

Rapport d'activité 2018



SOMMAIRE

Chiffres-clés de l'année 2018 **p. 3**

Défi 1 : promouvoir la destination et ses filières prioritaires **p. 5**

- Stratégie internet et de contenu
- Relations presse
- Sites étonnants
- Éditions
- Structuration des filières affinitaires
 - La pêche
 - La randonnée
 - Le cyclo
 - Le trail
 - La famille
- A l'international

Défi 2 : développer la performance des acteurs touristiques **p. 20**

- Qualification de l'offre et accompagnement des porteurs de projet
 - Qualification des hébergements : meublés de tourisme et chambre d'hôtes référence
 - Marque Tourisme et Handicap
 - Marque Qualité Tourisme
 - Valorisation et développement du site des Tours de Merle
 - Accompagner des collectivités locales et porteurs de projets
- Tourisme 4.0 ou comment accompagner la mise en marché des pro
 - Audits de site web
 - Coaching marketing
 - Fairguest
 - Place de Marché : un outil 4.0 au service du développement du CA des pros
- Activité commerciale groupes

Défi 3 : favoriser les synergies entre acteurs **p. 32**

- Observatoire du tourisme
- Partenariats Offices de tourisme
- Partenariats Comité régional du tourisme et Région
- La journée pro
- La com auprès des pro

➤ Les chiffres-clés 2018

Offre

139 000 lits touristiques : 35 000 lits commerciaux (dont ½ en camping) et 104 000 lits en résidences secondaires.

Une forte saisonnalité : 1/3 des lits ouverts en janvier – 2/3 en avril

Fréquentation

28% des nuitées marchandes se font en locations meublés, 27% en hôtel et 26% en camping

7,6 M de nuitées dont 1,9M en hébergements commerciaux

80% des nuitées sont françaises et 20 % étrangères avec 3 nationalités prioritaires : les Belges, les Britanniques et Néerlandais.

E-Reputation

500 professionnels suivis pour leur e-réputation : 47,5 % d'avis excellents

Note moyenne attribuée par les touristes : de 7,9 à 9,3 / 10 selon les filières.

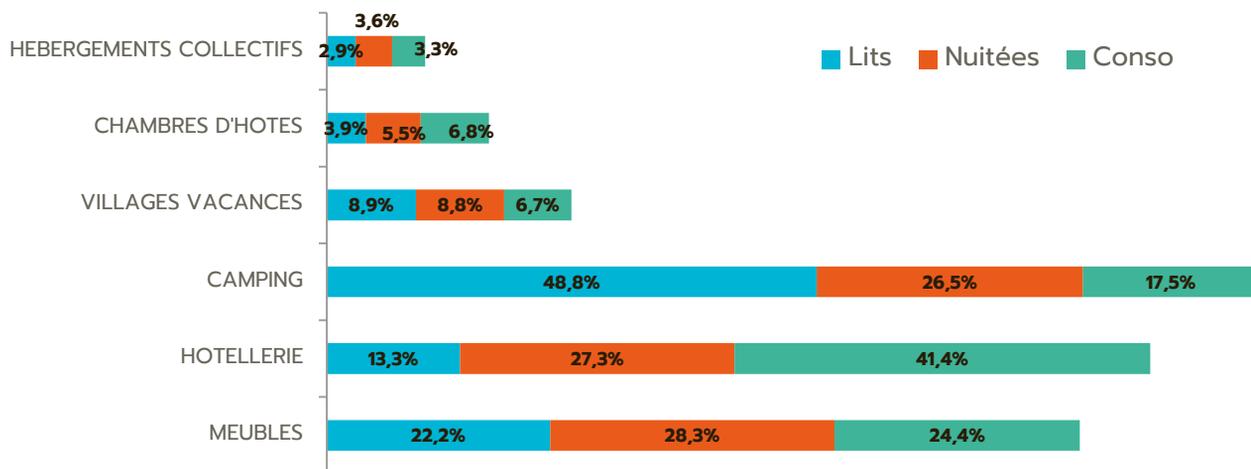
Emploi et dépenses

195 millions d'€ de consommation touristique annuelle dont 38% en hébergements marchands

Dépense moyenne par jour et par personne : 26 €

3 600 emplois sont liés au tourisme

Avec 2,3 % des nuitées de Nouvelle-Aquitaine, la Corrèze se hisse en 7^{ème} position derrière les 4 départements littoraux (17, 33, 40, 64), la Dordogne et la Vienne.



3 segments d'hébergements moteurs

- Hôtellerie : 1^{ère} consommation
- Meublés : 1^{er} hébergement choisi par les touristes
- Campings : 1^{ère} capacité d'accueil du département

A retenir

L'année 2018 a été **favorable aux hébergements de plein air**, notamment avec une présence importante de la clientèle française.

La capacité d'accueil est stable par rapport à 2017, **la fréquentation est en hausse de 1,1 % et la consommation de 1,4 %**.

Défi 1/ Promouvoir la destination et ses filières prioritaires



➤ Stratégie internet et de contenu

➤ le site www.tourismecorreze.com



✓ **842.727 visites** sur le site web de Corrèze Tourisme : + 22,34 % et **2 716 858 pages vues** (+ 21,5 %).

✓ de nombreuses évolutions ergonomiques, graphiques et de contenus afin **d'améliorer le référencement du site** et de **proposer des contenus immersifs** répondant aux attentes des internautes

✓ création d'un **Emag**, vitrine de la stratégie de contenus

✓ les rubriques les + consultées : **agenda, les Plus Beaux villages de France, lacs et plans d'eau, les sites étonnants**

➤ l'accueil d'influenceurs :

✓ accueil de 3 influenceurs

✓ **plus de 100.000 personnes atteintes** par les publications et 3.700 interactions

✓ **60 photos** – 10 rush vidéo – 2 vidéos best of

MAMAN VOYAGE	DJISUPERTRAMP	PARIS TU PARIS
		
CHRISTINE Voyage, famille	JEREMY Outdoor, voyage	SAMANTHA Voyage, lifestyle
PARIS	LYON	LYON

➤ le nouveau webmagazine de destination

Vitrine de la stratégie de contenus



Objectifs :

- produire des articles qui racontent la Corrèze et la font (re)découvrir autrement via un contenu de qualité : actualités, expériences, paroles de blogueurs
- utiliser le storytelling pour améliorer le référencement du site portail
- mailler l'ensemble des dispositifs : les articles sont partagés sur les réseaux sociaux (facebook, instagram, twitter) et les newsletter, véritables porte d'entrée de la destination

Bilan :

- mise en place d'une équipe éditoriale et d'un planning
- **plus de 50 articles** produits en 8 mois
- 22.000 pages vues

Top 3 / Nombre de vues

Où se baigner cet été en Corrèze ?

