

The logo for Corrèze, featuring the word "CORRÈZE" in a bold, orange, sans-serif font. The letter "O" is replaced by a stylized orange sun or star symbol with eight points.

[www.tourismecorreze.com](http://www.tourismecorreze.com)



# RESEAU DES SITES ETONNANTS

**Bilan 2016 et orientations 2017**

**(24 Février 2017)**

The logo for "Sites étonnants CORRÈZE". It features the words "Sites étonnants" in a green, sans-serif font. Below this, the word "CORRÈZE" is written in a larger, bold, green, sans-serif font. The letter "O" is replaced by a stylized green and white circular symbol with a black center.

# 1 - BILAN 2016

- **Echanges participants / ADRT => 30 mn**



## Communication et actions 2016

### • Edition brochure promotionnelle en co-financement (30 000 ex.)

#### ➔ Plan de diffusion :

- 13 sites :	5 500 ex.
- réseau OT 19 et dpts limitrophes :	15 200 ex.
- hébergements et prestataires 19 :	7 800 ex.
- demandes d'infos ADRT :	800 ex.
- salons :	700 ex.

### • Sets de table (50 000 ex. en quadri) :

➔ Diffusion estivale dans 45 restaurants (*hôtels-restos, brasseries, villages vacances, campings, snacks de plage...*) et 25 localités corréziennes



## • Com sur le web et les réseaux sociaux

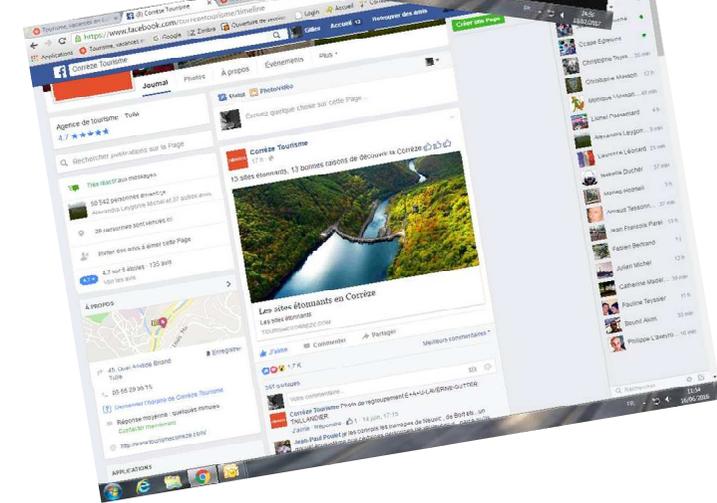
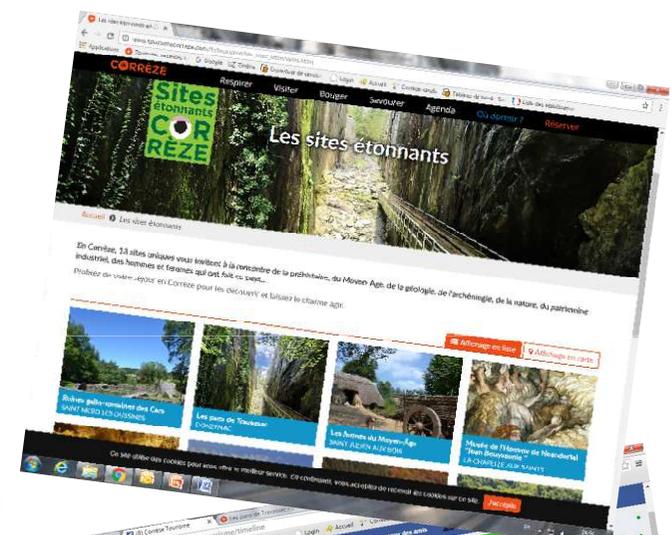
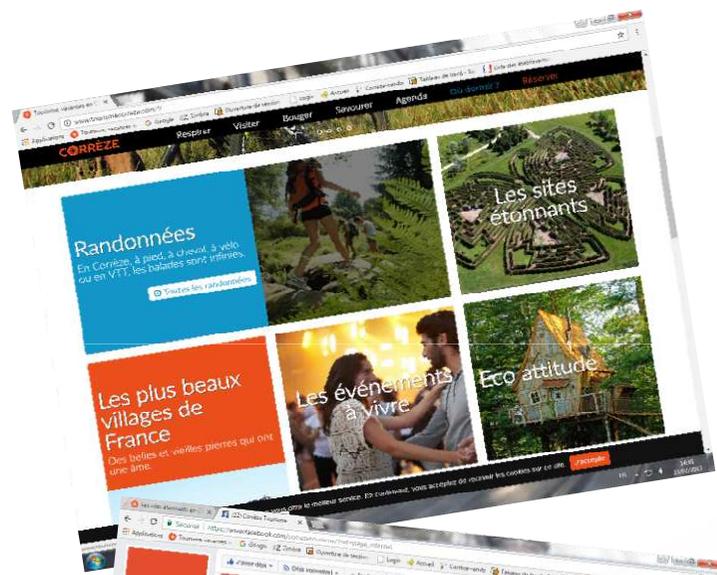
### ➔ Site portail de Corrèze Tourisme [www.tourismecorreze.com](http://www.tourismecorreze.com)

