

SOMMAIRE

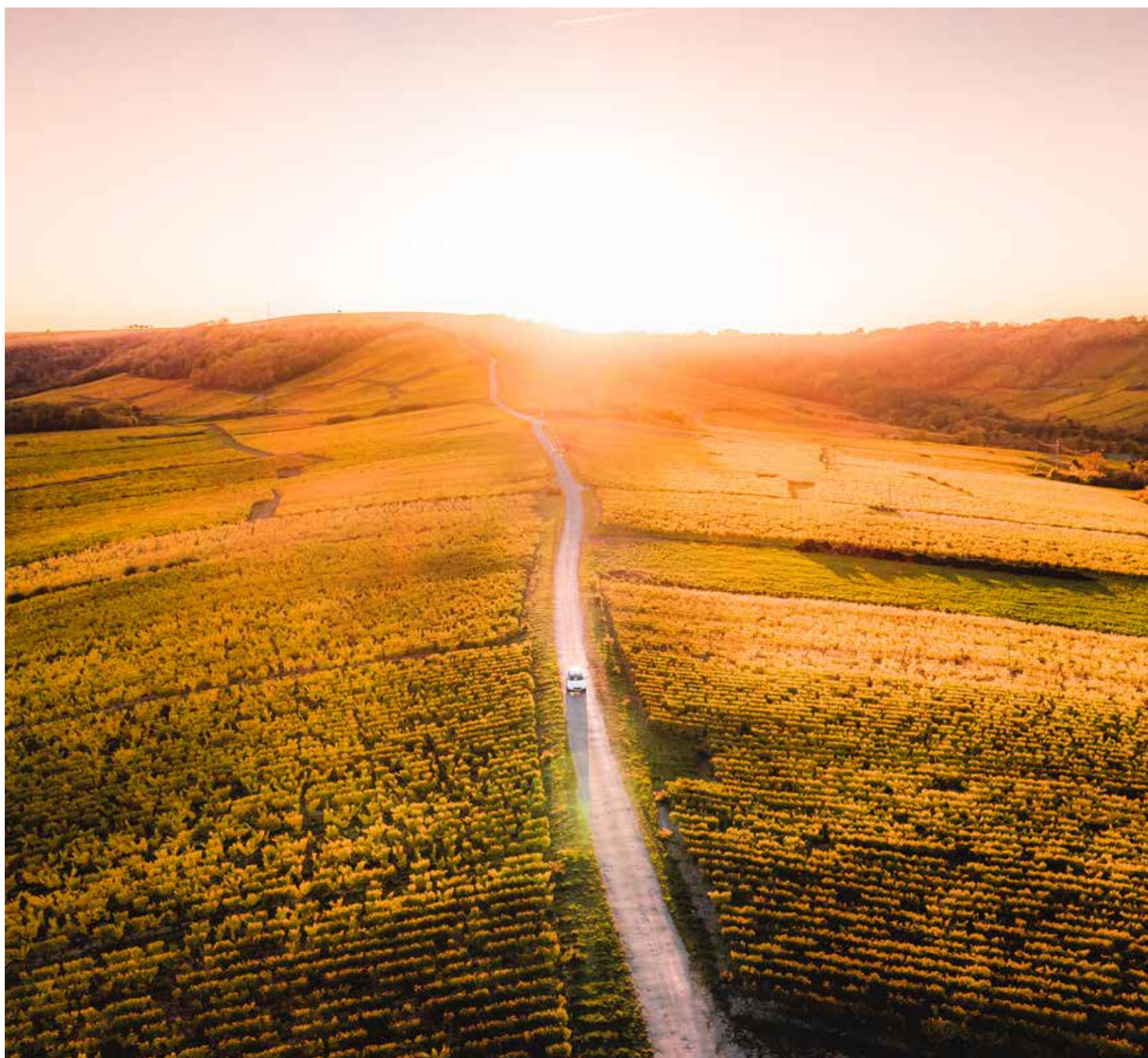
- En bref, ces derniers mois... **p2**
- C'est nouveau ! Réouverture de la Cathédrale de Linard. **p6**
- Dossier de fond : le schéma de développement touristique **p10-11**
- Et si on vous dit...
Tourinsoft ? **p14**

Et aussi : les chiffres clés de la saison, comment créer une offre pour les groupes, les nouvelles collections de l'Office de Tourisme de Bourges...

TENDANCES

Tourisme & Territoires du Cher

Numéro **#13**



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



Cher(s) Partenaire(s),

2022 touche à sa fin sur une note très positive pour le tourisme dans le Cher, enregistrant d'excellents chiffres de fréquentation. Les actions que nous menons avec conviction depuis des années portent leurs fruits et nous sommes certains que ce n'est qu'un début !

D'ailleurs, une troisième promotion, toujours en partenariat avec KissKissBankBank, a battu tous les records, offrant ainsi de nouvelles offres expérientielles au territoire et autant de nouvelles synergies.

Notre Assemblée Générale annuelle du 30 novembre a été l'occasion de vous exposer nos missions, nos résultats et notre plan d'actions 2023. Vous pouvez les retrouver sur notre site tourisme-territoiresducher.fr.

Nos regards et nos énergies sont d'ores et déjà tournés vers la saison prochaine. Nos équipes s'activent quotidiennement pour développer des actions porteuses et ambitieuses, toujours avec passion et au service du territoire.

*Belle fin d'année,
Béatrice Damade, Présidente*

« LA TROISIÈME PROMO KISSKISSBANKBANK : L'ANNÉE DE TOUS LES RECORDS » «

Les campagnes de financement participatif des neuf porteurs de projets accompagnés par Tourisme & Territoires du Cher, dans le cadre de son partenariat avec KissKissBankBank, se sont terminées le 15 novembre avec succès. **101 037 €**, tous projets confondus, ont été récoltés grâce à **1 179** contributeurs.

Cette troisième édition a été couronnée de succès et dépasse même les espérances : l'ensemble des porteurs de projets ont atteint les **100 %** de leur objectif dix jours avant la fin des campagnes, leur permettant ainsi d'atteindre de beaux paliers.

Le projet d'Aurore et Julien Chollet, les Yourtes du Mutton Noir, s'est largement démarqué en atteignant **736 %** de son objectif initial. Ce n'est donc pas une, mais deux yourtes qui seront finalement installées près de leur grange pyramidale à Oizon.

Quant aux Ateliers du Moulin, projet porté par Camille Isnard et Benjamin Henne, ils ont remporté le prix "Coup de Cœur" de La Banque Postale parmi tous les projets de la plateforme. Ils ont ainsi obtenu, de ce partenaire, 50 % du montant de leur objectif de départ ainsi qu'une belle visibilité à l'échelon national pour leur projet et pour le territoire.

Accompagnés depuis six mois par l'Agence, tous vont désormais pouvoir se concentrer pleinement à la concrétisation de leurs projets et adresser leurs remerciements et contreparties à leurs contributeurs.

