



Rapport d'activités

2023

L'ESPRIT
CREUSE





L'équipe



Catherine Defemme
Présidente



Alice Dehureaux
Directrice



Isabelle Ducher
Directrice adjointe



Sylvie Blondet
Assistante administrative



Béatrice Faury
Relations presse



Carole Chaulet
Réservation et Eloha



Graziella Penot
Resp. communication



Romain Conversin
Chargé de com. SPN



Aline Gorsse
Animatrice territoriale



Jérôme Trindade
Chargé de communication



Azélie Simonet
Chargée de mission
développement durable
et RSE

Édito



Catherine Defemme

Présidente

L'activité estivale a été légèrement en-deçà de celle de 2022 : la météo peu clémente a joué, comme le pouvoir d'achat des ménages qui se tasse, dans le contexte inflationniste que nous connaissons. Mais les clientèles ne renoncent pas aux vacances, loin s'en faut. Simplement, les flux se sont davantage étalés cette année - en témoignent les très belles performances des avant et arrière saisons.

Ces évènements nous remettent en mémoire que le secteur touristique est soumis aux aléas économiques, climatiques et qu'il est nécessaire de continuer à travailler, main dans la main, avec l'ensemble des partenaires publics et privés, au développement et à la promotion d'un tourisme durable et responsable.

L'engouement pour l'offre touristique de pleine nature autour des activités randonnée et vélo ne se dément pas au regard des très bons résultats de fréquentation des véloroutes et itinéraires de randonnée.

2023 était l'année de la Creuse, pour l'occasion, nous avons établi un plan de communication d'envergure : campagne TV nationale, participations salons, renforcement de la présence de la destination sur les réseaux sociaux, jeux concours 23 séjours offerts ainsi qu'une opération spéciale Terra Aventura.

Un budget important a été consacré par Creuse Tourisme pour permettre, avec les territoires, le développement de 15 nouveaux parcours et la tenue d'un évènement à Crozant. Avec une fréquentation en hausse de 80% le pari est gagné et a permis une belle mise en lumière du département et de générer de l'activité chez les socio-professionnels.

Nous avons consolidé l'accompagnement des pros dans leurs transitions, par le biais du Fonds Tourisme Durable, créé et développé en partenariat avec le CRT Nouvelle Aquitaine une offre de séjours bas carbone.

Le travail collectif mené depuis plusieurs années avec nos partenaires offices de Tourisme et EPCI continue de porter ses fruits notamment sur la mutualisation du site internet de destination et des moyens de promotion.

2023 a également vu l'aboutissement d'un travail collectif autour d'un SADI départemental visant à améliorer l'accueil des clientèles, la lisibilité de l'organisation touristique et l'accompagnement des partenaires vers un tourisme durable et responsable.

Vous l'aurez compris, la durabilité s'inscrit dans notre action, dans nos pratiques, dans nos manières de collaborer et de co-construire avec nos partenaires, au service des socio-professionnels afin de promouvoir et développer la destination Creuse.

■ Sommaire

- Éléments d'évaluation..... page 5
- Éléments budgétaires..... page 10
- Les actions de l'axe 1 page 14
- Les actions de l'axe 2..... page 22
- Les actions de l'axe 3..... page 29
- Offres et activité touristique..... page 47



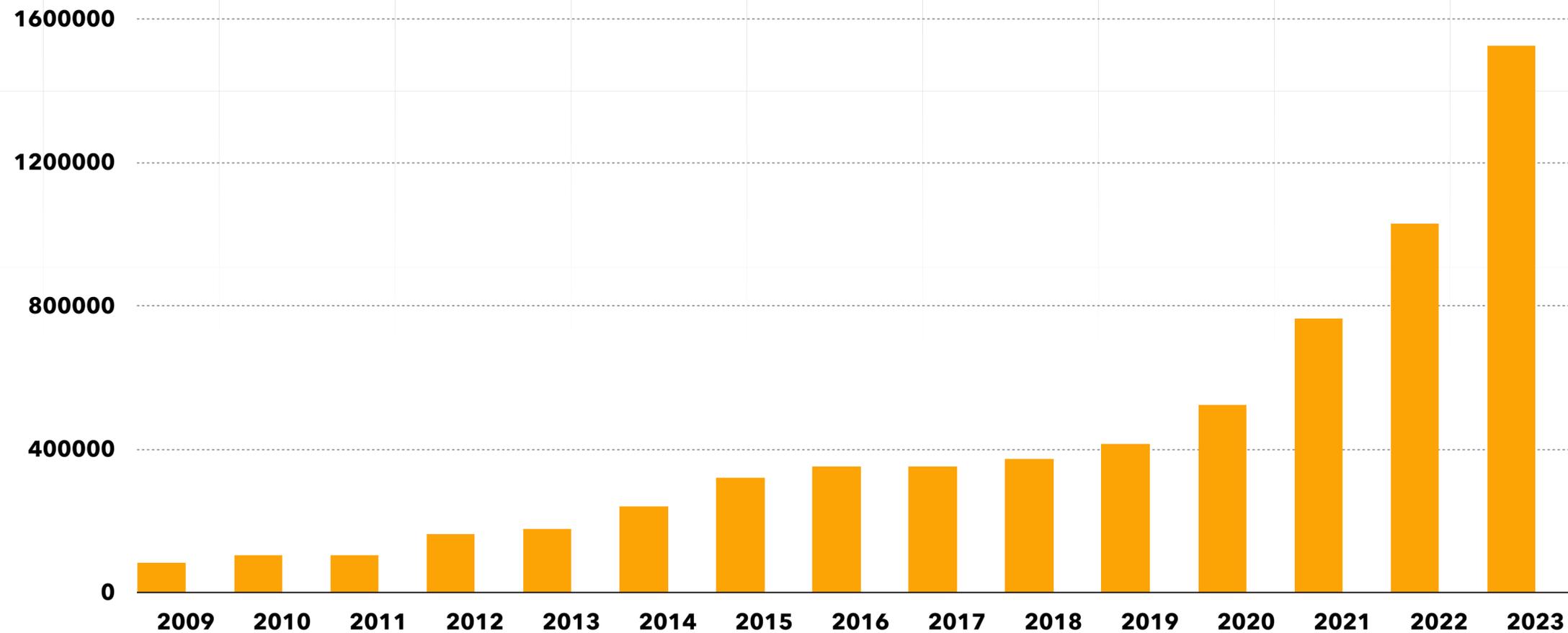
■ Évaluation

KPI et autres indicateurs

- Fréquentation du portail internet ;
- Résultats réseaux sociaux ;
- Retombées médias ;
- Porteurs de projets.



Les principaux KPI : portail (visites)



La mutualisation du site Internet entre les offices de tourisme et Creuse Tourisme porte ses fruits.

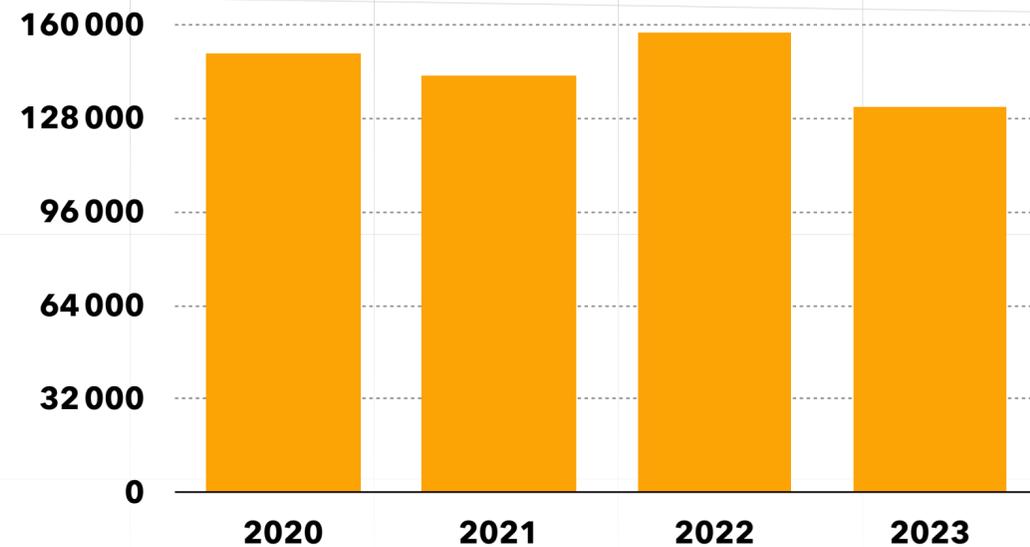
L'organisation collective pour la production des contenus en est l'un des facteurs explicatifs majeurs.

La **progression** entre 2022 et 2023 est de **+ 48,30%**.

L'année 2022 était incomplète pour la comparaison de certaines données liées à l'arrivée de 3 territoires partenaires dans le courant de l'année.

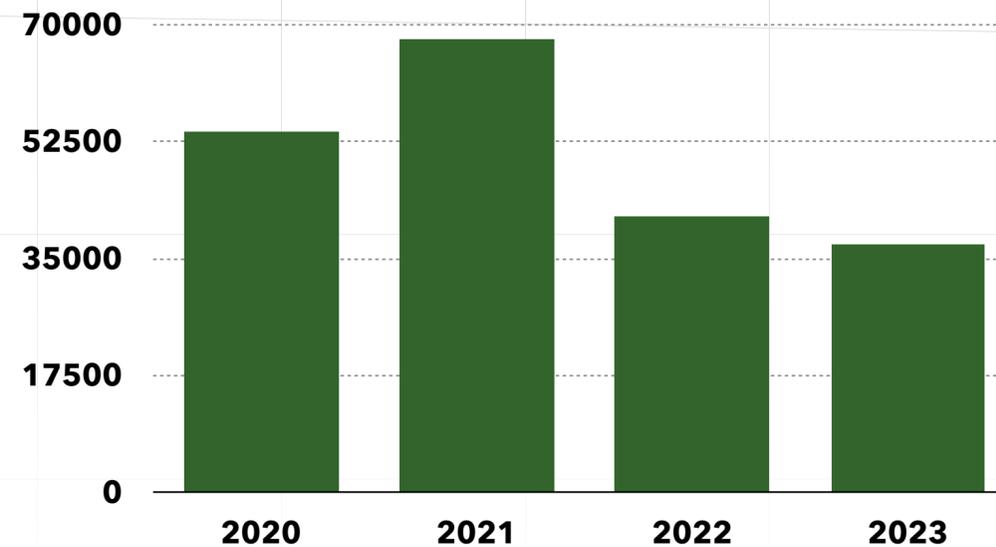
Les principaux KPI : réseaux sociaux

Interactions Facebook



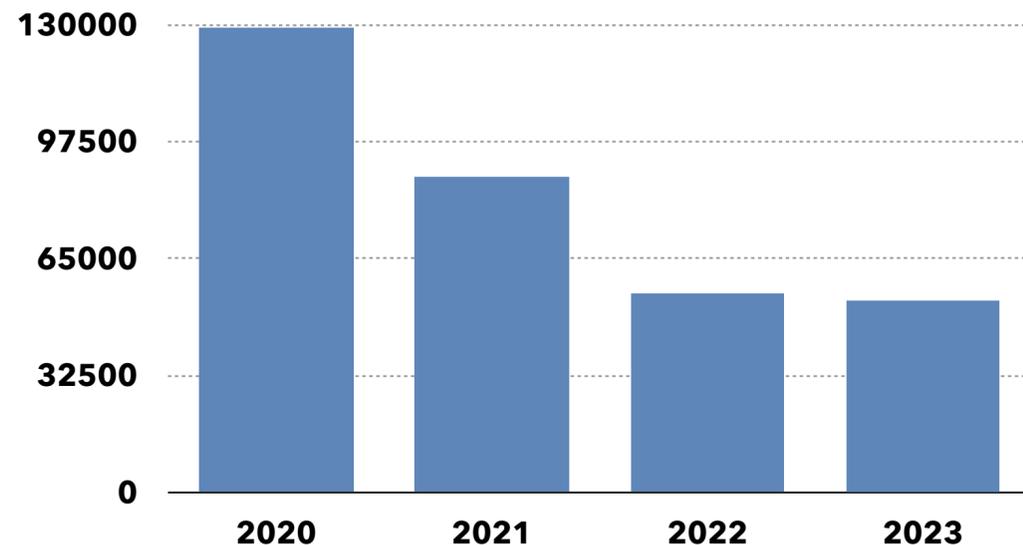
>>> 52 279 fans (+ 5,27 %)

Interactions Instagram



>>> 9229 abonnés (+ 3,9 %)

Vues YouTube



>>> 1762 abonnés (+ 7,4 %)

