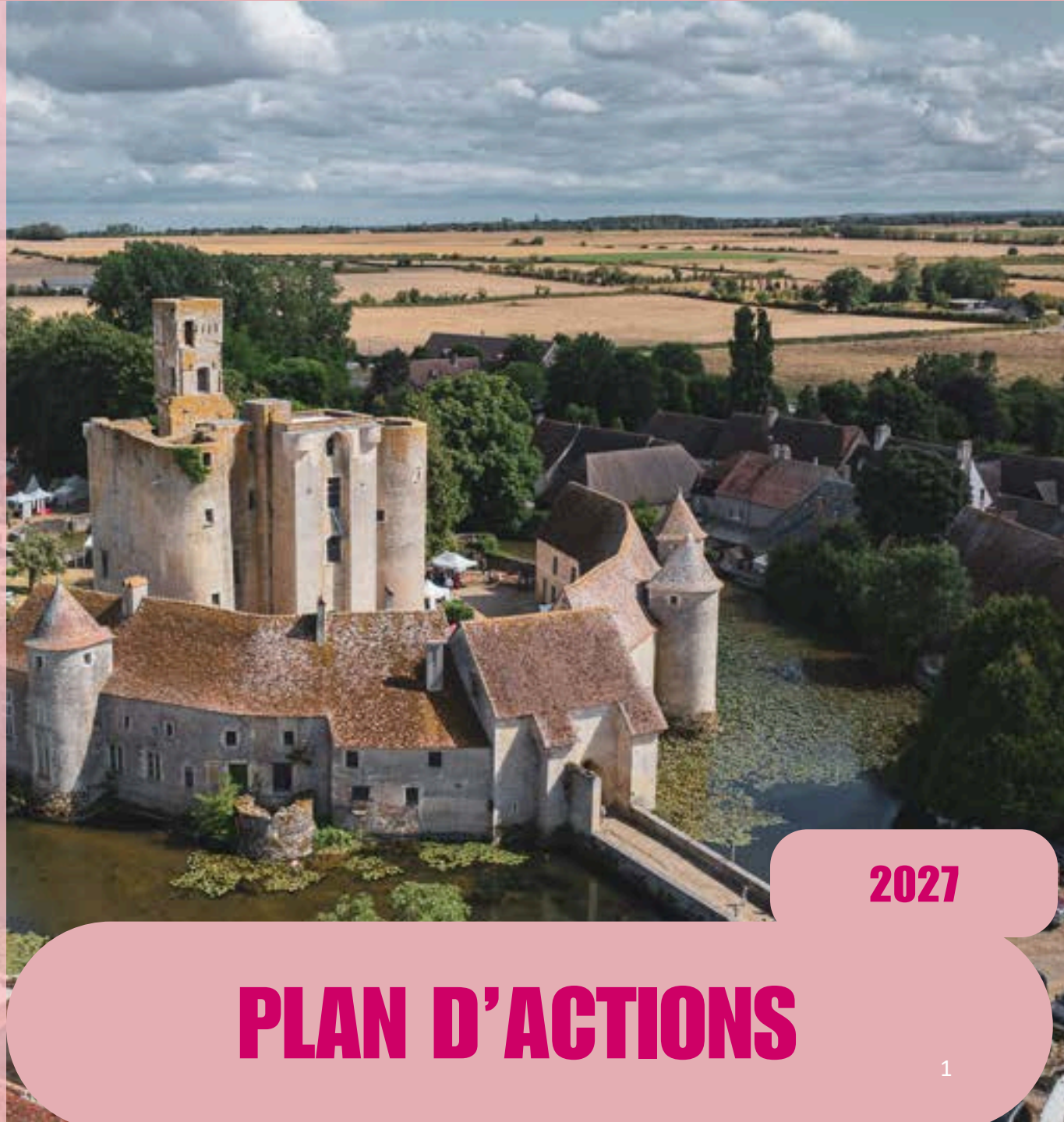
BERRY PROVINCE

Tourisme & territoires DU CHER

Bourges CAPITALE EUROPÉENNE DE LA CULTURE 2028



2027

PLAN D'ACTIONS

SOMMAIRE

1	Portrait de l'Agence	3
2	Enjeux stratégiques 2027	8
3	Plan d'actions transversal Cap 2028	9
4	Les actions Berry Province Développement	11
5	Les actions Berry Province Communication	24
6	Les actions Berry Province Réservation	36
7	Les actions Bourges Berry Tourisme	44
8	Annexes	60

TOURISME & TERRITOIRES DU CHER – L'AGENCE EN UN COUP D'ŒIL

Une seule agence, deux échelles territoriales, quatre expertises complémentaires.

Créée en 1954 à l'initiative du Conseil départemental du Cher, Tourisme & Territoires du Cher a pour mission historique de développer et promouvoir l'activité touristique du département, au service des professionnels et de l'économie locale. Depuis 2017, l'Agence assure également, pour le compte de Bourges Plus, la gestion de l'Office de Tourisme et le développement de la fréquentation de Bourges & ses environs.

Elle s'appuie sur deux marques de destination complémentaires :

Berry Province, marque partagée avec l'Indre et la Région Centre-Val de Loire, et Bourges, créée en 2017 pour renforcer l'attractivité de l'agglomération.

BERRY PROVINCE

Bourges CAPITALE EUROPÉENNE DE LA CULTURE 2028

Berry Province Développement

Structurer et faire grandir l'offre

Ingénierie, observation, accompagnement des territoires et des porteurs de projets, filières, qualité, accessibilité et transition environnementale.

