



# CREUSE TOURISME

Une association au service du développement et  
de la promotion touristique

JANVIER 2025



# SOMMAIRE

## PRÉSENTATION DE CREUSE TOURISME

L'association et ses missions .....	4
Le schéma départemental de développement touristique ...	6
L'organigramme fonctionnel .....	8
Le positionnement marketing .....	10
La destination Creuse .....	11

## LES OUTILS ET SERVICES DE CREUSE TOURISME

En matière de communication .....	12
En matière de développement .....	20
En matière de qualification .....	24
En matière de commercialisation .....	26

## LES FILIÈRES SPÉCIFIQUES (SPORT, CIRCUITS COURTS...)

Terra Sport 23 .....	28
Circuits courts, développement durable et RSE .....	30

## LES INFOS UTILES

## L'ÉQUIPE

# L'ORGANISATION ET SES MISSIONS

## UNE STRUCTURE AU SERVICE DE L'ENSEMBLE DES ACTEURS DU TOURISME

Creuse Tourisme est une association loi 1901, créée et financée par le Conseil Départemental. Elle prépare et met en oeuvre la politique touristique départementale.

Les missions sont définies et encadrées par la loi du 23/12/1992 qui porte sur la répartition des compétences dans le domaine du tourisme :

### DÉVELOPPER, ORGANISER ET QUALIFIER L'OFFRE TOURISTIQUE DÉPARTEMENTALE

- Conseil aux porteurs de projets publics et privés
- Coordination des acteurs
- Soutien à l'organisation de l'offre

### CONNAÎTRE LA DEMANDE ET LES MARCHÉS

- Suivi de l'offre et de l'activité touristique départementale
- Réalisation d'enquêtes de fréquentation et de clientèles
- Veille
- Réalisation de supports d'information

### PROMOTION DE LA DESTINATION CREUSE

- Gestion de la base de données d'information touristique
- Édition et diffusion de brochures touristiques
- Gestion de sites web
- Participation à des opérations promotionnelles (salons)
- Aide à la mise en marché



**UN CONSEIL D'ADMINISTRATION REGROUPANT TOUTES LES PARTIES PRENANTES, LE CONSEIL DÉPARTEMENTAL ET LES AUTRES STRUCTURES.**

Les 9 membres du CA représentent les Établissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI) :

- Jean Luc BARBAIRE (Com. d'Agglo du Grand Guéret)
- Jean-Luc GAZONNAUD (ComCom du Pays Sostranien)
- Josette MOREAU (ComCom Bénévent-Grand Bourg)
- Gilles GAUDON (ComCom du Pays Dunois)
- Michèle SUCHAUD (ComCom Creuse Sud Ouest)
- Bruno PAPINEAU (ComCom Creuse Confluence)
- Jean-François BOUCHET (ComCom Portes de la Creuse en Marche)
- Marie-Françoise VENTENAT (ComCom MCEA)
- Céline COLLET-DUFAYS (ComCom Creuse Grand Sud)

**UN BUDGET OSCILLANT ENTRE 1,1 ET 1,3 MILLION D'EUROS**

Principalement constitué par la subvention du Conseil Départemental, le budget finance l'ingénierie et les actions nécessaires au développement du tourisme en Creuse. À cela s'ajoutent également des actions partenariales : outils mutualisés, actions de communication, développement, presse ...

# LE SCHÉMA DÉPARTEMENTAL DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

POUR PRIORISER LES ACTIONS EN FONCTION DES CONTRAINTES DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE

AXE 1

STRATÉGIE RÉSEAU ET  
INTELLIGENCE TERRITORIALE

AXE 2

RENFORCER LA CHAÎNE DE  
VALEUR DU TOURISME DURABLE

AXE 3

DÉVELOPPER LA NOTORIÉTÉ ET  
L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE

