



L'ESPRIT
CREUSE

CREUSE TOURISME

Plan d'actions 2026



PLAN D'ACTIONS 2026



SOMMAIRE

p.3

PARTIE 1 :
Abonnements
et dispositifs

p.9

PARTIE 2 :
Plan Médias

p.17

PARTIE 3 :
Gestion de projets,
structuration

p.23

**Budget
Actions 2026**

L'OBSERVATION TOURISTIQUE

6 950 €

L'observation touristique est un outil stratégique au service du développement du tourisme en Creuse. Elle permet de mieux connaître l'offre et la demande, de mesurer la fréquentation et d'analyser les retombées économiques du secteur. Elle constitue un socle de connaissance indispensable à la définition des orientations des politiques publiques touristiques, au soutien des professionnels à l'évaluation des actions engagées et à la prise de décision à tous les niveaux.

Creuse Tourisme assure la collecte, l'analyse et la diffusion de données à l'échelle départementale et infra-départementale, en lien avec ses partenaires. Les résultats sont régulièrement partagés via des publications professionnelles accessibles sur le site pro.tourisme-creuse.com.

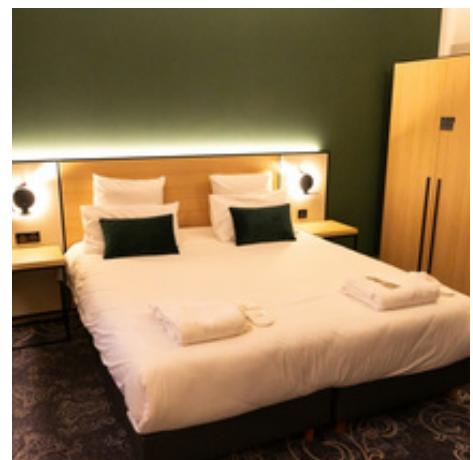
Outil Flux Vision Orange (partenariat ADN Tourisme – CRT Nouvelle Aquitaine)



Le dispositif opéré par Orange, permet d'analyser les déplacements touristiques en s'appuyant sur les données anonymisées issues du réseau mobile. En croisant ces données avec des référentiels statistiques (INSEE, fichiers SIRENE, etc.), il est possible de quantifier les flux de visiteurs présents sur le territoire, de connaître leur provenance (nationale ou internationale), leur durée de séjour, et d'identifier les pics de fréquentation par période sur le département de la Creuse.

Plateforme France Tourisme Observation (partenariat ADN Tourisme/CRT Nouvelle Aquitaine)

La plateforme France Tourisme Observation, portée par Atout France, vise à mutualiser, harmoniser et valoriser les données touristiques à l'échelle nationale, régionale et départementale. Elle centralise un large éventail de sources : données de fréquentation (hébergements, sites, offices de tourisme), statistiques publiques (INSEE, Banque de France...), données privées (Flux Vision, plateformes de réservation...), et enquêtes terrain menées localement. Cette plateforme permet ainsi d'offrir une lecture partagée et structurée de l'évolution de l'offre et de la fréquentation du locatif touristique (nombre d'annonces, taux d'occupation, prix moyens etc ..) à travers des tableaux de bord et des indicateurs communs à tous les territoires partenaires.



Enquêtes de fréquentation hôtellerie et hotellerie de plein air (INSEE) et meublés (plateforme Lighthouse)

Les dispositifs d'enquête hôtellerie et hôtellerie de plein air permettent d'assurer le suivi de la fréquentation des hébergements marchands en lien avec l'INSEE et le CRT Nouvelle Aquitaine. Ces données permettent de mesurer l'activité touristique marchande sur le territoire grâce à l'analyse du nombre de nuitées par type d'hébergement, des taux d'occupation, de la durée moyenne de séjour.

Enquête de conjoncture (partenariat CRT Nouvelle Aquitaine)



L'enquête est réalisée mensuellement (hors période hivernale) auprès d'un panel de professionnels du tourisme pour connaître l'évolution de la saison touristique. Sont mesurées de données qualitatives en majorité : niveau de satisfaction, évolution des niveaux de réservation, comportement des clientèles.

Cette enquête vient en complément des données de fréquentation issues du dispositif Flux Vision Orange afin de suivre en temps réel le déroulement de la saison touristique.

QUALIFICATION DE L'OFFRE

38 500 €

Terra Aventura

8 500 €

Dans le cadre d'une convention de partenariat signée avec le CRT Nouvelle-Aquitaine, Creuse Tourisme poursuit le déploiement du dispositif Terra Aventura, jeu de geocaching innovant, ludique et gratuit qui contribue à dynamiser l'attractivité touristique des territoires.

Ce partenariat repose sur une gouvernance à trois niveaux :



- **Le CRT Nouvelle-Aquitaine**, pilote régional, assure la cohérence stratégique, technique et financière du dispositif, avec une équipe dédiée, la gestion des outils numériques, la qualité des parcours et la promotion à grande échelle.
- **Creuse tourisme** joue le rôle de coordinateur départemental et de relais territorial , en lien étroit avec les Offices de Tourisme.
- **Les collectivités locales et OT partenaires** assurent la création et la gestion des caches sur le terrain.



En tant que relais territorial, Creuse Tourisme assure :

- L'animation départementale du dispositif
- Le lancement et le suivi des appels à candidatures auprès des Offices de Tourisme
- La coordination avec le CRT pour la validation et la mise en œuvre des parcours
- La promotion locale auprès du public et des professionnels
- Le respect de la charte de marque Terra Aventura
- Un soutien financier auprès des communes ou des EPCI pour la création de caches ou la refonte de nouveaux parcours.

Ce partenariat s'inscrit dans une dynamique de coopération au service du développement des territoires par la valorisation des sites touristiques locaux, la création de flux touristiques toute l'année et le renforcement de la notoriété de la Creuse dans un réseau régional reconnu

Terra Aventura est ainsi un vecteur puissant de découverte, de fidélisation et de dynamisation touristique, porté collectivement à l'échelle du territoire creusois.

Dans le cadre de sa mission de développement et de qualification de l'offre touristique, Creuse Tourisme agit comme facilitateur entre les porteurs de projets (publics ou privés) et le territoire, en mettant à profit son expertise transversale (ingénierie, marketing, connaissance des marchés et des acteurs locaux).