Le top 5 d'Alix



Vous cherchez un coin sympa pour faire une pause au frais ? La Corrèze compte plus de 30 lieux de baignade surveillés. Aménagés, aménagés et animés pour certains, il ne vous reste plus qu'à faire votre choix.

4.290 VUES

Un village de schtroumpfs en Corrèze !



Bienvenue à Yvèze, petit village niché au cœur du plateau de Millevaches sur la commune de Pèrès-sur-Vivère, en Haute-Corrèze. Sa particularité ? Toutes les maisons sont recouvertes... de chaume.

3.646 VUES

L'été en Corrèze, c'est marché de pays !

Ses produits / Ses rituels de cours



En juillet et août, 175 producteurs et artisans se relayent sur 180 marchés des producteurs de pays pour des produits locaux à la fois savoureux et gastronomiques. Soyez sur une ambiance pas comme les autres qui réunit producteurs, consommateurs et associations et même vos voisins corréziens depuis plus de 20 ans !

3.284 VUES

➤ les réseaux sociaux

➤ Facebook

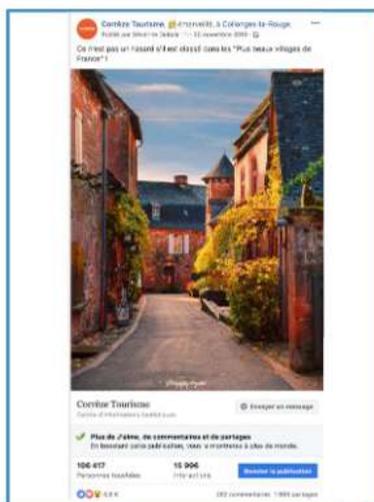
- 141 publications
- 100.000 fans (+43%) => 2^{ème} département de la Nouvelle-Aquitaine derrière les Charentes
- 4M de personnes ont vu les publications
- + de renvois d'audience sur le site portail
- taux d'engagement moyen : 2.6%



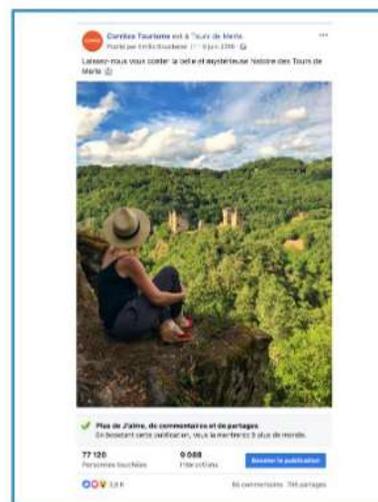
Top 3 / Engagement



16,11% ENGAGEMENT



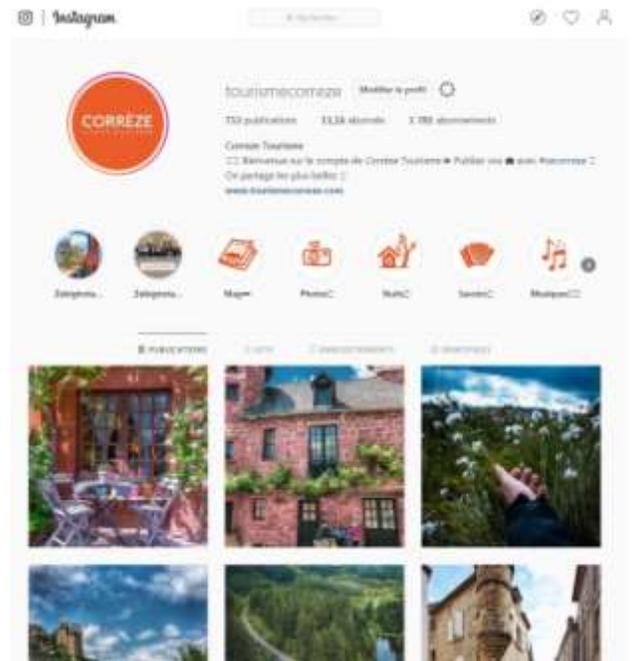
8,63% ENGAGEMENT



6,29% ENGAGEMENT

➤ Instagram

- 9.500 fans
- 25.000 publications sur le hastag #zecorreze
- taux d'engagement : 7.8 %



Top 3 / Publications



06 SEPTEMBRE 2018

1 234 J'AIME

46 COMMENTAIRES

9 255 IMPRESSIONS

15,67 % ENGAGEMENT



31 OCTOBRE 2018

1 211 J'AIME

30 COMMENTAIRES

8 643 IMPRESSIONS

14,24 % ENGAGEMENT



04 SEPTEMBRE 2018

1 167 J'AIME

24 COMMENTAIRES

8 583 IMPRESSIONS

8,62 % ENGAGEMENT

➤ Relations presse

➤ 27 accueils en 2018

(journalistes de presse écrite/TV/radio/web/blogueurs, photographes, rédacteurs de guides...)

➤ 48 parutions ou diffusions de reportages

(print, web, dont 12 TV/radio)



JT de 13h

Télématin +
JT de 13h

Cap Sud-Ouest +
Météo à la carte

Co2 mon amour



Ces résultats reflètent aussi l'important travail coopératif entre Corrèze Tourisme, le Comité Régional du Tourisme, les Offices de tourisme et l'aéroport Brive-Vallée de la Dordogne

➤ Sites étonnants

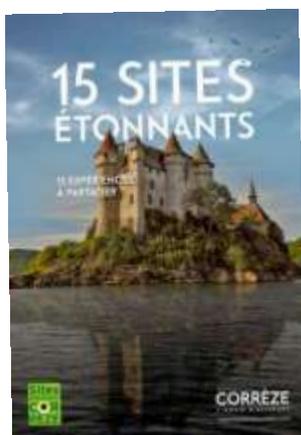
Edition du guide « 15 sites étonnants à découvrir en Corrèze - 15 expériences à partager » 30 000 ex en cofinancement ADRT/sites,

Edition de 60 000 sets de table (diffusés dans 37 restos, hôtels-restos, brasseries, campings, snacks de 24 plages corréziennes),

Valorisation sur le site portail en page d'accueil et sur réseaux sociaux,

Analyse de la e-réputation et de la fréquentation des membres du réseau

Marque Qualité Tourisme : 3 sites accompagnés /1 marqué en 2018



➤ Éditions

Tirage total : 123 000 ex.

