



# Creuse Tourisme

Une association au service du développement  
et de la promotion touristique

# NOTRE POLITIQUE QUALITÉ



L'année 2019 est celle de la consolidation de l'exercice des compétences tourisme dans les EPCI. Elle est aussi, pour Creuse Tourisme celle de l'adaptation à cette nouvelle donne. Les relations avec les EPCI s'étoffent, celles avec les offices de tourisme sont de plus en plus opérationnelle. Dans ce cadre, notre politique qualité est gage de transparence, de réussite, de stabilité.

2019, c'est aussi la dernière année de notre schéma. Nous allons prochainement entamer une démarche d'évaluation qui sera simplifiée grâce à notre démarche qualité ISO 9001, qui s'intègre dans la stratégie globale de notre structure et qui intègre complètement les axes de développement validés par les élus : « Mettre en place toutes les actions pour générer plus de nuitées, si possible marchandes, dans le département à court et long terme ». Les 3 axes du schéma sont des moyens pour atteindre cet objectif.

Ces axes intègrent, dans le principe d'amélioration continue, chacun à leur façon la satisfaction de nos clients. Les orientations ainsi définies, fournissent un cadre pour la définition des objectifs principaux de notre système de management de la qualité.

Pour l'évaluation et surtout pour la création du nouveau schéma ou document cadre devant conduire la politique touristique à venir, j'ai demandé deux choses à l'équipe de Creuse Tourisme.

La première, c'est d'impliquer au maximum les EPCI : quels sont leurs ambitions, leurs contraintes, les attentes quant à la politique départementale.

La seconde, c'est de travailler en étroite collaboration avec la Région Nouvelle Aquitaine. Cette dernière souhaite travailler à des conventions de partenariat avec les départements sur la thématique du tourisme. Ici, nous chercherons à être pragmatique, pourquoi pas, en faisant de cette convention la base de notre nouvelle politique 2020 - 2025 ?

# SOMMAIRE

## SOMMAIRE

Creuse Tourisme.....	p.4
Nos missions.....	p.5
Le schéma départemental.....	p.6 - 7
L'organigramme fonctionnel de Creuse Tourisme.....	p.8 - 9
Le positionnement marketing.....	p.10
La marque «La Creuse, être libre».....	p.11
Nos outils et services en matière de communication.....	p.12 - 15
Nos outils et services en matière de développement.....	p.16 - 17
Nos outils et services en matière de classements et labels.....	p.18 - 19
Nos outils et services en matière de commercialisation.....	p.20 - 21
Quelques chiffres .....	p.22 - 25
Trombinoscope.....	p.26

# UN OUTIL

## Creuse Tourisme

Creuse Tourisme est une association loi 1901, créée et financée par le Conseil Départemental. Elle prépare et met en oeuvre la politique touristique départementale.



**Un conseil d'administration regroupant toutes les parties prenantes :**

Les 9 membres du CA représentent les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI).



**Un budget oscillant entre 1,1 et 1,6 million d'euros :**

Principalement constitué par la subvention du conseil départemental, le budget finance l'ingénierie et les actions nécessaires au développement du tourisme en Creuse. De plus en plus d'actions sont financées par le biais de partenariats.



**Notre politique qualité :**

Creuse Tourisme s'est engagée dans une démarche ISO 9001 afin d'améliorer son fonctionnement au service des clients, des prestataires et des collectivités.

au service de l'ensemble des partenaires intéressés par le tourisme

## ORGANISATION ET MISSIONS

Nos missions sont définies et encadrées par la loi du 23/12/1992 qui porte sur la répartition des compétences dans le domaine du tourisme :



### **Développer, organiser et qualifier l'offre touristique départementale :**

Conseil aux porteurs de projet publics et privés, coordination des acteurs, soutien à l'organisation de l'offre.



### **Connaître la demande et les marchés :**

Suivi de l'offre et de l'activité touristique départementale, réalisation d'enquêtes de fréquentation et de clientèles, veille, réalisation de supports d'information.