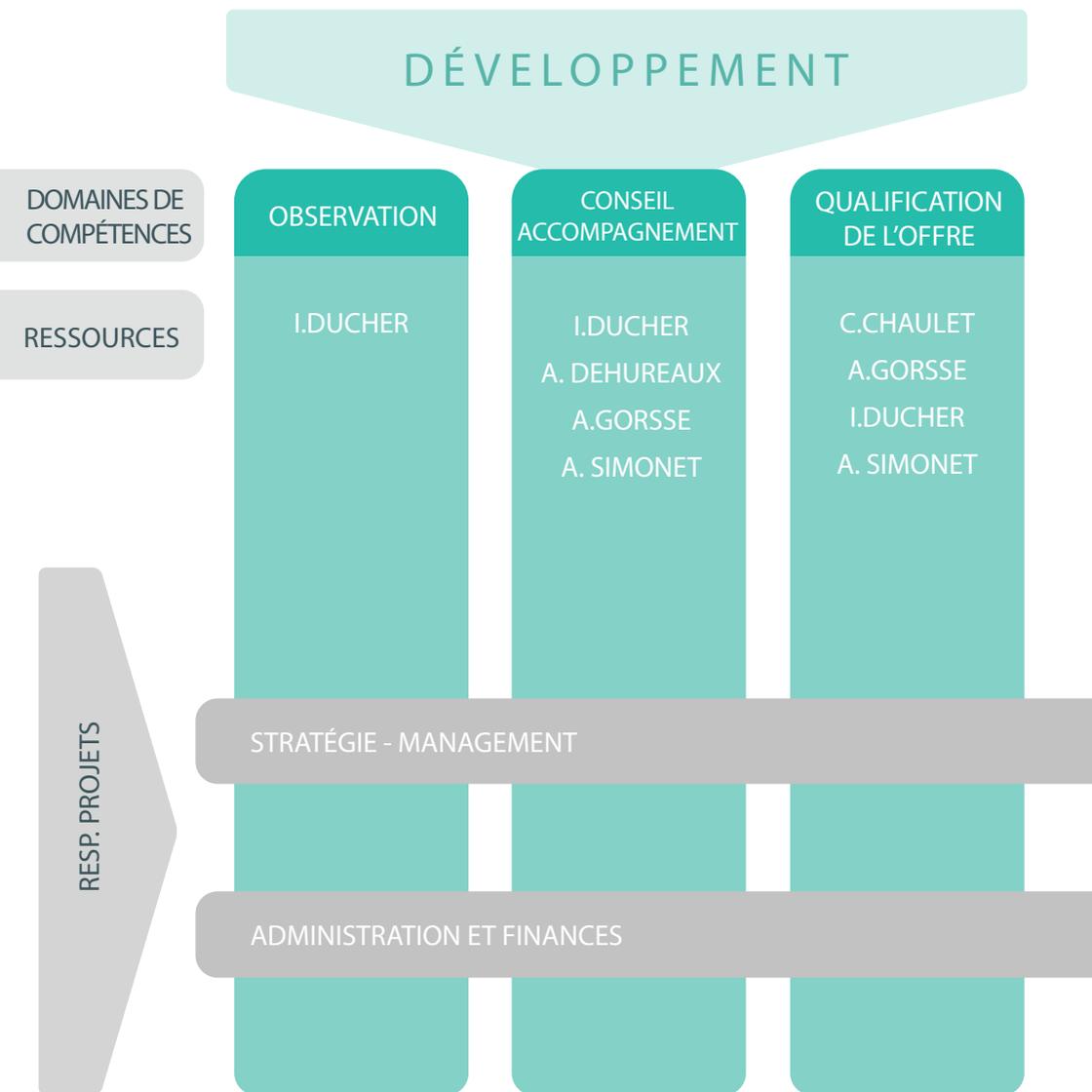
- 1 RENFORCER LES PARTENARIATS :**  
Étoffer les partenariats techniques et financiers
- 2 RENFORCER LES SYNERGIES :**  
Créer des process de travail pérennes avec les services de l'attractivité du CD23
- 3 INTELLIGENCE TERRITORIALE :**  
Mettre en place des actions de veille, outils, évènements, diffusion de l'information stratégique dans le domaine du tourisme et de la qualité de vie

- 1 ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES :**  
Ingénierie technique et financière, labellisation, commercialisation, économie circulaire
- 2 RENFORCER LE SLOW TOURISME :**  
Véloroutes, Grande Traversée VTT, boucles locales, développement de l'itinérance
- 3 UN MARKETING PLUS FIN :**  
Définir les couples produits/marchés prioritaires et thématiques

- 1 FAIRE CONNAÎTRE ET FAIRE AIMER LA CREUSE :**  
Renforcer les bases de la notoriété positive travaillées pendant le précédent schéma, actions mass média
- 2 AUGMENTER LES VENTES :**  
En amont et sur place
- 3 CONSOLIDER NOS POSITIONS DANS LES MÉDIAS :**  
Maintenir un haut niveau de visibilité dans les médias nationaux

# L'ORGANIGRAMME FONCTIONNEL

EN PHASE AVEC LES OBJECTIFS DU SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT



# COMMUNICATION

## PRODUCTION CONTENU

G.PENOT  
J.TRINDADE  
R.CONVERSIN

## EDITION

G.PENOT  
J.TRINDADE  
S.BLONDET  
R.CONVERSIN

## DIGITAL

G.PENOT  
J.TRINDADE  
R.CONVERSIN  
A.GORSSE

## PRESSE SALONS

B.FAURY  
G.PENOT  
R.CONVERSIN

DIRECTION : A. DEHUREAUX  
RESSOURCES : I.DUCHER ; S.BLONDET

DIRECTION : A. DEHUREAUX  
RESSOURCES : S.BLONDET

# LE POSITIONNEMENT MARKETING

## POUR DONNER DU SENS AUX ACTIONS DE COMMUNICATION

Le positionnement marketing est à la base de toute démarche commerciale et touristique d'un territoire. C'est de lui que doit découler toute démarche de communication, qu'elle soit écrite, audio-visuelle, en ligne ou hors ligne... Le positionnement est un axe qui doit guider les pratiques marketing de Creuse Tourisme et, dans la mesure du possible, des prestataires touristiques afin que celui-ci devienne une évidence pour les visiteurs.



