

# Projet stratégique Ambition Tourisme 2023-2028



## Plan d'actions

- Juillet 2023 -

# SOMMAIRE - Plan d'actions

## Axes

## Actions

Investir pour  
une offre  
performante

Action 1 : Se mobiliser pour faire émerger une offre qualitative et performante P 7

Action 2 : Montée en puissance du dispositif de recherche d'investisseurs P 10

Action 3 : Améliorer la qualité de l'accueil en Corrèze par l'actualisation du Schéma départemental de signalisation touristique P 12

Cultiver l'expérience Corrèze  
pour une attractivité  
à haute valeur ajoutée

Action 4 : Mettre les corrèziens au cœur de la stratégie touristique P 14

Action 5 : Créer et valoriser des offres identitaires de l'Expérience Corrèze P 16

Action 6 : Incarner une filière forte autour des sports de pleine nature et des itinérances P 18

Action 7 : S'appuyer sur des partenariats pour la promotion internationale P 20

Action 8 : Mettre la data et le digital au service d'une expérience touristique réussie P 22

Incarner le  
tourisme durable

Action 9 : Revendiquer l'expérience Corrèze : une destination préservée, durable, conviviale, à l'état brut P 25

Action 10 : 2 chantiers clés pour engager la transformation de la filière tourisme : la ressource en eau et les mobilités décarbonées P 27

Action 11 : Renforcer la dynamique autour des circuits courts et de la marque Origine Corrèze P 29

Créer du lien,  
Mobiliser et faire  
vivre la stratégie  
départementale

Action 12 : Mobiliser le pool de compétences départemental au service de l'attractivité touristique P 33

Action 13 : Renforcer et clarifier la collaboration avec les territoires et les Offices de Tourisme P 35

Action 14 : Corrèze Tourisme : centre de ressource et partenaire privilégié des réseaux départementaux P 37

## Les 4 chantiers / orientations stratégiques

### Préalables :

- le CD contribuera à de nombreuses actions sur le plan touristique, mais assume des choix forts, autour d'une quinzaine de chantiers qu'il conduira en propre.
- Un schéma pour 2023/2028, mais des actions pour les 3 ans qui viennent avec un processus de bilan et adaptation à mi-parcours

**I- INVESTIR POUR UNE OFFRE PERFORMANTE**

**II- CULTIVER L'EXPÉRIENCE CORRÈZE POUR UNE ATTRACTIVITÉ À HAUTE VALEUR AJOUTÉE**

**4 axes**

**III- INCARNER LE TOURISME DURABLE**

**IV- CRÉER DU LIEN, MOBILISER ET FAIRE VIVRE LA STRATEGIE DEPARTEMENTALE**

# Plan d'actions

---

# Axe 1 : Investir pour une offre performante

---



# Axe 1 : Mobiliser les investissements pour une offre performante et qualitative

## Enjeux stratégiques

1-

Enrayer la diminution du nombre de lits touristiques en mettant en place une politique volontariste d'accompagnement des projets d'investissements touristiques et en poursuivant la dynamique enclenchée sur la prospection d'investisseurs

2-

Soutenir la montée en qualité de l'offre

3-

Mettre en place les aménagements nécessaires à un accueil de qualité

## Objectifs opérationnels

1500 lits créés ou requalifiés

10 à 15 investisseurs implantés

Des infrastructures d'accueil qualifiées

## Les fiches- actions



Action 1 : Se mobiliser pour faire émerger une offre qualitative et performante



Action 2 : Faire monter en puissance le dispositif de recherche d'investisseurs et d'opérateurs



Action 3 : Améliorer la qualité de l'accueil en Corrèze par l'actualisation du schéma départemental de signalisation touristique

# 1. Se mobiliser pour faire émerger une offre qualitative et performante

## PREALABLE

### Contexte

Le tourisme constitue un écosystème complexe qui fait appel à de multiples compétences et mobilise toutes sortes d'acteurs publics et privés. A la croisée des questions d'économie, d'aménagement du territoire, d'attractivité, la mise en tourisme d'un territoire implique de mettre en musique l'action des collectivités tout comme celle des opérateurs privés ou associatifs. Faciliter le parcours d'un porteur de projet, améliorer la qualité de l'offre et son adéquation aux besoins des clientèles cibles, épauler les collectivités dans le choix des aménagements et investissements pertinents sont des enjeux forts pour un développement touristique durable.

### Objectifs

- Faciliter le parcours des porteurs de projet : de l'idée à la mise en marché
- Déployer plus largement l'offre de service de Corrèze Tourisme auprès des acteurs publics et privés du territoire
- Favoriser la qualification de l'offre et la montée en compétence des opérateurs touristiques pour satisfaire les besoins des clientèles prioritaires : Familles / tribus, sportifs nature (pêche, rando, cyclo/VTT), découvreurs en quête d'insolite, de nature préservée.

## DESCRIPTION DES ACTIONS

### 1- Faciliter le parcours des porteurs de projet publics et privés :

- Auprès des collectivités :
  - Positionner Corrèze Tourisme en appui des chefs de projet développement et des chargés de mission des EPCI dans l'accompagnement des collectivités locales sur leurs projets touristiques, notamment ceux inscrits aux contrats de territoire.
  - Rendre plus visible l'offre d'accompagnement proposée par Corrèze Tourisme aux collectivités : présence au carrefour des collectivités, partenariats avec l'association des maires.
  - Accompagner la mise en tourisme des sites et espaces touristiques publics propriétés du Département ou des EPCI / Communes : Musée Néandertal, Cité Accordéon et patrimoine, Viaduc des Rochers Noirs, Cascades de Murel, etc.
- Faciliter le parcours des opérateurs touristiques :
  - Faciliter le parcours des porteurs de projet en organisant des temps concertés leur permettant de rencontrer tous les acteurs
  - Rédiger un guide du porteur de projet en lien avec la CCI, les OT, les labels et réseaux
  - Déployer une ingénierie financière globale : Se positionner en relai des appels à projet et des dispositifs supra-départementaux

### 2- Encourager la qualification de l'offre par un déploiement plus large de l'offre de service de Corrèze Tourisme :

- Systématiser les rencontres avec les nouveaux acteurs du territoire pour leur permettre d'identifier l'offre de service de Corrèze Tourisme, identifier leurs besoins et les intégrer dans une dynamique collective.
- Positionner les OT volontaires au cœur du déploiement et du suivi des actions de qualification de l'offre : qualité tourisme, tourisme et handicap, classement, accueil vélo.
- Focaliser les accompagnements marketing sur les structures des filières prioritaires via des partenariats avec les têtes de réseaux : prestataires d'activités, sites de visites, hébergements professionnels
- Renforcer l'accompagnement à la montée en compétence : formations, ateliers, conférences, audits

# 1. Se mobiliser pour faire émerger une offre qualitative et performante

## RÉSULTATS ATTENDUS

### Indicateurs et objectifs chiffrés :

- Augmenter de 30% le nombre de structures engagées dans des marques de qualité T&H – MQT – Accueil Vélo
- Evolution du % de collectivités et opérateurs touristiques ayant connaissance de Corrèze Tourisme et ayant mobilisé ses services
- Accompagner 60 porteurs de projet / an

## MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

<b>Gouvernance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Pilote</b> : Corrèze Tourisme</li> <li>▪ <b>Partenaires</b> : CCI, Corrèze Ingénierie, Chefs de projet CD, Offices de Tourisme</li> </ul>
<b>Moyens et conditions de réussite</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Réorganisation des RH existantes au sein de Corrèze Tourisme pour prioriser le déploiement des dispositifs prioritaires : coaching, audits web, formations, accompagnement des collectivités.</li> <li>▪ S'appuyer plus systématiquement sur les OT comme détecteurs et les impliquer dans le suivi et l'animation des dispositifs de qualification.</li> <li>▪ multiplier la présence sur le terrain pour connaître et se faire connaître</li> <li>▪ Former les équipes au déploiement d'une offre commerciale</li> <li>▪ Poursuivre une communication offensive à destination des pros et des élus</li> <li>▪ Externaliser certaines prestations afin de libérer du temps : ex. Audits web</li> <li>▪ Mieux anticiper le calendrier pour le déploiement des formations</li> <li>▪ Corrèze Tourisme aux côtés des services du CD à l'occasion du Carrefour des Collectivités.</li> <li>▪ Poursuivre la participation au Club Ingénierie d'ADN pour mutualiser les outils et savoir-faire.</li> <li>▪ Optimiser la communication corporate de Corrèze Tourisme</li> </ul>
<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 2023 : participation Carrefour des collectivités - organisation temps fort de lancement du projet Ambition Tourisme – organisation temps concertés d'échange avec les porteurs de projet – positionnement de Corrèze Tourisme en appui des AAP Fond Tourisme Durable de l'ADEME</li> <li>▪ Création du guide pour les porteurs de projets au T4 2024</li> </ul>

## 2. Montée en puissance du dispositif de recherche d'investisseurs et opérateurs

### PREALABLE

#### Contexte

Face au constat d'un faible niveau d'investissement touristique en Corrèze et de la nécessité de renouvellement de l'offre, Corrèze Tourisme a déployé une mission de prospection auprès des investisseurs et opérateurs potentiels.

Il s'agit de poursuivre ces actions, qui commencent à porter leurs fruits, avec une approche différenciée des opérateurs d'envergure nationale voire internationale, et des porteurs de projets individuels, pour répondre aux enjeux spécifiques à chaque territoire.

#### Objectifs stratégiques

- Renforcer la visibilité et l'attractivité de la Corrèze
- Favoriser un développement économique « à impact »
- Favoriser l'émergence et la pérennité de projets à impact positif

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### 1- Développement des actions de prospection de projets

- Entretenir et développer le réseau de partenaires publics et privés : groupes investisseurs, mandataires immobiliers, notaires, EPCI, etc.
- Amplifier les actions de communication : participation à des salons ciblés permettant de rencontrer des investisseurs, poursuite du partenariat avec un acteur intermédiaire en capacité de mettre en visibilité l'offre et de mettre en contact avec des investisseurs au bon profil.
- Cibler des porteurs de projets à impact positif (en termes d'image, de retombées, de valeur...) et garant d'un développement touristique durable.
- Enrichir l'offre actuelle en identifiant les disponibilités foncières autour du bâti atypique et patrimonial (friches, biens d'exception, etc.)
- Accompagner les réflexions stratégiques des collectivités sur la gestion de leurs équipements communaux

#### 2- Conforter l'accompagnement à l'implantation des investisseurs :

- Adapter les parcours d'accompagnement selon les profils d'investisseurs (individuels, entreprises, professionnels du secteur...)
- Développer les compétences sur la thématique urbanisme pour mieux accompagner
- Organiser la recherche de financements en mobilisant l'ensemble des partenaires : UE, Région, NACT, Département, EPCI, GAL, ADEME, Banque des Territoires, etc.
- Conforter l'animation des réseaux locaux : Conciergerie et partenaires territoriaux (EPCI, OT, CCI, etc.)
- Associer la Conciergerie au dispositif pour créer des parcours d'accueil sur le territoire plus fluides (y compris pour les accompagnants, les recrutements, etc.) et pérenniser les installations
- Ponctuellement, un accompagnement financier pourra être proposé par le Département, en concertation étroite avec l'EPCI et la Région.

## 2. Montée en puissance du dispositif de recherche d'investisseurs et opérateurs

### RÉSULTATS ATTENDUS

- 1500 lits touristiques créés ou requalifiés à l'horizon 2028 (corrélé action 3)
- 2 porteurs de projet implantés /an sur la période 2023-28
- Pérennité de l'activité à N+3 ;
- Une majorité de projets orientés vers la réhabilitation de bâti / reconversion de friches

### MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

<b>Gouvernance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Pilote</b> : Corrèze Tourisme</li> <li>▪ <b>Partenaires</b> : Conciergerie, EPCI, CAUE, CCI, Mandataires spécialisés, intermédiaire chargé de la visibilité des offres et de la sélection des contacts, financeurs.</li> </ul>
<b>Moyens et conditions de réussite</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Un réseau de partenaires engagé et mobilisé</li> <li>▪ Montée en compétence de l'équipe sur les questions d'urbanisme = formation, tutorat</li> <li>▪ Poursuivre la participation au club ingénierie d'ADN Tourisme</li> <li>▪ Poursuivre la mise en visibilité de l'offre à l'échelle nationale (partenariat opérateur spécialisé)</li> </ul>
<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 2023 : participation à un salon + partenariat "Venez Vivre en Corrèze" - 1ères implantations</li> </ul>

### 3. Actualiser le schéma départemental de signalisation touristique

#### PREALABLE

##### Contexte

La signalisation touristique a une fonction d'information, d'orientation et d'accueil vers les sites touristiques, patrimoniaux et culturels d'un territoire. Elle contribue au maillage d'un territoire et hiérarchise les sites. Par ailleurs, elle doit être coordonnée avec la signalisation routière départementale.

La signalisation touristique en Corrèze est aujourd'hui obsolète et cela remonte dans les enquêtes de satisfaction. Sa modernisation apparaît donc essentielle à la structuration de l'offre départementale, tout en veillant à ne pas porter atteinte à l'environnement.

##### Objectifs stratégiques

- Favoriser la diffusion des flux et répondre à l'enjeu d'équité des territoires sans porter atteinte à la qualité paysagère des espaces
- Mieux informer le visiteurs (et les corréziens) sur les principaux points d'intérêt touristiques et en assurer la promotion

#### DESCRIPTION DES ACTIONS

##### 1- Définir les principes d'actualisation du schéma de signalisation touristique :

- Cadrage réglementaire et arbitrage sur le périmètre
- Bilan de l'existant
- Identification et hiérarchisation des items à signaler selon une matrice multicritères qualitatifs et fonctionnels (ex. seuil de fréquentation, période d'ouverture, qualité de l'information, nombre d'emplois directs,...)
- Définir les différents types de signalisation adaptés à la hiérarchisation des sites, le jalonnement en fonction du étude des flux et la conception graphique
- Définir les modalités d'instruction des dossiers et d'investissement ainsi que le budget et le calendrier
- Etablir les modalités de suivi / contrôle (période de réévaluation, contrepartie demandée, etc...)