Carte touristique

55 000 ex. F / 9000 ex. GB / 9000 ex. NL



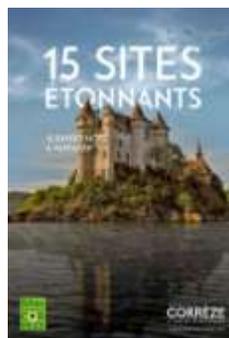
La Corrèze en famille

20 000 ex.



Sites étonnants

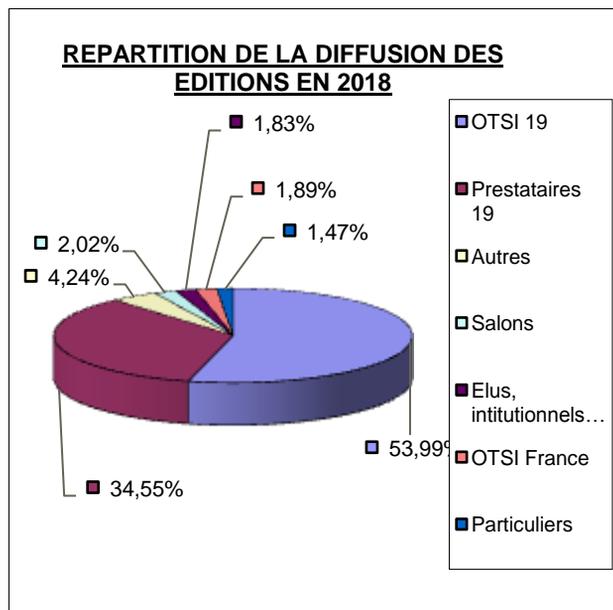
30 000 ex.



➤ diffusion

Poste de diffusion	Nombre de documents	%
OTSI 19	66410	54,0%
Prestataires 19	42500	31,3%
Autres	5215	2,7%
Salons	2490	1,3%
Élus, institutionnels...	2255	1,1%
OTSI France	2320	2,3%
Particuliers	1810	1,8%
TOTAL	123000	100,0%

Dont 82 400 documents diffusés lors de la bourse aux documents



➤ Structuration des filières affinitaires

➤ Pêche

Un partenariat entre : Corrèze Tourisme, la Fédération départementale des associations agréées pour la pêche et la protection des milieux aquatiques (FDAAPPMA), EDF et la CCI

➤ Bilan 2018 :

- **Un programme d'investissements de 251 234 €** portés par la Fédération de pêche de la Corrèze avec une participation du **Département de la Corrèze** à hauteur de **24 248 €** : **4 mises à l'eau, 12 parcours labellisés, signalétique, pontons PMR**
- **Poursuite du partenariat avec la Compagnie des guides de pêches** : participation au salon de Cournon, accompagnement à la professionnalisation des guides (création d'une identité graphique)
- **Presse et réseaux sociaux** :
 - accueil presse de la chaine Seasons (reportage de 52 min sur la Corrèze) diffusé en avril 2019
 - poursuite des actions sur les réseaux sociaux
 - une publication Facebook à l'ouverture de la pêche => 23 000 pers atteintes
- **34 hébergements labellisés « hébergement pêche »**

Innovation : lancement de l'appli NIV'EAU

La Corrèze lance en juillet 2018 **une appli dédiée** à la navigation et implante des **webcams** pour voir en temps réel les niveaux d'eau (Marcillac et Viam)

- ⇒ **Unique** en **France** et en **Europe**
- ⇒ **Portée et développée par EDF** mais fruit d'un travail conjoint entre Corrèze Tourisme, la FDAAPPMA19 et la CCI
- ⇒ Plus de **1000 téléchargements en 6 mois**

NIV'EAU

➤ Randonnée

www.correzerando.com



➤ **Refonte du site Internet** : ergonomie, design, nouveau moteur de recherche des sentiers de petite randonnée afin d'optimiser le référencement, nouvelles pages dédiées aux circuits, actualisation des rubriques...

➤ **70 900 visites** (+ 25,7 %) et **273 000 pages vues** (+ 23,6 %) en 2018

➤ **Dossier de presse « Rando »**

- Mise à jour et actualisation de la charte graphique
- Diffusion à la presse spécialisée

➤ Cyclo

➤ partenariat avec mountNpass

➤ valorisation de 33 parcours cyclo et 50 parcours VTT

➤ actions de promotion

- 1 page dédiée à notre destination
- 2 articles eMag + 1 dossier spécial eMag
- 2 mois de mise en avant
- 1 jeu concours

Les rédactionnels et le jeu concours ont été appuyés par des actions de valorisation, notamment sur les réseaux sociaux, le site web www.mountnpass.com et la newsletter

➤ bilan et visibilité

L'ensemble des actions ont permis de toucher environ 100.000 personnes très ciblées (cyclistes passionnés).

Les pages créées pour la valorisation du vélo en Corrèze vont continuer à gagner en visibilité au fil du temps.



