



COMPTE-RENDU

D'ACTIVITÉ

2022




CORREZE
tourisme

ACCÉLÉRATEUR
DE PERFORMANCES

SOMMAIRE

=> LES CHIFFRES CLÉS 2022

4

AXE 1 ACCOMPAGNER LE RENOUVELLEMENT ET LA PERFORMANCE DE L'OFFRE

- A** Amener les professionnels à être plus performants dans leur stratégie marketing
- B** Accompagner les porteurs de projet et attirer des investisseurs
- C** Piloter grâce à des outils d'observation
- D** Garantir la qualité et tenir la promesse client

8

11

15

16

AXE 2 ETRE MIEUX PRÉSENT SUR L'ENSEMBLE DU PARCOURS CLIENT

- A** Favoriser la consommation locale et faire des corréziens les ambassadeurs de la destination
- B** Toucher davantage les clientèles en séjour, booster la consommation et fidéliser
- C** Travailler la notoriété et la visibilité de la Corrèze
- D** Asseoir la Corrèze comme une destination Sport Nature
- E** Positionner la Corrèze au sein de la destination Vallée de la Dordogne

21

23

28

35

40

AXE 3 PILOTER LE PROJET STRATEGIQUE ET CREER LA SYNERGIE PAR UNE GOUVERNANCE PARTAGEE

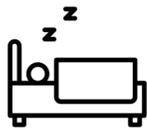
- A** Faire de Corrèze Tourisme, une structure agile maître d'œuvre de la politique touristique départementale
- B** Créer un pilotage partenarial du projet stratégique

44

48

LES CHIFFRES CLÉS 2022

L'OFFRE



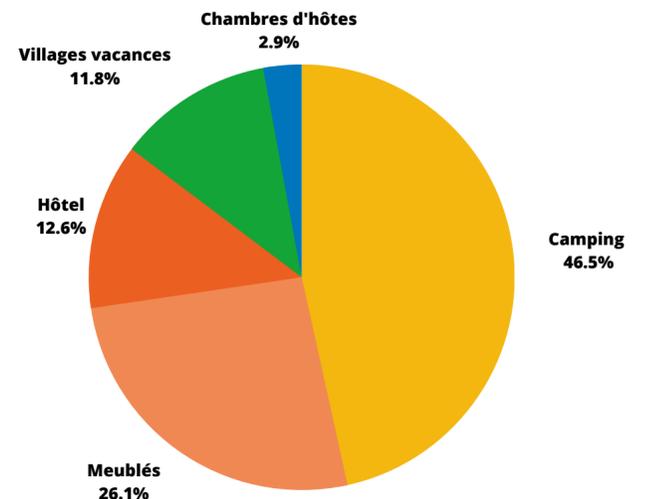
144 000 lits touristiques

36 000 lits commerciaux



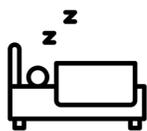
108 000 lits en résidences secondaires

Répartition des lits commerciaux par type d'hébergement



7 MILLIONS DE NUITÉES

(Source FVT)



25% en hébergements marchands



25% de clientèles étrangères



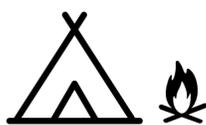
+ 11% des nuitées totales par rapport à 2021

14 mars 2022 : Levée totale du protocole sanitaire
2 août 2022 : fin du pass sanitaire

ZOOM SUR LES FILIERES MARCHANDES



- 508 490 nuitées en 2022: 90% françaises et 10% étrangères
- La fréquentation n'a pas tout à fait retrouvé son niveau d'avant crise : -5,5% de nuitées par rapport à 2019
- 41% des nuitées sont consommées en hôtels 3*, 28% en 1* et 2* et 27% en hôtels non classés
- 60% des nuitées émanent du tourisme d'affaires.



- Avec 586 836 nuitées, la fréquentation progresse de 12.2% par rapport à 2021 et a dépassé son niveau d'avant crise (+12.4% par rapport à 2019)
- Les nuitées françaises : + 5,5% par rapport à 2021 et +17.6% par rapport à 2019
- 26% des nuitées sont réalisées par les étrangers : + 37.2% par rapport à 2021 et a pratiquement retrouvé son niveau de 2019 (-0.3%)
- 43,7% des campeurs choisissent un 3* et 55% un emplacement nu



- Avec plus de 480 000, nuitée la fréquentation est équivalente à 2021
- Après deux années exceptionnelles (à cause du Covid-19), la fréquentation tend à revenir à un niveau d'avant crise.
- Le taux d'occupation est en retrait de 2 points : 32% en 2021 et 30% en 2022.
- 94% de la clientèle est d'origine française et 6% étrangère, essentiellement Belges, Britanniques et Néerlandaises



- La majorité des sites de visites se sont satisfaits de la saison 2022 aussi bien pour les français que pour les étrangers.
- Près de 330 000 entrées en 2022 dans les 25 sites répondants à l'enquête, soit +13% par rapport à 2021 mais -2% par rapport à 2019.
- 38% des entrées sont réalisées dans les châteaux, 20% dans les musées, 18% dans les sites naturels, 12,5% dans les jardins, 8,5 dans les parcs à thème et 3% dans les sites archéologiques.



- 71% des prestataires se disent satisfaits de la saison 2022.
- La fréquentation française est en légère baisse par rapport à 2021 alors que les étrangers sont en progression. Les dépenses sont ressenties en baisse.
- La canicule a parfois freiné l'activité de certains prestataires. Les touristes préférant le farniente ou la baignade.

LA E-REPUTATION

- 500 prestataires corréziens suivis
- 18 plateformes observées
- 39 584 avis déposés
- 54% des avis sont « excellents »
- +0.5% de publications d'avis par rapport à 2021



DEPENSES ET EMPLOI

(Source BVA/INSEE 2019)

330 millions d'euros

55 euros de dépense moyenne par jour et par personne

4 500 emplois sont liés au tourisme

A RETENIR

L'année 2022 marque la fin des contraintes sanitaires et la levée du pass sanitaire au 1er août 2022. Avec 7 millions de nuitées touristiques, la fréquentation touristique progresse de 11 % par rapport à 2021 mais reste encore en retrait de 6,5 % par rapport à 2019

- L'ensemble des hébergements marchands enregistrent une hausse du nombre de nuitées par rapport à 2021 à l'exception des meublés qui affichent une fréquentation équivalente et des villages vacances qui peinent encore à retrouver leur niveau d'avant crise.
- Avec près de 590 000 nuitées, la fréquentation des campings corréziens atteint son niveau le plus élevé depuis quinze ans. Les campings corréziens enregistrent une hausse du nombre de nuitées de 12,2 % par rapport à l'année dernière et + 12,4 % par rapport à 2019.
- L'Hôtellerie est le type d'hébergement qui a le plus pâti de la crise sanitaire en 2022, notamment avec les difficultés de recrutement de personnels. L'activité a pratiquement retrouvé son niveau d'avant crise avec un taux d'occupation équivalent à 2019 (+0,7 points) mais un nombre de nuitées en retrait de 5 %.
- Les locations meublées enregistrent une fréquentation équivalente à 2021 mais en retrait de 3,5 % par rapport à 2019. Les clients étrangers ne sont pas totalement revenus et les clients français ont de nouveau pu voyager librement.
- La levée des restrictions de déplacement au printemps et la fin du pass sanitaire au 2 août ont permis aux sites de visite d'accueillir normalement les visiteurs. Ainsi le nombre d'entrées a progressé de 13 % par rapport à 2021 mais reste en retrait de 3 % par rapport à 2019. Les différents épisodes de canicule, en juin et août, ont impacté assez fortement certains sites.




CORRÈZE
tourisme

ACCÉLÉRATEUR
DE PERFORMANCES

AXE

1

**ACCOMPAGNER
LE RENOUVELLEMENT
ET LA PERFORMANCE
DE L'OFFRE**



LA PLACE DE MARCHÉ ELLOHA



Face à l'évolution des technologies et des besoins des professionnels, le Département de la Corrèze a missionné Corrèze Tourisme pour déployer Elloha, un outil permettant aux professionnels du tourisme et des loisirs de proposer la réservation en ligne.



Les chiffres clés de 2022

647 comptes ouverts sur la plateforme dont :
=>**133** utilisateurs directs
=>**514** comptes en connecteurs ou passerelles

222 comptes créés en 2022 dont :
=>**197** comptes en connecteurs
=>**25** comptes directs

25 402 réservations (17 900 en 2021 soit + 41%)

2 937 523€ de CA (2 400 000 € en 2021 soit + 23%)

- Participation aux journées Elloha à Perpignan en septembre 2022 organisés pour les partenaires (échanges, évaluation de l'outil...)
- Démarchage ciblé auprès des restaurateurs



Partenariat avec les offices de tourisme

Les Offices de Tourisme de la Vallée de la Dordogne, Brive et Haute-Corrèze se sont positionnés aux côtés de Corrèze Tourisme pour assurer l'accompagnement des prestataires sur la vente en ligne.

LE COACHING MARKETING

Corrèze Tourisme propose aux prestataires touristiques un accompagnement pragmatique, concret avec un conseiller dédié qui permet d'analyser, d'optimiser leur offre et leur politique de prix. En renforçant leur positionnement, leurs outils de promotion et de commercialisation, ils touchent de nouveaux marchés.

Pour qui ?

- les hébergements d'une capacité minimum d'accueil de 20 personnes
- les prestataires d'activités
- les gestionnaires de sites

Ce que l'agence propose

- un entretien pour cerner au mieux leur offre et le potentiel de développement
- un diagnostic marketing complet de la structure (audit web, réseaux sociaux, analyse de vos cibles de clientèles)
- des propositions d'actions concrètes à court et moyen terme
- une boîte à outils adaptée à leurs besoins (cahier des charges, place de marché, outil de suivi de la e-réputation, liste de contacts, etc.)
- un suivi régulier



1 coaching réalisé en 2022

AUDITS DE SITE WEB

Corrèze Tourisme propose aux prestataires touristiques un audit de leur site web. Il permet d'analyser ses performances et de définir des axes d'amélioration pour booster sa fréquentation.