Rappelons que les trois promotions réunies ont récolté **258 737 €** auprès de **3 489** contributeurs pour le développement de l'offre touristique du Cher.

Bravo aux porteurs de projets et merci à leurs nombreux contributeurs.

*Notre experte : Fanny Piederrière - Adjointe de direction
reponsable de la communication - fanny.piederriere@ad2t.fr*



LES RENCONTRES NATIONALES VÉLO & TERRITOIRES

Le département du Cher a accueilli, début octobre, les Rencontres Nationales Vélo & Territoires. Une belle occasion pour Tourisme & Territoires du Cher de mettre en valeur la destination auprès de 500 participants venus de la France entière, avec :

- le village Berry Province,
- la boutique de l'Office de Tourisme de Bourges,
- Une vidéo réalisée pour cette occasion par l'Agence en partenariat avec le Conseil départemental, Bourges Plus et la Région Centre-Val de Loire.



LA RENTRÉE DE L'AGENCE

La rentrée est passée et l'Agence a étoffé ses équipes. Bienvenue à eux !

LYVIA BONNET



Alternante chargée de communication
et des relations presse
La contacter : lyvia.bonnet@ad2t.fr

BASTIEN DOUTRE



Alternant chargé de
communication et de production
de contenus
Le contacter : bastien.dautre@ad2t.fr

LUCIE HENRI



Conseillère en séjour
pour la Centrale de réservation
des Gîtes de France® et Berry
Province Réservation.
La contacter : lucie.henri@ad2t.fr

BERRY PROVINCE
COMMUNICATION

BERRY PROVINCE
RÉSERVATION

POUR CRÉER UNE OFFRE GROUPE

Accueillir et développer une clientèle de groupes nécessite un savoir-faire et des services spécifiques. C'est un marché pour lequel les acteurs sont nombreux : scolaires, centres de loisirs, clubs de seniors, associations, entreprises, collectivités (*maires, CCAS*) et professionnels du tourisme (*agences de voyages, autocaristes, etc.*). Chacun a des attentes et des besoins particuliers.

La mise en place d'un "mix marketing" adapté autour de 4 axes stratégiques est un outil indispensable pour proposer son offre sur ce marché asymétrique :



Avant d'aller plus loin, une précision juridique s'impose : la commercialisation d'offres touristiques est régie par la Loi et retranscrite dans le Code du Tourisme, après l'intégration d'une Directive Européenne qui prévoit 2 grandes familles de vendeurs :

- Les acteurs touristiques qui commercialisent leur propre production, en résumé «*leurs prestations*»
- Les professionnels du tourisme qui vendent une prestation dont ils ne sont pas propriétaires : ils ont l'obligation d'obtenir un numéro d'immatriculation auprès d'Atout France pour commercialiser des packages.

LA CRÉATION D'OFFRES PERTINENTES

La prise en compte d'offres variées et «*différenciantes*» correspond à de nouvelles tendances de consommation touristique qui oscillent entre un tourisme raisonné (*slow tourisme, à l'inverse du tourisme de masse*) et à une approche sociétale qui fait la part belle au local et à la valorisation de ses pépites.

Des axes «*tendances*» :

- Le tourisme expérientiel : la micro-aventure, la découverte de pépites et de marqueurs locaux qui permettent de donner une identité à la destination ou à son activité.
- L'authenticité dans la pratique d'activités, pas de «*poudre aux yeux*» mais du «*vrai tourisme*» qui favorise les rencontres et les expériences.

LA POLITIQUE TARIFAIRE

Côté prestataire, la prise en compte, dans l'élaboration de ses tarifs, de la rétrocession d'une commission à un revendeur professionnel est essentielle ; a minima, la fourniture d'un tarif spécifique et inférieur au tarif «*grand public*» affiché est un prérequis.

Cette commission ou ce tarif permet au revendeur de commercialiser une offre au même tarif que le prestataire tout en maîtrisant ses charges de distribution. En fonction de la négociation, la commission est en général de 10% hors-taxa minimum. Autre facteur à prendre en compte dans l'élaboration de sa politique tarifaire : la mise en place d'un système de gratuité. Généralement, une gratuité est accordée pour 20 personnes payantes et elle est accordée au chauffeur, dans l'hypothèse d'un transport en autocar.

LA DISTRIBUTION

Avec internet, les comportements des consommateurs ont changé. La distribution coûte de plus en plus cher, obligeant les prestataires à repenser en permanence leur stratégie. Les politiques de distribution multicanale s'affirment aujourd'hui comme «*le*» modèle de distribution pour les opérateurs touristiques :

- La commercialisation en B to B = business to business. Vos offres sont vendues par des agences de voyages, ou tout autre opérateur touristique, au client final (*distribution indirecte*). Il s'agit de se faire référencer par un professionnel du tourisme (*agences, TO ou une structure comme Berry Province Réservation*).
- La commercialisation en B to C = business to customer. Vos offres sont vendues directement par vous-même au client final (*distribution directe*).

LA COMMUNICATION

La communication auprès des prescripteurs groupes est, comme dans toute action commerciale et marketing, fondamentale, dès lors qu'il s'agit de commercialiser son offre.

Différents leviers peuvent être actionnés afin de communiquer sur une offre groupes.

Dans le monde du tourisme, les supports print sont toujours une base essentielle et très largement utilisée. Les catalogues et brochures mettant en valeur les offres adaptées à ce public sont souvent utiles sur les salons ou les workshops et auprès des professionnels.

Les mailings auprès de fichiers ciblés seront utiles pour ces offres destinées à un public précis. La qualification de votre base de données devra donc être une priorité.

LES DIFFÉRENTES TYPOLOGIES DE GROUPES ET LEURS DEMANDES

Le marché des groupes comporte de nombreux acteurs avec chacun des attentes et des besoins particuliers.

- **Clubs et associations du 3^{ème} âge :** journée ou séjour avec des visites culturelles, gastronomiques. La densité des prestations par journée doit être attentivement étudiée afin qu'elle soit accessible au plus grand nombre et adaptée à tout type de clientèle (4^{ème} âge).
- **Mairies ou CCAS** organisent des sorties

pour les retraités de leur commune : journée ou séjour avec visites culturelles, gastronomiques... C'est « la » sortie annuelle ; elle est toujours très attendue et doit répondre à un cahier des charges précis réalisé par la collectivité.

- **Les autocaristes et agents de voyage :** demandes variées car ils s'adaptent aux souhaits de leurs clientèles (essentiellement clubs, associations, mairies et Comités d'Entreprise). Très souvent, les professionnels « déléguent » aux agences réceptives la conception du voyage et

revendent le package directement à leur client final.

- **Les entreprises :** réunions, séminaires, activités de cohésion d'équipe... Cette clientèle est exigeante et organise ce type d'événements dans le cadre de ses activités : lancement de produits / team building, etc. La clientèle corporate a des besoins très particuliers : le traitement de ce genre de demandes s'effectue à 100 % sur-mesure.