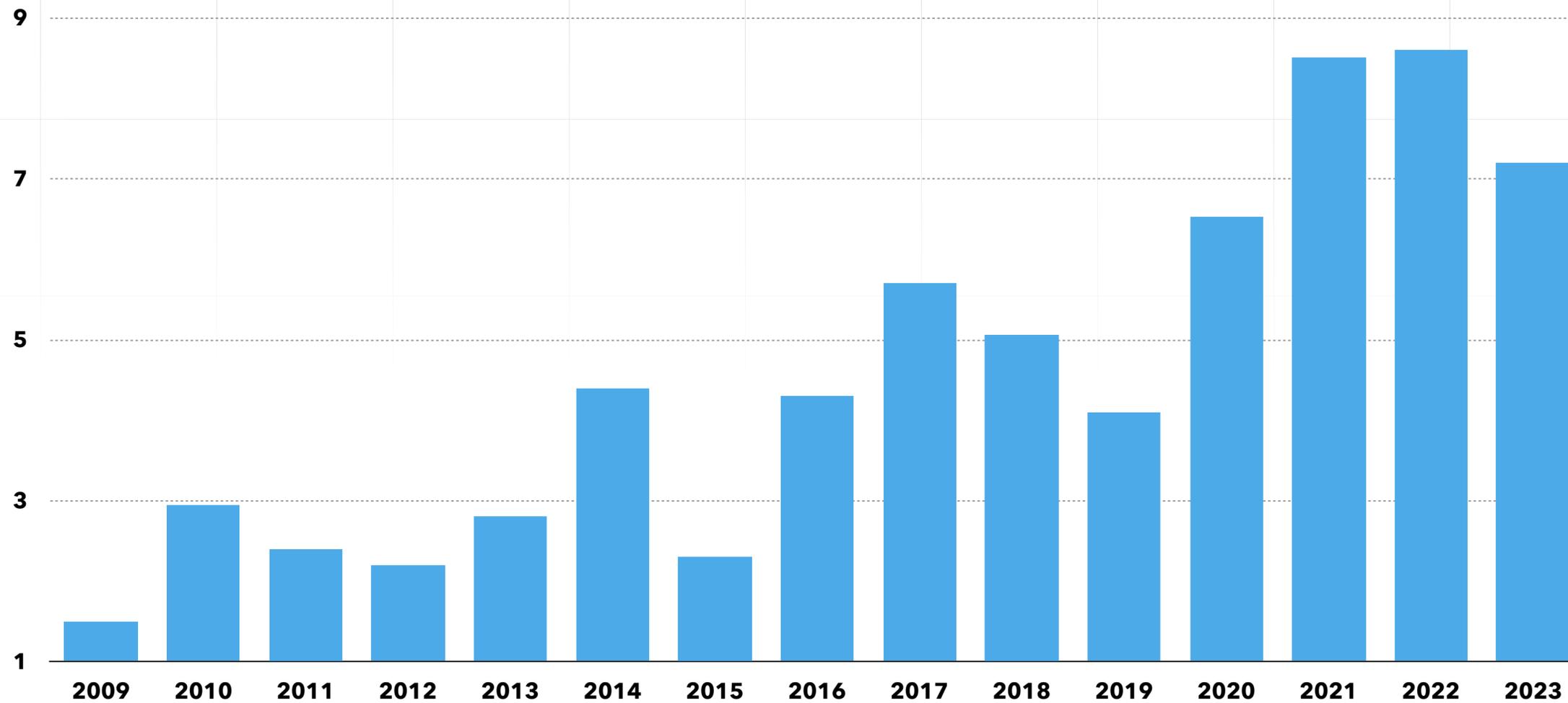
LINKEDIN
Creuse Tourisme dispose d'un compte LinkedIn en remplacement de Twitter mais uniquement destiné à la communication auprès des réseaux pro et presse.

L'objectif principal est de générer des interactions dans les communautés existantes.

L'essentiel des ressources est dédié à cela. La baisse de YouTube s'explique en partie par la place prépondérante occupée par Facebook et Instagram pour la diffusion des vidéos. Cependant, en 2023, la série des vidéos du 23 a plutôt été bien diffusée via Youtube.



Les principaux KPI : retombées presse en €



Le bilan de médiatisation 2023 affiche **7,2 millions** d'équivalence publicitaire. Il s'agit de la conversion en euros des articles et des minutes TV, radio obtenues gratuitement via les reportages, si nous avions dû acheter ces espaces.

Accompagnement des porteurs de projets

Creuse Tourisme intervient auprès des porteurs de projets touristiques (publics et privés), notamment en matière d'hébergement, dans les différentes étapes du projet, de la conception à la mise en route de l'activité.

En 2023, **30 nouveaux contacts** ont été renseignés et accompagnés en matière de :

- Aide à la définition du projet
- Cadre réglementaire et normatif
- Conseil sur la qualification de l'offre
- Identification des aides au financement et aide au montage de dossiers
- Adaptation du projet au contexte local et aux exigences des clientèles
- Mise en relation avec des partenaires pour le projet
- Mise à disposition de données statistiques (cf observatoire départemental du tourisme)
- Prévisionnel de fréquentation/aide à l'élaboration du business plan

Sans compter le suivi des projets identifiés auparavant (de l'idée à la mise en route du projet il peut s'écouler plusieurs années)

Creuse Tourisme apporte conseils, expertise et outils (1), peut intervenir en aide à la rédaction de cahier des charges pour des études de faisabilité, en facilitateur de démarches (services de l'Etat, banques, financeurs publics, ...), en recherche de solutions techniques pour développer une activité (ex : hébergements légers cyclo/ rando, ..)

Creuse Tourisme met à disposition le savoir-faire et l'expertise de l'équipe dans de multiples domaines de compétences (études, financements, aménagement, observation, marketing, communication, promotion, mise en marché, ...) et sa connaissance du territoire et de ses acteurs pour accompagner les initiatives.

(1) Disponibles sur le site www.pro.tourisme-creuse.com : fiche contact, guide conseil du porteur de projet, fiches infos (démarches/règlementation meublés de tourisme et chambres d'hôtes, démarches/règlementation gîtes d'étape/ auberges collectives, restauration et hébergement chez l'habitant, règles d'urbanisme, Chèques Vacances,



Zoom sur les tendances du marché de l'investissement touristique en 2023

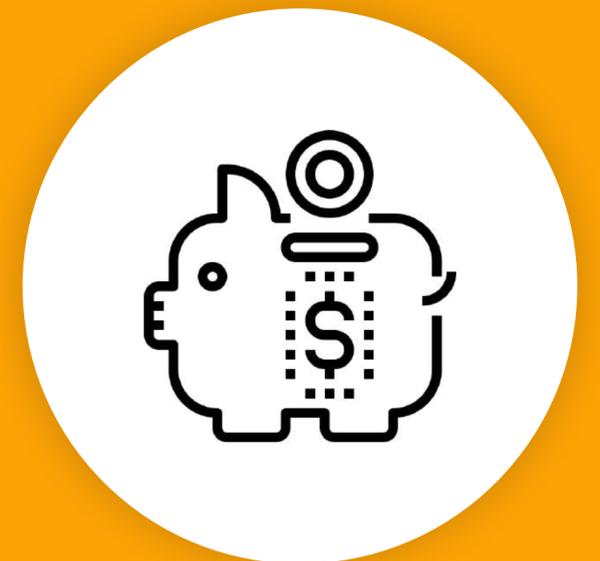
- 1) L'investissement touristique poursuit sa dynamique : +14% de projets d'implantation matures transmis aux territoires partenaires d'Ancoris;
- 2) Les acteurs publics et privés sont très optimistes : 9 professionnels publics sur 10 estiment que l'attractivité touristique de leur territoire s'est renforcée depuis la crise sanitaire ;
- 3) Les investisseurs ont toujours une appétence forte pour les environnements ruraux (64% des recherches) ;
- 4) Les décideurs publics locaux ont un regard ambivalent vis-à-vis des JOP 2024 : une majorité attend des retombées positives de l'évènement, mais n'a pas engagé d'actions spécifiques ;
- 5) La pénurie de solutions d'accueil et les problématiques liées au PLU sont identifiées comme principaux freins à l'implantation d'activités touristiques.

Source : 4^{ème} édition du Baromètre du marché de l'investissement touristique dans les territoires - Ancoris

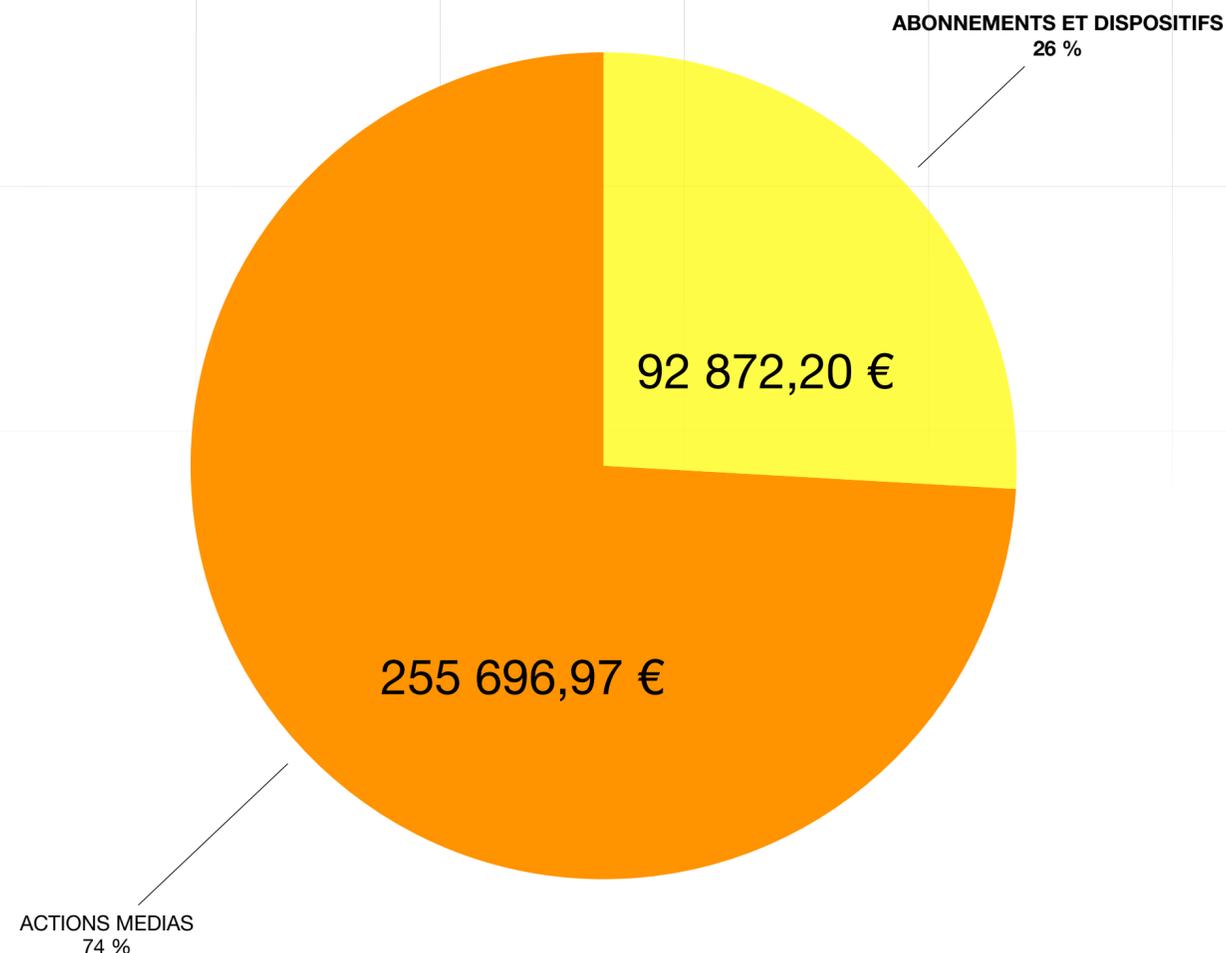
■ Éléments budgétaires

Budget actions

- Détails abonnements ;
- Détails actions médias.



■ La ventilation du budget actions

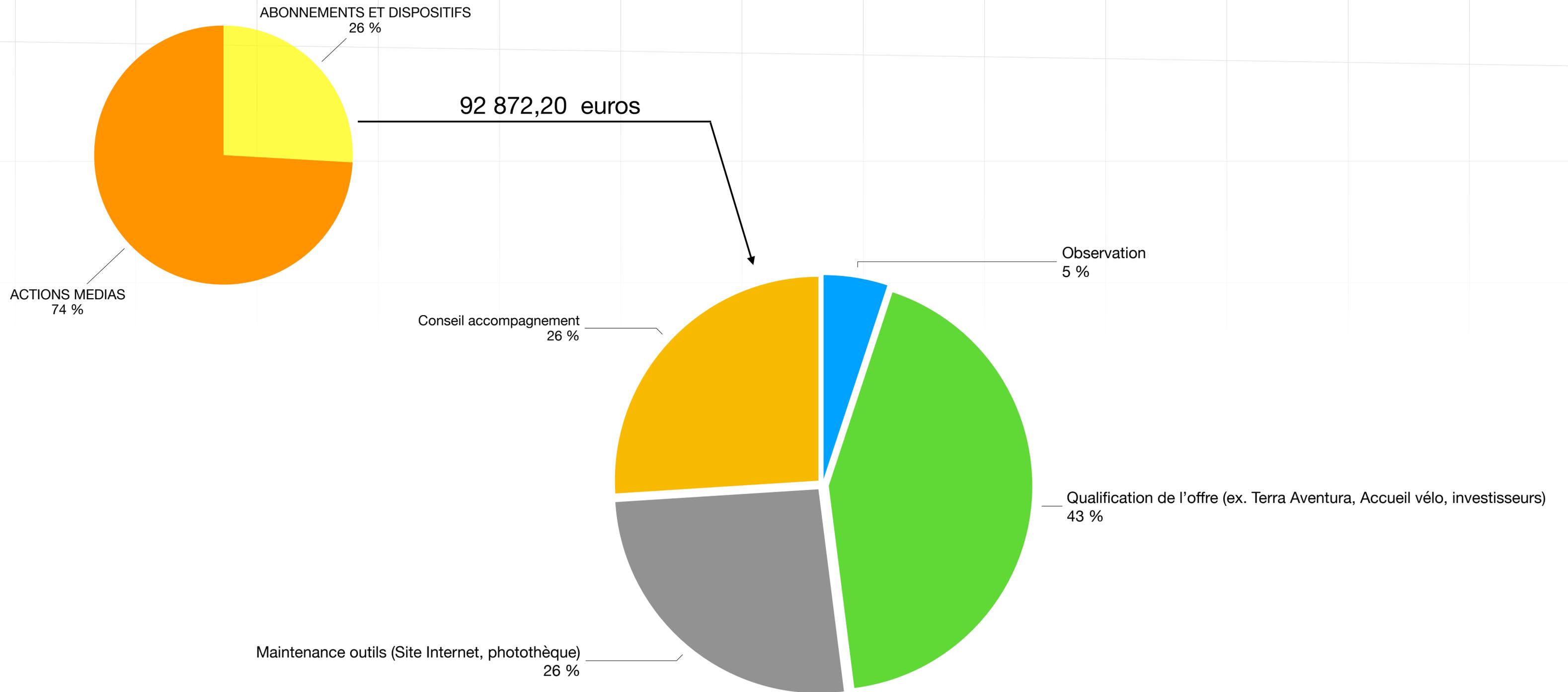


Les abonnements et dispositifs concernent en 2023 :

- Les dispositifs liés à la promotion (France Vélo Tourisme, photothèque, le site internet de destination, Roadbook ...).
- L'étude sur les circuits courts, les outils d'observation, la formation des sites touristiques , le plateforme de recherche d'investisseurs (co-financée avec les EPCI partenaires).
- Les dispositifs de qualification de l'offre (coordination Terra Aventura, animation des labels).