Berry Province Communication

Donner envie et faire connaître

Promotion des destinations, campagnes, digital, contenus, presse, influence et valorisation des offres.

Berry Province Réservation

Transformer l'envie en achat

Commercialisation, séjours, groupes, tourisme d'affaires, plateforme de réservation, billetterie et pass touristique.

Bourges Berry Tourisme

Accueillir, conseiller et faire vivre la destination

Information, accueil, hospitalité, billetterie, animations, boutique et expérience visiteur.

NOTRE CHAÎNE DE VALEUR

DÉVELOPPER → PROMOUVOIR → COMMERCIALISER → ACCUEILLIR

Et surtout : faire travailler ces quatre expertises ensemble pour générer plus de satisfaction visiteur et davantage de retombées économiques pour le territoire et ses professionnels.

"De l'idée de projet jusqu'à l'expérience du visiteur."

LES ÉQUIPES



BERRY PROVINCE DÉVELOPPEMENT

Développement & Ingénierie

Accompagnement des territoires et créateurs d'entreprise

Qualification de l'offre

Développement et animation de filières

Recherche d'investisseurs touristiques

Gestion de l'information

FINANCEMENT



BERRY PROVINCE COMMUNICATION

Promotion & Communication

Promotion OnLine

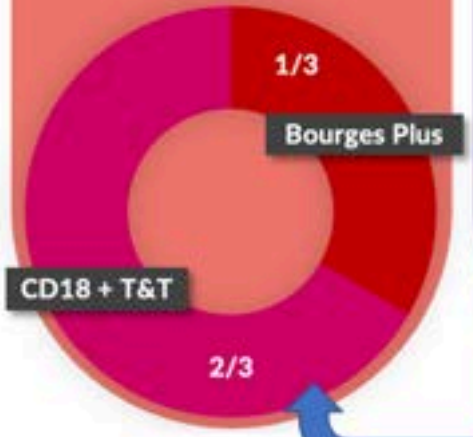
Promotion OffLine

Présence sur les salons et organisation d'évènements

Relations presse

Opérations de marketing tout au long de l'année

FINANCEMENT



BOURGES BERRY TOURISME

Information & Accueil

Collecte, tri et hiérarchisation de l'information touristique

Accueil des visiteurs et des locaux

Apporter des affaires aux acteurs locaux

Implication des habitants dans la stratégie touristique

Développer la boutique de produits du Berry

FINANCEMENT



Externalisation fonctions supports pour Bourges PLUS

BERRY PROVINCE RÉSERVATION

Commercialisation

Production & vente de séjours groupes et individuels, congrès, séminaires en direct et via des distributeurs

Réservation d'hébergements locatifs et hôteliers

Aide à la mise en marché

FINANCEMENT



LE POSITIONNEMENT CLIENTS DE L'AGENCE

LE CLIENT AU SENS LARGE, AU CŒUR DE NOS PRÉOCCUPATIONS

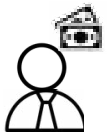
CLIENTS CONSOMMATEURS
LES CLIENTS « TOURISME »



LE CLIENT FINAL :
Les touristes qui s'informent & réservent leurs voyages, les visiteurs et prospects qui organisent leurs séjours.



LE CLIENT PRO :
Les tours opérateurs, agences de voyage, autocaristes, les organisateurs de séminaires & conventions.



LES INVESTISSEURS :
Créateurs et porteurs de projets exogènes ou endogènes désirant s'implanter sur le territoire.



LES JOURNALISTES :
Presse spécialisée, touristique & économique, locale, nationale et internationale.



LES HABITANTS :
Les résidents sont consommateurs autour de leur territoire et de bons ambassadeurs

CLIENTS ACTEURS
DU TERRITOIRE

PUBLICS & PARAPUBLICS :
Les élus, les EPCI, les consulaires, les institutionnels, ainsi que les organismes régionaux et de l'État concernés par le développement touristique.

Privés :
Les professionnels du tourisme du Cher.

CADRE DE RÉFÉRENCE FONDAMENTAL

1. LA VOCATION

C'est le ou les métiers exercé(s) par l'entreprise pour atteindre ses finalités, c'est ce qui définit le positionnement de l'entreprise.

ACCROÎTRE *la performance économique du territoire à travers le développement de l'activité touristique.*

2. LES FINALITÉS

C'est la raison d'être de Tourisme & Territoires du Cher, son ambition, ses objectifs, ce à quoi elle sert et ce vers quoi elle va.

DEVENIR *l'un des territoires touristiques ruraux français les plus attractifs.*
AMÉLIORER *le poids économique du tourisme dans le Cher.*
S'IMPOSER *comme fédérateur incontournable auprès des acteurs locaux.*

3. LES CONTRAINTES

Ce sont les barrières structurelles et elles sont considérées comme étant intangibles (immatérielles).
La raréfaction des finances publiques motive et impose une ***OPTIMISATION DES CHARGES*** **pour assurer la production.**

4. L'ÉTHIQUE

C'est l'ensemble des valeurs portées et qui sont en quelque sorte les «règles du jeu» qui prévalent pour mettre en place les actions.

ŒUVRER *dans le cadre de l'intérêt général du territoire.*
INTÉGRER *les clients au sens large, au cœur de nos préoccupations.*

2027
UNE ANNÉE DE TRANSFORMATION ET DE MISE EN ŒUVRE

Tourisme & Territoires du Cher passe de la préparation à l'action :
Transformer nos outils en leviers de performance et préparer collectivement le territoire à l'échéance exceptionnelle de Bourges 2028 – Capitale européenne de la Culture.
Notre ambition est claire : faire progresser l'attractivité, la qualité de l'expérience touristique et les retombées économiques, au bénéfice des visiteurs, des socio-professionnels et de l'ensemble des territoires.