ET BERRY PROVINCE RÉSERVATION DANS TOUT ÇA ?

Vous souhaitez vous lancer ou développer votre clientèle groupe ? Forte d'une expérience et d'une expertise de plus de 25 ans dans la gestion, l'organisation et la commercialisation de séjours pour les groupes, **Berry Province Réservation peut vous conseiller dans la structuration de votre offre et vous aider dans la commercialisation auprès de ces clientèles.**



LA MISSION DU SERVICE GROUPES

1. **Faciliter la vie de ses clients** – associations, clubs, regroupements de particuliers, comités d'entreprises, agences et autocaristes – en composant des séjours « clé en main » modulables selon les envies et les besoins. De nombreuses options peuvent être proposées : les services d'un accompagnateur à la journée ou à la demi-journée, le transport sur place, des animations, des nouveautés...
2. **Un service complet de l'organisation du séjour, de la gestion du contrat au suivi client.**
3. **Une sélection rigoureuse des partenaires.**
4. **Pas de frais de dossier facturés aux clients.**
5. **Des actions de promotion sur ses différents canaux :**
 - Édition d'une brochure chaque année.
 - Mise en place d'un éducteur.
 - Prospection en B2B ou B2C.
 - Participation à des workshops professionnels.

DE QUELS AVANTAGES POUVEZ-VOUS BÉNÉFICIER ?

- D'un **nouveau canal de distribution** de vos offres pour **développer votre chiffre d'affaires.**
- D'être **référéncé et commercialisé via de nouveaux réseaux** (agences réceptives, autocaristes ou structures comme *Berry Province Réservation*).
- De **toucher une nouvelle clientèle** et de développer votre fréquentation.
- De **bénéficier d'une expertise** de votre offre.

COMMENT COMMERCIALISER AVEC BERRY PROVINCE RÉSERVATION

Étape 1 : entretien préalable par téléphone et vérification de l'éligibilité.

Étape 2 : visite sur site.

Étape 3 : référencement auprès du service pour commercialisation.

Les conditions : avoir la capacité de pouvoir accueillir au minimum 20 personnes dans de bonnes conditions. **Signature d'une convention.**

NOS EXPERTES :

Nathalie Roger et Nadia Nezlioui
Cheffes de produits - nathalie.roger@ad2t.fr
et nadia.nezlioui@ad2t.fr

DE NOUVEAUX ANGES GARDIENS POUR LA **CATHÉDRALE DE LINARD**

En vente et fermée depuis de (trop) nombreuses années, la Cathédrale de Linard recolor de son aura les environs de Neuvy-Deux-Clochers grâce à la persévérance de Charlotte Collet et William Rouger. Le moins que l'on puisse dire, c'est que le site a manqué avant sa réouverture mi-juillet : déjà près de 6 000 visiteurs y sont allés (re)trouver de la couleur et ont pu apprécier la touche personnelle des nouveaux propriétaires.

En 2020, lors d'un week-end en Berry pour s'échapper de Paris et faire découvrir les terres de son enfance à son conjoint William, Charlotte ne se doutait pas qu'elle trouverait la Cathédrale de Linard fermée et arborant un panneau «à vendre». De ce lieu, elle a beaucoup de souvenirs... Elle les décrit comme colorés et empreints de reflets de miroir. Elle se souvient même de Jean Linard, le concepteur indéscriptible de ce lieu singulier et inclassable. Originaire d'Achères, elle y est souvent venue avec ses parents et sa famille. Le tableau de ce lieu fermé et à vendre, l'a beaucoup émue, déçue et elle s'est immédiatement dit qu'il fallait faire quelque chose. Séduit par ce qu'il en a aperçu, William s'est également projeté très vite. Pour eux, il y avait un potentiel énorme ici.

DEUX ANNÉES POUR ENFIN OUVRIR ET DÉVOILER LEURS PROJETS !

Le 14 juillet dernier, la Cathédrale de Linard a enfin pu se dévoiler de nouveau aux visiteurs. Et cela n'aura pas été simple pour Charlotte et William, qui y ont mis toute leur énergie depuis leur première visite en 2020 et l'offre d'achat qu'ils ont fait 15 jours plus tard. Deux ans à ne pas baisser les bras ni abandonner leurs projets pour faire revivre ce lieu atypique et emblématique du Berry malgré les problématiques de financement et de commission de sécurité. Le 22 juin 2022, la signature définitive peut enfin avoir lieu concrétisant ainsi l'ouverture et les projets.

Des projets, ils en ont plein la tête ! Si cette saison raccourcie leur a permis de (re) faire découvrir le site défriché, nettoyé et avec des œuvres en cours de réparation, ils l'ont également enrichi de leur première touche gustative : un salon de thé extérieur, permettant aux visiteurs de s'attarder. Ils ont ainsi eu la possibilité de profiter un peu plus



longtemps de la quiétude et de la spiritualité des lieux en savourant quelques boissons et des gourmandises maison, mettant ainsi en avant le talent des nouveaux propriétaires. Ils espèrent pouvoir développer davantage le site dans les saisons à venir avec une offre salée au salon de thé, puis un restaurant et des chambres d'hôtes.

À plus petite échelle, la fin de saison pourrait permettre de développer l'accueil de groupes, de travailler sur la cible scolaire et pourquoi pas de prolonger l'ouverture sur les week-ends, s'il fait beau, en proposant des boissons chaudes, des crêpes et autres douceurs pour se réchauffer.





UN PARCOURS SAVOUREUX !

Tous deux sont issus de l'univers gustatif ! Et du goût, ça tombe bien, ils veulent en donner au site qui est tout sauf fade ! La liste des noms de leurs collaborations donne des étoiles plein les yeux et éveille les papilles : Rostand, Pierre Hermé, Palace Prince de Galles, Yann Couvreur ou encore Michalak chez qui ils se sont rencontrés. Charlotte a commencé en cuisine avant de se spécialiser dans la pâtisserie. William, lui, s'est formé aux métiers de la boulangerie, pâtisserie, chocolaterie et confiserie.

Des métiers et expériences de passion qui donneront encore plus de sens à ce qu'ils souhaitent développer à la Cathédrale de Linard. Car leur souhait est bien affirmé : offrir du plaisir aux gens, véhiculer une émotion et leur faire partager quelque chose. Et ça a déjà commencé !



5 QUESTIONS À...

CHARLOTTE COLLET

Nouvelle co-ange gardienne de cette cathédrale hors-normes, Charlotte exprime très clairement que le site reste l'œuvre de Jean Linard avant tout : « on ne la lui vole pas, on la met en valeur ». Amoureux de l'endroit, elle, son conjoint et toute leur famille se donnent à 100 % pour le remettre debout et le faire vivre.

1 Tendances : si vous deviez définir la Cathédrale de Linard en 5 mots ?

Charlotte Collet : féérique, unique, colorée, décalée, plénitude.

2 T : vos lieux préférés en Berry ?

CC : Sancerre, Bué (j'ai en tête une petite maison de vigne pleine de charme), La Borne et ses ateliers, les galeries et les fours. Et Bourges forcément pour ses rues pavées et ses maisons à pans de bois.