Pour attirer des investisseurs touristiques à la recherche de biens ou de fonciers adaptés à des projets d'hébergements ou de loisirs, Creuse Tourisme pilote une démarche collective aux côtés des EPCI, en partenariat avec le cabinet spécialisé Ancoris, à travers le dispositif Pôle Implantation Tourisme.

Ce partenariat technique et financier établi avec les 9 EPCI du territoire amorcé depuis 2022, bénéficie depuis 2024 du soutien financier de l'État dans le cadre du plan Destination France.



MAINTENANCE DES OUTILS

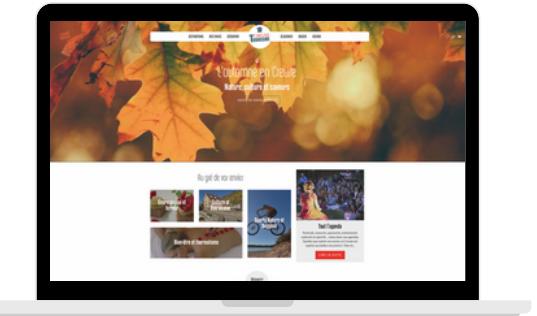
45 360 €

Site web mutualisé (maintenance + refonte 2026)

20 000 €

En 2026, Creuse Tourisme poursuivra son engagement aux côtés de l'ensemble des offices de tourisme autour du **site web mutualisé**, dans une logique de **cohérence et d'efficacité collective**.

Un **projet de refonte globale** a été validé, intégrant à la fois une **refonte graphique** et une optimisation approfondie de l'**expérience utilisateur** et de la **navigation**. Le travail portera également sur l'optimisation et la structuration des **contenus**, notamment grâce à l'intégration d'outils d'intelligence artificielle et à la mise en place de cocons sémantiques, afin de **renforcer l'approche marketing**, améliorer le référencement naturel et accroître les performances du site en termes de visibilité et de conversion.



Roadbook (12 licences / an)

4 400 €

Creuse Tourisme poursuivra également le **déploiement du Roadbook**, un carnet de voyage digital conçu comme un **outil d'« internet de séjour »** pour faciliter l'**expérience du visiteur**.

Accessible et évolutif, il accompagne le visiteur avant et pendant son séjour en centralisant des informations pratiques, des idées de parcours, des recommandations personnalisées et des contenus inspirants.



Cet outil vise à **améliorer l'expérience sur place**, à faciliter la découverte du territoire et à encourager la consommation des offres touristiques locales tout en renforçant la satisfaction des visiteurs.

Tourinsoft

12 100 €

Tourinsoft constitue la **base de données du Système d'Information Touristique (SIT)** partagée par l'ensemble des offices de tourisme et partenaires. Cet outil **centralise, structure et fiabilise les informations touristiques** du territoire (hébergements, activités, sites de visite, événements, restauration), garantissant une diffusion homogène et à jour sur les différents supports de communication (sites web, applications, éditions, bornes, partenaires). Véritable socle de l'écosystème numérique touristique, Tourinsoft permet d'améliorer la qualité de l'information, de faciliter le travail des acteurs locaux et de renforcer la visibilité et la commercialisation de l'offre touristique de la Creuse.



Tourinsoft

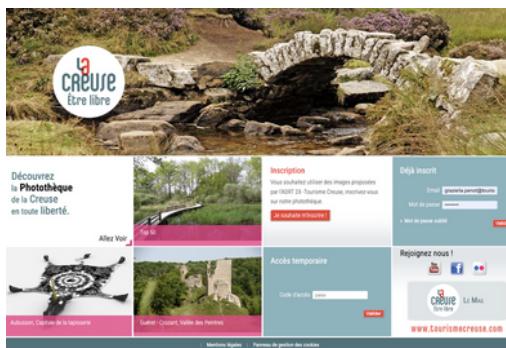


Saisie et gestion des informations



Gestion accueil

En 2026, Creuse Tourisme et l'ensemble des offices de tourisme poursuivront le **travail de qualification, de fiabilisation et d'enrichissement des données touristiques** au sein de Tourinsoft. Cette démarche s'accompagnera d'une ouverture renforcée de la mise à jour des informations auprès des prestataires, afin de garantir des contenus toujours plus complets et de qualité. Cette collaboration étroite vise à améliorer la réactivité, la pertinence de l'information diffusée et la visibilité des offres sur l'ensemble des supports de communication du territoire.

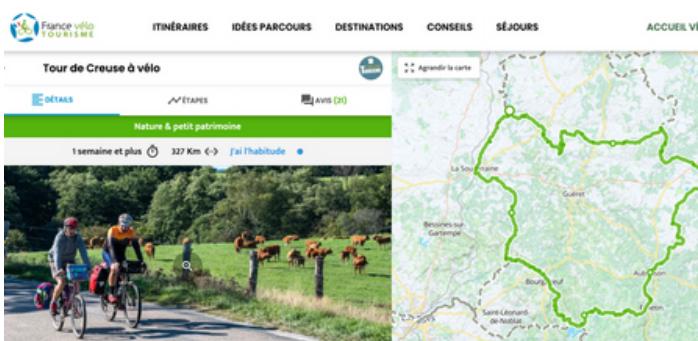


Creuse Tourisme met à disposition une **photothèque en ligne** alimentée chaque année par des reportages réalisés par des photographes professionnels et par l'équipe de l'agence. Certains visuels peuvent être utilisés, sous conditions, pour vos outils de communication et la promotion de votre activité.

L'accès à la photothèque est gratuit, sur simple création de compte, à l'adresse : <http://phototheque.tourisme-creuse.com>.

France Vélo Tourisme

4 300 €



Creuse Tourisme poursuit son partenariat annuel avec **France Vélo Tourisme**, site national de référence pour le tourisme à vélo. Cet abonnement permet de valoriser le Tour de la Creuse à vélo sur une plateforme à forte visibilité, consultée par une clientèle française et internationale en recherche d'itinéraires, de séjours et de services adaptés à la pratique du vélo.