### **Promotion de la destination Creuse :**

Gestion de la base de données d'information touristique, édition et diffusion de brochures touristiques, gestion de sites web, participation à des opérations promotionnelles (salons professionnels et grand public...), aide à la mise en marché, suivi des opérations cartes Luciole et passeports inter sites.

# POUR PRIORISER LE SCHÉMA DÉPARTEMENTAL D

Accroître les retombées économiques liées au tourisme

Axe 1 : adapter l'organisation aux contraintes des marchés

Passer d'une logique d'organisation territoriale du tourisme à une logique d'organisation répondant aux attentes des clients.

Axe 2 : renforcer la mise en marché de la destination Creuse

Assurer la qualité et la cohérence de l'offre pour la mettre en marché efficacement sur Internet

Axe 3 : développer une nouvelle dynamique autour de l'image

Mettre en oeuvre un positionnement différenciant permettant de valoriser l'image rurale de la Creuse

nos actions en fonction des contraintes de l'activité touristique

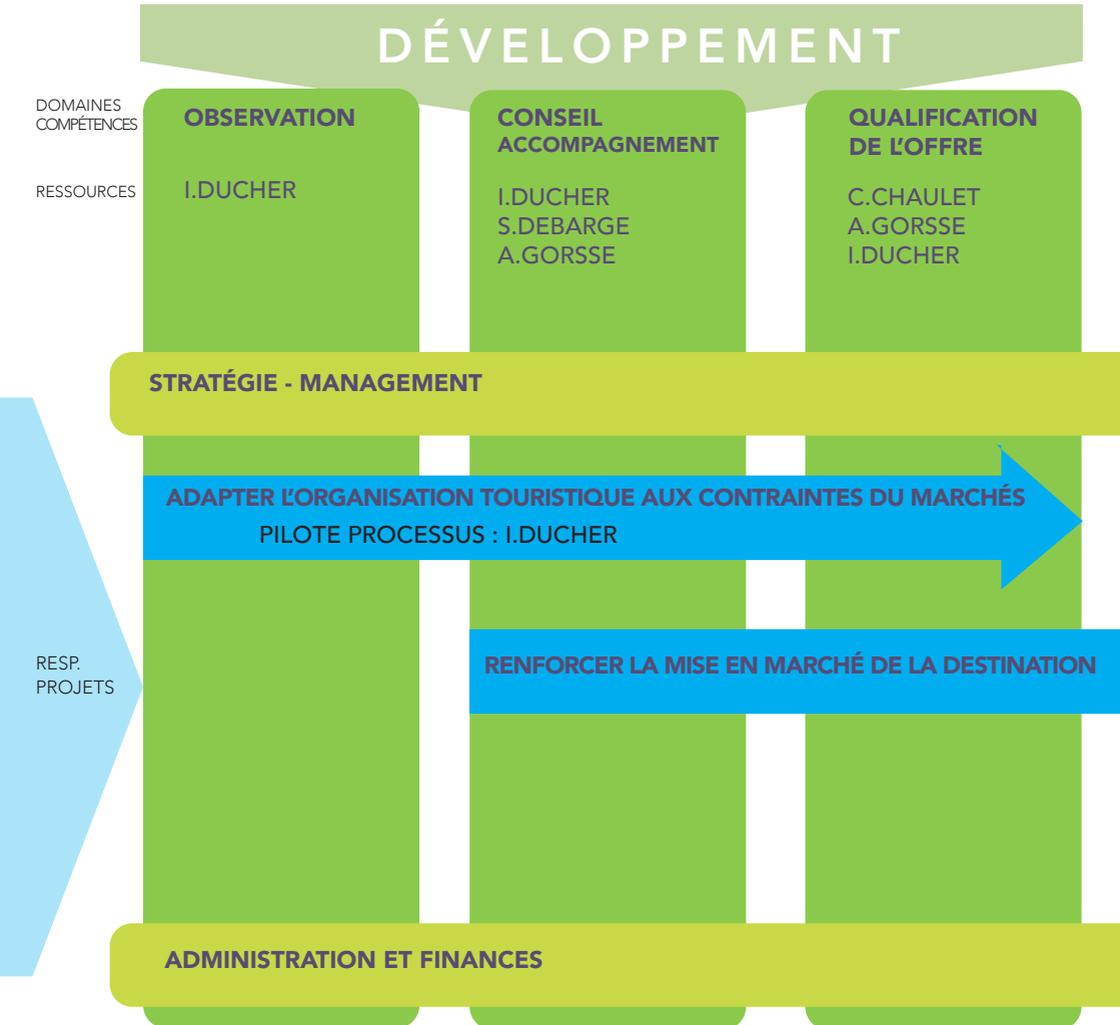
## E DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

