

L'ESPRIT  
CREUSE



GUIDE  
TOURISME

# SAVOIR QUI FAIT QUOI

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

# SOMMAIRE

## LE TOURISME, QUELQUES REPÈRES

1. Touristes et visiteurs p. 4
2. Le parcours du visiteur p. 6
3. Les chiffres clés en France p. 8
4. L'économie du tourisme dans La Creuse p. 9

01

## LE TOURISME, UNE OFFRE PLURIELLE

1. Définition et composantes p. 16
2. Qualification de l'offre p. 18
3. Marques et labels p. 20

02

## LE TOURISME, UNE COMPÉTENCE PARTAGÉE

1. Cadre réglementaire p. 27
2. L'État p. 28
3. La Région p. 30
4. Le Département p. 32
5. Les Collectivités Locales p. 34
6. La Taxe de séjour p. 40
7. Une Fédération Nationale p. 42

03

# INTRODUCTION

Le tourisme est un moteur essentiel de développement économique et social. Génératrice de richesses et d'emplois, l'activité touristique est fortement liée à son territoire et très dépendante de son attractivité : identité locale, géographie, paysages, infrastructures, commerces et services...

L'organisation touristique repose sur une structure qui paraît parfois complexe, articulée autour des acteurs publics clés, de l'échelon national à l'échelon local. Ces acteurs collaborent, accompagnent et travaillent de concert pour développer l'économie touristique.

Afin de permettre une meilleure compréhension des missions, des responsabilités et des activités de chacun, nous avons conçu ce guide. En feuilletant ces pages, vous découvrirez comment, grâce à l'implication et à la synergie des acteurs locaux, notre Département est un maillon incontournable de l'organisation touristique par sa proximité territoriale notamment avec les offices de tourisme.

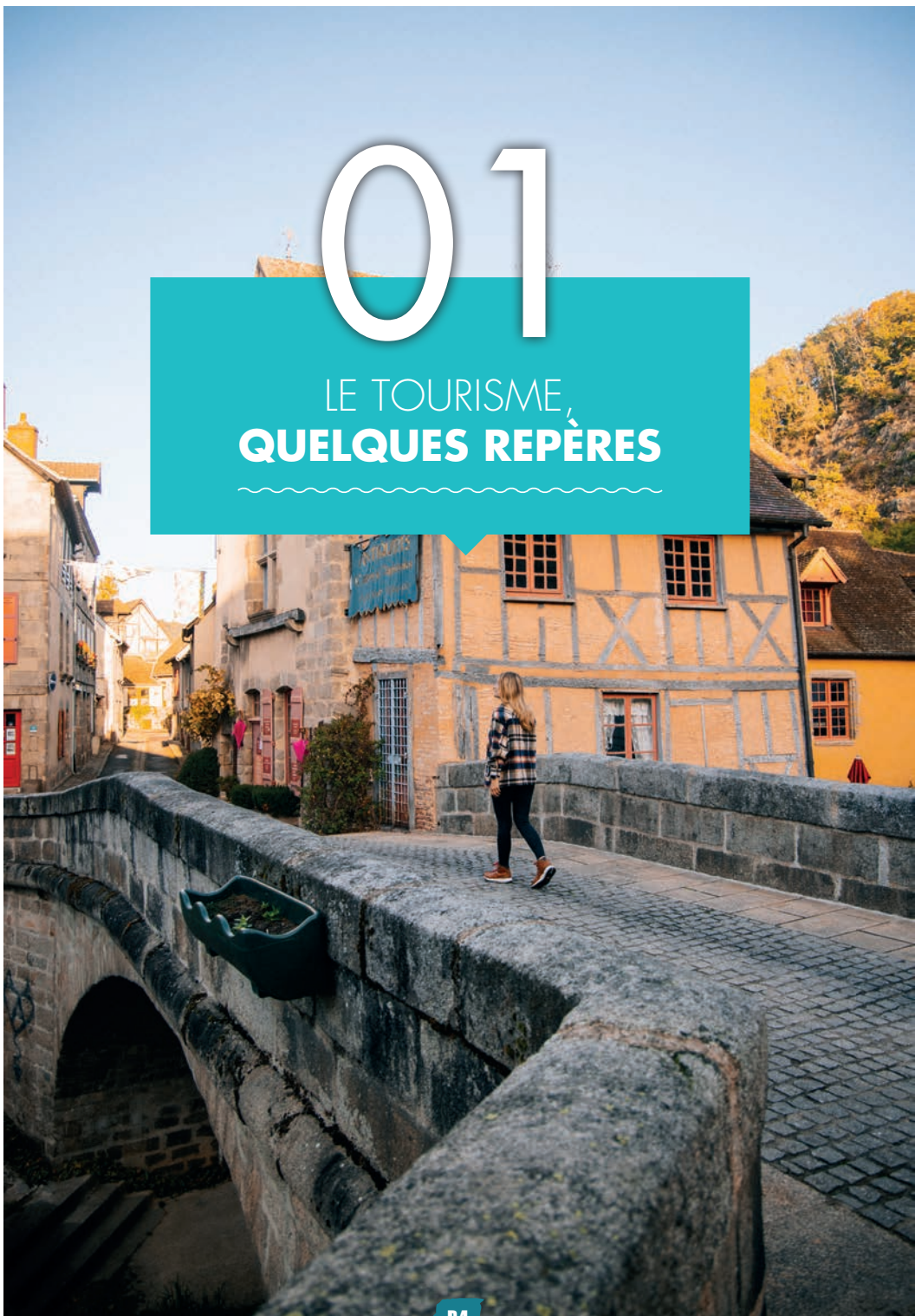
Enfin, rappelons-nous que le tourisme est bien plus qu'une activité économique : il est un vecteur de rapprochement entre les hommes, un levier pour le développement local et un moyen de valoriser nos richesses naturelles et culturelles.

**Catherine DEFEMME**  
Présidente de Creuse Tourisme



# 01

## LE TOURISME, QUELQUES REPÈRES



# 1

## TOURISTES ET VISITEURS

### Définitions

Touriste : personne qui se déplace entre deux lieux géographiques pour son plaisir, hors de son lieu de vie habituel, et qui effectue au moins une nuitée sur place, ce qui le différencie de l'excursionniste qui fait l'aller-retour dans la même journée. Le touriste fréquente donc des lieux différents que ceux de son quotidien habituel et y effectue des activités de loisirs.

L'identité du touriste dure le temps du voyage, elle est propre à chaque individu, à ses représentations, à ses pratiques touristiques. Le concept de pratiques touristiques désigne au sens premier "ce que fait un touriste pendant son déplacement".

En somme, les visiteurs de nos territoires sont des touristes ou des excursionnistes.

### Le parcours client

L'attractivité touristique passe par l'approche "parcours client".

À retenir :

**L'ASPIRATION AU VOYAGE** - Le potentiel visiteur recense les destinations qui correspondraient à ses attentes. Ici, l'image et la réputation de la destination sont fondamentales.

**LA PRISE DE DÉCISION** - Les proches, les réseaux sociaux et les blogs de voyage jouent un rôle majeur dans le choix d'un prochain voyage.

**LA PRÉPARATION** - L'accès aux informations en ligne doit être simple, agréable et rassurant, elles doivent permettre de présenter les moyens de transport et faciliter la réservation de leur hébergement. Le Bilan 2023 du tourisme de loisir des Français de 15 ans et + : réalisé par le Cabinet Raffour Interactif indique que 82% des touristes ont recours à la consultation en ligne pour préparer leurs voyages. Et que 65% des touristes ont réservé tout ou partie de leur séjour en ligne ( contre 56% en 2022).

**LA VISITE** - Il convient ici de travailler l'accueil, la signalétique, les possibilités de restauration et tout ce qui contribue à la première impression du visiteur sur le territoire. La personnalisation du son séjour, par des échanges avec les habitants ou l'accès aux "pépites" locales par exemple, deviennent des éléments indispensables à mettre en lumière.

**LE POST-SÉJOUR** - C'est ici que la réputation de la destination se dessine via les retours que le visiteur fera sur les réseaux sociaux. Assurer un bon service après-vente en invitant le client à partager ses meilleurs souvenirs pourra contribuer à les fidéliser et faire venir leurs proches.