3 T : le Crottin de Chavignol, sec ou frais ?

CC : ça dépend pour quoi faire ! Pour une chantilly au crottin, plutôt sec !

4 Tendances : votre recette préférée ?

CC : ce n'est pas parce qu'on est pâtissier qu'on aime les choses les plus compliquées... J'aime avant tout et tout simplement le crumble aux pommes avec de la crème crue.

5 Tendances : dans 20 ans, où vous voyez-vous ?

CC : Ici !! C'est un véritable projet de vie que nous avons pour ce lieu.

VOUS NE CONNAISSEZ PAS LA CATHÉDRALE DE LINARD ?

Jean Linard était l'un de ces artistes singulier et inclassable. Dans le même esprit que la Maison Picassiette de Raymond Isidore à Chartres, le Palais idéal du Facteur Cheval ou encore les œuvres de Gaudi comme la Sagrada Família à Barcelone, la Cathédrale de Linard fait partie des grands sites insolites du XX^{ème} siècle. Commencée au début des années 1980, cette cathédrale est faite de mosaïques, poteries, verre, miroirs, etc... récupérés, modelés et assemblés par Jean Linard. Cette œuvre n'a cessé d'évoluer au fil de son inspiration et de sa vie. Il la décrivait comme cathédrale de toutes les religions et comme la plus haute du monde ayant pour toit... le ciel ! Disparu en 2010, l'artiste laisse la cathédrale à ses nombreux héritiers qui décident de la mettre en vente.

LE NOUVEAU POSITIONNEMENT DE LA BOUTIQUE DE BOURGES BERRY TOURISME



Rapporter un souvenir de son séjour fait partie du voyage et permet de le prolonger. On prend plaisir à revenir avec un petit bout du rêve chez soi, pour soi ou pour le partager. Finis les souvenirs qui prennent la poussière sur l'étagère, Bourges Berry Tourisme a repensé sa boutique et a revu son positionnement en créant de nouvelles collections. Nous proposons désormais des gammes de produits qui, tout en valorisant les atouts de notre destination, se veulent plus actuels et s'adressent à un public plus large. L'offre est plus réfléchie d'un point de vue durabilité, plus éthique sur la fabrication et aussi plus locale pour les illustrations. Il y en a pour tous les goûts et les visiteurs n'auront que l'embarras du choix !

NOS COLLECTIONS...

« TENDRE PAPIER »



Tendre papier, c'est la rencontre entre deux amoureux de papeterie, Guillaume Dugast et Ania Woznica. Ils créent et fabriquent leurs carnets à Bourges, en Berry. La collection « *Tendre Papier* » a été dessinée par Ania, artiste locale, tout droit sortie de l'école des Beaux Arts de Bourges. Initialement prévue uniquement pour leurs carnets cousus main et fabriqués en papier à base de raisin, l'illustration séduit et une large gamme de produits comme les gourdes, trousses, torchons... habille à merveille la boutique et charme par son côté « *imagé* » et poétique !

« BERRUYERS, PAS BOURGEOIS »



Cette collection, soyons honnête, s'adresse aux Berruyers de souche ou d'adoption. D'ailleurs, nombreuses sont les demandes qui nous sont faites via les réseaux afin de les envoyer aux quatre coins de la France. « *Berruyers, pas bourgeois* », c'est un concept que l'équipe avait dans sa besace depuis longtemps et l'opportunité de travailler avec un fournisseur de textile « *berrichon* » s'est présentée. Déclinée aujourd'hui sur de nombreux produits, cette collection rencontre un vif succès auprès des locaux.

« DÉLICATESSE »



Nous accueillons souvent des pépites parmi nos stagiaires. Killian Réault, lui aussi berruyer, en fait partie. Nous lui avons demandé d'imaginer une gamme plus graphique et design à la hauteur de notre trésor berruyer, la cathédrale classée au Patrimoine Mondial de l'UNESCO. Cette collection particulièrement réussie a trouvé son public et a été déclinée sur de nombreux produits.

BOURGES
capitale du Berry | patrimoine mondial

« MA PROVINCE »

La place Gordaine, les Marais, le Palais Jacques Cœur et bien sûr la Cathédrale Saint-Étienne ont été redessinés par le graphiste de Ma Province*.

Plus classique mais très tendance, cette collection répond à une demande de style contemporain. Elle plaît pour ses couleurs singulières qui mettent en valeur nos incontournables et soulignent leurs particularités !

**Ma Province est un fournisseur local qui propose toute une collection de textile made in « Berry ».*



LES BONS PLANS :

- Un tote bag et un badge offerts à partir de 20 € d'achat.
- Une carte de fidélité (10 % de réduction sur le 6^{ème} achat).
- Une offre commerciale spéciale adhérents si vous souhaitez proposer et valoriser ces produits à la vente dans vos établissements.

Certains l'ont déjà fait pour le plus grand plaisir de leurs clients, alors n'hésitez pas à prendre contact avec nous et venir en boutique pour sélectionner les produits !



La boutique de Bourges Berry Tourisme, c'est aussi des produits d'épicerie, à faire saliver les plus gourmands !

Nous sommes engagés dans une démarche de valorisation et de promotion du savoir-faire local. Garants de la qualité des produits que nous offrons à nos clients, nous sélectionnons avec attention les artisans et producteurs locaux que nous exposons dans notre boutique. Avec un assortiment important de produits locaux, nous appliquons une rotation régulière, afin de mettre en avant des nouveautés, ainsi qu'une mise en scène permanente des produits en les valorisant pour concocter des coffrets lors d'événements

du calendrier (Noël par exemple) ou pour tout type d'occasion (apéro, goûter, etc.).

- **Côté salé :** place aux Lentilles Vertes du Berry, pâtes gourmandes bio, terrines et biscuits qui s'accompagnent parfaitement d'un vin de Menetou-Salon, Sancerre, Quincy ou Reuilly ! Sans oublier nos bières et limonades locales aux parfums variés !
- **Côté sucré :** nos traditionnels sablés, croquets et biscuits ravissent les papilles autour d'un bon thé George Sand, aux arômes de rose par exemple, ou d'une infusion...



Et pour les mois les plus froids, nos miels et confitures viendront adoucir les instants gourmands.

Un service aux petits oignons ! Accueil, renseignements, emballage cadeaux, fidélisation, réponse aux demandes particulières...