La Creuse étant un territoire fortement rural, Creuse Tourisme se place dans un marketing de l'offre qui revendique fortement cette caractéristique et l'utilise comme facteur clef de succès.



La Creuse, c'est donc...Une campagne française qui a su garder son authenticité tout en s'adaptant à la vie moderne. C'est LA Campagne, le territoire qui sublime les valeurs rurales que sont l'environnement, les paysages, le rapport à la nature. C'est une campagne qui permet aussi d'accéder à l'ensemble des services que connaît la clientèle urbaine même si parfois, il faut faire quelques kilomètres. C'est une campagne active où la non-activité en terme de loisirs est un choix.

## Promesse de la destination

Rompre avec les contraintes quotidiennes pour se retrouver ou bouger seul, en famille, entre amis, dans un environnement emprunt de sérénité

## Ambition

Gagner en notoriété pour être identifiée comme une destination «campagne» de premier plan au niveau national

## Positionnement

La destination campagne du coeur de la France : rurale mais active et moderne !

## Valeurs

Modestie, respect, sécurité, solidarité, humilité, responsabilité ethico-morale

## Personnalité

Discrète, sincère, humaine, résistante et combative, maternelle, libre

## Attributs et compétences

Un territoire à taille humaine. De vastes espaces - proche de Paris, Lyon, Bordeaux - où l'on peut s'exprimer à sa guise. Un territoire rural mais qui regarde vers le futur et l'innovation !

# LES OUTILS ET SERVICES - COMMUNICATION

POUR AIDER LES TERRIROIRES ET LES PRESTATAIRES À GAGNER EN VISIBILITÉ

## LES SITES WEB :

### LE SITE INTERNET MUTUALISÉ

[www.tourisme-creuse.com](http://www.tourisme-creuse.com) : Site portail du tourisme en Creuse, mutualisé avec l'ensemble des destinations/territoires, ce site présente l'ensemble de l'offre touristique creusoise et permet aux internautes de préparer leur séjour. La version mobile du site portail répond aux besoins des clients sur place.



### LE SITE SPORT

[www.terrasports23.com](http://www.terrasports23.com) : À destination des sportifs, ce site ressource les circuits de randonnée, trail, VTT, les spots d'escalade, les parcours canoë, les événements sportifs et les informations pratiques utiles aux amateurs de sport dans la Creuse.



### LA PHOTOTHÈQUE

<https://phototheque.tourisme-creuse.com> : Ce site regroupe un ensemble de photos du territoire creusois réalisées par l'équipe de Creuse Tourisme ou des professionnels, pouvant être utilisées pour la réalisation de supports (sous certaines conditions).



## TOURINSOFT, NOUVELLE BASE DE DONNÉES :

TOURINSOFT est la base de données touristiques de la région Nouvelle Aquitaine. Elle référence toutes les offres touristiques et sert à alimenter le site internet départemental, mais aussi régional. Les offres sont également envoyées sur la plateforme nationale DATAtourisme, pour celles qui ont les droits d'utilisation des données pour l'OpenData, qui peuvent ensuite alimenter des sites nationaux.

Tourinsoft s'intègre plus largement dans le SIRTAQUI, un schéma d'organisation du réseau touristique à l'échelle de la Nouvelle Aquitaine. 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 ROADBOOK :

En parallèle du site mutualisé, les partenaires se sont également équipés du roadbook. Le roadbook est un outil de séjour qui permet de répondre de manière personnalisée aux demandes clients. Il s'agit d'un carnet de voyages créé à partir des données touristiques collectées via la base d'informations ou de contenus éditoriaux du site départemental.



# LES OUTILS ET SERVICES - COMMUNICATION

POUR PERMETTRE AUX TERRITOIRES ET AUX PRESTATAIRES DE GAGNER EN VISIBILITÉ

## LES RÉSEAUX SOCIAUX :

Les **réseaux sociaux** sont 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 permettent à Creuse Tourisme d'avoir un impact plus important, auprès d'un large public.



### FACEBOOK - 52K J'aime - 56K followers

Facebook est devenu un réel vecteur de trafic pour les sites internet de Creuse Tourisme. C'est un outil de communication à part entière pour les différentes offres commerciales et un support de visibilité pour les vidéos. La page Facebook est alimentée en moyenne par 3 posts par semaine (photo, vidéos, articles...). Des annonces spécifiques permettent de promouvoir la destination mais aussi de booster les ventes en ligne de produits touristiques (hébergements, activités, événements).



Depuis quelques années, la page Facebook est devenue la plateforme n°1 pour la diffusion des vidéos de marque ou affinitaires. On peut ainsi retrouver toutes les vidéos sur <https://www.facebook.com/TourismeEnCreuse>.