## Inspirer

L'image et la notoriété du territoire vont susciter l'envie de venir y séjourner.

Objectif: Capter le client en parlant de la destination. Types d'actions : campagnes publicitaires sur Internet comme Google adwords, réseaux sociaux, vidéo, mise en valeur sur les sites Internet de la destination, travailler la qualité du contenu éditorial....

Saviez-vous que 60% des voyageurs français n'ont pas encore d'idée précise sur leur destination finale au moment de débiter leur recherche en ligne pour un prochain voyage? On voit donc qu'il y a un grand potentiel d'influencer ces consommateurs en amont du processus décisionnel.

(source *Le parcours d'achat des voyageurs français* - Publié le 18 septembre 2023 - <https://www.etourisme.info/>)

01

## Convaincre

Bouche Le bouche à oreille, les réseaux sociaux et les avis en ligne tiennent une place prépondérante dans le parcours d'achat du visiteur qui s'informe avant de prendre sa décision.

In fine l'achat de séjour repose sur le triptyque destination / produits / prix

On apprend également que 23% des Français déclarent avoir été influencés par la publicité dans leur décision de voyage (contre 19% en moyenne pour les autres pays). Comment peut-on les influencer? Voici les éléments qui ressortent comme les plus importants:

- Des images exceptionnelles (53%)
- Promotions ou offres spéciales (43%)
- Contenu mettant en avant des expériences intéressantes (39%)
- Contenu inspirant (39%)

(source : *Le parcours d'achat des voyageurs français* - Publié le 18 septembre 2023 - <https://www.etourisme.info/>)

02

03

## Faciliter

Fluidité ! Ce doit être le maître mot de la préparation du séjour. Tout doit être facilité de l'accès à l'information à la réservation d'hébergement et d'activités

Les sites Internet facilitent la concrétisation de l'achat. Le futur visiteur est rassuré par la simplicité du processus.

04

## Accompagner

Accueil en séjour, digitales ou imprimées, les informations doivent être facilement accessibles pour un séjour sans contrainte et une expérience harmonieuse.

*Site Internet Creuse Tourisme, Carnet de route numérique personnalisable (Roadbook en Office de Tourisme), brochures imprimées...*

05

## Fidéliser

L'après-séjour est le moment où le visiteur devient ambassadeur du territoire : photos, posts, partages...

Ses souvenirs de vacances contribueront à l'image et à la notoriété du territoire visité.

*La dernière phase du récit se trouve essentiellement sur les réseaux sociaux. Inciter à donner son avis à partager son expérience.*

2

## LE PARCOURS DU VISITEUR

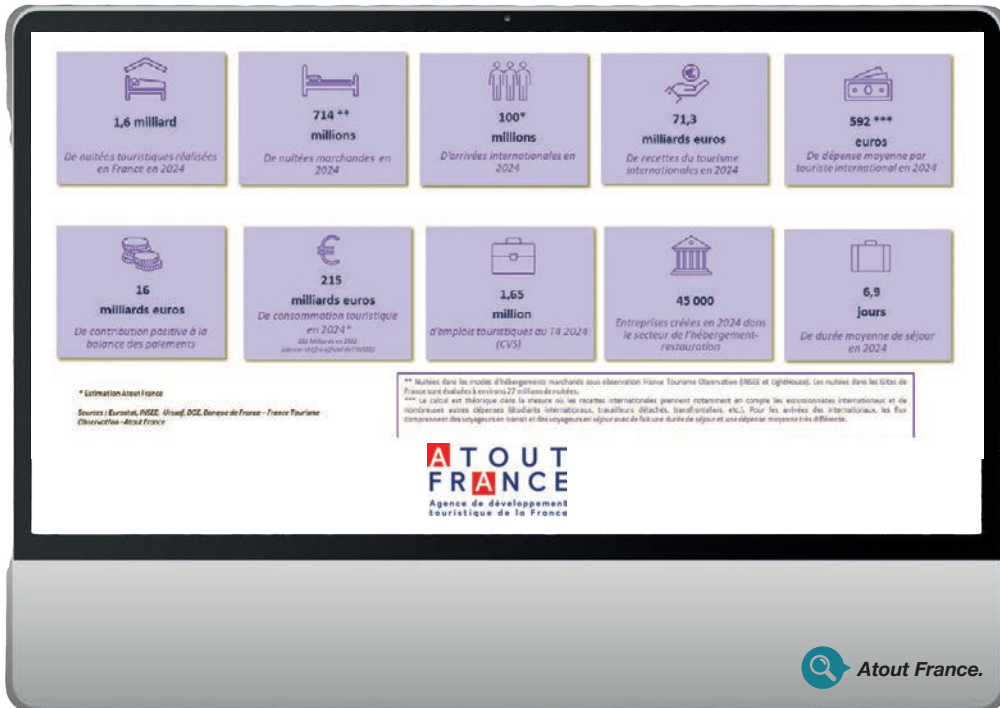
# 3

## CHIFFRES CLÉS EN FRANCE

- Le tourisme se place au 1er rang des industries mondiales et représente près de 1,4 milliard de touristes internationaux entrants par an.
- En 2021, 68% des touristes se sont rendus en Europe.
- La France reste la 1ère destination mondiale en 2021 en accueillant 40 millions de

visiteurs internationaux et la 3ème destination pour les recettes générées par ce tourisme international. Chaque année, le tourisme représente plus de 90 millions de voyageurs et le nombre d'emplois liés à cette industrie est estimé à plus de 2 millions. La France bénéficie d'un atout capital avec sa diversité, ses variétés de paysages, son patrimoine historique et architectural ou encore sa gastronomie.

## Le tourisme en France c'est...



# 4

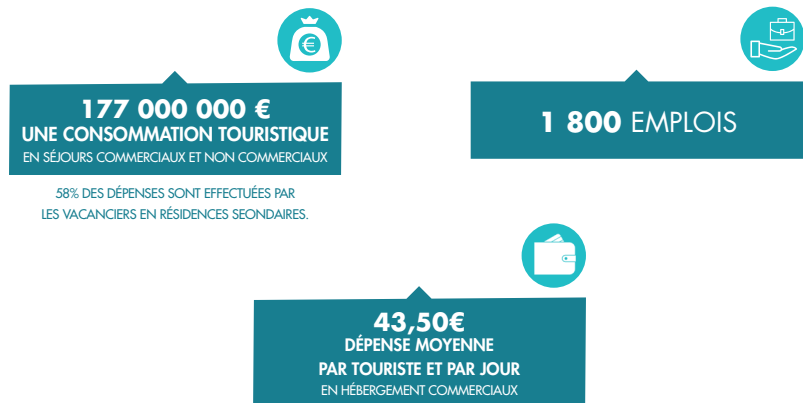
## L'ÉCONOMIE DU TOURISME DANS LA CREUSE

### Chiffres à retenir

- 100 000 lits touristiques
- 4 millions de nuitées



## Retombées économiques en 2025

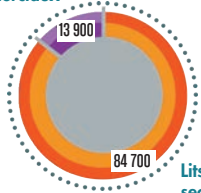


## Capacité d'accueil en 2025

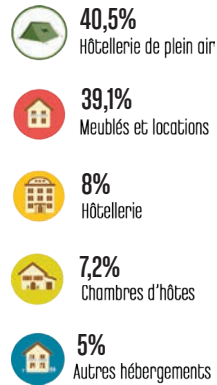
Plus de 1000 prestataires d'hébergement composent le paysage touristiques. 77% de la capacité d'accueil est concentré en hôtellerie de plein-air et en meublés de tourisme.

**98 000**  
LITS TOURISTIQUES

Lits commerciaux



Lits en résidences secondaires



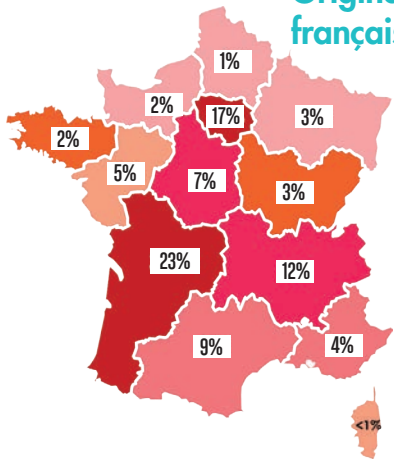
## La clientèle en 2025

Un peu plus de 9 clients sur 10 sont Français. La durée moyenne de séjour est de 4,5 jours (6 en Nouvelle-Aquitaine).

