

Pour que
JE, TU, IL, NOUS, VOUS, ELLES
restent informé.e.s !

PRINTEMPS - ÉTÉ 2022

SOMMAIRE

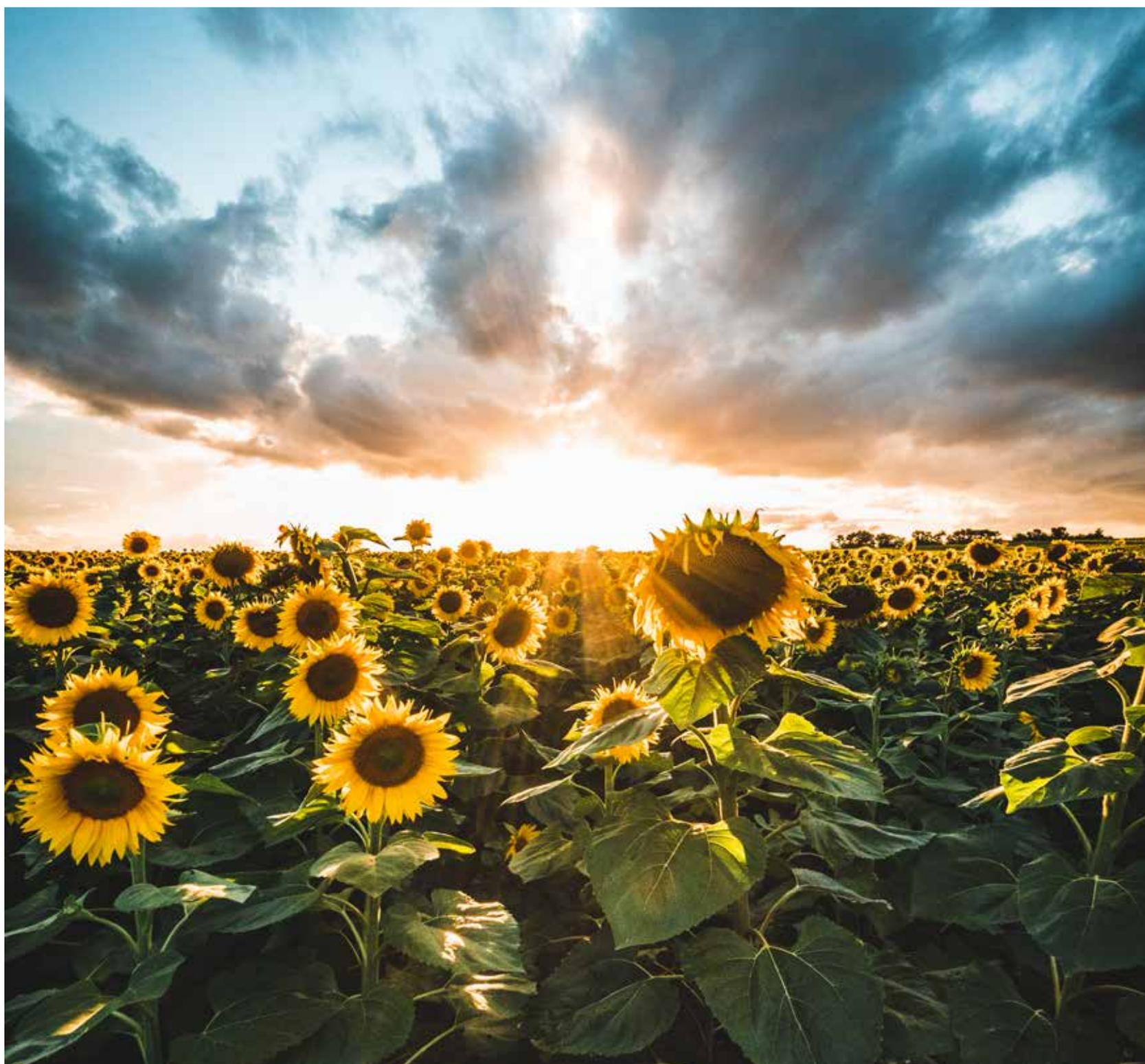
- En bref, ces derniers mois... p2
- C'est nouveau ! De nouveaux propriétaires pour le Jardin de Marie et plein de projets. p6
- Une nouvelle identité pour Berry Province. p8
- Et si on vous dit... L'outil piLOT ? p14

Et aussi : tous nos conseils pour optimiser ses réseaux sociaux, la tendance du Team Building ou encore les chiffres de la saison 2021.

TENDANCES

Tourisme & Territoires du Cher

Numéro **#12**



Tourisme & Territoires du Cher c'est :

BERRY BOURGES
PROVINCE capitale du Berry | patrimoine mondial

Tourisme
territoires
DU CHER

LE TOURISME AU PLURIEL



EN BREF, CES DERNIERS MOIS

DE NOUVEAUX DOMAINES D'ACTIVITÉS STRATÉGIQUES POUR BERRY PROVINCE RÉSERVATION

Cher(s) Partenaire(s),

La saison 2022 s'annonce une nouvelle fois particulière compte tenu des contextes géopolitique et sanitaire difficilement prévisibles. Néanmoins, je reste persuadée que notre territoire, fort de ses nombreux atouts, pourra tirer son épingle du jeu et répondre à des attentes en rupture avec cette actualité. En effet, après deux années difficiles, le tourisme individuel dans le département du Cher a connu une fréquentation exceptionnelle.

L'hébergement touristique, au sens large, retrouve une importante dynamique et les réservations augurent déjà une belle fréquentation pour la saison 2022. Il semblerait également que de nombreux projets touristiques naissent sur le territoire au regard des nombreuses sollicitations auprès de nos équipes et des dossiers déposés pour notre appel à projets en partenariat avec KissKissBankBank.

Le nouveau positionnement de notre marque de destination Berry Province, basé sur la « générosité augmentée », saura répondre en tous points aux attentes des touristes. Tous les détails de la nouvelle identité Berry Province vous sont présentés dans ce Tendances Tourisme & Territoires du Cher.

Nous vous souhaitons donc à tous une belle saison 2022 !

Béatrice Damade, Présidente

Dans le cadre de son développement, notre service commercial a défini deux nouveaux axes stratégiques : les Groupements d'Individuels Reconstitués (G.I.R.) ainsi que le Team Building, afin de faire des entreprises locales nos clientes.