- Adapter l'organisation interne des acteurs institutionnels aux nouvelles données du marché,
- Clarifier et formaliser les relations entre les acteurs : partager les objectifs et unifier les moyens ; généraliser les co-financements,
- Rationaliser les outils collectifs et les ressources humaines liées à leur utilisation,
- Favoriser l'organisation des filières et des acteurs privés notamment pour ce qui concerne la qualification de l'offre : labels, classements...

- Mettre l'information là où les clients la regardent : améliorer notre visibilité sur Internet ;
- Faciliter la consommation de produits de tourisme et de loisirs en ligne avant et pendant le séjour ;
- Sensibiliser et former les prestataires touristiques pour les aider à être performants sur Internet : marketing, e-tourisme...

- Agir sur la perception de la Creuse par les clientèles nationales
- Valoriser une image positive de la ruralité creusoise à des fins touristiques,
- Définir une politique de valorisation de l'image en partenariat avec les acteurs publics et privés.

# UNE ORGANISATION ORGANIGRAMME FON



en phase avec les objectifs du schéma de développement

# FUNCTIONNEL DE Creuse Tourisme

## COMMUNICATION

### PRODUCTION CONTENU

G.PENOT  
A.GORSSE  
J.TRINDADE

### EDITION

J.TRINDADE  
S.BLONDET

### DIGITAL

G.PENOT  
J.TRINDADE

### PRESSE SALONS

B.FAURY

PILOTE PROCESSUS : S.DEBARGE  
RESSOURCES : I.DUCHER ; S.BLONDET

PILOTE PROCESSUS : G.PENOT

DÉVELOPPER UNE NOUVELLE DYNAMIQUE AUTOUR DE L'IMAGE  
PILOTE PROCESSUS : B.FAURY

PILOTE PROCESSUS : V.CHEBANCE  
RESSOURCES : S.BLONDET

# POUR DONNER DU SENS

## LE POSITIONNEMENT MARKETING

Le positionnement marketing est à la base de toute démarche commerciale et touristique d'un territoire. C'est de lui que doit découler toute démarche de communication, qu'elle soit écrite, audio-visuelle, en ligne ou hors ligne...

Le positionnement est un axe qui doit guider les pratiques marketing de Creuse Tourisme et, dans la mesure du possible, des prestataires touristiques afin que celui-ci devienne une évidence pour nos visiteurs.



**La Creuse est un territoire fortement rural**, nous nous plaçons dans un marketing de l'offre qui revendique fortement cette caractéristique et l'utilise comme facteur clef de succès.



### **La Creuse, c'est donc...**

Une campagne française qui a su garder son authenticité tout en s'adaptant à la vie moderne. C'est **LA Campagne**, le territoire qui sublime les valeurs rurales que sont l'environnement, les paysages, le rapport à la nature. C'est une campagne qui permet aussi d'accéder à l'ensemble des services que connaissent nos amis urbains même si parfois, il faut faire quelques kilomètres. C'est une campagne **active** où la non-activité en terme de loisirs est un choix.