- rubrique dédiée en page d'accueil ⇒ 4<sup>ème</sup> rubrique la plus consultée avec 16 939 pages vues en 2016 (+ 96,95 %)
- Brochure en consultation sur calaméo ⇒ 13 102 pages vues

### ➔ Réseaux sociaux

- Page Facebook "Corrèze Tourisme" (53 000 fans) : publications aléatoires sur sites ou thématiques du réseau ⇒ 2 publications (5 Mai et 15 Juin) et 100 000 internautes touchés dont 3 500 « j'aime » et 1 200 partages.

## • Com sur le web et les réseaux sociaux (suite)



- **Accompagnement à la marque  
Qualité Tourisme**

## 2 sites accompagnés et marqués en 2016

- Le gouffre de la Fage
- Les Fermes du moyen-âge



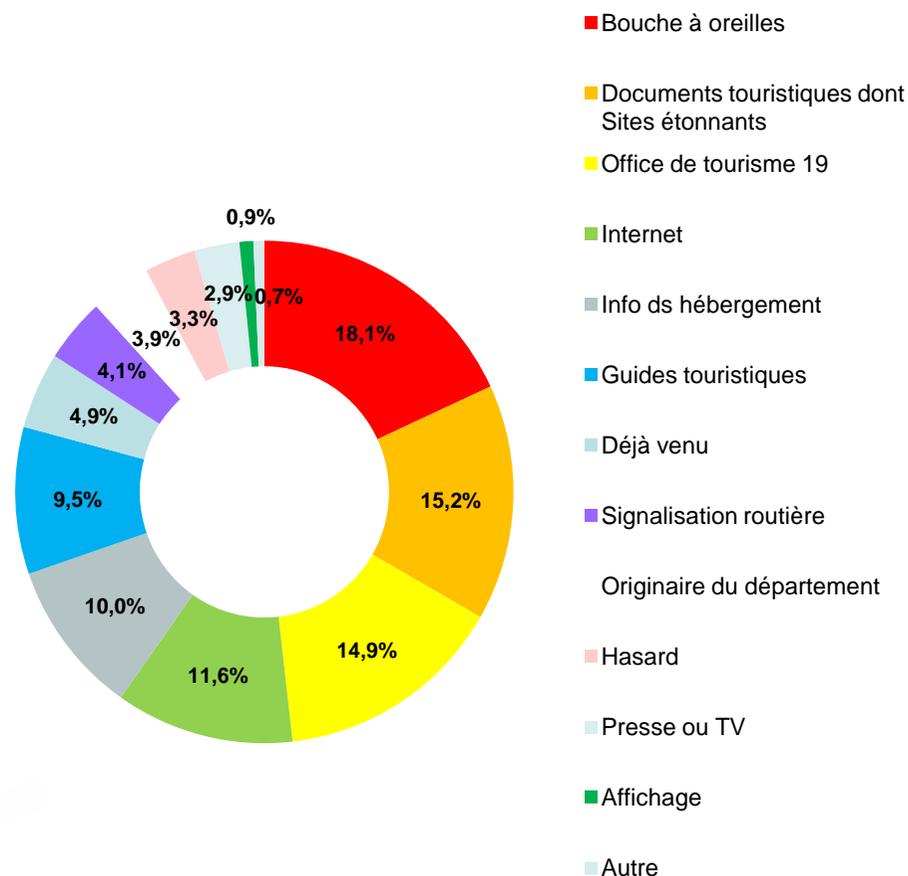
- **Enquête *in situ* sur mode de connaissance des sites, satisfaction client et typologie de clientèle**

⇒ 994 questionnaires collectés et des tendances confirmées à partir des observations :

## Mode de connaissance

Bouche à oreille	180	18,1%
Documents touristiques dont Sites étonnants	151	15,2%
Office de tourisme 19	148	14,9%
Internet	115	11,6%
Info dans hébergement	99	10,0%
Guides touristiques	94	9,5%
Déjà venu	49	4,9%
Signalisation routière	41	4,1%
Originaire du département	39	3,9%
Hasard	33	3,3%
Presse ou TV	29	2,9%
Affichage	9	0,9%
Autre	7	0,7%
<b>TOTAL</b>	<b>994</b>	