Tourisme & territoires DU CHER

1

CONNECTER ET COMMERCIALISER L'OFFRE

Déployer Berry Province Réservation, la nouvelle plateforme territoriale de commercialisation, pour rendre l'offre touristique, culturelle et événementielle plus visible, plus accessible et plus facilement réservable.
Finalité : transformer davantage l'intérêt pour la destination en consommation touristique et en retombées économiques locales.

2

STIMULER LA DÉCOUVERTE ET LA CONSOMMATION

Expérimenter le Pass touristique Berry Province comme nouvel outil de découverte du territoire. Le Pass doit encourager les visiteurs à faire plus, rester plus longtemps, découvrir davantage de sites et mieux répartir leurs dépenses sur le territoire.
Finalité : augmenter la fréquentation croisée des sites et développer la valeur économique générée par chaque séjour.

3

PASSER À L'OPÉRATIONNEL POUR BOURGES 2028

Déployer le plan d'actions touristique Bourges 2028, désormais construit avec les acteurs du territoire.
Finalité : faire de Bourges 2028 un accélérateur touristique dont les bénéfices irriguent Bourges, son agglomération, le Cher et les territoires partenaires.

4

PLACER L'EXPÉRIENCE VISITEUR AU CENTRE

Fluidifier l'ensemble du parcours visiteur, de l'inspiration à la réservation, de l'arrivée sur le territoire jusqu'au partage de l'expérience.
Finalité : tendre vers une satisfaction maximale et faire de la qualité d'accueil un marqueur différenciant de la destination.

5

AGIR COLLECTIVEMENT

Renforcer la transversalité entre les quatre pôles de l'Agence et la coordination avec les partenaires du territoire.
Finalité : gagner en réactivité, mutualiser les compétences et concentrer les moyens sur les priorités qui produisent le plus d'impact.

Notre boussole : plus de valeur pour le territoire, plus de services pour les professionnels, plus de fluidité pour le visiteur.

BOURGES 2028 – UN PROJET TOURISME & TERRITOIRES DU CHER TRANSVERSAL

Faire de Bourges 2028 – Capitale européenne de la Culture un accélérateur durable de l'attractivité et de l'économie touristique, en mobilisant l'ensemble des expertises de l'Agence au service d'un parcours visiteur fluide, accessible et performant.

Quatre grands chantiers :

Développer	**Promouvoir**	**Commercialiser**	**Accueillir**
Structurer l'offre	Donner envie	Transformer l'envie en achat	Garantir l'expérience
Qualifier	Générer de la visibilité	Plateforme	Hospitalité
Accompagner	Produire les contenus	Pass touristique	SADI
Rendre accessible	Presse / influence	Billetterie	Information
Observer	Campagnes	Séjours / packages	Satisfaction

NOTRE OBJECTIF COMMUN :
MAXIMISER LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES TOUT EN GARANTISSANT LA SATISFACTION DU VISITEUR.

LA GOUVERNANCE ET LES RÉSULTATS ATTENDUS

Les actions de chaque pôle :

- Berry Province Développement : structuration, qualification, accessibilité, ingénierie, observation.
- Berry Province Communication : attractivité, visibilité, contenus, campagnes, presse et influence.
- Berry Province Réservation : plateforme, pass, billetterie, produits et conversion.
- Bourges Berry Tourisme : accueil, information, hospitalité, parcours visiteur et satisfaction.
- Direction : coordination, arbitrage, suivi global et relation avec les partenaires institutionnels.

Nos 5 indicateurs transversaux :

- Offre touristique mobilisable pour 2028.
- Professionnels accompagnés.
- Part de l'offre accessible et commercialisable.
- Taux de satisfaction des visiteurs.
- Retombées économiques / consommation générée.

Retrouvez sur les fiches actions l'impact de Bourges 2028



TRANSFORMATION = l'action change durablement notre manière de travailler, de vendre, d'accueillir ou de structurer la destination.



ACCÉLÉRATION = Bourges 2028 impose de renforcer l'action déjà existante et de la déployer plus vite ou plus largement



CONTRIBUTION = l'action participe concrètement à la réussite de B28, sans être transformée en profondeur.

membre du CLUB INGÉNIERIE ADN Tourisme



4 PLAN D'ACTIONS BERRY PROVINCE DÉVELOPPEMENT

Tourisme & territoires DU CHER

NOS 3 AMBITIONS :

1

COMPRENDRE

Observer l'économie touristique, analyser les évolutions des clientèles et mesurer les impacts pour éclairer les décisions publiques et privées.

2

STRUCTURER

Faire émerger et consolider les filières, les patrimoines, les labels et les démarches de qualité, d'accessibilité et de transition environnementale.

3

ACCOMPAGNER

Soutenir les collectivités, les investisseurs et les professionnels dans leurs projets, favoriser l'investissement touristique et renforcer la compétitivité des offres.

Une ingénierie au service de la performance touristique, de l'attractivité des territoires et de la montée en qualité de l'offre.

RENCONTRES DES ACTEURS

ACTEURS & PARTENAIRES
INFORMER • FÉDÉRER • OUTILLER



Faire de l'assemblée générale un moment privilégié pour les acteurs touristiques du territoire en proposant un format différent et plus complet afin de favoriser la fédération des acteurs autour des marques de destination et ainsi faire de l'Agence un acteur incontournable.

CIBLES

Clients acteurs du territoire.