à nos actions de communication et à celles de nos partenaires

# LA MARQUE «ÊTRE LIBRE»



«La Creuse, être libre» doit s'entendre comme une liberté exprimée face au temps, à l'abstraction des contraintes : c'est en quelque sorte l'antithèse du temps urbain et de son agitation. En Creuse, on peut faire le choix de prendre son temps. C'est aussi la revendication de l'activité ! Être libre de pratiquer une multitude d'activités.

Promesse de la marque

Rompre avec les contraintes quotidiennes pour se retrouver ou bouger seul, en famille, entre amis dans un environnement emprunt de sérénité

L'ambition de la marque

Gagner en notoriété pour être identifiée comme une destination «campagne» de premier plan au niveau national

Positionnement

La destination campagne du coeur de la France. Rurale mais active et moderne !

Valeurs

Modestie, respect, sécurité, solidarité, humilité, responsabilité ethico-morale

Personnalité

Discrète, sincère, humaine, résistante et combative, maternelle, libre

Attributs et compétences

Un territoire à taille humaine. De vastes espaces - proche de Paris, Lyon, Bordeaux - où l'on peut s'exprimer à sa guise. Un territoire rural mais qui regarde vers le futur et l'innovation !

# POUR AIDER

## NOS OUTILS ET SERVICES



### Presse et Salons

Les relations presse constituent l'un des outils de communication les plus puissants et efficaces.

L'impact d'un plan de communication dédié à la presse n'est plus à prouver en terme de développement de la notoriété, la visibilité d'un territoire, et pour présenter une offre ou un nouveau produit et dynamiser une image.

Creuse Tourisme édite des dossiers de presse, organise des conférences de presse, aide les prestataires à communiquer sur un action ou un événement.

Des accueils de presse et voyages de presse sont organisés dans le but d'obtenir des reportages pour valoriser nos richesses touristiques. Les relations presse sont également déclencheurs de ventes. Promotion internationale avec le CRT Nouvelle Aquitaine ou seul, pour promouvoir notre destination sur les marchés européens prioritaires (Belgique, Grande Bretagne etc...)

Des participations à des salons grand public ou professionnels en collaboration avec nos partenaires sur ces différents marchés ainsi que sur le marché français.

**Contact : Béatrice FAURY**

les territoires et les prestataires à gagner en visibilité...

## EN MATIERE DE COMMUNICATION



### Editions

Creuse Tourisme édite des documents d'information et de promotion : carte touristique, guide des restaurants, guide découverte, Passeports Inter Sites, ..., et organise une bourse aux documents au printemps qui vous permet de diffuser vos supports. Vous pouvez également vous procurer cette documentation auprès de votre Office de Tourisme référent. Pour accompagner la réalisation de vos éditions, Creuse Tourisme peut mettre à votre disposition des fonds de cartes, des visuels et autres besoins relatifs à la préparation des éditions.

**Contacts : Jérôme TRINDADE, Sylvie BLONDET**



### Ressources photographiques

L'ADRT produit chaque année des photographies, certaines d'entre-elles peuvent être utilisées pour vos outils de communication.

- **Utiliser la photothèque de l'ADRT**

Certaines des photographies prises par des professionnels peuvent être utilisées à certaines conditions pour faire la promotion de votre activité. Vous pouvez consulter ces photos à l'adresse suivante <http://phototheque.tourisme-creuse.com> Pour les utiliser, vous devrez vous créer un compte gratuitement et accéder à cette ressource en ligne.

- **Placer un widget Instagram**

Le compte Instagram @tourismecreuse est alimenté régulièrement de nouveaux visuels, vous avez la possibilité de paramétrer différentes mises en forme d'affichage à partir du générateur Snapwidget.

**Contacts : Aline GORSSE**

# POUR AIDER

## NOS OUTILS ET SERVICES



Le pôle web de Creuse Tourisme peut vous accompagner dans la définition de vos actions sur Internet, tant sur le plan des outils que des contenus. Il travaille en partenariat avec les animateurs Numériques Territoriaux des Offices de Tourisme.

