 83 pays desservis • + 185 destinations • + 70.000 vols longs courriers en moyenne/an • +15 M de passagers/an

Le passager Air France présente un profil idéal et sa qualité d'écoute au cours d'un vol long-courrier est particulièrement favorable pour éveiller son intérêt et sa curiosité.

- 65 % de CSP+ et CSP++ / - 60% hommes / 40% femmes - 43,7 ans => âge moyen
- 37% de Français / 33% d'Européens (Hors France) / 30% reste du monde

Autre avantage de ce partenariat : les images tournées au début de l'été 2020 sont toutes libres de droits pour Creuse Tourisme (format FULL HD et 4K=4 fois la qualité de la Haute Définition). Elles pourront donc être exploitées dans d'autres projets.

Pour voir les films promotionnels réalisés >> Chaîne youtube
https://youtu.be/7_s4OjGp3dl et <https://youtu.be/VQYBke9ctEg>

STRATÉGIE IMAGE

LA PRODUCTION



Travailler sur l'image implique la création de contenus en rapport avec notre positionnement. Chaque année, de nouvelles productions sont nécessaires pour poursuivre le travail de fond mené sur internet et les réseaux sociaux...



VIDÉO «LA CREUSE À CHEVAL»

FAIT MAISON !

Creuse Tourisme a réalisé une vidéo promotionnelle afin de valoriser la pratique de l'équitation de loisirs et ainsi aider à la structuration de la filière équestre. Cette vidéo met en lumière l'existence de chemins de randonnées balisés spécialement adaptés à cette pratique sportive.

Lieux de tournage : Château de Boussac, Pierres Jaumâtres, Etang des Landes, Domeyrot...

Nombre de vues : près de 16.000 et 500 partages

PARTENARIAT VIDÉO LAC DE VASSIVIÈRE

Creuse Tourisme a été sollicité par le Lac de Vassivière pour co-financer des montages vidéos à partir de rushes partagés. Cela a pu permettre de monter une série de 6 vidéos sur le territoire du Lac de Vassivière, notamment pour animer les réseaux sociaux et promouvoir le territoire d'une manière globale ou thématique, en fonction des cibles affinitaires. Les 3 premières ont pu être diffusées dès l'automne (sur Facebook, Youtube et Instagram).

Les résultats sur Facebook :

- Lac de Vassivière, sensation liberté : 60.700 vues
- Lac de Vassivière, voyage vers l'essentiel : 36.600 vues
- Lac de Vassivière, des sensations vivifiantes : 10.300 vues



TOURNAGE VIDÉO DES 7 JARDINS

En parallèle du document co-édité avec l'association des **7 Jardins de Creuse** (cf p.20), notre équipe a tourné quelques images, photos et vidéos de jardins, en vue de réaliser un montage vidéo global, diffusé en 2020 ainsi que 7 vidéos «portraits de jardiniers», qui seront diffusées en 2021.

Le but est de toujours mieux promouvoir les atouts naturels de ces lieux qui séduisent la clientèle grand public, des spécialistes du jardin mais aussi la presse nationale spécialisée.



STRATÉGIE IMAGE

CAMPAGNE DE COMMUNICATION MASS-MÉDIA 2020

La mission principale de Creuse Tourisme est de faire connaître la destination via des campagnes de notoriété et de susciter des actes d'achat pour générer des retombées économiques sur le territoire. Depuis 5 ans, la Creuse se donne les moyens de ses ambitions.

La campagne Mass Médias mixe campagne d'affichage par vague et communication digitale.

L'objectif est d'assurer, pendant des périodes charnières, une visibilité maximale de la Creuse.



CAMPAGNE D’AFFICHAGE MÉTRO À PARIS

Creuse Tourisme a renouvelé son partenariat avec le CRT Nouvelle Aquitaine pour la campagne d'affichage métro, renforcée par des campagnes digitales Facebook.

La Creuse s'est donc affichée aux côtés des Landes, de la Cité du Vin et de Terra Aventura.

4 vagues de 15 jours étaient initialement prévues mais seulement 3 vagues ont pu être maintenues compte tenu de la situation sanitaire.

Rappel du dispositif : 60 affiches / vague

- > 2 affichages Massif Quai (totalité du quai), 1 affichage Quai Montparnasse et 1 affichage quai Palais/Royal (Musée du Louvre) par Destination
- > 20 affiches 4x3 dispersées sur les quais
- > 45 affiches 4x3 dans les couloirs.

Accroche Creuse 2020 : «Votre Destination Zen», en référence au top10 du Routard.com qui avait reconnu les atouts de notre territoire de nature, propice au bien-être et la zénitude. L'accroche est aussi en accord avec le top 14 des Destinations choisies par la Région Nouvelle Aquitaine «Plateau de Millevaches» ou le «Lac de Vassivière».