Ce que l'agence propose

- l'analyse du site internet, sur la base de 90 critères répertoriés selon 5 axes : valorisation de l'offre, relation client, ergonomie et graphisme, référencement, médias sociaux et l'e-réputation.
- une plateforme dédiée aux audits web permettant de commander l'audit et d'accéder aux résultats et aux ressources pédagogiques.
- un rendez-vous individuel
- un rapport écrit complet avec des recommandations simples et rapides à mettre en place
- la gratuité de ce service dans le cadre d'un coaching marketing



1 audit de site web réalisé en 2022



LES FORMATIONS



Avec des clients toujours plus exigeants, une concurrence accrue, les prestataires touristiques doivent sans cesse renouveler l'offre, être innovant. Pour les aider à être plus performant, les informer des dernières tendances, Corrèze Tourisme leur propose :

- des ateliers animés par les experts de Corrèze Tourisme et ses partenaires privilégiés
- des formations avec un programme spécialement conçu pour répondre à leurs besoins et animées par des spécialistes, en partenariat avec l'INISUP.

En 2022, 2 formations ont été organisées et un atelier Tourisme & Handicap

- **"Se différencier pour mieux se vendre : de la stratégie au plan d'actions" (mars)**

=> 2 journées

=> 7 participants

Objectif de la formation

Faire un état des lieux de l'activité de l'entreprise, hiérarchiser les décisions à prendre. Définir des outils, des actions en fonction des objectifs et axes de développement.

- **"Accueillir et proposer des outils de médiations accessibles aux publics handicapés" (décembre)**

=> 2 journées

=> 12 participants

Objectif de la formation

Concevoir et utiliser en animation des outils de médiation accessibles. Communiquer efficacement auprès des publics cibles.

- **Atelier Tourisme & Handicap, handicap moteur**

=> Une après-midi au barrage du Saillant

=> 15 participants : prestataires en cours de labellisation Tourisme & Handicap ou souhaitant le devenir

Intervenants : ADF, Pays d'Art et d'Histoire Vézère-Ardoise

Objectif de la formation

Mieux appréhender le handicap, zoom sur le handicap moteur : rappel des règles fondamentales, bien accueillir la clientèle en situation de handicap, définir ce handicap et ses spécificités, test grandeur nature "visite du barrage du Saillant".

ACCOMPAGNEMENT DES PORTEURS DE PROJETS PUBLICS ET PRIVÉS

Porteurs de projets privés

Quel que soit le stade d'avancement, **Corrèze Tourisme accompagne les porteurs de projet privés** à définir les orientations de leurs projets et la faisabilité.

L'Agence 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**.



47 porteurs de projets privés dont deux issus de la Conciergerie départementale ont été orientés vers Corrèze Tourisme par Corrèze Accueil

Corrèze Tourisme propose des accompagnements spécifiques aux collectivités qui s'interroge sur **le développement de leur territoire**, sur **la gestion de leurs équipements touristiques** ou même si elle souhaite les développer et doper leur fréquentation.

9 accompagnements 2022 dédiés aux collectivités

• Conseil et suivi du projet

Bonnefond – réhabilitation du site de Chadebec

Auriac – création d'un gîte d'étape

Chaumeil – aménagement d'un plan d'eau et création d'un hébergement touristique

Lubersac – délégation de gestion du camping municipal

Ayen – réflexion sur le devenir du village vacances

Bort les Orgues – réflexion sur le devenir du Centre touristique des Aubazines

• Réalisation d'un diagnostic de repositionnement

Saint Martin la Méane – diagnostic de repositionnement du Camps de la Lune et du camping municipal



LES RENCONTRES INSPIRANTES DU TOURISME EN CORRÈZE

Les Rencontres Inspirantes du Tourisme en Corrèze sont le fruit d'une collaboration entre Corrèze Tourisme et les Offices de Tourisme. Cet événement s'est déroulé le 15 novembre 2022 à la Papeterie d'Uzerche.



Objectif commun : **accompagner les professionnels dans l'adaptation de leur offre aux nouvelles attentes des clientèles.**

La destination campagne est de plus en plus prisée par des clientèles en quête de se réappropriier du temps, rencontrer les habitants, partager des moments de convivialité autour d'expériences humaines ou créatives. Cette tendance de fond s'est accentuée ces dernières années.

Ce sont **plus de 150 personnes** qui ont participé à la conférence et aux ateliers placés sous le thème du "Tourisme durable".

Lancement de l'évènement

Conférence « Tourisme en transition, des raisons d'être optimistes »

Animée par Luc Mazuel - Enseignant/chercheur
et Véronique Vidal - experte marketing

Ateliers thématiques

- Micro-aventure et tourisme de proximité, comment faire évoluer son offre pour attirer de nouvelles clientèles et élargir sa saison ?
- 10 conseils pour générer une expérience singulière et sensorielle
- Mettre en place une démarche de développement durable dans son établissement
- Un numérique engagé, utile au tourisme responsable
- Atelier réservé aux élus
Le nouveau rôle de l'élu en matière de tourisme : de la théorie aux actes

La journée s'est terminée par **un moment de convivialité** autour de produits locaux, sur **la thématique "Origine Corrèze"**.

Cet évènement a été financé par le Conseil Départemental de la Corrèze, Corrèze Tourisme, les Offices de Tourisme de la Corrèze, la Banque des territoires, EDF et le Crédit Agricole Centre France.

Cet évènement est organisé par :



Les partenaires de ces Rencontres #Inspirantes :



FONDS TOURISME DURABLE

Corrèze Tourisme et les Agences de Développement Touristique de la Creuse, Haute-Vienne et Dordogne ont été retenues en tant que partenaire territorial pour déployer le Fonds Tourisme Durable financé grâce à France Relance et opéré par l'ADEME.

Ce fonds a pour ambition d'accélérer la transition écologique des opérateurs touristiques dans les territoires ruraux.

Un chargé de mission a été recruté pour déployer ce dispositif à l'échelle des 4 Départements.

Pour qui ?

Ce dispositif s'adresse à toutes les TPE et PME, se situant en zone rurale et ayant l'une des activités suivantes : restauration, hébergements touristiques et autres hébergements de courte durée, autres hébergements.



Nombre de diagnostics réalisés depuis 2021 : 43

Nombre de dossiers aidés : 17

Montant des aides attribuées : 593 286 €





LA MISSION PROSPECTION INVESTISSEURS



Le déficit d'investissement touristique et l'absence de renouvellement de l'offre amènent à la banalisation de la destination et à son effacement dans l'esprit des clientèles.

La Corrèze, sur ce plan, a une carte majeure à jouer et ce, sur deux axes :

- **Renouveler son offre touristique** face aux évolutions constantes des exigences des clientèles et à leur recherche d'originalité et d'innovation
- **Attirer de nouveaux porteurs de projets et investisseurs** touristiques porteurs de projets innovants, en phase avec les tendances actuelles et d'une dynamique positive pour le territoire



Cette mission s'intègre pleinement dans le projet départemental « Corrèze Accueil », les investisseurs touristiques étant une cible spécifique.

OBJECTIFS DE LA DÉMARCHE

- **Susciter l'envie d'investir** en Corrèze
- **Faciliter la reprise** d'établissements touristiques
- **Renouveler** et **dynamiser** l'offre
- **Proposer un parcours facilité** aux investisseurs : un interlocuteur expert qui l'oriente dans son projet, le suit et l'accompagne vers les bons relais, dans la durée.

Actions menées en 2022

- **Renouvellement du partenariat avec Géolink Expansion**, spécialiste de la prospection d'investisseurs pour les territoires permettant la mise en visibilité des offres disponibles en Corrèze
- **Animation et travail régulier avec un réseau de partenaires** : CCI, territoires, Safer, agents et mandataires immobiliers, banques, Offices de tourisme...
- **Actions de communication** :
 - Création de pages dédiées à chaque territoire touristique sur Tourismhub.com
 - Publication régulière d'offres sur LinkedIn
- **Intégration du groupe de travail Investisseurs d'ADN Tourisme**

Groupe de travail ayant pour but l'échange entre les ADT menant la prospection d'investisseurs, mais aussi de mener des actions communes (salons, accords cadres, webinaire, pitches d'investisseurs, création d'outils, études...)



Les chiffres clés de 2022

- => 67 offres référencées dont 27 en ligne sur <https://tourism-hub.org/>
- => 4 projets à l'étude
- => 18 visites sur le terrain



MISE EN PLACE DE DISPOSITIFS D'OBSERVATION PARTAGÉS



Flux vision tourisme

Corrèze Tourisme s'est doté en 2020 de l'outil Flux Vision Tourisme développé par Orange pour une nouvelle analyse de l'activité touristique en Corrèze. Une convention a été signée entre Corrèze Tourisme et 5 territoires corréziens pour une livraison de résultats à l'échelle départementale et pour une durée de deux ans (2020 et 2021).

A la fin de l'année 2021, **Corrèze Tourisme s'est réengagée avec ADN et Orange pour poursuivre le dispositif sur l'année 2022.** Les cinq territoires déjà engagés ont reconduit le partenariat avec Corrèze Tourisme et un sixième territoire a rejoint le dispositif.

En 2022, un rapport détaillé et deux fiches de synthèse ont été remis à :

- L'office de tourisme de Brive
- L'office de tourisme de Tulle
- La SPL Terres de Corrèze
- Le syndicat mixte du Pays Haute-Corrèze Ventadour
- Le PETR Vallée de la Dordogne Corrézienne
- L'office de tourisme de la Vallée de la Dordogne

A la fin de l'année 2022, Corrèze Tourisme a souscrit au nouveau contrat cadre ADN/Orange, pour une durée de deux ans, proposant une fréquence de livraison des résultats plus régulière et de nouveaux outils de traitement.

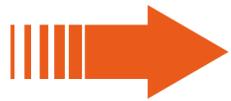
L'ensemble des territoires engagés ont renouvelé leur partenariat avec Corrèze Tourisme pour les années 2023 et 2024.



QUALIFICATION DE L'OFFRE

Développer et fidéliser la clientèle, en garantissant un niveau de qualité et de confort est un enjeu fort pour les prestataires touristiques.

Corrèze Tourisme les accompagne au travers du classement des meublés et du déploiement de la Marque Tourisme et Handicap.



