Publiée en ligne le - 7 JUIL. 2023

COMMUNAUTE DE COMMUNES DU PAYS DE SAINT-YRIEIX

DELIBERATION DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE n°2023-086

L'an deux mille vingt trois, le 3 juillet à 18 h

Le Conseil Communautaire de la Communauté de Communes du Pays de SAINT-YRIEIX, dûment convoqué, s'est réuni en session ordinaire, sous la présidence de Monsieur **Daniel BOISSERIE**.

Date de convocation du Conseil Communautaire : 27 juin 2023

Nombre de délégués :

☐ en exercice : 29

☐ présents : 22

☐ votants : 25

PRESENTS : M. Pierre VERGNOLLE M. Patrick DARY, M. Philippe SUDRAT, M. Pierre MILLET-LACOMBE, M. Pierre ROUX, M. François BOISSERIE, Mme Annick HUCHET, M. Francis DELORT, Mme Christiane BARRY, Mme Marie Madeleine LORIN, Mme Céline BOYARD, M. Ludovic TURPIN, Mme Monique PLAZZI, M. Laurent GORYL, Mme Catherine L'OFFICIAL, Mme Annie ARNAUD, M. Jean-Claude DUPUY, Mme Sandrine FUSADE, M. Francis CUBERTAFON, M. Alain BLONDY et Mme Stéphanie TOESCA.

ABSENTS Excusés : M. Jean-Claude FRACHET, M. Roland POURCHET, M. Jacques BLONDY, M. Patrice DELAGE, Mme Delphine PERRIER-GAY, Mme Valérie Isabelle BONIN et Mme Pascale BRACHET.

Jean-Claude FRACHET donne pouvoir à Pierre ROUX
Valérie Isabelle BONIN donne pouvoir à Laurent GORYL
Pascale BRACHET donne pouvoir à Daniel BOISSERIE

SECRETAIRE : Stéphanie TOESCA

OBJET :

SPL Terres de Limousin
Rapport d'activité 2022

Rapporteur : Ph. SUDRAT

Vu l'article 104 de la loi n° 2015-991 du 7 août 2015 portant Nouvelle organisation territoriale de la République ;

Vu les lois n° 2010-559 du 28 mai 2010 et n° 2019-463 du 17 mai 2019 ;

Vu les articles L.1111-4, L.1111-10, L.1531-1, L.3121-23 et L.3131-5 du Code général des collectivités territoriales ;

Vu les dispositions du Code de commerce applicables aux sociétés anonymes ;

Vu les délibérations du Conseil communautaire de la Communauté de Communes du Pays de Saint-Yrieix des 13 décembre 2019 et 1er juillet 2021 relatives à la constitution de la SPL dédiée au tourisme et à la mise en œuvre des modalités de contrôle analogue de la SPL Terres de Limousin ;

Vu les statuts constitutifs de la Société publique locale Terres de Limousin en date du 29 avril 2021 et le règlement intérieur de la Société ;

LE CONSEIL COMMUNAUTAIRE, prend acte du rapport annuel d'activités 2022 de la SPL Terres de Limousin tel qu'il figure en annexe à la présente délibération.

Au registre sont les signatures
Pour extrait certifiée conforme,

La secrétaire

S. TOESCA

Le Président

D. BOISSERIE

COMMUNAUTE DE COMMUNES DU PAYS DE SAINT-YRIEIX (87 HAUTE-VIENNE)

Le Président :
- certifie sous sa responsabilité le caractère exécutoire du présent acte ;
- informe que le présent acte peut faire l'objet d'un recours pour excès de pouvoir devant le Tribunal Administratif de Limoges dans un délai de 2 mois à compter de sa publication.

Accusé de réception en préfecture
087-248700189-20230703-DC2023910219-DE
Date de télétransmission : 06/07/2023
Date de réception préfecture : 06/07/2023

Sommaire

Vie administrative de la SPL P4-7

Mutualisation P8

Service Commercial P9

Promotion communication P10-16
- Supports de Communication
- Retombées Presse
- Guides Touristiques
- Accueil influenceurs / presse
- Workshop presse et influenceurs
- Les réseaux sociaux
- Partenariats
- Images de la destination

La marque de destination P17

Place de marché Elloha P18

Classement et qualification P19-20

L'observation P21

Sommaire

Randonnée et Slow tourisme P22-24
- Randonnée
- Cyclotourisme

Digital et support numérique P25-30
- Chiffres de l'application des randonnées Loopi
- Participation aux journées E-Tourisme
- LEI & Open Data
- Terra Aventura
- Les newsletters
- Chiffres du site internet

Groupes SADI P31-32

La base de données SIRTAQUI Haute-Vienne P33-35
- Formations et comités techniques
- Open Street Map

Le futur site internet de la marque de destination P36-37

Vie administrative de la SPL

Éléments de contexte

LA SPL TERRES DE LIMOUSIN C'EST :

- Une équipe composée de 7 personnes à temps plein - Moyenne nationale 20 ETP.
- Un budget fonctionnement : 600K€ environ dont 550 de subvention - moyenne nationale 2,4M€ dont 80% de subvention du conseil départemental.
- Mais la SPL c'est 4,130M€ de capital social qui servira, pour partie, à financer les projets de développement.