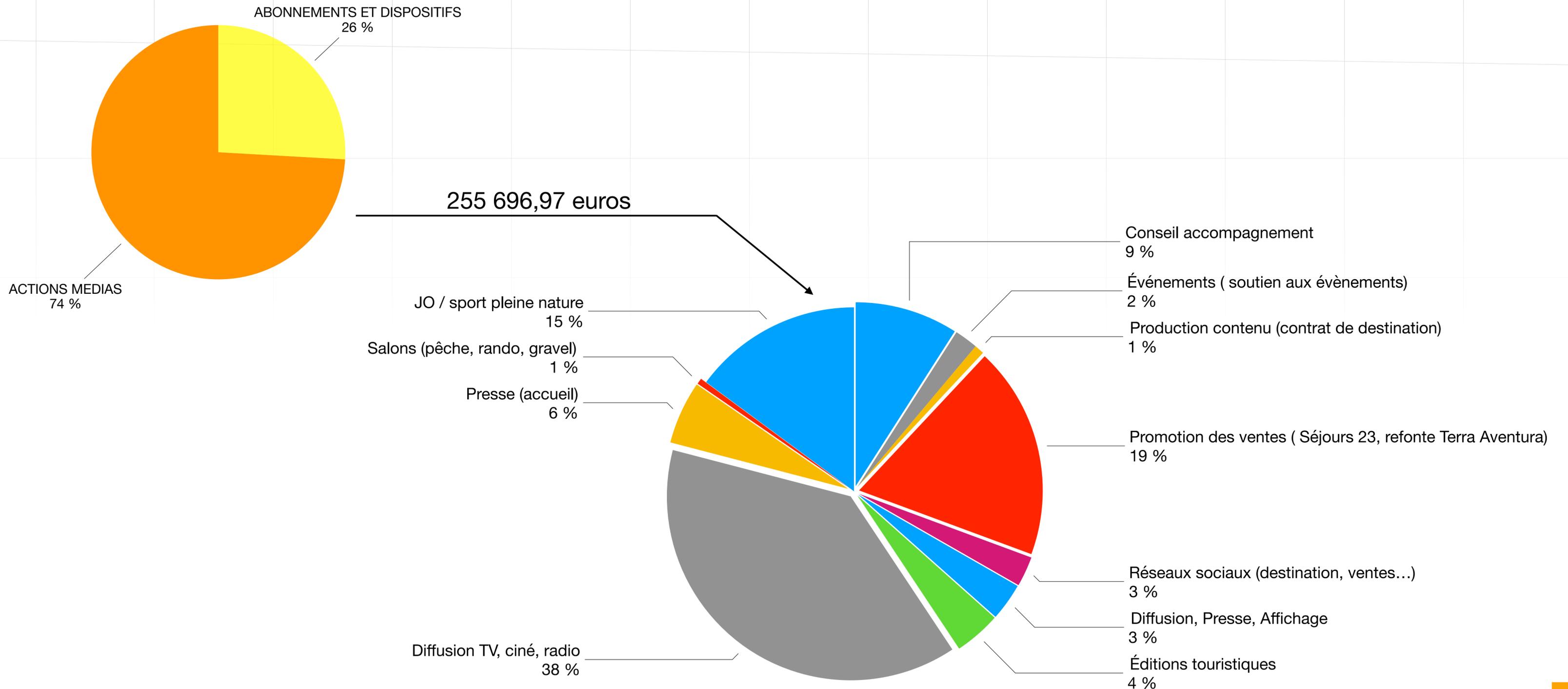


La ventilation du budget actions





La ventilation du budget actions

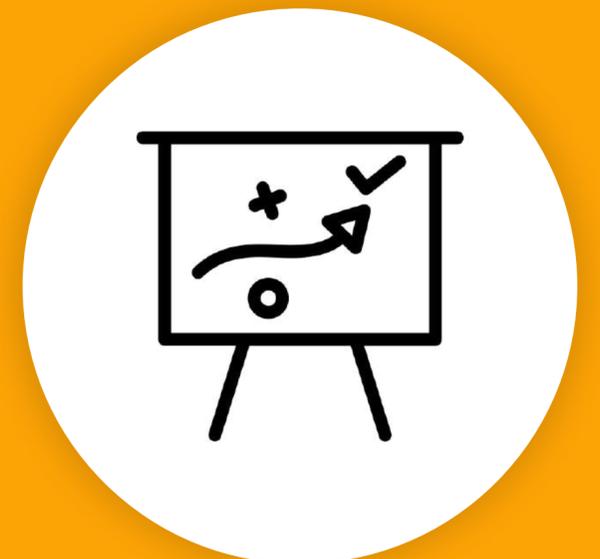


■ Les actions par axe stratégique

Axe 1

Stratégie réseau et intelligence économique

- Renforcer les partenariats techniques et financiers ;
- Renforcer les synergies avec le Conseil départemental ;
- Initier une démarche d'intelligence territoriale en décloisonnant les échanges à travers des actions de veille, diffusion de l'information stratégique.



Creuse Confluence

Il s'agit d'un appui RH à raison d'un jour par semaine, permettant le suivi et la réalisation de la mission «Recherche d'investisseurs». En 2023, 2 biens à reprendre ont pu bénéficier du dispositif, des contacts ont également été pris avec des communes en collaboration avec Est Creuse Développement. Par ailleurs, Creuse Tourisme a organisé une formation «SIRTAQUI» (cf p21) dédiée au personnel saisonnier de l'Office de Tourisme et a apporté son soutien au dossier de candidature pour une cache éphémère Terra Aventura à Evaux les Bains (déploiement prévu en 2024).

Portes de la Creuse en Marche

Conclue, après la réalisation d'un diagnostic touristique partagé, la convention porte sur un appui à la définition et à la mise en oeuvre de la stratégie touristique de l'EPCI. Cela comprend entre autres des actions de conseil et de gestion de projets. En 2023 ont eu lieu les premières rencontres des professionnels du tourisme sur le territoire ; Creuse Tourisme a apporté son expertise lors du projet de refonte de la base VTT de Châtelus Malvaleix.

Marche et Combraille en Aquitaine

Il s'agit d'un appui RH à raison de deux jours par semaine. 2023 a été consacrée au suivi des dossiers de demandes de subventions dans le cadre du règlement d'intervention de l'EPCI dédié aux hébergements touristiques. Des conseils techniques et administratifs aux demandes ne pouvant s'inscrire dans le dispositif ont été apportés aux porteurs. Une quinzaine de porteurs de projet a été accompagnés, 4 demandes ont donné lieu au versement d'une subvention EPCI. Creuse tourisme a également participé à la mise en place de la taxe de séjour sur le territoire de l'EPCI (active depuis le 1er janvier 2024) et apporté son soutien technique pour une bonne utilisation du « SIRTAQUI » (cf p21).

Pays Dunois

Il s'agit d'un partenariat axé sur la communication. Creuse Tourisme établit et met en oeuvre, en concertation avec le service Tourisme, le plan médias du territoire. Ce travail mobilise plusieurs salariés de Creuse Tourisme. Un appui à l'ingénierie est également mis en oeuvre avec notamment une participation de Creuse Tourisme à la Journée du tourisme de l'EPCI, le suivi du projet de réaménagement de la tuilerie Pouligny, l'appui à la mission de « Recherche d'investisseurs ».

Les conventions d'accompagnement thématiques avec les EPCI

Certains EPCI ont souhaité renforcer leurs liens avec Creuse Tourisme pour optimiser leur gestion de la compétence tourisme tout en maîtrisant leurs charges.

Les conventions sont établies sur mesure en fonction des objectifs et des ressources internes de l'EPCI.

Les actions ponctuelles avec les EPCI

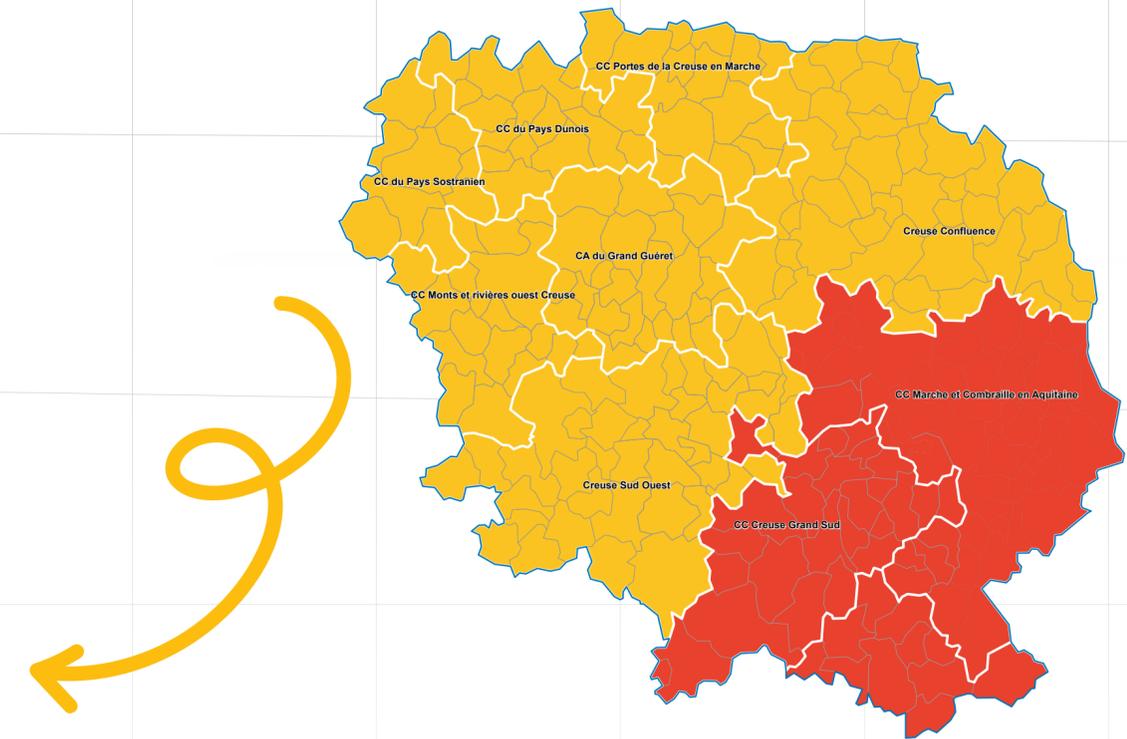
Poursuite de l'opération de recherche d'investisseurs touristiques

Creuse Tourisme a parmi ses missions le développement et la qualification de l'offre touristique, notamment en attirant des investisseurs recherchant des biens immobiliers à vocation touristique ou facilement convertibles, ou du foncier disponible pour des projets d'hébergements ou d'activités de loisirs.

Par son expertise à 360° (ingénierie de projet, marketing, observation, commercialisation, ...), et sa connaissance du terrain et des acteurs, Creuse Tourisme est une structure-ressource positionnée sur l'accompagnement des porteurs de projets (privés et publics) et comme « facilitateur » entre les porteurs de projets (notamment extérieurs) et le territoire.

Afin d'accompagner une démarche de recherche d'investisseurs, Creuse Tourisme a proposé aux EPCI de travailler avec une agence spécialisée dans la prospection et la détection de projets structurants (la société Ancoris et son dispositif Pôle Implantation Tourisme) pour nous aider à appréhender le marché complexe de l'investissement touristique.

Dans ce cadre, Creuse Tourisme a mis en place un partenariat technique et financier (2022 et 2023) avec la CCI et 7 EPCI (Grand Guéret, Creuse Sud-Ouest, Pays Dunois, Monts et Rivières Ouest Creuse, Portes de la Creuse en Marche, Creuse Confluence, Pays Sostranien).



Les résultats 2023 :

- 29 opportunités identifiées avec les EPCI (soit des biens touristiques, soit des biens susceptibles d'accueillir un projet touristique)
- 56 cahiers des charges de projets transmis par Ancoris (dont 37% projets d'hôtellerie de plein-air) dont 14 citant la Creuse parmi leurs territoires de recherche
- 3 visites de sites (portées à notre connaissance)
- 1 concrétisation de reprise (pour 3 sites)

Les points clés à retenir pour la Creuse :

- Les porteurs de projets privilégient la reprise d'équipements existants et la création de sites (recherche de foncier ou d'actifs immobiliers à transformer),
- La location-gérance est recherchée par des porteurs de projets indépendants du secteur des loisirs et de la restauration
- Les porteurs de projets intègrent les notions de développement durable à leur projet

Les points de vigilance :

- Des biens à la vente parfois trop chers, parfois dégradés
- Difficulté pour trouver du foncier disponible et adapté à certains projets (cf urbanisme),
- Concurrence entre territoires,
- Processus décisionnels souvent longs (tant au niveau des investisseurs que des territoires).

La recherche d'investisseurs touristiques est une démarche qui doit s'inscrire dans la durée pour obtenir des résultats probants.

Le site Internet mutualisé



Focus Tourinsoft

Depuis janvier 2023, le site internet est en partie alimenté par les données issues de la base d'information touristique régionale Tourinsoft. Ces données permettent également d'alimenter les différents outils : les bornes tactiles d'information, le roadbook...

L'organisation du réseau s'appuie sur trois niveaux :

- le niveau intercommunal avec les Offices de Tourisme,
- le niveau départemental avec Creuse Tourisme, les filières et les partenaires publics et associatifs, les labels...
- le niveau régional avec le CRT Nouvelle-Aquitaine, les filières et les partenaires publics régionaux.

Le maillage de toutes ces structures permet de couvrir la gestion des données de l'ensemble du territoire pour tous les types d'offres renseignés dans la base de données (sites de visite, de dégustation, activités et équipements touristiques, itinéraires, hébergements, restaurants et fêtes et manifestations).