LES GROUPEMENTS D'INDIVIDUELS RECONSTITUÉS

À l'origine, les G.I.R. s'adressent à ceux qui désirent des tarifs attractifs en voyageant avec d'autres personnes venant d'horizons différents. Cela permet d'échanger, de partager et de profiter de la convivialité d'un groupe et pour les associations, collectivités et comités d'entreprises, de proposer à leurs adhérents et salariés un large choix de destinations et de dates de départ. Berry Province Réservation a repris cette idée mais en l'exploitant différemment, sous la forme d'expériences, d'événements récurrents ou éphémères sur la saison touristique. La mise en place de circuits pour les véhicules d'époque, qui concernent essentiellement les sorties club et les balades touristiques, en est également un exemple.

LE TEAM BUILDING

Apparu dans les années 1980 aux États-Unis, le Team Building a pour objectif de resserrer des liens sociaux au sein d'un groupe de personnes appartenant à une entreprise ou à une institution. Par le biais d'activités variées, les salariés apprennent à mieux se connaître dans le but de créer ou consolider leur cohésion, en développant un sentiment d'appartenance au groupe. Dans cet esprit, Berry Province Réservation a développé, en partenariat avec de nombreux prestataires, des offres qui se déclinent sur les thématiques sportives, ludiques, bien-être et gourmandes.

Ces nouveaux domaines d'activités viennent compléter les missions historiques du service : la commercialisation des meublés de tourisme Gîtes de France®, la vente de séjours ou les excursions à destination des groupes et la création de séjours pour les individuels.



MARIE-LINE CIRRE : LA NOUVELLE PRÉSIDENTE DU RELAIS DES GÎTES DE FRANCE® DU CHER

Suite au renouvellement du bureau de l'association départementale des Gîtes de France® en novembre dernier, Marie-Line Cirre a été élue présidente du relais départemental du Cher. Elle est également Conseillère Départementale du canton de Chârost.

Pour la contacter : marie-line.cirre@departement18.fr



UN NOUVEAU VISAGE À L'ACCUEIL DE L'OFFICE DE TOURISME DE BOURGES



Corinne Magnou a intégré l'équipe de Bourges Berry Tourisme depuis le début de l'année. Après de nombreuses années à la centrale de réservation des Gîtes de France® du Cher, elle est désormais conseillère en séjour, en charge de la qualité et de la boutique.

Contact : corinne.magnou@ad2t.fr

COTISATIONS 2022 : L'AGENCE ET LE TERRITOIRE COMPTENT SUR VOUS !

Vous avez été récemment sollicité par notre Agence pour l'appel à cotisation annuel. En quelques mots, la cotisation...

À QUOI SERT-ELLE ?

- À participer au financement des actions de notre Agence dont la mission première est d'accroître le développement économique du territoire.
- À montrer votre participation active et votre attachement au déploiement de la marque de destination Berry Province.

QUI EST CONCERNÉ ?

- Les hôteliers.
- Les restaurateurs.
- Les gérants de sites de visite ou d'activités associatives.
- Les collectivités : mairies, communautés de communes...

À QUI S'ADRESSER :

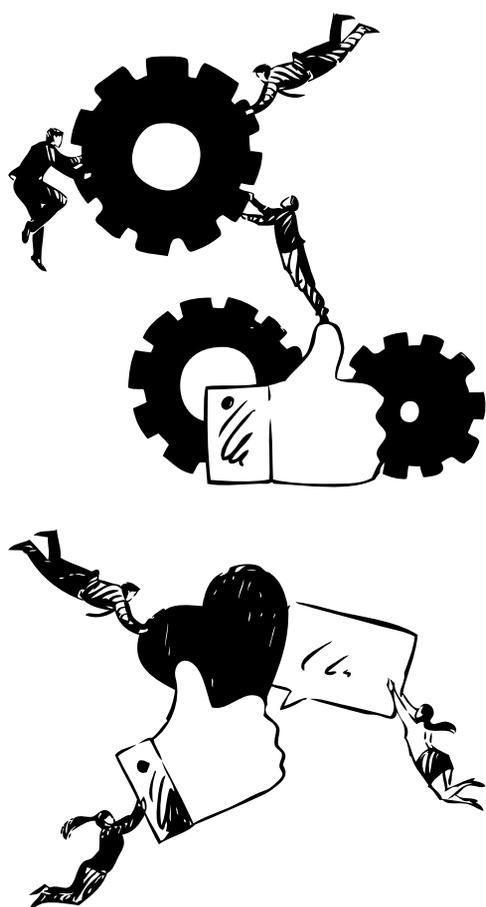
Virginie Pennetier - 02 48 48 00 14 - virginie.pennetier@ad2t.fr

MAIS AUSSI :

3^{ème} appel à projets touristiques en partenariat avec KissKissBankBank // L'organisation de la bourse d'échange de documentations touristiques 2022 // L'accompagnement de l'Agence dans le diagnostic de mise en place du schéma de développement du Grand Sancerrois // La recherche de nouveaux partenaires et la mise en place du programme des Visites Secrètes // ...

POURQUOI ET COMMENT OPTIMISER SES RÉSEAUX SOCIAUX ?

Depuis plusieurs années, des millions d'entreprises participent à l'avènement des réseaux sociaux pour accroître leur présence au sein de leurs communautés. Que vous soyez indépendant, petite ou grande entreprise, avoir une présence en ligne paraît tout simplement incontournable.



POURQUOI OPTIMISER SES RÉSEAUX SOCIAUX ?

Pour classer un site web sur la toile, les moteurs de recherche comme Google n'évaluent pas seulement la structure d'un site internet (son code source), ils explorent aussi tout son environnement connexe. Optimiser ses réseaux sociaux, c'est donc aider au meilleur référencement d'un site web.

Il y a plusieurs avantages à optimiser ses réseaux sociaux, en voici les 7 principaux :

- ✗ AMÉLIORER SA RÉPUTATION EN LIGNE
- ✗ CRÉER UNE COMMUNAUTÉ DE FANS ENGAGÉE ET ACTIVE
- ✗ VALORISER TOUTE SA PRODUCTION DE CONTENUS
- ✗ GÉNÉRER DU TRAFIC NATUREL VERS SON SITE INTERNET
- ✗ ACQUÉRIR DU TRAFIC PROVENANT D'AUTRES SITES WEB
- ✗ AMÉLIORER SON CLASSEMENT SUR GOOGLE
- ✗ ATTEINDRE DE NOUVEAUX CLIENTS

En plus d'aider et de favoriser le positionnement d'une marque dans les moteurs de recherche, l'optimisation des réseaux sociaux permet donc à une marque de fidéliser sa clientèle en créant un lien de proximité. Ils sont devenus une véritable porte d'entrée numérique.



COMMENT OPTIMISER SES RÉSEAUX SOCIAUX ?