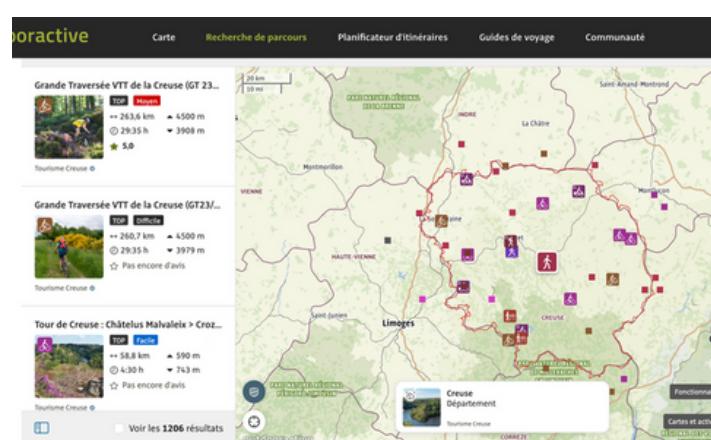
Ce partenariat renforce la notoriété de la Creuse comme destination vélo, améliore la lisibilité de l'offre cyclable du territoire et s'inscrit pleinement dans la stratégie de développement des mobilités douces et du tourisme durable.

Outdooractive

2 200 €

Creuse Tourisme poursuit également le partenariat annuel avec **Outdooractive**, plateforme européenne de référence pour les pratiques de pleine nature. Cette collaboration permet de référencer et promouvoir les itinéraires pédestres, VTT et cyclo, ainsi que l'ensemble des offres outdoor du territoire.

Grâce à une diffusion ciblée auprès des pratiquants et des amateurs d'activités de plein air, Outdooractive constitue un levier efficace pour accroître la visibilité de la Creuse et renforcer son positionnement comme **destination nature et d'itinérance douce**.



Elloha



Dans une logique de professionnalisation et de renforcement de la performance commerciale des acteurs du tourisme, Creuse Tourisme propose un accompagnement individualisé à la prise en main de la solution Elloha, un outil tout-en-un de gestion des ventes et de la distribution touristique.

Elloha permet aux hébergeurs et prestataires d'activités :

- de favoriser les réservations directes,
- de centraliser leur distribution sur les plateformes en ligne depuis un seul planning,
- de gagner en autonomie dans la gestion de leur commercialisation.

Grâce à un suivi sur-mesure assuré par l'équipe de Creuse Tourisme, cette démarche vise à :

- accroître les ventes des professionnels,
- renforcer leur visibilité,
- favoriser une distribution maîtrisée, moins dépendante des grands réseaux.



Cette action s'inscrit pleinement dans l'objectif stratégique de montée en compétence des acteurs locaux, d'augmentation des ventes et de développement d'un écosystème touristique plus autonome, agile et compétitif.

PARTIE 2 : Plan media

135 100 €

ÉDITIONS

17 100 €

Creuse Tourisme assure la diffusion d'éditions papier **destinées au grand public** : carte touristique, guide restaurants, Creuse en famille et Creuse à vélo. Des supports spécifiques sont également proposés aux partenaires.

Utiles pour **l'accueil** en Offices de Tourisme, pour la **prospection** sur les salons et pour les prestataires recevant des visiteurs, ces documents renforcent la visibilité de l'offre touristique creusoise et facilitent la découverte du territoire.



BROCHURES	QUANTITÉS	COÛTS
Guide Restaurants	5 000	2 000€
Carte touristique	40 000	5 100 €
Brochure jardins	5 000	1 000 €
Document rando salon	700	1 000 €

Documents édités pour 2 ans :

Creuse en famille	20 000	4 000 €
Creuse à vélo	8 000	4 000 €

SALONS BtoB et BtoC

12 500 €

Salons BtoC

9 500 €



La participation aux salons grand public constitue **un levier important de visibilité et de contact direct avec nos cibles**. Pour continuer à être présents sur les **bassins stratégiques et sur les salons dédiés aux sports nature**, il est nécessaire de poursuivre la mutualisation avec nos partenaires (offices de tourisme, PNR, CRT) : cela permet non seulement de **réduire les coûts logistiques et financiers**, mais aussi de renforcer l'impact collectif grâce à une représentation commune, plus visible et plus cohérente auprès des visiteurs.

Salons BtoB (Workshops)

3 000 €

La participation à des **workshops presse** constitue un enjeu majeur, car elle permet des échanges directs avec les grands médias et d'entretenir des relations privilégiées avec les journalistes. Ces rendez-vous favorisent une meilleure compréhension de nos atouts, **stimulent l'intérêt rédactionnel** et renforcent la visibilité de la Creuse dans la presse nationale.



SALONS	DATES	PARTENAIRES
Destination Nature à Paris	12 mars au 15 mars	<ul style="list-style-type: none">• Office de tourisme de Guéret,• PNR Millevaches,• Creuse Tourisme
Vélo in Paris	24 avril au 26 avril	<ul style="list-style-type: none">• Partenaires Vagabonde• Creuse Tourisme
Nature is Bike Gravel à Angers	30 mai au 31 mai	<ul style="list-style-type: none">• Office de tourisme Monts et Rivières Ouest Creuse• Creuse Tourisme
WORKSHOPS	DATES	COÛTS
Partir en France à Paris	26 et 27 janvier	<ul style="list-style-type: none">• CRT Nouvelle Aquitaine
IMM à Paris	11 mars	<ul style="list-style-type: none">• Creuse Tourisme

CAMPAGNES DE COMMUNICATION

58 000 €

Les actions de communication (**campagnes TV, affichage, digitales, accueil d'influenceurs, relations presse**) représentent un investissement conséquent, mais elles restent indispensables pour valoriser et promouvoir notre destination.

Afin de maximiser leur impact et de maîtriser les coûts, il est pertinent d'envisager une mutualisation des moyens. Cette approche ne se limite pas à un simple partage des dépenses : elle permet également de **garantir une présence plus longue et plus continue**, renforçant ainsi la **visibilité collective et la cohérence des messages** auprès de nos différentes cibles.



En 2026, Creuse Tourisme déployera une campagne de communication télévisée à travers un **sponsoring de la météo sur France 3**, afin de renforcer la notoriété de la destination auprès de bassins de clientèle stratégiques. Diffusée pendant **cinq semaines** au printemps, autour de la **météo de 20h10**, cette campagne permettra de toucher largement les régions **Île-de-France, Pays de la Loire et Poitou-Charentes**, représentant **plusieurs millions de contacts**. Ce dispositif sera complété par une **campagne digitale sur le site de Météo France**, garantissant une visibilité renforcée et une complémentarité entre médias traditionnels et numériques.



Cette campagne de sponsoring TV permet de renforcer la notoriété de la destination en s'appuyant sur un rendez-vous à forte audience et à forte crédibilité. Diffusée à un moment clé de la préparation des séjours, elle **favorise la mémorisation, valorise l'image de la Creuse et génère un trafic complémentaire** vers les supports numériques de la destination.