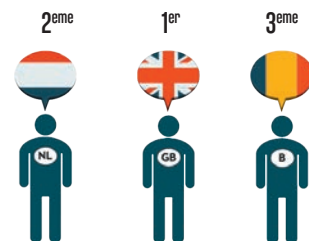
- Périodes de séjours : 61% entre mai et octobre dont 25% en juillet et août
- 5 touristes sur 10 viennent en famille ou en famille avec des amis

Source : étude de clientèles 2025 - CRT NA / BVA-IPSOS

### Origine clientèle française



### Le TOP 3 de la clientèle étrangère :



## Nuitées touristiques en 2025

Le département de La Creuse compte près de 3,9 millions de nuitées dont 71% en résidences secondaires en 2025.



### Un territoire accessible et central :



## Activités de loisirs

La seule station thermale du Limousin, Evaux-les-Bains accueille environ **3000 curistes** chaque année.



Une filière pêche en développement : **3800 km** de rivières et **4000 ha** de barrages et plans d'eau.



## Des patrimoines naturels et culturels uniques

-  La tapisserie d'Aubusson classée depuis 2009 au Patrimoine Mondial Immatériel de l'UNESCO 
-  **1** Petite Cité de Caractère : Bénévent l'Abbaye
-  **1** Commune Plus Beaux Détours de France : Aubusson
-  **2** Villages Étapes : Gouzon et La Souterraine
-  **12** Villages Fleuris
-  **1** Réserve Naturelle nationale : l'étang des Landes-Lussat
-  **1** Parc Naturel Régional : Millevaches en Limousin (Réserve Internationale de Ciel étoilé)
-  **1** Plus Beaux villages de France : Chambon sur Vouèze



- ▶ **15** plans d'eau aménagés.
- ▶ **2700 KM** d'itinéraires de randonnée inscrits au PDIPR, dont 8 GR (524 km) et 4 GRP (205 km)
- ▶ **4** bases VTT labellisées. dont 1 base gravel
- ▶ **1** Grande Traversée VTT plus de 600kms balisés
- ▶ **1** golf.
- ▶ **1** itinéraire jacquaire de Bénévent à Rocamadour (86 km en Creuse).
- ▶ **4** itinéraires Véloroutes (plus de 427 kms balisés dont 327 kms pour le tour de la Creuse) inscrits au schéma national et 880 kms de boucles locales (dont 35 balisées)
- ▶ **31** hébergements qualifiés « pêche »
- ▶ **7** moniteurs-guides de pêche
- ▶ **20** structures qualifiées « Accueil Vélo »



**115 000 HABITANTS**

Une densité de population de 22 habitants / km<sup>2</sup> (moyenne nationale : 113 habitants / kms<sup>2</sup>)

256 communes organisées en 1 communauté d'agglomération, 8 communautés de communes et 1 PNR (Parc National Régional Millevaches en Limousin).



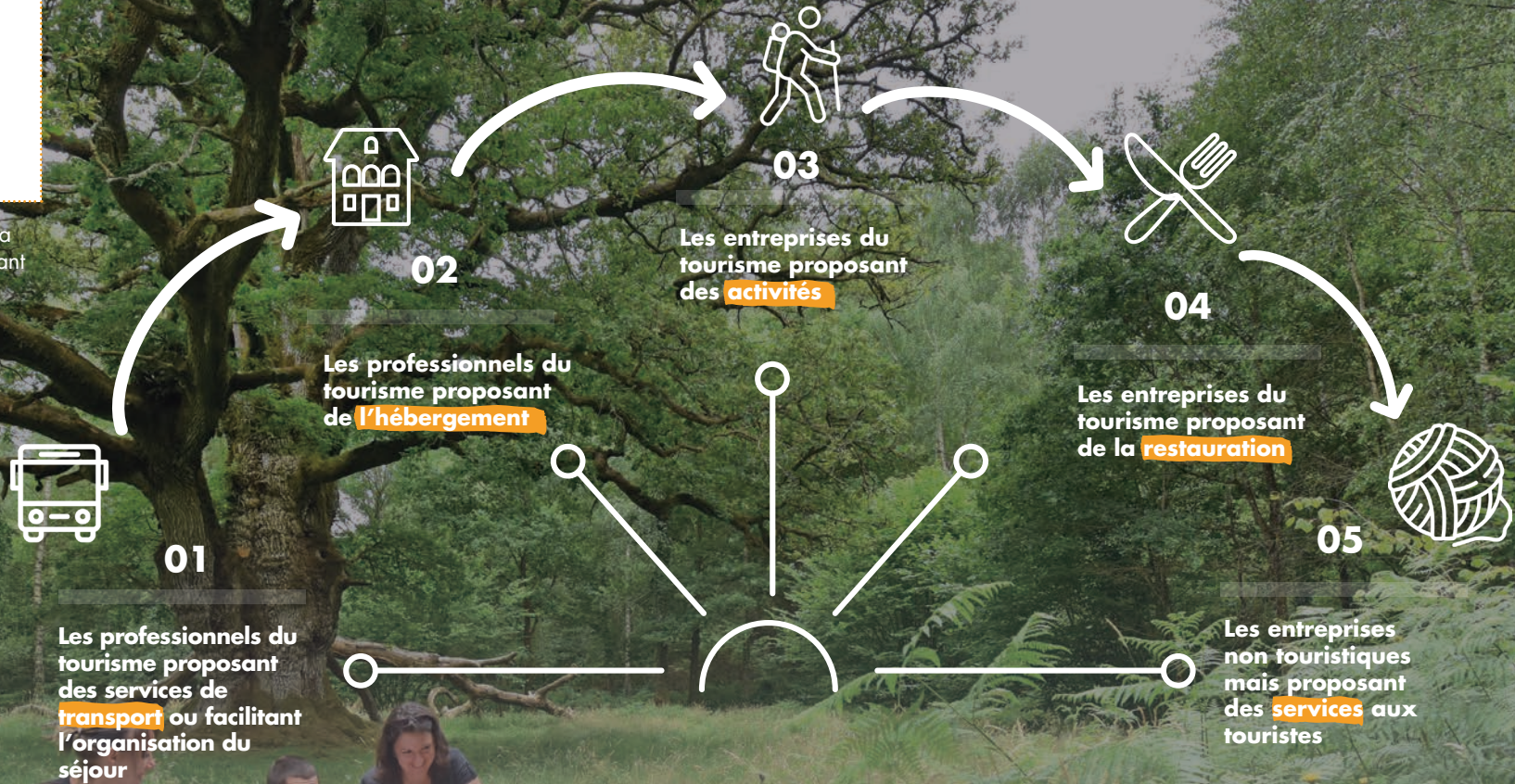
# 02

## LE TOURISME, UNE OFFRE PLURIELLE



# 1 DÉFINITION ET COMPOSANTES

« L'offre touristique se définit comme la quantité de biens et de services pouvant être présente sur le marché à un prix donné. » (Raboteur, 2000)  
 Elle se présente comme un « panier » de biens et de services (transport, hébergement, activités, restauration, ...) qui est proposé aux touristes consommateurs pour satisfaire leurs besoins.



**01**

● ○ ○ ○ ○

SNCF  
 Locations de véhicules  
 Autocars  
 Agences de voyages

**02**

● ● ○ ○ ○

Hôtels  
 Campings  
 Meublés de tourisme  
 Chambres d'hôtes  
 Gîtes d'étapes et de séjours

**03**

● ● ● ○ ○

Sites de visites  
 Musées  
 Patrimoine : châteaux, parc et jardins  
 Activités de pleine nature

**04**

● ● ● ● ○

Restaurants  
 Service de restauration sur site touristiques, food truck...

**05**

● ● ● ● ●

Visites d'entreprises, visites d'exploitations agricoles, ateliers d'artisans...