##### 2- Créer un guide technique à destination des bénéficiaires / demandeurs éventuels (communes, EPCI, privés) et identifier une « porte d'entrée » du dispositif

#### RÉSULTATS ATTENDUS

##### A affiner suite à la réalisation du diagnostic

- Amélioration de la satisfaction client
- Nombre de demandes instruites et nombre de demandes validées
- Diffusion du guide technique : nombre de bénéficiaires

#### MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

<b>Gouvernance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Pilote</b> : Département (Tourisme et Route)</li> <li>▪ <b>Partenaires</b> : Corrèze Tourisme (grille de critères), CAUE, EPCI</li> </ul>
<b>Moyens et conditions de réussite</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bonne coordination avec l'ensemble des acteurs locaux et des collectivités.</li> <li>▪ Identification et hiérarchisation des besoins en signalisation</li> <li>• Temps de suivi de la rédaction du schéma sur le volet tourisme : 0.2 ETP</li> </ul>
<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rédaction de la nouvelle charte : 2024</li> </ul>

## Axe 2 : Cultiver l'expérience Corrèze au service d'une attractivité à haute valeur ajoutée

---



## Axe 2 : La qualité de l'expérience-client pour maximiser les retombées économiques

### Les enjeux stratégiques

1-

Renforcer la consommation locale en faisant des Corrégiens des Ambassadeurs de la destination toute l'année

2-

Stimuler la fréquentation sur les ailes de saison et sur des secteurs moins fréquentés via un marketing de l'expérience

3-

Accompagner la hausse du panier moyen en favorisant le renouvellement des offres et la qualité tout au long du parcours-client

4-

Optimiser la collecte de la data touristique pour mieux connaître les clientèles et s'adresser à elles

5-

Poursuivre la structuration de l'offre de pleine nature et favoriser le développement des itinérances douces sur le territoire

### Les objectifs opérationnels

- Maintenir la fréquentation en cœur de saison et la faire progresser de 15 % hors juillet / Août
- Atteindre + de 8,6 de moyenne de e-réputation
- + 15 % de consommation touristique

### Les fiches- actions



Action 4 : Mettre les corrégiens au cœur de la stratégie touristique



Action 5 : Créer et valoriser des offres identitaires de l'Expérience Corrèze



Action 6 : Incarner une filière forte autour des sports de pleine nature et des itinérances



Action 7 : S'appuyer sur des partenariats pour la promotion internationale



Action 8 : Mettre la data et le digital au service d'une expérience touristique réussie

## 4. Mettre les Corrèziens au cœur de la stratégie touristique

### PREALABLE

#### Contexte

Les habitants d'un territoire en sont les premiers consommateurs et ambassadeurs. En Corrèze, entre 60 et 75% de la fréquentation touristique se fait en hébergement non marchand (chez familles, amis, résidences secondaires), ainsi leur prise en compte en tant que bénéficiaire de la stratégie est indispensable. Cependant, il est difficile de les capter par les moyens de promotion traditionnel (Office de tourisme, diffusion d'information dans les hébergements touristiques).

Plusieurs initiatives récentes ont permis l'implication des résidents sur leur territoire. Il s'agit aujourd'hui de poursuivre et renforcer ces actions, pour développer une relation positive entre touristes et habitants.

#### objectifs stratégiques

- Renforcer l'adhésion des résidents à leur territoire, et le sentiment d'appartenance
- Favoriser l'annualisation de l'économie touristique et la consommation locale
- Diffuser la culture touristique

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### 1 – Pass Privilège : Proposer des offres privilège et un programme fidélité aux corrèziens pour cultiver l'esprit "prescripteur" :

- **La cible** : résidents, nouveaux arrivants, résidents secondaires, saisonniers, hébergeurs touristiques.
- **Le projet** : Mobiliser un réseau de sites et prestataires d'activités, de loisirs, restaurants, etc. Afin qu'ils proposent des offres spécifiques aux corrèziens pour les inciter à visiter et faire découvrir l'offre touristique du territoire.
- Recherche de partenaires (entreprises, CE, collectivités, etc.) venant abonder le dispositif en bons d'achat pour le rendre plus attractif.
- S'appuyer sur les démarches et outils mis en place par le département (dispositif « La Corrèze dans ma poche »...) et sur les Offices de Tourisme pour toucher les cibles pros et corrèziens.
- Valoriser les meilleurs "ambassadeurs" de la destination.

#### 2 - Embarquer les nouveaux arrivants dans l'expérience Corrèze : journée d'accueil, kit d'accueil, etc.

#### 3 – Diffuser l'Expérience Corrèze sur tout le territoire :

- Produire des outils d'image et de promotion : ouvrages, guides touristiques, collection d'affiches, podcasts.
- Développer des offres dédiées à des publics spécifiques : scolaires, entreprises (valorisation des offres dédiées aux événements d'entreprise), CE (organisation d'un salon des loisirs à destination des CE).
- Partenariats : avec des enseignes (bistrot Origine Corrèze notamment), des influenceurs ou des radios locales pour mieux diffuser l'information.
- Partager les bonnes pratiques du territoire en matière de démarche d'ambassadeur : POTHES, etc.
- Développer la connaissance de l'offre corrèzienne par les professionnels : pass privilège, éductours, workshop, journées portes ouvertes, décentralisation des réunions pour les coupler avec la découverte de sites, etc.

## 4. Mettre les Corrégiens au cœur de la stratégie touristique

### RÉSULTATS ATTENDUS

#### Indicateurs et objectifs chiffrés :

- 20 partenaires « Pass Privilège » en année 1 et 50 à 3 ans
- CA supplémentaire généré via les Pass Privilège
- 5000 bénéficiaires du pass privilège à 3 ans
- Progression de la fréquentation des sites de visites et prestataires d'activité sur les ailes de saison

### MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

<b>Gouvernance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Pilote</b> : Corrèze Tourisme ou Promotion du territoire selon action</li> <li>▪ <b>Partenaires</b> : Offices de Tourisme, Conciergerie, Origine Corrèze, associations locales, sites de visites et prestataires d'activité.</li> </ul>
<b>Conditions de réussite</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pass privilège : <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Adhésion des prestataires touristiques au dispositif</li> <li>▪ Identifier les passerelles entre les projets des OT et ceux du Département sur le sujet</li> <li>▪ Adhésion des entreprises du territoire au dispositif</li> </ul> </li> <li>▪ Diffuser l'expérience Corrèze : <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bien cibler les besoins des opérateurs : CE, entreprises, etc.</li> <li>▪ Un positionnement cohérent jusqu'au bout =&gt; véhiculer dans l'ensemble des actions l'expérience corrézienne.</li> </ul> </li> </ul>
<b>Repères calendaires</b>	<p>2023 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ appui à la diffusion des bonnes pratiques d'accueil impliquant les habitants</li> <li>▪ Participation à la journée des nouveaux arrivants organisée par le CD</li> <li>▪ Diffusion guide pour les organisateurs de sorties pédagogiques</li> </ul> <p>2024 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mise en place du pass privilège pour les corréziens : 2024</li> <li>▪ Organisation salon des CE</li> </ul>

## 5. Créer et valoriser des offres identitaires de l'Expérience Corrèze

### PREALABLE

#### Contexte

L'activité touristique corrézienne se concentre essentiellement lors des mois d'été avec 38% des nuitées enregistrées en juillet-août, ainsi qu'un pic de fréquentation à l'occasion des fêtes de fin d'années pour des motifs d'abord affinitaires.

Or, la diversité du gisement touristique corrézien (patrimoines, nature, terroir...) est propice à une fréquentation étalée sur l'année et correspond à une demande croissante en faveur de séjours courts hors période estivale.

#### objectifs stratégiques

- Améliorer la qualité tout au long du parcours-client et créer des expériences réussies
- Diversifier les éléments d'attractivité pour permettre l'étalement de la saisonnalité
- Porter une ambition collective et incarner le positionnement du département

### DESCRIPTION DES ACTIONS

**1- Refondre la stratégie éditoriale pour qu'elle incarne l'expérience Corrèze auprès des cibles prioritaires (découvreurs, sportifs, familles, touristes de proximité, groupes, entreprises) et faire de cette expérience Corrèze un facteur d'attractivité :** La Corrèze, la promesse de moments vrais dans une nature belle et préservée.