Sponsoring météo France 3

NOMBRES DE CONTACTS

- Île de France : 7,3 M de contacts
- Pays de Loire : 4,6 M de contacts
- Poitou-Charentes : 2,6 M de contacts

DATES ET PÉRIODE

- 5 semaines de présence pour la météo de 20h10
- Avril 2026 (30 mars au 3 mai)

NOMBRE DE SPOTS

⇒ 105 spots de au total

+ campagne digitale sur
www.meteofrance.com

Partenariats radio

6 000 €

Creuse Tourisme s'appuie également sur des **partenariats radio** afin de renforcer la notoriété de la destination sur des **zones de proximité** stratégiques. Une campagne est menée avec la **radio Alouette**, avec la diffusion de plusieurs centaines de spots au mois de juin sur les bassins de **Tours, Poitiers, Châteauroux et Limoges**, période clé de préparation des séjours estivaux.



En parallèle, un partenariat régulier avec **Ici Creuse** permet de valoriser l'offre touristique locale à travers des mises en relation avec les offices de tourisme, les sites, les activités et les événements du territoire, renforçant ainsi la visibilité et l'ancre local de la destination

Partenariats radio

Campagne avec Alouette

- Diffusion en zone de proximité : Tours, Poitiers, Châteauroux, Limoges
- Date: juin 2026
- Environ 200 à 300 spots

Partenariat régulier avec Ici Creuse

Mise en relation avec les partenaires OT, sites, activités, évènements ...

Campagnes display

5 000 €



Creuse Tourisme déploie également des **campagnes de publicité display** en collaboration avec ADmySport, principalement axées sur la **thématique du sport**. Ces campagnes, majoritairement activées aux **ailes de saison** (printemps et automne), permettent de toucher des audiences affinitaires et qualifiées, tout en **valorisant des offres spécifiques du territoire**, telles que les produits d'itinérance et les séjours à dimension sportive.

PARTENARIAT ADMySports

Campagnes display sur les sites à fortes audience Sport mais aussi Culture : valorisation des offres d'itinérances (vélo, randonnée et culture (Savoir-faire).

Cette stratégie a vocation à être étendue à la **thématique culturelle**, afin de mettre en lumière des sites d'exception comme la Vallée des Peintres et la Cité internationale de la tapisserie, et de renforcer la visibilité de la Creuse auprès de nouveaux publics.

Accueil d'influenceurs

10 000 €

Creuse Tourisme collabore avec **plusieurs influenceurs** qui partagent leurs expériences sur le territoire à travers des contenus immersifs et authentiques. Ces partenariats génèrent de l'engagement, renforcent la visibilité et contribuent à véhiculer une image dynamique et attractive de la Creuse auprès de communautés ciblées.



Les Coflocs
35,8K followers



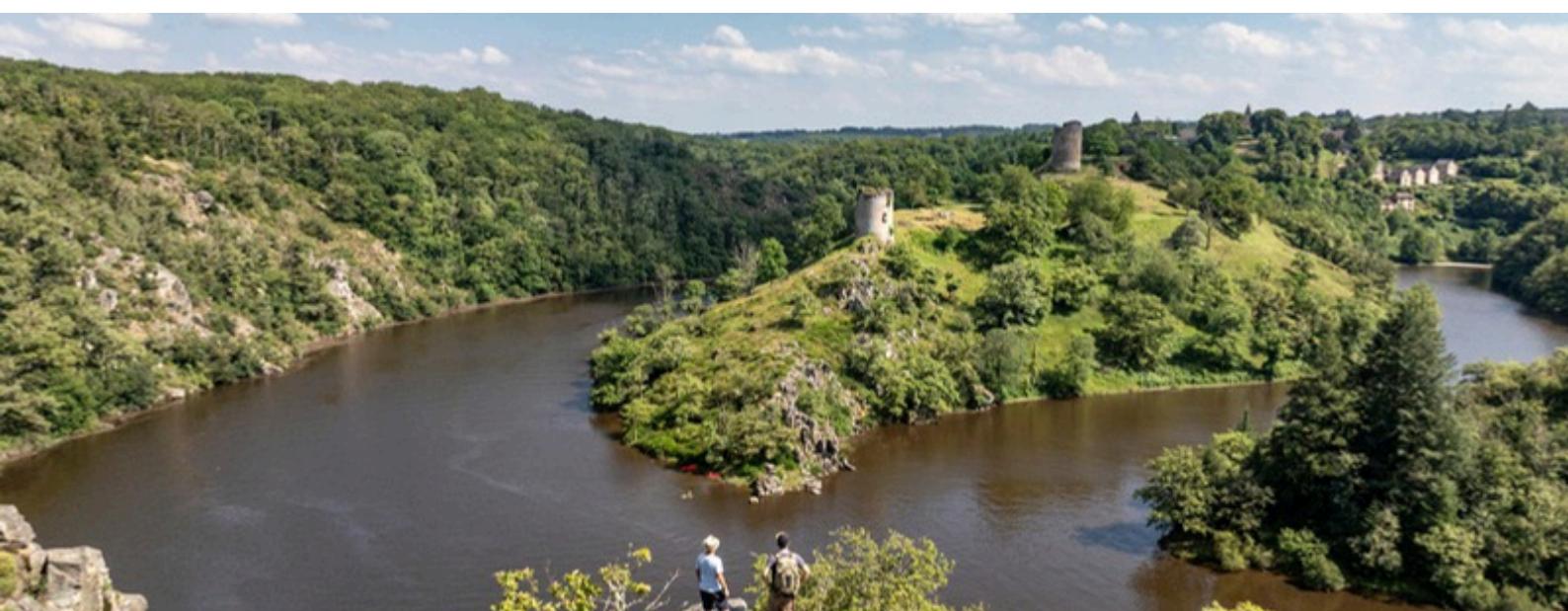
Itinéra Magica
63K followers



Un Monde à vélo
17K followers



I-Trekking
40K followers

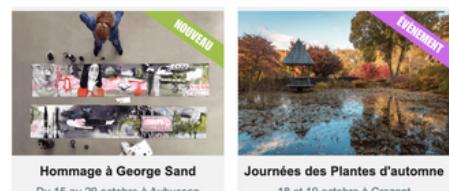


Creuse Tourisme coordonne et mutualise l'envoi de **newsletters à destination du grand public** avec l'ensemble des Offices de Tourisme du territoire. Ces communications sont construites de manière concertée, en fonction de la saisonnalité, des actualités locales, des filières touristiques et des thématiques prioritaires. Cette **démarche mutualisée** permet d'assurer une prise de parole cohérente, régulière et qualitative, tout en renforçant la visibilité de l'offre touristique creusoise auprès des clientèles.