## 2

## QUALIFICATION DE L'OFFRE

La qualité concerne les entreprises et les territoires. Ainsi, certaines démarches qualité sont spécifiques aux entreprises ou aux clientèles, par exemple le classement en étoiles pour les hébergements ou encore « Tourisme et Handicap ».

Grâce à elles, les professionnels sont en capacité de satisfaire les clientèles ciblées.

Elles permettent de positionner un territoire, d'afficher ses valeurs, ses engagements. Améliorer la qualité de l'offre touristique contribue à développer l'attractivité, à soutenir les entreprises et ainsi proposer des services et des prestations en adéquation avec les attentes des clientèles.

## LE CLASSEMENT DES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES

Le classement est une démarche volontaire. Il concerne : les hôtels de tourisme, les campings et parcs résidentiels de loisirs, les résidences de tourisme, les villages de vacances et les meublés de tourisme. L'hébergement classé obtient de 1 à 5 étoiles.

### LES CRITÈRES :

Les critères évalués s'appuient sur le niveau de confort et la qualité de services et sont vérifiés tous les 5 ans par un organisme de contrôle accrédité par le Cofrac.

### LES PLUS DU CLASSEMENT EN ÉTOILE :

Le but premier du classement est de fournir aux voyageurs un indicateur clair et fiable sur le niveau de prestations attendues. Encadrée et contrôlée, la démarche leur offre la garantie que votre logement répond à un certain nombre de critères définis par l'État.



## À qui s'adresser pour faire classer son hébergement ?

Atout France est l'organisme chargé du suivi du classement des hébergements. Le site [classement.atout-france.fr](http://classement.atout-france.fr) regroupe l'ensemble des informations relatives aux procédures de classement et propose une plateforme de suivi de cette démarche volontaire.

### POUR LES MEUBLÉS DE TOURISME DANS LE DÉPARTEMENT DE LA CREUSE, VOUS POUVEZ CONTACTER :

- **Gîtes de France Creuse** au 05 55 61 50 15 / [infos@gites-de-france-creuse.fr](mailto:infos@gites-de-france-creuse.fr)
- **Clévacances** (Sophie Jarlier) – animatrice Creuse, Puy de Dôme et Loire : 06 19 35 55 67 / [sophie.jarlier@clevacances.com](mailto:sophie.jarlier@clevacances.com) – [www.clevacances.com](http://www.clevacances.com)
- **InAuris** (contact Creuse) : Valérie Charpentier (contact Creuse) : 06 78 36 80 46 / [classement2336@inauris.fr](mailto:classement2336@inauris.fr)
- Ou un **organisme de classement** accrédité (liste complète sur le site) : <https://pro.tourisme-creuse.com/>

**À noter :** il n'existe pas de classement pour les chambres d'hôtes et les hébergements insolites. Pour les gîtes d'étapes et les auberges de jeunesse, un classement est possible, en auberge collective.

### Zoom sur Chambre d'hôtes référence :

Il n'existe pas de classement spécifiques pour les chambres d'hôtes mais des labels dont chambre d'hôtes référence. C'est la possibilité pour l'exploiter de garantir à ses clients, une qualité à minima de sa prestation. Creuse Tourisme est accrédité pour décerner cette distinction de qualité, le référencement se fait en partenariat avec l'Office de Tourisme local, il est valable pendant cinq ans.

## 3

## MARQUES ET LABELS

Les **labels et marques touristiques** permettent de rassurer les consommateurs et peuvent être utilisés par les organisations touristiques pour se démarquer de la concurrence à des fins promotionnelles.

Par exemple Creuse Tourisme a fait le choix de privilégier la promotion des hébergements classés et/ou labellisés. Les marques et labels contribuent aussi à valoriser des pratiques vertueuses ou à impact positif, offrant un avantage concurrentiel aux entreprises inscrites dans ces démarches.

## CREUSE TOURISME VOUS ACCOMPAGNE

## LA CREUSE EN FAMILLE



Valorise les prestataires d'activités ayant engagé une démarche globale en faveur de l'accueil des familles (tarifs, visites adaptées...). Les offres labellisées La Creuse en famille sont mises en avant sur les supports de communication de Creuse Tourisme.

## RANDO QUAL'ITI CREUSE



Label départemental qualifiant l'organisation manifestations de randonnées pédestres ou cyclistes ainsi que les itinéraires de randonnées de la Creuse pour garantir aux pratiquants une qualité de services, d'accueil et d'organisation.

## LES INÉVITABLES



Les Inévitables est une marque déposée qui a pour objectif de valoriser l'utilisation des produits locaux dans les menus des restaurateurs creusois, ainsi que la mise en réseau des producteurs et restaurateurs sur le département de la Creuse.

## HÉBERGEMENTS PÊCHE



Le Label « Hébergement Pêche » est attribué par la Fédération Départementale de Pêche à des hébergements ouverts à la location touristique proposant des services et des aménagements pour une clientèle de pêcheurs.

## RÉFÉRENTIEL HÉBERGEMENT DURABLE



Le référentiel tourisme durable est un dispositif destiné à accompagner et valoriser les hébergeurs touristiques engagés dans une démarche de développement durable.

## VILLES ET VILLAGES FLEURIS



Le label «Villes et Villages Fleuris», récompense une démarche de valorisation par le végétal qui s'inscrit dans une ambition municipale globale et à long terme, avec 4 enjeux :

- Améliorer la qualité de vie des habitants et des visiteurs
- Favoriser l'attractivité touristique, économique et résidentielle
- Agir en faveur de l'environnement
- Renforcer le lien social.

Creuse Tourisme accompagne les communes susceptibles d'intégrer le label (visite sur site, conseil d'aménagement, audit...)

## PETITES CITÉS DE CARACTÈRE



Accompagne le développement des communes de moins de 6000 habitants dans le respect de leur patrimoine.

## PLUS BEAUX VILLAGES DE FRANCE



Depuis sa création, le réseau des «Plus Beaux Villages de France» a pour objectifs statutaires de préserver et valoriser le patrimoine de ses villages membres pour accroître leur notoriété et favoriser ainsi leur développement économique.

## ACCUEIL VÉLO



Garantit un accueil et des services de qualité le long des itinéraires cyclables pour les cyclistes en itinérance.

## TÈRRA AVENTURA



tèrra aventura  
GEOCACHING Nouvelle-Aquitaine



«Tèrra Aventura» est un concept de géocaching ludique développé en Nouvelle-Aquitaine. Ce jeu d'aventure permet de découvrir le patrimoine culturel, naturel et historique de la région en suivant des parcours thématiques. Les joueurs, appelés «géocacheurs», suivent des indices et résolvent des énigmes pour trouver des «caches», de petits trésors cachés dans des lieux emblématiques.

Creuse Tourisme et les Offices de Tourisme coordonnent les actions de promotion liées à cette opération et conseillent les communes dans la création de parcours et la rédaction de leur dossier de candidature qui doit répondre à des critères précis.

## HÉBERGEMENTS



Le label Gîtes de France recense les hébergements situés en dehors des villes. Ce label est décliné en plusieurs marques, comme Écogîtes mettant en avant les hébergements réduisant leur impact sur l'environnement et Gîte Panda désignant les logements situés en zone protégée et s'engageant, notamment, à préserver la biodiversité.

Le relais départemental des Gîtes de France accompagne chaque étape du projet : de l'aménagement d'un bâtiment en hébergement touristique à l'obtention du label Gîtes de France (jusqu'à 5 épis) et jusqu'à la commercialisation des prestations par l'agence de voyages « Creuse Loca'Gîtes »

**Contact :** 1 Rue du Dr Eugène Jamot, 23000 GUÉRET  
Tél. 05 55 61 50 15  
[www.gites-de-france-creuse.com](http://www.gites-de-france-creuse.com)



Accueil Paysan est constitué de paysans et d'acteurs ruraux, engagés dans un mode de production privilégiant la qualité, maîtrisant leurs investissements et leurs prix, sachant valoriser leurs produits. Ils souhaitent faire découvrir leur métier, leur mode de vie, leur environnement ; partager leurs connaissances, leurs savoir-faire, leurs activités.