BILAN GLOBAL

MÉDIAS	PERSONNES ATTEINTES
Total Réseaux Sociaux	80 282
Total mountNpass.com	9 644
Total Newsletters	15 250
TOTAL	100 065

➤ Trail

➤ objectif de la démarche

En partenariat avec le Conseil départemental, mettre en place un plan d'action permettant de générer de l'image, de la notoriété et une dynamique autour de la discipline en associant 5 trails « locomotives » :

- Tulle Brive Nature
- Millevaches Monédières Raidlight Trail
- Saramagbelle Myrtilles Trail (intégré fin 2018)
- Aquaterra
- X Trail Corrèze Dordogne

➤ plan d'actions

Participation à 2 salons : les Templiers à Millau, la SaintéLyon

Relations presse : partenariat avec Trail Endurance (page de pub dans les spécial calendrier tiré à 45 000 ex., bannières sur le site internet et posts Facebook avec dossards à gagner)

Envoi de 7 newsletters à partir d'un fichier qualifié mutualisé de 9 200 contacts => taux d'ouverture entre 30 et 40 %,

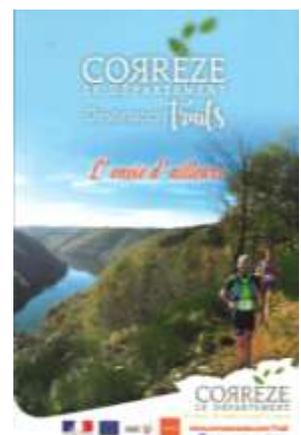
2ème challenge Corrèze Destination Trails avec remise des prix officiels,

Fabrication mutualisée de 5000 balises éco-responsables,

Enquête satisfaction / profil concurrents / retombées économiques sur les trails du dispositif => 91,2 % de satisfaits ou très satisfaits / Image très positive de notre territoire / 333 000 € de retombées économiques induites par les 3 581 trailers des 4 trails 2017.



Fort de son succès, Corrèze Destination Trails revient gonflé à bloc pour 2016.
4 courses à vivre, 1 challenge à relever mais aussi des nouveautés et de purs moments de plaisir qui vont rythmer cette nouvelle saison sportive !
Au fil de l'année, chaque épreuve fera l'objet d'un échange privilégié pour mieux vous informer, vous captiver et... pourquoi pas, faire de vous notre nouvel ambassadeur du trail corrézien ?



➤ La Corrèze en famille



➤ le réseau en quelques chiffres

43 prestataires d'activités

12 hébergeurs

80 manifestations dans le guide et tout au long de l'année sur Internet

11 ans d'existence de l'opération

22 000 exemplaires du guide enfants

28 partenaires du nouveau guide numérique « La Corrèze, tout un programme » à destination des scolaires, Instituts médicaux Éducatifs et centres de loisirs

➤ actions de promotion

A destination des pro

- Actus pour les pro
- Nouvelle brochure à destination des enseignants/ ALSH/IME « La Corrèze, tout un programme »

Grand public

- Newsletters grand public
- Corrèze Mag
- Guide

Web

- Posts FB, FB pro et Twitter
- Posts sponsorisés
- Articles Emag

Partenariats

- Grand Mercredi
- Guide estival et PQR
- Terra Aventura



➤ actions de qualification et d'accompagnement des pros

- **6 audits réalisés** dont 3 nouvelles activités
- **3 prestataires** « Corrèze en Famille » marqués Qualité Tourisme en 2018 :
1 lieu de visite et 2 activités sportives
- **14 audits de sites web** pour les partenaires « Familles
- **2 Formations** : « Adapter vos visites et ateliers au public scolaire » et « Assortiment, merchandising, gestion d'une boutique de site culturel et touristique » ont touché 24 participants

➤ Corrèze Tourisme partenaire de Terra Aventura, le geocaching made in Nouvelle-Aquitaine

Un dispositif facteur d'attractivité pour la Corrèze !

- 50 caches en Corrèze
- **88 000 visiteurs** en 2018 pour 18 400 caches découvertes
- **35 % des joueurs passent une nuit en dehors de leur domicile** lorsqu'ils jouent à Terra Aventura.
- **60% réservent un hébergement marchand.**
- 90% envisagent de revenir dans le département découvert.



Reportage France 3 et La Montagne



➤ A l'international

➤ le contrat de destination Vallée de la Dordogne

- Contrat prolongé d'un an en juillet 2018 par l'État pour permettre au territoire de refonder la gouvernance du projet
- Animation de la page FB « Dordogne Valley » assurée par We Like Travel
- Action BtoC en partenariat avec le CRT NA : cibles familles, parents solo et couples sans enfants Britanniques : Valorisation de la destination sur les sites France.fr, <https://familytraveller.com/> + Facebook + newsletters

➤ le groupe de travail tourisme aéroport ciblage clientèles britanniques (ligne Ryanair Brive-Londres)

- Stabilité de la fréquentation de la ligne (Hausse au mois d'août)
- Participation Salon THE France SHOW à Londres en janvier
- Campagne de promotion via Ryanair : emailing – web – FB – Retargeting
- Insertion pub France Magazine et France Today
- Accueil journalistes GB
- Workshop pro/presse en partenariat avec le CRT NA
- Réalisation d'une étude par la CCI sur les échanges de personnes entre GB – GER – NL – BEL et la zone de chalandise de l'aéroport dans un objectif de développement des lignes + enquête passagers



Défi 2/ Développer la performance des acteurs touristiques



➤ La qualification de l'offre et accompagnement des porteurs de projets

➤ Classement des meublés de tourisme

Depuis juin 2014, Corrèze Tourisme propose un service de classement des Meublés de Tourisme, conjointement avec Brive Tourisme et le relais des Gîtes. En 5 ans, plus de 250 dossiers ont été traités.

- 45 dossiers traités, soit 240 lits touristiques ; le chiffre d'affaires est de 7 315 €
- Au niveau qualitatif, le parc 2018 se compose de 44,5% de 2 étoiles, 37,5% de 3 étoiles et 4,5% de meublés 4 et 5 étoiles. Les proportions sont équivalentes aux années précédentes, excepté pour les meublés 4 et 5 étoiles en léger recul.
- 83% des logements sont des maisons individuelles avec jardin, situés en campagne ou en périphérie des villages.
- La capacité moyenne d'accueil se situe entre 4 et 6 personnes. A peine 10% des locations accueillent plus de 8 personnes.
- Concernant la répartition territoriale des dossiers, 33% des dossiers traités l'ont été en Vallée de la Dordogne, 24% sur la Haute-Corrèze et 20% sur le secteur Vézère-Monédières.



Un classement, pourquoi ?

- l'abattement fiscal sur les revenus locatifs,
- l'évolution de la réglementation sur la taxe de séjour,
- l'adhésion possible à l'ANCV,
- la montée en gamme en terme de qualité,
- la reconnaissance immédiate d'un niveau de qualité des prestations par le client français et étranger, sa mise en confiance

constituent autant d'arguments pour faire classer une location saisonnière en Meublé de Tourisme.