NOS EXPERTES :
Corinne Magnou et Armelle Vimont
Conseillères en séjour
contact@bourgesberrytourisme.com

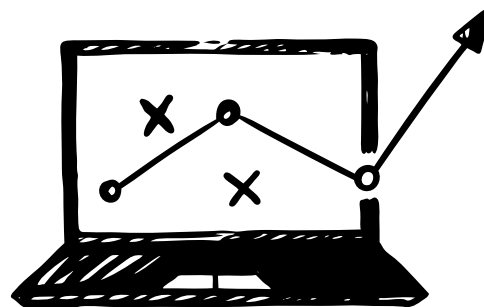
LE SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE, UN OUTIL AU SERVICE DES TERRITOIRES

Dans le cadre de sa politique d'appui aux territoires, Tourisme & Territoires du Cher propose un ensemble de compétences et d'outils à disposition des collectivités. Notre Agence a été missionnée par plusieurs Communautés de Communes afin d'élaborer leur schéma de développement touristique. L'objectif est de les accompagner à la décision pour mettre en place de nouveaux projets touristiques, mieux appréhender les évolutions futures des offres et clientèles et bâtir une stratégie de développement.

C'EST QUOI UN SCHÉMA ?

Chaque territoire dispose d'une offre touristique spécifique, susceptible de répondre aux attentes de clientèles différentes. Afin de porter une politique de développement efficace, adaptée aux atouts et potentiels de la destination, les collectivités ont tout intérêt à définir un schéma de développement touristique. Ce document cadre, établi en fonction des cibles de clientèles souhaitées, décline un plan d'actions à mettre en œuvre sur plusieurs années pour répondre aux enjeux

identifiés. Il peut être réalisé en interne par les collectivités ou bien confié à un cabinet d'ingénierie. Il est déclinable sur plusieurs échelons territoriaux de la Communauté de Communes à la Région en passant par le Département, mais également sur d'autres espaces comme des parcs naturels. Afin de pouvoir prendre en compte les évolutions du secteur touristique, il est généralement planifié pour une durée de 5 / 6 ans, à la fin desquels un nouveau schéma est souvent revoté par les collectivités ou leurs groupements.



Si la méthodologie est propre à chaque territoire, on retrouve généralement 3 phases qui constituent l'armature de la démarche :

✕ DIAGNOSTIC TERRITORIAL ET TOURISTIQUE

- Analyse de données quantitatives et qualitatives
- Consultation des élus, des professionnels du tourisme et socio-professionnels

✕ DÉFINITION DE LA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

- Ateliers avec des socio-professionnels
- Benchmark d'autres destinations
- Typologie de clientèles et attentes

✕ ÉLABORATION DU PLAN D' ACTIONS

- Définition de plusieurs axes ou orientations du schéma
- Rédaction de fiches-actions permettant de répondre aux orientations que la collectivité se sera fixée avec un phasage, la définition de la maîtrise d'ouvrage, des partenaires, des financeurs potentiels, des indicateurs de réussite...



POURQUOI FAIRE UN SCHÉMA ?

S'engager dans l'élaboration d'un tel outil permet :

- D'avoir une vision prospective du développement touristique d'un territoire.
- De structurer l'action des collectivités dans ce domaine.
- De la rendre lisible auprès de ses partenaires, en s'appuyant sur une démarche partagée.

Il permet également à la collectivité de prioriser les projets et d'orienter les budgets alloués au tourisme.

Pour cela, le schéma doit être évolutif et déclinable, et permettre d'intégrer des projets portés par d'autres partenaires (entreprises, associations...)

LES ORIENTATIONS DES COMMUNAUTÉS DE COMMUNES ACCOMPAGNÉES

Tourisme & Territoires du Cher a accompagné jusque-là trois territoires dans la rédaction de leur schéma de développement touristique. Notre Agence poursuit son accompagnement dans certaines actions prévues dans leurs démarches.



COMMUNAUTÉ DE COMMUNES PAYS FORT SANCERROIS VAL DE LOIRE

Orientation 1 : Construire une offre de sens et d'excellence.

Orientation 2 : Renforcer l'attractivité autour de pôles et pratiques touristiques structurants.

Orientation 3 : Soutenir la compétitivité des entreprises et du territoire.

Orientation 4 : Construire une gouvernance innovante du développement du tourisme.

COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DES TERRES DU HAUT BERRY

Orientation 1 : Construire ensemble une destination attractive et responsable.

Orientation 2 : Structurer l'offre et enrichir l'expérience client.

Orientation 3 : Mettre en œuvre une stratégie de communication coordonnée à l'échelle de la destination.

Orientation 4 : Animer le territoire, professionnaliser et fédérer les acteurs.

COMMUNAUTÉ DE COMMUNES FERCHER

Orientation 1 : Renforcer la visibilité et l'identité du territoire.

Orientation 2 : Densifier et structurer l'offre touristique autour de filières stratégiques.

Orientation 3 : Optimiser l'accueil des touristes et l'expérience client.

Orientation 4 : Faire émerger une dynamique touristique.

Il est à noter que le Conseil départemental du Cher va prochainement réviser son schéma et que la Communauté d'Agglomération de Bourges Plus a confié le sien à un cabinet. Quant à la communauté de commune Vierzon Sologne Berry, l'Agence va débiter un accompagnement fort dès 2023.

TOURISME & TERRITOIRES DU CHER VOUS ACCOMPAGNE DANS CETTE DÉMARCHÉ

Vous souhaitez effectuer un diagnostic, élaborer une stratégie de votre territoire... et vous avez besoin d'être accompagné ? Notre équipe est à votre service pour mettre en place un schéma de développement touristique.

Grâce à un accompagnement sur-mesure, vous disposerez d'un outil d'aide à la décision, indispensable pour orienter votre stratégie touristique, mettre en place de nouveaux projets et mieux appréhender les évolutions futures de votre territoire.

Tourisme & Territoires du Cher apporte son expertise dans :

- La réalisation d'un état des lieux détaillé de l'offre touristique et le recensement des atouts et faiblesses, des opportunités et menaces pour chaque grande filière touristique du territoire,
- L'animation d'ateliers,

- La participation à des comités techniques liés au pilotage de votre stratégie,
- L'élaboration de votre stratégie et l'accompagnement dans vos réflexions en matière de gouvernance, de développement, de commercialisation... selon les grandes orientations identifiées.

Les + :

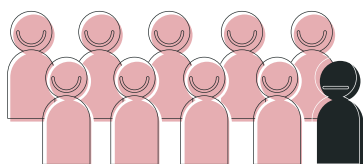
- Des compétences et outils centralisés au sein de Tourisme & Territoires du Cher.
- Un accompagnement de proximité, sur-mesure, pendant et après la réalisation du schéma.
- Une méthodologie éprouvée et la connaissance du territoire du Cher.