Classement des meublés de tourisme

Corrèze Tourisme est agréé pour le classement des meublés depuis 2014. Il permet notamment aux propriétaires de bénéficier d'un abattement fiscal majoré, d'accepter les chèques vacances, de limiter l'impact de la taxe de séjour. Corrèze Tourisme intervient sur toute la Corrèze à l'exception de l'agglomération de Brive et de l'offre Gîtes de France. Le classement étant valable 5 ans, les reclassements interviennent pour presque 1/3 de l'activité.

1er janvier 2022 : nouvelle grille de classement de 133 critères répartis en 4 grands chapitres : équipements, services au client, accessibilité et développement durable.



Les chiffres-clés de 2022

210 meublés classés par

- Gîtes de France
- OT Brive
- Corrèze Tourisme
- Cabinet extérieur

Pour Corrèze Tourisme

=> **78** classements effectués (74 en 2021)

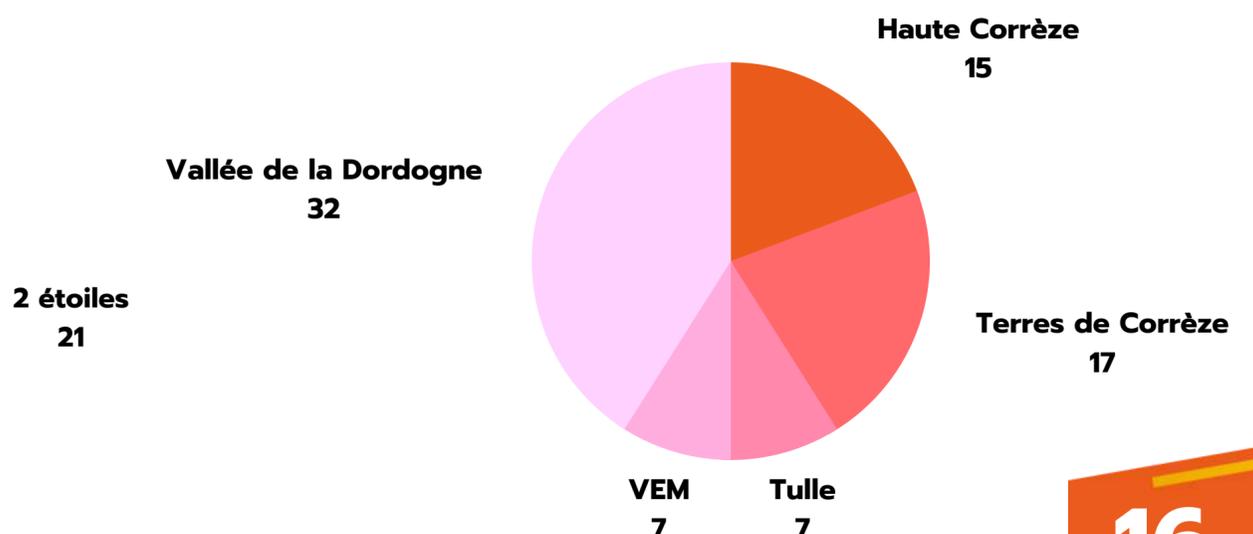
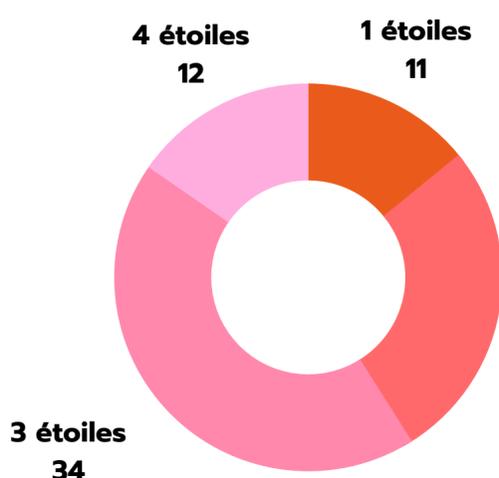
Soit **359 lits touristiques** (-9,8% / 2021)

=> **88%** des meublés ont une capacité d'accueil de 2 à 6 personnes.



Nombre de classement en 2022 par Corrèze Tourisme

Classement par secteur géographique



Marque Tourisme & Handicap

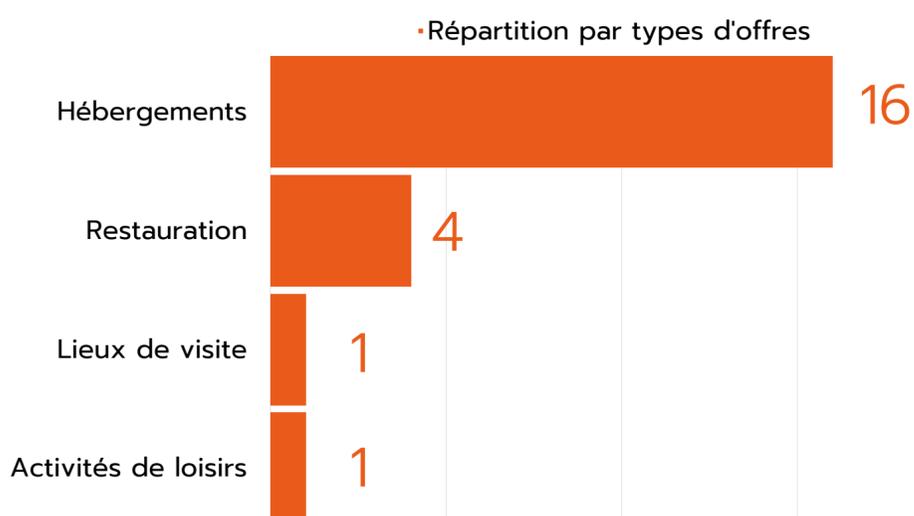
Le déploiement de la marque d'Etat T&H en Corrèze est assuré par Corrèze Tourisme. Cette démarche témoigne d'une volonté de développer une offre accessible à tous les publics. Elle identifie 4 déficiences : auditive, mentale, motrice, visuelle. Le candidat à la Marque proposera une offre adaptée à 2 handicaps au moins, dont le moteur.



Les chiffres clés de 2022

Corrèze Tourisme a effectué 11 évaluations, la commission territoriale s'est réunie le 28 juin 2022 pour labelliser 4 dossiers.

11 porteurs de projets ont été accompagnés, en majorité pour des hébergements et 3 d'entre eux pour des activités de loisirs.

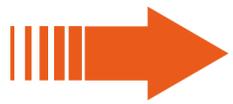


Côté sensibilisation des prestataires touristiques :

=> 1 atelier a réuni 15 participants autour du handicap moteur avec la collaboration d'APF et du PAH Vézère-Ardoise.

=> 12 personnes ont suivi une formation de 2 jours pour se familiariser avec la conception d'outils de médiation pour les handicaps auditif, mental et visuel.

=> Accompagnement de l'Office de tourisme Terres de Corrèze pour développer la notion d'accessibilité auprès des prestataires de son territoire.



Marque Qualité Tourisme

La marque Qualité Tourisme est une marque d'État, attribuée pour 5 ans, aux professionnels du tourisme pour la qualité de leur accueil et de leurs prestations.



Corrèze Tourisme est Partenaire Local habilité depuis 2016 pour l'accompagnement et le suivi des activités de loisirs, les lieux de visites, les visites guidées et en 2020 l'hôtellerie de plein air.

En Corrèze, **10 sites marqués** :

Lieux de visite : Jardins Sothys, Jardins de Colette, Les Tours de Merle, Gouffre de la Fage, Musée de l'Homme neandertal et un nouveau en 2022, le Château de Pompadour

Activités de sports nature : Escapade Nature, Corrèze Montgolfière, la station sport nature Vézère Monédières, la station sport nature Vézère-passion

Actions en 2022

5 rendez-vous individuels de préparation au renouvellement et à l'entrée dans la marque

3 audits mystères de renouvellement, validés en commission en novembre

1 audit mystère d'entrée : Château de Pompadour validé en commission en novembre






CORREZE
tourisme
ACCÉLÉRATEUR
DE PERFORMANCES

AXE

2

ÊTRE MIEUX

PRÉSENT SUR

L'ENSEMBLE

DU PARCOURS CLIENT



LA CORRÈZE EN FAMILLE

Les familles avec enfants représentent 50% de la clientèle estivale en Corrèze. Corrèze tourisme accompagne les professionnels du tourisme qui souhaitent développer cette clientèle en animant le réseau La Corrèze en famille.



Celui-ci existe depuis 15 ans et regroupe 54 prestataires.



Les actions de promotion

- A destination du grand public

- Campagnes publicitaires sur Instagram et Facebook en 20 juillet au 26 août pour promouvoir le réseau "Corrèze en Famille"
 - => 4 393 clics et 828 487 impressions
 - => 111 450 personnes touchées
- 7 actus pro et presse : 3 345 contacts
- Articles dans l'E-mag sur le site tourismecorreze.com : 182 000 vues
- Newsletter grand public : 52 124 prospects
- Edition d'une carte famille présentant toute l'offre du réseau famille : 18 000 exemplaires
- Mise à jour régulière de la page "famille" sur le site de Corrèze Tourisme
 - => 12 703 pages vues
- Encart dans le Hors-série d'été du P'tit corrézien (magazine distribués auprès de 30 000 corréziens)
- Partenariats avec Bram Fm, Escapada pour le jeu du patrimoine et la Ligue contre le Cancer
- Partenariat avec Kidiklik 500 000 pages vues / 6 800 abonnés à la newsletter / 8 500 abonnés sur Facebook

- A destination du public scolaire

Brochure "La Corrèze, tout un programme" éditée pour 2 ans (2021-2022) – envoyée par mail à plus de 950 destinataires écoles, collèges, IME, centres de loisirs corréziens et limitrophes.

Partenariat encart ODCV.

- Eductour

Découverte en avant-première du futur Musée de l'Accordéon et des Patrimoines de Tulle pour les membres du réseau La Corrèze en Famille

➡ Les actions de qualification et d'accompagnement des pros

- Organisation de **deux formations avec CCI Inisup Corrèze** : " Se différencier pour mieux se vendre" ; "Accueillir et proposer des médiations accessibles aux publics handicapés".
- Réalisation de **10 audits de renouvellement**.