➤ Qualification des chambres d'hôtes



En place depuis 2015, ce dispositif national animé à la fois par les Offices de Tourisme et Corrèze Tourisme s'adresse à des prestataires qui ne souhaitent pas adhérer à un label.

A défaut de classement, les chambres d'hôtes Référence® répondent à un cahier des charges qui insiste sur la **qualité des équipements** et **des services proposés**.

Bilan d'exploitation 2018 :

5 gestionnaires

17 chambres

46 lits touristiques

Résultat en baisse par rapport à l'exercice précédent.

Plus d'un tiers des chambres d'hôtes Référence® se situent en Vézère-Monédières-Millesources.

A noter que Corrèze Tourisme a un rôle de coordination du dispositif à l'échelle départementale ; les offices de tourisme visitent les hébergements et montent les dossiers de labellisation, chacun sur leur territoire.

Le but du dispositif Chambre d'Hôtes Référence® :

- ✓ Diversifier l'offre touristique, en pointant la qualité,
- ✓ Accéder à des prestations qui donnent une belle image de la Corrèze,
- ✓ Permettre à des prestataires de bénéficier aux services des institutions touristiques, réservés aux équipements classés ou labellisés.

➤ **Marque Tourisme et Handicap**

2017 : reprise de l'animation Tourisme & Handicap par Corrèze Tourisme suite au désengagement de l'UNAT LIMOUSIN.

Ce qui a nécessité de repenser l'organisation au sein de Corrèze Tourisme : formation d'un évaluateur, intégration à la démarche nationale avec les acteurs de la filière (DIRECCTE, DGE, associations..), organisation des évaluations et suivi des dossiers en Commission Régionale.

2018 : développement du travail de terrain avec 13 dossiers ouverts

- 5 renouvellements de la marque T&H et 8 évaluations initiales
- 5 dossiers validés en commission
- conseil auprès de 4 porteurs de projet

Détail de l'offre labellisée dans le département

39 établissements, répartis comme suit :

Hébergement : 31 hôtels, campings, villages de vacances et meublés

Restauration : 6 établissements

Activités : 2 sites

2019 : nouvelle organisation

La compétence Tourisme des DIRECCTE a été supprimée au 1er janvier 2019. Aussi, les modalités d'attribution des marques *Qualité Tourisme* et *Tourisme & Handicap* jusqu'alors opérée par les DIRECCTE évolue.

Tourisme & Territoires a été désigné pour assister la Direction Générale des Entreprises dans l'attribution et la gestion de ces 2 marques d'état.

Une nouvelle organisation doit se mettre en place, permettant ainsi de définir les modalités de développement de la marque *Tourisme & Handicap* sur les territoires.



➤ Marque Qualité tourisme



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

La satisfaction Qualité Tourisme™ :
des clients plus satisfaits par rapport aux moyennes française et euro-méditerranéenne



Depuis fin 2015, Corrèze Tourisme est reconnue par la DGE comme partenaire local pour le déploiement de la marque auprès des :

- sites des visites (musées, monuments, grottes, gouffres, visites guidées, jardins, parcs à thème...)
- activités sportives de loisirs (canoë-kayak, escalade, accrobranche, multi-activités,...)

Bilan 2018

➤ **6 nouveaux prestataires ont été accompagné en 2018 dont 3 ont obtenus la marque portant à 15 le nombre de prestataires marqués depuis 2015 :**

- Tours de Merle
- Station Sports Nature Vézère-Passion à Uzerche
- Station Sports Nature Vézère-Monédières à Treignac

➤ Valorisation et développement des Tours de Merle

Renouvellement pour 2 de la **convention entre le Conseil Départemental, Corrèze Tourisme, la Commune de Saint Geniez ô Merle, la Communauté de Communes Xaintrie Val'Dordogne** portant sur :

- **Patrimoine** : Sauvegarde, préservation du et mise en sécurité des visiteurs : étude sur état du rocher et du bâti et préconisations, travaux entretien – sécurité
- **Transfert** : Structurer et organiser les modalités et conditions du transfert de gestion du site de la Commune de St Geniez ô Merle à la Communauté de Communes, sous réserve de l'accord des parties.
- **Mise en tourisme** : Poursuivre et développer la mise en tourisme sur la base des points forts du site



Bilan 2018

Obtention de la marque Qualité Tourisme



Fréquentation du site : 19614 visiteurs au total d'avril à novembre soit, 6,8% de visiteurs payants en moins par rapport à 2017. Néanmoins amélioration du panier moyen boutique.

Augmentation de la fréquentation des groupes : augmentation de 55% des accueils de groupes par l'équipe de guides. 1452 visiteurs venus en groupe contre 843 en 2017 (= + 72% /2017) Nette augmentation grâce aux efforts portés sur l'offre groupe enfant et adultes

➤ **Accompagner les collectivités locales et porteurs de projets**

- Quelque soit le stade d'avancement, **Corrèze Tourisme accompagne les porteurs de projet privés ou publics** à définir les orientations de leurs projets et la faisabilité.
- Elle les aide à **se poser les bonnes questions**, à faire des choix adaptés au regard de la réglementation.
- Elle les accompagne également dans **la recherche de financements**.

➤ **Accompagnement dans la réalisation d'études**



- **Communauté de communes du Midi corrézien**
Étude stratégique en vue de la requalification et la gestion du camping de La Valane à Collonges-la-Rouge

- **Commune de Soursac**

Assistance et conseil pour l'élaboration et la mise en œuvre d'une délégation de service public pour la gestion du complexe touristique de Pont

➤ **Conseil et aide à la décision**

- **Commune de Camps** : réflexions sur le devenir et les perspectives de développement de l'hôtel du Lac à Camps Saint Mathurin Léobazel
- **Commune de Saillac** : en lien avec le CD, accompagnement stratégique pour le développement de la Maison de la Noix suite au désistement du délégataire
- **Pays Haute Corrèze** : participation à l'élaboration du SCOT
- **Communauté de Communes VEM** : participation en lien avec le CD à l'élaboration du diagnostic économique de territoire.
- **Commune d'Égletons** : accompagnement projet de vente du Village de vacances