Sur le fonctionnement et les missions traditionnelles (promotion, accompagnement des professionnels...) la seule solution est le jeu collectif, la MUTUALISATION des moyens entre OT et SPL.

Vie administrative de la SPL

Éléments de contexte

Rappel des missions d'un office de tourisme (art L133-1 et suivants du code du tourisme) :

- **Accueil et information** des touristes : les experts tablent sur une disparition de l'accueil physique fait par les OT d'ici 10 ans. Ce besoin est désormais satisfait par le web et l'hébergeur qui est souvent le 1er contact physique avec le touriste.
- **Promotion touristique** en coordination avec le comité départemental. Encore trop d'initiatives isolées sans impact fort.
- **Coordination des actions** des différents partenaires. Cela nécessite un accompagnement très peu fait.

Pour réussir les OT et la SPL doivent :

→ **Repenser** leurs missions.

→ Les **mettre en adéquation** avec le **projet global** voulu par leurs tutelles, actionnaires de la SPL.

→ Donner la **priorité aux actions collectives.**

→ **Dédier des moyens** (humains et idéalement financiers) à la réalisation de ces actions.

Vie administrative de la SPL

Exercice 2022

4 CONSEILS D'ADMINISTRATION

+

1 à venir début décembre

+

1 point d'information en juillet

2 ASSEMBLÉES GÉNÉRALES

Elle a eu lieu le 7 juin et a marquée l'entrée de la CULM en tant qu'actionnaire de la SPL .

+

1 Assemblée Générale Extraordinaire qui s'est tenue le 9 novembre en visioconférence.

2 COMMISSIONS DE CONTRÔLE ANALOGUE

Dont la commission du 11 juillet pour l'audition des agences finalistes pour le projet de site web de la marque de destination.

+

Une commission à venir début décembre.

1 COTECH

Animation du COTECH en cours et qui comprend 70 socio-professionnels.

+

1 (COTECH à venir)

Vie administrative de la SPL

Recrutements

La SPL Terres de Limousin a procédé à 2 recrutements en CDI en 2022 :

Camille Leroy

Depuis le 15 avril, Webmaster & Webmarketeuse

Alicia Mazzini

Depuis le 2 mai, Social Media Manageuse

1 recrutement en CDD en 2022 :

Juliette Rousseau

Depuis le 1er octobre, Community Manageuse

1 stagiaire accueillie de mai à juillet 2022 :

Leilei Win

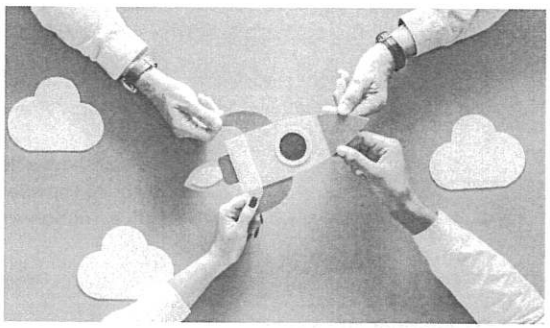
Etudiante en master Tourisme et Communication à Foix.
Objectif du stage : migration LEI - SIRTAQUI

Mutualisation

Rappel de la commande à la SPL : Mutualiser les moyens pour renforcer la visibilité départementale.

Éléments de contexte :

- Plus de 60 personnes travaillent au service du tourisme institutionnel dans le département mais chacun pour son territoire ...qui reste inconnu des touristes.
- **12 Offices de Tourisme** en **Haute-Vienne** quand **9** en **Creuse**, **6** en **Corrèze**, **5** dans le **Lot**.
- Des budgets faibles **320K€** en moyenne en **HV** (**900K€** en **Corrèze**) à l'efficacité dispersée.



Les actions :

- **Séminaire d'une journée avec les Offices de Tourisme** sur le projet de "mutualisation" avec questionnaire préalable qui laisse ressortir : une **approbation de principe**, des **inquiétudes sur la perte d'autonomie**, des réserves personnelles ou stratégiques.
- **Les étapes réalisées :**
  - Réactivation club des directeurs (OT/SPL).
  - Ateliers SADI (rando, véhicules de loisirs, familles, affaires).
  - Ateliers marque.
- **Les étapes à venir :**
  - Ateliers plan marketing
  - Formations SIT
  - Lancement nouveau site web avec intégration des contenus des OT (volontaires) en remplacement de leur site propre.