**2- Partager cette stratégie avec les acteurs et institutionnels et proposer des déclinaisons**

**3- Décliner la stratégie et les contenus expérientiels sur les outils digitaux de Corrèze Tourisme :**

- Production de contenus scénarisés (les incontournables, idées week-ends, aventures à la journée, carnets de voyage par territoire, etc.) suivant une segmentation par univers motivationnel / affinités
- Déclinaison des contenus suivant la saisonnalité
- Accueil presse et influenceurs + campagnes digitales pour valoriser les offres
- Identifier des relais d'opinion et de commercialisation en capacité de valoriser les offres

**3- Accompagner une sélection de prestataires touristiques dans la création d'offres expérientielles séjours et visites/activités, notamment en hors-saison : formation, conférences thématiques, accompagnements personnalisés, mise en marché.**

## 5. Créer et valoriser des offres identitaires de l'Expérience Corrèze

### RÉSULTATS ATTENDUS

#### Indicateurs et objectifs chiffrés :

- 10 offres expérientielles créées /an
- Fréquentation et/ou CA des offres expérientielles créées
- Evolution de la fréquentation hors période estivale

### MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

<b>Gouvernance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Pilote</b> : Corrèze Tourisme</li> <li>▪ <b>Partenaires</b> : OT, réseaux d'acteurs, PNR</li> </ul>
<b>Moyens et conditions de réussite</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Organisation</b> : Appropriation interne à Corrèze Tourisme de la stratégie éditorial et redéploiement de ressources tant sur le volet accompagnement des prestataires que production de contenus.</li> <li>• <b>Lancement appel à manifestation d'intérêt auprès des opérateurs touristiques pour l'accompagnement vers la création d'expériences</b></li> <li>• <b>Moyens : Stratégie éditoriale 10 à 15K€ - Campagnes de com = 100 à 200K€/an – Accompagnement des pros : 10 à 50K€ /an selon niveau d'accompagnement</b></li> </ul>
<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 2023 : refonte de la stratégie éditoriale</li> <li>▪ 2024 : Lancement de l'accompagnement des pros et de la production de contenus expérientiels</li> </ul>

## 6. Incarner une filière forte autour des sports de pleine nature et des itinérances

### PREALABLE

#### Contexte

Un point fort de la Corrèze est son offre sport nature. Depuis plusieurs années, Corrèze Tourisme et le Département œuvrent à sa valorisation au travers de la structuration d'une offre qualitative, de plans marketing et partenariats avec les acteurs du secteur. Il est nécessaire de poursuivre cette dynamique en veillant à plusieurs points nécessaires à la qualité de l'expérience client : une plus grande sélectivité de l'offre sur des critères de qualité, une meilleure segmentation pour répondre aux besoins des publics, le déploiement d'une nouvelle offre de mobilités douces, des services complémentaires, une communication renforcée et marketée.

#### Objectifs stratégiques

- Favoriser la diffusion des flux, l'allongement de la durée de séjour et de la saisonnalité (par la diversification de l'offre et les itinérances)
- Positionner la Corrèze comme territoire d'excellence pour les sports nature.
- Attirer des clientèles de niche mais prescriptrices et fidéliser les publics

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### 1- Itinérances et randonnée :

##### Structurer et valoriser l'expérience corrézienne autour des itinérances :

- Poursuivre la logique d'accompagnement entre Corrèze Tourisme et/ou le Département et les porteurs d'itinérance via des conventionnements : Itinérêve, La Vagabonde, la Corrézienne VTT, Voie de St Jacques, etc. pour accompagner leur structuration et leur mise en tourisme
- Susciter et accompagner la mise en place de services pour améliorer l'expérience des itinérants : portage de bagages, hébergements, restauration, locations/réparation, identification des points d'eau, aires de pique-nique, etc.
- Déployer le label Accueil vélo le long des itinérances et boucles cyclables et VTT.
- Favoriser la dynamique touristique autour du projet de Voies Vert Pâle : participer à la segmentation des itinéraires en fonction des cibles, à la mise en tourisme et à la promotion de cette nouvelle offre en lien avec les territoires porteurs de projet
- Accompagner la montée en qualité de l'offre de petite randonnée en lien avec les EPCI et les OT : une plus grande sélectivité et un meilleur suivi .

##### Mettre en visibilité l'offre :

- Faire évoluer le site Corrèze Rando pour une meilleure expérience de l'utilisateur,
- Poursuivre et développer les partenariats avec les relais de promotion (influenceurs, cirkwi, France vélo tourisme, FFRP, salons, presse, etc.) pour une plus grande visibilité

##### Contribuer à la mise en marché de l'offre :

identifier les cibles BtoB et participer à la mise en relation

**Mise en place d'outils pour évaluer les retombées et la fréquentation : éco-compteurs, suivi de la e-reputation, etc.**

#### 2- Pêche et trail : 2 filières prioritaires

- **Filière Pêche** : poursuivre l'animation du collectif autour de la qualification de l'offre (aménagement d'aires de mise à l'eau, création de parcours-pêche, label hébergement pêche, Niv'eau, etc.), de la promotion et de la mise en marché de la Corrèze.
- **Corrèze Destination Trail** : valorisation de l'offre événementielle et des parcours permanents.

## 6. Incarner une filière forte autour des sports de pleine nature et des itinérances

### RÉSULTATS ATTENDUS

#### Indicateurs et objectifs chiffrés :

- Nombre de services pour les itinérants créés
- Nombre de circuits "qualifiés"
- Nombre d'aménagements pêches réalisés
- Augmentation de 50% de l'audience sur CorrezeRando
- Diminution des remontées terrain négatives
- Élargissement de la saison : évaluation de la fréquentation des grandes itinérances (éco-compteurs - enquête)

### MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

<p><b>Gouvernance</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Pilote</b> : Corrèze Tourisme (promotion – mise en tourisme), CD (sports) et/ou EPCI (aménagements)</li> <li>▪ <b>Partenaires</b> : Fédérations et associations porteuses d'initiatives, Stations Sport Nature, EDF, comités d'itinéraires, CCI, OT, etc.</li> </ul>
<p><b>Moyens et conditions de réussite</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Conditions de réussite</b> :             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mobilisation collective sport / tourisme CD</li> <li>▪ Dynamique du comité d'itinéraire la Vagabonde</li> <li>▪ Révision politique PDIPR</li> </ul> </li> <li>▪ <b>Moyens financiers</b> : coûts d'investissements éventuels (à définir), promotion 30 à 40K€ / an</li> <li>▪ <b>Moyens humains</b> : 1 ETP</li> </ul>
<p><b>Repères calendaires</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Animation et structuration des filières en continu dès 2023</li> <li>▪ Voies vert pâle : étude en 2023</li> <li>▪ Refonte du site Corrèze Rando : 2024</li> </ul>

## 7. S'appuyer sur des partenariats pour la promotion internationale

### PREALABLE

#### Contexte

En 2015, la candidature «Vallée de la Dordogne» a obtenu la reconnaissance de l'État en tant que contrat de destination, se plaçant parmi les 20 destinations françaises de rayonnement international. Des problématiques liées à la gouvernance et au périmètre très large du contrat n'ont pas permis la mise en œuvre d'une stratégie partagée et d'atteindre les résultats escomptés. Pour autant, la Corrèze, pour développer son attractivité internationale ne peut, à l'instar de ses voisins, jouer seule. Des partenariats à géométrie variable se mettent donc en place pour travailler collectivement sur ce sujet, ainsi le projet de Contrat de Destination Dordogne Valley.