Ces envois réguliers participent également à la **fidélisation des fichiers clients**, en maintenant un lien continu avec les visiteurs et prospects. En proposant des contenus ciblés, inspirants et renouvelés, Creuse Tourisme favorise le retour sur la destination, l'allongement des séjours et la recommandation de la Creuse auprès de nouvelles clientèles.



L'automne s'installe en Creuse et offre encore de belles journées à savourer ! Dans cette édition, nous vous proposons des idées de sorties pour les vacances de la Toussaint, des suggestions pour profiter pleinement de la saison aux couleurs chatoiante, ainsi que des séjours de dernière minute pour les retardataires en quête d'évasion.



Environ 12 à 15 Newslettters /an

Production vidéo

2 000 €



ABONNEZ VOUS

Retrouvez l'ensemble de nos vidéos sur la chaîne Youtube :

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

et sur nos réseaux sociaux



Creuse Tourisme réalise tout au long de l'année des **reportages photos et des tournages vidéo** afin de valoriser le territoire, ses paysages, ses savoir-faire et ses acteurs. Ces productions sont menées à la fois dans le cadre de la stratégie de communication de l'agence et à travers des partenariats avec des territoires, des acteurs locaux ou des organisateurs d'événements.

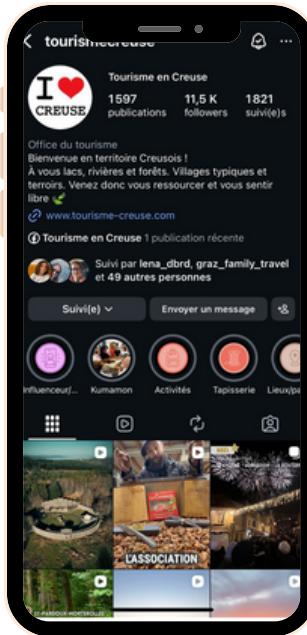
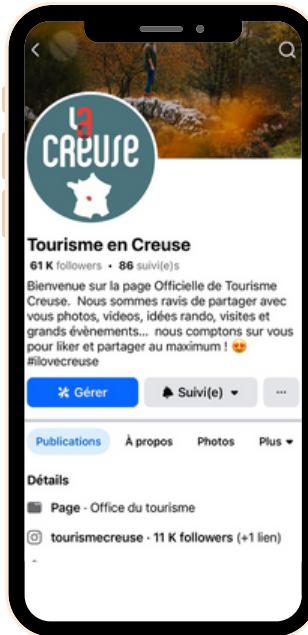
Plusieurs **séries de portraits** sont également réalisées, notamment auprès de producteurs, artisans et professionnels, afin de mettre en lumière les femmes et les hommes qui font vivre la Creuse et participent à son attractivité.

Deux télépilotes de drone sont formés et équipés, permettant la réalisation de prises de vues aériennes de qualité professionnelle. Ces **contenus viennent enrichir les productions photo et vidéo et alimentent le site web ainsi que les réseaux sociaux**, contribuant à une valorisation immersive et attractive du territoire.

Campagnes + sponsoring

10 000 €

Avec une présence sur les réseaux sociaux **Facebook et Instagram**, Creuse Tourisme a renforcé année après année sa performance digitale pour fédérer aujourd’hui des communautés solides, actives et engagées autour de la destination.



@tourismecreuse

11,5 K followers



@tourismeencreuse

61 K followers



@tourismecreuse

1,98 K abonnés



@creusetourisme

958 abonnés

Deux leviers de publicité digitale sont déployés : le **sponsoring de publications et l’achat d’espaces publicitaires ciblés** sur des thématiques stratégiques telles que les réservations, la notoriété, les événements et la gastronomie. Ces dispositifs permettent de **soutenir les réservations des hébergeurs**, aussi bien en période de commercialisation classique que pour les offres de dernière minute, **d'accroître la fréquentation des événements majeurs du territoire et de diffuser des contenus photos / vidéo** destinés à promouvoir la destination, les sites culturels et les activités de pleine nature.



PRESSE

20 000 €

Accueils presse	11 000 €
Partenariats publicitaires	3 000 €
Veille presse + bilan media	6 000 €

RELATIONS PRESSE

Les **relations presse** figurent parmi les leviers de communication les plus performants et les plus influents. L'efficacité d'un plan de communication spécifiquement dédié à la presse n'est plus à démontrer pour renforcer la notoriété, accroître la visibilité d'un territoire et promouvoir une offre ou le lancement d'un nouveau produit, tout en dynamisant son image.

Creuse Tourisme conçoit et diffuse des **dossiers de presse**, organise des conférences de presse et accompagne les prestataires dans la communication autour d'actions ou d'événements. Des **accueils et voyages de presse** sont également mis en place afin de susciter la réalisation de reportages valorisant les richesses touristiques du territoire.

VEILLE PRESSE

La veille presse permet de suivre et d'analyser les retombées médiatiques du territoire afin de mesurer l'impact des actions de communication. Elle contribue à valoriser les actions menées et à identifier de nouvelles opportunités de visibilité, tout en évaluant la contre-valeur publicitaire des parutions obtenues.

RELATIONS PRESSE

Budget : 14 000 €

Accueils et voyages de presse

- Mise à jour du Dossier de presse 2026
- Réalisation de programmes d'accueils

Partenariats pub

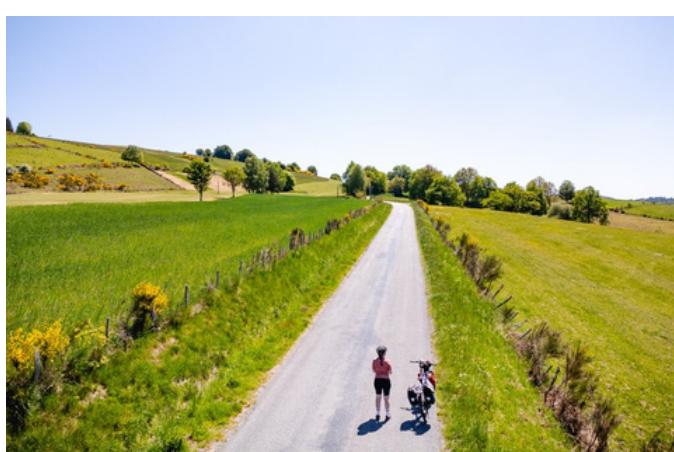
Balades, A/R Magazine, etc....