Les dates:

Vague 1 : 20 janvier au 3 février

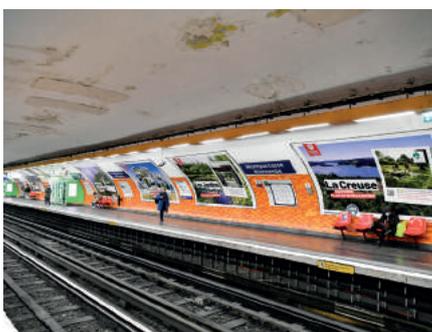
Vague 2 : 20 mai au 2 juin

Vague 3 : 15 septembre au 6 octobre.

LES RÉSULTATS :

83% ont fait des remarques positives sur l'affiche.

La campagne donne envie à 80% d'aller visiter la destination. La campagne a généré au total + de 35.000 clics sur Facebook et + de 40% du nombre de visites sur le site internet par rapport à N-1 pendant les périodes de campagne.



STRATÉGIE IMAGE

LA PRODUCTION EN PARTENARIAT

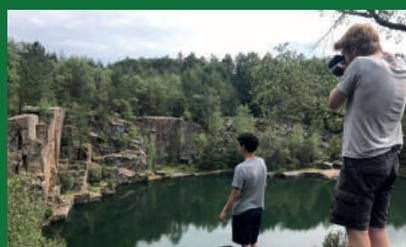


La Creuse en tête d'affiche dans le métro parisien !



ACCUEIL D'INFLUENCEURS

NOUVEAUTÉ 2020



« **N'ALLEZ PAS EN CREUSE** » ET « **LES CURIOSITÉS DE LA CREUSE** »
Creuse Tourisme a accueilli 2 influenceurs du 10 au 18 juin 2020, qui ont choisi de découvrir la Creuse pour aller au-delà des clichés : **les youtubeurs Tolt et Sylartichot.**

Tolt se définit comme un « Youtubeur Voyage » et Sylartichot comme un « Youtubeur de l'étrange ». Disposant déjà d'une belle notoriété sur la toile, avec plus de **200.000 abonnés** chacun sur l'ensemble des réseaux sociaux et des millions de vues à leur actif.

Très connu pour ses vidéos de voyage à l'international, Tolt avait aussi des projets en France et la crise sanitaire a accéléré son choix de monter une nouvelle série vidéo intitulée « N'allez pas en... » dédiée à la promotion des territoires français. La Creuse fut son 1er choix.

Les résultats :

« N'allez pas en Creuse » sur youtube : + de 40.000 vues / 798 j'aime + de 95.000 personnes touchées sur Facebook et 2.763 réactions, commentaires, partages...

« Les curiosités de la Creuse » sur youtube : + 25.000 vues / 1300 j'aime + de 7.000 vues / + 30.652 personnes touchées / 1.415 réactions, commentaires, partages

STRATÉGIE IMAGE

LA PRODUCTION EN PARTENARIAT

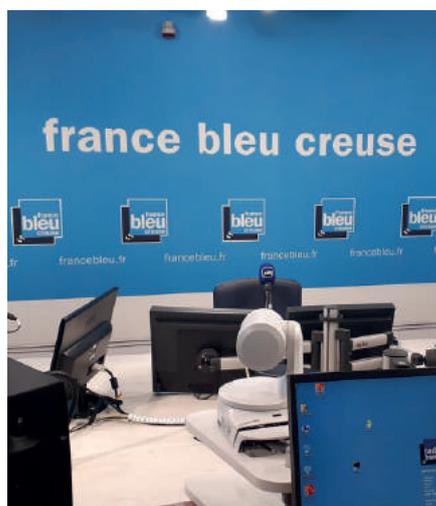


PARTENARIAT FRANCE TV NATIONAL

Prévue initialement mi-mars, la campagne France TV a été reportée à mi-juin. Au total sur 2020 ont été diffusés 35 spots de 20 secondes sur France 2, France 3 et France 5. Ils étaient proches des « plages météo » et des « JT ». Une campagne digitale est venue renforcer la visibilité : près d'un million de pré-roll vidéos ont été diffusés sur une cible de voyageurs (Pack Evasion – Echapées Belles, Silence Ça Pousse, La Maison France 5) et de Fans de Sports.

Les résultats sur le trafic du site internet pendant les périodes de campagnes (15 au 30/06) par rapport à N-1 :

+ 72% du nombre de visites, + 80% de nouveaux visiteurs, + 75% de pages vues.



CAMPAGNES RADIO

Comme chaque année, Creuse Tourisme a collaboré avec la radio France Bleu Creuse pour planifier plusieurs rendez-vous sur la grille de l'été et fournir des contacts terrain afin de réaliser des émissions en direct des sites (baladeur d'été) ou planifier des interventions par téléphone chaque jour (jardins, sites, activités, restaurants, événements, randonnées, offices de tourisme...).