**Contact :** André Humbert - la Maison Rouge - 8, Villemôme 23380 Glénic - 06 82 39 75 56 - mail : [nouvelle-aquitaine@accueil-paysan.com](mailto:nouvelle-aquitaine@accueil-paysan.com) <http://www.accueil-paysan.com/fr/>

CléVacances  
LOCATIONS & CHAMBRES D'HÔTES

Clévacances France offre une grande diversité d'hébergements locatifs de qualité partout en France, en ville, à la campagne, à la montagne, en bord de mer... à chacun son Clévacances ! Les locations se voient attribuer de 1 à 5 clés en fonction du confort et des prestations offertes. La Charte Clévacances garantit le confort et la qualité d'un logement labellisé. Elle repose sur 3 notions principales : l'environnement, l'aménagement intérieur et l'accueil.

**Contact :** Sophie Jarlier – animatrice Creuse, Puy de Dome et Loire : 06 19 35 55 67 [sophie.jarlier@clevacances.com](mailto:sophie.jarlier@clevacances.com) – [www.clevacances.com](http://www.clevacances.com)

**Tour d'horizon des différents labels à la disposition des hébergements : chambres d'hôtes, meublés de tourisme, hôtels...**

**Retrouvez toutes les informations sur <https://pro.tourisme-creuse.com/>**

Logis  
HOTELS

1ère chaîne de restaurateurs-hôteliers indépendants en Europe – 2400 adhérents et 47 000 chambres dans 8 pays – 5 catégories d'établissements : Logis, l'Exception Logis, Auberge de Pays, Maison by Logis, Insolite by Logis.

**Contact :** 83, avenue d'Italie 75013 Paris  
Tél : 01 45 84 70 00  
[www.logishotels.com](http://www.logishotels.com)



## TOURISME DURABLE



«Bienvenue à la Ferme» : est une marque commerciale française des Chambres d'agriculture. Il s'agit du principal réseau de producteurs fermiers et d'accueil touristique dans les fermes, par les agriculteurs français. Le réseau national Bienvenue à la ferme est composé de plus de 8 000 agriculteurs adhérents. 4 segments regroupent l'offre Bienvenue à la ferme : vente de produits fermiers, restauration, séjours et loisirs.

**Contact :** Maison de l'Economie  
avenue d'Auvergne 23000 Guéret  
Tél. 05 55 61 50 14 – bienvenue-a-la-ferme@creuse.chambagri.fr  
www.bienvenue-a-la-ferme.com/  
limousin



L'Ecolabel Européen est le seul label écologique officiel reconnu dans tous les pays membres de l'Union Européenne. Démarche volontaire de la part du fabricant, il garantit la réduction des impacts environnementaux de produits ou services tout au long de leur cycle de vie, sans compromis sur leur qualité.



Valorise les communes qui proposent une organisation et une animation touristique et de loisirs basées sur la nature, la valorisation et la préservation des patrimoines, les activités et les déplacements doux.



Les critères du label Clef Verte imposent le respect de la nature et des personnes notamment par la maîtrise des consommations en eau et en énergie, par une gestion environnementale des déchets, par des loisirs qui ne nuisent pas à la nature et par une valorisation des acteurs et des atouts naturels du territoire.



Le label Tourisme & Handicap contribue à mieux répondre aux besoins des personnes en situation de handicap, quel que soit le handicap : moteur, visuel, auditif et mental. Le label garantit notamment l'accès facilité aux bâtiments et aux prestations de l'établissement ainsi qu'un accueil personnalisé proposant attention et bienveillance. Le label concerne les hébergements, la restauration, les lieux de visite, les activités de loisirs et culturelles, ou encore les lieux d'information touristique.

## CERTIFICATION

### DESTINATION D'EXCELLENCE :

Anciennement "Qualité Tourisme" est une marque d'État française créée pour valoriser les établissements touristiques qui répondent à des standards élevés de qualité. Ce label s'adresse aux hôtels, restaurants, sites de loisirs, offices de tourisme et autres professionnels du secteur, qui s'engagent à offrir un accueil irréprochable, des services adaptés aux attentes des visiteurs, et une expérience authentique. Pour obtenir cette distinction, les établissements sont soumis à des audits réguliers et doivent respecter des critères exigeants en matière de satisfaction client, d'information, d'accueil, et de confort. Ce label constitue ainsi une garantie de confiance et de fiabilité pour les touristes en matière de satisfaction client, d'information, d'accueil, et de confort.



## 03

LE TOURISME,  
**UNE COMPÉTENCE PARTAGÉE**

## 1

**CADRE RÉGLEMENTAIRE****Le Code du Tourisme**

C'est le recueil organisé des textes législatifs et réglementaires applicables en matière de droit du tourisme. Sa création, en 2016, fut motivée par l'hétérogénéité de la législation portant sur le secteur du tourisme. Il régit les missions des acteurs du tourisme.

**Le Code Général des Collectivités Territoriales (CGCT)**

S'il ne concerne pas directement le secteur du tourisme, il régit le fonctionnement des collectivités et, par conséquent, a un impact sur celui des organismes institutionnels du tourisme. C'est le cas de la loi NOTRe – Nouvelle organisation de la République - intégrée au Code, qui a entraîné la redéfinition des compétences au sein des Établissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI / Communautés de Communes et Communauté d'Agglomérations).

**L'organisation institutionnelle**

« **L'État, les régions, les départements et les communes sont compétents dans le domaine du tourisme,** en coopération et de façon coordonnée. »

(Article L.1111-1 du Code du tourisme)

Chaque collectivité reste indépendante dans l'exercice de sa compétence. (Articles L.1111-3 du CGCT)

À chaque niveau, la compétence s'exerce entre la force publique, porteuse de la politique du tourisme, et une structure « satellite » à vocation opérationnelle.

## Le rôle de l'État

L'État assure :

La promotion touristique nationale en liaison avec les collectivités territoriales et les partenaires concernés.

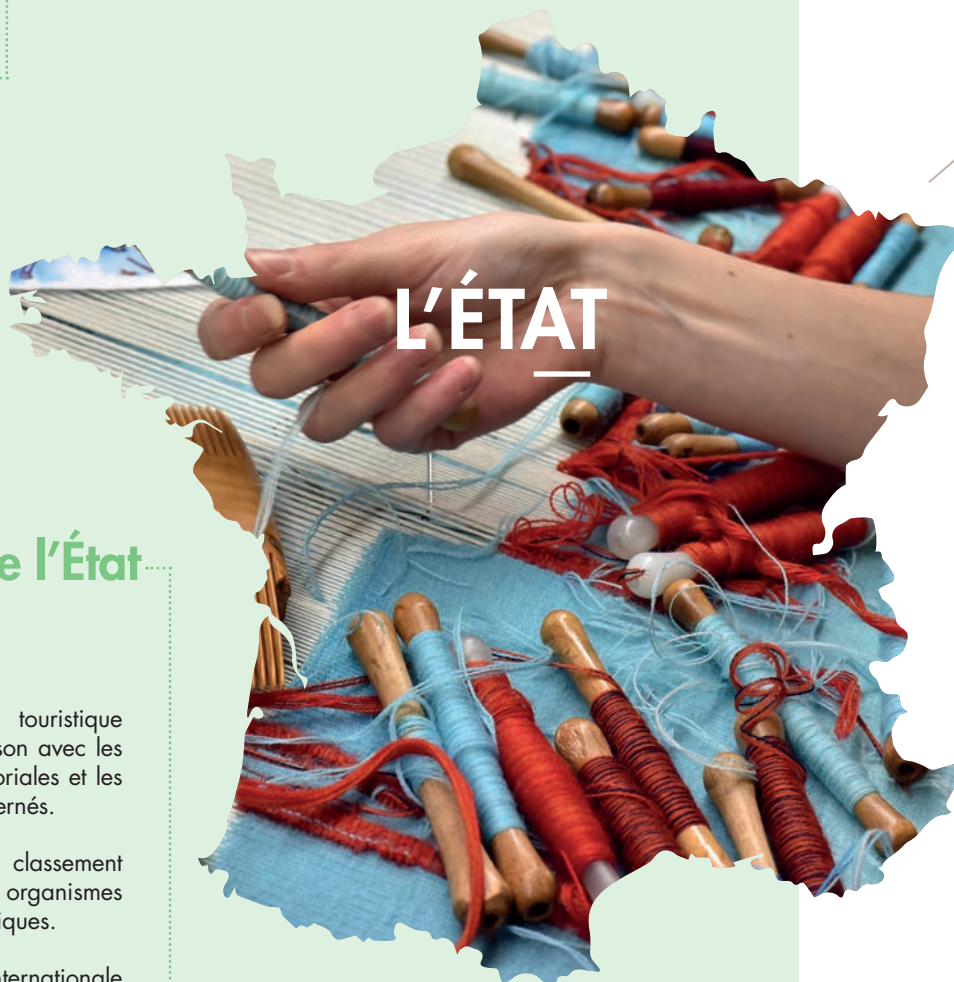
L'agrément et le classement des équipements, organismes et activités touristiques.