NOTRE EXPERT :

Sébastien Champault

Responsable Berry Province Développement
sebastien.champault@ad2t.fr

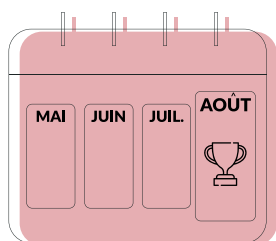
LES CHIFFRES CLÉS DE LA SAISON 2022



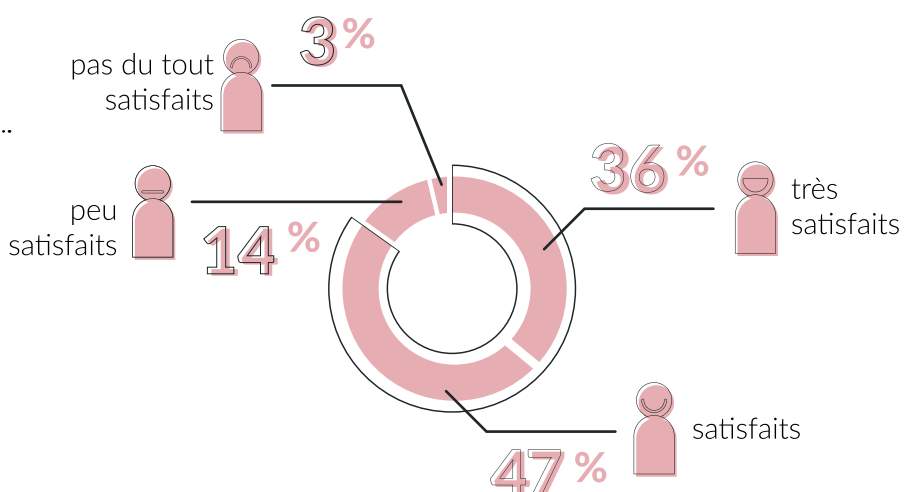
les professionnels sont satisfaits de la fréquentation globale par rapport à 2019.

9 / 10

EN DÉTAIL

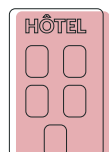


Jugé meilleur mois par les professionnels



Les exploitants de meublés de tourisme et chambres d'hôtes sont satisfaits à hauteur de :

96 %



Les hôteliers sont satisfaits à hauteur de :

90 %



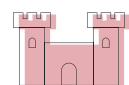
Les gestionnaires de campings sont satisfaits à hauteur de :

87 %



Les restaurateurs sont satisfaits à hauteur de :

80 %



Les sites de visite et activités de loisirs sont satisfaits à hauteur de :

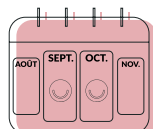
76 %



17% des professionnels restent insatisfaits



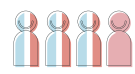
83% des professionnels sont satisfaits de leur chiffre d'affaires contre 71% en 2021



63% des professionnels se disent satisfaits des réservations pour septembre-octobre par rapport à 2019

+9 points

que la moyenne régionale



75%

de la fréquentation totale sur juillet et août est une clientèle française



82%

des professionnels s'accordent sur la stabilité voire hausse de la clientèle française



77%

des professionnels s'accordent sur la stabilité voire hausse de la clientèle étrangère



4 / 5

des professionnels indiquent avoir reçu des étrangers

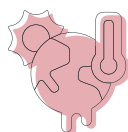


25%

de la fréquentation totale est étrangère



Les Belges, les Néerlandais et les Britanniques sont les plus cités par les professionnels



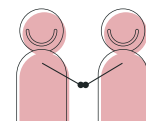
20% de la clientèle a été affectée par les fortes chaleurs



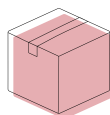
le prix des carburants a eu un impact négatif pour 40% des professionnels



86% des établissements ont été impactés par le coût de l'énergie



72% des établissements ont été impactés par des difficultés de recrutement



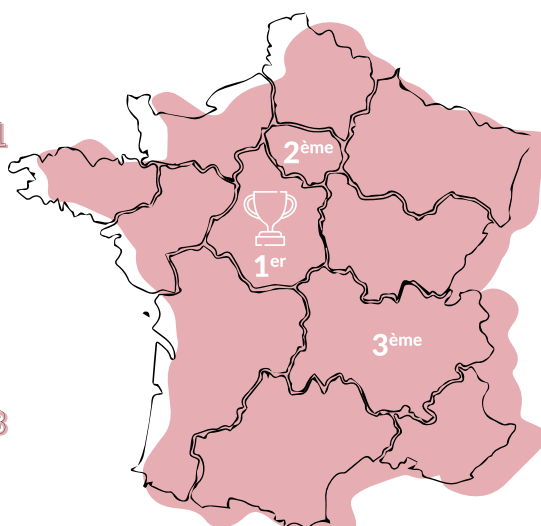
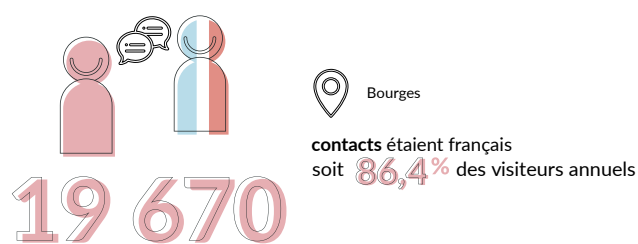
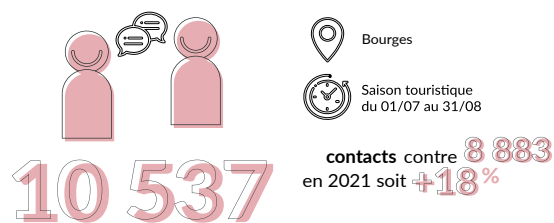
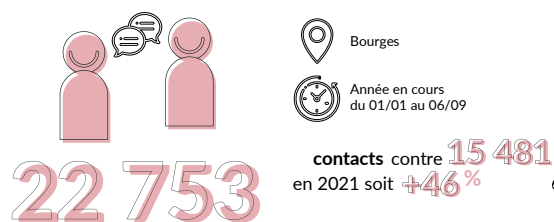
88% des établissements ont été impactés par le coût des matières premières



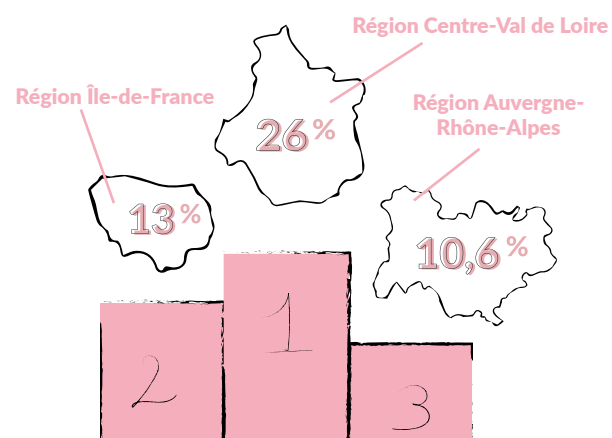
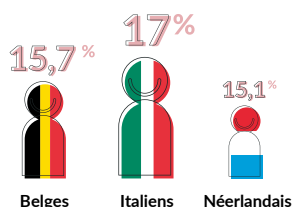
64% des établissements ont été impactés par des difficultés d'approvisionnement