Il pilote plusieurs sites web :

**www.tourisme-creuse.com** : un site portail du tourisme en Creuse qui présente l'ensemble de l'offre touristique creusoise qui permet aux internautes de préparer leur séjour.

La version mobile du site portail répond aux besoins des clients sur place (ex : que faire aujourd'hui, autour de moi ?)



Retrouvez nos services et nos actions sur le site pro de Creuse Tourisme

les territoires et les prestataires à gagner en visibilité...

# EN MATIÈRE DE COMMUNICATION

**www.vacances-sports-nature.com** : site alimenté par des ambassadeurs sportifs qui partagent leurs circuits et leurs conseils aux amateurs de sport séjournant dans la Creuse.



**www.un-vent-de-liberte.com** : e-magazine relayant des informations liées à l'actualité touristique. N'hésitez pas à nous communiquer vos informations, actualités, bons plans, afin que nous puissions les relayer sur les réseaux sociaux (ex : page Facebook « Tourisme En Creuse »).



# POUR AIDER

## NOS OUTILS ET SERVICES



### **Vous recherchez des données chiffrées sur le tourisme en Creuse ?**

L'observatoire du tourisme met à votre disposition des documents présentant des informations sur l'offre, la fréquentation, les clients, les indicateurs économiques. Ces outils sont disponibles sur demande ou en téléchargement dans l'espace «observatoire de Creuse Tourisme [[www.pro.tourisme-creuse.com](http://www.pro.tourisme-creuse.com)].

**Contact : Isabelle DUCHER**



### **Vous avez un projet touristique et recherchez des conseils ?**

Confortez votre réflexion grâce aux données de l'observatoire du tourisme et élaborer un avant-projet. Un rendez-vous personnalisé pourra être organisé afin de vous fournir des informations sur les marchés, l'offre touristique creusoise, la réglementation, les aides financières. Cette démarche a pour objectif de vous aider à cadrer votre projet. En fonction de sa nature, Creuse Tourisme peut vous proposer d'être l'interface entre les différents partenaires potentiels (Chambre de Commerce et d'Industrie, Conseil Départemental de la Creuse, Conseil Régional, services de l'Etat....)

**Contact : Isabelle DUCHER**

les collectivités et les partenaires privés à monter leurs projets

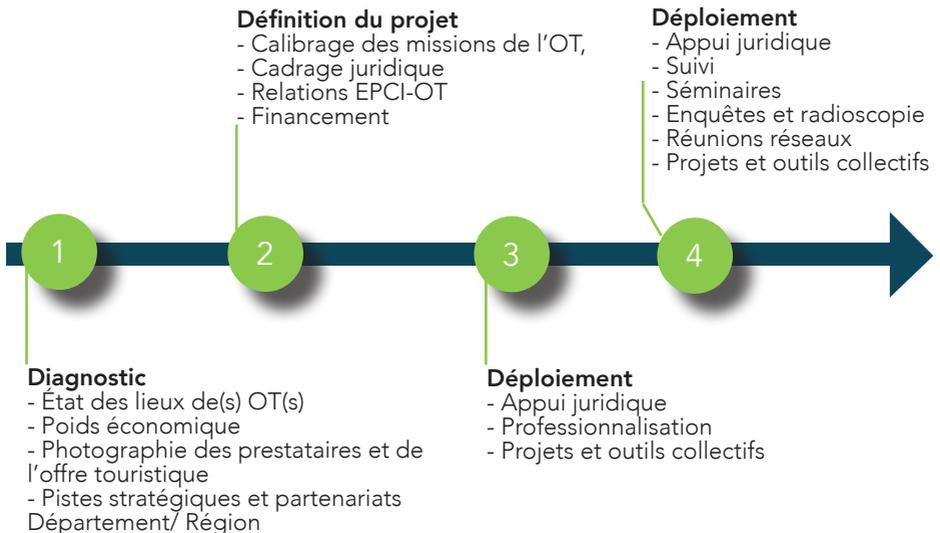
# EN MATIÈRE DE DEVELOPPEMENT



## **Vous souhaitez connaître les atouts et les opportunités de développement touristique de votre EPCI ?**

Creuse Tourisme, appuyée par le CRT et la Mission des Offices de Tourisme de la Nouvelle Aquitaine (MONA) est à même de réaliser un audit complet de l'organisation et de la stratégie touristique d'un EPCI. L'objectif consiste, par le biais d'analyses, de benchmarking, à donner les clefs d'une politique touristique performante aux élus.