+ Accueils d'influenceurs voyage, cyclo, randonnée... (cf p.12)

VEILLE PRESSE

Budget : 6 000 €

- Surveillance annuelle des retombées medias
- Réalisation d'un bilan presse



SOUTIEN AUX ÉVÈNEMENTS – PARTENARIATS

6 000 €

OPPORTUNITÉS DE PARTENARIATS

Creuse Tourisme participe également à des opérations spéciales menées en collaboration avec la Région ou d'autres départements. Ces dispositifs mutualisés, tels que des **campagnes « spéciales anniversaires »** ou des opérations autour de **Terra Aventura**, permettent de bénéficier d'une visibilité renforcée, de s'inscrire dans des dynamiques collectives et de valoriser des offres et événements emblématiques du territoire auprès de publics élargis.

Opération des 10 ans de la Nouvelle-Aquitaine

3 600 €

Partenariat CRT NA, cité de la tapisserie et vallée des peintres :

- Animation Soirée sponsoring Partir en France 26/01
- Participation à l'évènement à la Maison de la Nouvelle Aquitaine 27/01
- Campagne digitale avec un support Culture important (Le Figaro Mag, Le Monde, Le Parisien ?)



Soutien aux autres évènements

2 400 €

Creuse Tourisme soutient les grands événements qui attirent des visiteurs au-delà des frontières du département et contribuent au rayonnement de la Creuse. Véritables leviers d'attractivité, ces rendez-vous renforcent la notoriété du territoire et génèrent des retombées touristiques significatives. Ils participent également à la vitalité locale en faisant vibrer habitants et visiteurs autour de moments fédérateurs. En accompagnant ces événements, Creuse Tourisme affirme son engagement en faveur d'un territoire vivant, accueillant et attractif.

PROMOTION DES VENTES

9 500 €

Terra Aventura

7 500 €

Soutien à la création et/ou refonte des parcours (cf p. 4 qualification de l'offre)



Promotion des offres de loisirs à proximité des caches notamment sur les ailes de saison : Valorisation des sites à proximité, notamment les partenaires Creuse en famille (correspondent à la cible)

Jeu-concours en Nouvelle Aquitaine : pas de coût spécifique, mais travail de coordination et communication

Dotation séjours

2 000 €

PARTIE 3 : Gestion de projets/ Structuration

77 400 €

Contrat de destination Limoges

2 500 €

Le Contrat de Destination Limoges s'inscrit dans un dispositif national initié fin 2022, visant à structurer et promouvoir une destination touristique à fort potentiel sur la scène internationale. Il s'inscrit dans une stratégie d'alliance entre acteurs publics et privés, autour d'un positionnement commun et d'actions coordonnées, avec l'appui de la Région Nouvelle-Aquitaine, du Comité Régional du Tourisme (CRT NA) et de l'agence nationale Atout France.

Le Contrat de Destination Limoges s'articule autour de deux grands axes stratégiques :

- **Le tourisme de savoir-faire d'exception**, en valorisant des métiers et patrimoines reconnus (porcelaine de Limoges, tapisserie d'Aubusson, émail, cuir, papier, tuilerie artisanale, etc.)
- **L'éco-tourisme**, à travers la richesse des espaces naturels du territoire : Parcs naturels, lac de Vassivière, Vallée des Peintres...



L'objectif est de **renforcer l'attractivité de la destination** Limoges et territoires associés, auprès de clientèles internationales de proximité, notamment **britanniques et belges**, en capitalisant sur des offres touristiques différenciantes.

Les actions mises en œuvre portent principalement sur la promotion et la communication à l'international : **partenariats médias, campagnes digitales ciblées, actions de relations presse et d'influence, participation à des opérations BtoB** (salons, workshops, rencontres presse) ainsi que **l'accueil de journalistes et de créateurs de contenus**. Ces dispositifs sont complétés par la production de contenus mutualisés (photos, vidéos, supports éditoriaux).

Animation de la commission marketing de la V87 – la Vagabonde

23 800 €



Inscrite au Schéma National des Véloroutes et Voies Vertes sous l'appellation V87, cette itinérance de plus de 500 km relie Montluçon (Allier) à Montech (Tarn-et-Garonne), traversant 5 départements (Allier, Creuse, Corrèze, Lot, Tarn-et-Garonne) et 3 régions (Auvergne-Rhône-Alpes, Nouvelle-Aquitaine, Occitanie). Le Département de la Creuse est chef de file du comité d'itinéraire, assurant la cohérence du projet à l'échelle interrégionale.

Dans ce cadre, Creuse Tourisme joue un rôle central de pilotage et d'animation de la commission Marketing-Communication assurant :

- **La coordination** des acteurs touristiques et institutionnels des 5 départements partenaires
- **La mise en œuvre** de la stratégie de communication commune
- **La valorisation de l'itinéraire** auprès des clientèles cyclotouristiques, avec un accent sur la lisibilité et la promotion de la V87 en tant que destination vélo à part entière

Cette dynamique confirme la position de la Creuse comme moteur du développement de l'itinérance cyclable à l'échelle interrégionale, à travers un projet porteur de retombées en matière de tourisme durable et de valorisation territoriale.

Villes et villages fleuris

1 000 €

Creuse Tourisme assure la coordination départementale du **label Villes et Villages Fleuris**, en partenariat étroit avec le CAUE de la Creuse. Bien au-delà d'un simple concours de fleurissement, ce label est un outil structurant de valorisation des territoires, de développement durable et d'attractivité résidentielle et touristique. Creuse Tourisme assure l'animation et la structuration en intervenant à plusieurs niveaux :

Animation et structuration du réseau pour fédérer les communes autour d'une démarche de progrès et de qualité

- Organisation d'une journée technique départementale annuelle
- Animation des communes labellisées ou candidates
- Diffusion d'une culture partagée du cadre de vie, du paysage et de la transition écologique



Pilotage opérationnel du label en Creuse pour garantir une évaluation cohérente, équitable et constructive.