LA SAISON À L'OFFICE

BOURGES BERRY TOURISME

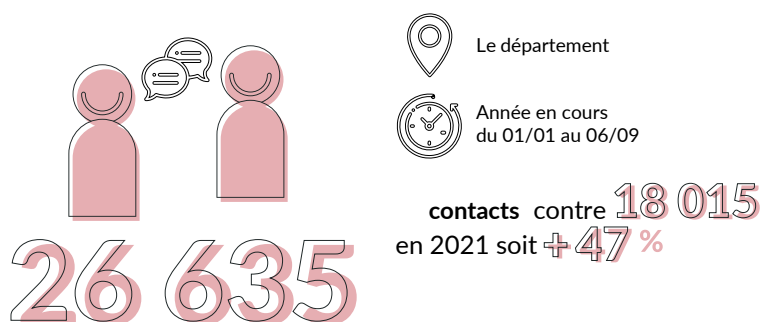
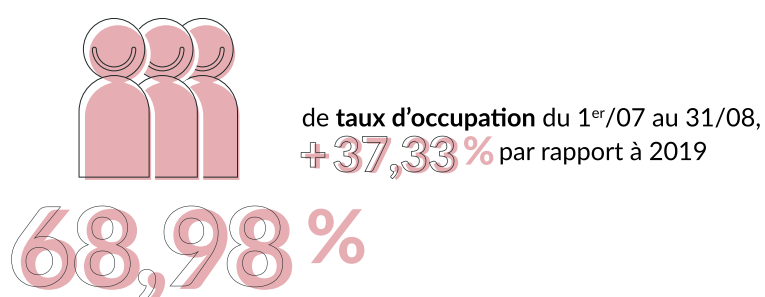


Top 3 pays :



LA SAISON À LA CENTRALE DE

RÉSERVATION DES GÎTES DE FRANCE®



ET SI ON VOUS DIT... **TOURINSOFT ?**



TourInSoft : c'est quoi, pour qui, pourquoi, comment ?

Avoir une base de données avec des informations à jour et complètes est indispensable pour une mise en avant correcte de notre territoire. Renseigner au mieux un potentiel touriste est une notion clef pour assurer une promotion optimale du département.

TOURINSOFT C'EST QUOI ?

C'est la base de données touristiques régionale déployée au niveau de chaque département de la Région Centre-Val de Loire. Elle permet de référencer les offres touristiques et d'en faire la promotion sur différents supports de communication web et papier, sur les sites de

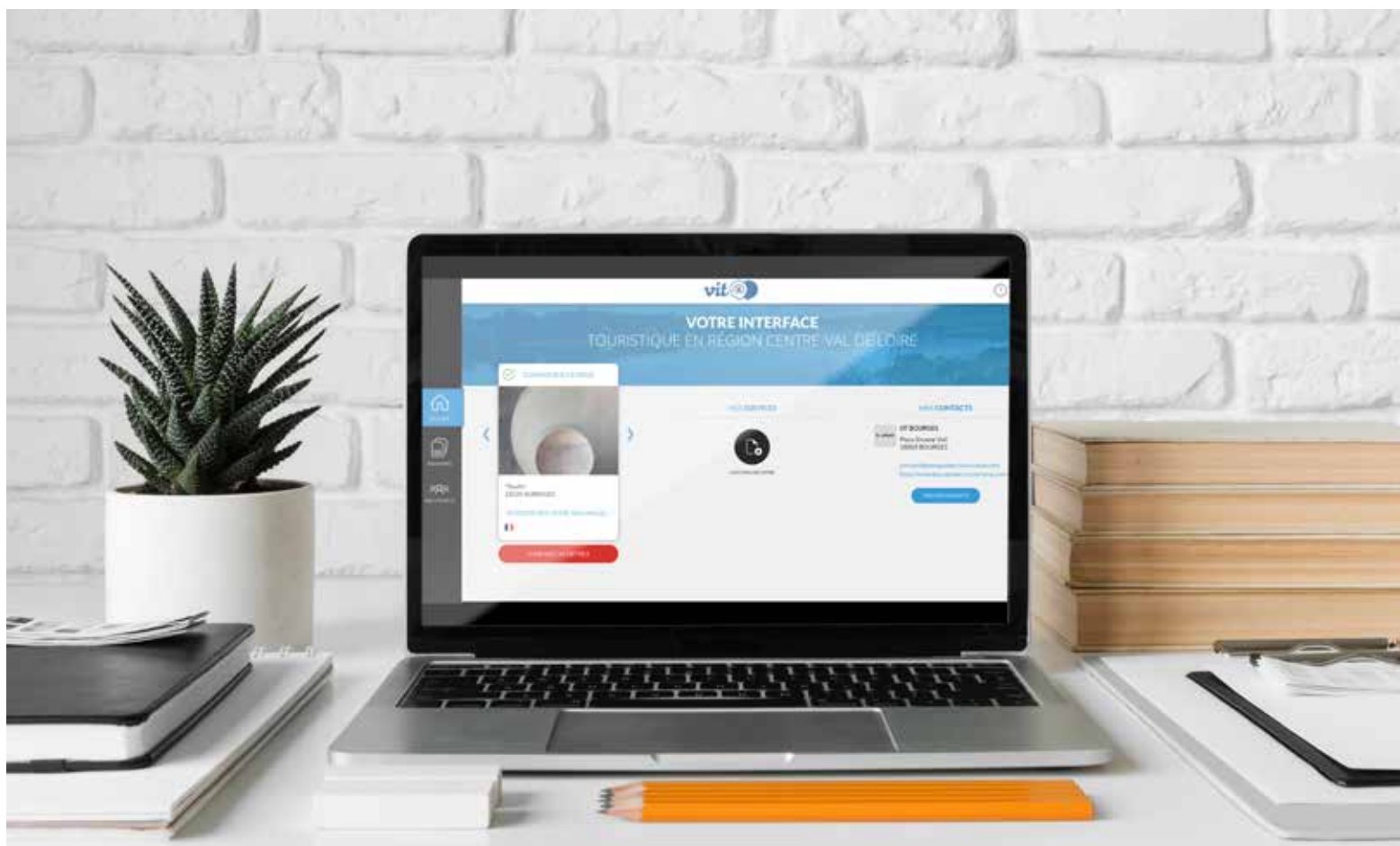
bourgesberrytourisme.com, berryprovince.com, centre-valdeloire.fr, datatourisme.fr, mais aussi les newsletters comme MonCherAgenda. Les éditions de destination, telles que le magazine OnBourges, la carte touristique Berry, sont également alimentées par ces données.

**EXEMPLE D'UTILISATION
DE **TOURINSOFT** POUR LE
LISTING DES RESTAURANTS
ET HÉBERGEMENTS DU
MAGAZINE ONBOURGES**



QUELLE EST L'IMPORTANCE DE CE RÉFÉRENCEMENT ?

L'objectif est d'avoir les informations les plus fiables et les plus à jour possible sur ces différents supports. Il est donc très important que vos informations soient actualisées (tarifs, horaires d'ouvertures, photos,...) dès que nécessaire. Vos données seront ainsi présentes et à jour sur les différentes bases de données locales, départementales, régionales et même nationales !