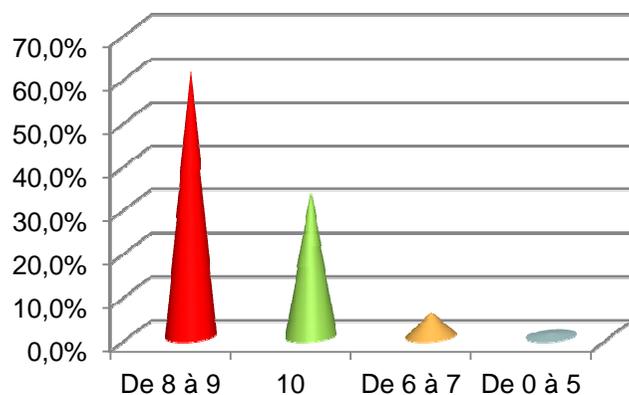
## Mode de connaissance



- **Un bouche à oreille toujours efficace,**
- **Une brochure dédiée et des éditions touristiques assurant une bonne visibilité au réseau,**
- **Des offices de tourisme toujours prescripteurs pour les sites,**
  - **Des lieux d'hébergement sources d'information,**

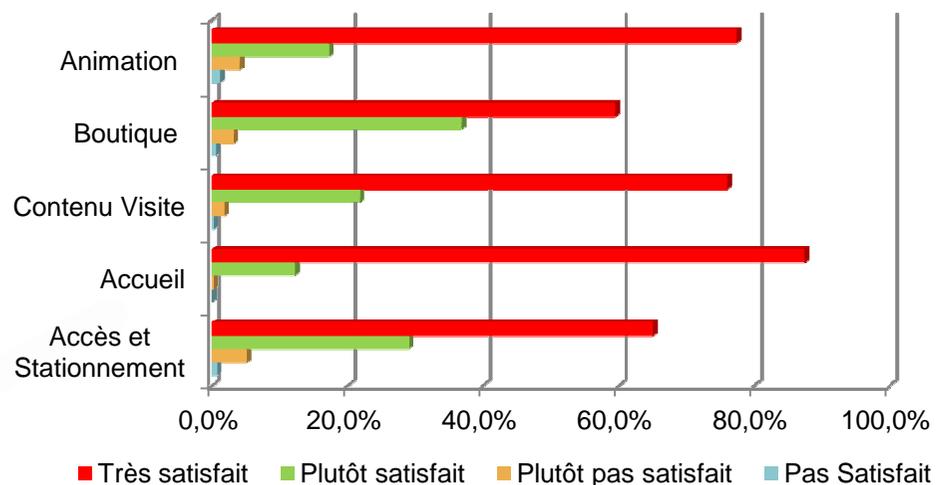
## Note sur 10

8 à 9	616	61,1%
10	334	33,0%
6 à 7	38	5,3%
0 à 5	6	0,6%



## Indice de satisfaction

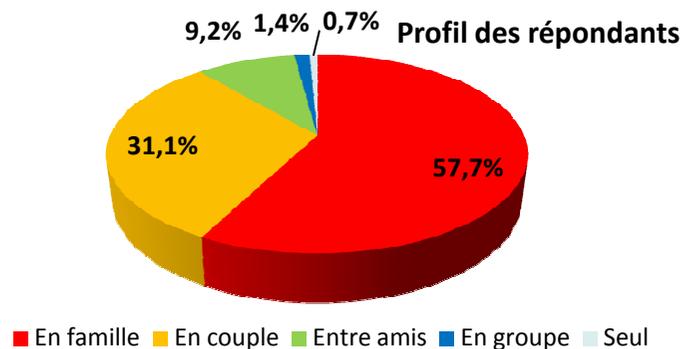
	Pas Satisfait	Plutôt pas satisfait	Plutôt satisfait	Très satisfait
Accès et Stationnement	0,7%	5,1%	29,1%	65,1%
Accueil	0,0%	0,3%	12,3%	87,4%
Contenu Visite	0,3%	1,8%	21,8%	76,1%
Boutique	0,6%	3,1%	36,8%	59,5%
Animation	1,2%	4,1%	17,2%	77,4%



- **Un indice de satisfaction élevé => 73 % « Très satisfait » sur les 5 items sondés et 94 % des notes générales entre 8 et 10**

## Profil

En famille	611	57,7%
En couple	329	31,1%
Entre amis	97	9,2%
En groupe	15	1,4%
Seul	7	0,7%

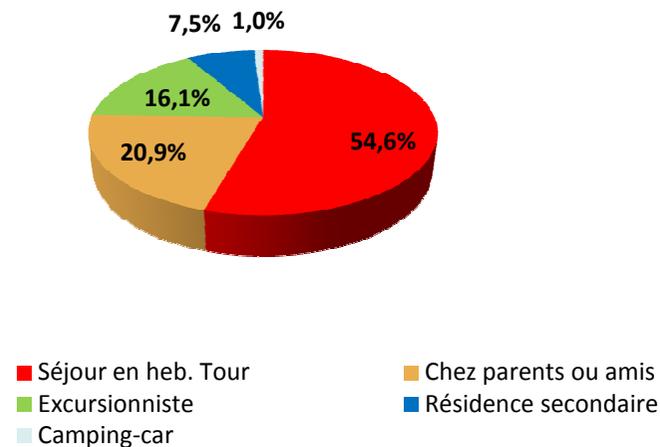


- Une majorité de visiteurs consommant de l'hébergement touristique (54,6 %) mais 21 % séjournant chez parents ou amis,
- Une clientèle visitant plutôt en famille (58 %).