La coopération internationale dans le domaine du tourisme.

Le concours aux actions de développement touristiques engagées par les collectivités territoriales (notamment par la signature de contrat de plan avec les Régions).

Article L.121-1 du Code du tourisme

<https://www.entreprises.gouv.fr/fr/tourisme>  
<https://nouvelle-aquitaine.dreets.gouv.fr/>



# L'ÉTAT

### VOS INTERLOCUTEURS :

**DGE** : Direction Générale des Entreprises - et les **DREETS** - Directions Régionales de l'Économie - sont les interlocuteurs privilégiés des collectivités dans le pilotage de leur politique touristique :

- Soutien dans le développement et la structuration de l'offre,
- Promotion des marques à l'international,
- Développement de l'innovation dans les territoires.

### QUELLES ACTIONS PEUVENT VOUS INTÉRESSER :

#### - Vous souhaitez vendre des séjours touristiques ou des forfaits touristiques

Que vous soyez association ou entreprise vous devez être « immatriculé » au registre national des opérateurs de voyages ou de séjours, géré par l'Agence de développement touristique de la France (Atout France).

L'immatriculation atteste que l'opérateur concerné remplit les conditions de garantie financière et de responsabilité civile professionnelle prévues par le code du tourisme pour pratiquer cette activité.

L'ensemble de ces conditions est vérifié par la commission d'immatriculation au sein d'Atout France.

#### - Vous cherchez des financements pour développer votre activité ? :

L'État soutient le développement de l'activité touristique en France par le biais de fonds thématiques ou par des appels à projets. Ces dispositifs sont souvent temporaires, l'éligibilité des projets soutenus doivent répondre à des cahiers de charges précis. Pour connaître l'actualité des aides en cours rendez-vous sur le site :

<https://pro.tourisme-creuse.com/>

#### - Vous souhaitez obtenir un classement ? :

En termes de classement (voir pages précédentes) c'est Atout France qui attribue les classements pour tous les hébergements, hors meublés de tourisme.

## Atout France

**ATOUT FRANCE**  
 Agence de développement touristique de la France

Atout France est l'opérateur de l'État français en matière de tourisme. Ses objectifs sont la promotion du tourisme en France, la réalisation d'opérations d'ingénierie touristique et la mise en œuvre d'une politique de compétitivité et de qualité des entreprises du secteur. Cet opérateur est financé par l'État et par ses ressources propres (partenariats et cotisations).  
[www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr)

3



## Le rôle de la Région

La Région est compétente en matière de :

Définition des objectifs à moyen terme du développement touristique régional.

Recueil, traitement et diffusion des données relatives à l'activité touristique dans la région.

Coordination des initiatives publiques et privées dans les domaines du développement, de la promotion et de l'information touristique.

Création d'un Comité Régional du Tourisme.

Adoption du schéma régional de développement du tourisme et des loisirs.

Vote à l'approbation du Conseil Régional.

Articles L.131-1, L.131-2, L.131-3, L.131-7 du Code du tourisme

**Direction du tourisme de la Région Nouvelle-Aquitaine**  
<https://www.nouvelle-aquitaine.fr/>

P.30

# LA RÉGION

## DOCUMENT CADRE

Voté en 2018, le **Schéma régional du tourisme et des loisirs** a pour objectif de permettre à la Nouvelle-Aquitaine de devenir la première destination touristique durable de France. Il est complété par la feuille de route du tourisme durable.

## VOS INTERLOCUTEURS :

Le **Comité Régional du Tourisme** a pour objectif de mettre en œuvre le schéma régional du tourisme et des loisirs à travers les missions suivantes: l'observation de l'activité touristique, l'organisation du tourisme et la promotion de la Nouvelle Aquitaine au niveau national et à l'étranger.

Creuse Tourisme participe aux côtés du Comité Régional du Tourisme à des actions de promotion de la destination (salons, accueils de presse, accueils influenceurs, achats d'espace publicitaire...).

Le CRT pilote également l'opération Terra Aventura et attribue des fleurs pour les villes et villages fleuris.

Site pro : <http://www.crt-nouvelle-aquitaine.com/>

## La MONA :

La Mission des Offices de Tourisme Nouvelle-Aquitaine fédère le réseau des organismes locaux du tourisme. Elle mène une mission de professionnalisation.

## QUELLES ACTIONS PEUVENT VOUS INTÉRESSER ?

### **Vous souhaitez promouvoir votre activité sur Internet :**

- Le CRT propose à tous les départements de la Nouvelle-Aquitaine l'accès au SIRTAQUI. Cette base de données recense toutes les informations touristiques afin qu'elles soient diffusées sur les sites Internet touristiques du département et de la Région mais également, mise à disposition de tiers proposant pour des sites web ou applications à vocation touristique. (ex cirkwi, IGN rando...).

Site grand public Tourisme Nouvelle-Aquitaine : [www.nouvelle-aquitaine-tourisme.com](http://www.nouvelle-aquitaine-tourisme.com)

### **Vous cherchez des financements pour développer votre activité ?**

- Le Conseil Régional de Nouvelle-Aquitaine a mis en place un dispositif de soutien financier en direction des professionnels du tourisme et plus particulièrement en direction des porteurs de projets touristiques. Les conditions d'éligibilité sont disponibles à l'adresse suivante <https://les-aides.nouvelle-aquitaine.fr/tourisme>  
 La Direction du tourisme de la Région Nouvelle-Aquitaine sera votre interlocuteur privilégié sur ces questions. <https://www.nouvelle-aquitaine.fr/les-actions/economie-et-emploi/tourisme>

Elle vous conseille et accompagne dans la réalisation de votre projet touristique.

P.31

# LE DÉPARTEMENT

la CREUSE  
le Département

## Le rôle du Département

Le Département est compétent en matière de :

- Élaboration et adoption d'un schéma d'aménagement touristique départemental.
- Création d'un Comité départemental du Tourisme (CDT). Dans la Creuse, le CDT s'intitule ADRT 23 : Agence de Développement et de Réservations Tourisme le nom commercial utilisé est Creuse Tourisme.

Articles L.132-1 à L132-6 du Code du tourisme

### DOCUMENT CADRE

Voté en 2022, le Schéma départemental de développement du tourisme (SDDT) guide les actions du Conseil Départemental et de son Agence du Tourisme jusqu'en 2028.

Le SDDT est le cadre d'action préparé par les acteurs du territoire via Creuse Tourisme. Il est ensuite voté par les élus départementaux. Véritable feuille de route pour les années à venir, il sert de cadre à l'élaboration des plans d'actions annuels et des budgets.

#### Il est décliné en 3 axes.

- Stratégie réseau et intelligence territoriale.
- Renforcer la chaîne de valeur du tourisme durable creusois.
- Développer la notoriété et l'économie touristique.

**L'Agence Départementale du Tourisme en Creuse** élabore et assure la mise en œuvre du schéma départemental du Tourisme.

Les rôles de ces deux partenaires sont définis dans une convention d'objectifs et de moyens.

Creuse Tourisme est une association loi 1901, créée et financée par le Conseil Départemental.

Un Conseil d'Administration regroupant toutes les parties prenantes : les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI), le Conseil Départemental, les professionnels du tourisme).

Un budget oscillant entre 1,1 et 1,2 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. De plus en plus d'actions sont financées par le biais de partenariats avec les territoires.