Faire le point sur l'existant :

Faire un état des lieux de sa présence digitale est indispensable, de la même manière que cartographier son écosystème numérique permet de s'interroger sur ses forces et ses faiblesses. Les réseaux sociaux représentent un investissement stratégique dont il est nécessaire de comprendre les avantages pouvant être tirés de chaque plateforme. Se fixer des objectifs permettra de déterminer les actions, les outils et les contenus.

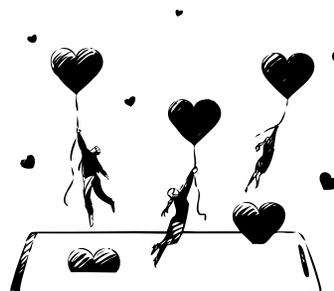
Optimiser ses pages :

Puisque les médias sociaux sont une extension d'un site web, tous les éléments doivent corrélés. Les en-têtes et les images de profil doivent être optimisés et il est indispensable de fournir des informations complètes sur la marque en renseignant les encarts dédiés, personnaliser l'identifiant de la page Facebook, ajouter un bouton d'appel à l'action pour favoriser l'engagement souhaité, etc.



CRÉER DU CONTENU ADAPTÉ ET QUI SE PARTAGE FACILEMENT

Contenus rédactionnels, photos, vidéos, infographies, podcasts... tout ce qui est produit doit être de qualité et avoir de l'intérêt pour les lecteurs. Ils doivent répondre à une recherche d'intention d'utilisateur. Quelques règles techniques de rédaction web sont à respecter. Une formation au référencement web peut s'avérer utile (dans l'objectif de classer un site web en première position dans les moteurs de recherche). Faire de la veille et être créatif est préférable pour surfer sur les tendances, connaître les nouveautés de chaque plateforme... C'est un travail qui nécessite de la réflexion car chaque contenu doit être créé dans l'optique d'être partagé.



RÉCOMPENSER LA CONVERSATION ET L'ENGAGEMENT

La conversation, l'interaction et l'engagement sont au cœur des enjeux. En effet, plus une marque se rapproche d'un internaute et plus ce dernier sera susceptible de consommer. Pour cela, il est nécessaire de répondre à tous les commentaires, d'initier des conversations personnalisées et de proposer des offres ciblées. C'est un bon moyen d'augmenter sa visibilité, sa crédibilité et de diffuser ses messages à plus grande échelle.



DEVENIR UNE RÉFÉRENCE POUR LES INTERNAUTES

Être une référence dans son secteur d'activité, c'est un travail de longue haleine. Plus une marque apportera des contenus de qualité, plus les internautes comprendront le niveau d'expertise de cette dernière qui deviendra une source d'inspiration.

NOTRE EXPERTE :
Chloé Rapin - Traffic Manager
chloe.rapin@ad2t.fr - 02 48 48 19 97

JESSICA, BORIS ET JULIETTE... UNE NOUVELLE HISTOIRE COMMENCE AU JARDIN DE MARIE

De Paris au Berry, une nouvelle aventure commence pour cette famille tombée sous le charme du Sancerrois. Le Jardin de Marie a plu immédiatement au trio lors de sa visite avec Marie Marcat, à l'origine des jardins. Un coup de cœur qui les a de suite amenés à s'y projeter, jusqu'à s'y installer pour développer leurs activités.



Un après-midi de juin 2019... Jessica, Boris et leur fille Juliette sont de passage dans le Cher où ils ont beaucoup d'amis. Ils étaient loin de s'imaginer que cette journée de début d'été allait tout changer. Une rencontre avec Marie et beaucoup de points communs, tout le projet s'est dessiné avec l'idée d'assurer la continuité du Jardin de Marie et leurs activités à Paris. C'est donc officiellement en septembre dernier que Marie Marcat leur a laissé les clés du jardin et de la maison. Depuis, ils s'attellent à préparer leur toute première saison avec bon nombre de nouveautés et des projets plein la tête.

DES NOUVEAUTÉS ET DES PROJETS !

Cette année, les jardins vont proposer de nouveaux hébergements, avec un grand gîte de trois chambres et deux nouvelles chambres d'hôtes pouvant accueillir jusqu'à 12 personnes. Un atelier de torréfaction sera aménagé pour l'été avec pour projet également, la création d'un « café de campagne » pour, notamment, déguster le café torréfié au jardin. Le potager sera géré en permaculture, un espace spécifique pour les enfants créé et développé au fil des années. Un état d'esprit est souhaité : la préservation de la biodiversité avec la mise en avant de légumes de la région.

LE JARDIN DE MARIE
18250 NEUILLY-EN-SANCERRE
06 09 27 16 76 - lejardindemarie.com - info@lejardindemarie.com

Le lieu les a tout de suite inspirés et leur souhait d'y proposer de nombreuses expériences et mettre en œuvre tout ce qu'ils ne pouvaient pas faire à Paris semble évident : des ateliers anti gaspi sur les gestes responsables aussi bien dans le jardin que dans l'assiette, des cours de cuisine en plein air face au potager, des paniers pique-nique pour des déjeuners sur l'herbe, des apéros locavores avec les produits de la région, des séminaires et des offres de team building au cœur du Jardin Remarquable... et bien d'autres choses encore !



UN PARCOURS ATYPIQUE

Vous l'aurez compris, tout ce qui concerne la gastronomie et les événements culinaires les inspire particulièrement. Et pour cause, Jessica a créé Kitchen Studio, à Paris, un lieu événementiel proposant des ateliers de cuisine et disposant de studios pour des tournages d'émissions culinaires. Après une carrière dans le digital à Londres, de retour en France, elle a souhaité entreprendre dans un secteur en rapport avec le plaisir du goût prônant, les valeurs de partage et de transmission qui lui sont chers. Boris, lui aussi, a un parcours atypique. Ingénieur télécom, il commence un peu par hasard à participer à des dégustations de vins en amateur. Progressivement, il développe un palais et une mémoire gustative, sur le terrain, au plus près des producteurs de vin, mais aussi des artisans (*torréfacteurs, bouchers, fromagers, boulangers*) au point de racheter une petite société de livraison de paniers de fruits et légumes dont il était client. L'occasion de rencontrer beaucoup de personnes, de déguster et de développer son réseau ! Il finit par accompagner les restaurants dans la création de leurs cartes de vins et de produits d'exception et travaille comme sommelier dans de belles adresses de Paris.

C'est donc avec tous leurs bagages qu'ils investissent le Jardin de Marie, à mi-chemin entre Bourges et Sancerre qu'ils affectionnent particulièrement. Une terre idéale pour transmettre et proposer, car pour eux, « *la vie est plus belle ici !* ».