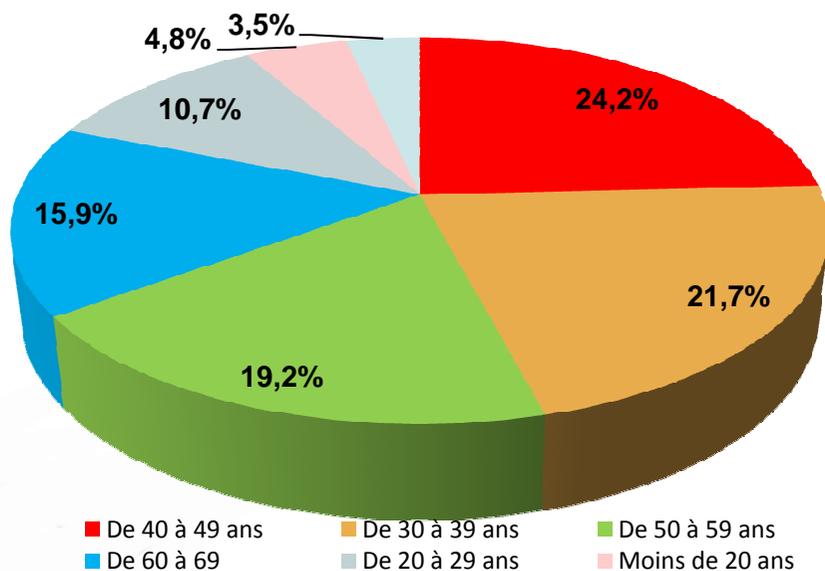
## Séjour

Séjour héb. touristique	569	54,6%
Chez parents ou amis	218	20,9%
Excursionniste	168	16,1%
Résidence secondaire	78	7,5%
Camping-car	10	1,0%

Type de séjour des répondants



Tranche d'âge		
De 40 à 49 ans	230	24,2%
De 30 à 39 ans	206	21,7%
De 50 à 59 ans	182	19,2%
De 60 à 69	151	15,9%
De 20 à 29 ans	102	10,7%
Moins de 20 ans	46	4,8%
70 ans et +	33	3,5%