Achat de Spots Radio : Face à la crise sanitaire et aux restrictions de déplacements, Creuse Tourisme a aussi communiqué via l'achat de spots radio. L'objectif : relancer la communication autour de la réouverture des sites touristiques et promouvoir la destination Creuse de manière plus importante auprès de la population locale et de proximité.

>> Ainsi 180 spots ont été diffusés du 12 au 28 juillet sur FB BERRY, FB CREUSE, FB ORLEANS, FB POITOU & FB TOURAINE



PARTENARIAT PETIT FUTÉ



Le CRTNA nous a proposé de bénéficier d'une **insertion publicitaire** dans le Petit Futé Nouvelle Aquitaine et Petit Futé Creuse pour valoriser notre destination et nos territoires. La notoriété de ces éditions constitue une belle opportunité de promotion pour séduire la clientèle française dans le contexte de réassurance lié à la COVID. Le Petit Futé est le **1er éditeur de guides de voyages** pour le nombre de titres.

Notre partenariat :

- diffusion de 2.000 exemplaires papier de chaque guide sous forme de coffrets, distribués par le CRTNA via son réseau de partenaires et lors des salons et d'évènements ou actions institutionnelles,
- diffusion sur le réseau Flammarion dans toutes les librairies de France.
- impression de 5.000 exemplaires du guide régional, par le CRTNA. Ce guide a été diffusé sur tous les évènements portés par le Conseil régional de Nouvelle-Aquitaine.

Nos partenaires Creuse qui ont co-financé cette action avec la réservation d'une page chacun dans le petit Futé Creuse : Office de tourisme des Monts de Guéret et Creuse Sud Ouest.



STRATÉGIE IMAGE

PROMOTION PRESSE ÉCRITE



Communiqué

UN NOUVEAU TERRITOIRE POUR UNE NOUVELLE VIE
De l'air pur, des grands espaces, une nature préservée... Offrez-vous un avenir empreint de sérénité, au cœur de la France.
 Hier des sentiers battus, la Creuse dispose d'un vrai potentiel à exploiter. C'est un territoire fertile pour de nouveaux projets. Le développement touristique et l'accueil d'investisseurs en Creuse se construisent autour d'un positionnement réfléchi : « retrouver l'essentiel ».
 S'installer à la campagne, c'est miser sur les atouts d'un tourisme responsable, construire des projets respectueux de cet environnement préservé qui s'offre à vous et surtout, être en accord avec vos valeurs.

QUALITÉ DE VIE POUR VOTRE FAMILLE

Vous souhaitez partager des bonheurs simples en famille : c'est un terrain de jeu fabuleux pour des bambins nature, pour les sports de plein air. La Creuse, c'est aussi prendre du temps pour soi ou développer sa créativité, en testant des activités artistiques.

UNE RICHESSE CULTURELLE ÉTONNANTE

Vous profitez d'une offre culturelle de qualité et étoffée, grâce à un vivier d'associations dynamiques. Laissez-vous surprendre par un programme riche et varié de concerts, spectacles, festivals, propres aux rencontres locales !

UN HABITAT AUTHENTIQUE ET ACCESSIBLE

De belles affaires immobilières s'offrent à vous. Ici, il est plus facile qu'ailleurs de devenir propriétaire d'une maison avec un grand jardin ouvert sur la campagne environnante. Construisez votre projet et profitez tout simplement de la vie.

VOTRE PROCHAINE AVENTURE ?

Retrouvez notre sélection d'offres de reprises d'entreprises touristiques actuellement disponibles. Notre équipe projet est à votre disposition pour vous aider dans vos recherches et dans vos démarches.

<p>DOMAINE ÉQUESTRE AVEC GÎTES</p> <p>Investissez dans un domaine équestre de 70 hectares d'un seul tenant comprenant une carrière et plusieurs bâtiments dont 2 gîtes (pour 8 et 4 personnes) et 1 piscine couverte et chauffée, entre Guéret et Montluçon.</p>	<p>ENSEMBLE DE 4 GÎTES AVEC PISCINE</p> <p>Opportunité à saisir dans un hameau au nord-est de Guéret, comprenant 4 gîtes (pour une capacité d'accueil de 20 personnes), une piscine, une grande salle d'activités/loisirs et 2 salles de réunion. Terrain de 7800m².</p>	<p>ENSEMBLE IMMOBILIER TOURISTIQUE</p> <p>Offrez-vous ce bel ensemble rural : maison en pierre de 274 m² (12 pièces) entièrement rénovée, avec piscine, exploitation en gîtes et chambres d'hôtes sur un terrain de 10000m² à une maison attenante de 60m² (3 chambres) sur terrain de 9 000m².</p>
---	---	--

CREUSE TOURISME | 19 avenue Fayolle | 20005 GUÉRET Cedex | Tél. 05 55 51 93 23 | Contact : Isabelle DUCHER
 PLUS D'INFORMATIONS SUR : www.pro.tourisme-creuse.com/porteurs-de-projets/