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Organiser l'assemblée générale et mobiliser les acteurs touristiques du département.
- Organiser des mini-conférences, ateliers, moments d'échanges, retours d'expérience.
- Mettre en avant les expertises de l'Agence.
- Enregistrer les conférences et les retours d'expérience pour les diffuser sur YouTube.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Nombre de participants.
- Évaluation à travers un questionnaire de satisfaction.

PILOTAGE
Pilote : Virginie PENNETIER
Contributeurs : *Toute l'agence.*

BUDGET
Inclus dans la ligne Opérations spécifiques Acteurs
3 000 €

OBSERVATION & ÉVALUATION

BERRY PROVINCE DÉVELOPPEMENT

Observer et évaluer l'économie touristique du territoire afin d'orienter les politiques de développement et d'investissement.

CIBLES

Collectivités territoriales et leurs groupements, prestataires, partenaires, créateurs d'entreprise, cabinets d'étude, presse...

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Élaborer le bilan de l'économie touristique et les notes de conjoncture.
- Quantifier l'offre d'hébergements et de prestations touristiques.
- Analyser les données conjoncturelles sur l'hébergement et l'itinérance douce.
- Développer l'observation récurrente des clientèles, mettre en place des études thématiques et de filières.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Nombre de partenaires renseignés et taux de satisfaction.
- Diversification et pertinence des outils d'observation.

PILOTAGE
Pilote : Vincent PLISSON
Contributeurs : INSEE / CRT Centre-Val de Loire / Autres organismes partenaires

BUDGET
15 900 €
En partenariat avec le CRT Centre-Val de Loire

STRATÉGIE

BERRY PROVINCE DÉVELOPPEMENT

Soutenir l'investissement public et privé en aidant les collectivités et partenaires à faire aboutir des projets et créer de l'économie touristique sur le département.

CIBLES

Collectivités territoriales et leurs groupements, prestataires et investisseurs.

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- **Au service des Élus** : participer à l'accompagnement des élus dans la conception et la mise en œuvre opérationnelle de la politique touristique du territoire.
- **Au service de l'ensemble des partenaires** : accompagner les collectivités et les prestataires dans l'étude et la mise en place de projets structurants pour le développement de l'offre touristique locale. Favoriser l'implantation de nouvelles entreprises et la transmission de biens touristiques.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Nombre de territoires et de partenaires accompagnés.
- Transmission des biens touristiques.
- Développement de l'investissement touristique.

PILOTAGE

Pilote : Vincent PLISSON

Contributeurs : Collectivités, Conseil départemental du Cher, Région Centre-Val de Loire, ADN Tourisme.

BUDGET

Ressources Humaines

COMPÉTITIVITÉ & INNOVATION

BERRY PROVINCE DÉVELOPPEMENT

Conforter la compétitivité et l'innovation des offres et des destinations touristiques.

CIBLES

Sites de visite, Offices de Tourisme et partenaires.

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- **Au service des sites de visite : encourager les structures à intégrer de nouvelles dynamiques en termes d'animation, de recherche et d'innovation.**
- **Au service des Offices de Tourisme : mener des actions collectives et apporter des services dans une optique de professionnalisation. Poursuivre le déploiement de l'outil PilOT.**
- **Au service de l'ensemble des partenaires : suivre l'e-réputation des destinations et des prestataires via l'outil FairGuest. Proposer un accompagnement à 360°.**

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Nombre de sites touristiques et de prestataires accompagnés.
- Nombre d'Offices de Tourisme entrés dans les démarches.

PILOTAGE

Pilotes : Sandrine GERARD, Vincent PLISSON

Contributeurs : Offices de Tourisme du Cher, ADN Tourisme, CRT Centre-Val de Loire

BUDGET

Observation & développement

15 900 €

QUALITÉ

BERRY PROVINCE DÉVELOPPEMENT

Proposer une offre et une information qualifiée en donnant aux touristes des critères objectifs et homogènes sur la qualité des prestations proposées.

CIBLES

Collectivités territoriales et leurs groupements, partenaires, prestataires touristiques et créateurs d'entreprise.

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Animer la démarche Qualité Sites en Centre-Val de Loire.
- Accompagner les Offices de Tourisme dans l'obtention de la marque Destination d'excellence (ex-Qualité Tourisme).
- Classer les meublés de tourisme selon les normes Atout France.
- Coordonner la qualification Chambre d'hôtes Référence.



CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Nombre de prestataires accompagnés et qualifiés.
- Meilleure lisibilité et qualité de l'offre.
- Augmentation de la fréquentation, de la durée de séjour et du chiffre d'affaires.

PILOTAGE

Pilote : Sandrine GERARD

Contributeurs : Offices de Tourisme du Cher, ADT Touraine, ADN Tourisme, Atout France

BUDGET

Ressources Humaines

DURABILITÉ

BERRY PROVINCE DÉVELOPPEMENT

Intégrer une démarche durable dans l'ensemble de nos actions en tenant compte des enjeux économiques, environnementaux et sociétaux du secteur touristique dans le département.

CIBLES

Collectivités territoriales et leurs groupements, partenaires, prestataires touristiques et créateurs d'entreprise.

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Sensibiliser et accompagner les collectivités et professionnels du tourisme, les conseiller pour un tourisme plus responsable.
- Mettre en place des indicateurs d'évaluation de l'impact du tourisme.
- Contribution aux enjeux sociaux et inclusifs.
- Valoriser et promouvoir les itinéraires de randonnée.
- Qualifiquation Accueil Vélo.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Augmentation du nombre de sites candidats et porteurs des marques.
- Sensibilisation à la qualité et à l'accessibilité de l'offre touristique.
- Augmentation de la satisfaction client et du nombre de touristes.