#### Objectifs stratégiques

- Développer la fréquentation des clientèles internationales prioritaires : britanniques et belges / néerlandaises
- Renouveler les publics et élargir la saisonnalité

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### Mobiliser les acteurs dans la mise en place du Contrat de destination Dordogne Valley et consolider une stratégie d'alliance interterritoriale :

- Prendre part à la formalisation d'une plateforme de marque et de contenus expérientiels en s'appuyant sur les fondements identitaires sur lesquels baser la stratégie éditoriale, les marchés cibles prioritaires identifiés
- Mettre en place un plan d'actions opérationnel partenarial orienté B2B et B2C : site web et contenus, accueil de presse et TO, etc.
- Accompagner les acteurs du territoire dans la connaissance des clientèles et l'adaptation de leur offre

### RÉSULTATS ATTENDUS

#### Indicateurs et objectifs chiffrés :

- Mise en place d'une gouvernance interdépartementale formalisée et légitimée par des Conventions de partenariats
- Stabilité de l'organisation à minima sur 3 ans
- Développement de la notoriété de la destination et de la fréquentation sur les cibles prioritaires : Britanniques, Belges, Néerlandais

### MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

<b>Gouvernance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Pilote</b> : CRT / Corrèze Tourisme / ADT 24 et 46 / OT partenaires</li> <li>▪ <b>Partenaires</b> : autres CDT/ADT, OT</li> </ul>
<b>Moyens et conditions de réussite</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Conditions de réussite</b> : une gouvernance et un plan d'actions partagés, mise en avant équitable des destinations, moyens RH dédiés</li> <li>▪ <b>Moyens financiers</b> : budget d'actions 10k/an</li> <li>▪ <b>Moyens humains</b> : temps de travail équipe</li> </ul>
<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Signature du Contrat de Destination dès 2023</li> <li>▪ Déploiement du Plan d'actions en continu à partir de 2024</li> </ul>

## 8. Mettre la data et le digital au service d'une expérience touristique réussie

### PREALABLE

#### Contexte

Conformément à l'engagement pris par le Conseil Départemental de la Corrèze en 2018, 100% du territoire départemental est aujourd'hui raccordé à la fibre optique, hors zones d'initiative privée. La chaîne de valeur touristique a entamé sa digitalisation et doit la poursuivre pour rester compétitive à l'heure où 55% des touristes réservent en ligne et pour améliorer ses performances via la mobilisation d'outils digitaux.

L'utilisation de la data apparaît aussi comme un nouvel enjeu incontournable dans la gestion de la relation-client et comme outil pour améliorer les performances de Corrèze Tourisme.

#### Objectifs stratégiques

- Collecter, sécuriser et partager les données touristiques (veille et observation)
- Garantir la souveraineté numérique
- Etre présent sur le parcours-visiteur de l'avant à l'après-séjour en mobilisant les outils digitaux

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### Contenu

##### 1- L'indispensable gestion mutualisée de l'information touristique :

- Déployer le Système d'Information Touristique SIRTAQUI en Corrèze pour mieux valoriser l'offre touristique et le déployer auprès des professionnels en lien avec les Offices de Tourisme
- Développer la collecte automatisée et homogénéiser la qualité de la donnée
- Mettre en place une « stratégie de la donnée » (stratégie de GRC, mise en place de services auprès des professionnels...)

##### 2- Poursuivre l'accompagnement des professionnels dans la digitalisation pour un parcours-client réussi de A à Z en lien avec les Offices de Tourisme :

- Accompagner les professionnels dans la mise en place d'une gestion de la relation client, de l'avant-séjour (sites internet propres avec réservation directe, réseaux sociaux, etc.), à l'après-séjour (collecte et partage des données, suivi des avis, etc.) : audit web, coaching, etc.
- Adopter une posture agile vis-à-vis des Offices de Tourisimes pour éviter les superpositions d'actions et de compétences

##### 3- Mobiliser la data pour travailler la gestion de la relation-client :

- Optimiser et renforcer la collecte et la segmentation de la donnée client pour mieux le connaître et le satisfaire
- Engager un processus de marketing automation pour fidéliser les clientèles et favoriser la revisite (marketing ciblé, newsletter, etc.)
- Accroître la dynamique de partenariats avec les réseaux d'acteurs pour booster les réservations et la fidélisation

##### 4- Une promotion recentrée sur le digital et les stratégies d'influence : presse / TV / Influenceurs / Réseaux sociaux

5 – **Observation** : poursuivre la collecte et l'exploitation des données de fréquentation via des dispositifs innovants : France Tourisme Observation, Flux Vision Tourisme, Airdna, etc.

## 8. Mettre la data et le digital au service d'une expérience touristique réussie

### RÉSULTATS ATTENDUS

#### Indicateurs et objectifs chiffrés :

- SIRTAQUI :
  - nombre d'utilisateurs et % par rapport aux autres départements de Nouvelle-Aquitaine (rapporté au nombre d'acteurs), nombre d'offres saisies
  - Nombre de réunions /an et nombre de sessions de formation délivrées
- Nombre d'acteurs formés aux enjeux et outils du numérique
- % d'évolution de fréquentation des sites internet de Corrèze Tourisme et des réseaux sociaux
- Augmentation de la base de données prospect de Corrèze Tourisme : x2 / 2022 et des taux de clics des campagnes d'emailing.
- 4M€ de chiffre d'affaires sur la plateforme Eloha
- 10 audits web et coaching marketing / an

### MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

<b>Gouvernance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Pilote</b> : Corrèze Tourisme</li> <li>▪ <b>Partenaires</b> : CRT Nouvelle-Aquitaine, Offices de Tourisme, Conseil Départemental</li> </ul>
<b>Moyens et conditions de réussite</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Condition de réussite</b> :           <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Déployer la collecte de la donnée et mettre en place des dispositifs de marketing automation pour accroître l'efficacité des actions de fidélisation.</li> <li>▪ Prendre en main progressivement l'outil SIRTAQUI et l'ensemble de ses fonctionnalités</li> <li>▪ Implication collective de l'ensemble des acteurs institutionnels</li> <li>▪ Appui des OT par Corrèze Tourisme pour la digitalisation de l'offre</li> <li>▪ Observation : dispositifs mutualisés et prise en compte des besoins des territoires ruraux</li> </ul> </li> <li>▪ <b>Moyens financiers : cf budget de Corrèze Tourisme</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ SIRTAQUI : 15K€/an</li> <li>▪ Data / Gestion relation client : 15K€ /an</li> <li>▪ Observation : 30K€ /an</li> </ul> </li> <li>▪ <b>Moyens humains</b> :           <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 1 ETP gestion et collecte donnée SIRTAQUI</li> <li>▪ 0.5 ETP gestion data et fidélisation</li> </ul> </li> </ul>
<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Déploiement de SIRTAQUI en 2023 puis suivi en continu</li> <li>▪ Catalogue de formations à mettre à jour en 2024</li> <li>▪ Formation / accompagnements digitalisation en continu</li> <li>▪ Marketing automation : 2024</li> </ul>

# Axe 3 : Incarner le tourisme durable

---



## Axe 3 : Incarner le tourisme responsable

### Les enjeux

**Affirmer le positionnement de la Corrèze en tant que destination durable et préservée**

### Les objectifs opérationnels

**Favoriser la prise en compte des enjeux touristiques dans le cadre des grands chantiers de transition du département**

**Accompagner la transformation de la filière tourisme et anticiper les crises**

**Renforcer les retombées économiques locales en favorisant les circuits-courts**

### Les fiches- actions



**Action 9 : Revendiquer l'Expérience Corrèze : une destination préservée, durable et conviviale, à l'état brut**



**Action 10 : Porter 2 chantiers clés pour engager la transformation de la filière : la ressource en eau et les mobilités décarbonées**



**Action 11 : Renforcer la dynamique autour des circuits courts et de la marque Origine Corrèze**

## 9 . Revendiquer l'expérience Corrèze : une destination préservée, durable et conviviale, à l'état brut

### PREALABLE

#### Contexte

- L'attractivité touristique de la Corrèze repose en partie sur ses actifs naturels (diversité des paysages et des biotopes, ressources aquatiques...) qui se traduisent en marques de destination plus ou moins identifiables (Dordogne, Millevaches).
- Premier département ayant disposé d'un CTE, la Corrèze est durable par essence et apparaît légitime à revendiquer cette dimension aujourd'hui recherchée par les visiteurs. Cela lui impose aussi l'exemplarité tout au long de la chaîne de services.