➡ Partenariat avec Terra Aventura, le geocaching made in Nouvelle-Aquitaine



Un dispositif facteur d'attractivité pour la Corrèze !

60 caches en Corrèze

245 170 visiteurs en 2022 pour 53 298 caches découvertes (173 447 visiteurs en 2021).

3 temps forts en 2022 :

- **Une cache éphémère Zaméla** à Ussac (10 000 joueurs en 3 semaines)
- Une nouvelle cache à vélo à Espagnac (**Ziclou**)
- **Z'anniv** à Uzerche (événement spécial Terra Aventura très prisé par les joueurs) : 200 participants..

Pour rappel :

- 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.



B / TOUCHER D'AVANTAGE LES CLIENTÈLES EN SÉJOUR, BOOSTER LA CONSOMMATION ET FIDÉLISER

OPÉRATIONS MARKETING POUR BOOSTER LES VENTES

Des campagnes publicitaires sur Facebook et Instagram ont été programmées avec les différentes filières du département pour valoriser les offres et susciter des réservations.

La Fédération de l'Hôtellerie de Plein Air Limousin, les Gîtes de France Corrèze, le Club des Hôteliers-Restaurateurs de la Corrèze, le réseau des sites étonnants, les Logis, le Chambre d'Agriculture de la Corrèze, le réseau la Corrèze en Famille se sont engagés dans la démarche.



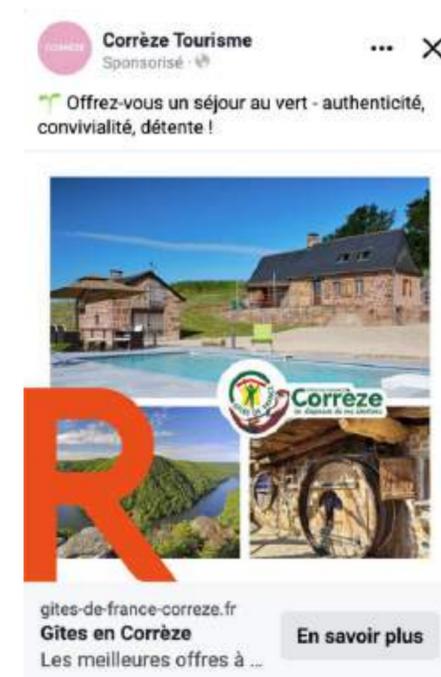
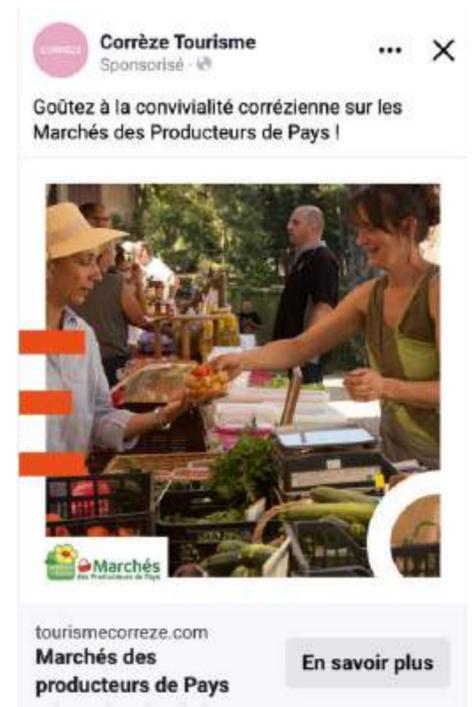
Les campagnes concernant les hébergements ont débuté en mai pour booster les réservations.

Celles concernant les sites, les activités et restaurants ont été programmées pendant l'été afin de susciter l'envie auprès des corréziens, des visiteurs en séjour sur place et sur les territoires limitrophes.



Résultats

- Campagne hébergements :
 - 7 874 968 impressions
 - 2 330 800 personnes touchées
 - 45 628 clics
- Campagne visites, activités et restaurants :
 - 5 120 330 impressions
 - 862 975 personnes touchées
 - 53 488 clics



LA E-RÉPUTATION EN CORRÈZE

Note moyenne globale : 8,4 / 10

Une e-réputation maîtrisée : offre de service pour les professionnels et les destinations.

Corrèze Tourisme et les offices de tourisme offrent aux professionnels du tourisme un accès aux avis déposés par leur clientèle **sur plus de 20 plateformes d'avis**.



Les professionnels ont accès à

- **des tableaux de bord personnalisés** dont les contenus s'adaptent en fonction des attentes de deux cibles : destinations et socioprofessionnels. Les avis y sont analysés et permettent aux pros et aux destinations d'identifier leurs points forts, leurs points faibles et les attentes de leur clientèle.
- **un widget configurable** est disponible pour diffuser les avis sur les sites Internet des destinations et des professionnels
- **une analyse de la e-réputation** de la destination

La collecte et la modération d'avis

- La collecte des avis est activée sur les sites web de Corrèze Tourisme, des Offices de tourisme de Tulle, Ventadour-Egletons-Monédières, Haute Corrèze et Terres de Corrèze
- **293 avis** ont été modérés en 2022 par Corrèze Tourisme.
- **96 avis ont concerné la randonnée** => forte valeur ajoutée pour les randonneurs car cela contribue à la qualification de l'offre. Cela permet également de faire remonter des difficultés identifiées par les usagers sur les sentiers (entretien, balisage, etc).
- **Note moyenne : 8,4/10**
- **62% des avis étaient excellents**

LA GESTION DE LA RELATION CLIENTS

Newsletters grand public

- 8 newsletters envoyées au gré des saisons et activités (vœux, St Valentin, préparation des vacances, activités estivales, rentrée, idées cadeaux de Noël)
- Mise à jour régulière de la base de prospects pour supprimer les contacts inactifs depuis 3 ans et intégrer les nouveaux contacts.
- Développement de la base prospect grâce aux jeux concours



Résultats

- Taux d'ouverture traçable 43.79% en 2022
- 22 931 contacts dans la base en 2022

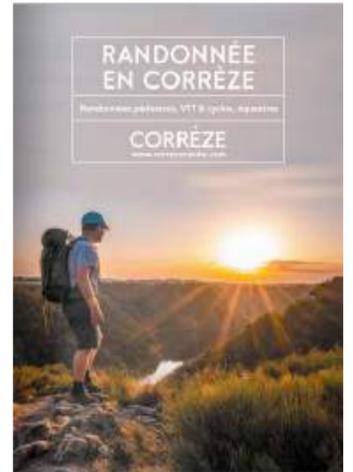
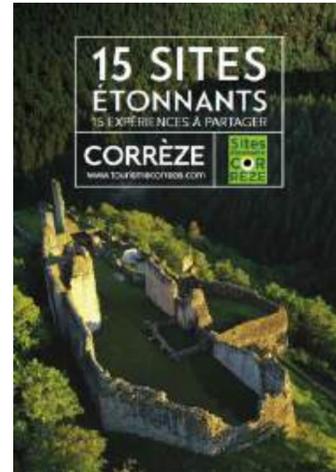


64.50% ouverture pour la news Bel l'été en Corrèze

B / TOUCHER D'AVANTAGE LES CLIENTÈLES EN SÉJOUR, BOOSTER LA CONSOMMATION ET FIDÉLISER

LES ÉDITIONS ET LEUR DIFFUSION

- **Carte touristique** (éditée pour 2 ans - 2021/2022)
110 000 exemplaires Français
18 000 exemplaires Anglais
18 000 exemplaires Néerlandais
- **Corrèze en famille**
18 000 exemplaires
- **Sites étonnants**
25 000 exemplaires
- **Randonnée**
10 000 exemplaires
- **Sets de table**
50 000 exemplaires



• Diffusion

Bourse aux documents 2022

Environ 150 personnes accueillies

Cartes Français	—————>	35 000
Cartes Anglais	—————>	4 900
Cartes Néerlandais	—————>	3 500
Carte Corrèze en famille	—————>	13 000
Sites étonnants	—————>	13 000
Randonnée	—————>	600
Total	- - - - ->	74 500



Tournée de diffusion en juin : 40 000 documents diffusés



L'ACTIVITÉ COMMERCIALE DU SERVICE GROUPE



Les chiffres-clés 2022

Nombre de contrats : 139 (+148%)
Chiffre d'affaires : 508 165€ (+140%)
Nombre de pax : 5 393 (+147%)
Prestataires corréziens partenaires : 100
Taux de fidélisation : 74%

• L'origine de la clientèle

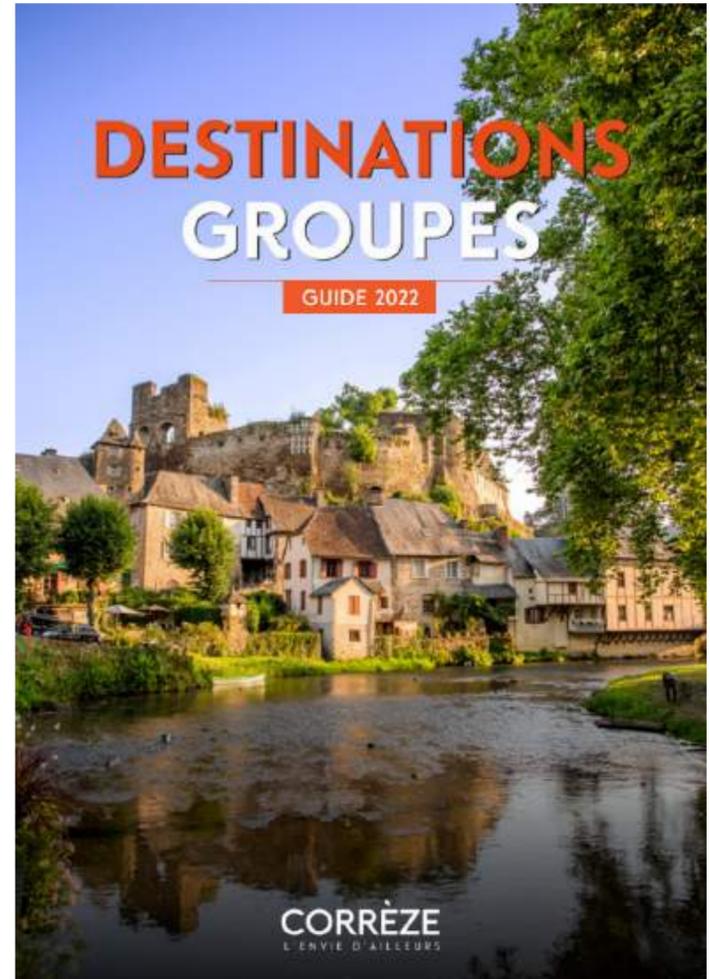
Auvergne-Rhône-Alpes : 41% (+11%)
Nouvelle Aquitaine : 28%
Occitanie : 19% (-2%)

• Répartition du CA par type de clientèle

Autocaristes/associations : 308 373€
Tourisme jeunes : 31 231€ (-36%)
Filière voitures anciennes : 169 561€ (+486%)

• Les types de séjours

Journées excursions : 119 dossiers – chiffre d'affaires : 184 217€
Séjours : 20 dossiers – chiffre d'affaires : 324 948€

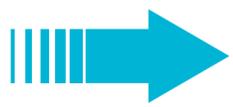


Un fort rebond de l'activité

L'activité en 2022 a bénéficié d'une bonne reprise comparable à l'année 2018 en terme de dossiers et de marge. L'activité jeune a été revue à la baisse avec le retrait d'un opérateur sur un centre de vacances. La filière voitures anciennes a fortement progressé dû en partie à des reports de séjours 2020.