**Contact : Aline Gorsse**



# POUR AIDER

## NOS OUTILS ET SERVICES



**Vous souhaitez en savoir plus sur les démarches qualité pour valoriser votre offre ?**

Creuse Tourisme peut vous informer sur les réseaux, labels, démarches qualité présentes en Creuse (Accueil Vélo, Hébergements pêche, Petites Cités de Caractère...)

**Contact : Isabelle DUCHER**

Creuse Tourisme propose une démarche spécifique pour valoriser l'offre adaptée aux familles : La Creuse en Famille

**Contact : Aline GORSSE**

les prestataires et les offices à se démarquer

# EN MATIÈRE DE CLASSEMENT ET LABELS



**Vous souhaitez avoir des informations sur les Offices de Tourisme ?**

Creuse Tourisme accompagne les Offices de Tourisme et les collectivités dans la structuration territoriale du réseau des Offices de Tourisme (mission, organisations, classement, démarche qualité....)

**Contact : Aline GORSSE**



# POUR AIDER

## NOS OUTILS ET SERVICES



**Développez les ventes de votre hébergement ou de votre activité en devenant partenaire de Creuse Tourisme !**

Être partenaire de Creuse Tourisme vous permet :

- de vous démarquer,
- de vous garantir une visibilité optimale sur les outils de Creuse Tourisme (site Web, campagnes e-marketing, newsletter,...),
- d'obtenir la marque Hébergement Qualité Creuse, prérequis pour l'obtention de l'accès à l'outil de gestion Elloha .

L'outil de gestion Elloha propose des services de gestion de planning, de vente en ligne, de synchronisation de planning avec les grand canaux de distribution WEB (Booking, Airbnb, Expédia, Tripadvisor....), réalisation de site internet pro et bien plus encore....

**Contact : Carole CHAULET**



Retrouvez nos services et nos actions sur le site pro de Creuse Tourisme

les prestataires et les offices à se commercialiser

# EN MATIÈRE DE COMMERCIALISATION

## Focus sur Elloha

La solution Elloha a été choisie par de nombreux départements de la Nouvelle Aquitaine. Creuse Tourisme a obtenu un soutien financier du Conseil Régional sur cet investissement. Elloha est un performant outil de gestion de disponibilité et de vente en ligne à un prix attractif.



Elloha est un véritable outil de gestion commerciale. Fonction planning unique, moteur de réservation en direct, cartes cadeaux, synchronisation OTAs, générateur de site internet, gestion relation clients...



Elloha permet de diffuser les disponibilités des hébergements et des activités touristiques sur Internet. La vente en ligne est également possible sur le site internet du prestataire mais aussi sur celui des institutionnels.