Toutes les grandes actions feront l'objet d'une fiche projet détaillant les moyens humains et financiers à mobiliser par la SPL et avec les soutiens nécessaires des OT. Ces fiches seront envoyées aux présidences des OT et des collectivités pour débloquer les éventuels freins.

Service commercial

Réorganisation des missions principales :

L'activité commerciale "groupe" a cessé en milieu d'année.

Chiffres 2022 :

- 2 séjours et 7 journées, 288 personnes accueillies, 18 968,30€ de CA.
- Vente d'encarts publicitaires dans la carte touristique : 13 080,00 €

La réflexion autour de la commercialisation à l'échelle départementale se poursuit avec les OT dans le cadre du SADI. Le groupe projet "tourisme d'affaires" se transforme en groupe de travail autour de "l'offre groupes" en général.

Promotion Communication

Les supports de communication :

Nouvelle Carte Touristique

- 55 000 exemplaires
- Recto : carte du département "élargi".
- Verso : Informations touristiques.
- Conception en ateliers avec les OT et quelques prestataires

Dossier de Presse 2022

- Diffusion auprès des journalistes ou autres destinataires (salon presse).
- Pages intérieures reprises par certains professionnels.

Bourses aux dépliants 2022

- 2 jours dans les locaux du département en mode "drive".
- Diffusion aux bourses aux dépliants de l'Indre, Corrèze et Creuse.

Promotion Communication

10 articles print entre février et décembre du local au national (du Populaire du Centre à Femme Actuelle Senior en passant par l'Art des Jardins) pour une visibilité allant de **80 000 exemplaires** (magazine Tandem) à **1 million d'exemplaires diffusés** (Rustica).(taux de prise en main à multiplier par 2 à 3)

Les retombées Presse :

LES MOMENTS FORTS

Mai
Figaro Magazine
La sélection des chambres d'hôtes (370 000 exemplaires)
3 adresses en **Haute-Vienne** sur 150 sélectionnées en France : **Kernad** à Bersac-sur-Rivalier, **Hauts de Fressange** à Château-Chervix et **Maison Durieux** à Limoges.

Juillet
Balade Rando
Dossier Haute-Vienne de **Balade Rando** qui est l'un des deux magazines de référence sur la randonnée en France (120 000 lecteurs par numéro)

Septembre / octobre
Routard.com
Deux articles web avec le routard.com (le Lac de Vassivière et le plateau de Millevaches-Eymoutiers) : le site leader des voyages en France (5 millions de visiteurs par mois)

Décembre
Geste/S
Cahier Les routes de la porcelaine de **16 pages** dans le magazine Geste/S "Le premier trimestriel haut de gamme consacré aux **métiers d'art, savoir-faire d'excellence et création contemporaine**" (20 000 exemplaires)

Promotion Communication

Les Guides Touristiques :

Mai
Guide du routard Limousin
Accueil du Guide du Routard pour réactualisation et **parution en février 2023**.

Mai
Guide Michaël Müller Verlag
Accueil du guide qui est l'équivalent allemand du Guide Michelin.

Juin
Reise Know how
Accueil du guide qui est l'équivalent allemand du Guide du Routard.

Juillet - Septembre
Le Limousin Insolite et secret
Nouveauté à **paraître en 2023** (20 000 exemplaires), accueil du journaliste sur plusieurs jours en juillet et septembre.

Juillet- Octobre
Guide Vert Michelin
Accueil en juillet et octobre pour réactualisation du Guide Vert Michelin Limousin Berry à **paraître en mars 2023**.

Michael Müller Verlag

REISE KNOW-HOW

Promotion Communication

Accueil influenceurs / presse :

→ **3 accueils** de presse dont **Magazine Geste/S** en octobre, **Routard.com** en mai.

→ Accueil du photographe pour le livre paru en octobre 2022 **"Forêts enchantées en France"** et l'article paru dans Géo.

→ **6 accueils d'influenceurs voyages** entre mai et octobre (4 français, un espagnol et un néerlandais) pour une visibilité totale de **125 000 followers** sur Instagram.

Workshop presse et influenceurs:

→ Workshop Partir en France à Paris en janvier 2022 : **15 contacts presse et influenceurs.**

→ Workshop Partir en France en visio le 10 octobre 2022 volet influenceurs : **8 contacts** pour des propositions d'accueil en **2023.**

→ Workshop Partir en France en visio le 11 octobre 2022 volet presse : **3 contacts** pour des propositions d'articles en **2023.**

Promotion Communication

En route pour vos vacances en Haute-Vienne !

Vacances en famille : rendez-vous en Haute-Vienne !

La Haute-Vienne entre amis : nos incontournables !

Bienvenue en Haute-Vienne !
2,9 k vues • il y a 7 mois

Les réseaux sociaux :

→ Nos réseaux sociaux ont fait peau neuve avec le **recrutement d'un personne dédiée** depuis mai 2022 : plus de publications, plus ciblées et des contenus pertinents qui utilisent de plus en plus la vidéo (contenu le plus vu : reel du Musée Beaubérot avec 12 800 vues de la vidéo sur Instagram).