PILOTAGE

Pilote : Mathilde PION et Léonie MORIZOT

Contributeurs : l'ensemble des équipes de l'Agence

BUDGET

Animation des filières

32 000 €

COMITÉ D'ITINÉRAIRE : CŒUR DE FRANCE À VÉLO

BERRY PROVINCE DÉVELOPPEMENT

Animation assurée conjointement par le CD18 pour le volet développement technique et stratégique de l'itinéraire, et par l'Ad2T pour l'ensemble des volets administratif, promotion, marketing et développement.



CIBLES

Collectivités territoriales et leurs groupements, partenaires, prestataires touristiques et usagers du Cœur de France à Vélo.

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Réalisation de supports techniques et de promotion de l'itinéraire.
- Animation des réunions de comité technique et comité de pilotage.
- Préparation et diffusion des outils de promotion pour la saison touristique.
- Déploiement des outils et sensibilisation des professionnels du tourisme

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Sensibilisation à la qualité et à l'accessibilité de l'offre touristique.
- Augmentation de la satisfaction client et du nombre de cyclotouristes.



PILOTAGE

Pilote : Mathilde PION

Contributeurs : + de 50 communes, 12 CdC, 3 syndicats de gestion du Canal/ Conseil départemental du Cher/Conseil départemental de l'Allier/Conseil départemental du Loir-et-Cher/ Conseil départemental de l'Indre-et-Loire.

BUDGET

Animation des filières

139 000 €

TOURISME ACCESSIBLE & INCLUSIF

BERRY PROVINCE DÉVELOPPEMENT

Faire de l'accessibilité un levier d'attractivité et de qualité en développant une offre touristique inclusive sur l'ensemble du territoire. Dans la perspective de Bourges 2028 – Capitale européenne de la Culture, l'Agence accompagne les professionnels afin d'améliorer le parcours visiteur et de garantir un accueil adapté à tous les publics.

CIBLES

Collectivités territoriales, offices de tourisme, prestataires touristiques, gestionnaires de sites, porteurs de projets et partenaires institutionnels.

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Déployer la stratégie départementale en faveur du tourisme accessible.
- Informer, sensibiliser et accompagner les professionnels dans leurs projets d'accessibilité.
- Réaliser des visites de pré-diagnostic et assurer le suivi des établissements.
- Coordonner les évaluations et accompagner les démarches de labellisation Tourisme & Handicap.
- Animer le réseau des partenaires et assurer une veille réglementaire et technique.
- Valoriser les établissements engagés au travers des outils de communication de l'Agence.
- Contribuer à la préparation de Bourges 2028 en développant une destination accessible et inclusive.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Nombre de structures accompagnées.
- Nombre de diagnostics et de dossiers instruits.
- Progression du nombre d'établissements labellisés.
- Nombre d'actions de sensibilisation réalisées.
- Satisfaction des professionnels accompagnés.
- Développement de l'offre touristique accessible sur le territoire.

PILOTAGE

Pilote : Chargé(e) de mission Tourisme Accessible

Contributeurs : Offices de Tourisme, Association Tourisme & Handicaps, ADN Tourisme, Conseil départemental du Cher, Bourges 2028.

BUDGET RH

BOURSE D'ÉCHANGE DE DOCUMENTATION TOURISTIQUE

BERRY PROVINCE DÉVELOPPEMENT

Bourges accueillera le 18 mars 2027 la bourse d'échange de documentation touristique du Cher au sein du Carré d'Auron. Ce moment d'échange convivial, qui ouvre la saison touristique, permet à chacun de disposer, en une journée et sur un seul lieu, de toute la documentation nécessaire pour accueillir les premiers vacanciers dans les meilleures conditions. Cette édition sera également rythmée par l'organisation d'un speed meeting, pensé pour favoriser le partage d'informations entre acteurs et mettre en lumière les nouveautés de la saison.

CIBLES

- Professionnels du tourisme

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Faciliter la diffusion de la documentation touristique.
- Améliorer la connaissance de l'offre.
- Mise en réseau des socio-pro.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Augmentation du nombre de participants.
- Augmentation de la satisfaction.

PILOTAGE

Pilote : Stéphanie MASSONNAT

Contributeurs : Noémie POUCHOT-ALBULUT, Jean-Marie FERRARE, Nathalie BOCCANFUSO, Jennifer DESILLE, élèves de BTS Tourisme de l'IES Sainte Marie

BUDGET

Animation des filières

3 000 €

RELAIS DÉPARTEMENTAL DES OFFICES DE TOURISME

BERRY PROVINCE DÉVELOPPEMENT

Le réseau des Offices de Tourisme est un acteur majeur de l'écosystème touristique départemental, un maillon essentiel pour garantir la satisfaction du visiteur sur notre territoire.
Un maillage de 8 structures et de 16 points d'accueil sur le département du Cher pour accompagner les touristes, les visiteurs et les habitants dans la découverte de notre Province.
Tourisme & Territoires du Cher, en tant que Relais Territorial, soutient et appuie les Offices de Tourisme et leurs collectivités au travers de dispositifs d'accompagnement et de montée en compétences.

CIBLES

Offices de Tourisme

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Animation, structuration, représentation du réseau.
- Accompagnement à des réflexions stratégiques et territoriales.
- Une animation collective et participative.
- Une écoute et un service de conseils et d'appui.
- La mise à disposition d'outils et de méthodologies en faveur de la montée en compétences des acteurs touristiques régionaux.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Augmentation du nombre de rencontres annuelles.
- Évaluation de la satisfaction des OT.