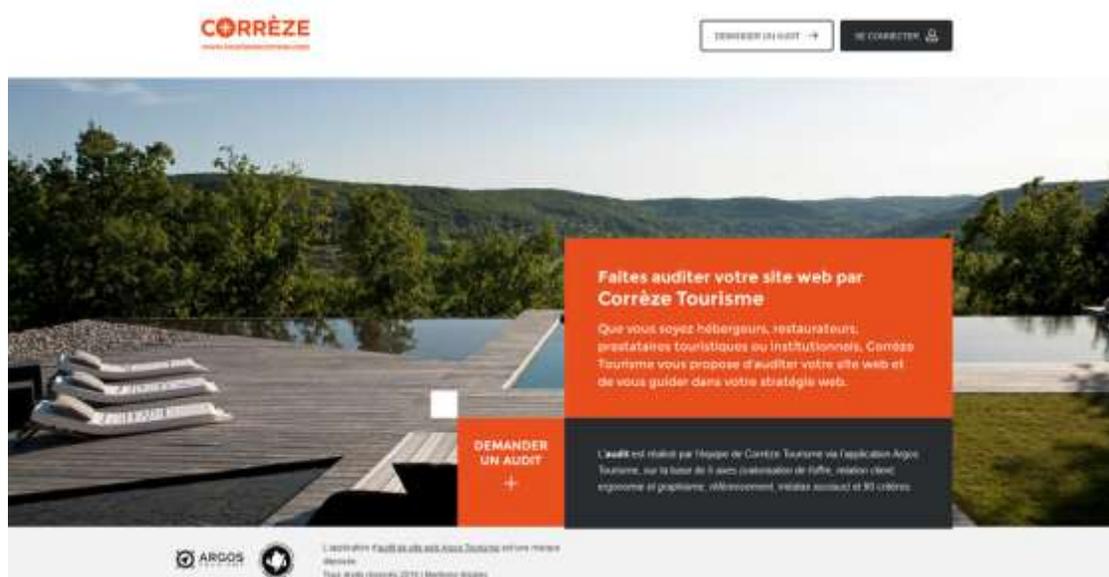
Nombre d'accompagnements en 2018 : 55

- 48 porteurs de projets privés
- 7 collectivités locales

➤ **Tourisme 4.0 ou comment accompagner la mise en marché des professionnels**

➤ **Audits de sites internet**

Depuis 2016, Corrèze Tourisme réalise des audits de sites Internet en lien avec le coaching marketing et pour les partenaires de ses réseaux.



➤ 14 audits sur la base de 5 axes (valorisation de l'offre, relation client, ergonomie et graphisme, référencement, médias sociaux) et 90 critères.

➤ présentation des rapports d'audits avec les préconisations d'optimisations à chaque prestataire.

➤ Coaching marketing

➤ le service

Corrèze Tourisme **propose aux prestataires touristiques un accompagnement pragmatique, concret avec un conseiller dédié.**

Il permet d'analyser et d'optimiser leur offre (produit, services, organisation, prix), **leur positionnement** (cible de clientèles, avantages concurrentiels, promesse client), **leurs outils de promotion** (charte graphique, facebook, site internet, e-réputation, etc.) et **la commercialisation** (vente en ligne, vente en directe, intermédiaires).

➤ les objectifs

Comment exister, être visible, être différent dans un marché hyperconcurrentiel ? L'objectif de l'intervention est, au travers d'un accompagnement marketing **pragmatique, concret et personnalisé**, d'identifier les leviers marketing à mettre en œuvre pour valoriser l'offre, optimiser la commercialisation et la gestion.



➤ Pour qui ?

- Hébergements de grande capacité (campings, hôtels, gîtes grande capacité...)
- Collectivités et entreprises

➤ Concrètement, comment ça se passe ?

- Données fournies par l'entreprise
- 2 rdv d'1/2 journée dans l'entreprise
- Mise en avant des axes d'amélioration avec des pistes concrètes à mener à court et moyen terme
- Un suivi dans le temps : formation sur la commercialisation, atelier facebook, etc.

➤ 9 coaching réalisés

➤ Gestion de l'e-réputation



500 prestataires corréziens suivis

47 383 avis déposés en 2018

+ 34 % de publications d'avis par rapport à 2017

18 plateformes observées

95 avis par prestataires en 2018 contre 54 en 2017.

47,5 % des avis sont « excellents »

92,6 % des avis sont issus de 3 plateformes :



53 % des avis

25,3 % des avis

14,3 % des avis

Note moyenne globale : 8,5 / 10

➤ Une e-réputation maîtrisée : un indispensable pour les professionnels

Corrèze Tourisme et les offices de tourisme offrent aux professionnels du tourisme un accès aux avis déposés par leur clientèle une quinzaine de sites d'avis.

➤ Offre de service pour les pros et les destinations :

- un **widget configurable** est disponible pour diffuser les avis sur les sites Internet des destinations et des professionnels

- **des tableaux de bord personnalisés** dont les contenus et s'adaptent en fonction des attentes de deux cibles : destinations et socioprofessionnels. Les avis y analysés et permettent aux pros et aux destinations d'identifier leur points forts, leurs points faibles et les attentes de leur clientèle.



➤ **Place de Marché :**

un outil 4.0 au service du développement du CA des pros



➤ **Le Service**

Face à l'évolution des technologies et des besoins des professionnels, le département de la Corrèze, dans le cadre de sa politique Tourisme 4.0 a missionné Corrèze Tourisme pour déployer Elloha, un outil plus performant permettant aux professionnels du tourisme et des loisirs de relever plus facilement les défis qu'impose le tourisme digital et ainsi de développer leur chiffre d'affaires et préserver leurs marges. Ce même outil est déployé par l'OT Vallée de la Dordogne. Il a pris le relais de Résadirect, outil déployé jusqu'alors en partenariat avec le CRT.

Corrèze Tourisme accompagne les prestataires dans la prise en main de l'outil

➤ **Pour qui ?** hébergeurs, restaurateurs, prestataires d'activité, sites de visites et de loisirs, organisateurs d'événements.

➤ **Bilan 2018**

40 prestataires corréziens ont réalisé des ventes pour un total de 2800 réservations et près de 700 000€ de chiffre d'affaires.