#### Objectifs stratégiques

- Revendiquer un modèle de destination touristique désirable et exemplaire : tourisme des 4 saisons, étalement des flux sur les ailes de saison
- Concilier incarnation des valeurs du tourisme durable telles que perçues par les touristes, et transformation de l'écosystème

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### Contenu :

- **1- Adapter la stratégie marketing et l'identité de la marque "Corrèze" pour continuer à se démarquer et revendiquer le caractère préservé et durable du territoire :** Retravailler la charte éditoriale de la Corrèze et les personnae cibles pour mieux incarner les valeurs de développement durable (**cf action 7 et 8**) :
  - Structurer des récits de destination à décliner en produits, en particulier sur le hors-saison et en valorisant les différents univers de la Corrèze (géographiques, thématiques) en ciblant les « découvreurs »
  - Valoriser dans les contenus produits les ambassadeurs emblématiques « Origine Corrèze » (agriculteurs, artisans, etc.) à travailler via calendrier éditorial
  - Qualifier et valoriser les offres de tourisme durable - Soutenir les offres exemplaires via une promotion dédiée des professionnels engagés
  - Animer et alimenter la plateforme Corrèze Rando pour valoriser l'offre d'itinérance douce
- **2- Accompagner la transformation durable de la filière :**
- Piloter une démarche de RSE interne à Corrèze Tourisme et accompagner les offices de Tourisme non encore engagés dans cette démarche
- Participer aux côtés du CRT à la mise en place d'indicateurs de tourisme durable au sein de l'observatoire.
- Sensibiliser les professionnels aux enjeux et conséquences du changement climatique sur leur activité et accompagner leur transition : relayer les aides et dispositifs nationaux (ADEME, BPI France) et régionaux, appui à la mise en place de démarche RSE, etc.
- Sensibiliser les touristes aux comportements à adopter

## 9 . Revendiquer l'expérience Corrèze : une destination préservée, durable et conviviale, à l'état brut

### RÉSULTATS ATTENDUS

#### Indicateurs :

- Nombre de contenus expérientiels créés
- Nombre de professionnels sensibilisés aux démarches RSE et au tourisme durable
- % des touristes dont la motivation de visite principale est le tourisme durable (enquête quantitative en lien avec les enquêtes du CRT)

MOYENS DE MISE EN ŒUVRE	<b>Gouvernance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Pilote</b> : Corrèze Tourisme</li> <li>▪ <b>Partenaires</b> : Origine Corrèze, Offices de Tourisme / Syndicat mixte, réseaux professionnels, PNR, CRT</li> </ul>
	<b>Moyens et conditions de réussite</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Conditions de réussite</b> : <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Des moyens RH dédiés</li> <li>▪ Une appropriation de la nouvelle identité de marque de la Corrèze</li> </ul> </li> <li>▪ <b>Moyens humains</b> : temps de travail des équipes Corrèze Tourisme</li> <li>▪ <b>Moyens financiers</b> : <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ démarche RSE interne 10k€ + coûts de formation interne</li> <li>▪ Nouvelle identité de marque : 10K€</li> <li>▪ Evolution du site web pour intégrer les nouvelles orientations : 50K€</li> </ul> </li> </ul>
	<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Adaptation des plans marketing annuels dès 2024</li> <li>▪ Formation continue interne en 2024</li> </ul>

## 10. Porter 2 chantiers clés pour engager la transformation de la filière tourisme : la ressource en eau et les mobilités décarbonées

### PREALABLE

#### Contexte

La sécheresse qui a débuté à l'été 2021 illustre dès aujourd'hui la vulnérabilité de la Corrèze face au changement climatique, alors que les projections à l'horizon 2050 anticipent un renforcement du déficit hydrique et des chaleurs extrêmes. Les activités touristiques génèrent des conflits d'usages (autour de l'accès à l'eau notamment) et peuvent exercer une pression sur les ressources. Le secteur doit engager sa transformation durable afin d'anticiper les crises à venir (plutôt que de les subir), et faire émerger des modèles désirables.

#### Objectifs stratégiques

- Engager la transformation durable de la Corrèze pour renforcer la résilience territoriale
- Anticiper les crises pour en limiter les conséquences
- Initier la décarbonation de la chaîne de services touristiques

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### 1- Préserver la ressource en eau :

- Intégrer la prise en compte des enjeux touristiques dans le cadre de l'étude prospective sur la ressource en eau menée par le Département
- Réaliser un état des lieux des actions et bonnes pratiques de gestion économe de l'eau au sein des hébergements touristiques.
- Sensibiliser les communes et les prestataires à la préservation de la ressource (recyclage des eaux, maîtrise de consommation, gestion durable des espaces verts) notamment via les labels Villes et Villages Fleuris et les labels environnementaux,
- Garantir des points d'eau accessibles à tous

#### 2- Prendre part aux actions de décarbonation des mobilités touristiques, 1<sup>er</sup> poste d'émissions d'un séjour touristique :

- Accompagner le déploiement du réseau des voies vert pâle connectant les sites touristiques du département
- Poursuivre et finaliser l'aménagement des sites touristiques en bornes de recharge pour véhicules électriques
- Sensibiliser les publics touristiques pour les encourager à « un changement de comportement modal » (mobilités alternatives, vélo...)
- Valoriser et soutenir les démarches d'expérimentations en matière de mobilités déployées par les EPCI, la Région, le CRT.

## 10. Porter 2 chantiers clés pour engager la transformation de la filière tourisme : la ressource en eau et les mobilités décarbonées

### RÉSULTATS ATTENDUS

**Indicateurs et objectifs chiffrés : à préciser dans cadre PDGE et étude Voies Vert Pâle**

- Finalisation de l'aménagement des sites touristique en bornes de recharge électriques
- Nombre de km de voies vert pâle aménagés
- Nombre d'offres / expérimentations touristiques en mobilité décarbonée // transports collectifs

MOYENS DE MISE EN ŒUVRE	<b>Gouvernance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Pilote</b> : Conseil Départemental (Service transition écologique)</li> <li>▪ <b>Partenaires</b> : Corrèze Tourisme, Syndicats d'électrification, Agences de l'Eau, EPCI, Fédération de pêche, ADEME (Fonds Tourisme Durable), OT (sensibilisation), Région,</li> </ul>
	<b>Moyens et conditions de réussite</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Veille et expérimentation sur la mobilité douce en milieu rural</li> <li>▪ Partage de bonnes pratiques</li> <li>▪ Échanges et concertation pour éviter les conflits d'usage concernant la ressource en eau</li> <li>▪ <b>Moyens financiers</b> : 40K€ par an pour accompagner l'installations de bornes de recharge</li> <li>▪ <b>Moyens humains</b> : formation continue des personnels</li> </ul>
	<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Etude prospective ressource en eau : 2023/2024</li> </ul>

# 11. Renforcer la dynamique autour des circuits courts et de la marque Origine Corrèze

## PREALABLE

### Contexte

La marque Origine Corrèze, créée en 2019, rassemble 225 entreprises et compte près de 1 000 références produits et activités, de l'alimentaire jusqu'aux services. Elle est un signe de reconnaissance destiné à promouvoir les produits et savoir-faire élaborés en Corrèze, Celle-ci s'adresse d'abord au consommateur corrézien, afin de dynamiser le tissu local tout en fédérant autour d'une identité commune. Elle porte également l'image de la Corrèze lors de grands événements économiques tels que le Salon de l'Agriculture, le Salon du Made In France, etc.