PILOTAGE
Pilote : Stéphanie MASSONNAT
Contributeurs : CRT Centre-Val de Loire / Conseil départemental du Cher

BUDGET
Ressources Humaines

ŒNOTOURISME

BERRY PROVINCE DÉVELOPPEMENT

Valoriser des destinations à vocation touristique et viticole proposant des produits touristiques complémentaires et des prestations qualifiées.



CIBLES

Collectivités territoriales et leurs groupements, viticulteurs, syndicats et unions viticoles, partenaires et prestataires touristiques.

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

Au service de la destination Berry Centre-Loire

- Accompagner le portage du renouvellement de la destination et intégrer l'AOP de Châteaumeillant au sein de celle-ci.
- Accompagner le BIVC dans la recherche de prestataires porteurs de la marque Vignobles & Découvertes.
- Organiser des animations et participer à des manifestations dédiées.
- Développer une communication sur différents supports.

Au service de la destination Sancerre-Pouilly-Giennois

- Accompagner le portage du renouvellement de la destination

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Nombre de prestataires accompagnés et ayant intégré la marque.
- Meilleure lisibilité et qualité de l'offre œnotouristique.
- Augmentation de la fréquentation, de la durée de séjour et des retombées économiques de la filière viti-vinicole.

PILOTAGE

Pilote : Sandrine GERARD

Contributeurs : BIVC, Atout France, ADT 45 et 58 et Offices de Tourisme des destinations Berry Centre-Loire et Sancerre-Pouilly-Giennois.

BUDGET

Animation des filières

8 000 €

5

PLAN D'ACTIONS BERRY PROVINCE COMMUNICATION





NOS 3 AMBITIONS :

1

FAIRE CONNAÎTRE

Accroître la notoriété de Berry Province et renforcer sa présence sur les marchés et auprès des clientèles prioritaires.

2

SÉDUIRE

Valoriser les sites, les patrimoines, les expériences et les temps forts du territoire à travers des contenus attractifs, cohérents et inspirants.

3

CONVERTIR

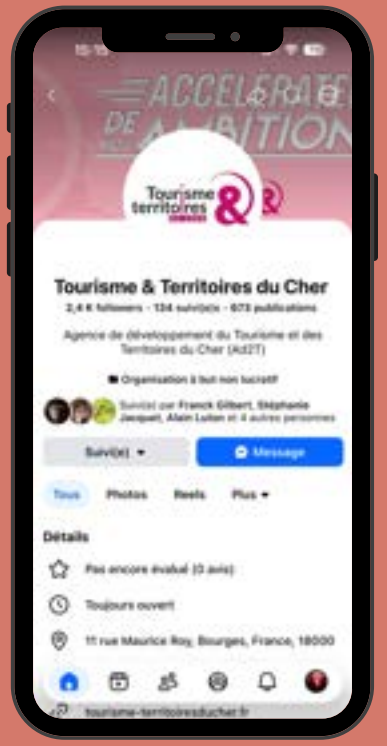
Transformer la visibilité en visites, en séjours et en consommation touristique grâce au digital, aux campagnes, aux relations presse et aux actions de promotion.

Une communication au service de la notoriété, de la désirabilité et de la fréquentation touristique.

SOCIAL MÉDIA

ACTEURS & PARTENAIRES
INFORMER • FÉDÉRER • OUTILLER

Multiplier la présence de l'Agence sur le web via les médias sociaux pour accroître nos chances de toucher nos cibles, renforcer notre notoriété, générer du trafic et favoriser la viralité des contenus



CIBLES

Acteurs touristiques du territoire et la presse

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Animer les comptes Facebook et LinkedIn.
- Relayer la production de contenus sur les réseaux sociaux de l'Agence.
- Sponsorisation des contenus qui le nécessitent.
- Diffuser une newsletter bimensuelle, le « Tendance Live », auprès d'une base de données qualifiée de nos clients acteurs.
- Produire du contenu pertinent (brèves et dossiers de fond) pour les acteurs touristiques du département.
- Édition CAP 2028.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Optimisation de l'impact digital.
- Performance des sponsorisations.
- Taux d'ouverture de la newsletter.

PILOTAGE
Pilotes : Jennifer DESILLE
Contributeurs :
Sandrine GERARD, Charlyne COQUERY et Chloé RAPIN.

BUDGET
Inclus dans la ligne Internet & Multimédia
37 200 €

PRESSE LOCALE

ACTEURS & PARTENAIRES
INFORMER • FÉDÉRER • OUTILLER



Faire de la presse locale un partenaire afin qu'elle relaie nos actions et nos actualités auprès des habitants et des acteurs locaux.

CIBLES

Clients acteurs du territoire, Presse.

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Envoyer régulièrement des communiqués de presse sur des sujets variés (notes de conjoncture, événements, actions spécifiques…).
- Organiser des points presse.
- Élaborer des dossiers de presse sur les actions marquantes de l'Agence (Plan média national, partenariats…).

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Relais des sujets dans la presse locale.

PILOTAGE
Pilotes : Jennifer DESILLE
Contributeurs : *toute l'Agence*

BUDGET
Inclus dans la ligne Relations Presse
15 500 €

SITE INTERNET PRO

ACTEURS & PARTENAIRES
INFORMER • FÉDÉRER • OUTILLER



Développer la visibilité de l'Agence et compiler toutes les informations, les outils et les actualités du territoire. Cet outil s'adresse à tous les acteurs et leur permet de trouver rapidement les informations.

CIBLES

Acteurs touristiques du territoire

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Communiquer sur les missions et les services de l'Agence.
- Produire du contenu : actualités du territoire, opportunités, veille…
- Mettre à disposition les résultats de l'observatoire, les notes de conjoncture et une boîte à outils.
- Alimenter l'agenda touristique à destination des professionnels.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Hausse de la fréquentation du site internet.
- Performance des publications et qualité des contenus.
- Répartition des publications par thématiques.