La mutualisation avec l'ensemble des offices de Tourisme de la Creuse et le Lac de Vassivière continue de porter ses fruits et d'apporter une visibilité toujours plus forte sur la toile.

Quelques chiffres qui montrent la progression du trafic :

- 1.523.783 visites (+48,3% par rapport à 2022)
- 861.856 visiteurs uniques (+31,4%)
- 3.145.083 pages vues (+26,8%)
- 35,19% taux de rebond

Côté clientèles, ce sont majoritairement des internautes français qui consultent le site, mais aussi des européens : France, Grande Bretagne, Belgique, Allemagne, Pays-Bas.

Pour la France, les régions principales sont les suivantes : Nouvelle Aquitaine (36,4%), Ile de France (23,5%), Auvergne Rhône-Alpes (11,07%), Centre Val de Loire (5,80%), Pays de la Loire (4,2%). Cela correspond globalement aux zones et audiences ciblées à travers nos diverses actions de communication (campagnes TV, salons, radio, réseaux sociaux...).

Les contenus les plus recherchés/consultés : sites à visiter, agenda, randonnées, hébergements.

En 2023, plus d'une centaine d'articles éditoriaux ont été rédigés par les différents partenaires du site (actualités, événements, portraits, expériences, coups de cœur, bonnes adresses...). Ces contenus profitent au référencement du site et permettent d'alimenter nos réseaux sociaux.

Terra Sports 23



LE SITE INTERNET www.terrasports23.com

Des chiffres en hausse pour le site internet grâce aux campagnes de promotion et des articles réguliers sur le sport nature et les Jeux Olympiques.

35 000 utilisateurs (26 000 en 2022)

95 000 pages vues (contre 75 000 en 2021).

RÉSEAUX SOCIAUX

Les communautés augmentent en 2023 avec des publications régulières (surtout sur Facebook). Plusieurs centaines de milliers de personnes touchées par les réseaux sociaux de Terra Sports 23 au cours de l'année.

2.100 followers sur Facebook

380 sur Instagram

Envoi régulier de newsletters thématiques sur la randonnée, le vélo ou la course à pied.

ACCOMPAGNEMENT DE COMMUNICATION

Foulées du Rail

Creuse Tourisme était partenaire d'une toute nouvelle course nature à Dun-le-Palestel, événementiel visant à mettre en avant tout le travail de réhabilitation de l'ancienne voie de chemin de fer entre Saint-Sébastien et Dun-le-Palestel.

Creuse Tourisme a apporté son expertise sur la communication de l'événement (nom, logo, visuels, dossier et relations presse, réseaux sociaux, tournage teaser).

L'événement a été une réussite avec plus de 400 coureurs pour cette première édition.

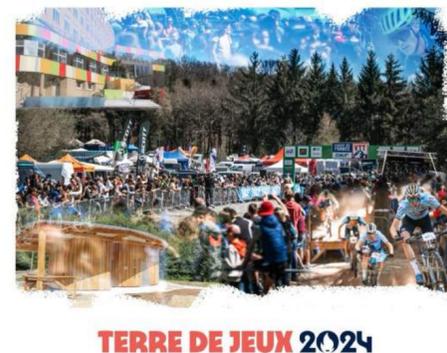
CRÉATIONS GRAPHIQUES

En 2023, plusieurs créations graphiques et documents ont été créés dont notamment un document pour présenter le Centre de Préparation aux Jeux de Guéret et traduit en plusieurs langues (anglais, espagnol, portugais). Il a été distribué notamment aux équipes étrangères et fédérations et fait office de document de base pour les ambassadeurs.

Il y a également eu des encarts réguliers pour mettre en avant les sports de pleine nature et le site Terra Sports (pour les calendriers départementaux de vélo, de trail, de

randonnée pédestre). Des encarts ont également été réalisés auprès de partenaires.

Des éléments de communication ont également été créés pour l'habillage des stands lors des salons.



STAND ET ARCHE

Deuxième année de fonctionnement pour le stand et l'arche Terra Sports après une année 2022 test. Le stand et l'arche sont sortis sur 39 événements dans le département comme le Tour de France, le Critérium de Dun, la Coupe de France VTT, le Tour du Limousin, le Challenge Vert. Accent porté sur les événements vélo. Les Offices de Tourisme ont joué le jeu en animant le stand sur de nombreux événements et même parfois en dehors de leur territoire.

ACCUEIL INFLUENCEURS SPORT

Deux accueils d'influenceurs spécifiques au sport pour mettre en avant la Grande Traversée VTT de la Creuse

entre Aubusson et La Souterraine en passant par le lac de Vassivière.

I Trekkings qui était déjà venu en 2021 avec de nouveaux bloggeurs qui n'étaient pas du voyage en 2021.

Suite au salon d'Angers en 2021, un contact a été noué avec Gravel Kim. Influenceuse ultra spécialisée, suivie par plus de 130.000 personnes sur Instagram. Elle a testé les circuits de l'Espace Gravel labellisé FFC de Monts et Rivières Ouest Creuse. Elle a ensuite posté sur son blog et a mis en avant la Creuse comme une de ses destinations phares pour la pratique du gravel.

PUBLICITÉ SPORT

Publicité avec la régie publicitaire AD My Sport qui fonctionne en display et qui permet de toucher des cibles précises. Ici campagne pour mettre en avant la Creuse comme une destination vélo.

+ de 2.000 clics vers le site / 246 000 personnes atteintes.

Newsletter sport nature : en partenariat avec le CRT et d'autres départements de la Nouvelle Aquitaine, présence de la Creuse dans une newsletter thématique envoyée par Outdoor Active. Près de 22.000 clics sur les différents encarts de la newsletter.



TOURNAGE ET REPORTAGES

Plusieurs tournages vidéos et reportages photos pour cette année 2023 avec notamment une présence lors de la Coupe de France VTT ou lors des Foulées du Rail. Des reportages photos et vidéos pour les territoires Vassivière, Portes de la Creuse en Marche et Marche et Combraille en Aquitaine notamment.

Ingénierie et marketing Itinérance vélo



La V87 (La Vagabonde)

COMBRAILLES-MILLEVACHES-QUERCY

506 km en 10 étapes – 5730m D+

Inscrit au Schéma National des véloroutes et voies vertes sous le numéro V87, cet itinéraire, créé et aménagé par les Conseils Départementaux, relie Montluçon à Montech, traversant 5 départements (Allier, Creuse, Corrèze, Lot et Tarn et Garonne), et 3 régions (Rhône-Alpes-Auvergne, Nouvelle-Aquitaine et Occitanie) sur plus de 500km.

Au départ de Montluçon dans l'Allier, cet itinéraire rejoint Montech dans le Tarn et Garonne.

Il doit permettre à terme de relier la Loire à Vélo (au nord) à la V80 – Le Canal des 2 mers à vélo (au sud) et traverser ainsi une partie du Massif Central, côté ouest.

Le département de la Creuse est chef de file du comité d'itinéraire.

Creuse Tourisme est en charge de la partie Marketing - Communication.



Grande TRAVERSÉE
VTT CREUSE

La GT VTT

Depuis le lancement du premier tronçon en 2021, Creuse Tourisme s'implique dans la promotion de cet itinéraire VTT en mettant en page une brochure, une page dédiée sur les sites internet de Creuse Tourisme et de Terra Sports 23 et en communiquant sur cet itinéraire auprès du grand public (salons, publicités, accueil d'influenceurs...) Creuse Tourisme participe également aux réunions aux côtés du service des sports du Département pour construire les nouveaux tronçons qui ouvrent chaque année : le 4e et dernier sera mis en service à l'été 2024.



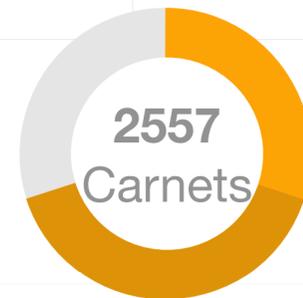
Dans les actions significatives de 2023 sur ce projet, on peut noter :

- la finalisation du balisage sur l'ensemble du parcours qui a permis de mettre en ligne cet itinéraire sur le site national France Vélo Tourisme (fin septembre 2023)
- réalisation de tournages photos/vidéos (Creuse, Allier), planification printemps 2024 sur les autres départements,
- réalisation d'un totem (outil de promotion)
- finalisation du Roadbook numérique (outil technique détaillé indispensable).

+ d'informations sur la Vagabonde® : www.la-vagabonde.com et www.francevelotourisme.com



Les dispositifs mutualisés avec les offices de tourisme



LE ROADBOOK

En parallèle du site internet mutualisé, les partenaires se sont également équipés du Roadbook.

Le Roadbook, qu'est-ce que c'est ?

C'est d'un outil qui permet de **créer facilement un carnet de voyages** personnalisé à partir de données touristiques collectées via la base d'informations ou de contenus éditoriaux créés sur le site internet départemental mutualisé www.tourisme-creuse.com.

Les offices de tourisme ont ainsi utilisé le Roadbook et conçu les carnets de voyages à leurs visiteurs, soit au sein de leurs bureaux d'accueil, soit hors les murs et notamment sur les salons auxquels certains ont participé.

En 2023, 2557 roadbook ont été créés et 1927 envoyés.

TOURINSOFT, LA BASE DE DONNÉES TOURISTIQUES

Depuis la bascule vers la nouvelle base de données régionale fin 2022, **Tourinsoft**, les équipes ont dû se former et plus largement s'intégrer dans le **SIRTAQUI**, un Schéma d'Organisation du Réseau de la Nouvelle Aquitaine. Un important travail de formation et de sensibilisation a été mené par les équipes de Creuse Tourisme auprès des Offices de tourisme durant toute l'année 2023

=> plus de détails en page 21

TOURNAGES VIDEOS

Durant l'été 2023, dans le cadre d'un partenariat avec plusieurs territoires, Creuse Tourisme a réalisé plusieurs tournages vidéos sur les thématiques suivantes : couple, famille, itinérance. La diffusion de ces vidéos sera faite en 2024. A suivre donc...

Focus



SirtaQUI est un logiciel en ligne commun à l'ensemble des acteurs touristiques de la Nouvelle-Aquitaine.

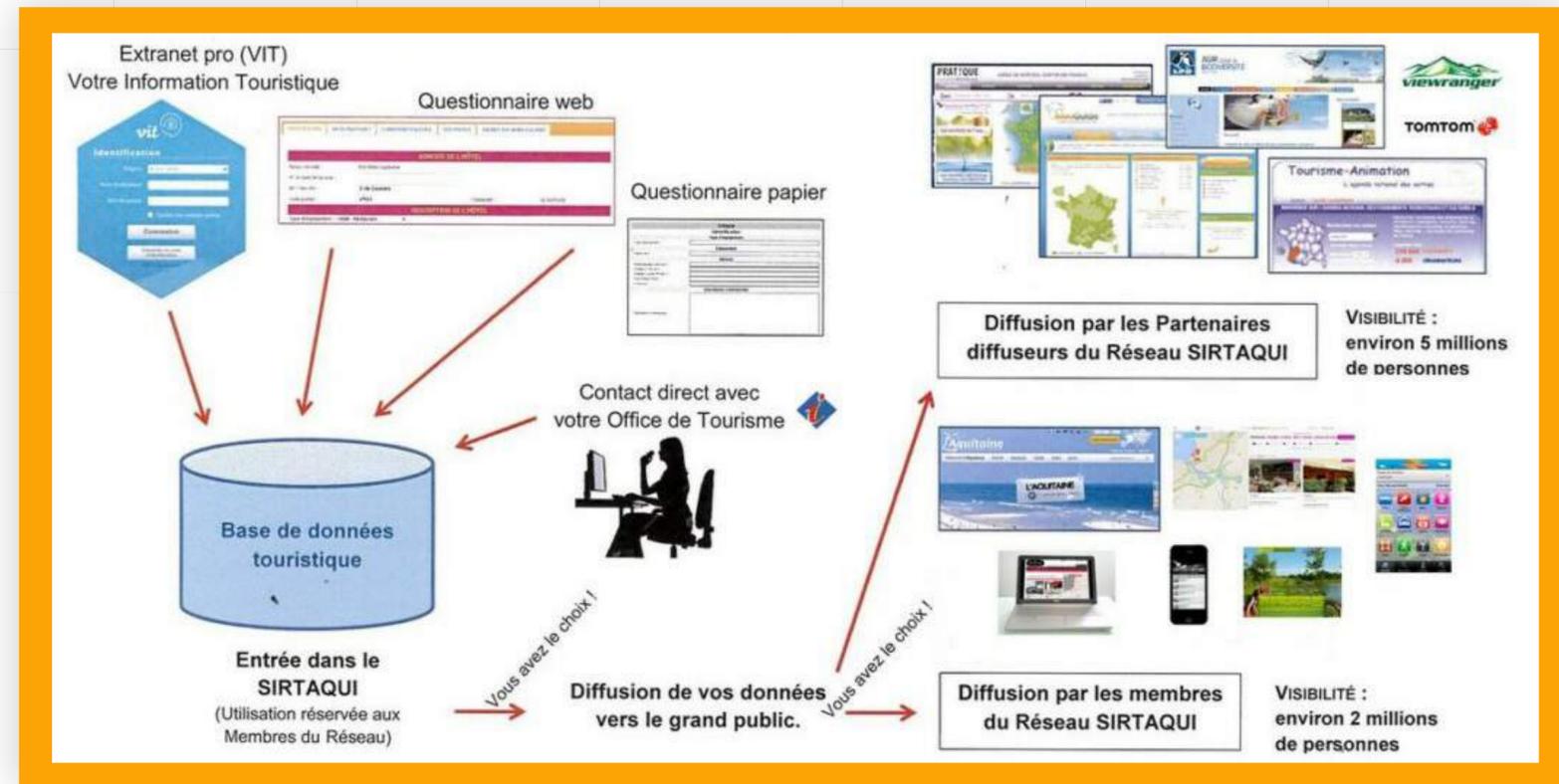
Il permet la collecte d'informations touristiques pour la diffusion vers le grand public via différents supports Internet. Ces informations permettent non seulement d'alimenter le site Internet départemental mais également des sites et applications tierces (France Vélo Tourisme, ignrando, bornes interactives...). La somme des informations collectées constitue une base de données de plusieurs milliers de références mises à disposition du grand public et d'organismes ou entreprises pour la promotion de l'offre touristique du département.