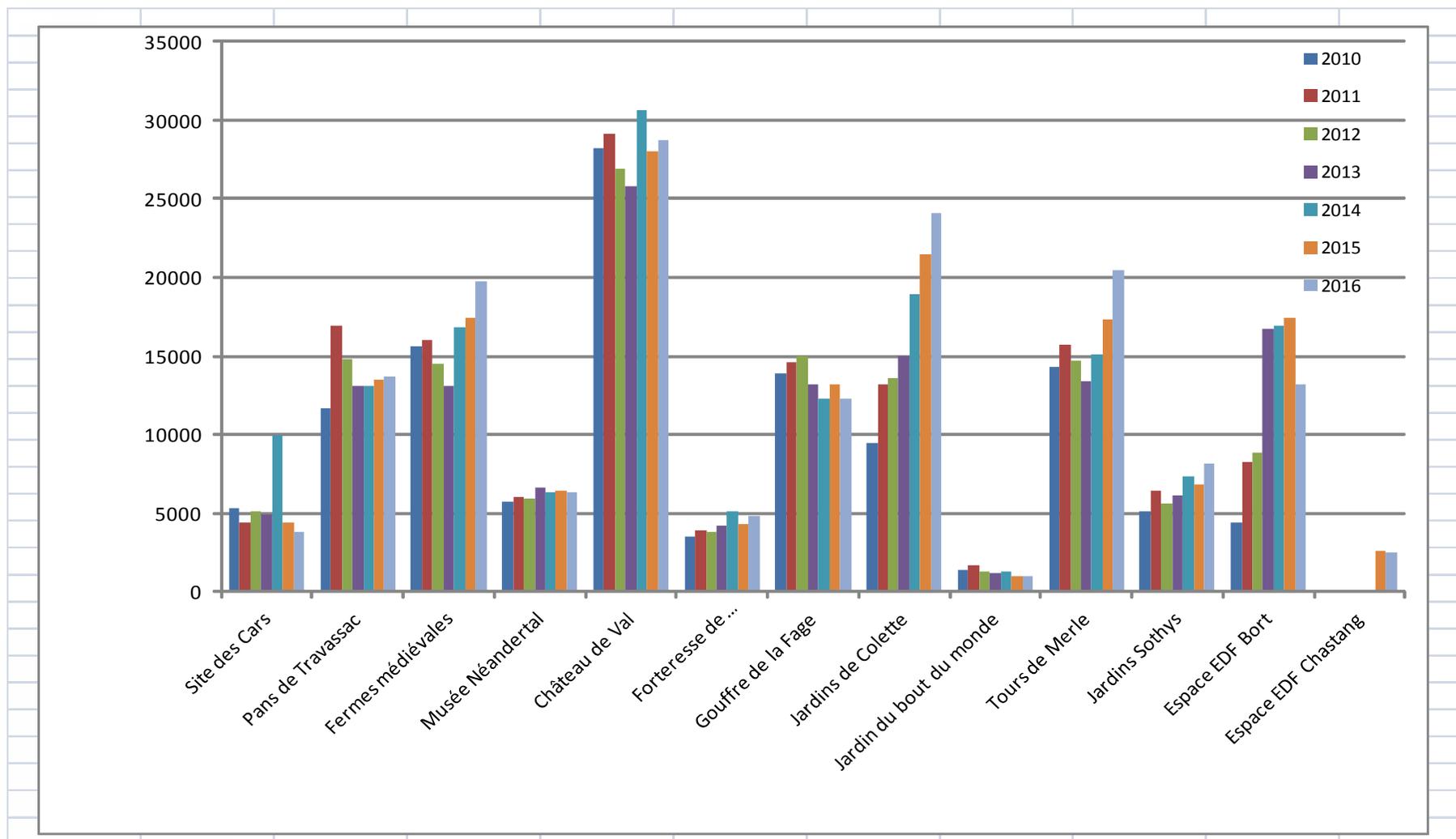


- *Des tranches d'âges 40-50 ans (24,2%) et 30-40 (21,7%) prépondérantes*

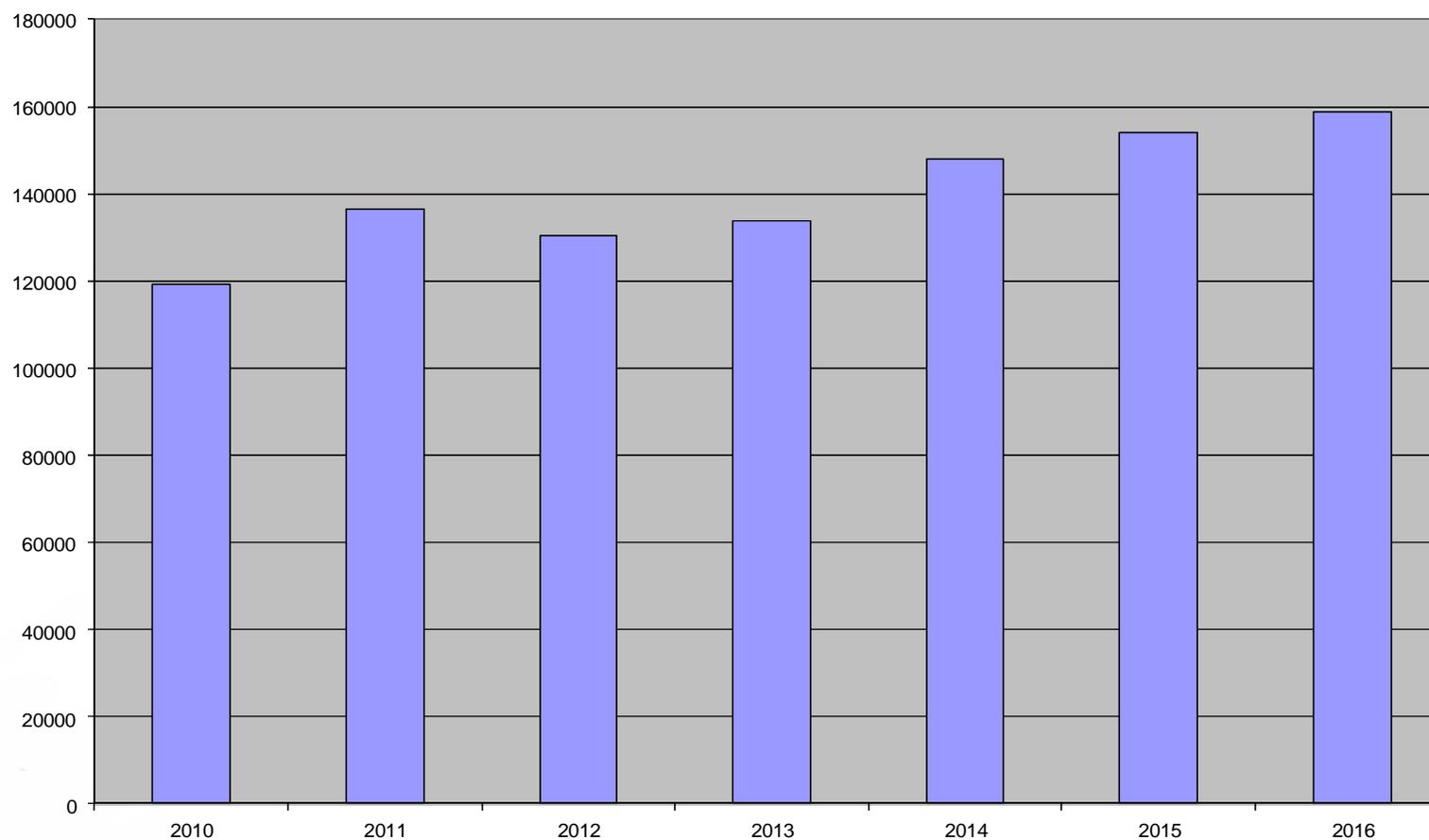
## • Fréquentation 2016 et évolution 2010/2016 :