5 QUESTIONS À...

JESSICA, BORIS ET... JULIETTE !

Leur parcours et leur installation en Berry est avant tout une aventure familiale. Ce nouveau départ, c'est aussi pour offrir une vie loin du tumulte parisien à Juliette, qui se plaît déjà beaucoup à la campagne et qui saura certainement participer aux projets du jardin.

Tendances : quelle image aviez-vous du Berry avant de vous y installer ?

Boris : J'en avais l'image d'un territoire rural, sympathique et accueillant.

Jessica : J'imaginai le Berry vallonné, avec des paysages qui ressemblent à la campagne anglaise.

Tendances : quelle image en avez-vous aujourd'hui ?

Boris : L'image que j'en ai n'a pas beaucoup changé. Mais je suis plus qu'agréablement surpris par l'accueil et la sympathie des gens.

Jessica : Je trouve que la région a un potentiel énorme et un super dynamisme. On arrive à créer des ponts avec plein de gens pour monter des projets ensemble. Et j'ai été très surprise par Bourges, même en hiver, elle a un tel dynamisme !

Tendances : un endroit coup de cœur ?

Boris : Le Jardin de Marie ! (rires). Les portes de fées à Bourges, on adore avec Juliette ! Les paysages sur le piton de Sancerre lorsque l'on arrive sur Sancerre, on ne s'en lasse pas !

Jessica : Les Marais de Bourges et l'Hôtel de Panette, quelle belle surprise.

Tendances : qu'est-ce que vous aimez faire découvrir à vos proches ici ?

Boris : Le Crottin de Chavignol et le jambon de Sancerre ! On aime mettre à l'honneur les produits régionaux.

Jessica : Et La Borne, on ne connaît pas encore assez mais on adore, il y a des choses incroyables ! On adore aussi les ruelles de Sancerre et la boutique Sancerlipopette ! Un lieu qui n'a rien à envier aux boutiques de Paris !

Juliette : Les poules du jardin, les fleurs et les vaches de notre voisin Thierry...

Tendances : votre endroit préféré dans le jardin ?

Jessica : Le jardin anglais mais j'ai tout particulièrement hâte de voir le nouveau potager en permaculture et sa cuisine d'extérieur ainsi que le jardin des enfants qui sont les espaces que nous avons imaginés.

Boris : Le châtaignier que j'appelle « *l'arbre du coup de foudre* ».

Juliette : Le labyrinthe de Bambou.

QUESTION BONUS

Et Juliette dans tout ça ?

Juliette adore découvrir les animaux ! Elle a déjà une vraie sensibilité pour les fleurs... une vocation toute tracée ?

UNE NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE POUR BERRY PROVINCE

Berry Province lance sa toute nouvelle identité visuelle avec pour volonté de devenir « la province de choix et de tous les choix » des touristes en recherche de nature, d'authenticité et de simplicité.

UNE NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE

C'est un virage important dans la vie de la marque de destination. La nouvelle identité visuelle de Berry Province a été dévoilée le 1^{er} février 2022. Ce nouveau design a été le fruit d'une réflexion menée par les équipes de Tourisme & Territoires du Cher, l'Agence d'Attractivité de l'Indre et la Région Centre-Val de Loire, avec la collaboration d'une agence de design graphique, Pixelis. L'agence parisienne est arrivée avec un œil nouveau et a pris plaisir à nous écouter évoquer notre région. Après avoir décortiqué le Berry, analysé le discours de marque des autres territoires, avoir fait le constat des évolutions sociétales et comportementales, un positionnement, une stratégie de marque et une nouvelle identité visuelle se sont révélés naturellement.

LA GÉNÉROSITÉ, LE MOTIF DE BERRY PROVINCE

Notre mission : révéler les richesses insoupçonnées du Berry et provoquer l'étincelle qui marquera la différence pour créer des vacances simplement extraordinaires.



« Le Berry est un territoire très inspirant créativement, entre les pépites touristiques et les rencontres d'ambassadeurs passionnés, nous avions tout sous la main pour imaginer des codes graphiques à la fois simples et surprenants ».

Mathilde Thève, Directrice de création chez Pixelis



VOTRE CONTACT :
Fanny Piederrière - Adjointe de direction / Responsable de la communication - fanny.piederriere@ad2t.fr - 02 48 48 00 22

4 PRINCIPES D' ACTIONS

BERRY SIMPLE

Faciles à organiser, simples à vivre, voici la recette gagnante des vacances en Berry. Flâner au cœur d'une forêt, sourire aux rencontres inattendues ou savourer la simplicité des gourmandises du territoire berrichon : à chacun ses petits bonheurs.

BERRY GÉNÉREUX

Territoire aux multiples facettes, le Berry est idéal pour répondre à toutes les envies et partager des moments chaleureux en duo, en famille comme entre amis.

BERRY INATTENDU

Le Berry est à la fois tout ce que l'on imagine, et aussi tout ce qui peut nous surprendre. On se laisse étonner par le calme apparent d'un territoire qui regorge de pépites et de surprises.

BERRY SINCÈRE

Découvrir le Berry, c'est aller à la rencontre d'un territoire et de ses habitants plus vrais que nature.