Les Offices de Tourisme et Creuse Tourisme organisent ensemble la collecte de l'information auprès de tous les prestataires touristiques du département (producteurs / artisans, restaurateurs, hébergeurs, sites de visites, activités de loisirs, manifestations...). Chaque année une ou plusieurs campagnes de mise à jour permettent d'enregistrer en temps réel les données fournies par nos partenaires.

Pour fluidifier les échanges entre prestataires et Offices de Tourisme, la saisie des informations par le prestataire lui-même est désormais possible. Chaque professionnel peut avoir accès à son espace personnalisé lui permettant de mettre à jour les données qui le concerne 7j/7 et H24 et cela 100% en autonomie.

En 2023, 8 Offices de Tourisme (Aubusson / Felletin, Monts et Rivières Ouest Creuse, Marche et Combraille en Aquitaine, Creuse Confluence, Grand Guéret, Creuse Sud Ouest, Le lac de Vassivière et Portes de la Creuse en Marche) ont offert aux prestataires de leur territoire la possibilité d'accéder et de mettre à jour leurs données. Pour ce faire chaque territoire a bénéficié de formations dédiées dispensées par Creuse Tourisme pour le paramétrage de cette nouvelle fonctionnalité dénommée « VIT pour Votre Intranet Touristique ».

C'est aussi un logiciel « métier » permettant aux institutionnels du Tourisme (OT, ADT...) d'observer leurs clientèles et de mesurer la fréquentation au sein des bureaux d'accueil. Tous les Offices de Tourisme ont bénéficié de formations spécifiques pour le paramétrage et la prise en main des fonctionnalités liées à l'accueil en Office de Tourisme.



Le déploiement du SADI départemental avec les offices de tourisme



Trois grands enjeux ont été validés collectivement :

1-Le Rôle de l'OT

→ Améliorer la lisibilité de l'organisation touristique au niveau du Département

2- La gestion de l'information

→ Garantir la fiabilité de l'information, l'OT générateur de données stratégiques

3- Développement durable et circuits courts

→ Mettre l'OT au cœur du dispositif de professionnalisation du tourisme durable

Un travail partenarial sur le long terme

Creuse Tourisme et l'ensemble des offices de tourisme et les services tourisme des EPCI ont travaillé collectivement à la définition d'un SADI fin 2022 et durant toute l'année 2023.

Le SADI en quelques mots

Le Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information est le terme donné à la stratégie des territoires touristiques qui mènent une réflexion ou un projet autour de l'accueil à l'échelle de sa destination.

Dans la continuité des actions collectives et des dispositifs mutualisés qui ont fait leurs preuves en termes d'efficience les Offices de Tourisme et Creuse Tourisme ont travaillé la stratégie d'accueil à l'échelle du département .

Il s'est agit de réfléchir à l'organisation du système d'accueil et d'information, de remettre au centre la notion de parcours client et d'impulser une nouvelle dynamique.

Ce travail d'analyse de nos pratiques, de nos services, de nos clientèles a permis de poser les bases d'une réflexion globale en transversalité sur l'adaptation de nos services et compétences pour répondre aux besoins des clientèles et des socio professionnels, répondre aux enjeux de structuration, de professionnalisation etc.

Le SADI départemental sera évalué et mis à jour annuellement par le collectif.

A partir des enjeux identifiés par le collectif une banque de 30 fiches actions a été produite.

Il s'agit soit de fiches actions locales soit de fiches actions collectives.

Creuse Tourisme intervient en appui technique sur certaines fiches locales (appui RH sur l'animation du collectif et sur certaines thématiques particulières notamment autour du Sirtaqui voir page 21)

Creuse Tourisme a été désigné référent sur la conduite et le pilotage des actions de l'axe 3 *Développement durable et circuits courts*. La déclinaison opérationnelle interviendra courant 2024.

■ Les actions par axe stratégique

Axe 2

Renforcer la chaîne de valeur du tourisme durable

- Accompagner les partenaires via un appui en ingénierie technique et financière (labels, outils et dispositifs collectifs) ;
- Renforcer le slow tourisme avec le développement de l'itinérance tout en confortant nos produits phares (Véloroutes, boucles locales, GT VTT...) ;
- Développer un marketing plus fin pour consolider les couples produits/marchés prioritaires et thématiques.



Focus circuits courts



ÉTUDE « Intégration des circuits courts dans les pratiques touristiques en Creuse »

En lien avec le schéma départemental du tourisme 2022-2028, Creuse Tourisme souhaite travailler sur l'offre concernant les circuits courts.

Avec l'ensemble de ses partenaires (le Département, les chambres consulaires, les offices de tourisme, l'Agence d'Attractivité et d'Aménagement de la Creuse...), une étude sur l'intégration des circuits courts dans les pratiques touristiques en Creuse a été menée en 2023.

OBJECTIFS :

-> définir des orientations à mettre en œuvre pour favoriser la vente de produits en circuits courts auprès des touristes et des professionnels (hébergeurs et restaurateurs), ainsi que de valoriser la filière alimentaire des produits du terroir sur le plan touristique.

-> Renforcer les synergies entre les producteurs et les acteurs touristiques y compris les hébergeurs, les restaurateurs ou les prestataires de loisirs et contribuer ainsi à faire de la Creuse un département plus engagé dans les circuits courts de proximité.



CADRAGE :

- Cabinet d'étude : Colibri Tourisme
- De juin à décembre : 7 mois avec 2 phases
- 1ere phase juin-juillet : définir une vision commune et partagée de la mise en tourisme des circuits courts
- 2eme phase août-décembre : élaboration d'une feuille de route

RÉSULTATS :

3 enjeux majeurs dégagés par l'étude :

1. **Etablir un réseau solide et fonctionnel d'acteurs locaux en vue de faciliter la mise en marché des produits locaux et de répondre aux besoins des consommateurs actuels.**
2. **Stimuler le développement d'expériences innovantes et engageantes axées sur les produits du terroir, en s'appuyant sur l'existant pour valoriser l'identité locale afin d'attirer un plus grand nombre de touristes sur le département.**
3. **Améliorer la communication autour des produits locaux en développement des stratégies efficaces de marketing et de promotion, afin d'accroître leur visibilité et leur attractivité auprès des visiteurs.**



ACTIONS MENÉES EN 2023 :

CONCERNANT L'ENJEU 1 :

- L'engagement RSE de Creuse Tourisme porte un intérêt particulier à la valorisation de l'achat de produits locaux lors des événements.

CONCERNANT L'ENJEU 2 :

- Remise en route du label **Les Inévitables** (LES PRODUITS LOCAUX DANS VOTRE ASSIETTE!) sur restaurants pilotes pour redéfinir la charte graphique et la convention de partenariat.
- Tout au long de l'année, 10 portraits de producteurs ont été réalisés sur l'ensemble du département.



Natoret - Faux la Montagne

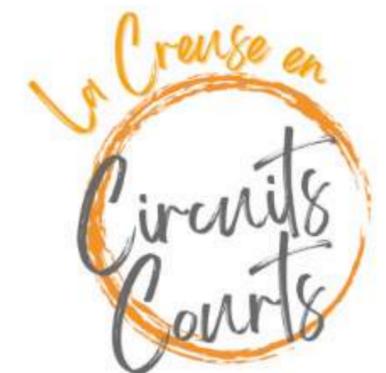
TourismeCreuse
1,78 k abonnés

S'abonner

13 Partager Télécharger Clip

CONCERNANT L'ENJEU 3 :

- Restructuration du site web avec plusieurs entrées concernant les fermes pédagogiques et les parcs animaliers, les boutiques de producteurs, le référencement des drives fermiers sur le département dans notre SIT.



Séjours Bas Carbone



5 séjours Bas Carbone ont été créés

Les séjours Bas Carbone sont réalisés en partenariat avec le CRT NA, ce sont des séjours où l'on favorise la mobilité douce et décarbonée. Le principe est de faire venir les touristes en train sur le lieu du séjour, ou de venir en voiture mais ne pas la prendre durant le séjour.

Voici les critères de montage du séjour pour une approche du voyage plus responsable :

- ▶ Priorité systématique accordée aux modes de transport bas-carbone (notamment le train et les mobilités douces) ;
- ▶ Sélection de prestataires engagés en faveur d'un tourisme durable et faisant la promotion des circuits courts ;
- ▶ Ciblage de clientèles de proximité ;
- ▶ Limitation de la taille des groupes dans le cas de séjours packagés commercialisés ;
 - ▶ Sélection d'itinéraires « hors des sentiers battus » pour une mise en valeur de territoires et sites plus faiblement fréquentés ;
- ▶ Promotion des séjours par le CRT NA et ses partenaires sur les ailes de saison (dans une perspective de meilleure distribution des flux dans le temps) ;
- ▶ Accessibilité sociale.

Les territoires concernés en 2023 sont :

- Creuse Confluence avec 1 séjour en itinérance vélo route
- Le lac de Vassivière avec 2 séjours en étoile
- Aubusson-Felletin avec 2 séjours en étoile

Tous les séjours sont en ligne sur le site web de Creuse Tourisme et partagés sur le site du CRT NA.



-> Accueil de bloggeurs/influenceurs voyages : Clo&Clem en octobre 2023 sur le séjour couple autour du tourisme de savoir-faire à Aubusson-Felletin.

De cette collaboration :

- un article de blog
- 30 photos
- 1 vidéo Youtube



Déconnexion contemplative au Lac de Vassivière



Découverte en famille des savoir-faire d'Aubusson et Felletin



Escapade insolite à Aubusson-Felletin



TU VAS ÊTRE TRÈS SURPRIS PAR LA CREUSE (Miyazaki, Tolkien, Unesco,...)
1,9 k vues • il y a 5 mois



Les actions en direction des professionnels



Site pro et newsletter

Le site pro www.pro.tourisme-creuse.com

On y trouve toutes les informations utiles concernant : les missions et actions de Creuse Tourisme, les données observatoire, marketing, presse, commercialisation... ainsi que des fiches techniques utiles. Il est possible de s'abonner aux articles d'actualité.

Nombre de visites en 2023 : 12.219.

Les lettres d'informations électroniques

12 lettres ; plus de 18 000 envois avec un taux d'ouverture moyen de 47,97 %.

La page Facebook pro : www.facebook/pageproADRT2



Labels et qualifications

Creuse Tourisme contribue et/ou gère plusieurs labels pour permettre aux professionnels et aux communes de qualifier leur offre et/ou de monter en gamme (Accueil Vélo, HQC, PCC, Creuse en Famille...)(cf p. 28)



Photothèque en ligne

Avec plus de 5 000 visuels indexés, la photothèque en ligne permet à nos partenaires de télécharger des visuels pouvant être utilisés pour faire la promotion du tourisme en Creuse. L'inscription gratuite se fait en ligne via le site <https://phototheque.tourisme-creuse.com>. À ce jour, nous comptabilisons 420 utilisateurs qui ont téléchargé 1146 fichiers en 2023.



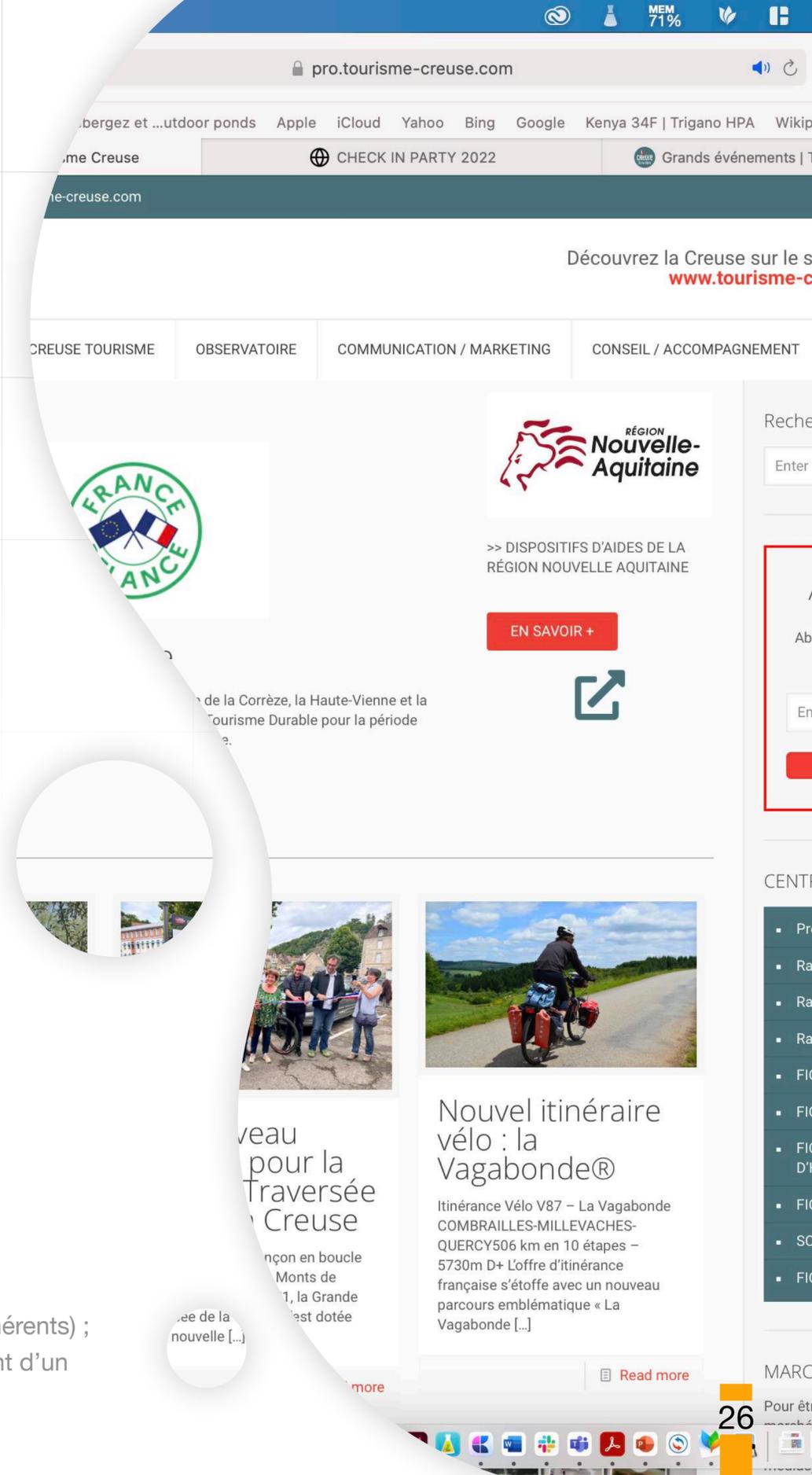
Fonds Tourisme Durable

Recrutement mutualisé avec les départements 19, 24 et 87 d'un chargé de mission pour assurer les diagnostics préalables aux aides de l'ADEME et l'accompagnement au dépôt des dossiers.