→ Les effets seront plus notables avec **la nouvelle marque** : positionnement, environnement graphique et visuel, thématiques privilégiées.

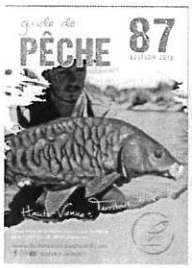
→ Cette montée en puissance s'est accompagnée d'une **campagne de sponsoring des vidéos réalisées en 2021 auprès de 3 cibles** : millenials (avril mai), familles avec enfants (juin-juillet) et seniors actifs (septembre octobre). Campagne de sponsoring auprès de la cible des familles avec enfants en octobre pour la période des vacances d'automne.

- **Résultats de la campagne d'avril à octobre** : 833 356 vues des vidéos / 442 591 personnes atteintes / 23 758 clics vers un lien de notre site web.
- Cette campagne et le recrutement ont permis **d'accroître notre visibilité** et aussi de **gagner de nouveaux abonnés** sur nos comptes (de 5180 à 7416 abonnés sur Instagram entre avril et octobre + 44% ; de 11 809 à 13 431 abonnés sur Facebook + 14%) .
- **A noter coût de l'opération :** 6 500€ pour le sponsoring et l'accompagnement par une agence = le prix d'un salon pour une visibilité sans commune mesure et une traçabilité de l'efficacité.

Promotion Communication

Partenariats :

- **TER Nouvelle-Aquitaine :** itinéraires à pied et vélos autour des gares de Saint-Junien, Saint Victurnien, Eymoutiers, Saint-Léonard de Noblat + diffusion de la carte touristique dans les gares.
- **Fiertile :** épicerie Limousine à Paris : diffusion de la carte touristique, fourniture de photos libres de droits pour habiller la boutique.
- **La maison Pascalain :** représentation au Salon du Made In France à Paris du 10 au 13 novembre : diffusion de la carte touristique et prêt de roll-up et de vidéos pour habiller leur stand aux couleurs de la Haute-Vienne.
- **FÉDÉRATION FRANÇAISE des Associations d'Utilisateurs de Véhicules Electriques** dans le cadre de la course en voiture électriques Limoges-Gavarnie pour la journée de la mobilité le 25 juin : diffusion de la carte touristique et prêt de roll-up et de vidéos pour habiller leur stand aux couleurs de la Haute-Vienne.
- **Fédération de la Pêche en Haute-Vienne :** guide de pêche.



Promotion Communication

Images de la destination :

- Organisation campagne photo été de juin à septembre avec **Maxime Authier** (négociation de l'utilisation des photos pour OT et prestataires).
- Organisation campagne photo automne en octobre et novembre avec **Christelle Rama** (négociation de l'utilisation des photos pour OT et prestataires).

Ces 2 campagnes sont financées par la SPL au bénéfice de tous pour un montant total de 13 500 €.

- Organisation campagne tournage vidéos et photos en **partenariat** avec le **CRT Nouvelle-Aquitaine** de juin à septembre et reprise au printemps 2023 : financement Europe.

Nous attendons l'outil photothèque vidéothèque proposée par le CD87 pour partager ces contenus avec les OT, journalistes et prestataires.

La marque de destination

Qu'est-ce qu'une marque ?

→ Une marque constitue un signe ou un ensemble de signes distinctifs (nom, logo, valeurs...) reconnaissables par les consommateurs et créant de la valeur sur un marché.

→ Cette qualité ne se décrète pas spontanément à travers un mot ou un logo. Il faut du temps et de la constance, savoir rester intangible sur la proposition de base faite par la marque. Une marque se construit dans le temps.

Pourquoi l'a-t-on voulue ?

→ Pour porter d'une même voix l'offre touristique départementale.
L'agence CoManaging accompagne **la SPL** qui **a organisé** :

- **7 comités techniques** (SPL, OT, socio-professionnels) : portrait identitaire, réflexions stratégiques.
- **2 comités de pilotage** (CA SPL + têtes de réseaux) : attentes sur la marque + à venir la validation selon le choix issu du cotech.

Place de marché Elloha

Volume d'affaires total de **1,3 Md'€ en hausse de 26% par rapport à 2021** sur l'ensemble des prestations dont :

- 1,1 M d'€ pour les hébergeurs (85% du total) en hausse de 29%.
- 0,13 M d'€ pour les activités (15% du total) en baisse de 2%. Moins de vente en ligne notamment sur St Pardoux qui n'a pas branché toutes ses activités.

Environ **140 abonnés suivis par la SPL.**

Vente des hébergements en forte hausse : arrivée de grands comptes comme des hameaux de gîtes ou des hôtels.
Performance de l'hôtellerie rurale qui obtient les meilleurs résultats dans la place de marché en volume de vente.
Gestion des demandes d'abonnement : Environ 60 rendez-vous de présentation, de formation ou d'accompagnement à la prise en main de l'outil Elloha.