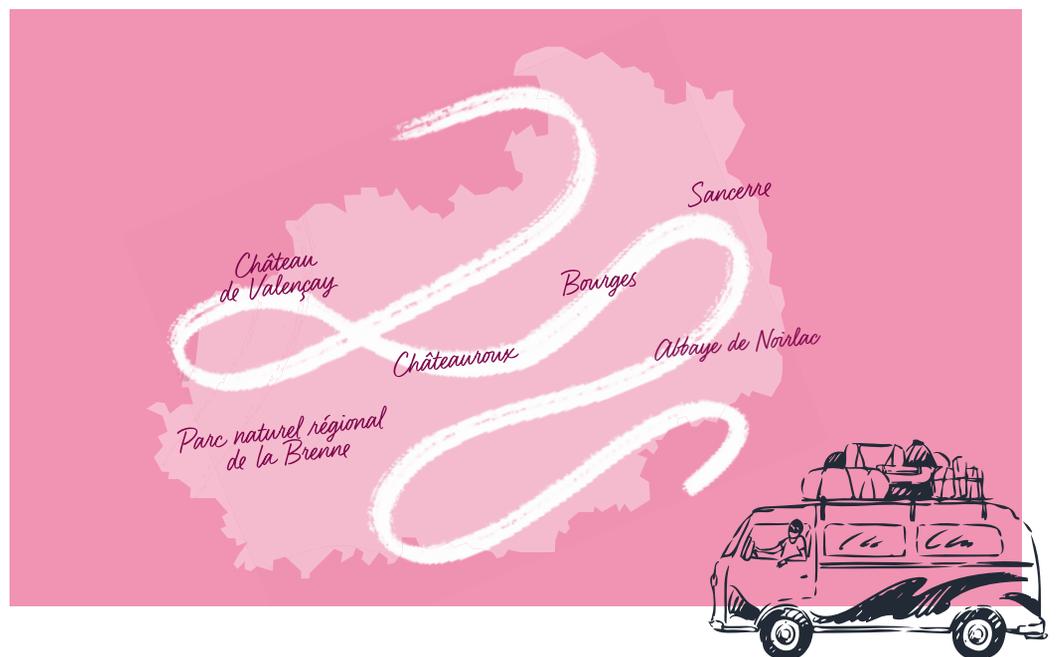
LE CHEMIN DES POSSIBLES

Le rose identitaire : couleur originale, installée et reconnue depuis 2010, elle est particulièrement différenciante des autres territoires. Elle symbolise la générosité, la joie, l'énergie, le bonheur, l'espièglerie. D'ailleurs, en chromothérapie, le rose sert à lutter contre le stress.

Le Ductus (ductus ['dʌktəs] n.m.) : c'est une suite logique de gestes naturels, dictés par la nature de l'outil d'écriture (calame, plume, pinceau), sa tenue, son orientation. Elle symbolise : sentier, trajectoire, instinct, imprévu, aventure, surprise, inattendu, instant et spontanéité.

Et le Berry dans tout ça ?

Le ductus symbolise une trajectoire dynamique, semée de pépites insolites.



BERRY PROVINCE

LE LOGO BERRY PROVINCE

Cette nouvelle identité, qui remet l'expérience et l'humain au cœur de sa stratégie, requiert une nouvelle approche des actions et un nouveau plan de communication Berry financé par le Département du Cher, de l'Indre et la Région Centre-Val de Loire.



LE TEAM BUILDING, UNE ACTIVITÉ EN PLEINE ÉVOLUTION

Si la plupart des opérations de Team Building est restée à l'arrêt ou pour le moins discrète pendant la pandémie, c'est aujourd'hui une tendance forte qui s'étend largement dans les entreprises et un marché en plein développement. D'après l'étude de Cadremploi sur l'intégration en entreprise, 71% des cadres considèrent que leur manager n'organise pas suffisamment d'activités de Team Building (after work, séminaires...). Cette pratique en pleine démocratisation ne s'adresse plus seulement aux grandes entreprises, mais aussi aux plus petites en favorisant non seulement la cohésion, mais également le bien-être au travail et l'engagement des salariés.

Berry Province Réservation a donc créé, en partenariat avec les acteurs touristiques du territoire, des produits à destination des entreprises.



LE TEAM BUILDING, C'EST QUOI ?

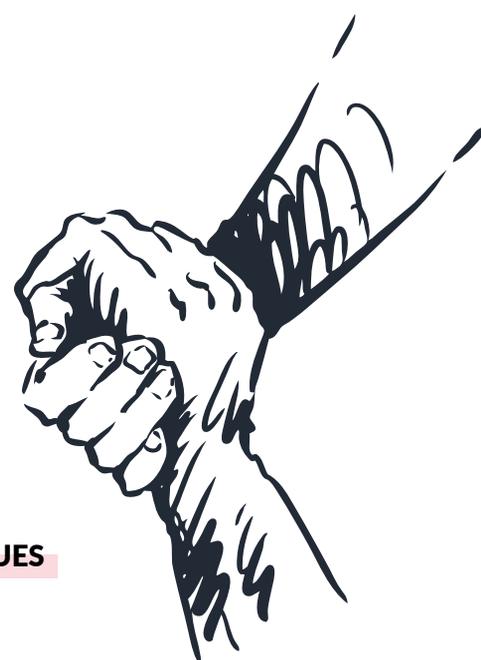
Les termes anglais « *Team Building* » signifient littéralement « *construction d'équipe* ». L'objectif recherché d'une entreprise est de resserrer la cohésion d'une équipe, d'en raffermir les liens, pour augmenter ensuite la productivité au travail. C'est un excellent moyen de travailler sur la communication interne, la résolution des problèmes ou la gestion des conflits. C'est également l'occasion de renforcer les

relations professionnelles, parfois d'apaiser certaines tensions et souvent d'échanger avec toutes les équipes en mettant de côté les relations hiérarchiques.

Un salarié qui se sent appartenir à une communauté est un salarié impliqué dans son service et la vie de l'entreprise. La performance s'en trouve améliorée et l'image diffusée s'en trouve plus positive.

Pourquoi faire un Team Building ?

- ✗ POUR FÉDÉRER LES COLLABORATEURS
- ✗ POUR AUGMENTER LA PRODUCTIVITÉ
- ✗ POUR OPTIMISER LE TRAVAIL EN ÉQUIPE
- ✗ POUR SUPPRIMER LES BARRIÈRES ENTRE COLLABORATEURS
- ✗ POUR GÉNÉRER UNE MEILLEURE COMMUNICATION DANS L'ENTREPRISE
- ✗ POUR PARTAGER DES MOMENTS CONVIVIAUX ENTRE COLLÈGUES
- ✗ POUR FAVORISER L'INTÉGRATION DANS L'ENTREPRISE



COMMENT CHOISIR UNE ACTIVITÉ ADAPTÉE ?

Pour favoriser la cohésion, plusieurs ingrédients sont nécessaires :

- L'activité proposée doit être ludique avec une finalité.
- À chaque entreprise ses compétiteurs !
- Penser à y glisser un challenge et un objectif est indispensable.
- Créer des équipes en mélangeant les services (pensez transversalité !)
- Oublier la hiérarchie de l'entreprise et créer une mixité.

Plusieurs types d'activités peuvent être imaginés : ludiques, sportives ou encore créatives, l'important est d'y fixer un objectif commun pour l'équipe. Du rallye

aux dégustations à thèmes en passant par les quiz... beaucoup d'activités peuvent être imaginées.

Un conseil, le cadre est lui aussi particulièrement important ! Évitez la salle de réunion habituelle, austère et sans âme. Sortir du quotidien est essentiel pour les équipes, soigner l'environnement, et s'il est au calme, c'est encore mieux.

Attention, ces journées de cohésion ne sont pas non plus des solutions miracle, mais plus vous y mettez du cœur, plus vous encouragerez vos équipes à s'investir.



QUID DU MARCHÉ DU TEAM BUILDING ?

De la longue période de télétravail forcé découle le besoin de se retrouver. Le marché du Team Building, désormais mature et ultra-concurrentiel, impose aux prestataires de réinventer en permanence les activités.