### VOTRE INTERLOCUTEUR :

#### L'ADT 23 - Creuse Tourisme

Missions principales de l'ADRT Creuse Tourisme :

- Le renforcement de l'attractivité touristique,
  - La promotion des destinations et des activités.
- (Site grand public : <https://www.tourisme-creuse.com/>)
- L'observation,
  - L'accompagnement des territoires et des professionnels,

Quelles actions peuvent vous intéresser ?

Quelque soit votre projet Creuse Tourisme vous propose un panel d'actions consultable sur :

Site pro: <https://pro.tourisme-creuse.com/>



## 5

**LES COLLECTIVITÉS LOCALES****LA LOI NOTRe**

La Loi NOTRe – loi n°2015-991 - portant nouvelle organisation territoriale de la république stipule que les « Établissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI) sont compétents dans la création, l'aménagement, l'entretien et la gestion de zones d'activités touristiques, ainsi que dans la promotion du tourisme dont la création d'offices de tourisme ».

Tous les EPCI (communautés de communes ou d'agglomération) peuvent donc disposer d'un Office de tourisme dit « communautaire. Dans la Creuse certains EPCI ont fait le choix de gérer sous forme de régie directe la compétence tourisme, d'autres l'ont déléguée à des Office de Tourisme dont le statut relève des associations loi 1901. (voir carte P.37)

**L'Office de Tourisme**

De manière générale, les Offices de tourisme assurent :

- L'accueil et l'information des visiteurs,
- La promotion touristique de son territoire,
- La coordination des acteurs locaux du tourisme.

Ils peuvent, sous certaines conditions, commercialiser des produits touristiques, exploiter des installations, organiser des événements, participer à la conception, la mise en œuvre de la politique locale du tourisme et des programmes d'actions touristiques.

*Articles L.133-1 à L133-10-1 du Code du tourisme*

## LES RÔLES ET STATUTS DES OFFICES DE TOURISME DE LA CREUSE ET SERVICES TOURISME

- **Office de Tourisme du Grand Guéret** / Statut juridique : Association / Classement : Catégorie II  
Gestion d'équipement : Non
- **Creuse Confluence Tourisme** / Statut juridique : Service Public Administratif (SPA) / Classement : Catégorie II  
Gestion d'équipement : Non
- **Office de Tourisme Creuse Sud Ouest** / Statut juridique : Association / Classement : Catégorie II  
Gestion d'équipement : Non
- **Office de Tourisme Aubusson - Felletin** / Statut juridique : Association / Classement : Catégorie II  
Gestion d'équipement : Oui (Maison du Tapissier)
- **Office de Tourisme Monts et Rivières Ouest Creuse** / Statut juridique : Service Tourisme EPCI  
Classement : non classé / Gestion d'équipement : Oui (Scénovision)
- **Pôle Tourisme le Lac de Vassivière** / Statut juridique : Syndicat Mixte ouvert  
Classement : Catégorie II / Gestion d'équipement : Oui (Ports de plaisance)
- **Marche et Combraille en Aquitaine - Service Tourisme** / Statut juridique : Service Tourisme EPCI  
Classement : non / Gestion d'équipement : Non
- **Pays Sostranien - Service Tourisme** / Statut juridique : Service Tourisme EPCI / Classement : non classé  
Gestion d'équipement : Non
- **Office de Tourisme Creuse Impressionniste Pays Dunois** / Statut juridique : Service Tourisme EPCI  
Classement : non classé / Gestion d'équipement : Non
- **Portes de la Creuse en Marche** / Statut juridique : Service Tourisme EPCI  
Classement : non classé / Gestion d'équipement : Non

**Zoom sur Vassivière** : Syndicat Mixte du Lac de Vassivière (6 communes - 3 en 87 : Beaumont du Lac ; Nedde ; Peyrat le Château et 3 en 23 : Faux la Montagne ; Gentioux-Pigerolles ; Royère de Vassivière)

**Haute Corrèze Communauté** est à cheval sur les départements de la Corrèze et de la Creuse, elle comporte 11 communes creusoises : Beissat, Clairavaux, La Courtine, Féniers, Magnat l'étrange, Malleret, Le Mas-D'Artige, Poussanges, Saint Matiale le Vieux, Saint Merd la Breuille et Saint OUradox de Chirouze. L'interlocuteur «Tourisme» pour ces communes est l'Office de Tourisme «Tourisme Haute-Corrèze» dont le siège est situé à Meymac.



## LES OFFICES DE TOURISME ET SERVICES TOURISME

### • OFFICE DE TOURISME AUBUSSON - FELLETIN :

#### > POINT D'ACCUEIL D'AUBUSSON

63 rue Vieille 23200 AUBUSSON  
Tél : 05 55 66 32 12  
contact@aubusson-felletin-tourisme.com  
www.aubusson-felletin-tourisme.com

#### > POINT D'ACCUEIL DE FELLETIN

Place Quinault 23500 FELLETIN  
Tél : 05 55 66 32 12  
contact@aubusson-felletin-tourisme.com  
www.aubusson-felletin-tourisme.com

### • OFFICE DE TOURISME MONTS ET RIVIÈRES OUEST CREUSE

2 rue de la fontaine 23210 BENEVENT L'ABBAYE  
Tél : 05 55 62 68 35  
accueil.ot@ccbgb.fr  
www.tourisme-creuse.com/monts-et-rivieres-ouest-creuse

### • OFFICE DE TOURISME DU PAYS DUNOIS

81 Grande Rue 23800 DUN LE PALESTEL  
Tél : 05 55 89 24 61  
info@paysdunois-tourisme.fr  
www.tourisme-creuse.com/pays-dunois  
www.paysdunois-tourisme.fr

### • SERVICE TOURISME DU PAYS SOSTRANIE

Place de la Gare 23300 LA SOUTERRAINE  
Tél : 05 55 89 23 07  
tourisme-la-souterraine@cco23.fr  
www.tourisme-creuse.com/pays-sostranien

### • OFFICE DE TOURISME DU GRAND GUÉRET

1, rue Eugène France - 23001 GUERET  
Tél : 05 55 52 14 29  
info@gueret-tourisme.fr  
www.gueret-tourisme.fr

### • PÔLE TOURISME LE LAC DE VASSIVIÈRE

Auphelle 87470 PEYRAT LE CHATEAU  
Tél : 05 55 69 76 70  
tourisme@lelacdevassiviere.com  
www.lelacdevassiviere.com

### • OFFICE DE TOURISME CREUSE SUD OUEST :

#### > POINT D'ACCUEIL DE BOURGANEUF

Place du Champ de Foire 23400 BOURGANEUF  
Tél : 05 55 64 12 20  
bourganeuf@tourisme-creuse-sudouest.com  
www.tourisme-creuse-sudouest.com

#### > POINT D'ACCUEIL D'AHUN

12, Place Defumade 23150 AHUN  
Tél : 05 55 62 55 93  
ahun@tourisme-creuse-sudouest.com  
www.tourisme-creuse-sudouest.com

### • OFFICE DE TOURISME CREUSE CONFLUENCE :

#### > OFFICE DE TOURISME D'ÉVAUX LES BAINS

Place Serge Cléret 23110 EVAUX LES BAINS  
Tél : 05 55 65 50 90  
contact@creuseconfluentourisme.com  
www.creuseconfluentourisme.com

#### > POINT D'ACCUEIL DE CHAMBON SUR VOUEIZE

Place Aubergier 23170 CHAMBON SUR VOUEIZE  
Tél : 05 55 82 15 89  
contact@creuseconfluentourisme.com  
www.creuseconfluentourisme.com

#### > POINT D'ACCUEIL DE GOUZON

2 place de l'église 23230 GOUZON  
Tél : 05 55 62 26 92  
contact@creuseconfluentourisme.com  
www.creuseconfluentourisme.com