12 nouveaux comptes actifs + **8 comptes en cours** de paramétrage et/ou formation.

Tendances 2022 : Elloha intéresse des profils d'entreprise. 3 comptes de manufactures de porcelaines et 2 entreprises liées au développement durable.
Club des abonnés Elloha HV : 1 Club Elloha en visio 24/01 + 1 réunion en présentiel décembre 2022.

Participation aux **réunions organisées par Elloha** destinées aux ADT/CDT en visio (8 en 2022) et aux journées de rencontres à Perpignan en Septembre pour définir ensemble la trame des développements et évolutions de 2023.

Région Nouvelle-Aquitaine : réunion d'évaluation de la place de marché dans le cadre de la subvention attribuée en 2019.
Présentation des chiffres sur 3 années d'exploitation.

Classement et qualification

→ **15** nouvelles **Chambres d'hôtes Référence** (visites réalisées par les offices et la SPL). 2 commissions d'attribution en 2022.

→ **110 classements en meublés de tourisme :**

- dont 30 dossiers : pré-audit par les offices, conseils par la SPL, intervention de cabinets d'audit externes,
- dont 80 dossiers gérés en intégralité par l'association des Gîtes de France pour ses adhérents,
- la SPL publie, sur son espace pro, la liste officielle des meublés de tourisme classés.

→ **6 nouveaux hébergeurs** ont obtenu la **Charte Accueil Randonnées et Cyclotourisme** : 1 commission départementale animée par la SPL. Utilisation de cette charte par le groupe SADI randonnée pour développer l'accueil itinérant (à la nuitée) dans le département.

→ **25 diagnostics issus du Fonds sur le Tourisme Durable (au 27 octobre 22 et sur 18 mois)** proposé par l'ADEME et la Région NA pour la transition écologique des prestations : **15 dossiers aidés à hauteur de 20 k€ par dossier en moyenne.**
2 webinaires, dans l'année pour présenter les 90 actions éligibles au Fonds sur le Tourisme Durable. Animation par le référent Yann Ducatheew qui travaille pour les 4 ADTs de la Dordogne, de la Corrèze, de la Creuse et la SPL.

Classement et qualification

→ **1 expert du label Tourisme & Handicap :** la SPL propose, depuis l'automne 2022, un accompagnement à l'obtention au label. Prestation payante (250€).

→ **Groupe qualification des offres :** réunion des personnels fléchés, dans les offices de tourisme et la SPL, sur la mission d'information aux porteurs de projets et sur l'accompagnement des pros et des socio-pros. Objectifs : définir des outils et une communication commune au niveau départemental.

→ **Deux réunions du club des directeurs d'office de tourisme** travaillent pour définir les futures missions collective (OT et SPL) en matière d'accueil des porteurs de projet, sur l'accompagnement des entreprises et des socio-pros et sur l'animation des prestataires.

→ **Petites Cités de Caractère :** participation de la SPL à l'assemblée générale qui s'est tenue à Eymoutiers en Haute-Vienne le 4 juillet 2022.

→ **Accueil des porteurs de projets, conseils aux entreprises ou aux socio-professionnels :** 14 projets locatifs, 5 demandes de cabinets d'étude, étudiants.

L'observation

Missions assurées par la SPL ou en partenariat (Gîtes de France, CRCI, CRT)

- **Les bilans annuels :** hôtellerie, camping, fréquentation des sites et des manifestations.
- **Conjoncture estivale :** rédaction de 6 notes mensuelles d'avril à septembre et d'un bilan de saison.
- **Enquêtes de fréquentations** des meublés et des chambres d'hôtes en location directe et en ligne avec l'outil AirDNA.
- **Groupe observation régional :** achat de prestations en commun (Airdna et Flux Vision Tourisme).
- **Flux Vision Tourisme :** suivi des déplacements par bornage des téléphones mobiles. Partage de méthodologies de collecte et traitement avec Creuse et Corrèze.
- **Groupe observation avec la CCI** de Limoges et de la Haute-Vienne, avec la Communauté Urbaine de Limoges et l'Office de Tourisme de Limoges. 4 réunions : définir un observatoire départemental du tourisme renforcé et co-construit en mode projet.

Randonnée et Slow tourisme

Randonnée :

- **Promotion du Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnées :** Saisie du tracé sur Openrunner - tracé GPX. Saisie de la fiche LEI et suivi de la mise en ligne sur Loopi (modifications du fond de carte OSM si besoin)
- Mise en ligne de **7 nouvelles topofiches et 5 modifiées.**
- **Participation à la commission PDIPR** du 22/09/22 et à la note pour les nouvelles orientations du PDIPR.
- **Rencontre avec le Comité Départemental de la Fédération Française de Randonnée Pédestre 87 :**
  - mise à jour de la convention tripartite (FFRP-CD87-SPL)
  - projet de convention pour mise en valeur d'itinéraires sélectionnés de randonnée sur l'application "Ma Rando".
- **CRT Nouvelle Aquitaine :** participation au club Ecotourisme, itinérance douce et Vélo.
- **Club Loopi :** toutes les 6 semaines environ un point d'1 heure en visio pour échanger sur les évolutions nécessaires et sur les attentes des utilisateurs et des clients.