CAMPAGNE DE COMMUNICATION 2022



La Corrèze secrète

Un dispositif 100% digital pour une campagne décalée et hors des sentiers battus où la Corrèze propose aux vacanciers l'expérience de coins préservés, vierges, qu'elle sait sauvegarder pour mieux les partager.



La campagne menée en partenariat avec le Comité Régional du Tourisme Nouvelle-Aquitaine, les Offices de Tourisme de Tulle, de Haute-Corrèze, Terres de Corrèze ainsi que les Gîtes de France, a été lancée le 5 mai avec pour principal dispositif la diffusion d'un film publicitaire en Replay et en TV segmentée sur TF1, France TV et M6.



france.tv



D'autres dispositifs ont permis d'accroître la visibilité de cette campagne :

- Campagnes YouTube nationale et Google Adwords
- Médiatisation de la campagne sur les réseaux sociaux
- Jeux-concours sur le site web de Corrèze Tourisme et Instagram
- Campagne display sur Météo France et Caramaps



La campagne Replay - TV segmentée Corrèze Secrète a obtenu de bons résultats !

- 2 millions d'impressions
- 11 500 clics

Les autres dispositifs ont généré 98 563 clics, 828 200 vues, 11 615 participations au jeu-concours, et 8 millions d'impressions

CAMPAGNE DE COMMUNICATION 2022

La Corrèze secrète : Une campagne inattendue !

Les résultats sont très satisfaisants avec des coûts par clic qui restent très bas par rapport au marché publicitaire social média et digital.

Les campagnes autour d'une Corrèze secrète et leurs résultats sont en adéquation avec l'intérêt des cibles et l'attrait pour une destination "atypique" : des séjours ressourçant proches de la nature, des lieux étonnants, des petits villages plein de charme, des logements insolites, loin de la foule...

D'autres campagnes ont été menées sur l'automne/hiver pour booster les réservations / achats sur la fin de l'année et étoffer nos communautés sur les réseaux sociaux.



Bordeaux fête le vin, du 23 au 26 juin 2022 (portage CD 19)

- Cibles : Grand public - Bassin de proximité NA
- Filières : Patrimoine, gastronomie, écotourisme, randonnée
- Village Corrèze avec pavillon tourisme de 24m² (10X2,40 mètres), stand food de 15m² avec des producteurs
- Partenaires : Offices de Tourisme de Brive, de Tulle, de Haute-Corrèze et Ventadour Egletons Monédières

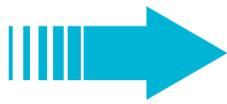


35 000 pass vendus en trois jours et 185 000 dégustations

Le stand très immersif et attractif a été très apprécié par les partenaires et le public. Le bilan est globalement positif, cette opération a permis de donner de la visibilité à la destination auprès des bordelais qui ont marqué leur intérêt pour les spots de visites, la randonnée et les séjours en itinérance et ont été surpris de la richesse de l'offre touristique.



LA STRATÉGIE DIGITALE

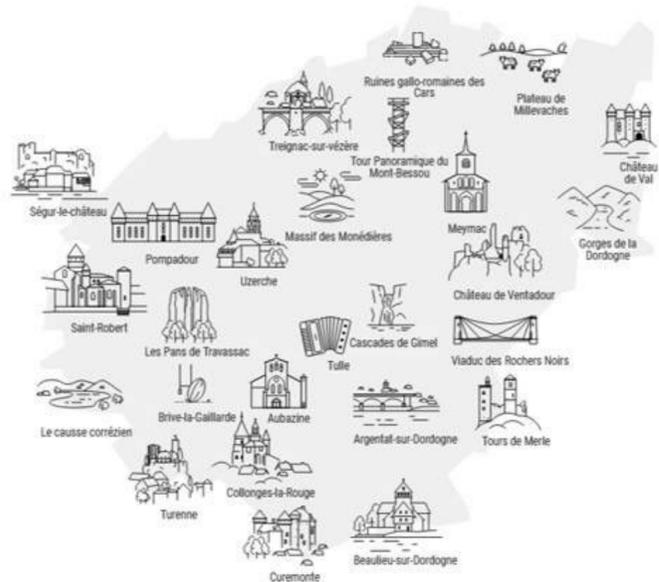


Le site www.tourismecorreze.com

NOS INCONTOURNABLES

Les Plus Beaux Villages de France, villes et villages de caractère, patrimoine, nature... Découvrez les must de la Corrèze.

[EN SAVOIR PLUS](#)



1,4 millions de visites sur le site portail : **+ 10,5%/2021** et **+14,6%/2020**
+ 8% de nouveaux utilisateurs

Le trafic a été boosté par :

Les dispositifs de la campagne de communication et les Newsletters qui ont généré 127 000 visites

Les optimisations techniques et graphiques du site :

- >> Evolutions SEO, techniques et fonctionnels
- >> Evolutions graphiques, moteur de recherche, webdesign : page d'accueil, pages détaillés...

Le coaching SEO de l'équipe en charge de la production de contenus.

Le trafic en provenance des moteurs de recherche a progressé de 10,3%

Le Mag

Des articles qui racontent la Corrèze et la font (re)découvrir autrement au travers de 4 rubriques : actualités, inspirations, paroles de blogueurs, rencontres.



- Utilisation du **storytelling** pour améliorer le référencement du site portail
- **Maillage de l'ensemble des dispositifs** : les articles sont partagés sur les réseaux sociaux (facebook, stories instagram, twitter) et les newsletters
- **Planning et comité édito** en fonction des actualités



Les chiffres-clés

- Plus de **150 articles en ligne**
- 94 000 visites et **184 000 pages vues en 2022**

Top 5 des articles les plus vus

 <p>Nos recettes corréziennes 6 spécialités familiales & corréziennes</p> <p>14 724 vues</p>	 <p>Un village de Gaulois en Corrèze !</p> <p>6 711 vues</p>	 <p>Bienvenue aux Pans de Travassac ! Un voyage inédit au cœur de la tradition ardennaise</p> <p>6 334 vues</p>
 <p>Autour d'Uzerche Top 5 des sites à visiter au pays d'Uzerche</p> <p>7 616 vues</p>	 <p>Où voir le feu d'artifice du 14 juillet en Corrèze ? Découvrez notre sélection 2022</p> <p>6 474 vues</p>	

LA STRATÉGIE DIGITALE

Les réseaux sociaux

facebook



Les chiffres clés de 2022

130 K

Fans
+5,4% / 2021

36 M

Impressions sur l'année
+11,3% / 2021

5,89%

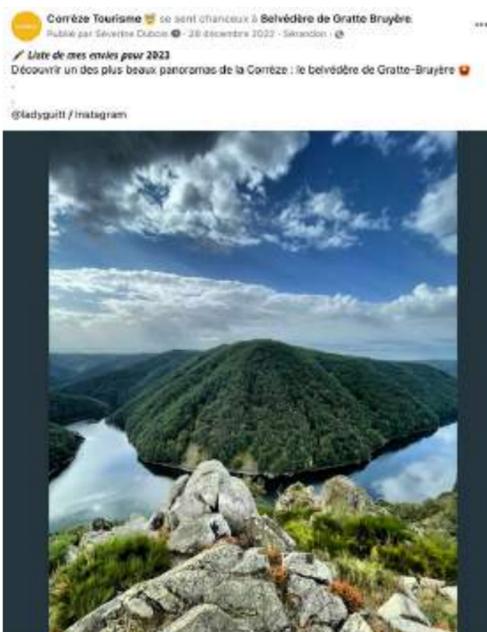
Taux d'engagement moyen
+59,4% / 2021

132 K

Personnes atteintes
en moyenne par publication
+68% / 2021



Top 3 - Portée



600 000 personnes
atteintes



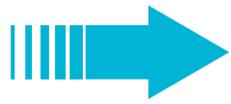
420 000 personnes
atteintes



394 000 personnes
atteintes



La Corrèze dans le TOP 10 parmi les 85 départements présents sur les réseaux sociaux



Les réseaux sociaux

Instagram



Les chiffres clés de 2022

28 K Abonnés
+15% / 2021

5,5 M Impressions sur l'année
-10% / 2021

7,1% Taux d'engagement moyen
-23,6% / 2021



Top 3 - Engagement



36,81%
d'engagement



34,48%
d'engagement



34,08%
d'engagement



La Corrèze dans le TOP 10 parmi les 85 départements présents sur les réseaux sociaux



LES RELATIONS PRESSE

- **Une centaine d'accueils et de contacts en 2022**

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

- **481 retombées sur les différents supports**

(magazines, journaux, TV, radios, web, guides, blogs...)