### **INSTAGRAM - 10,5K followers**

Le compte Instagram est utilisé notamment pour promouvoir la notoriété de la destination et sensibiliser la presse et les Youtubers. Plusieurs posts et stories sont mis en ligne chaque semaine sur la page Instagram. Le #IloveCreuse #Creuse permet aux utilisateurs de partager leurs plus belles photos du territoire creusois.



### **YOUTUBE - 1,87K abonnés**

La chaîne YouTube concentre la totalité des vidéos produites par Creuse Tourisme (280 vidéos). Son intérêt essentiel réside dans la possibilité pour un prestataire d'intégrer des vidéos sur son site Internet. Les abonnés peuvent suivre la chaîne et être informés en temps réel de la mise en ligne d'une nouvelle vidéo.

<https://www.youtube.com/user/TourismeCreuse/videos>



### **LINKEDIN - 838 abonnés**

Le compte LinkedIn est utilisé pour la cible professionnelle. Il permet de relayer les informations spécialisées par le biais de posts ou de partages.

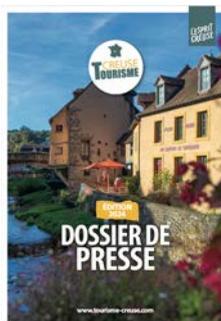
# LES OUTILS ET SERVICES - COMMUNICATION

## POUR PERMETTRE AUX TERRIROIRES ET AUX PRESTATAIRES DE GAGNER EN VISIBILITÉ

### PRESSE, WORKSHOP ET SALONS

Les relations presse constituent l'un des outils de communication les plus puissants et efficaces. Elles permettent d'assurer le développement de la notoriété, la visibilité du territoire, de présenter une offre ou un produit et dynamiser une image. Dans ce cadre, Creuse Tourisme :

- Édite des dossiers de presse et organise des conférences de presse, appuie les prestataires pour communiquer sur une action ou un évènement.
- Organise des accueils et voyages de presse dans le but d'obtenir des reportages et contenus sur les réseaux sociaux pour valoriser les richesses touristiques du territoire, ou déclencher des ventes. Ceux-ci permettent également de promouvoir la destination sur les marchés européens prioritaires (Belgique, Grande Bretagne etc...) et sur le plan international. Creuse Tourisme travaille en collaboration avec le CRT Nouvelle-Aquitaine, dans le cadre du contrat de destination Limoges, Aubusson et Vallée des peintres.
- Participe à des salons grand public ou professionnels en collaboration avec les partenaires sur ces différents marchés



Premier accueil de presse sur le département pour nos séjours... bas carbone !

Accessibles en transports en commun et faisant le choix des mobilités douces (vélo, randonnée pédestre...), les « Séjours bas-carbone en Nouvelle-Aquitaine » vous proposent de (re)découvrir [...]

Contacts : Béatrice FAURY, Graziella PENOT, Romain CONVERSIN

## EDITIONS

Creuse Tourisme édite plusieurs documents d'information et de promotion du territoire : cartes (touristique, activités sports nature, activités en famille), brochures (brochure séduction et brochure des activités pleines natures) et guides (restaurants)... Une bourse aux documents est organisée chaque année au printemps afin de diffuser les supports entre Office de Tourisme et prestataires touristiques. Toute la documentation est disponible dans les Offices de Tourisme référents et en téléchargement sur le site internet.

Contacts : Jérôme TRINDADE

## RESSOURCES PHOTOGRAPHIQUES

Creuse Tourisme produit chaque année de nombreuses photographies.

### → **Photothèque de Creuse Tourisme :**

Certaines des photographies prises par des professionnels peuvent être utilisées à certaines conditions pour faire la promotion de votre activité.

### → **Widget sur le compte Instagram :**

@tourismecreuse : Alimenté régulièrement par de nouveaux visuels, vous avez la possibilité de paramétrer différentes mises en forme d'affichage à partir du générateur Snapwidget.

Contact : Aline GORSSE



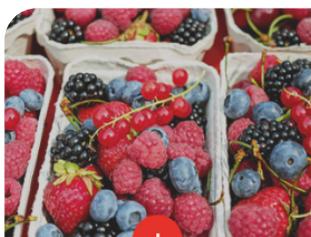
Creuse Tourisme peut mettre à disposition de ses partenaires des fonds de cartes, des visuels, des photographies et autres besoins relatifs à la préparation des éditions.

# LES OUTILS ET SERVICES - COMMUNICATION

POUR PERMETTRE AUX TERRITOIRES ET AUX PRESTATAIRES DE GAGNER EN VISIBILITÉ

## LA PRODUCTION VIDÉOS :

Creuse Tourisme collabore étroitement avec des sociétés de production, des organisateurs d'événements et les offices de tourisme du département pour soutenir la création de contenus audiovisuels et accroître la visibilité de la Creuse sur Internet.