Même si les activités de cohésion peuvent se faire toute l'année, la période du printemps, la rentrée, c'est-à-dire en septembre, et la fin d'année sont les périodes les plus demandées. Ces moments-clés pour les entreprises sont des moments-clés pour remotiver ou récompenser les équipes.

ET BERRY PROVINCE RÉSERVATION DANS TOUT ÇA ?

Proposer du Team Building est, pour Berry Province Réservation, une opportunité de toucher une nouvelle clientèle, celle des entreprises, de dynamiser le territoire sur des périodes moins propices à l'accueil des touristes. Diversifier les offres est donc un moyen de dynamiser la destination sur les ailes de saison ou hors-saison et d'avoir un impact économique. L'équipe a donc travaillé sur de nombreux produits aux côtés des prestataires touristiques du département et sur leur valorisation. L'importante phase de prospection des

entreprises sur le département mais également de la France entière est donc actuellement en cours.

Pour vous, prestataire, c'est une excellente opportunité. Faire découvrir votre activité, vous libérer de l'aspect commercial et ainsi vous concentrer sur votre offre, vous permettra d'accroître la saisonnalité de votre activité. Vous pouvez donc nous contacter et nous proposer vos activités pour les intégrer à notre catalogue.

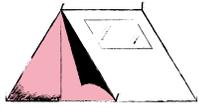


CONTACT : BERRY PROVINCE RÉSERVATION - groupes@ad2t.fr / 02 48 48 00 23

BILAN DE LA SAISON 2021

HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

(Source INSEE)

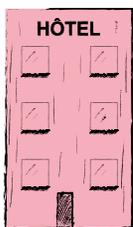


90 448 NUITÉES
(↘ 19 % / 2019)

TAUX D'OCCUPATION : **18,4 %**
(↘ 3,9 pts / 2019)

DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR : **2,2** NUITÉES

HÔTELLERIE



551 511 NUITÉES
(↘ 7 % / 2019)
(Source INSEE)

TAUX D'OCCUPATION
HÔTELLERIE DE CHAÎNE : **58,4 %**
(↗ 11,6 pts / 2020) (Source MKG)

PRIX MOYEN HÔTELLERIE DE CHAÎNE : **66,8 €**
(Source MKG)

REVENU PAR CHAMBRE DISPONIBLE
EN HÔTELLERIE DE CHAÎNE : **39,1 €**
(Source MKG)

PLATEFORMES LOCATIVES

(Source AirDNA)



103 335 NUITÉES
(↗ 58,5 % / 2020)

TOP 3 DES SITES DE VISITE

(Source CRT)



PARC FLORAL D'APREMONT-SUR-ALLIER
38 329 VISITEURS



MUSÉUM D'HISTOIRE NATURELLE DE BOURGES
25 221 VISITEURS



PÔLE DES ÉTOILES DE NANÇAY
11 050 VISITEURS

TOP 3 DES MONUMENTS

(Source CRT)



PALAIS JACQUES CŒUR
32 636 VISITEURS



ABBAYE DE NOIRLAC
23 191 VISITEURS



TOUR ET CRYPTÉ DE LA CATHÉDRALE DE BOURGES
8 320 VISITEURS

ITINÉRAIRES CYCLABLES

(Source CRT)



LA LOIRE À VÉLO : 26 594
PASSAGES À COUARGUES

CANAL DE BERRY À VÉLO : 66 311
PASSAGES À BOURGES

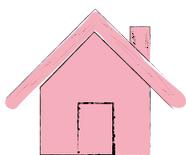
UNE ANNÉE RECORD POUR LES GÎTES DU CHER



La fréquentation des gîtes gérés par la centrale de réservation a enregistré une année record en 2021.



19 252
NUITÉES VENDUES



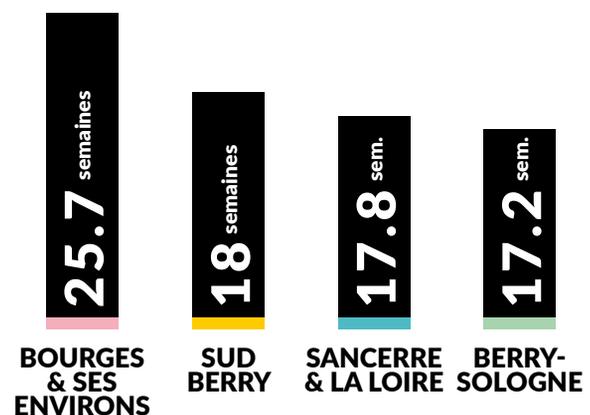
19,7 SEMAINES DE LOCATION
MOYENNE PAR GÎTE
+ 15 % PAR RAPPORT À 2020



34 142 €
DE TAXES DE SÉJOUR REVERSÉES
AUX COLLECTIVITÉS

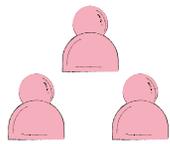
RÉPARTITION PAR ZONE TOURISTIQUE

(Nombre de semaines en moyenne par gîte)



BILAN DE L'ACTIVITÉ GROUPE 2021

LES GROUPES



195 GROUPES

+ 116 PAR RAPPORT À 2020

- 396 PAR RAPPORT À 2019

LES GROUPES SONT CONSTITUÉS DE :

Groupes excursions et séjours, séminaires, visites guidées « sèches », petit train touristique, groupes d'individuels reconstitués.

VOLUME D'AFFAIRES

367 858 €



+ 235 968 € PAR RAPPORT À 2020

- 312 479 € PAR RAPPORT À 2019

CHIFFRE D'AFFAIRES DES GROUPES



70 162 €

+ 48 946 € PAR RAPPORT À 2020

- 30 674 € PAR RAPPORT À 2019

LA SAISON 2021 DE BOURGES BERRY TOURISME

BOURGES 22 352 contacts

MEHUN-SUR-YÈVRE 1 957 contacts

LA BORNE 1 110 contacts

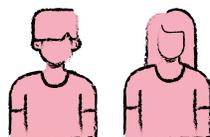
(Ouvert de Pâques à la Toussaint)

MENETOU-SALON 118 contacts

(Ouvert en juillet et août)

Soit un total de **25 537** contacts tous lieux confondus

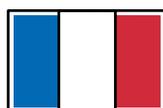
19 009 contacts en 2020



23 642 contacts français

dont 4 720 locaux

18 498 contacts français en 2020



1 895 contacts étrangers

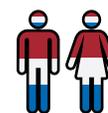
TOP 3 DES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES

1



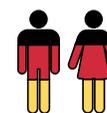
BELGES
486 CONTACTS

2



NÉERLANDAIS
389 CONTACTS

3



ALLEMANDS
267 CONTACTS



Les Anglais n'arrivent qu'en 4^{ème} position avec 167 contacts

511 contacts étrangers en 2020

BILAN 2021 VS 2020

+34 % de contacts

+28 % de français

+271 % d'étrangers

DÉPLOIEMENT DE PILOT : L'OUTIL DE PILOTAGE DES OFFICES DE TOURISME

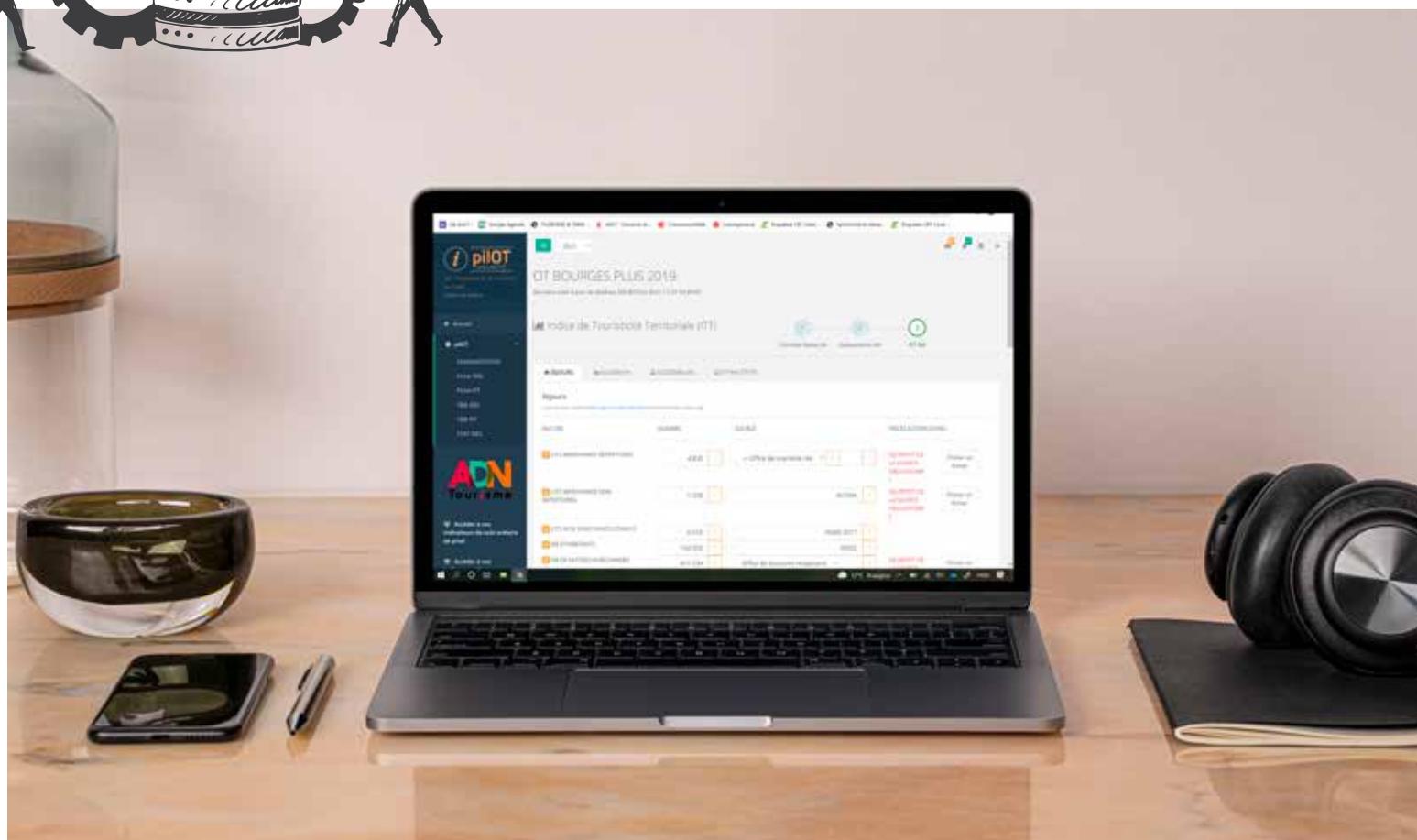
Initié par ADN Tourisme, l'outil piLOT se déploie actuellement dans l'ensemble des Offices de Tourisme du département en partenariat avec Tourisme & Territoires du Cher qui anime la démarche en tant que relais départemental.

C'EST QUOI PILOT CONCRÈTEMENT ?

PilOT est une plateforme qui permet de saisir des données de touristicité* pour connaître le potentiel touristique du territoire en complément des indicateurs socio-économiques clés. Cet outil a pour ambition de permettre aux Offices de Tourisme de :



- ✗ **DISPOSER D'INDICATEURS NORMÉS PERTINENTS**
- ✗ **SE COMPARER AVEC TOUS LES ORGANISMES DE TOURISME DE FRANCE**
- ✗ **SE COMPARER ENTRE TERRITOIRES SELON PLUSIEURS GRAPPES D'ANALYSES**
(118 au total : nature de territoire, taille du territoire en habitants, département et région d'appartenance, indice de touristicité*, taille de la structure en effectifs, taille de la structure en budget et par statut juridique)
- ✗ **CONTRIBUER AU BENCHMARK**
- ✗ **DISPOSER POUR CHAQUE TERRITOIRE DE L'INDICE DE TOURISTICITÉ* (ITT)**
- ✗ **VALORISER LE POIDS, LA QUALITÉ ET L'UTILITÉ DU RÉSEAU**
- ✗ **PERMETTRE D'ENGAGER SUR CES BASES DANS CHAQUE TERRITOIRE (LOCAL, DÉPARTEMENTAL OU RÉGIONAL) UNE DÉMARCHE DE PROGRÈS**



*La vocation est de disposer d'une mesure du potentiel touristique du territoire de compétence des organismes touristiques



QUELS BÉNÉFICES POUR MON OFFICE DE TOURISME ?

Comment sont utilisées mes ressources ? Le rapport entre le nombre d'ETP (*Équivalent Temps Plein*) opérationnel et fonctionnel est-il optimal ? Comment est utilisé mon budget opérationnel et fonctionnel ? Quelle est la valeur du temps de travail ? Ou encore, quel est le montant de la recette fiscale de mon territoire ?