➤ **1ers retours des prestataires utilisateurs d'Elloha (enquête réalisée en septembre 2018)**

92% considèrent qu'il **facilite la gestion de leur activité**

78% des prestataires sont **satisfaits** à très satisfaits **de l'outil**

54% des prestataires considèrent que l'outil a eu un **impact favorable sur leur chiffre d'affaires**

Une **prise en main** jugée globalement assez **simple**

Une utilisation partielle de l'outil par rapport aux potentialités qu'il offre :

61% des utilisateurs n'ont pas pris l'option channel manager et 38% n'ont pas souscrit l'option « paiement en ligne »

des **besoins d'accompagnement** complémentaires clairement exprimés sur **l'utilisation des fonctionnalités de l'outil** et leur **stratégie de commercialisation**

➤ **Activité commerciale groupes**

Les chiffres clés 2018

Nombre de contrats : **135** (+15.40%)

Chiffre d'affaires : **530 505 €** (+16.90%)

Nombre de pax : **5 580** (+ 22.90%)

Prestataires corréziens partenaires : **100**

Taux de fidélisation : **71%**

Origine de clientèle

Auvergne Rhône Alpes : **36.30%**

Nouvelle Aquitaine : **31.10%**

Occitanie : **19.30 %**

Type de clientèle

Autocaristes/associations : **306 402 €** (+ 50.90%)

Tourisme jeunes : **186 043 €** (+65.30%)

Filière voitures anciennes : **37 998 €** (- 72%) (clubs accueillis : Alpine, Renault, Bugatti)

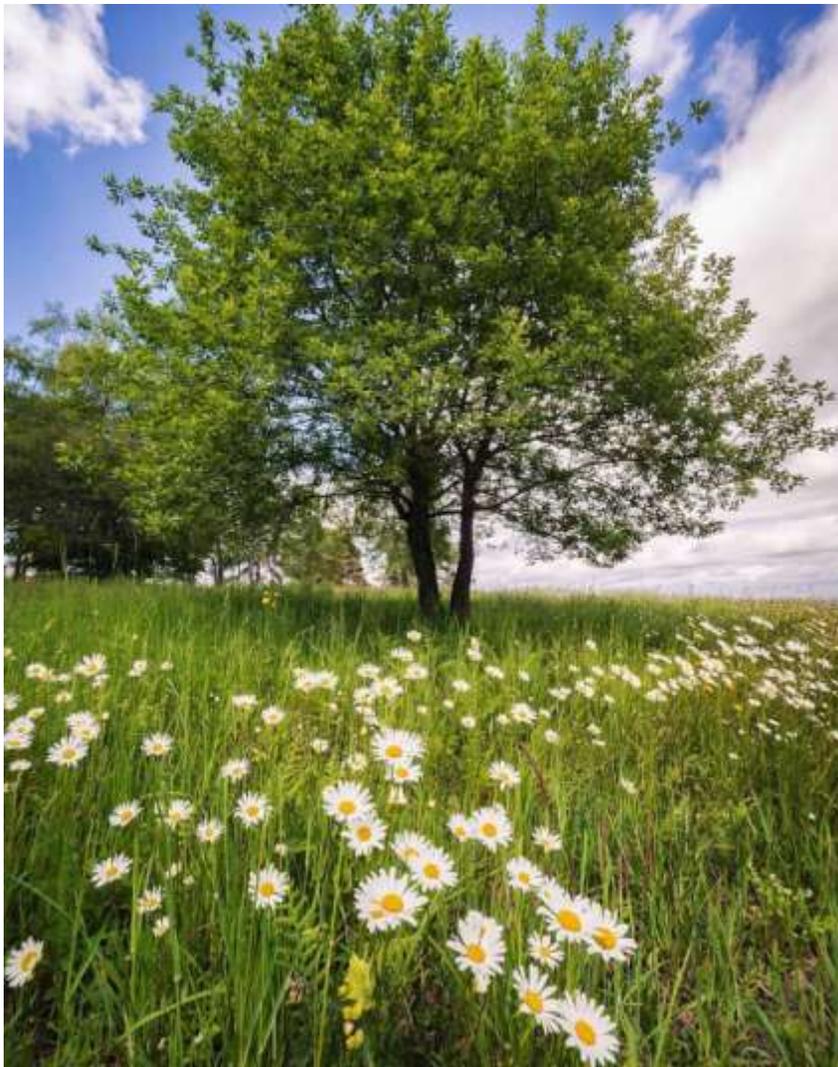
Type de séjour

Journées excursions : **112 dossiers** – chiffre d'affaire : **164 484 €** (+23.10% pour les dossiers - +28.15% pour le CA)

Séjours : **14 dossiers** – chiffre d'affaire : **141 918 €** (stable pour les dossiers - + 103% pour le CA)



Défi 3/ Favoriser les synergies entre acteurs



➤ Observatoire du tourisme

➤ au niveau régional : partenariat avec le CRT Nouvelle-Aquitaine :

- pour le dispositif d'enquête auprès des meublés
- pour les enquêtes INSEE Hôtellerie et Hôtellerie de Plein Air
- pour les enquêtes de conjoncture pendant la saison
- Préparation de l'enquête de clientèle qui débutera en 2019.

➤ au niveau départemental

- production et diffusion des bilans annuels tourisme, bilan e-réputation et bilan INSEE (hôtellerie et camping)
- production et diffusion des fiches filières ou diagnostic détaillé pour rendez-vous professionnel.
- groupe observatoire aéroport : contribution à une étude sur les résidences secondaires de clientèles étrangères

➤ au niveau local

Accompagnement de l'OT Vézère Monédières Millessources sur le traitement et la restitution de l'enquête auprès des participants à la manche qualificative pour les mondiaux de kayak.

Contribution au diagnostic économique de la Communauté de Communes Ventadour Égletons Monédières en lien avec le CD.