	2010	% évol	2011	% évol	2012	% évol	2013	% évol	2014	% évol	2015	% évol	2016	% évol
Site des Cars	5264	9,9%	4368	-17,0%	5071	16,1%	4915	-3,1%	4179	-15,0%	4443	6,3%	3788	-14,7%
Pans de Travassac	11716	27,8%	16940	44,6%	14791	-12,7%	13115	-11,3%	13122	0,1%	13474	2,7%	13696	1,6%
Fermes médiévales	15607	1,0%	15967	2,3%	14534	-9,0%	13104	-9,8%	16815	28,3%	17444	3,7%	19770	13,3%
Musée Néandertal	5756	25,0%	6061	5,3%	5960	-1,7%	6602	10,8%	6360	-3,7%	6412	0,8%	6359	-0,8%
Château de Val	28233	12,6%	29119	3,1%	26950	-7,4%	25816	-4,2%	30700	18,9%	28018	-8,7%	28711	2,5%
Forteresse de Ventadour	3514	87,2%	3892	10,8%	3787	-2,7%	4224	11,5%	5097	20,7%	4341	-14,8%	4756	9,6%
Gouffre de la Fage	13888	-0,8%	14557	4,8%	15000	3,0%	13146	-12,4%	12317	-6,3%	13233	7,4%	12319	-6,9%
Jardins de Colette	9400	-1,1%	13141	39,8%	13580	3,3%	15008	10,5%	18894	25,9%	21433	13,4%	24127	12,6%
Jardin Lostanges	1405	-13,9%	1653	17,7%	1231	-25,5%	1192	-3,2%	1240	4,0%	964	-22,3%	997	3,4%
Tours de Merle	14333		15694	9,5%	14745	-6,0%	13366	-9,4%	15090	12,9%	17349	15,0%	20449	17,9%
Jardins Sothys	5079		6443	26,9%	5604	-13,0%	6140	9,6%	7291	18,7%	6848	-6,1%	8178	19,4%
Espace EDF Bort	4348		8272	90,2%	8799	6,4%	16763	90,5%	16961	1,2%	17742	4,6%	13153	-25,9%
Espace EDF Le Chastang											2577		2436	-5,4%
<b>TOTAL</b>	<b>118543</b>		<b>136107</b>	<b>14,8%</b>	<b>130052</b>	<b>-4,4%</b>	<b>133391</b>	<b>2,6%</b>	<b>148066</b>	<b>11,0%</b>	<b>154278</b>	<b>4,2%</b>	<b>158739</b>	<b>2,9%</b>

## • Histogramme fréquentation 2010/2016 par site



- **Histogramme fréquentation globale 2010/2016**



## 2 - PLAN D'ACTION 2017

### **Les constats :**

- Un effet réseau qui fonctionne dans la com',
- Un positionnement « sites étonnants » cohérent avec la marque « Tout de Suite Ailleurs »,
- Une sélectivité de l'offre qui répond aux attentes de la clientèle : conseil engagé.

### **Mais...**

- Un besoin de reposer les bases de ce qu'est « un site étonnant » : le dernier audit date de 2010,
- Une forte hétérogénéité de l'offre et parfois dans l'implication des sites.

## 2 - PLAN D' ACTIONS 2017

### **Objectifs du réseau :**

- Appui en promotion
  - un accompagnement au développement des sites
- Nécessité d'engagements mutuels

### **Un « site étonnant », c'est quoi ?**

- Un contenu de visites : thématique forte, visite guidée, des outils de médiation,
  - Une saisonnalité : minimum 4 mois,
  - Des outils de promotion professionnels : site web opérationnel pour tous les membres,
  - Une démarche d'adaptation permanente aux attentes des clientèles : démarche de progrès à mettre en place avec l'accompagnement de Corrèze Tourisme.
- Engagement individuel réciproque entre Corrèze Tourisme et chaque membre du réseau sur la mise en place d'un plan d'actions portant sur la promotion et le développement

### **Volet promotion :**

#### → Engagements de Corrèze Tourisme :

- Continuité de la valorisation des Sites étonnants sur le site [www.tourismecorreze.com](http://www.tourismecorreze.com) et les réseaux sociaux,
- Réédition brochure dédiée et sets de table



#### → Engagement des sites membres du réseau :

- co-financement des documents papier selon répartition proposée slide suivante
- Chaque site étant prescripteur pour les autres :
  - Diffusion de la brochure sur vos sites
  - insertion du logo « sites étonnants » et d'un lien vers la rubrique dédiée du site Corrèze Tourisme  
[http://www.tourismecorreze.com/fr/tourisme/les\\_sites\\_etonnants.html](http://www.tourismecorreze.com/fr/tourisme/les_sites_etonnants.html)