Randonnée et Slow tourisme

Cyclotourisme :

→ **Coup d'accélérateur de la pratique du vélo :**

- +18% de fréquentation des véloroutes en France en 2021 par rapport à 2019. L'achat de vélos explose : contexte sanitaire, économique et écologique.
- Multiplication des usages : quotidienne, de loisirs ou sportive.
- Diversité des usagers : apparition de vélos adaptés (vélos cargo, VAE...).

→ **Participation aux réunions nationales :** intégrer les réseaux d'acteurs autour de la dynamique du vélo.

- **Les RDV's du Tourisme à vélo** - 23 et 24 Juin 2022 à Orléans (45). Retours d'expérience d'autres destinations.
- **Les Rencontres Vélos et Territoire** - 5 au 7 Octobre à Bourges (18). Collectivité, techniciens, institutions touristiques, entreprises en ateliers pour développer l'usage du vélo sur nos territoires. 4 thématiques : politique cyclable, aménagement, mobilité et tourisme.

Pour une pratique sécurisée, il est souhaitable de soutenir les projets de voie verte (axe non motorisé) aux vélo routes (voierie partagée).

Randonnée et Slow tourisme

Cyclotourisme :

→ **Déploiement et promotion du cyclotourisme :**

- **Réunion de suivi du balisage des véloroutes V56 et V93** avec le service des routes du Conseil Départemental de la Haute-Vienne et la mission Tourisme.
- **2 journées de reconnaissances des itinéraires V93** Limoges-Rochechouart / V56 Saint-Yrieix la Perche-Limoges puis V56 Limoges / Le Châtenet en Dognon et une partie de la Boucle Limoges - Bénévent L'abbaye - Saint-Pardoux - Limoges sur la partie 87.
- **Recherche d'hébergements adaptés à la clientèle cycliste** à proximité des vélo-routes avec l'appui du SADI (schéma d'accueil) Rando et Itinérance.

→ **Appui aux projets d'itinéraires cyclo :**

- **Projet de boucle cyclotouristique sur le territoire de la châtaigneraie V737,** suivi du projet d'étude conduit par des étudiants STAPS.
- **Participation au topoguide de la Route Saint-Jacques à vélo** avec l'Association nationale de Compostelle (étape Saint-Léonard de Noblat à Limoges).

→ **Qualification des itinéraires :**

Participation au comité d'itinéraire pour la V93 à l'initiative des Charentes.

Digital et supports numériques

Chiffres de l'application des randonnées Loopi

→ **LOOPI Cartographie web sur le site randonnée**

- Du 1er janvier au 27 octobre 2022 : 33 000 visites (-19% par rapport à 2021) et 135 000 pages vues. Les internautes sont Français à 94% (Nouvelle-Aquitaine 46%).
- 13 100 téléchargements (+300%) et 10 actions par visite.
- Recherches de sentier et utilisation du calculateur d'itinéraire
- 42% de consultation sur Smartphones, 47% sur ordinateurs et 6% sur tablettes.

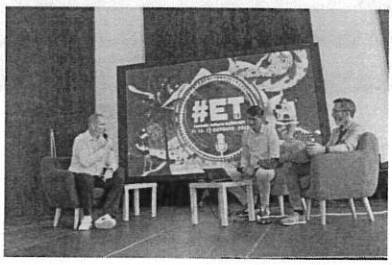
Rappel : les pages randonnées sur le site www.tourisme-hautevienne.com représentent 558 000 pages vues et environ 105 000 visiteurs.

Au total, la diffusion des sentiers de randonnée pèse 693 000 pages vues et 138 000 visites du 1er janvier au 27 octobre 2022.

→ **Application mobile Loopi :**

- Installations actives : Androïd : **164 300** (+82%) / Iphone Apple IOS (+17%)
- Loopi et Rando Millevaches (Géotreck) : recherche de passerelle entre les deux applications. Les balades saisies dans Rando Millevaches seront affichées dans Loopi en fin d'année 2022. Rando Millevaches est utilisé dans l'Est du département.

Digital et supports numériques



Participation aux journées E-Tourisme de Pau

Participation de Camille (Webmaster) : 2 jours d'échange avec plus de 700 professionnels du tourisme.

LEI & Open Data

→ **Mise à jour des campings de la Haute-Vienne.**

→ Participation à la rédaction d'un **livre blanc édité par le CRT Nouvelle-Aquitaine** sur l'évaluation des bases de données : (Stéphane).