Accompagnement des porteurs de projets pour la mise à disposition de données de cadrage (18 projets en 2018)

➤ Partenariats avec les Offices de Tourisme

➤ Club des directeurs : 4 réunions en 2018

➤ Partenariats

- E-réputation : mutualisation de l'outil de e-réputation Fairgust
- Partenariats dans la mise en à jour dématérialisée du système d'information touristique LEI
- Actions de sensibilisation communes à la place de marché Elloha.
- Partenariats presse
- Chambre d'hôtes référence

➤ Accompagnements apportés par Corrèze Tourisme

- Classement de l'OT de Pompadour-Lubersac en février 2018
- Accompagnement à la candidature NOTT du PETR Vézère Auvézère
- Accompagnement au lancement de l'étude pour la structuration touristique du PETR Vézère Auvézère
- Formation des OT à Elloha

➤ Partenariats CRT et Région

➤ Partenariats spécifiques sur l'observatoire

➤ Base de données touristiques LEI mise à disposition de Corrèze Tourisme par le CRT

➤ Financement pour 3 ans par le Conseil Régional de la place de marché départementale Elloha

➤ Partenariat Terra Aventura : Corrèze Tourisme relais de diffusion et d'animation du dispositif auprès des OT Corrèziens

➤ Un comité des directeurs réunissant les 12 ADT s'est réuni en Novembre 2018 pour définir une feuille de route pour la construction des plans d'actions CRT à venir

➤ Participation au plan d'actions promotion du CRT via le Groupe de Travail Tourisme de l'aéroport et le Contrat de Destination Vallée de la Dordogne

➤ La journée PRO



Au travers de cette journée, Corrèze Tourisme donne l'occasion unique aux opérateurs touristiques, quelles que soient leurs activités, qu'ils soient professionnels ou non, de se retrouver à Tulle.

Ils s'informent, réfléchissent, échangent et débattent de l'actualité touristique, des tendances, des innovations dans un secteur en perpétuel mouvement.

Plus de 200 organismes représentés, dont :

- **55** hébergements - campings, villages de vacances, chambres d'hôtes et meublés
- **24** institutions et têtes de réseau
- **43** sites de visites, **25** entreprises de loisirs et **8** organisateurs de manifestations.

Les points forts de la rencontre

→ **le choix de la date** : 29 mars 2018, date à laquelle les prestataires sont encore disponibles avant les vacances de Pâques et les 1^{er} beaux jours.

→ **le choix du lieu** : Tulle et le site de l'Auzelou. La ville est bien accessible et offre des salles très adaptées aux contraintes liées à l'organisation de ce type de journée. Le coût des équipements loués est raisonnable.

→ **le choix des invités** : prestataires professionnels, non professionnels, privés, publics, avec une activité saisonnière ou permanente, départementaux et régionaux...

La seule obligation est d'avoir un lien avec le tourisme.

Une journée PRO rythmée par une **conférence** « *Exister sur un marché concurrentiel... même quand on est petit !* »

Un zoom sur la **marque QUALITE TOURISME** avec la remise des plaques à 3 lauréats. **L'échange de documentation...** même à l'heure du numérique !

Des avis positifs concernant la qualité de l'accueil, la date, l'organisation et les échanges. La consultante et la thématique choisie ont été également bien notées.

Des pistes d'amélioration à trouver pour rationaliser les inscriptions et l'accueil, renforcer la variété et le nombre des prestataires exposants et visiteurs libres.

➤ La com auprès des pro

➤ Le site pro.tourismecorreze.com

Renforcement de la com' pro pour accentuer la visibilité et la lisibilité de l'offre de services avec un **nouveau site web pro**, en ligne depuis décembre 2018 (en adéquation avec la nouvelle charte pro et feuille de route du Département)

A nécessité un **important travail** en interne : arborescence, écriture et harmonisation des contenus

Quelques chiffres :

- ✓ 32.000 visites
- ✓ 60.000 pages vues
- ✓ pages les + consultées :
 - Corrèze Tourisme vous accompagne
 - L'équipe
 - Actualités
 - Observatoire
 - Destination groupes



OFFRE 2018/2019

Découvrez les différents services proposés par Corrèze Tourisme selon votre profil.



PRESTATAIRES TOURISTIQUES

Vous êtes un prestataire touristique en Corrèze et vous souhaitez développer votre affaire ? Consultez notre offre de services.

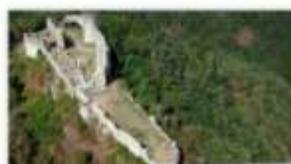
[Lire le site](#)



PORTEURS DE PROJETS

Vous avez un projet de création ou de développement d'une activité touristique (hébergement, activité de loisirs ou sportive, site de visite, etc.) ?

[Lire le site](#)



COLLECTIVITÉS

Votre collectivité s'interroge sur le développement de son territoire, gère un équipement touristique ? Elle souhaite le développer et doper sa fréquentation ?

[Lire le site](#)

➤ Les actus

Des actualités sont publiées régulièrement sur le site.

Elles sont envoyées via des alertes mails à près de **3.300 professionnels** (prestataires touristiques, presse et élus), ce qui permet de leur donner de la visibilité et de booster la fréquentation du site.



- ✓ **85 actus publiées** en 2018
- ✓ 18.000 pages vues
- ✓ thématiques les + lues : nouveautés, récompenses, bilans
- ✓ très appréciées et lues : moyenne de **1min53** passée sur chaque actu
- ✓ reprises par la presse quotidienne

Actualités • Une nouvelle direction pour Corrèze Tourisme

UNE NOUVELLE DIRECTION POUR CORRÈZE TOURISME

10 novembre 2018

Marie Soule a pris les rênes de la structure depuis le 1er novembre 2018.



Nommée par le Président de Corrèze Tourisme Jean-Christophe Meygnot, en accord avec le Conseil départemental, Marie Soule, auparavant responsable du pôle Ingénierie à Corrèze Tourisme, succède à Nicolas Allignat, parti vers de nouvelles horizons après 9 années passées au service des prestataires et partenaires touristiques du département.

Elle a pour mission de mettre en œuvre, avec l'équipe de Corrèze Tourisme et en concertation étroite avec les acteurs du territoire, la politique touristique départementale.

Priority sera donnée au numérique, conformément à la convention signée avec le Département qui met en place des outils et services permettant une transition vers le tourisme 4.0. Il s'agit notamment de proposer aux prestataires une offre de services leur permettant de développer leur performance sur le web (site en ligne, site web, e-réputation, etc.) et de booster leur activité.

Avec cette nouvelle organisation, l'Agence Corrèze Tourisme est prête à relever les défis du secteur du tourisme en Corrèze !

DERNIÈRES ACTUALITÉS

DU NOUVEAU POUR L'OT DE TULLE EN CORRÈZE
03 juin 2019

#ZEBIGINSTAMEET : RETOUR SUR UNE JOURNÉE SUCCÈS
29 mai 2019

CORRÈZE TOURISME BOOSTE VOS RÉSERVATIONS !
27 mai 2019



CORREZE

tourisme

Agence de développement touristique