COMMENT ÊTRE RÉFÉRENCÉ, AUPRÈS DE QUI ?

Pour mettre à jour vos informations, deux options s'offrent à vous :

- vous contactez l'Office de Tourisme de référence de votre territoire pour qu'ils mettent en avant vos informations
- ou nous vous donnons l'accès à la base TourInSoft, via un module VIT (Votre Interface Touristique). Nous vous créerons ensuite un login pour accéder à ce module et vous formerons sur ce dernier. C'est un process simple d'utilisation et rapide qui vous permettra de mettre à jour vous-même vos données. Vos informations seront visibles sur le web après un délai de validation d'environ 24 h. Cette solution est la plus pertinente.

COMMENT METTRE À JOUR EFFICACEMENT SON VIT ?

Bien renseigner :

- Ses coordonnées (téléphone, mail, site internet).
- Son descriptif (300 caractères minimum, mettez-vous à la place du client avec un texte promotionnel et faites attention aux fautes d'orthographe !).
- Ses horaires d'ouverture, et ses tarifs (mettre en avant les jours d'ouverture pas de fermeture).
- Intégrer plusieurs photos de bonne qualité (prendre uniquement des photos pour lesquelles vous avez les droits d'utilisation, mettre le copyright, cela peut également être vos propres photos). Elles doivent mettre en avant l'activité.

QUELLE EST L'ORGANISATION AU NIVEAU TERRITORIAL ?

- La base de données de la destination Berry Province comporte une partie Cher et une partie Indre.
- Les Offices de Tourisme sont liés avec Tourisme & Territoires du Cher par des conventions de partenariat pour TourInSoft, qui elle-même conventionne avec le Comité Régional du Tourisme.
- Les différentes destinations du département sont donc responsables de la collecte des informations touristiques de leurs prestataires via leur Office de Tourisme.

QUELLES SONT LES AUTRES POSSIBILITÉS DE L'OUTIL ?

TourInSoft comprend plusieurs modules :

- Le premier est le module «saisie / gestion de l'information» dont la fonction principale évoquée lors des paragraphes précédents est la collecte des données touristiques. Ce module permet également l'envoi de newsletters à travers une base de données «prospects qualifiés».
- Le second module est l'accueil avec la gestion de la relation client. Il permet d'entrer et qualifier les données statistiques de fréquentation d'un Office de Tourisme ou d'un site d'accueil, mais aussi de gérer l'envoi de documentation.

NOS EXPERTS :

Responsable de TourInSoft : Nathalie Boccanfuso
nathalie.boccanfuso@ad2t.fr

Pour créer votre compte VIT : Jean-Marie Ferrare
jean-marie.ferrare@ad2t.fr

LA DESTINATION VUE PAR...



Camille ISNARD, des Ateliers du Moulin et du Jardin des Godibolles

Ayant grandi entre le massif des Monédières corrézien et le massif cantalien, le Berry m'est d'abord apparu un peu monotone en arrivant dans le Sancerrois il y a 11 ans. C'était le méconnaître, car son charme et son intérêt sont ailleurs que dans les paysages spectaculaires ou les rangs de vignes... C'est un territoire qui se mérite et nécessite un brin de curiosité.

Si la Loire et ses îles ont été ma première attirance, par leur luminosité, l'odeur humide et végétale si particulière et la biodiversité qui s'y trouve, ce sont aujourd'hui les chemins serpentant entre les prairies bocagères du Pays-Fort qui me touchent profondément.

Surtout les "bouch'tures" et leurs "tétiaux", vestiges d'une tradition agricole vivrière, où rien ne se perd et où le génie et le savoir-faire venaient compenser le consumérisme par la valorisation des ressources végétales diverses. En y herborisant, j'aime toujours m'imaginer tomber sur l'une de ces « sorcières » du Berry en pleine préparation du sabbat fantasmé ou réentendre le son de la faux dans les champs, accompagné de l'odeur amandée des foin coupés.

Les auteurs qui ont célébré ce terroir n'y sont pas pour rien, à commencer par George Sand et sa personnalité si complexe et avant-gardiste que son domaine de Nohant incarne encore. Une découverte incontournable !

Évidemment, il y a aussi le patrimoine gastronomique, notamment le vin de Sancerre (et les autres appellations toutes aussi précieuses) et le Crottin de Chavignol qui permettent de ressentir et goûter le terroir dans la convivialité... et avec modération bien sûr, surtout pour le Crottin.

Le patrimoine architectural n'est pas en reste, des châteaux aux fermes de toutes époques en passant par l'art singulier de la Cathédrale de Jean Linard.

Ici, depuis 11 ans, il me reste encore bien des lieux à découvrir... Bref, c'est bien plus d'un week-end qu'il faut y séjourner. Le Berry est attachant, riche, rayonnant, authentique et dynamique, et un territoire qui semble pouvoir répondre à de nombreux enjeux sociétaux actuels.

NOTRE COUP DE CŒUR DU MOMENT

LA CAMPAGNE DÉCALÉE DE BATZ-SUR-MER

Ce semestre, on vous emmène à Batz-sur-Mer, une commune de 3 000 habitants située dans l'Ouest de la France dans le département de la Loire-Atlantique, tout près de Guérande et Le Croisic. Une petite station qui n'hésite pas à se mettre en scène pour faire parler d'elle.

Tout commence en 2021 quand Frédéric Sauton, directeur de la communication de la commune, a décidé de mouiller le maillot et de se mettre en scène entre deux maîtres-nageurs pour valoriser la sécurité des plages de la commune. Un post qui ne manque pas d'autodérision et qui a connu un joli succès sur les réseaux sociaux de la ville.

Alors pour ne pas s'arrêter en si bon chemin, Frédéric a décidé de faire perdurer le même esprit de campagne en 2022 mais cette fois-ci en affichant les élus et fonctionnaires. Cinq visuels ont été dévoilés mettant en scène la maire Marie-Catherine Lehuédé et son premier adjoint Bruno façon Don Quichotte ou encore des collaborateurs de la mairie façon Koh-Lanta. Et dans cette édition 2022, Frédéric ne mouille pas simplement le maillot ; il l'a clairement fait tomber au profit d'algues bien plus symboliques de la région.

Une campagne amusante qui montre la motivation d'une petite commune pour faire parler d'elle et ça, c'est plutôt chouette. À l'heure des réseaux sociaux, les barrières de visibilité ont disparu et l'audace comme l'humour sont de bons vecteurs pour attirer la lumière... comme les touristes !

Source : Creapills



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 : décembre 2022 - N°ISS : 2269-1685

Directrice de Publication : Béatrice Damade // Rédacteur en Chef : Ludovic Azuar // Ont collaboré à ce numéro : Yannis Ayama - Nathalie Boccanfuso - Sébastien Champault - Jennifer Desille - Bastien Dautre - Fanny Piederrrière - Nathalie Roger.
Crédits photos : Ad2T - Lezbroz - Batz-sur-Mer.