- Organisation de la campagne de pré-labellisation
- Réalisation des visites de terrain et évaluations pédagogiques

Accompagnement technique et montée en compétence pour faire évoluer les pratiques au-delà du fleurissement, vers une gestion durable et partagée des espaces publics.

- Conseil en gestion des espaces verts, biodiversité, sobriété en eau
- Sensibilisation aux valeurs du label : durabilité, participation citoyenne
- Mise en relation avec experts et partenaires spécialisés

Valorisation et communication pour faire du label un levier d'image positive et de fierté pour les habitants.

- Promotion des communes labellisées auprès du grand public et des visiteurs
- Intégration du label dans les stratégies d'attractivité, de tourisme et de qualité de vie

Structuration des circuits courts

3 100 €

Creuse Tourisme s'engage pour un tourisme responsable, ancré localement, en valorisant les produits locaux, en soutenant les acteurs engagés et en structurant une offre durable, accessible et qualitative, dans le cadre de la feuille de route co-construite en 2024

Animation du label "Les Inévitables"

"Les Inévitables" est une marque départementale gratuite qui distingue les restaurants valorisant les produits locaux issus des circuits courts (Creuse et départements voisins). Portée par un partenariat tripartite entre Creuse Tourisme, la CCI et la Chambre d'Agriculture, elle repose sur :

- Une labellisation exigeante (3 produits locaux minimum dans les plats, origine affichée, communication dédiée)
- Une vérification de la traçabilité des approvisionnements
- Une mise en réseau active entre restaurateurs et producteurs
- Deux temps forts d'animation : La Semaine du Goût et Le Printemps dans vos assiettes

L'objectif est de promouvoir une cuisine locale accessible et soutenir la filière agricole du territoire.



Co-construite avec les professionnels du tourisme, la feuille de route durable s'articule autour de trois grands axes pour structurer et professionnaliser l'offre :

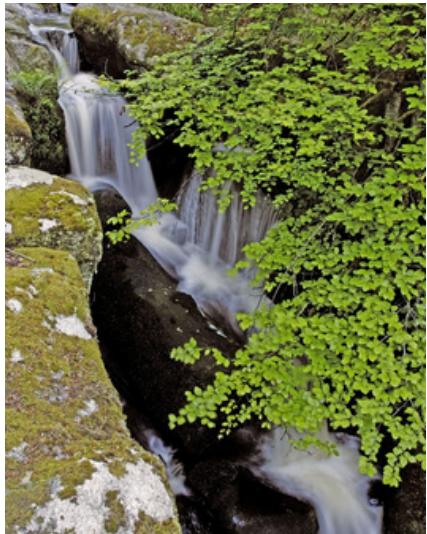
1. Partager un espace préservé et une qualité de vie
2. Structurer une offre engagée sur les 4 saisons
3. Adapter l'offre aux besoins de tous les publics



Les actions déployées visent à faire monter en compétences les professionnels et soutenir une transformation concrète des pratiques, avec des outils simples, adaptés et opérationnels :

- **Organisation de webinaires, masterclass et accompagnements individualisés**
- **Création d'un référentiel d'éco-motivation** pour classer les hébergements selon leur engagement durable
- **Espace de ressources en ligne** sur le site internet professionnel
- **Espace dédié au tourisme durable à la Bourse aux documents**

Les actions visent également à créer une dynamique collective porteuse de sens, au cœur de l'identité creusoise et des attentes des visiteurs d'aujourd'hui à travers des actions à destination des touristes et des habitants :



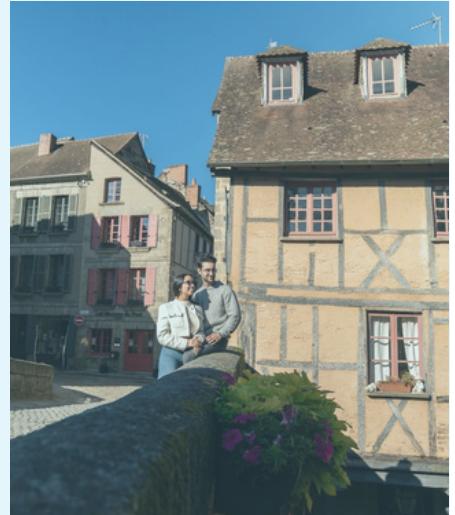
- **La valorisation des savoir-faire locaux et des entreprises touristiques** via espace dédié sur le site internet autour de l'agritourisme et des circuits courts, enrichi par les vidéos « **La Creuse en circuits courts** » ainsi que la brochure "**Fermes & Terroir**", recensement des fermes, marchés, boutiques de producteurs et drives paysans
- La réalisation d'un **podcast immersif** dans les espaces naturels protégés
- La **promotion d'offres accessibles** aux publics empêchés notamment à mobilité réduite
- **Assurer le rôle de relai territorial** de l'offre de Tourisme de Savoir-Faire en lien avec la Région et le CRT Nouvelle-Aquitaine

Face à un contexte de tensions budgétaires Creuse Tourisme souhaite engager une réflexion structurante sur l'organisation touristique territoriale.

Objectifs de la démarche

L'objectif est d'optimiser les ressources et renforcer la cohérence territoriale d'une stratégie partagée autour de trois objectifs majeurs :

- **Garantir l'efficience des actions** (Promotion/communication ; structuration entre les sites touristiques, taxe de séjour etc) par l'optimisation des ressources financières et humaines.
- **Renforcer la performance économique** du tourisme par une approche intégrée entre promotion, ingénierie, innovation et développement local.
- **Fédérer les acteurs** pour assurer la promotion et la structuration de la destination Creuse.



Cette démarche s'articulera autour de trois leviers de transformation prioritaires :

1-Promotion et marketing territorial :

Renforcer les campagnes pour maintenir la notoriété de la destination autour de la marque commune *L'Esprit Creuse* pour renforcer l'identité et la visibilité de la destination.

2-Accompagnement des acteurs locaux :

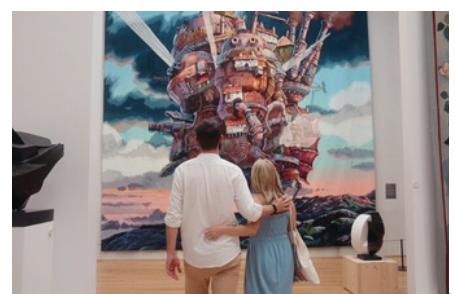
Porteurs de projets et prestataires touristiques pour consolider leurs activités et favoriser l'investissement touristique ;

Offices de tourisme et EPCL, dans la redéfinition des missions et des projets stratégiques.