LA CREUSE, VOTRE DESTINATION ZEN

La carence du soleil, une légère brise dans les cheveux, la verdure, des plans d'eau qui scintillent au loin... Il y a longtemps que vous ne vous êtes pas senti aussi calme, serein, détendu, libéré de vos soucis. C'est tout simplement « l'effet Creuse ». Passer des vacances dans la Creuse, c'est un état d'esprit, c'est répondre à une envie de liberté ! Pour finir de vous surprendre, nous vous proposons un panel de séjours et de bonnes adresses sélectionnés par nos soins... **Bonnes vacances !**

LIBÉREZ-VOUS DU QUOTIDIEN ! LÂCHEZ-PRIVE, QUÊTEZ ET PARTAGEZ...

LA CREUSE, UNE DESTINATION 100% SURPRENANTE !

<p>SPORTS DE PLEIN AIR... RECHERCHER LE GRAND AIR</p> <p>VTT, trail, randonnée, équitation, pêche : la Station Sports Nature des Monts de Guéret, le lac de Vassivière, le Parc Naturel Régional de Millevaches... des territoires de jeu à ciel ouvert !</p>	<p>UN JARDIN-FRANC ANCIEN... PATRIMOINE UNESCO</p> <p>La Cité Internationale de la tapisserie d'Aubusson (12 étoiles au Guide Michelin) dévoile les nouvelles créations contemporaines issues à partir de l'œuvre originale de J.R.R. Tolkien.</p>	<p>AVENTURE EN FAMILLE... PARTAGER SES ÉMOTIONS</p> <p>Parc aux loups, rencontre avec des bisons d'Amérique, labyrinthe géant, géocaching, visites de ferme... créez des souvenirs avec vos enfants, prenez à l'assaut, vivez le bonheur en famille.</p>
--	---	---

IDÉES DE CIRCUITS, ÉVÉNEMENTS >>> www.vacances-sports-nature.com
LA TAPISSERIE À AUBUSSON >>> www.tourisme-creuse.com/aubusson-telatin
LA CREUSE EN FAMILLE >>> www.tourisme-creuse.com/vo-famille

Creuse Tourisme a également souhaité pour 2020 communiquer via la presse écrite en réservant des encarts publicitaires dans des magazines très connus du grand public, mais aussi dans la presse économique. Il y a dans cette action, un double objectif :

PRESSE ÉCONOMIQUE

Promotion de la Creuse, offres de reprises d'entreprises touristiques, investir dans un nouveau projet, changer de vie => s'installer en Creuse

- Magazine MANAGEMENT (février / septembre) : 2 parutions / 2x1 page dans un dossier spécial « Quitter Paris : Où fait-il bon vivre, travailler et entreprendre ? »
- CAPITAL (mars) : parution 1 page dans un spécial « QUITTER PARIS : Où fait-il bon vivre, travailler et entreprendre »

PRESSE GRAND PUBLIC

Promotion de la Creuse, idées d'escapades week-ends et séjours autour de la déconnection et des retrouvailles en famille.

- Femme Actuelle éditions Ile-de-France + Nouvelle Aquitaine (mars) : 1 double page - 230 000 ex / 1 360 000 lecteurs
- L'Express (février/avril) : 2 parutions / 2x1 page - 250.000 ex / 1.958 .000 lecteurs / parutions



STRATÉGIE IMAGE

LES RÉSEAUX SOCIAUX



Les réseaux sociaux sont depuis plusieurs années déjà au cœur de la stratégie digitale de Creuse Tourisme. Ils permettent de travailler la notoriété de la destination, en cassant parfois les codes. Les nombreuses interactions avec les communautés nous permettent d'avoir un impact plus important auprès d'un large public.

Facebook est un réel vecteur de trafic pour nos sites internet, un outil de communication à part entière pour nos différentes offres commerciales et un support de visibilité pour les vidéos. Ce fut d'autant plus vrai cette année, puisque face à la crise, nos abonnés ont été très attentifs à ce que nous avons pu partager comme contenus. Le trafic de notre site internet provenant des réseaux sociaux a fortement progressé.



LA PAGE FACEBOOK

Elle est alimentée en moyenne par 3 posts par semaine.

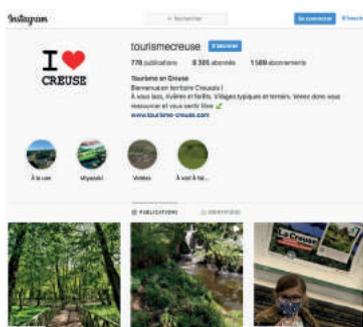
Le nombre de fans est désormais de 45.621. En 2020, nous avons beaucoup utilisé Facebook, comme outil de communication pendant la crise pour garder le lien et valoriser la Destination. Ensuite, il a servi à booster les ventes en ligne de produits touristiques (hébergements, activités, sites). La diffusion des vidéos a été très bonne : près d'1.300.000 vues et plus de 150.408 interactions (+200% par rapport à 2019).