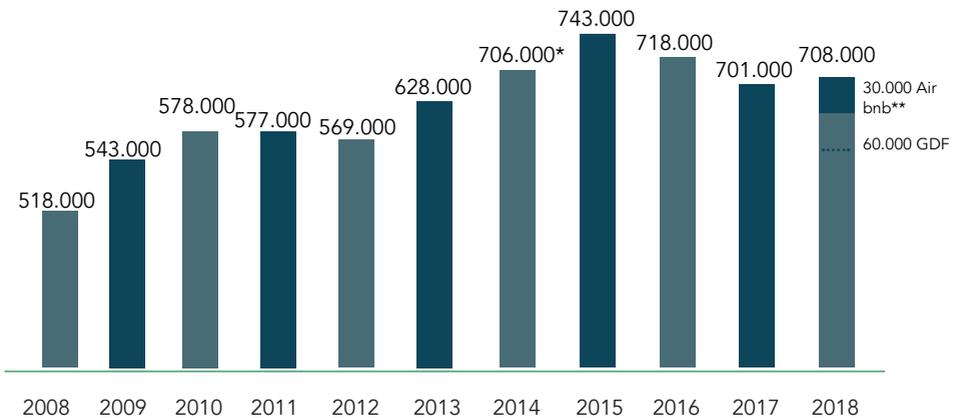
Pour bénéficier d'Elloha, il faut adhérer au Pack Partenaire mis en place par Creuse Tourisme. L'outil est adapté à tous les pros du tourisme et des loisirs qu'ils soient hébergeurs (hôtel, maison d'hôtes, gîte ...) ou opérateurs d'activités sportives ou culturelles (locations, billetterie, forfaits ...).

# POUR SITUER

## Quelques chiffres

### Nombre de nuitées marchandes 2008 - 2018

source observatoire Creuse Tourisme23/CRT/INSEE



\* La progression 2014 provient essentiellement d'une modification méthodologique qui a consisté à inclure les données des meublés non classés. À parc constant, le nombre de nuitées marchandes est de 598.000. De même avec l'ancienne méthode de calcul les nuitées 2015 sont de 641.398. La tendance à la hausse existe donc quelque soit la méthode. Pas de rupture statistiques entre 2014 et 2015.

\*\* Les données d'Airbnb ont été connues trop tardivement pour être intégrées dans les estimations annuelles de l'observatoire. Elles sont mentionnées à titre d'information.

### Nbre d'offices de tourisme et classement

### Axe 1



## le secteur et l'économie du tourisme en Creuse

## issus de l'observatoire

Axe 2

Chiffre d'affaires des prestataires utilisant Résadirect



Chiffre d'affaires des prestataires utilisant Elloha (nouvelle solution)