## • Réédition du guide et des sets de table selon devis et co-financement proposés ?

**Tableau répartition financement com sites étonnants 2017**

* Coût édition brochure 2017 : 30 000 ex => 4 650 € TTC		<b>TOTAL : 6 967 € TTC</b>
* Coût édition sets de table : 50 000 ex => 2 317 € TTC		
* Répartition financement tri-partite : 12 sites (2 350 €) / EDF (1 500 €) / ADRT (3 117 €)		
Sites	Fréquentation 2015 (en nbre visiteurs)	Participation financière 2016 (brochure + sets table)
Jardin du bout du monde Lostanges	< 10000	150 €
Forteresse de Ventadour	< 10000	150 €
Site des Cars	< 10000	150 €
Musée Néandertal	< 10000	150 €
Jardins Sothys	< 10000	150 €
Gouffre de la Fage	10000 à 20000	200 €
Fermes médiévales de Xaintrie	10000 à 20000	200 €
Pans de Travassac	10000 à 20000	200 €
Tours de Merle	> 20000	250 €
Jardins de Colette	> 20000	250 €
Château de Val	> 20000	250 €
Château de Pompadour	> 20000	250 €
<b>Sous-total 12 sites</b>		<b>2 350 €</b>
Partenariat EDF pour barrages de Bort et du Chastang		1 500 €
<b>TOTAL</b>		<b>3 850 €</b>

## 2 - PLAN D' ACTIONS 2017

### **Volet accompagnement :**

#### → Engagement sites :

- **Mettre en place une démarche de progrès sur 2 volets :**
  - Marque Qualité Tourisme : Réaliser un auto-diagnostic et solliciter un audit blanc durant la saison,
  - Site web : solliciter la réalisation d'un audit de votre site web.

#### **...Et mettre en œuvre un plan d'actions d'amélioration**

- **Assurer un suivi de la satisfaction client :**
  - Assurer la diffusion des enquêtes de satisfaction fournies par Corrèze Tourisme pour mesurer la satisfaction client,
  - Inciter ses clients à poster des avis sur tripadvisor et les suivre.

## 2 - PLAN D' ACTIONS 2017

### **Volet accompagnement :**

#### **→ Engagement Corrèze Tourisme :**

- **Mobiliser ses équipes pour :**

- Marque Qualité Tourisme : La réalisation d'un auto-diagnostic (2h) et la d'un audit blanc pendant la saison,
- Stratégie web : la réalisation d'un audit de votre site web.

#### **...Et pour vous proposer un plan d'actions d'amélioration individualisé**

- **Traiter le suivi de la fréquentation et de la satisfaction client:**

- Traitement et restitution individuelle et collective des enquêtes de satisfaction fournies par Corrèze Tourisme
- Analyse de la fréquentation => données statistiques fiables

## **La marque Qualité Tourisme™ au cœur de l'accompagnement en 2017 :**

La Marque Qualité Tourisme™ est le label d'Etat attribué aux professionnels du tourisme pour la qualité de leur accueil et de leur service sur l'ensemble du parcours client.

- **Une marque nationale porteuse d'une vraie dynamique d'amélioration,**
- **La satisfaction-client au cœur de la stratégie,**
- **Une reconnaissance auprès d'un public de plus en plus exigeant,**
- **Un accompagnement personnalisé de Corrèze Tourisme.**

## PAROLES DE PRESTATAIRES...

« MISE AU NIVEAU DES  
EXIGENCES CLIENTS »

« Gage de qualité, de  
sérieux et de crédibilité »

« Reconnaissance et  
fidélisation »

« DES CLIENTS RASSURES »

« Motivation pour  
l'équipe »

« Dynamique  
d'amélioration »