L'ambition départementale est d'atteindre 500 marqués à l'horizon 2028, La marque a d'ailleurs été élargie en 2023 aux « Bistrots Origine Corrèze ».

De plus, la chambre d'agriculture, avec son label Bienvenue à la Ferme, ses marchés de producteurs de pays et son dispositif EatLim est également un acteur incontournable du développement des circuits courts.

Les touristes, tous comme les habitants du territoire, sont en quête d'authenticité et la découverte des produits et savoir-faire locaux font partie intégrante d'une expérience touristique réussie. L'enjeu est donc de renforcer la visibilité et l'accès de cette offre aux publics touristiques et de contribuer

### Objectifs stratégiques

- Stimuler le tissu économique local et renforcer la résilience du territoire / les bénéfices territoriaux
- Favoriser la diffusion de la culture touristique
- Favoriser les circuits courts dans l'économie touristique
- Favoriser la cohérence de l'image véhiculée par la Corrèze : produits et savoir-faire et tourisme

## DESCRIPTION DES ACTIONS

### 1- Valoriser et diffuser les produits Origine Corrèze auprès des publics touristiques :

- Diffuser les produits de la marque Origine Corrèze dans les boutiques et points de vente des Offices de Tourisme et des sites de visite ainsi que chez les restaurateurs et chambres d'hôtes.
- Identification, faire émerger, valoriser les offres Origine Corrèze accessibles au public : visites d'entreprises, ateliers, etc,

**2- Valoriser les démarches liées aux circuits courts** : restauration, marchés de producteurs de pays, expérimentations locales, etc.

**3- S'appuyer sur les événements Origine Corrèze (participation des salons hors du département) et de la Conciergerie pour relayer l'image touristique de la Corrèze – déployer un message commun**

# 11. Renforcer la dynamique autour des circuits courts et de la marque Origine Corrèze

## RÉSULTATS ATTENDUS

### Indicateurs :

- Nombre de sites touristiques identifiés comme points de vente de produits Origine Corrèze
- Nombre d'offres Origine Corrèze accessibles au public
- Amélioration de l'image et de la notoriété de la Corrèze (étude à mener)

## MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

<b>Gouvernance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Pilote</b> : Cellule promotion du territoire CD</li> <li>▪ <b>Partenaires</b> : Corrèze Tourisme, Offices de Tourisme, réseaux de sites, chambres consulaires.</li> </ul>
<b>Moyens et conditions de réussite</b>	<p>Appropriation de la démarche à la fois par les producteurs / artisans labellisés OC et les prestataires touristiques</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Moyens humains</b> : temps de travail équipe</li> <li>▪ <b>Moyens financiers</b> : moyens dédiés à la création de PLV sur mesure</li> </ul>
<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Déploiement d'Origine Corrèze en continu</li> <li>▪ Déploiement Origine Corrèze dans les sites de visite et les OT : à compter de 2023</li> <li>▪ Identification et valorisation des sites Origine Corrèze accessibles au public : 2024</li> </ul>

# Axe 4 : Créer du lien, mobiliser et faire vivre la stratégie départementale

---



## Axe 4 : Créer du lien, mobiliser et faire vivre la stratégie départementale

### Les enjeux

1-

**Piloter la mise en oeuvre de la stratégie départementale et son suivi dans le temps**

2-

**Coordonner l'action touristique avec les échelons supra- et infra-territoriaux**

3-

**Favoriser la prise en compte du réflexe tourisme dans l'ensemble des politiques publiques départementales par une transversalité accrue**

4-

**Fédérer l'ensemble des parties prenantes autour d'un projet départemental partagé et porté par les acteurs**

### Les objectifs opérationnels

**Des partenaires co-engagés dans le plan d'action départemental : conventions de partenariats**

**Un discours commun au service de l'attractivité départementale**

**Des moyens mutualisés pour une action collective de la destination**

### Les fiches- actions



**Action 12 : Mobiliser le pool de compétences départemental au service de l'attractivité touristique**



**Action 13 : Renforcer et clarifier la collaboration avec les territoires et les Offices de Tourisme**



**Action 14 : Corrèze Tourisme, centre de ressource et partenaire privilégié des réseaux départementaux**

## 12. Mobiliser le pool de compétences départemental au service de l'attractivité touristique

### PREALABLE

#### Contexte

Les politiques publiques du tourisme sont par essence transversale, et croisent de nombreuses thématiques : aménagement du territoire, développement durable (dont gestion de l'eau), mobilités, sports, culture et patrimoine, etc.

Or, la prise en compte de la dimension touristique dans les chantiers départementaux demeure partielle, du fait d'un manque de perception des retombées globales du secteur.

Il s'agit donc de favoriser la diffusion de ce « réflexe tourisme », et plus largement la transversalité des politiques publiques.

#### Objectifs stratégiques

- Veiller à la bonne prise en compte des enjeux touristiques dans les politiques sectorielles pilotées par le Département
- Consolider le travail en mode projet en interservices
- Mobiliser l'ensemble des compétences départementales

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### 1/ Favoriser l'adoption du « réflexe tourisme » dans l'ensemble des chantiers et projets départementaux pertinents, en lien avec les Services et Directions concernées :

- Contribuer à l'intégration des questions liées au tourisme dans les politiques départementales liées à l'aménagement du territoire : gestion de l'eau, urbanisme, aménagement du territoire, sport nature, aides aux communes, signalisation, etc. en mettant à disposition des services les données de l'observatoire touristique et en intégrant Corrèze Tourisme aux groupes projet ad'hoc.
- Mobiliser l'écosystème d'acteurs de l'ingénierie départementale au service des projets touristiques des collectivités locales sous l'égide des chefs de projet (cf Action 1)

#### 2/ Favoriser une synergie autour de la stratégie d'attractivité départementale qu'elle soit résidentielle, économique ou touristique :

- image et notoriété de la destination, messages, cibles, etc. : établir une feuille de route
- Soutenir les professionnels dans le recrutement : Intégrer les problématiques liées à l'emploi touristique dans le cadre des dispositifs *Venez vivre en Corrèze* et *Corrèze Boost emploi*.

### RÉSULTATS ATTENDUS

#### Indicateurs :

- Nombre de contribution Tourisme dans les projets transversaux portés par la collectivité
- Prise de parole homogène « attractivité »
- Nombre de projets locaux accompagnés
- Nombre d'emplois touristiques pourvus au travers des actions mises en oeuvre

## 12. Mobiliser le pool de compétences départemental au service de l'attractivité touristique

MOYENS DE MISE EN ŒUVRE	Gouvernance	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Pilote</b> : Conseil Départemental</li><li>▪ <b>Partenaires (bénéficiaires)</b> : Corrèze Tourisme, ensemble des Services et Directions du Conseil Départemental, Conciergerie, Corrèze Ingénierie, CAUE, territoires, etc.</li></ul>
	Moyens et conditions de réussite	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Conditions de réussite</b> :<ul style="list-style-type: none"><li>• Déploiement systématique du mode projet en interne sur les sujets transversaux</li><li>• Organisation de la DDPT</li></ul></li><li>▪ <b>Moyens financiers</b> : selon projets</li><li>▪ <b>Moyens humains</b> : temps de travail équipes</li></ul>
	Repères calendaires	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Pilotage en continu</li><li>▪ Événement emploi : 2024</li></ul>

## 13. Renforcer et clarifier la collaboration avec les offices de tourisme et le comité régional du tourisme

### PREALABLE

#### Contexte

Territoires et Offices de Tourisme corrèziens disposent de ressources contrastées et ont des niveaux de structuration variables en matière de tourisme. Le Département doit adopter une posture agile vis-à-vis des territoires et des Offices de Tourisme au travers d'un accompagnement adapté aux besoins, au cas par cas, pour répondre aux enjeux propres chacun tout en optimisant ses coûts.