LE COMPTE TWITTER

Il est utilisé pour la cible professionnelle.

- Envoi de 418 tweets ;
- 3.740 abonnés soit +3,7%



INSTAGRAM

En 2020 : 144 posts et plusieurs Stories ont été mis en ligne contre seulement 54 en 2019. Le nombre d'abonnés est en **augmentation de 56%**, atteignant 5.798 followers. Ces publications ont donné lieu à plus de 54.000 interactions (like et commentaires). Creuse Tourisme continue de développer sa présence sur ce réseau social qui sert notamment à promouvoir la notoriété de la destination et à **sensibiliser les influenceurs**.

Pour nous suivre, recherchez les hashtags : **#IloveCreuse #Creuse**

STRATÉGIE IMAGE

LA PRESSE



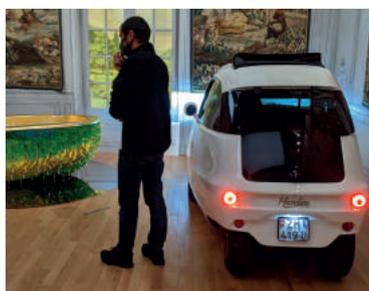
Les relations presse sont des outils efficaces. La force de persuasion d'une citation en presse écrite, radio ou télévision est indéniablement prouvée.

Les accueils de presse et voyages de presse sont menés par Creuse Tourisme, pour certains, en partenariat avec les offices de tourisme et les sites.



LES ACCUEILS ET VOYAGES DE PRESSE

Ils sont organisés à partir des contacts issus des rencontres presse et des démarchages. En 2020, **24 accueils de presse** ont eu lieu (essentiellement des accueils individuels du fait de la crise sanitaire). Ils sont réalisés en collaboration avec les partenaires, offices de tourisme, sites touristiques et hébergeurs.



LE BILAN DES ARTICLES ET ÉMISSIONS

De belles retombées **presse écrite, TV, web, avec des angles diversifiés, culturels, sportifs, gastronomiques, art de vivre...**

Parmi le top 10 des plus **beaux articles de presse papier** :

Détours en France, Pleine Vie, Esprit d'ici, Balades Rando, Moto journal, Maisons de Campagne, Femme Actuelle Jeux, Gazoline, le Figaro Magazine...(ces articles sont les retombées des accueils de presse 2019).

Côté télévisions et radios, citons plusieurs JT sur TF1, France 2, Télématin, France 3 national, une émission sur France 5 La Quotidienne, France Inter..



LES RETOMBÉES MÉDIAS «ÉQUIVALENTS PUBLICITAIRES»

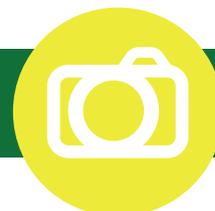
En 2020, la Creuse a connu une belle couverture médiatique. Une veille réalisée par Cision (organisme spécialisé) a recensé plus de 800 articles presse écrite, web, blogs, reportages TV et radios parus en 2020 sur la destination Creuse.

Cette étude de médiatisation fait apparaître, un chiffre record qui correspond à un équivalent publicitaire de **6,52 millions d'euros**, dont 2,56 millions pour la TV et 2,12 pour la presse écrite, 1,4 millions pour la presse internet et 352 512 euros pour la radio.



STRATÉGIE IMAGE

LES SALONS



Creuse Tourisme poursuit sa présence sur les salons thématiques, en France et en Europe, ainsi que sur des rencontres professionnelles.



LE FORUM DEPTOUR À PARIS (13 ET 14 JANVIER 2020)

C'est un work shop annuel entre les départements et près de 250 journalistes de la presse professionnelle, qui viennent chercher des sujets et des idées de reportages. C'est l'occasion de présenter notre nouveau dossier de presse. C'est le rendez-vous incontournable avec la presse Parisienne, nationale, nous avons eu plus de **40 contacts** pendant un jour et demi de rencontre.



SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE (22 FÉVRIER AU 01 MARS 2020)

LA CREUSE EN CAPITALE

Du 22 février au 1er mars 2020, pour la première fois, **la Creuse était présente avec un stand 100% creusois au Salon International de l'Agriculture de Paris** ! 45 m² d'espace étaient dédiés au département avec comme objectif durant 7 jours : la promotion de la Creuse.



Producteurs, acteurs culturels et Creuse Tourisme ont uni leurs forces pour mener une action de promotion auprès de la clientèle francilienne qui est un de nos principaux bassins de clientèles.