3-Développement d'un tourisme des 4 saisons :

La Creuse doit renforcer son attractivité tout au long de l'année en s'appuyant sur deux leviers prioritaires :

- les loisirs et la clientèle de proximité
- le maintien et la valorisation des événements sportifs



Une réflexion concertée dans une démarche prospective

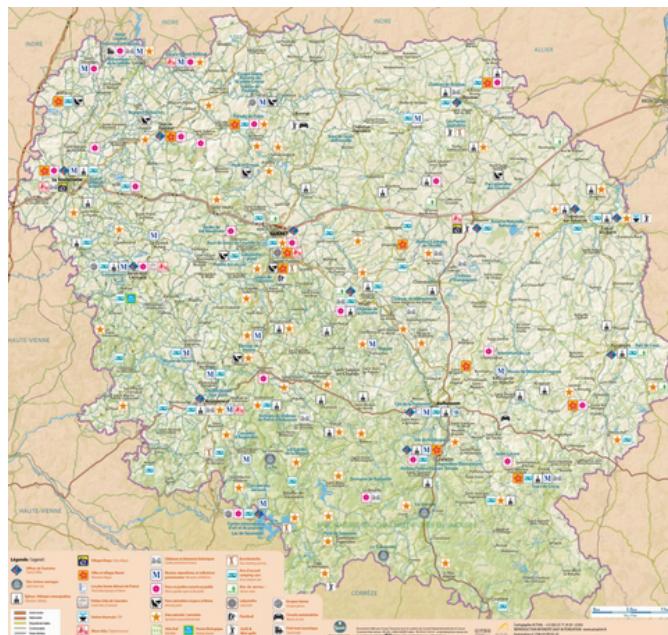


L'ambition et la portée stratégique de cette étude justifient le **recours à un cabinet extérieur**, apportant une expertise spécialisée, neutre et objective, afin d'accompagner l'ensemble des acteurs dans la construction d'un projet partagé et porteur de sens.

Le projet s'inscrirait dans une **dynamique de co-construction**, fondée sur une concertation élargie avec l'ensemble des parties prenantes du territoire. Des entretiens individuels et collectifs seraient menés afin de recueillir la vision des acteurs, confronter les regards portés sur les actions et initiatives existantes. Cette démarche permettrait de **nourrir la réflexion stratégique** en clarifiant les orientations à privilégier, en évaluant les positionnements des différents acteurs, et en explorant les conditions favorables à un projet commun.

Résultats attendus

- Définition d'une vision partagée par les territoires
- Définition d'une stratégie cohérente et d'une mutualisation efficace des moyens
- Définition de modalités d'organisation les plus adaptées au contexte local et aux attentes exprimées par les acteurs.
- Définition d'une organisation durable, lisible et efficace pour renforcer la compétitivité touristique de la Creuse.



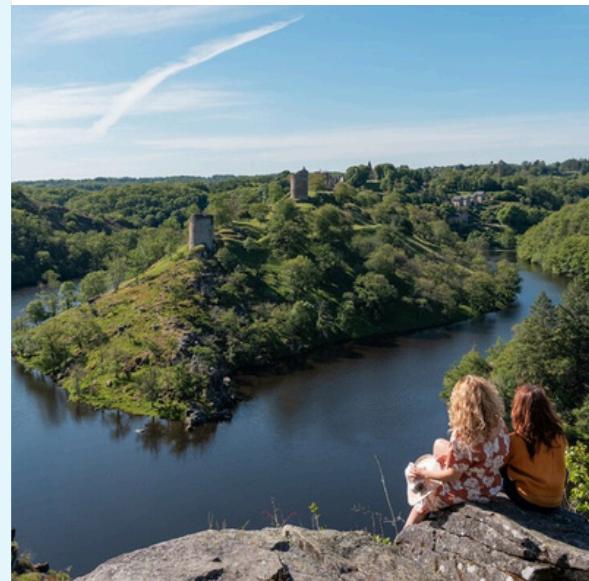
Accompagnement des EPCI dans leur stratégie de développement touristique et marketing

Creuse tourisme accompagne certains EPCI dans la définition de leur stratégie touristique, l'optimisation de la gestion de la compétence tourisme tout en maîtrisant leurs charges. Les conventions sont établies sur mesure en fonction des objectifs et des ressources internes des EPCI.

Accompagnement de la Communauté de communes du Pays Dunois

La collaboration repose principalement sur la **stratégie de communication** partagée depuis quatre ans. En lien étroit avec le service tourisme, Creuse Tourisme conçoit et déploie le **plan média** du territoire, pour assurer une mise en œuvre efficace.

Au-delà de la communication, un appui en ingénierie est également apporté. Il se traduit notamment par la participation active de Creuse Tourisme à la Journée du tourisme organisée par l'EPCI, au suivi des projets de développement, à la mise à disposition de données issues de l'observatoire départemental.



Accompagnement de la Communauté de communes 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 œuvre de la stratégie touristique de l'EPCI.

Cela comprend entre autres des **actions de conseil et de gestion de projets**, la définition des **orientations stratégiques**, la conception et la mise en œuvre d'un **plan de communication**, la création éditoriale et de la conception graphique.

BUDGET ACTIONS 2026

		BP 2025	BP 2026
ABONNEMENTS ET DISPOSITIFS	Observation	15 500€	6 950€
	Qualification de l'offre	38 500€	38 500€
	Maintenance outils	37 300€	45 360€
	Conseil et accompagnement des professionnels (place de marché)	4 000€	4 000€
	TOTAL	94 800€	94 810€
PLAN MEDIAS	Soutien aux évènements	8 000€	6 000€
	Promotion des ventes	11 500€	9 500€
	Réseaux sociaux	10 000€	10 000€
	Editions	15 000€	17 100€
	Production vidéo	1 000€	2 000€
	Campagnes de communication	74 000€	58 000€
	Presse	20 200€	20 000€
	Salons BtoB et BtoC	18 100€	12 500€
	TOTAL	157 800€	135 100€
GESTION DE PROJETS ET STRUCTURATION	Contrat de destination	2 500€	2 500€
	Marketing V87	31 000€	23 800€
	Mission durable	15 500€	11 100€
	Etude évolution organisation touristique territoriale		40 000€
	TOTAL	49 000€	77 400€
TOTAL ACTIONS		301 600€	307 310€