Une année exceptionnelle en termes de valorisation et d'impact

9,8 millions € de valorisation publicitaire

1,6 milliard de vues sur l'ensemble des différents supports

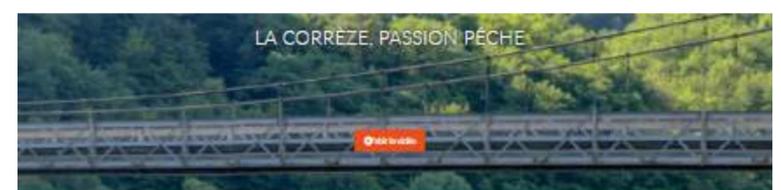
Des résultats qui reflètent l'important travail coopératif entre Corrèze Tourisme, les Offices de tourisme, l'aéroport Brive-Vallée de la Dordogne, le Comité Régional du Tourisme et l'ensemble des prestataires touristiques corréziens.



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

- Un programme d'investissements 2021 - 2022 de 176 517 € portés par la Fédération de pêche de la Corrèze avec une participation du Département de la Corrèze à hauteur de 27 137€ : 1 mise à l'eau, 2 parcours labellisés.
- Les actions sur les réseaux sociaux
Publication Facebook pour l'ouverture de la pêche => 34 000 personnes atteintes
- 42 hébergements labellisés "hébergement pêche" depuis la diffusion du label en Corrèze (en partenariat CCI/Fédération de la pêche)



Corrèze Tourisme se sent surexcité(e).
Publié par Séverine Dubois (17) - 10 mars 2021 · 🌐

La Corrèze c'est LE spot de pêche à découvrir dès samedi pour l'ouverture

Performances de votre publication		
34 122 Personnes touchées		
1 951 Réactions, commentaires et partages (👤)		
1 298	739	559
👍 J'aime	Sur la publication	Sur les partages
170	106	64
❤️ J'adore	Sur la publication	Sur les partages
3	1	2
😡 Haha	Sur la publication	Sur les partages
11	4	7
😲 Wowah	Sur la publication	Sur les partages
153	40	113
💬 Commentaires	Sur la publication	Sur les partages
319	314	5
🔄 Partages	Sur la publication	Sur les partages
914 Clics sur la publication		
165	0	749
🖼️ Affichages de photos	Clics sur un lien 🔗	Autres clics (👤)

LA RANDONNÉE, LE CYCLO

Le document d'appel

Refonte totale du document randonnée, tous types d'activités :

- **Thématiques pédestre**, cyclo, VTT, trail, équestre...
- **18 000 exemplaires** pour 2 ans
- **Cartographie en double page** centrale, pas à pas complet d'un circuit extrait du topoguide Belles Balades, présentation des grands itinéraires pédestres, cyclo et VTT.



Le site internet : www.correzerando.com

- **Amélioration de l'expérience** visiteur avec des entrées par pratique :
 - Randonnée pédestre
 - Cyclo
 - Equitation
- **Enrichissement et valorisation** (prestataires d'activités, GPX circuits, Fairgust, critérisation des 19 sentiers de rando incontournables..).



144 871 visites en 2022 (-5,9% /2021)
444 104 pages vues en 2022

« Cette baisse de fréquentation peut s'expliquer en raison de la canicule de l'été 2022 »

Les autres supports de communication

- **E mag** : articles thématisés
- **7 newsletters** : grand public, cible affinitaire et destination des pros
- **Chroniques radio** : Bram FM et Radio Vassivière

J'ai testé pour vous... la Vagabonde

14,6 km sur la véloroute Corrèze V87

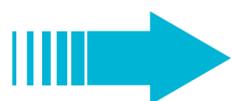


Label Accueil Vélo



Mise en place du label pour favoriser le séjour du cyclotouriste. Concerne 6 types d'établissements : hébergements, restauration, sites touristiques, loueurs de vélo, réparateurs de vélo, offices de tourisme.

Signature d'une convention avec France Vélo Tourisme autorisant Corrèze Tourisme à devenir animateur territorial.



Accueil blogueurs et presse spécialisée, reportage photos :

Grégory Rohart - ITREKKINGS

6 jours sur le GRP Midi - Corrèzien

Article sur son blog avec photos et traces GPX, publications Twitter, Facebook et Instagram, photos thématiques. Plus de 3 000 visites de l'article sur le blog.

Partenariat avec l'Office de Tourisme Vallée de la Dordogne, la Communauté de Communes Midi Corrèzien et le CDRP.

Un monde à vélo

3 jours sur la Véloroute 87 "La Vagabonde" à l'issue de la MadJacques, en partenariat avec l'Office de Tourisme Terres de Corrèze.

Article sur leur blog avec photos et vidéos, sol et drone, publications Facebook.

45 000 vues pour l'article Corrèze.



Balades en France

Découverte du GRP Midi Corrèzien

Partenariat avec les Offices de Tourisme de Brive et Vallée de la Dordogne

6 pages avec double d'ouverture et volet cartographique de 2 pages.

40 000 exemplaires

Reportage photos

Enrichissement de visuels sur le cyclotourisme, reportage avec Romann Ramshorn



Lancement Véloroute 87 La Vagabonde

« La Vagabonde » traverse 5 départements de l'Allier au Tarn-et-Garonne, en passant par, la Creuse, la Corrèze et le Lot. L'itinéraire corrézien long de 157 km chemine du lac du Chammet jusqu'à Liourdres. Il est balisé dans les deux sens et jalonné d'aires de services et haltes repos qui assurent aux cyclotouristes un accueil adapté.



Les actions 2022

- Constitution du comité d'itinéraire qui réunit les 5 départements et signature d'une convention de partenariat sur 3 ans
- Validation du positionnement marketing de l'itinéraire
- Début des actions de promotion 2022 : inauguration, site web, dépliant d'appel, vidéo promotionnelle

Opération de visibilité

- **Salon du Randonneur de Lyon**

Manifestation de qualité avec une cible affinitaire dans un bassin de clientèle important. Plus de 14 000 visiteurs, avec des demandes spécifiques sur la randonnée pédestre, cyclotourisme et VTT.

Mutualisation du stand avec le CRT, la Dordogne de Villages en Barrages, la Fédération Régionale de l'Hôtellerie de Plein Air, l'OT de la Haute-Corrèze.

- **Outdooractive**

Plateforme européenne spécialisée dans la valorisation des activités de pleine nature : randonnée, VTT, vélo.

28 702 consultations des circuits Corrèze en 2022 (278 itinéraires valorisés) (-8,5% /2021)



- **Cirkwi**

Plateforme dédiée à la valorisation de la randonnée
431 circuits en ligne pour la Corrèze.



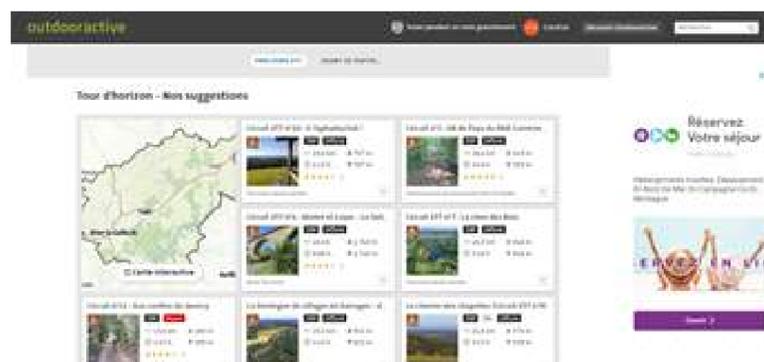
Résultats

85 330 consultations (-6,9% /2021)
5 662 téléchargements GPX (-5,5% /2021)
13 560 téléchargements PDF (-9,8% /2021)

Ces baisses de fréquentation peuvent s'expliquer en raison de la canicule de l'été 2022

- **Avec les opérateurs locaux**

La Dordogne de Villages en Barrages, FFvélo, Cellule Sports du Conseil Départemental (Suricate), CDRP, Lot Tourisme et l'OT Vallée de la Dordogne (carte itinérance), association Corbier-oxygène pour les Parcours d'Activités Physiques et Sportives Etalonnés.



A noter : des fiches ressources pour l'accueil des clientèles cyclo et randonnée sont disponibles à l'attention des professionnels sur notre site : pro.tourismecorreze.com

LE TRAIL

La démarche "Corrèze Destination Trails"

En partenariat avec le Conseil départemental, Corrèze Tourisme contribue à la réalisation d'un plan d'action visant à générer de l'image, de la notoriété et une dynamique autour de la discipline en associant 4 trails :

- Millevaches-Monédières Trail
- Myrtilles-Trail
- Aquaterra
- X-Trail-Corrèze-Dordogne

Ces 4 trails ont accueilli 4 030 concurrents issus de 87 départements. 70% ne résident pas en Corrèze.

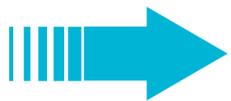
Le plan d'actions

Salons : *Festival des Templiers (30 000 visiteurs) et SaintéLyon (20 000 visiteurs)*

- Relations presse : **partenariat pub et rédactionnels** avec ESPRIT TRAIL et NATURE TRAIL dans les numéros spécial calendrier et au fil de l'année pour Nature Trail.

- Envoi de **6 newsletters** à partir d'un fichier qualifié mutualisé de **14 000 contacts** => excellent taux d'ouverture autour de 40%





Aéroport Brive-Vallée de la Dordogne

Les clientèles britanniques et belges sont ciblées dans le cadre d'un partenariat Corrèze/Lot/Dordogne autour de l'aéroport Brive-Vallée de la Dordogne et de la marque « Dordogne Valley »



Groupe de travail tourisme aéroport :

Budget Corrèze Tourisme versé au GTT aéroport : 7 500€/an

Budget opérationnel du GTT : 25 000€/an

Membres : aéroport Brive-Vallée Dordogne et institutionnels du tourisme (Corrèze Tourisme, Brive Tourisme, Office de tourisme Terres de Corrèze), Lot (Lot Tourisme, Office de tourisme Vallée de la Dordogne aussi sur sud Corrèze) et Dordogne (CDT 24, Office de tourisme de Sarlat, Office de tourisme de Fénelon et Office de tourisme Terrasson) .