Pour répondre aux visiteurs intéressés par un séjour dans la Creuse, les salariés de Creuse Tourisme et l'Office de Tourisme d'Aubusson – Felletin ont délivré leurs conseils et distribué de la documentation touristique. Pratiques d'activités en plein air (randonnée et cyclotourisme), gastronomie et évènements étaient au cœur des questions les plus fréquemment posées.



STRATÉGIE IMAGE

LES SALONS



Les salons, une occasion pour travailler la notoriété de la Creuse.

NOUVEAUTÉ 2020



MARCHÉ BELGE :

> SALON FIETS EN WANDELBEURS À GAND LES 15 ET 16 FÉVRIER 2020

Pour la première fois, la Creuse a participé à ce salon thématique, sur **le vélo et la randonnée**. Le stand était mutualisé avec la Vélodyssée, le Canal des 2 mers à vélo, la Flow vélo, le tour de la Gironde à vélo et le tour de la Creuse à vélo.

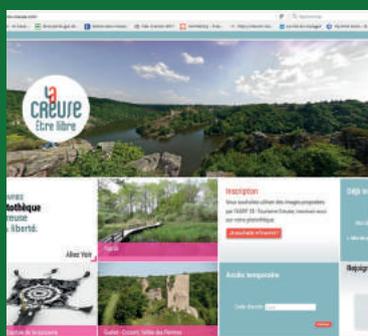
Avec 16 605 visiteurs en 2020, c'est une édition record.



Même si la véloroute Creuse n'est pas la plus connue, l'image de la Creuse, n'est pas négative, nos atouts, une région pas trop montagneuse, avec des routes peu fréquentées.



PLUS DE 5000 VISUELS



FOCUS : LA PHOTOTHÈQUE EN LIGNE AGELIA : 3 OUTILS EN 1 :

Découverte de la Creuse par l'image, traçabilité des visuels et protection du droit à l'image. Voici ce que permet la photothèque en ligne de Creuse Tourisme. <http://phototheque.tourismecreuse.com>

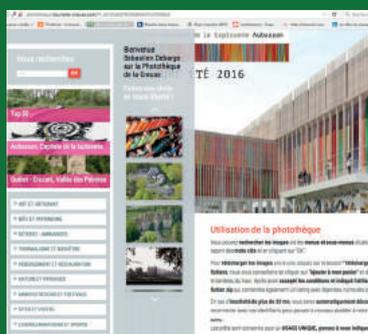
Une sélection, sur la page d'accueil, facilite la découverte du département via ses meilleurs atouts : « le TOP » ou les portes d'entrées « Aubusson, Capitale de la Tapisserie », « Guéret, Vallée des Peintres » et propose des liens pour accéder à l'ensemble de nos sites et réseaux sociaux.

Plusieurs modes d'accès aux photos sont possibles par le portail : thématiques, thésaurus, mode « recherche ».

Les droits d'utilisation sont pré-attribués sur du déclaratif au moment de l'inscription, incluant la catégorie « visuels libres de droits » jusqu'à « visuels totalement contraints » et pour lesquels nous proposons une mise en relation avec l'auteur-photographe en respect de la convention ou du contrat d'utilisation.

Quelques chiffres :

- 5.000 visuels indexés ;
- En 2020 : total de 286 utilisateurs (+ 18%), 1.745 visuels téléchargés



ÉVOLUTION

LE TOURISME EN CREUSE 2008 - 2020

Après un démarrage tardif à la fin des années 1990 et au début des années 2000, le développement du tourisme dans le département connaît une croissance continue.

Le nombre de nuitées marchandes est, sur le temps long, sur une tendance à la hausse tout en connaissant des fluctuations conjoncturelles (crise, météo), structurelles (évolution du parc) et des nouveaux modes de commercialisation.



Le nombre de lits marchands avoisine les 12.000. Les principaux faits marquants sont la stagnation des hébergements dits «traditionnels» (hôtels, campings...) et le départ des hébergements dits «chez l'habitant» (meublés, chambres d'hôtes...) avec notamment le phénomène Airbnb. Au global, lits marchands et non-marchands représentent près de **100.000 lits touristiques**.