#### > POINT D'ACCUEIL DE BOUSSAC

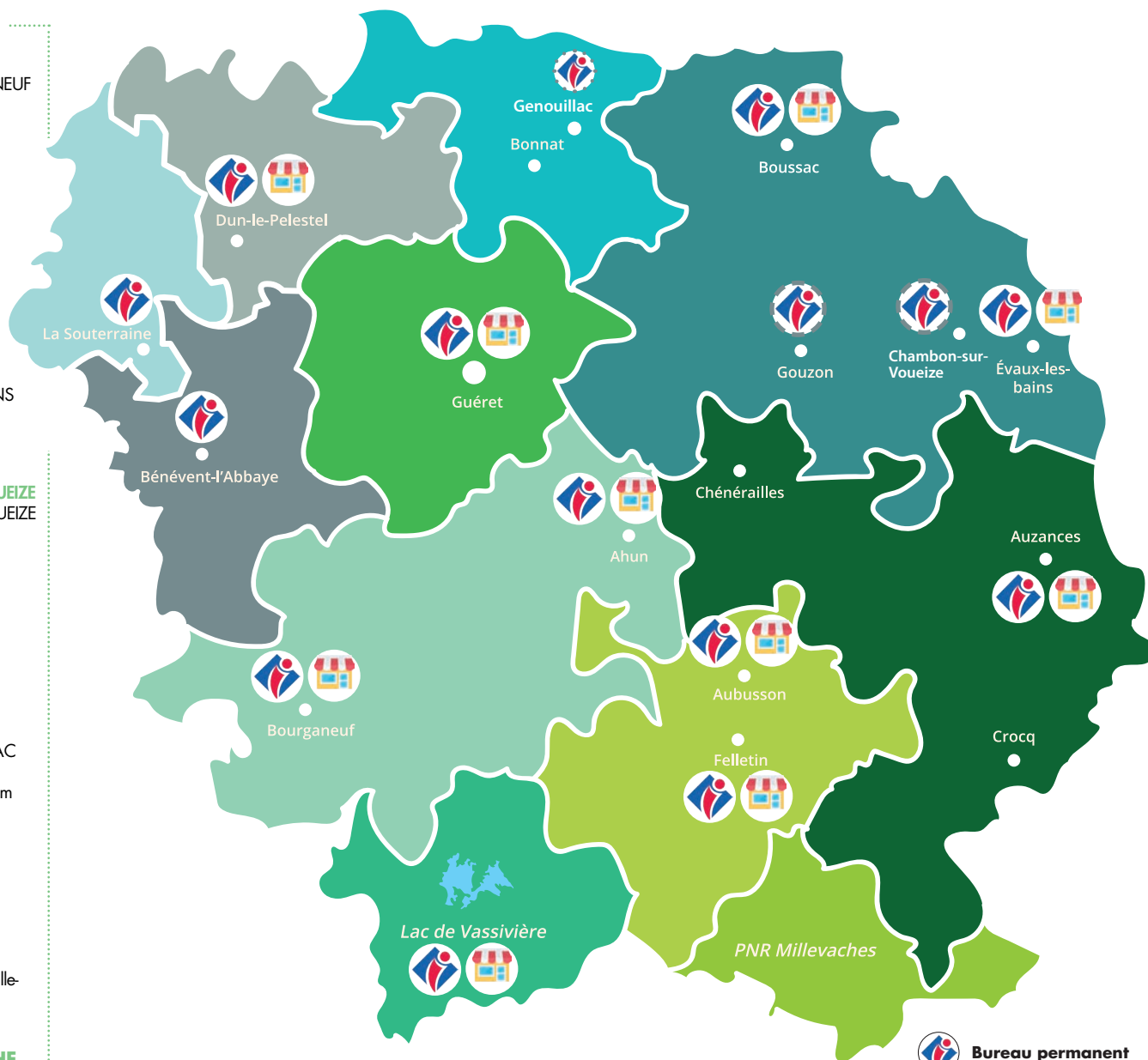
Place de l'Hôtel de Ville 23600 BOUSSAC  
Tél : 05 18 01 00 10  
information@creuseconfluentourisme.com  
www.creuseconfluentourisme.com

### • BUREAU D'ACCUEIL TOURISTIQUE MARCHÉ ET COMBRAILLE EN AQUITAINE :

Place du Marché 23700 AUZANCES  
Tél : 05 55 67 17 13  
tourisme@marcheetcombraille.fr  
www.tourisme-creuse.com/marche-et-combraille-en-aquitaine

### • SERVICE TOURISME PORTE DE LA CREUSE EN MARCHÉ

1 rue des Violettes 23350 GENOUILLAC  
Tél : 05 55 80 88 01  
tourisme@portesdelacreuseenmarche.fr  
www.tourisme-creuse.com/portes-de-la-creuse-en-marche/



-  Bureau permanent
-  Bureau ouvert uniquement saison
-  Boutique de producteurs locaux
-  Service tourisme (sans accueil visiteurs)

L'annuaire des organisations professionnelles du Tourisme du 23 sont sur :  
<https://pro.tourisme-creuse.com>

### REPÈRE

Créée par une loi de 1910, la taxe de séjour est aujourd'hui instituée à l'initiative des blocs communaux. Cette ressource doit contribuer à la mise en œuvre de leur politique touristique. En effet, la taxe est affectée aux dépenses destinées à favoriser la fréquentation touristique ou aux dépenses relatives à des actions de protection et de gestion des espaces naturels à des fins touristiques.

- 8 EPCI de la Creuse ont institué la taxe de séjour. Cette taxe est collectée directement par l'hébergeur auprès des touristes qui séjournent dans son établissement. L'hébergeur reverse ensuite cette taxe de séjour à sa collectivité. Tous les hébergements sont concernés. Elle peut aussi être collectée par les plateformes de réservation en ligne qui la reversent aux EPCI.

#### • Les critères de cette taxe :

Ils sont fixés par une délibération de la collectivité :

- Période de perception (dates de la saison touristique),
- Tarifs applicables en fonction de la nature et de la catégorie de l'hébergement par exemple.

Le barème applicable est défini par la loi. Il existe des tarifs planchers et des tarifs plafonds précisés par type et catégorie d'hébergement. Par exemple, la taxe de séjour pour un hôtel de tourisme classé 2 étoiles devra être comprise entre 0.30€ et 0.90€ par nuitée.

- **Le Conseil Départemental de la Creuse** a institué une taxe additionnelle de 10% à la taxe de séjour perçue par les communes ou groupements de communes. Cette taxe additionnelle est établie et recouvrée selon les mêmes modalités que la taxe à laquelle elle s'ajoute. Son produit est reversé par la commune ou l'EPCI au Département à la fin de la période de perception en tant que recette fiscale de la section de fonctionnement.

**En 2025, le produit de la taxe de séjour collecté en Creuse s'élève à un peu plus de 400 000€**



# 7

## UNE FÉDÉRATION NATIONALE

### ADN Tourisme



Les CRT, les CDT/ADT et les OT sont regroupés au sein d'une même fédération au niveau national. ADN Tourisme est le fruit de la fusion, en 2020, de Destination Régions, de Tourisme et Territoires, et d'Offices de tourisme de France.

ADN Tourisme représente, au niveau national, les forces conjuguées de près de 1 200 structures et 13 500 salariés.

Creuse Tourisme joue un rôle actif au sein d'ADN, notamment par sa participation à différents groupes de travail.

15  
CRT

86  
ADT/  
ADRT

3  
ART

14  
RELAIS  
NATIONAUX

11  
RELAIS  
TERRITORIAUX

1022  
OTSI

#### LEXIQUE :

**ADRT** : Agence de Développement et de Réservation Touristiques

**ADT** : Agence de Développement Touristique

**ART** : Agence Régionale du Tourisme

**CRT** : Comité Régional du Tourisme

**OTSI** : Offices de Tourisme et des Syndicats d'Initiative



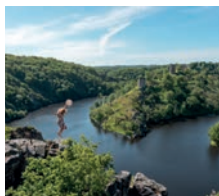


# CREUSE TOURISME

12 Avenue Pierre Leroux

23005 GUÉRET

Tél. : 05 55 51 93 23



Des vacances ressourçantes ? C'est par là que ça se passe...

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

[www.facebook.com/TourismeEnCreuse](https://www.facebook.com/TourismeEnCreuse)

[www.instagram.com/tourismecreuse](https://www.instagram.com/tourismecreuse) #ilovecreuse