Appui

Soutien administratif et en animation à deux groupements de professionnels :
- L'union départementale des moniteurs-guides de pêche (9 moniteurs-guides adhérents) ;
- Le groupe des 7 jardins de la Creuse pour la co-construction et le co-financement d'un dépliant.



Focus



21 diagnostics d'éligibilité 9 dossiers financés en 2023

Point sur le Fonds Tourisme Durable

Mis en place depuis le printemps 2021, le Fonds Tourisme Durable, dispositif du plan de relance de l'Etat piloté par l'ADEME, va perdurer jusqu'en 2024.

Ouverts aux entreprises de l'hébergement touristique et de la restauration ainsi qu'aux collectivités, il permet de bénéficier d'un accompagnement financier pour des actions et travaux favorisant la transition écologique.

Creuse Tourisme et ses homologues de Corrèze, Haute Vienne et Dordogne ont été retenus par l'ADEME (à la suite d'un Appel à Manifestation d'Intérêt) pour déployer le Fonds Tourisme Durable sur les 4 départements ; un chargé de mission « Fonds Tourisme Durable (poste financé par l'ADEME) a rejoint le collectif des 4 ADT, notamment pour la partie diagnostic et montage des dossiers de demandes de subventions.

Il se déplace donc dans les 4 départements pour rencontrer les demandeurs. En Creuse il s'agit essentiellement de contacts préalablement identifiés par Creuse Tourisme dans la cadre de sa mission d'ingénierie/développement.

En Creuse, en 2023 :

- 21 diagnostics réalisés,
- 9 dossiers (représentant 8 bénéficiaires) validés : 5 meublés de tourisme, 3 structures « chambres d'hôtes », 1 camping + 1 gîte.

Le montant total des investissements s'élève à 368 184€, pour un montant total d'aides de 181 315€, soit un taux d'aide moyen de 49,2% et une aide moyenne de 20 146€ par dossier.

A noter que le Fonds Tourisme Durable peut se cumuler avec les aides de la Région Nouvelle Aquitaine, des EPCI (pour ceux qui ont un règlement d'intervention « tourisme »), de l'Europe, etc ... sous réserve du respect de la règle européenne de minimis.

Exemples de réalisations ayant bénéficié du Fonds Tourisme Durable :

- Rénovation du Grand Hôtel Thermal à Evaux les Bains
- Création d'un meublé de tourisme 14 personnes avec salle de séminaire à Grand Bourg
- Création d'un gîte d'étape communal à Sannat
- Construction d'une cabane perchée à Chavanat
- Modernisation d'un camping à St Médard la Rochette.

Financé par l'ADEME :
Un chargé de mission « Fonds Tourisme Durable » a rejoint le collectif Creuse/Corrèze/Dordogne/Haute-Vienne. Sa mission : accompagner les acteurs volontaires dans leur démarche et le montage de leur dossier de demande de subvention auprès de l'ADEME.
Des dossiers peuvent également être accompagnés par d'autres partenaires tels que l'UMIH Nouvelle-Aquitaine, la NAHRA...



FONDS
TOURISME DURABLE

**Incroyable
mais vert !**

Restaurateurs, hébergeurs, acteurs du slow tourisme, avec France Relance et les financements de l'ADEME, empruntez le chemin du tourisme durable.

En savoir +



Les labels et qualifications gérés, ou auxquels contribue Creuse Tourisme



La Creuse en Famille : en 2023, les Offices de Tourisme et Creuse Tourisme ont mené une réflexion pour faire évoluer la grille de critères permettant d'identifier les offres d'activités et de loisirs spécialisées dans l'accueil de la clientèle familiale. 65 offres sont désormais référencées (contre 40 en 2022).



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 : Bénévnt-l'Abbaye et Bourgneuf. 1 en cours de démarche : Boussac.



Depuis 2018, Creuse Tourisme est référent Accueil Vélo par délégation d'ADN Tourisme et France Vélo Tourisme.

Les visites d'évaluation sont réalisées avec le Comité Départemental de Cyclotourisme. Au total en 2023, 16 établissements sont marqués Accueil Vélo : 1 Office de Tourisme, 3 hôtels, 3 campings, 2 chambres d'hôtes, 1 meublé de tourisme, 2 restaurants, 4 gîtes d'étape. A noter que plusieurs hébergements n'ont pas souhaité renouveler leur adhésion, car ne désirant pas accueillir de clients à la nuitée, ce qui est très fréquemment le cas pour les cyclotouristes en itinérance.



Terra Aventura : en 2023, l'appui financier et technique porté par Creuse Tourisme et l'ensemble des EPCI a permis une augmentation de plus de 70% des parcours creusois soit environ 170 000 joueurs. Le bilan détaillé est consultable page 30.



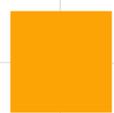
En 2023, 7 randonnées pédestres et 15 randonnées cyclotouristiques ou VTT ont reçu le label.



En partenariat avec le CAUE de la Creuse, Creuse Tourisme accompagne les communes qui souhaitent obtenir la labellisation « Villes et Villages Fleuris ».

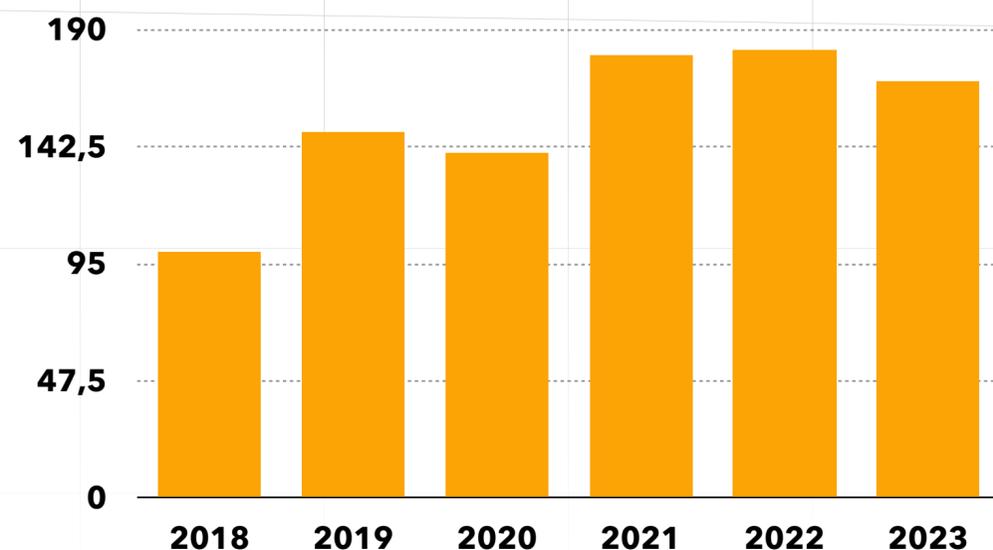


Une découverte étant réalisée en moyenne par 3,4 personnes, la fréquentation de 2023 s'élève à 176 732 joueurs pour le département de la Creuse.

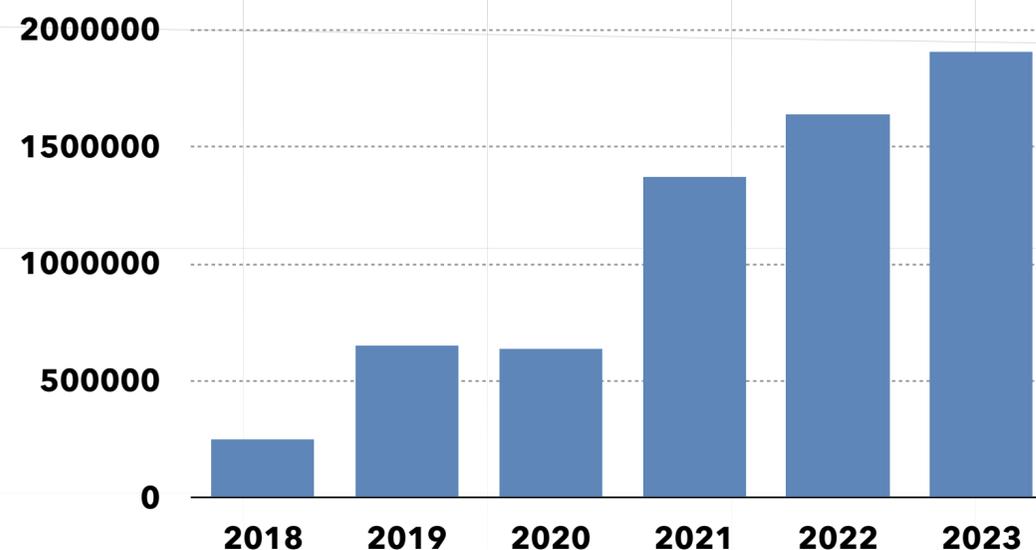


Elloha

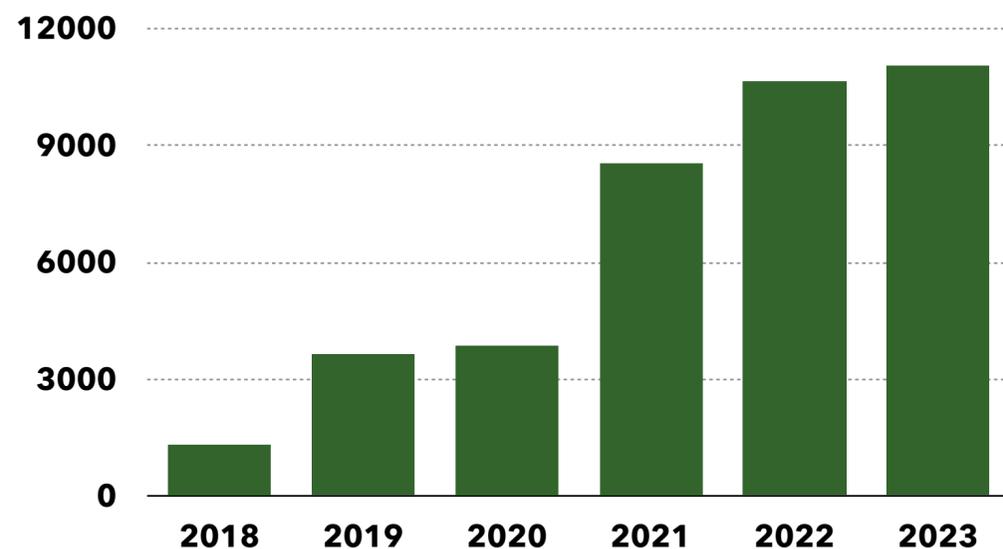
Nombre de produits



Chiffre d'affaires



Nombre de dossiers



En 2023, le parc se composait de : 13 activités touristiques, 133 meublés, 11 chambres d'hôtes (45 chambres), 5 hôtels (74 chambres), 1 camping, 4 gîtes d'étape et 2 chambres d'hôtes qui ont également 1 gîte.

Creuse Tourisme accompagne près de 79 professionnels du tourisme dans leur commercialisation et distribution, que ce soit des Offices de Tourisme, des sites touristiques, propriétaires d'hébergements (gîtes, chambres d'hôtes, hôtels...).

La progression du CA témoigne de la montée en compétence des prestataires partenaires de Creuse Tourisme et qui utilisent la solution Elloha.

Info plus : Elloha met à disposition une base de connaissances et un tchat avec son support technique.

Elloha est un outil complet de gestion qui permet de privilégier ses réservations directes tout en ce distribuant partout depuis un seul planning, sans dépendre des grands réseaux.

Adapté aussi bien pour les hébergeurs que les activités touristiques, Elloha est la solution tout-en-un pour les pros du tourisme.

A l'aide d'un accompagnement individuel et sur-mesure de Creuse Tourisme, les prestataires gagnent en autonomie et améliorent leur distribution.

Terra Aventura - Bilan de l'année 2023



Creuse Tourisme s'est associé à Terra Aventura pour célébrer « 2023 l'année de la Creuse » !

Afin d'accompagner les Offices de Tourisme dans la création de nouveaux parcours et des caches éphémères, Creuse Tourisme a apporté un **soutien financier aux EPCI** et pris en charge les coûts de communication, **multipliant ainsi le budget alloué** par la structure départementale à **l'opération par quatre**. Les résultats s'avèrent à la hauteur de l'investissement.

Après le lancement au printemps de 13 nouveaux parcours Terra Aventura, l'organisation d'un évènement sur le site de la forteresse de Crozant et deux parcours éphémères durant les vacances scolaires de la Toussaint.

Une hausse de fréquentation des parcours de 80%.

La création de 13 nouveaux parcours portant à 40 circuits dans le département de la Creuse a permis de doper la fréquentation sur l'ensemble de l'année 2023. On observe une **augmentation de fréquentation de 80%** sur l'ensemble de l'année 2023. Ce qui représente environ **175 000 joueurs** venus débusquer les Poi'z dans notre département. Les nouveaux parcours comptabilisant à eux seuls 70 000 joueurs sur une période d'avril à novembre, on peut voir qu'ils ont permis par ruissellement la **fréquentation record des parcours creusois en 2023**.

Les statistiques de fréquentation des parcours sont mesurées directement depuis l'application mobile lorsque les joueurs déclarent avoir trouvé la cache finale.

Une importante visibilité de la Creuse sur les réseaux sociaux.