Le caractère innovant des travaux au sein du projet piLOT tient notamment dans la production d'Indicateurs de Touristicité Territoriale* (*ITT*). Parmi ces indicateurs (*taux de fonction touristique, productivité fiscale des lits marchands etc.*) qui sont proposés par la plateforme piLOT, se trouve l'Indice de Touristicité* (*IT*) dont la vocation est de disposer d'une mesure du potentiel touristique du territoire de compétence des Organismes Touristiques (*OT*).

Les Indicateurs Socio-Économiques Clés (*ISEC*) de l'organisme de tourisme rendent compte du fonctionnement de votre OT (*Organisme de Tourisme*) et sont obtenus en renseignant la plateforme piLOT. Les ISEC vont présenter

la ventilation des ressources habituelles d'un office, c'est-à-dire la subvention accordée par la tutelle, le niveau de collecte de la taxe de séjour... et l'utilisation de ces ressources, c'est-à-dire essentiellement la ventilation des postes habituels que sont : les frais de fonctionnement, la masse salariale, les investissements, les opérations et le budget d'achats pour revente (*commercialisation et boutique*). Entre autres éléments observés, la place du budget opérationnel au regard du fonctionnement.



POUR RÉSUMER

Le réseau des Offices de Tourisme dispose d'un service adapté à l'exploitation et l'analyse d'indicateurs clés des territoires au travers de l'outil piLOT. Ces indicateurs vont permettre :

- D'identifier le potentiel touristique de chaque territoire, c'est-à-dire d'identifier les axes de progrès et de développement.
- D'analyser et de comprendre l'utilisation des ressources et pouvoir comparer ces données à l'échelle d'autres territoires en fonction de critères communs. piLOT est une formidable opportunité d'analyse et de pilotage des organismes de tourisme.

NOTRE EXPERT :
Sébastien Champault
 Responsable Développement
 sebastien.champault@ad2t.fr - 02 48 48 00 17

LA DESTINATION VUE PAR...



Hoan et Albin ROUX, gérante d'hébergements et vigneron, établis dans les Marais de Bourges

De Saïgon à Bourges, il n'y avait qu'un pas que l'on a franchi

en famille durant l'été 2015, faisant le choix de la tranquillité et de la qualité de vie ! Bien sûr, le Berry peut paraître moins « sexy » que d'autres destinations, pourtant il ne manque pas d'atouts à faire valoir.

D'abord par sa situation géographique privilégiée en plein cœur du pays, le Berry offre un havre de paix idéal pour se ressourcer, déconnecter ou plutôt se reconnecter à la nature et à ses bienfaits. Même au centre de Bourges, la nature est bien présente avec bien sûr les 135 hectares

de marais classés, les parcs et jardins, la Trouée Verte qui mène au plan d'eau, les voies de promenade le long de l'ancien Canal de Berry, etc. Soit plus de 50 m² d'espaces verts par habitant !

Pour les amateurs de vins et de gastronomie, c'est aussi un territoire remarquable à découvrir via une mosaïque de terroirs viticoles exceptionnels de Sancerre à Châteaumeillant en passant par Quincy et Reuilly, entre autres... De nombreux artisans vignerons accueillent sur leurs exploitations et proposent des accords mets et vins avec les fameux fromages de chèvre du territoire, mais aussi parfois, des voyages culinaires plus osés, comme une salade de mangue verte et gambas accompagnée d'une cuvée de Quincy élevée sur lies...

Pour les plus férus d'histoire et de romantisme, le Berry et Bourges en particulier, ont de très beaux restes mis en valeur par les Nuits Lumière, la Route Jacques Cœur ou bien encore les sentiers des Maîtres Sonneurs si chers à George Sand, digne ambassadrice du Berry.

À l'image de notre majestueuse Cathédrale Saint-Étienne, soyons de fiers ambassadeurs de notre territoire berrichon, car il s'agit d'une destination touristique d'avenir qui saura ravir les visiteurs à la recherche d'évasion, de bien-être et d'authenticité, tellement essentiels en 2022 !

NOTRE COUP DE CŒUR DU MOMENT

LE ICELANDVERSE...

LES ORIGINES

Le Metaverse, vous connaissez ? Difficile d'être passé à côté de cette annonce qui a secoué le monde du digital il y a quelques mois : Mark Zuckerberg a annoncé le nouveau nom qui englobera les marques du groupe Facebook (Facebook, Instagram, Messenger, Whatsapp...), appelé Meta. Avec cette nouvelle identité, Facebook a affirmé sa volonté de créer son propre monde virtuel où les internautes pourront se connecter via des avatars 3D, le Metaverse. C'est en ce sens que l'Office de Tourisme de l'Islande, avec sa marque de destination *Inspired by Iceland*, s'est emparé de cette nouvelle en la parodiant dans une publicité hilarante créée par ses soins.

LES FAITS

C'est le 11 novembre 2021 que *Inspired by Iceland* a publié sa vidéo sur YouTube. Ils se sont amusés à détourner la vidéo de présentation de Meta avec brio. La publicité met en scène un homme, ressemblant à M. Zuckerberg, ravi de nous présenter le Icelandverse : un monde plus vrai que nature, avec de l'eau, des humains, des paysages, des aurores boréales, des geysers... Et le tout en vrai ! Bref, une belle parodie démontrant l'absurdité du Metaverse face au réel.

Nous avons adoré l'audace de cette équipe venant tacler (gentiment) le géant Facebook. Et le plus drôle dans tout cela, la réponse de Mark Zuckerberg en personne sous leur publication Facebook : « Génial. Je vais aller faire un tour à Icelandverse bientôt. Content de voir que tu mets aussi de la crème solaire ». Un spot publicitaire drôle et attachant pour promouvoir leur destination. Comme quoi, la réalité augmentée est bien plus belle dans la vraie vie.

Rendez-vous sur la chaîne YouTube *Inspired by Iceland* pour visionner la vidéo ou sur le site [inspiredebyiceland.com](https://www.inspiredebyiceland.com)



BOURGES
capitale du Berry | patrimoine mondial

BERRY
PROVINCE

Envoi de vos infos ou nouveautés : jennifer.desille@ad2t.fr

Tourisme & Territoires du Cher - Le Carré - 11 rue Maurice Roy - CS 40314 - 18023 BOURGES CEDEX - 02 48 48 00 10 - info@ad2t.fr.
Dépôt légal : avril 2022 - N°ISS : 2269-1685

Directrice de Publication : Béatrice Damade // Rédacteur en Chef : Ludovic Azuar // Ont collaboré à ce numéro : Yannis Ayama - Sébastien Champault - Jennifer Desille - Sandrine Gerard - Corinne Magnou - Fanny Piederrrière - Chloé Rapin - Nathalie Roger.
Crédits photos : Ad2T - Bestjobs - Inspired by Iceland - Lezbroz - Albin Roux.