Actions 2022 :

Marché belge : Dans le cadre de l'ouverture de la ligne Brive Bruxelles-Charleroi, démarchage de journalistes et tours opérateurs à Bruxelles, en Flandres et en Wallonie du 28 mars au 1er avril => une cinquantaine de contacts pris lors de conférence de presse, soirée événement et rendez-vous itinérants.

Campagne B To C multi supports (presse écrite, web, radio et TV)

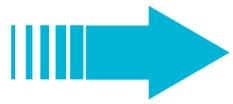
Accueil de 6 tours opérateurs et 7 journalistes du 23 au 26/09 et du 26 au 30/09 pour concrétiser le travail de démarchage entrepris au printemps.

Marché anglais (7 juin) : en collaboration avec le CRT NA, rencontres presse à Londres avec une dizaine de journalistes et le lendemain une dizaine de tours opérateurs.

Réseaux sociaux : collaboration renouvelée avec l'agence spécialisée My Destination pour l'animation de la page Facebook Dordogne Valley.

Supports de communication : mise à jour et création de fiches thématiques





Contrat de Destination Dordogne Valley

En 2022, Corrèze Tourisme s'est impliqué dans un collectif resserré autour des 3 départements Corrèze, Lot et Dordogne sur l'élaboration du Contrat de destination animé par le CRT Nouvelle-Aquitaine et appuyé par Atout France.



Les partenaires :

- 2 CRT : Nouvelle-Aquitaine et Occitanie
- 3 ADT : Lot, Corrèze, Dordogne
- 11 OT sur les 3 départements dont en Corrèze : Brive, Vallée de la Dordogne et Haute-Corrèze
- 2 aéroports : Brive et Bergerac




CORREZE
tourisme

ACCÉLÉRATEUR
DE PERFORMANCES

AXE

3

PILOTER LE PROJET

STRATÉGIQUE ET

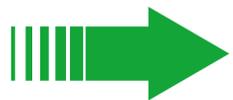
CRÉER LA SYNERGIE

PAR UNE GOUVERNANCE

PARTAGÉE



MODERNISATION ET MONTÉE EN COMPÉTENCE DE CORRÈZE TOURISME



Nouveau Système d'Information Touristique (SIT)

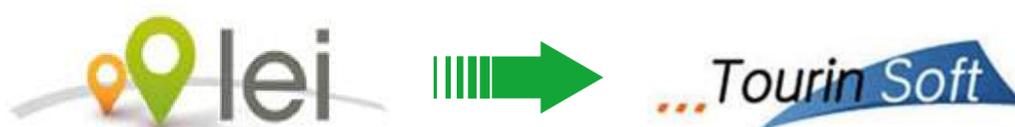
3 SIT co-existant à l'échelle régionale, le CRT Nouvelle-Aquitaine a lancé en 2021 une AMO concernant l'état des lieux des SIT, l'utilisation de la Data Touristique en Nouvelle-Aquitaine et les scénarios à envisager.

Les enjeux :

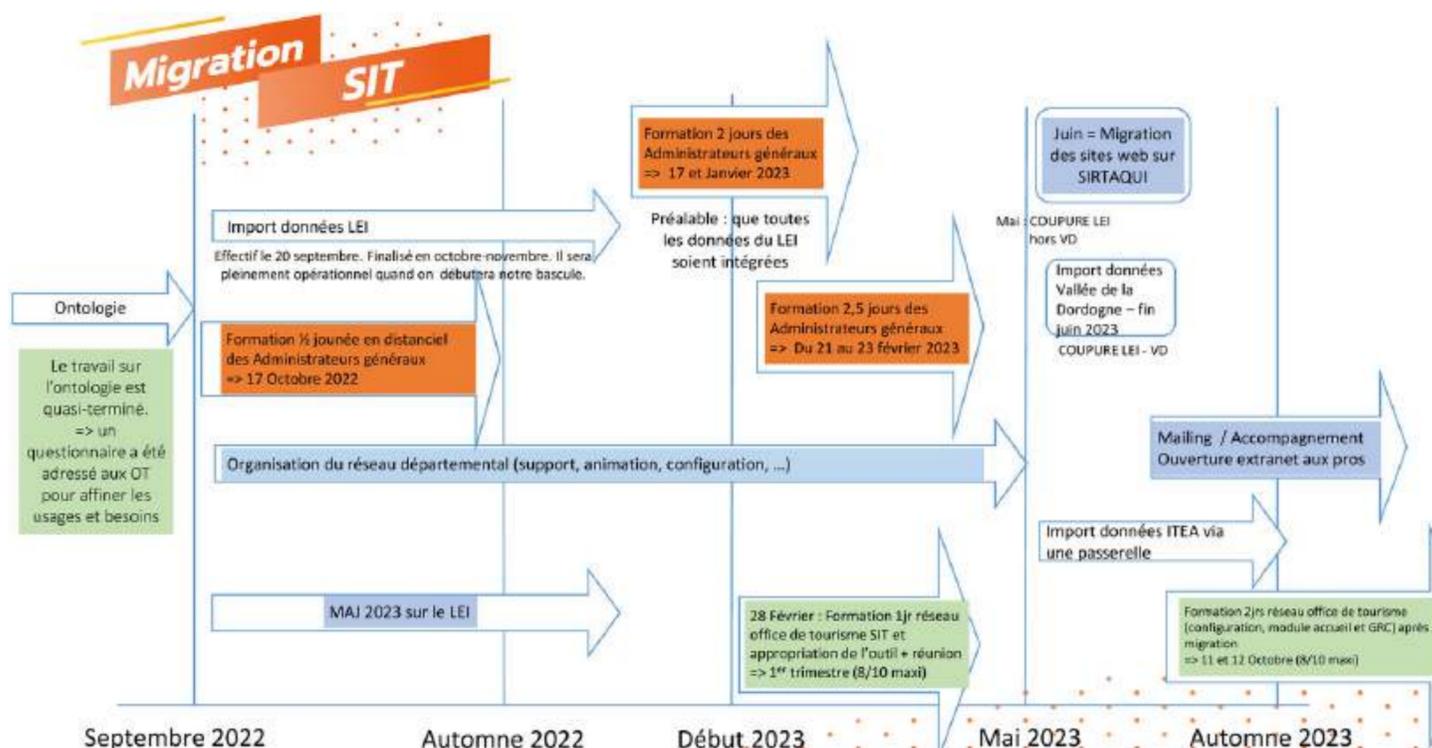
- Garder une maîtrise institutionnelle de la data touristique
- Maintenir un modèle partenarial permettant de limiter les coûts
- Disposer d'un outil adapté aux nouveaux usages : facilité de saisie par les prestataires touristiques, édition de brochures, gestion de l'accueil au comptoir, Gestion Relation Client en marketing automation, gouvernance partagée, observer efficacement l'offre touristique, connexion aisée pour les appli et développeurs web, etc.
- Poser les bases d'un travail partenarial approfondi sur la gouvernance de la donnée touristique
- Fin de la double saisie pour les opérateurs de la Vallée de la Dordogne

Le scénario retenu :

Migration des 3 Départements utilisateurs du LEI vers l'outil Tourinsoft déjà utilisé par 7 ADT en région NA.

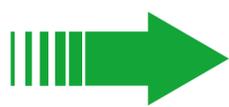


Les grandes étapes





STRATÉGIE DE COMMUNICATION CORPORATE



Un déploiement plus large de l'offre de services de Corrèze Tourisme sur le terrain : lancement du catalogue de services

Avec des clients toujours plus exigeants, il est aujourd'hui **indispensable pour les prestataires touristiques** de proposer un accès en temps réel aux disponibilités, la vente en ligne, gérer sa e-réputation...

Plusieurs acteurs interviennent aujourd'hui dans **l'accompagnement des professionnels**, Offices de Tourisme, ADT, CCI, etc....

Dans ce contexte et pour accompagner les professionnels, **Corrèze Tourisme doit s'adapter, doit être innovant et jouer collectif pour créer un écosystème** touristique fort. Cela passe par la mise en œuvre d'une offre de services innovante et adaptée à leur besoin.

Diffusion : Assemblée générale Corrèze Tourisme; assemblée générale des Maires ; rendez-vous pro ; site pro ; actu pro dédiée aux services 1 fois par semaine; 1 000 exemplaires édités



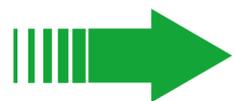
Depuis fin 2019 Corrèze tourisme, mène avec ses partenaires (OT, CCI..) une concertation pour élaborer une nouvelle offre de services.

Ce travail a permis :

- **d'affiner les besoins** des professionnels du tourisme,
- **réviser l'offre de services** existante
- **proposer un parcours global, lisible et coordonné** de professionnalisation à destination des prestataires touristiques, en prenant en compte l'ensemble de la gamme de services proposée par les différents acteurs du secteur (CD, OT, CCI, ADRT, etc.). Ce parcours comprend plusieurs types de dispositifs :
- **un plan de professionnalisation** (ateliers, formations), des **outils**, des **accompagnements individuels**,
- mettre en place un **modèle économique cohérent et lisible**,
- mettre en place **une communication plus offensive** afin d'engager plus de pros dans les dispositifs (ex : faire connaître les outils proposés aux agences web ou de com' qui travaillent pour les pros, développer la fonction commerciale, outil de GRC pro, etc.).