→ Préparation de l'**arrêt de l'utilisation de la base LEI** au profit du Sirtaqui pour le printemps 2023. Equipe projet : Amandine, Stéphane, Camille.

→ **Datatourisme** (open data national) : suivi du groupe Qualité de la donnée ; recettage de la nouvelle plateforme qualité. Vérification mensuelle de l'alimentation par les données LEI du Limousin de la plateforme nationale. Environ **150 000 réutilisations par mois** par des sociétés comme Cirkwi, Makina Corpus, Cartelmatic, Henoo, Loopi, Eterritoire, des startups ou des organismes comme Atout France.

SirtAQUI
L'info des offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine

Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural (FEADER) : l'Europe investit dans les zones rurales

Digital et supports numériques

Terra Aventura

Participation financière annuelle de 8 400€ de la SPL.

- **68 parcours en Haute-Vienne** (département avec le plus grand nombre de caches, département où est "né" Terra Aventura).
- **270 000 joueurs** en Haute-Vienne à fin septembre 2022.
  Au niveau régional : Terra Aventura représente 2,5 millions de joueurs en 2021.
- **Tendance 2022 :** la Zaméla (cache éphémère) à **Nieul**, du 13 août au 4 septembre, a enregistré une fréquentation de **18 000 joueurs** (record régional).
- **Participation à la commission de sélection des nouveaux parcours 2022 :**
  1 nouveau parcours (à vélo) et 2 refontes de parcours.
- Distribution des cartes aux offices de tourisme.

Digital et supports numériques

Les newsletters

- **9 newsletters**
- **1 888 contacts**
- **Le taux d'ouverture est de 34,02%.** Entre **22% et 29%** il est considéré comme bon. Au delà, il est considéré comme **excellent.**
- **Le taux de clics** sur les liens est de **18,83%,** ce taux est en nette augmentation puisqu'il était de 13% en 2021. **Un taux de clics** est bon lorsqu'il se situe **entre 3 et 6%** et est considéré comme **excellent au dessus.**

Newsletter Pro :

Nous pouvons considérer que notre liste de contacts est qualifiée et que les sujets que nous traitons dans notre newsletter sont intéressants et lus par notre cible.

Digital et supports numériques

Les newsletters

Newsletter Grand Public :

- **9 newsletters**
- **8 690 contacts**
- **Le taux d'ouverture moyen est de 28,37% et le taux de clics est de 17,94%.** Comme précédemment ces résultats sont encourageants pour la nouvelle base de données SIRTAQUI Haute-Vienne, qui qualifiera nos fichiers contacts touristiques.

Newsletter Elloha :

- **4 newsletters**
- **98 contacts**
- **Le taux d'ouverture moyen est de 53,81% et le taux de clics est de 14,59%.**

Digital et supports numériques

Les sites internet

www.tourisme-hautevienne.com :

Données au 27/10/22

- **561 695 visiteurs uniques** (+20,76% par rapport à 2021).
- **811 482 visites sur notre site web** (+17,25% par rapport à 2021).
- **Pages vues : 3 943 601** (+6,36% par rapport à 2021).
- **Top 3 des pages vues par thématique :**
  - **Sortir** avec les manifestations, les grands événements et les restaurants : 882 000 pages.
  - **Randonnée** / Randonnées par type / topofiches : 558 000.
  - **Découvrir** / activités / lieux de visites / incontournables : 413 000.

www.pro.tourisme-hautevienne.com

Il attire environ 10 000 visiteurs par an.

Inspirations

Rédactions de plusieurs contenus pour alimenter le site.

Groupes SADI

Randonnée et itinérance :

- **17 contributeurs** (SPL avec Stéphane qui co-anime le groupe).
- **6 réunions pour finaliser la phase 1** (3 phases sont prévues d'ici fin 2023) : recensement de toutes les balades et circuits cyclo, des informations qualifiées, des besoins vidéos et photos, des hébergements à labelliser.

Tourisme d'affaires :

- **3 réunions en tant que contributeur** (Amandine), évolution du groupe de travail vers l'offre tourisme d'affaires et groupes (prochaine réunion le 24 novembre).

SADI : Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information. Dispositif financé par la SPL en 2022. Faire travailler en mode projet des groupes de travail issus des OT et de la SPL.

Groupes SADI

Véhicules de loisirs :

- **5 réunions, 8 contributeurs permanents** (Julie pour la SPL)
- **Phase 1 : État des lieux** de l'offre et veille sur les outils (applications, magazines...) utilisés par cette clientèle.
- **Phase 2 : questionnaire clientèle** en séjour ou en étape dans notre département. Objectif : mieux connaître cette clientèle et ses attentes. Diffusion de l'enquête via les territoires fin juin. Enquête toujours active. Une centaine de réponses enregistrées. Prolongation de l'enquête en 2023.