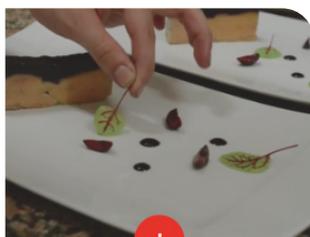


### La Creuse en circuit court

Nos producteurs et boutiques de producteurs vous proposent des produits locaux, du terroir et des produits frais de saison. Découvrez avec nous leurs portraits, leurs...

### Portraits de nos jardiniers passionnés

Ils sont passionnés de Jardins et de nature ! Découvrez leurs histoires, leurs jardins et leur attachement pour La Creuse...

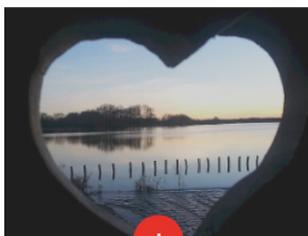
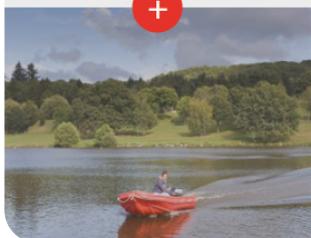


### Portraits de chef

Nos restaurateurs vous concoctent de bons petits plats, à base de produits du terroir et produits frais de saison. Découvrez avec nous leurs portraits, leurs histoires, leurs...

### Portraits de pêche

Nos moniteurs guides de pêche vous accueillent en Creuse ! Ils partagent avec vous leur passion, vous enseignent plusieurs techniques de pêche et vous font découvrir leurs...

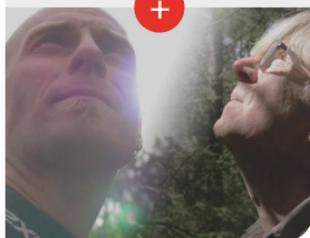


### Coup de Coeur Creuse

Ils aiment la Creuse et nous disent pourquoi ! Découvrez leurs histoires, leurs expériences et leurs endroits coups de coeur...

### Portraits de Creuse

Ils ont choisi la Creuse pour vivre leurs passions ! Découvrez leurs histoires, leurs expériences et leurs endroits Coup de coeur en Creuse...



Contacts : Graziella PENOT, Jérôme TRINDADE, Azélie SIMONET

## LE PLAN MÉDIA :

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 (réservations, participations aux évènements). Depuis plusieurs années, la Creuse se donne les moyens de ses ambitions et propose, à travers ses plans médias, diverses actions de communication.

### CAMPAGNES CROSS MÉDIA :

- Campagnes TV
- Display
- Publicité interne
- Affichage
- Presse écrite
- Web

### CAMPAGNES FACEBOOK/INSTAGRAM :

- Sponsoring de post
- Achat d'espaces publicitaires

### NEWSLETTERS :

- Action de fidélisation des clients
- «E-mailing Grand Public», thématiques et professionnels

### PARTENARIATS RADIO :

- Radio France Bleu Creuse  
(clientèle locale)
- Réseau France Bleu ou Alouette  
(achats spots publicitaires)

### SALONS :

- De proximité
- Thématiques
- Professionnels

Contact : Graziella PENOT

# LES OUTILS ET SERVICES - DÉVELOPPEMENT

POUR AIDER LES COLLECTIVITÉS ET LES PARTENAIRES PRIVÉS À MONTER LEUR PROJET



## **Vous recherchez des données chiffrées sur le tourisme en Creuse ?**

L'observatoire du tourisme met à votre disposition des documents présentant des informations sur l'offre, la fréquentation, les clientèles, les indicateurs économiques. Ces outils sont disponibles sur demande ou en téléchargement dans l'espace «observatoire de Creuse Tourisme [[www.pro.tourisme-creuse.com](http://www.pro.tourisme-creuse.com)]

Contact : Isabelle DUCHER



## **Vous avez un projet touristique et recherchez des conseils ?**

Confortez votre réflexion grâce aux données de l'observatoire du tourisme et élaborez un avant-projet. Un rendez-vous personnalisé pourra être organisé afin de vous fournir des informations sur les marchés, l'offre touristique creusoise, la réglementation, les aides financières, etc... Cette démarche a pour objectif de vous aider à cadrer votre projet. En fonction de sa nature, Creuse Tourisme peut vous proposer d'être l'interface entre les différents partenaires potentiels (Chambre de Commerce et d'Industrie, Conseil Départemental de la Creuse, Conseil Régional, services de l'Etat, EPCI...)

Contact : Isabelle DUCHER

## RECHERCHE D'INVESTISSEURS TOURISTIQUES



Creuse Tourisme a parmi ses missions le développement et la qualification de l'offre touristique. Cela implique notamment d'attirer des investisseurs intéressés par des opportunités immobilières ou foncières disponibles pour des projets d'hébergements ou d'activités de loisir.