À la fréquentation physique des parcours, nous pouvons également ajouter des chiffres concernant la visibilité de l'opération creusoise sur les réseaux sociaux. Les différentes campagnes de communication menées sur Facebook et Instagram au printemps et à l'automne ont permis de toucher **429 000 personnes**.

Des visiteurs venus d'autres départements sur les parcours éphémères et dans les sites touristiques.

L'origine géographique des joueurs nous révèle que sur les deux parcours éphémères accessibles sur la période des vacances scolaires de la Toussaint (forteresse de Crozant et forêt de Chabrières à Guéret) **ont été fréquentés à 80% par des joueurs hors département**. Si les Haut-Viennois représentent sans surprise la majorité des joueurs « extérieurs », il est à noter que plus de **13% sont originaires d'une autre région que la Nouvelle-Aquitaine**. On a pu également observer que la fréquentation du Parc Animalier des Monts de Guéret qui proposait un tarif réduit pour les Terra Aventuriers a reçu sur site au moins 800 personnes directement venues grâce à l'opération.

Creuse Tourisme poursuivra en 2024 le développement de Terra Aventura en apportant un soutien financier aux EPCI pour la création de nouveaux parcours et de caches « éphémères ».



FOCUS

Les parcours Terra Aventura répondent tous à un cahier des charges définis par le Comité du Tourisme Régional de Nouvelle-Aquitaine. La présence sur le parcours de points d'intérêt patrimoniaux d'intérêt majeur et variés est un prérequis. Toute demande de création de parcours doit être préalablement être déposée auprès d'un Office de Tourisme, les dossiers de candidature sont étudiés au cours du dernier trimestre de l'année.



■ Les actions par axe stratégique

Axe 3

Développer la notoriété de l'économie touristique

- Faire connaître et aimer la Creuse : renforcer la notoriété ; actions mass média
- Augmenter les ventes en s'appuyant sur les acteurs structurés sur le marché FR et international ;
- Consolider nos positions dans les médias pour maintenir un haut niveau de visibilité.



Les brochures



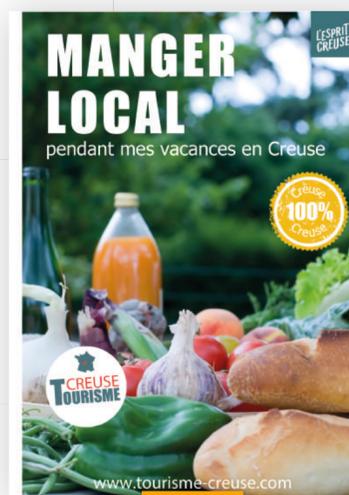
Nouveauté 2023 : **Brochure carnet de route** **« La Vagabonde »**

Contenu : La Vagabonde c'est une aventure à vélo de plus de 500 kilomètres qui traverse cinq départements. Un carnet de route dédié à l'itinéraire vélo : cartes de l'itinéraire, profils altimétriques et descriptifs techniques et touristiques.
Tirage : 3 000 ex.



Nouveauté 2023 : **Brochure « Grande** **Traversée VTT »**

Contenu : un carnet de route dédié à l'itinéraire GT VTT, balisé et sécurisé : cartes des parcours, profils altimétriques et descriptifs techniques et touristiques.
Tirage : 2 000 ex.



Nouveauté 2023 : **Brochure « Manger local »** **pendant mes vacances en Creuse**

Contenu : brochure qui recense toute l'offre d'agritourisme, les boutiques de producteurs, les marchés et les drives fermiers du département
Tirage : 3 000 ex.



Carte des activités de **pleine nature**

Contenu : descriptifs des sites et activités proposant une offre « sportive ».
Tirage : 20 000 ex.
Recto/verso



Carte touristique

Contenu : cartographie des principaux sites du département avec descriptifs.
Point particulier : document traduit en anglais.
Tirage : 20 000 ex.

Les brochures



Dépliant « 7 jardins »

Cette édition est co construite et cofinancée avec les 7 jardins partenaires.

Tirage : 10 000 ex.



Tour de la Creuse à Vélo

Contenu : itinéraires cyclables balisés et sécurisés, empruntant différents types de voies à faible trafic, voies vertes ou pistes cyclables. Brochure traduite en Anglais et en Néerlandais.

Tirage : 5 000 ex.

68 pages



La Creuse en famille

Creuse en famille

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

Tirage : 15 000 ex.



Guide des restaurants

Contenu : listing des restaurants

Point particulier :

document cofinancé par Creuse Tourisme et la CCI 23.

Tirage : 5 000 ex.

49 pages

Les productions vidéo (en interne)



SÉRIE - 10 vidéos de « Portraits de producteurs »



SÉRIE - 12 vidéos « Paroles de Creusois » * 2023 Année de la Creuse



Circuit du Mas du clos - Saint Avit de Tardes



Mornay Festival 2023



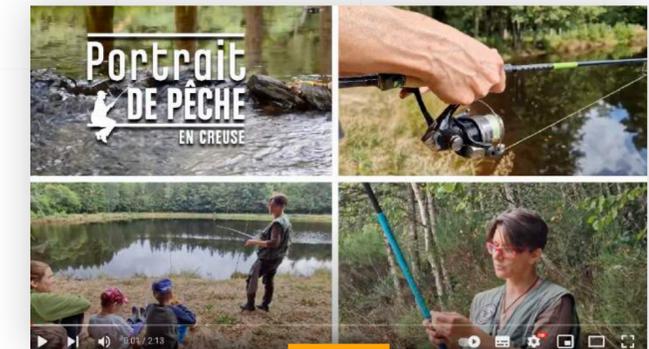
Paradis de Pablo - La Celle Dunoise



La Coopérative Diamantaire - Felletin



Véloroute « La Vagabonde »



3 vidéos - Portraits de Moniteurs et Guides de Pêche



Fête de la Pêche - Lac de Vassivière



Fête des Vieux Métiers à la Tuilerie de Pouigny - Chéniers



Teaser Séjours Bas-Carbone



Teaser du Trail du Loup Blanc 2023

Les relations presse



Rencontres presse

Participation au **Workshop presse** « Partir en France » : 16 et 17 janvier 2023 qui a eu lieu cette année au Parc des Princes à Paris. Ce forum est organisé par ADN Tourisme. Creuse Tourisme était présent sur un stand coordonné par le CRT Nouvelle-Aquitaine. L'événement a réuni 124 destinations, 180 journalistes et 70 influenceurs pour 1200 rendez-vous programmés.

C'est l'occasion de présenter la nouvelle édition du **dossier de presse** qui sert de support à ces échanges .

Ce document invite à découvrir, les nouveautés, une sélection d'adresses, des activités outdoor, les sites touristiques phares et les événements à ne pas manquer.

Une quarantaine de contacts ont été établis lors de ce rendez-vous, visant à renforcer ou d'établir des collaborations, de programmer des accueils et déclencher des retombées presse.

Accueils et voyages de presse

Ils sont organisés à partir des contacts issus des rencontres presse et des démarchages. En 2023, 20 accueils ont été réalisés.

20 accueils

Bilan

7, 2 millions d'équivalence publicitaire

Top 5 des reportages en 2023 :

- . Une page dans Le **Figaro Magazine**,
- . Un article dans le **Figaro.fr** « Et si la Creuse était la destination idéale de l'été »,
- . 16 pages dans un magazine de voyage haut de gamme : **Voyager Ici et Ailleurs**,
- . 8 pages dans **Balades** (le spécialiste de la randonnée),
- . Un reportage **Ushuaïa TV**, activités nature.

2023, L'année de la Creuse



2023 était l'année de la Creuse, pour l'occasion, Creuse Tourisme et ses partenaires ont établi un plan de communication d'envergure :

- Campagne TV nationale : partenariat France TV
- Participation à plusieurs salons grand public et pour la plupart, ciblés Sports Nature
- Forte présence sur les Réseaux sociaux : sponsoring Facebook, accueil influenceurs...
- Grande campagne Terra Aventura : nouvelles caches, évènements
- Jeu-concours « L'Année de la Creuse » : 23 bons séjours de 500€ à gagner
- Partenariats Radio.

2023 en TV

Depuis plusieurs années maintenant Creuse Tourisme réalise des campagnes sur les antennes de FranceTV. L'objectif de ces campagnes est d'accroître la notoriété de la destination Creuse, en valorisant ses atouts nature, patrimoine, sports et activités en famille... En 2023, la Creuse a souhaité renforcer sa présence sur les audiences de France TV avec une campagne d'envergure sur le réseau national.

Au total :

- 2 vagues de 2 semaines : mars et juin (19/03 au 03/04 et 05 au 19/06)
- 82 spots de 20sec au total avec diffusion sur France2, France3, France5
- Contexte : Magazine, divertissement, JT, Météo, évasion
- Nombre de contacts publicitaires : 40,8 Millions
- Nombre de contacts touchés : 17 Millions

2023 en jeu-concours

Dans le cadre de notre présence sur les différents Salons Grands Publics (cf p38) et sur les partenariats radio, Creuse Tourisme a fait gagner en 2023, 23 bons-séjours d'une valeur de 500€. 23 personnes ou familles ont ainsi eu la chance de pouvoir gagner des vacances dans La Creuse.

2023 en radio

Creuse Tourisme a réalisé des campagnes radio sur les antennes d'Alouette et de France Bleu :

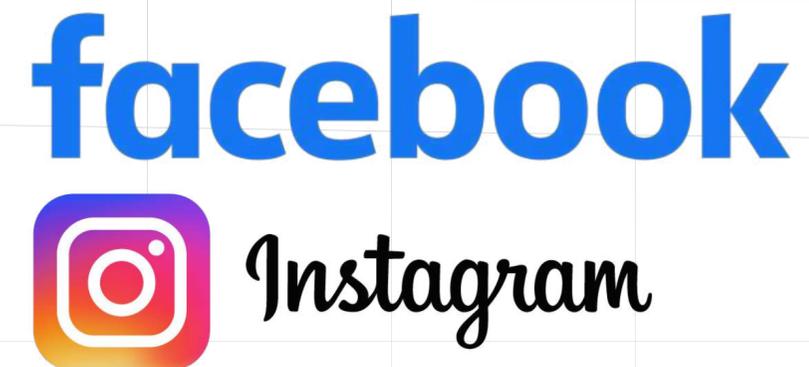
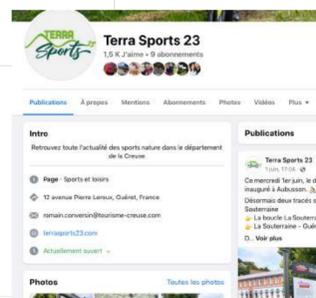
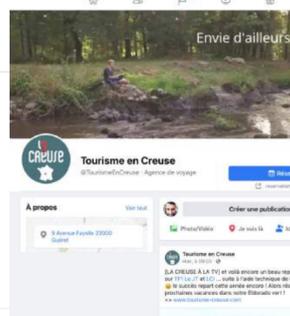
- Alouette : 80 spots diffusés sur Poitiers, Châteauroux, Tours et Limoges durant 2 semaines du 19 au 30 juin
- France Bleu Creuse : parrainage de l'émission Baladeur d'été durant tout le mois de juillet du lundi au vendredi.

2023 en vidéos

En partenariat avec le service Communication du Conseil Départemental, Creuse Tourisme a réalisé ou co-réalisé la création de vidéos d'ambassadeurs de la Creuse pour la série « Paroles de Creusois ». Le but était de découvrir, le 23 de chaque mois, un(e) creusois(e), fier(e) de son territoire à travers des vidéos interview : pourquoi avoir choisi de vivre en Creuse, quelles sont leurs passions, activités... et pourquoi ils aiment La Creuse. La diffusion de ces vidéos a été faite sur nos réseaux sociaux (facebook/instagram/youtube) mais aussi sur nos sites web.



L'utilisation des réseaux sociaux



LA PAGE FACEBOOK TOURISME EN CREUSE

Elle est alimentée en moyenne par 4 posts par semaine.

Le nombre de fans est 52.279, fin 2023. Depuis plusieurs années, nous avons beaucoup utilisé Facebook comme outil de communication pour promouvoir les sites touristiques, activités animations et offres d'hébergements. Ensuite, il a servi à booster les ventes en ligne de produits touristiques (hébergements, activités, sites).

- **Nombre de publications : 219** • **Nombre d'interactions : 131 900**
- **Taux de couverture : 3 376 413.**

LA PAGE FACEBOOK ET INSTAGRAM TERRA SPORTS 23

Les communautés augmentent encore pour cette année 2023 avec des publications régulières (surtout sur Facebook). Plusieurs centaines de milliers de personnes touchées par les réseaux sociaux de Terra Sports 23 au cours de l'année.

2.100 followers sur Facebook
380 sur Instagram

Envoi régulier de newsletters thématiques sur la randonnée, le vélo ou la course à pied.

INSTAGRAM

En 2023 : **129 posts** et plusieurs stories ont été mis en ligne. Le nombre d'abonnés est en augmentation de **3,9 %**, atteignant **9.229 followers**. Ces publications ont donné lieu à plus de **37 200 interactions** (likes 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.

Taux de couverture de 195.301.

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

LE COMPTE LINKEDIN

Pour la cible professionnelle, le compte LinkedIn a remplacé twitter et dispose de 650 abonnés fin 2023.

Salons



En 2023, Creuse Tourisme renforce sa présence sur plusieurs Salons Grand Public et dédiés aux Sports Nature :

- **Salon de l'Agriculture à Paris** - 26 février au 5 mars 2023
Opération en partenariat avec le Conseil Départemental de la Creuse

- **Salon Destination Nature à Paris** - 16 au 19 mars 2023
Creuse Tourisme et Office de tourisme d'Aubusson Felletin

- **Salon du Randonneur à Lyon** - 24 au 26 mars 2023
Creuse Tourisme, Lac de Vassivière, PNR Millevaches, Creuse Confluence Tourisme

- **Salon du Gravel à Angers** - 15 au 18 juin 2023
Creuse Tourisme Terra Sports 23



Focus sur le Contrat de destination Limoges - Aubusson- Vallée des Peintres

Un Contrat de destination est un dispositif dont l'objectif est de structurer et favoriser le développement international des destinations touristiques.
Il s'appuie sur la mobilisation d'acteurs publics et privés et bénéficie de financements de la part des Comités Régionaux du Tourisme et d'Atout France.