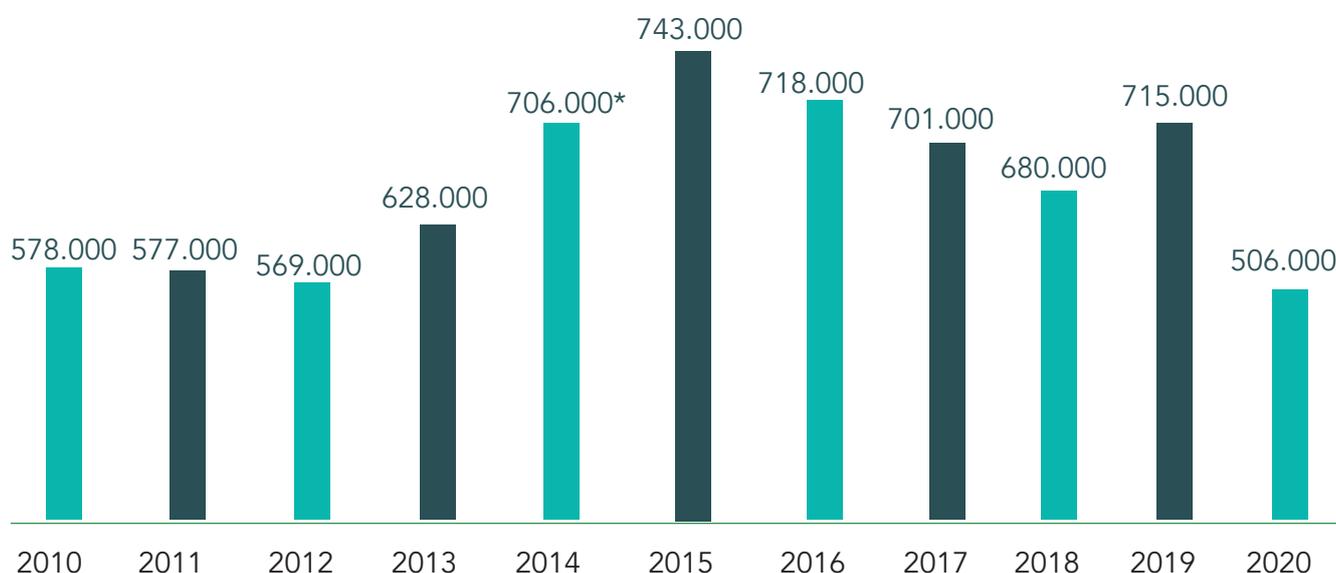
Le nombre de nuitées marchandes a constamment progressé entre 2008 et 2015. Un cap semble avoir été passé en 2014 avec, pour la première fois, plus de 700.000 nuitées marchandes. On peut estimer le nombre de nuitées marchandes et non marchandes à **environ 3 millions**.* (*seuil maintenu jusqu'en 2019.)



Les retombées économique sont estimées à **139 millions d'euros**** L'essentiel de ces sommes profitent à l'économie départementale, aux entreprises touristiques ou non...

Estimation du nombre de nuitées marchandes 2010 - 2020

srce observatoire ADRT23/CRT/INSEE



* La progression 2014 provient essentiellement d'une modification méthodologique qui a consisté à inclure les données des meublés non classés. À parc constant, le nombre de nuitées marchandes est de 598.000. De même avec l'ancienne méthode de calcul les nuitées 2015 sont de 641.398. La tendance à la hausse existe donc quelque soit la méthode. Pas de rupture statistiques entre 2014 et 2015.