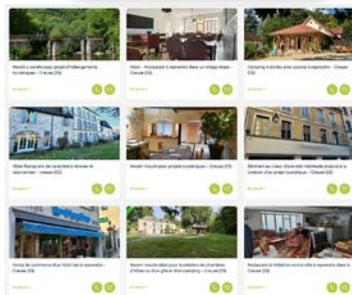
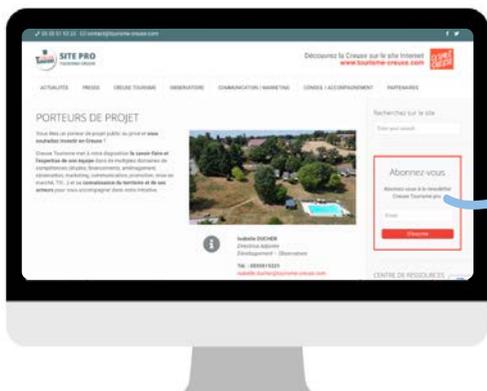
*« Vous avez un bien touristique ou à potentiel touristique disponible à la vente ou à mettre en gérance ? Vous souhaitez céder votre activité touristique ? En partenariat avec les EPCI et la CCI, Creuse Tourisme vous accompagne dans la valorisation commerciale de votre bien auprès des investisseurs grâce au programme Pôle Implantation Tourisme. »*

Contact : Isabelle DUCHER



Des offres sont mises en ligne sur le site Creuse Tourisme Pro, en partenariat avec Ancoris (Pôle Implantation tourisme) :

[VOIR TOUTES LES OFFRES](#)



[www.pole-implantation-tourisme](http://www.pole-implantation-tourisme)

# LES OUTILS ET SERVICES - DÉVELOPPEMENT

POUR AIDER LES COLLECTIVITÉS ET LES PARTENAIRES PRIVÉS À MONTER LEUR PROJET

## **Vous souhaitez connaître les atouts et les opportunités de développement touristique de votre EPCI ?**

Creuse Tourisme, appuyée par le CRT et la Mission des Offices de Tourisme de la Nouvelle Aquitaine (MONA) est à même de réaliser un audit complet de l'organisation et de la stratégie touristique d'un EPCI. L'objectif consiste, par le biais d'analyses, de benchmarking, à donner les clefs d'une politique touristique performante aux élus.

Contact : Aline GORSSE

## **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.

Contact : Alice DEHUREAUX

→ PORTES DE LA CREUSE EN MARCHÉ



→ MARCHÉ ET COMBRAILLE



→ CREUSE CONFLUENCE



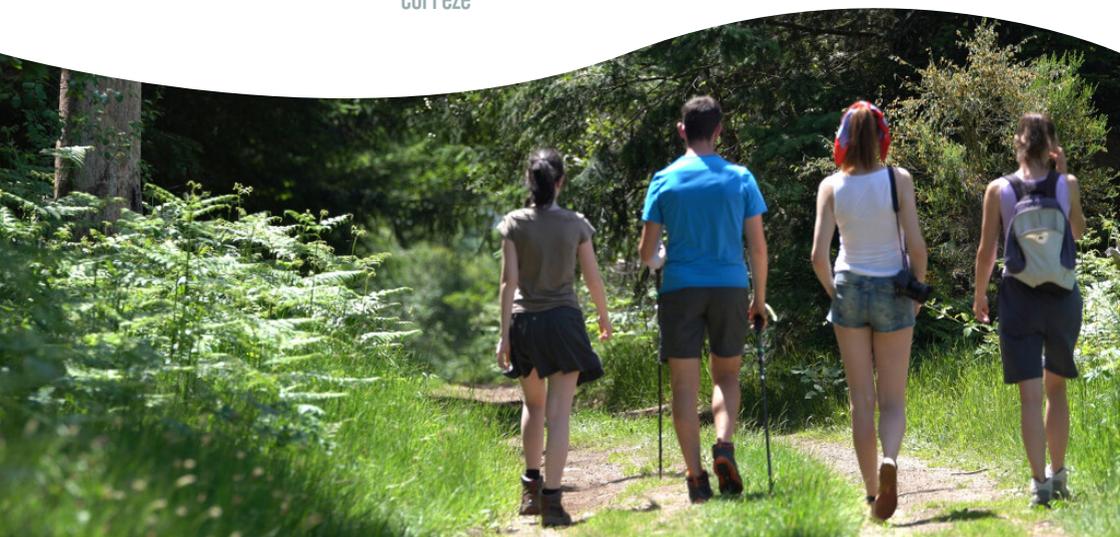
→ PAYS DUNOIS





## LES DIFFÉRENTS TERRITOIRES :

- Rubusson Felletin
- Creuse Sud Ouest
- Marche et Combraille
- Creuse Confluence
- Pays Dunois
- Pays Sostranien
- Portes de la Creuse en Marche
- Le Lac de Vassivière
- Monts de Guéret
- Monts et Rivières Ouest Creuse
- PNR Millevaches



# LES OUTILS ET SERVICES - QUALIFICATION

POUR AIDER LES PRESTATAIRES ET LES OFFICES À SE DÉMARQUER

## **Vous souhaitez avoir des informations sur les Offices de Tourisme ?**

Creuse Tourisme accompagne le réseau des Offices de Tourisme dans la mise en œuvre de projets collectifs et dans la collecte de l'information touristique ; Creuse Tourisme peut vous orienter vers votre Office de Tourisme référent et vous renseigner sur leurs missions.