Famille :

- **8 réunions, 18 membres** (Sophie TRINQUES pour la SPL).

Objectif SMART : A l'automne 2022 sera mis en ligne sur tous les sites internet des offices de tourisme de la Haute-Vienne et de la SPL une rubrique dédiée avec des propositions qualifiées à destination de la clientèle famille. Révision de cet objectif en cours suite à l'annonce de la suppression de certains sites web des offices de tourisme. Ce qui a été fait : révision du référentiel « Famille » , validation par des professionnels du territoire experts de ces clientèles, vérification et saisie de nouvelles fiches sur le LEI correspondant à ces critères.

Base de données SIRTAQUI Haute-Vienne

Formations et comités techniques :

Plusieurs sessions organisées et animées par la SPL avec l'intervention de l'agence Faire Savoir et du CRT Nouvelle-Aquitaine :

→ **Les administrateurs de la SPL** en avril 2022 sur 2 jours et en mai sur 3 jours. Découverte et prise en main de l'intégralité des fonctionnalités de Tourinsoft. Un des administrateurs est issu de l'Office de Tourisme du Pays de Nexon Monts de Châlus : M. Benoît Mauger. 15 jours agent cumulés.

→ **Les Offices de Tourisme :**

- **16 personnes avec un profil administrateur formées** sur **2 sessions** de 2 jours en septembre et en octobre. Prise en main du logiciel, savoir saisir et rechercher de l'information, répondre aux demandes des visiteurs en Offices de Tourisme
- **½ journée de formation par office de tourisme** en novembre pour valider les acquis des sessions d'octobre
- des **ateliers en novembre et décembre** sur des thématiques précises : utilisation du module accueil, création de e-brochures, questionnaire web, espace VIT pour les prestataires.
- diffusion des **documents techniques** et rédaction en commun d'un mode d'emploi.

Base de données SIRTAQUI Haute-Vienne

Formations et comités techniques :

→ **Les comités techniques :**
Présence de la SPL aux Comités Techniques régionaux et nationaux sur la base de données : 15 jours agent cumulés.

Actions diverses :

→ **Syndication des contenus** pour remplacer les flux LEI par les flux SIRTAQUI sur les sites et supports digitaux connectés au LEI (sites web, application, bornes...).

→ **Paramétrage dans le logiciel :** modèles de courriers, mailings et e-brochures.

→ **Organisation d'un Comité de Pilotage** en fin d'année pour la signature de la convention avec l'ensemble des partenaires.

→ **A faire avant la fin de l'année 2022 :** finaliser les règles départementales dont la mise en commun de la base des prospects et le tronc commun de la qualification de la demande dans le module accueil.

Open Street Map :

Projet de cartographie Open Street Map collaborative :
La SPL a préparé ce projet qui sera corrélé à la mise en place de la base SIRTAQUI. C'est un outil cartographique gratuit qui serait renseigné par une communauté de contributeurs avec en priorité des données du tourisme issu de SIRTAQUI.

Futur site internet de la marque départementale

Mai
Cahier des charges

Rédaction du cahier des charges (validé par les OT) et ouverture à la consultation. 5 jours agent cumulés.

Août - Septembre
Lancement du projet

8 réunions avec l'agence pour définir l'arborescence du site de la marque de destination et du site professionnel par cocons sémantiques. Plusieurs réunions d'équipe ont eu lieu pour préparer le travail et la réflexion avant les points d'avancement avec l'agence. Nous avons également eu une réunion sur l'étude SEO de notre site actuel avec l'agence.
7 jours agent cumulés.

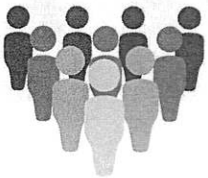
Juin -Juillet
Etude des offres

Etude des **10 offres** par Yves, Stéphane et Camille et 2 OT (Nexon Monts de Châlus et POL) Sélection de 3 finalistes.
La commission de contrôle analogue a été convoquée le 11 juillet pour auditionner et choisir l'agence. A l'issue d'une 2ème audition en visio conférence, l'agence **Raccourci** a été retenue. 4 jours agent cumulés.

Futur site internet de la marque départementale

Octobre
Comité de suivi

Mise en place d'un Comité de suivi représenté par des **offices de tourisme et des socio-professionnels.** Le comité de suivi a vocation à suivre l'évolution des travaux et apporter de nouvelles propositions au projet.
Ce comité interviendra **3 à 4 fois au cours des 6 prochains mois**, en visio à des moments clés du projet : arborescence, cartographie, place des territoires dans le site, contrôle et mise en ligne du site et également la partie recettage.



Prochaines étapes

Poursuivre les réunions avec le comité de suivi pour valider l'arborescence avec l'agence. Travailler sur le choix des contenus pour mettre en place le zoning et priorisation des contenus pour la sortie V1 du site internet.