#### Objectifs stratégiques

- Assumer un rôle de pilote et de coordinateur du réseau des Offices de Tourisme en favorisant une plus grande co-construction dans la démarche
- Fluidifier le parcours d'accompagnement et éviter les superpositions qui brouillent la lisibilité auprès des acteurs du tourisme
- Montée en compétence et en performance de l'ensemble du territoire corrèzien
- Mutualiser les moyens pour atteindre des objectifs communs
- Faire valoir la place de la Corrèze dans les politiques régionales

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### 1- Définir les modalités des relations partenariales entre Corrèze Tourisme et les Offices de Tourisme au cas par cas : périmètres d'actions de chacun, etc.

- Identifier les besoins spécifiques des Offices de Tourisme et ce en quoi Corrèze Tourisme peut les accompagner (démarches qualité...)
- Valoriser le catalogue de services de Corrèze Tourisme auprès des professionnels en s'appuyant sur les Offices de Tourisme
- Articuler les stratégies de promotion départementales et des destinations
- Etablir une convention cadre avec chaque Offices de Tourisme déclinée en partenariats opérationnels pour préciser le « qui fait quoi? »
- Définir des Offices de Tourisme « chefs de file » pour co-piloter avec Corrèze Tourisme la mise en œuvre de certaines actions en lien avec les réussites locales
- Définir la feuille de route du Club des Directeurs et l'orienter en mode « projet », pour mobiliser autour de problématiques communes et partagées
- Organiser 1 à 2 fois par an des temps d'échanges avec les Présidents d'OT pour valider la feuille de route

#### 2- Renforcer les collaborations avec le Comité Régional du Tourisme dans une logique de mutualisation de moyens

- **Observation** : déploiement d'outils mutualisés – collaboration autour du déploiement de France Tourisme Observation – utilisation du SIRTAQUI sur les fonctions observatoire de l'offre.
- **Data** : animation stratégique du SIT Régional – mise en place d'une stratégie de la donnée
- **Promotion des filières et de la destination** : tourisme de patrimoine et itinérance, 2 filières prioritaires pour la Corrèze sur lesquelles les collaborations sont à étoffer.
- **Terra Aventura** : poursuivre le déploiement et la dynamique de renouvellement des parcours sur le territoire ; participer à la définition d'un nouveau mode de gouvernance

## 13. Renforcer et clarifier la collaboration avec les territoires et les Offices de Tourisme

MOYENS DE MISE EN ŒUVRE	Gouvernance	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Pilote</b> : Corrèze Tourisme</li><li>▪ <b>Partenaires</b> : EPCI, OT</li></ul>
	Moyens et conditions de réussite	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Conditions de réussite</b> :<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Identification d'objectifs partagés</li></ul></li><li>▪ <b>Moyens financiers</b> : maintien du budget d'actions</li><li>▪ <b>Moyens humains</b> : temps de travail rédaction des conventions</li></ul>
	Repères calendaires	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Mise en place des Conventions en 2024</li></ul>

RÉSULTATS ATTENDUS	<p><b>Indicateurs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Signature des Conventions avec les Offices de Tourisme</li><li>• Nombre de projets communs</li><li>• Mobilisation du Club des Directeurs</li><li>• Augmentation des projets mutualisés dans le plan d'action et les budgets de Corrèze Tourisme</li></ul>
--------------------	---

## 14. Corrèze Tourisme, centre de ressource et partenaire privilégié des réseaux départementaux

### PREALABLE

#### Contexte :

Corrèze Tourisme assume pleinement son rôle de pilote de la stratégie touristique du département : un rôle plébiscité à faire évoluer en faveur d'une plus grande horizontalité de la démarche.

#### Objectifs stratégiques :

- Mobiliser l'ensemble de l'écosystème touristique (direct et indirect) dans le temps
- Fédérer autour d'un projet partagé et porté

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### 1- Corrèze Tourisme, partenaire privilégié des réseaux départementaux et des filières :

- Mettre en place un système d'écoute et d'évaluation en continu des attentes des socioprofessionnels pour adapter les plans d'actions : enquêtes, temps d'échange, etc.
- Poursuivre la politique de conventionnement avec les fédérations de professionnels et associations départementales (bilatérales ou multipartites) : Se fixer des objectifs communs // Développer des partenariats : de promotion, d'ingénierie, de formation // mutualiser les moyens
- Poursuivre la mobilisation des acteurs autour de temps forts (ex : « Rencontres Inspirantes du Tourisme » - Journée Pro) en associant les Offices de Tourisme volontaires. Objectif : favoriser la prise de hauteur, les rencontres et le développement des partenariats.

#### 2- Corrèze Tourisme, centre de ressource qui rassemble la data utile à la compréhension des dynamiques territoriales et au développement des projets qu'ils soient publics ou privés

- Consolider l'observatoire du tourisme et garantir la bonne poursuite de la collecte des données et de l'exploitation des données :
  - Sensibiliser les acteurs du territoire à l'enjeu de la mise à jour de la donnée et de la diffusion
  - Mettre en place des dispositifs de collecte nouvelle génération (cf Action 10)
  - Intégrer des critères d'évaluation du schéma dans les indicateurs
- Diffuser les données d'observation auprès de l'ensemble des acteurs :
  - Vulgariser l'analyse des données
  - Mettre à disposition les données de l'observatoire aux autres Directions et Services du Conseil Départemental (cf. action 12)
  - Mettre en place une étude annuelle thématique
- Poursuivre l'analyse de la fréquentation pour les marchés prioritaires en soutien à la stratégie marketing et analyser les déplacements touristiques des Corrèziens

## 14. Corrèze Tourisme animateur du développement touristique départemental

### DESCRIPTION DES ACTIONS (SUITE)

#### Contenu (suite) :

#### 3- Adapter les moyens, les outils et supports de Corrèze Tourisme avec les priorités du nouveau schéma :

- Faire évoluer l'organisation interne pour répondre aux enjeux du projet Ambition Tourisme 2023/2028
- Réorienter les actions de communication vers : la fidélisation, les affinitaires, les offres expérientielles et concentrer les actions de notoriété et d'image sur le digital et les stratégies d'influence (presse / influenceurs / relais de promotion)
- Poursuivre les investissements sur les outils digitaux de CT, la formation des équipes
- Prioriser l'affectation des moyens sur les enjeux prioritaires

### RÉSULTATS ATTENDUS

#### Indicateurs et objectifs chiffrés :

- Suivi et évaluation de la mise en œuvre du schéma
- Nombre de prestataires mobilisés dans la diffusion de la data et audience des données de l'observatoire (1 étude /an réalisée par l'Observatoire)
- Nombre de conventions signées avec les partenaires et nombre de projets communs menés
- Niveau de déploiement de l'offre de service de Corrèze Tourisme

MOYENS DE MISE EN ŒUVRE	<b>Gouvernance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Pilote</b> : Corrèze Tourisme</li> <li>▪ <b>Partenaire</b> : MONA, ADN, CRT, têtes de réseau départementales</li> </ul>
	<b>Moyens et conditions de réussite</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Moyens financiers</b> : budget d'actions communs à prévoir avec chaque partenaire</li> <li>▪ <b>Moyens humains</b> : temps de travail équipe observatoire</li> </ul>
	<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Animation du réseau d'acteurs en continu</li> <li>▪ Conventions avec les partenaires dès 2023 (au cas par cas)</li> </ul>