Contact : Aline GORSSE

## **Vous souhaitez en savoir plus sur les démarches qualité pour valoriser votre offre ?**

Creuse Tourisme peut vous informer sur les réseaux, labels, démarches qualité présentes en Creuse. L'association 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, Petites Cités de Caractère, Creuse en Famille...)



Contact : Isabelle DUCHER, Carole CHAULET-BOURLAUD



## LA CREUSE EN FAMILLE

Creuse Tourisme propose des outils de promotion pour les offres d'activités et de visites spécialement conçues pour l'accueil des familles. Ces outils, regroupés sous le label «La Creuse en Famille», se déclinent en brochures papier, pages web et actions de communication. Si une offre touristique cible les familles, il est possible de prendre contact avec Creuse Tourisme, qui étudiera les moyens les plus adaptés pour promouvoir l'activité.

Contact : Aline GORSSE

## LE GÉOCACHING AVEC TERRA AVENTURA :

Creuse Tourisme est cofinanceur de l'opération en complément des collectivités. Elle coordonne le dispositif au niveau départemental (création des parcours, participation aux évolutions techniques et campagnes de promotion...). Depuis 2022, les membres de Creuse Tourisme ont décidé d'aller plus loin dans le développement de l'opération en inscrivant chaque année dans son plan d'action, un accompagnement financier des partenaires dans la refonte d'anciens parcours et la mise en place de campagnes de communication conséquentes.

Contact : Aline GORSSE



### Développez les ventes de votre hébergement ou de votre activité en devenant partenaire de Creuse Tourisme

Être partenaire de Creuse Tourisme vous permet :

- de vous démarquer
- de vous garantir une visibilité optimale sur les outils de Creuse Tourisme (site Web, campagnes e-marketing, newsletter,...)
- de développer un outil performant afin de mieux gérer vos réservations en ligne

L'outil de gestion Elloha propose des services de gestion de planning, de ventes en ligne, de synchronisation de planning avec les grands canaux de distribution WEB (Booking, Airbnb, Expédia, Tripadvisor...), la réalisation de site internet pro et bien plus encore....

Contact : Carole CHAULET-BOURLAUD



## FOCUS SUR ELLOHA

La solution Elloha a été choisie par de nombreux départements de la Nouvelle Aquitaine. Creuse Tourisme a obtenu un soutien financier du Conseil Régional sur cet investissement. Elloha est un performant outil de gestion de disponibilité et de vente en ligne à un prix attractif.

- Elloha est un véritable outil de gestion commerciale : fonction planning unique, moteur de réservation en direct, cartes cadeaux, synchronisation OTAs, générateur de site internet, gestion relation clients...
- Elloha permet de diffuser les disponibilités des hébergements et des activités touristiques sur Internet. La vente en ligne est également possible sur le site internet du prestataire mais aussi sur celui des institutionnels.
- Pour bénéficier d'Elloha, il faut adhérer au Pack Partenaire mis en place par Creuse Tourisme. L'outil est adapté à 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...).

Dans le cadre de la désignation de Guéret pour être Centre de Préparation aux Jeux 2024, la marque Terra Sports 23 - fruit d'un partenariat entre plusieurs collectivités - a été créée pour promouvoir et valoriser l'offre de sports nature dans le département de la Creuse avant et après l'olympiade parisienne. La Creuse se positionne comme une destination touristique de premier plan pour la pratique des sports nature. Cela comprend notamment :

- Les itinéraires de randonnée pédestre, de vélo (VTT, cyclotourisme, gravel), d'équitation et de trail
- Les événements sportifs locaux et d'envergure nationale
- Le Centre de Préparation aux Jeux de Paris 2024 de Guéret (VTT olympique, cyclisme sur route olympique et paralympique)
- Les événements en rapport avec les JO de Paris 2024 et le label Terre de Jeux 2024.
- Les activités nautiques
- Les spots d'escalade

Pour mettre en avant l'offre riche et variée de sports nature dans la Creuse, plusieurs moyens de communication sont mis en oeuvre :

**UN SITE INTERNET** ([www.terrasports23.com](http://www.terrasports23.com)) : Il est structuré autour de nombreux articles éditoriaux sur les évènements, des informations sur le sport nature et sur l'aventure olympique.