Nbre de visites sur tourisme-creuse.com  
srce google analytics

# POUR SITUER

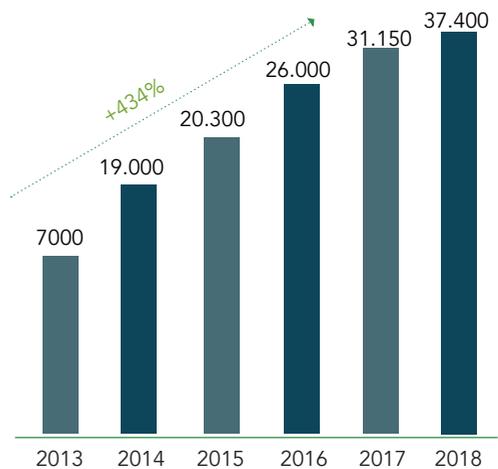
## Quelques chiffres

### Axe 3

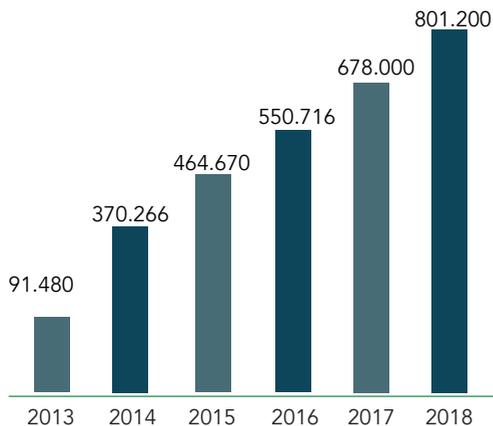
Nbre de suiveurs sur Twitter



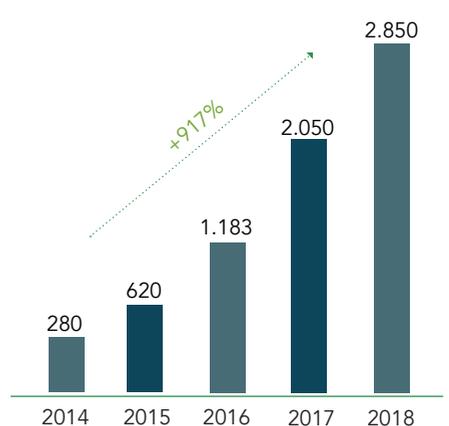
Nbre de fans sur Facebook



Nbre de vues cumulées sur YouTube



Nbre d'abonnés sur Instagram



## le secteur et l'économie du tourisme en Creuse

## issus de l'observatoire

## Focus sur le numérique et la communication

## INFORMATIONS

Quand ? avant le séjour  
 Outil : [tourismecreuse.com](http://tourismecreuse.com)  
 Objectif prioritaire : réservation  
 Objectif secondaire : séduction  
 Objectif de com' : toute l'offre Creuse sous la main  
 Objectifs techniques : fournir les outils pratiques à la préparation de séjour ;  
 Cible prioritaire : clients

## IMAGE

Quand ? avant/après le séjour  
 Outil : [un-vent-de-liberte.com](http://un-vent-de-liberte.com)  
 Objectif prioritaire : casser les stéréotypes  
 Objectif secondaire : séduction  
 Objectif de com' : Valoriser l'image en montrant la réalité. Susciter le «tiens ! C'est en Creuse»  
 Objectifs techniques : capter les flux et les diriger vers [tourisme-creuse.com](http://tourisme-creuse.com)  
 Cible prioritaire : prospects

## FIDÉLISATION

Quand ? avant/après le séjour  
 Outils : facebook, twitter, Instagram...  
 Objectif prioritaire : garder le contact  
 Objectif secondaire : séduction  
 Objectif de com' : actualité, bons plans, nouveautés via l'affinitaire, valoriser l'image, le capital sympathie via les interactions  
 Objectifs techniques : capter les flux et les rediriger vers [un-vent-de-liberte.com](http://un-vent-de-liberte.com) ou vers [tourisme-creuse.com](http://tourisme-creuse.com) ;  
 Cible prioritaire : clients  
 Cible secondaire : prospects via l'affinitaire

# UNE ÉQUIPE À VOTRE SERVICE

## Trombinoscope



**Nicolas SIMONNET**  
Président



**Jérôme TRINDADE**  
Chargé de communication  
**05 55 51 93 25**  
jerome.trindade@tourisme-creuse.com



**Sébastien DEBARGE**  
Directeur  
**05 55 51 93 23**  
sebastien.debarge@tourisme-creuse.com



**Isabelle DUCHER**  
Directrice Adjointe  
**05 55 51 93 21**  
isabelle.ducher@tourisme-creuse.com



**Valérie CHEBANCE**  
Resp Adm & Financier  
**05 55 51 93 27**  
valerie.chebance@tourisme-creuse.com



**Carole CHAULET**  
Classement et vente en ligne  
**05 19 01 10 20**  
carole.chalet@tourisme-creuse.com



**Sylvie BLONDET**  
Assistante administrative  
**05 55 51 93 23**  
sylvie.blondet@tourisme-creuse.com



**Béatrice FAURY**  
Attachée de presse  
**05 55 51 93 28**  
beatrice.fauray@tourisme-creuse.com



**Graziella PENOT**  
Resp communication  
**05 55 51 93 24**  
graziella.penot@tourisme-creuse.com



**Aline GORSSE**  
Animatrice Offices de Tourisme  
**05 55 51 10 03**  
aline.gorsse@tourisme-creuse.com



# CREUSE TOURISME

9 avenue Fayolle - BP 243 - 23005 GUÉRET CEDEX

Tél. : 05 55 51 93 23

[contact@tourisme-creuse.com](mailto:contact@tourisme-creuse.com)



---

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

---

**CITEO**  
Le nouveau nom  
d'Eco-Emballage et Ecofolio