** étude BVA du CRT.NA 2019

LES CHIFFRES DE L'ANNÉE

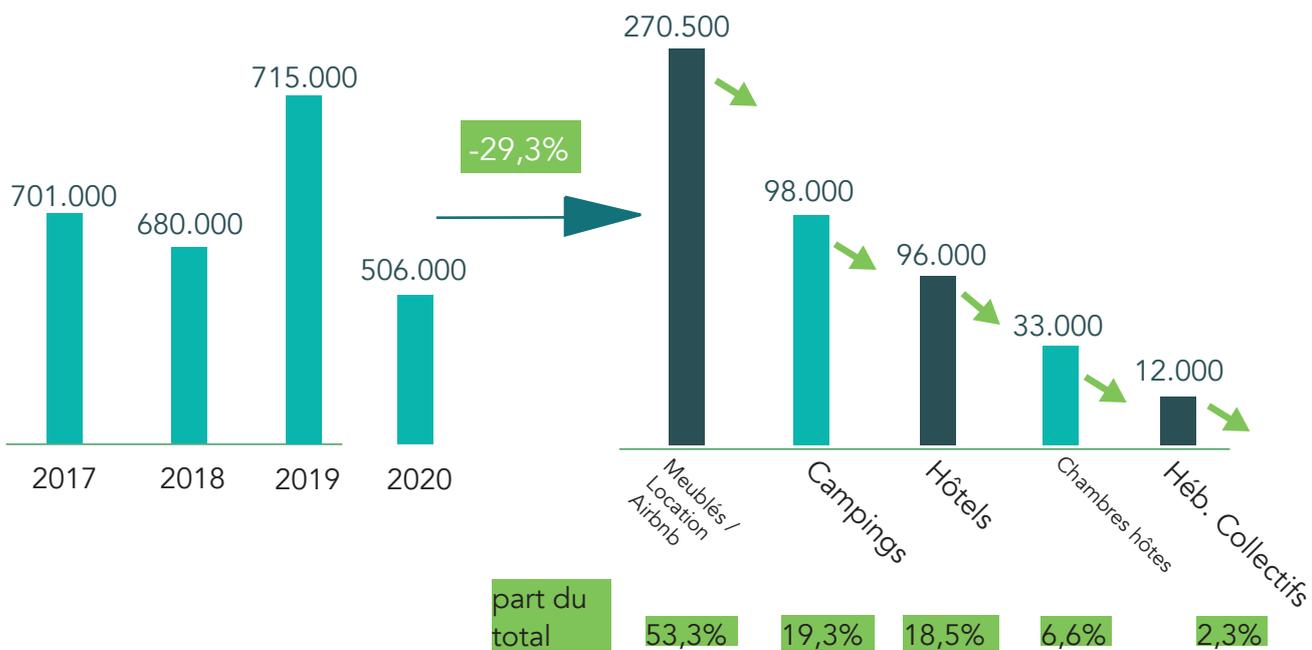
FOCUS 2020

Même si l'été 2020 a été plutôt bon, la Covid a considérablement réduit le nombre de nuitées.

La baisse de fréquentation en hôtellerie et camping est à mettre en corrélation avec la stagnation voire la diminution de la capacité d'accueil.

Estimation du nombre de nuitées marchandes 2020 Répartition des nuitées 2020 par type d'hébergements

srce observatoire ADRT23/CRT/INSEE



Fréquentation des sites payants (de +5.000 entrées) 2014 - 2020

srce observatoire ADRT23

*Données incomplètes / église de Moutier d'Ahun et vélorail de la mine non connues



L'ÉQUIPE DE CREUSE TOURISME



Sébastien DEBARGE
Directeur
05 55 51 93 23
sebastien.debarge@tourisme-creuse.com



Nicolas SIMONNET
Président
05 55 51 93 23
contact@tourisme-creuse.com



Isabelle DUCHER
Directrice Adjointe
05 55 51 93 21
isabelle.ducher@tourisme-creuse.com



Valérie CHEBANCE
Resp Adm & Financier
05 55 51 93 27
valerie.chebance@tourisme-creuse.com



Sylvie BLONDET
Assistante administrative
05 55 51 93 23
sylvie.blondet@tourisme-creuse.com



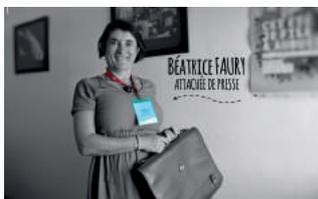
Romain CONVERSIN
Chargé de communication sports nature
05 55 51 93 23
romain.conversin@tourisme-creuse.com



Carole CHAULET
Réservation et Elloha
05 19 01 10 20
carole.chaulet@tourisme-creuse.com



Graziella PENOT
Resp communication
05 55 51 93 24
graziella.penot@tourisme-creuse.com



Béatrice FAURY
Attachée de presse
05 55 51 93 28
beatrice.fauray@tourisme-creuse.com



Aline GORSSE
Animatrice territoriale
06 40 12 70 71
aline.gorsse@tourisme-creuse.com



Jérôme TRINDADE
Chargé de communication
05 55 51 93 25
jerome.trindade@tourisme-creuse.com

LES SOLUTIONS DE CREUSE TOURISME

Vous êtes

**Communautés de
communes,
communes,
syndicats...**

Diagnostic touristique, étude de positionnement, appui à la définition et à la mise en œuvre de la politique touristique, appui en ingénierie, conseils juridiques liés aux projets touristiques (urbanisme...), appui à l'élaboration de plan de développement...

**Offices
de
Tourisme**

Appui à la rédaction de convention d'objectifs, appui au classement, appui à la mise en œuvre de la démarche qualité tourisme, co-construction de plan d'actions et de plan de communication. Co-construction et co-financement d'actions promotionnelles.

**Groupement
de
professionnels**

Appui administratif, co-construction et co-financement de plans d'actions opérationnels, animation de réseau, appui au montage d'opérations de sensibilisation, espaces publicitaires...

**Prestataires
Hébergeurs**

Solution de vente en ligne, site internet de présentation, promotion de vos offres, études et conseils relatifs à votre politique marketing (produit, prix...), qualification de vos produits (classement, Chambres d'Hôtes Références), espaces publicitaires...

**Organisateurs
d'évènements**

Solution de billetterie en ligne, site internet de présentation, promotion de vos offres, études et conseils relatifs à votre politique marketing (produit, prix...), co-organisation et co-financement de tournages vidéos, espaces publicitaires...

**Sites touristiques ou
prestataires
d'activités de loisirs**

Solution de billetterie en ligne, site internet de présentation, promotion de vos offres, étude et conseils relatifs à votre politique marketing (produit, prix...), co-organisation et co-financement de tournages vidéo, espaces publicitaires...



CREUSE TOURISME

12 Avenue Pierre Leroux - BP 243 - 23005 GUÉRET Cédex

Tél. : 05 55 51 93 23

contact@tourisme-creuse.com