→ **DES PAGES FACEBOOK ET INSTAGRAM**



→ **DES NEWSLETTERS** sur les itinéraires et les événements sportifs envoyées régulièrement à des contacts qualifiés

**DES BROCHURES** mises à jour régulièrement sur le sport nature et l'itinérance (Carte sports nature, brochure Terra Sports 23, Tour de la Creuse à Vélo, GT VTT)



→ **UN LABEL DÉPARTEMENTAL**

garantissant une qualité d'accueil et d'organisation des manifestation sportives (randonnée pédestre, vélo et VTT)



→ **DES REPORTAGES VIDÉOS ET PHOTOS** réalisés en interne sur de grands événements sportifs

**UNE PLV SPÉCIFIQUE TERRA SPORTS 23** régulièrement visible sur les événements sportifs locaux. Et une animation ponctuelle de ce stand par les Offices de Tourisme du territoire.



→ **DES PARTENARIATS** avec des influenceurs ou des médias/blogs spécialisés sur le sport nature et avec des sites références sur les sports nature (France Vélo Tourisme, Outdoor Active)

Contact : Romain CONVERVIN

# LES FILIÈRES SPÉCIFIQUES

## CIRCUITS COURTS, DÉVELOPPEMENT DURABLE ET RSE

Creuse Tourisme travaille sur la mise en place d'une stratégie de tourisme durable à l'échelle départementale en partenariat avec les Offices de Tourisme. Creuse Tourisme, en complément de cette mission s'engage dans une démarche RSE : à savoir, faire en sorte que les actions de la structure soit durables.

Creuse Tourisme mène aussi une politique de développement de la commercialisation des produits locaux auprès des touristes en Creuse. L'objectif est que les touristes puissent avoir accès facilement aux informations concernant les circuits courts sur le département (boutiques de producteurs, visites de ferme, restaurants locavores ...).



### ➔ BROCHURE MANGER LOCAL PENDANT SES VACANCES EN CREUSE

Guide du locavore qui recense toutes les adresses des producteurs locaux, des boutiques de producteurs et des restaurants mettant en avant les bons produits du territoire creusois.

### ➔ PORTRAITS DE PRODUCTEURS - LA CREUSE EN CIRCUITS COURTS

Mise en avant de producteurs ou boutiques de producteurs sous format vidéo-interview.



### ➔ LABEL « LES INÉVITABLES »

Remise en route du label « Les inévitables » en partenariat avec la chambre d'agriculture et la CCI de la Creuse.

Contact : Azélie SIMONET

# TOUTES LES INFORMATIONS SONT À RETROUVER ICI

## LE SITE PRO :

<http://pro.tourisme-creuse.com> : Le site pro regroupe toutes les informations utiles concernant : les missions et actions de la structure, les données observatoire, marketing, presse, commercialisation... ainsi que les fiches techniques utiles. Il est possible de s'abonner aux articles d'actualité.



ACTUALITÉS

PRESSE

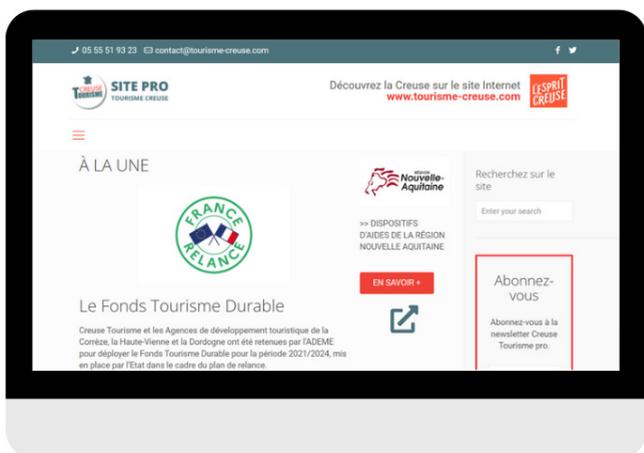
CREUSE  
TOURISME

OBSERVATOIRE

COMMUNICATION/MARKETING

CONSEIL/ACCOMPAGNEMENT

PARTENAIRES



# UNE ÉQUIPE À VOTRE SERVICE



**Catherine DEFEMME**  
Présidente



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



**Romain CONVERVIN**  
Chargé de communication  
05 55 52 88 25  
romain.conversin@tourisme-creuse.com



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



**Azélie SIMONET**  
Chargée de mission dév. durable - RSE  
05 55 51 93 27  
azelie.simonet@tourisme-creuse.com



**Alice DEHUREAUX**  
Directrice  
05 55 51 93 20  
alice.dehureaux@tourisme-creuse.com



**Isabelle DUCHER**  
Directrice Adjointe - Chargée de l'observatoire  
et de l'ingénierie  
05 55 51 93 21  
isabelle.ducher@tourisme-creuse.com



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



**Salomé GRANGETTE**  
Gestionnaire administrative et financière  
05 55 51 93 23  
salome.grangette@tourisme-creuse.com



**Aline GORSSE**  
Animatrice Offices de Tourisme  
05 55 51 93 22  
aline.gorsse@tourisme-creuse.com



**Carole CHAULET-BOURLAUD**  
Commercialisation et Eloha  
05 87 14 71 20  
carole.chaulet@tourisme-creuse.com



[www.tourisme-creuse.com](http://www.tourisme-creuse.com)