A / FAIRE DE CORRÈZE TOURISME, UNE STRUCTURE AGILE MAÎTRE D'ŒUVRE DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DÉPARTEMENTALE

CORREZE TOURISME : UN ORGANISME RESSOURCE POUR LES PROS, UNE COMMUNICATION CORPORATE OPÉRATIONNELLE

 **Site pro.tourismecorreze.com**



Les chiffres-clés de 2022

21 139 visites

44 466 pages vues



Pages les + consultées

L'équipe, l'observatoire, les groupes, les rendez-vous pro, les services, l'actualité

 **Réseaux sociaux pros**

Ils permettent de communiquer sur la structure et l'équipe, créer du lien avec les professionnels corréziens et d'ailleurs, relayer de manière interactive et quasi instantanée nos actualités, accueil presse etc.



facebook pro

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

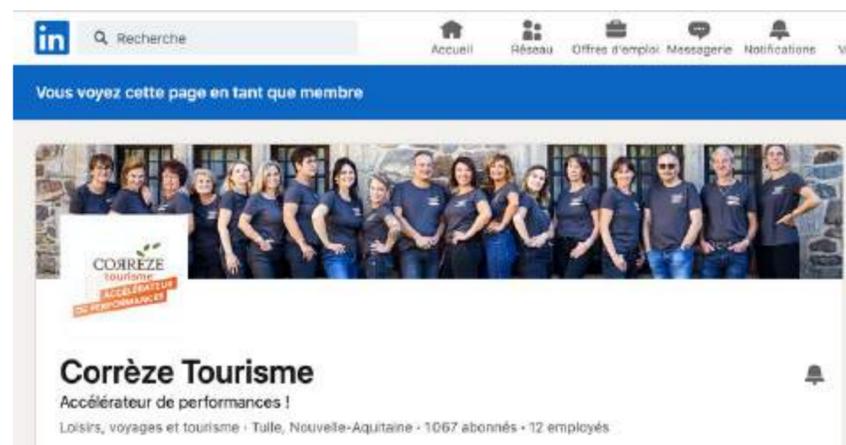
- 1 500 abonnés en 2022
- 151 posts
- 8 600 réactions sur les posts



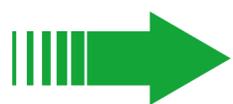
linkedin

[correze-tourisme](https://www.linkedin.com/company/correze-tourisme)

- 820 abonnés en 2022
- 93 posts
- 5 700 réactions sur les posts



A / FAIRE DE CORRÈZE TOURISME, UNE STRUCTURE AGILE MAÎTRE D'ŒUVRE DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DÉPARTEMENTALE



Les actus pros

Des actualités sont publiées régulièrement sur le site.

Elles sont envoyées par mail à plus de 3 500 professionnels (prestataires touristiques, presse et élus), ce qui permet de leur donner de la visibilité, de valoriser les nouveautés et l'action de Corrèze Tourisme.



SUCCÈS POUR LES 1ÈRES RENCONTRES INSPIRANTES

24 novembre 2022

Mission accomplie pour Corrèze Tourisme, l'opérateur du Conseil départemental, et les Offices de Tourisme de la Corrèze avec un évènement qui a tenu toutes ses promesses !

[Lire la suite](#)



MARQUE QUALITÉ TOURISME™ : PROMO 2022

28 novembre 2022

Découvrez les 4 sites de visites ayant obtenu ou renouvelé la marque Qualité Tourisme™ cette année. Un service proposé par Corrèze Tourisme dans le cadre de sa mission d'accompagnement des profess...

[Lire la suite](#)



LA CORRÈZE EN POINTE DANS LES MÉDIAS

02 août 2022

Les accueils et contacts presse s'enchaînent à bon rythme pour Corrèze Tourisme depuis le début de l'année.

[Lire la suite](#)



Résultats

- 79 actus publiées
- 15 776 pages vues
- Thématiques les + lues : nouveautés, reportages presse, catalogue de services, bilans, partenariats, réglementation, infos pratiques
- Très appréciées et lues : moyenne de 1 min 47 passée sur chaque actu
- + 49% du trafic du site pro vient des actus
- Les actus sont reprises régulièrement par la presse quotidienne

BEAULIEU-SUR-DORDOGNE DEVIENT PLUS BEAU VILLAGE DE FRANCE

30 juin 2022



La Corrèze compte désormais 6 Plus Beaux Villages de France, un label très sélectif !



Après Collonges-la-Rouge, Turenne, Curemonte, Ségur-le-Château et Saint-Robert, **Beaulieu-sur-Dordogne** obtient le précieux sésame ! En France, seules 164 communes de moins de 2 000 habitants possèdent ce label très sélectif.

Depuis 1991 l'association, née à Collonges-la-Rouge où elle a toujours son siège, a établi une véritable démarche qualité reposant sur un processus et des critères de sélection des villages quasi scientifiques, gages de la crédibilité du label.

Un guide est édité chaque année afin de faire la promotion de ces villages labellisés, tout en gardant un équilibre entre vie touristique et vie économique et en évitant de créer des villages musées.

Cette reconnaissance aura forcément un effet positif pour Beaulieu-sur-Dordogne en terme de notoriété mais également sur les retombées économiques puisque les communes labellisées ont observé une augmentation de la fréquentation de l'ordre de 20 à 40% suite à l'obtention du label.

Bravo et félicitations à la commune de **Beaulieu-sur-Dordogne** !



POINT SUR LES ACTIONS DE PILOTAGE ET DE PARTENARIAT MISES EN OEUVRE

Poursuite des partenariats au niveau supra-départemental

- **Au niveau régional : partenariat avec le CRT Nouvelle-Aquitaine**

Observation :

Dispositif d'enquête auprès des meublés - enquêtes INSEE Hôtellerie et Hôtellerie de Plein Air - enquêtes de conjoncture pendant la saison

Système d'information touristique :

Le LEI est mis à disposition par le CRT suite à une étude menée en 2021 pour définir l'avenir du/des SIT régionaux dans une perspective de meilleure réponse aux besoins des utilisateurs, le choix a été fait d'intégrer le réseau SIRTAQUI Tourinsoft. L'année 2022 est donc consacrée à la préparation de cette migration avec l'équipe du CRT.

Promotion :

Un travail collectif a été amorcé par le CRT sur les filières et destinations à valoriser dans le cadre de sa stratégie.

Soutien du CRT sur la campagne de promotion départementale.

Partenariats stratégiques :

- **Club des directeurs d'ADT Nouvelle Aquitaine :**

Identification de thématiques stratégiques sur lesquels les ADT de Nouvelle-Aquitaine ont un intérêt à mutualiser leurs compétences, à échanger les bonnes pratiques et harmoniser leurs méthodes de travail : observation, offre de services aux pros, SIT, GRC, etc.

- **Corrèze Tourisme est membre du Conseil d'Administration de la MONA en tant que représentant des relais territoriaux.**

Cette représentation permet de renforcer le lien avec cette instance régionale en charge de l'appui au développement et de la formation des institutionnels du tourisme.



- **Au niveau national**

Corrèze Tourisme est membre du comité de pilotage du club ingénierie d'ADN (Fédération nationale des institutionnels du Tourisme).



L'objectif est de conforter le positionnement des ADT sur les sujets relatifs à l'ingénierie touristique (accompagnement des porteurs de projet, des professionnels et des collectivités dans leur développement touristique et celui de la destination) => organisation d'ateliers, échanges d'expériences, séminaires, prospective, tarifs négociés.

En 2022, la Corrèze a accueilli le séminaire annuel du Club. Ce sont près de 50 collaborateurs de toute la France et Outre-Mer qui sont venus à Brive-la-Gaillarde les 1er et 2 décembre 2022 pour travailler sur le sujet de l'innovation.

Ce séminaire est également l'occasion de faire un point sur le plan d'action du Club mais aussi découvrir Brive-la-Gaillarde.





ZOOM SUR LES PARTENARIATS AVEC LES 6 OT CORREZIENS

Le partenariat entre Corrèze Tourisme et les offices de tourisme s'articule autour de 4 projets d'intérêt collectif dont la mise en œuvre opérationnelle a démarré en 2020 :

Soutenir l'économie locale et accompagner le développement de la performance des prestataires touristiques

- **Objectif** : Élaborer une offre de services concertée et lisible avec les acteurs investis dans l'accompagnement des pros
- **Enjeux** : légitimer chacun dans son rôle, amener de la lisibilité à l'offre de services, mieux répondre aux besoins des pros et les amener à être plus performants
- **Actions 2022** : 4 OT impliqués dans le déploiement d'Elloha et organisation commune des Rencontres Inspirantes du Tourisme.

Mesurer pour agir

- **Objectif** : Mettre en place un observatoire partagé du tourisme au service de nos stratégies, des collectivités, des pros, des porteurs de projet.
- **Enjeux** : Partager une culture commune : méthode, outils, analyse, structurer des observatoires locaux autour d'indicateurs communs, comparables
- **Actions 2022** : déploiement du dispositif d'observation des flux touristiques Flux-Vision Tourisme – Réalisation de l'état du parc de l'hébergement marchand avec une méthodologie commune – enquête de fréquentation mutualisée auprès des chambres d'hôtes, hébergements collectifs, sites de visite.

Être plus performant sur le parcours client

- **Objectif** : Mutualiser des moyens pour mettre en œuvre des actions de promotion efficaces (sans se priver d'y associer le cas échéant d'autres partenaires)
- **Enjeux** : Renforcer la notoriété de la destination - mieux gérer la relation client, répondre à leurs besoins et booster la consommation en séjour
 - **Actions 2022** : une campagne de promotion partenariale (OT Tulle, Haute-Corrèze, Terres de Corrèze) – accueils presse et influenceurs mutualisés – gestion mutualisée des avis en ligne. Workshop sur les tendances social média pour le club des Community Managers.

Piloter le projet collectif

4 réunions du comité des directeurs réunissant les 6 OT corréziens et Corrèze Tourisme.



PRÉPARATION AMBITION TOURISME 2023/2028

Le deuxième semestre 2022 a été consacré à la préparation du projet Ambition Tourisme 2023/2028.

Pour se faire le Conseil départemental a souhaité mobiliser les compétences du cabinet Voltère au côté de Corrèze Tourisme.

Méthodologie

- **Été 2022** : bilan du projet stratégique 2020/2022 et collecte des données du diagnostic
- **Automne 2022** : phase de concertation :
 - => 21 entretiens individuels avec les services du département, les têtes de réseaux, les sociaux-professionnels
 - => des réunions avec les 6 OT
 - => 2 enquêtes en ligne : 239 réponses d'acteurs du tourisme / 60 réponses d'élus
- **Hiver 2022** : validation du diagnostic et de la stratégie par le Président du Conseil départemental.

Le premier semestre 2023 sera consacré à l'élaboration du plan d'actions et d'un vote en séance plénière du Conseil départemental de juillet 2023.

CORRÈZE TOURISME

Agence de développement et de réservation
touristiques de la Corrèze

45 quai Aristide-Briand - 19000 TULLE

05 44 41 90 20 contact@tourismecorreze.com

www.tourismecorreze.com



@correzetourisme



@correzetourisme
@correzetourismepro



@tourismecorreze



@CorrezeTourisme