## **Une marque nationale, un accompagnement personnalisé et des objectifs pour les sites étonnants en 2017 :**

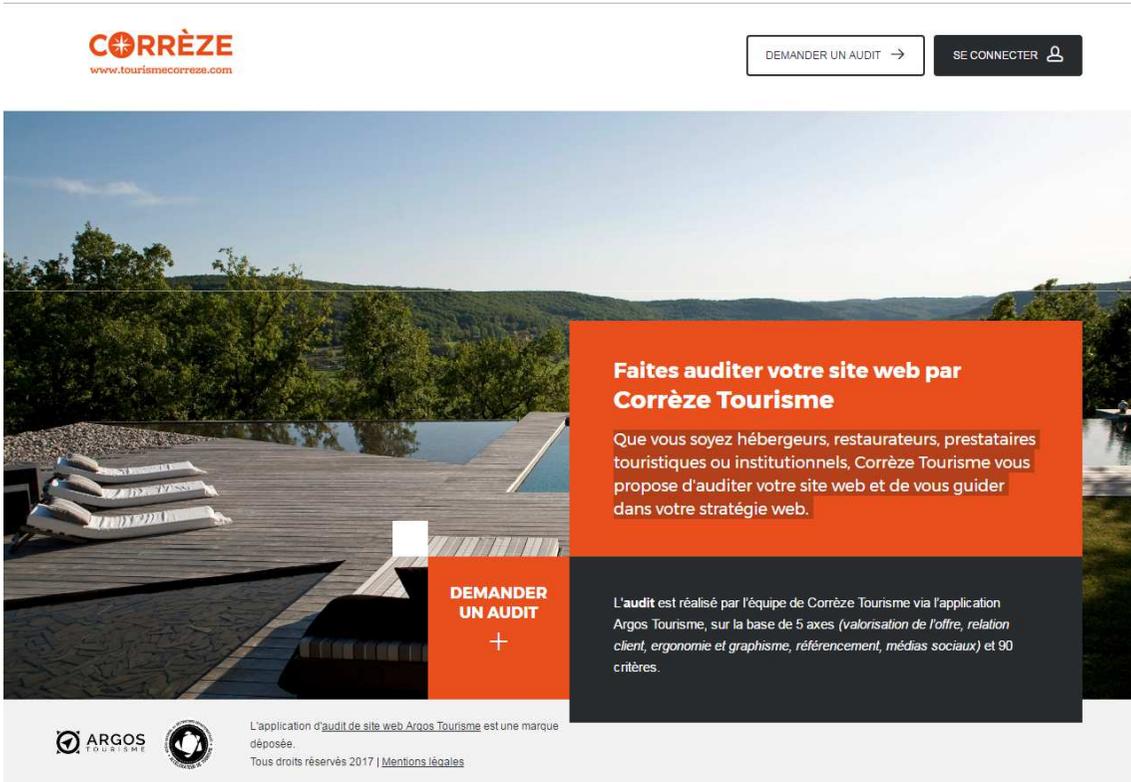
- **Un maximum de sites engagés dans la démarche au sein d'un réseau « pilote » et « moteur », gage de crédibilité,**
- **Deux autres sites marqués dans le réseau en 2017 → engagement financier à prévoir pour les sites souhaitant accéder à la marque : 176€,**
- **Une nouvelle dynamique pour une démarche de progrès et une vraie plus-value apportée aux sites étonnants,**
- **Une perception client valorisée au travers des sites d'avis et du bouche à oreille, porteuse de qualité et de notoriété pour la destination.**

## Un accompagnement dans votre stratégie web :

Un service d'audit de site web :

5 axes d'analyse (90 critères) :

- valorisation de l'offre,
- relation client,
- ergonomie et graphisme,
- référencement,
- médias sociaux.



The screenshot shows the top of the website with the 'CORRÈZE' logo and the URL 'www.tourismecorreze.com'. There are two buttons: 'DEMANDER UN AUDIT →' and 'SE CONNECTER' with a user icon. Below is a large banner image of a lake and mountains. An orange box on the right contains the text: 'Faites auditer votre site web par Corrèze Tourisme' and 'Que vous soyez hébergeurs, restaurateurs, prestataires touristiques ou institutionnels, Corrèze Tourisme vous propose d'auditer votre site web et de vous guider dans votre stratégie web.' A dark grey box at the bottom right contains the text: 'L'audit est réalisé par l'équipe de Corrèze Tourisme via l'application Argos Tourisme, sur la base de 5 axes (valorisation de l'offre, relation client, ergonomie et graphisme, référencement, médias sociaux) et 90 critères.' A white box with a plus sign and the text 'DEMANDER UN AUDIT' is overlaid on the banner. At the bottom left, there are logos for 'ARGOS TOURISME' and 'CORRÈZE TOURISME'. At the bottom center, there is a small text: 'L'application d'audit de site web Argos Tourisme est une marque déposée. Tous droits réservés 2017 | Mentions légales'.

Lien pour vous inscrire :

<http://auditweb.tourismecorreze.com/>

## **Corrèze Tourisme pour les sites étonnants, c'est aussi .... :**

- **Billetterie en ligne de billets** via la place de marché Résadirect (en refonte),
- **Apport d'affaires du service commercial groupes pour le réseau Sites étonnants :**
  - **En 2016** : 49 groupes (2 000 visiteurs) / 9 712 € de CA,
  - **Options 2017** : 24 groupes,
- **Accueils presse** : plus de 30 accueils et parutions/diffusions en 2016,
- **Journée Pro avec bourse aux documents** le 06 Avril à Tulle,
- **Un site Pro pour vous informer** [pro.tourismecorreze.com](http://pro.tourismecorreze.com)



www.tourismecorreze.com

## CONTACTS :

**Fabienne Billet**

*(05 55 29 58 70 – [fbillet@correze.fr](mailto:fbillet@correze.fr))*

**Gilles Bergeal**

*(05 55 29 98 72 – [gbergeal@correze.fr](mailto:gbergeal@correze.fr))*