Le Contrat de destination Limoges a vu le jour fin 2022 et bénéficie d'un accompagnement du Comité Régional du Tourisme Nouvelle Aquitaine et d'Atout France pendant 3 ans.

Objectifs

- Travailler le positionnement touristique autour de deux piliers :
- le **tourisme de découverte des savoir faire d'exception** (Porcelaine de Limoges, Tapisserie d'Aubusson, travail du cuir, du papier, de l'émail, tuilerie)
 - **l'éco-tourisme** (Parc naturels, Lac de Vassivière, Vallée des Peintres)

Accroître la visibilité de la destination auprès des clientèles internationales sur les marchés européens de proximité (clientèle britannique et belge)



Partenaires

Limoges Métropole - OT Limoges -
Département de la Creuse - Creuse Tourisme -
SPL Terres de Limousin
EPCI Portes Océanes du Limousin - EPCI
Pays Dunois --EPCI Noblat-
Cité internationale de la Tapisserie - CRT
Nouvelle Aquitaine- Atout France



For
rêveurs
only*

Destination
LIMOGES

Principales actions 2023

- **Opération BtoB en Belgique organisée par le CRT Nouvelle Aquitaine en juin,**
- **Campagne numérique sur le média Wanderlust (marché GB),**
- **Cahier de 9 pages dans le magazine Femmes d'aujourd'hui (marché belge),**
- **Partenariat média avec le magazine OVNI (à destination des japonais de France et d'Europe) en collaboration avec la Cité de la Tapisserie,**
- **Définition d'un positionnement marketing commun,**
- **Création d'une identité visuelle différenciante.**



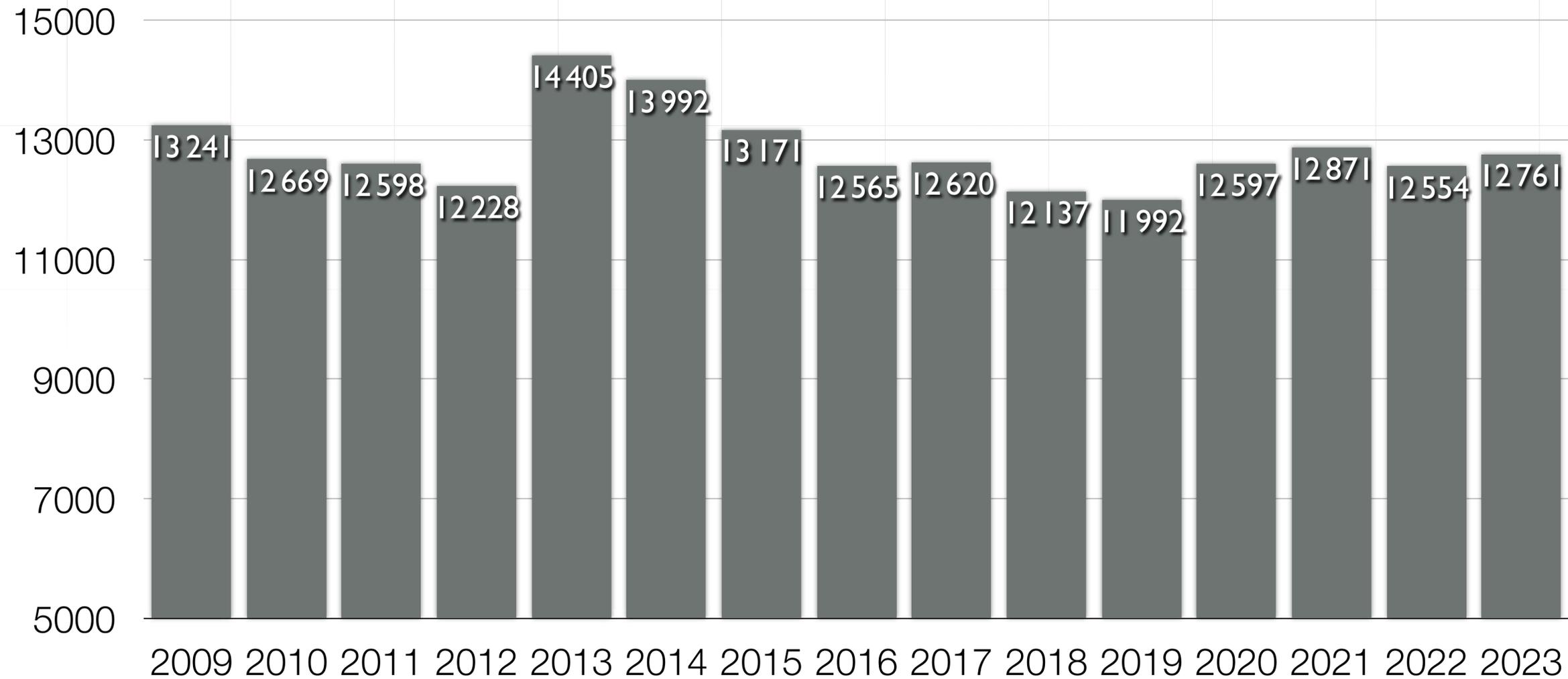
Offres et activité touristique

Indicateurs des partenaires

- Nombre de lits marchands ,
- Fréquentation des sites touristiques marchands de plus de 5 000 visiteurs ,
- Flux Vision Tourisme 2023 par Orange Business.



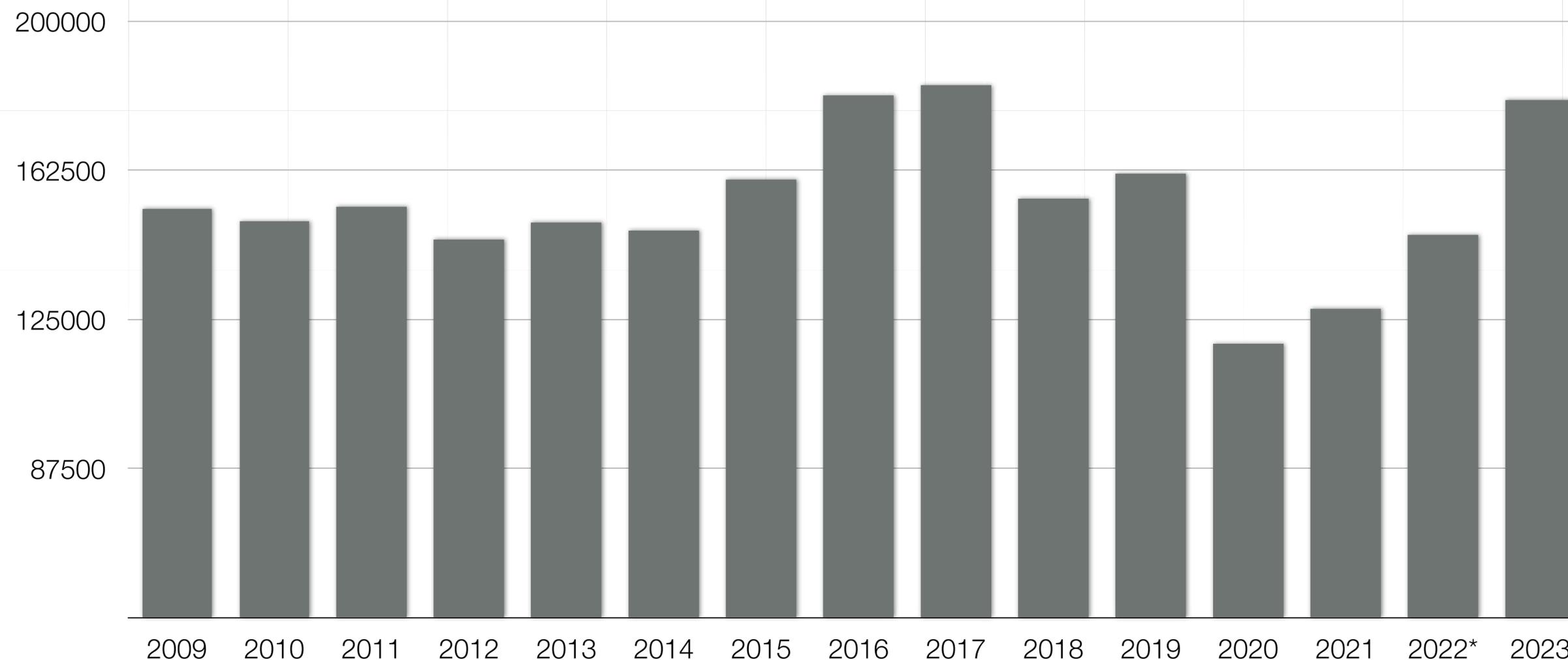
L'offre d'hébergements touristiques (nombre de lits marchands)



Le nombre de lits marchands est assez stable, mais leur typologie connaît une mutation importante. Il y a moins de lits hôteliers et plus de meublés de tourisme. Cela a un double impact : sur les retombées (les lits hôteliers sont plus rémunérateurs pour le territoire) et sur l'activité, car nous avons de moins en moins d'hébergements à la nuitée, ce qui nous pénalise pour les produits itinérants (vélo, rando...). À noter également que la Creuse compte 37 aires pour les campings cars (+3/à2022).

- Source : base de données SIRTAQUI

Estimation de la fréquentation des sites touristiques payants (+5000)

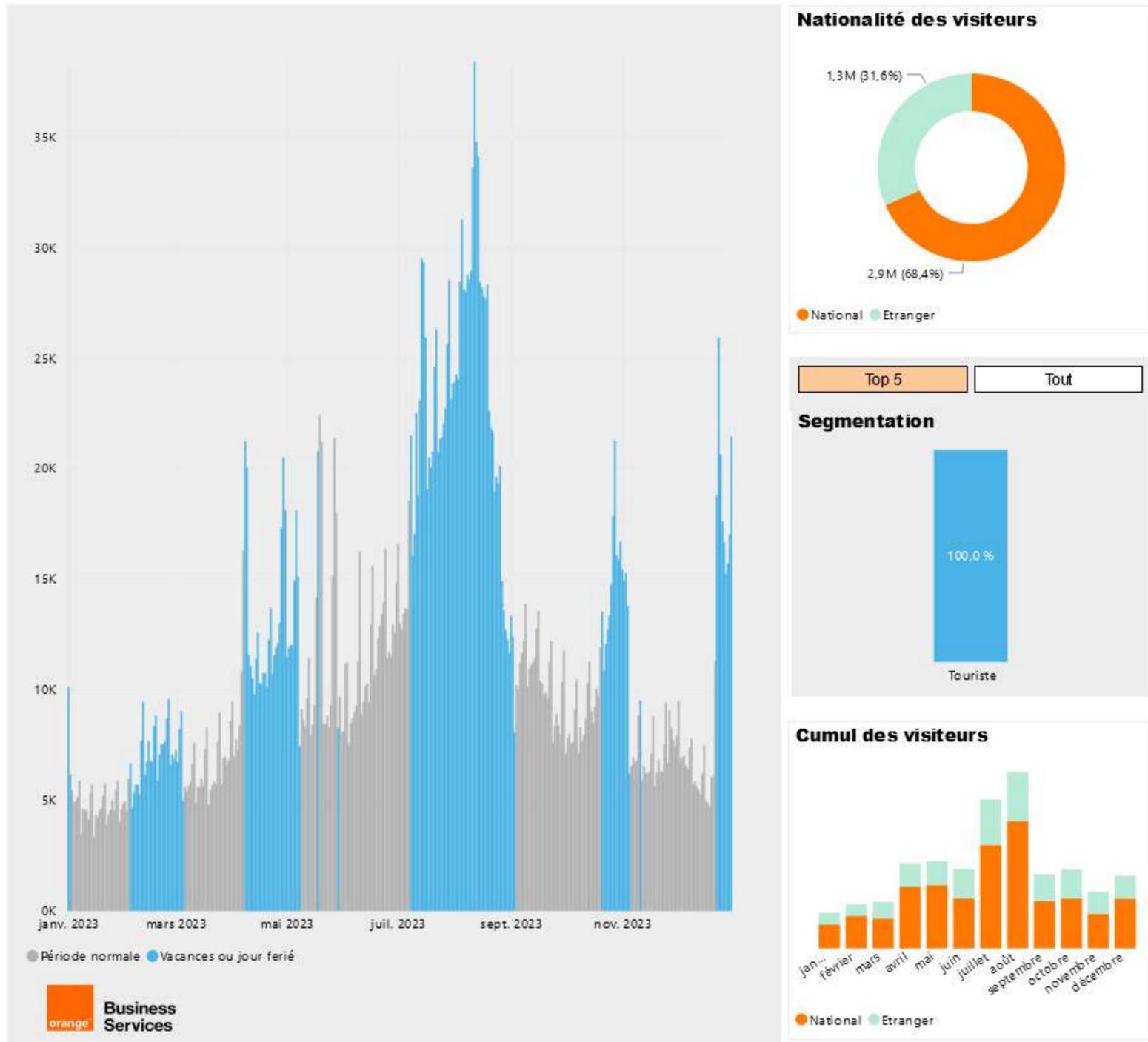


TOP 3 des sites payants les plus visités en 2023 :

- La cité internationale de la Tapisserie à Aubusson : 54 513 entrées (+37,7%/2022)
- Le parc animalier des Monts de Guéret : 44 863 visiteurs (+4,25%/2022)
- La forteresse de Crozant : 22 235 entrées (+42,5%/2022)

* 2 sites n'ont pas transmis leurs données de fréquentation pour 2022.

Flux vision tourisme 2023



Flux Vision Tourisme est une solution développée par Orange Business permettant de convertir des millions d'informations du réseau mobile Orange en indicateurs statistiques afin d'analyser la fréquentation des territoires (solution co-construite avec ADN Tourisme).

- **4,2 Millions de nuitées en 2023*** (+7,7% par rapport à 2022)
- *nuitées marchandes + non marchandes
- **Français : 68,4%**
- **Etrangers : 31,6%**