PILOTAGE

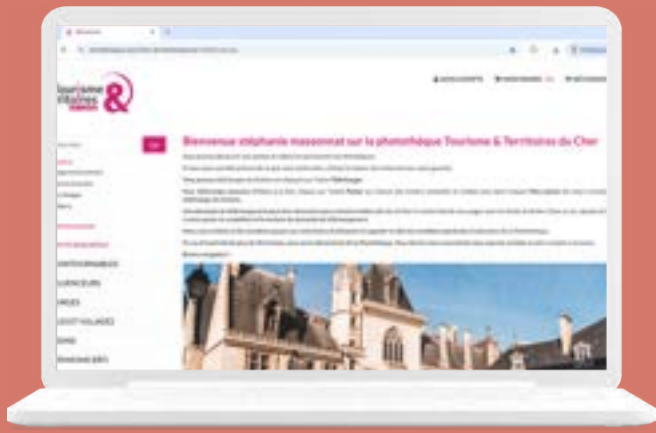
Pilotes : Jennifer DESILLE
Contributeurs :
Charlyne COQUERY, Sandrine GERARD, Agathe SIMONIN, Virginie PENNETIER, Nathalie BOCCANFUSO.

BUDGET

Inclus dans la ligne Internet & multimédia
37 200 €

LA BOÎTE À OUTILS

ACTEURS & PARTENAIRES
INFORMER • FÉDÉRER • OUTILLER



Mettre à disposition des acteurs touristiques du territoire une boîte à outils leur permettant de valoriser la destination et les marques en utilisant le même discours et les mêmes couleurs.

CIBLES

Clients acteurs du territoire.

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Enrichissement de la base de données Tourinsoft via le module VIT – alimentation des sites de destination et des brochures touristiques.
- Mise à disposition et promotion du kit de communication et de la photothèque en ligne avec des visuels libres de droit.
- Diffusion de la documentation.
- Mise à disposition des données issues de l'observatoire et des notes de conjoncture.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Qualification de la donnée sur Tourinsoft.
- Diffusion des éditions, stock proche de zéro.
- Nombre d'ouvertures de comptes sur la photothèque

PILOTAGE
Pilote : Nathalie BOCCANFUSO
Contributeurs : *Jennifer DESILLE, Jean-Marie FERRARE, Chloé RAPIN*

BUDGET
inclus dans Opé. Spécifiques acteurs
26 500 €

COMMUNICATION BERRY

BERRY PROVINCE COMMUNICATION

Le plan de communication « Berry » se veut multicanal et innovant afin de porter la destination à l'échelle nationale. Dans la continuité des années précédentes, il est élaboré chaque année en concertation avec l'Agence d'Attractivité de l'Indre et le Comité Régional du Tourisme.

CIBLES

Clients consommateurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES*

- Campagne d'affichage nationale.
- Site internet Berryprovince.com.
- Production de contenus, externalisée.
- Sponsorisation sur les réseaux sociaux.
- Référencement sponsorisé Google Ads.
- Mise à disposition d'un kit de communication pour les prestataires.
- *Certaines actions sont susceptibles d'être modifiées suite au comité de pilotage.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Performances digitales réseaux sociaux et site internet.
- Performances des campagnes d'affichage.

PILOTAGE
Pilote : Stéphanie MASSONNAT
Contributeurs : Berry Province Communication / Agence d'Attractivité de l'Indre / CRT Centre-Val de Loire.

BUDGET
Communication Berry*
320 000 €
Piloté par le Cher jusqu'en 2027
*Financement 25 % CD18, 25 % CD36, 50 % Région Centre-Val de Loire

COMMUNICATION 360°

BERRY PROVINCE COMMUNICATION

Assurer une communication multicanale à 360° demande sans cesse de nouvelles expertises, mais présente l'avantage de mobiliser tous les supports et les points de contact avec les prospects et les clients.

CIBLES

Clients consommateurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- ÉDITIONS : création et diffusion d'une carte touristique dédiée au Berry (en partenariat avec l'Indre) avec un guide expérientiel des incontournables du territoire.
- CAMPAGNE TÉLÉVISION : sur les chaînes nationales.
- RELATIONS PRESSE : participation aux workshops pour conforter la destination sur de grands supports, démarchage et réponse aux sollicitations.
- INSERTIONS PUBLICITAIRES : à l'échelle locale ou nationale

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Diffusion des éditions et évaluation qualitative par un questionnaire de satisfaction.
- Équivalence publicitaire.
- Nombre d'accueils presse.

PILOTAGE
Pilote : Jennifer DESILLE
Contributeurs : Berry Province Communication/Agence d'Attractivité de l'Indre/CRT Centre-Val de Loire.

BUDGET
Communication Berry*
320 000 €
Piloté par le Cher jusqu'en 2027
*Financement 25 % CD18, 25 % CD36, 50 % Région Centre-Val de Loire

COMMUNICATION 360°

BERRY PROVINCE COMMUNICATION

Assurer une communication multicanale à 360° demande sans cesse de nouvelles expertises, mais présente l'avantage de mobiliser tous les supports et les points de contact avec les prospects et les clients.

CIBLES

Clients consommateurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- NEWSLETTER : diffusion d'une lettre éditoriale mensuelle auprès d'une base de données qualifiée et mutualisée avec l'Indre.
- Diffusion de « MonCherAgenda », agenda hebdomadaire auprès d'une base de données spécifique au Cher.
- Réseaux sociaux : animation de Facebook et Instagram.
- Site internet : administration du site internet.



CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Performances digitales réseaux sociaux et site internet.
- Taux d'ouverture des newsletters.

PILOTAGE
Pilotes : Chloé RAPIN, Nathalie BOCCANFUSO
Contributeurs : Berry Province Communication / Agence d'Attractivité de l'Indre.

BUDGET
Internet & Multimédia
37 200 €

PRODUCTION DE CONTENUS

BERRY PROVINCE COMMUNICATION

La production de contenus permet d'apporter à la communauté Berry Province des éléments de connaissance de la destination et déclenche ainsi des séjours. Elle alimente les réseaux sociaux et le blog.

NB: production mutualisée et ligne éditoriale propre à chaque marque.

CIBLES

Clients consommateurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- PHOTOGRAPHIE : reportage photos du territoire traité par thématiques, territoires et/ou saisonnalités. Ces photos, réalisées en interne et donc libres de droit, peuvent être mises à disposition des partenaires après un an d'utilisation par nos soins.
- VIDÉO : reportage vidéo traité par thématiques, territoires et/ou saisonnalités. Il alimente aussi bien les réseaux sociaux sur des formats courts et éphémères que des formats plus conventionnels.
- RÉDACTIONNEL : la rédaction web optimise le référencement naturel et alimente le blog sur des thématiques particulières.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Performances digitales réseaux sociaux et site internet.
- Appropriation des acteurs des formats photos et vidéos.

PILOTAGE

Pilote : Chloé RAPIN

Contributeurs : Berry Province Communication et Noémie POUCHOT-ALBULUT

BUDGET

Ressources humaines

L'ITINÉRANCE DOUCE EN BERRY

BERRY PROVINCE COMMUNICATION

La valorisation de l'itinérance douce constitue un axe stratégique du développement touristique. En s'appuyant sur des plateformes spécialisées telles que Komoot, Strava ou Cirkwi, la destination souhaite renforcer sa visibilité auprès de communautés d'itinérants déjà engagées et géolocalisées, afin d'optimiser la fréquentation et l'image de ses itinéraires cyclables, de randonnée et autres mobilités douces.

CIBLES

Clients consommateurs - Pratiquants d'activités de pleine nature (randonneurs, cyclotouristes, trailers, gravelistes…)
Utilisateurs actifs de plateformes d'itinérance



ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- RÉFÉRENCEMENT : création et publication de parcours sélectionnés sur les plateformes ciblées (Komoot, Strava, Cirkwi), avec contenus enrichis (photos, récits, POI touristiques).
- PRODUCTION DE CONTENUS : valorisation des itinéraires via des stories, vidéos immersives, podcasts ou témoignages d'utilisateurs.
- COMMUNICATION DIGITALE : activation de campagnes sponsorisées ciblées par géolocalisation et centres d'intérêt.
- INFLUENCE / PRESSE : collaboration avec des ambassadeurs outdoor pour relayer les parcours.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Nombre d'abonnés / téléchargements des parcours.
- Performances des publications (reach, engagement).
- Augmentation de la fréquentation sur les itinéraires valorisés.

PILOTAGE
Co-pilotage : Berry Province Développement / Berry Province Communication
Contributeurs : Pôle développement, Comité d'itinéraire Cœur de France à Vélo

BUDGET Communication Berry*
320 000 €
Piloté par le Cher jusqu'en 2027
*Financement 25 % CD18, 25 % CD36, 50 % Région Centre-Val de Loire

OPÉRATIONS SPÉCIFIQUES ACTEURS

BERRY PROVINCE COMMUNICATION

La valorisation et l'accompagnement des événements de la destination contribuent à leur succès et fédèrent autour de la marque. Cela contribue au dynamisme local du territoire mais aussi auprès d'un public de passage en Berry.

CIBLES

Clients acteurs et consommateurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Village Berry Province en partenariat avec le festival Le Printemps de Bourges et les producteurs de la région.
- Mise à disposition de mobilier aux couleurs de la destination (chiliennes, barnum, oriflammes…).
- Création d'objets publicitaires à l'effigie de la marque de destination.
- Transmission de la base de données « événements » au Berry Républicain pour le guide de l'été.
- DIGITAL : intégration dans l'agenda des sites internet / valorisation sur les réseaux sociaux / production de contenus.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Performances digitales réseaux sociaux et site internet.
- Nombre de partenariats.
- Augmentation de la fréquentation touristique.



PILOTAGE

Pilote : Chloé RAPIN

Contributeurs: Stéphanie MASSONNAT, Nathalie BOCCANFUSO, Jennifer DESILLE

BUDGET

Opérations Spécifiques Acteurs

26 500 €

CHAMPIONNAT DU BISTROT LE PLUS AUTHENTIQUE DU CHER

BERRY PROVINCE COMMUNICATION

Le Cher possède une identité forte, faite de villages, de cafés, de personnages et de lieux de vie qui incarnent une authenticité réelle, aujourd'hui particulièrement recherchée. L'objectif du Championnat est de valoriser ce patrimoine vivant sans le transformer, en portant un regard contemporain, populaire et décalé sur ce qui fait l'âme du territoire. L'opération s'appuie sur la marque Berry Province pour donner une forte visibilité à cette identité et créer un rendez-vous fédérateur, médiatique et touristique. Le concept repose sur une promesse simple : « Pas le meilleur. Le plus Berry. »

CIBLES

Habitants du Cher, bistrotiers et professionnels concernés, clientèles touristiques et excursionnistes, communautés digitales, presse locale et nationale, médias food, lifestyle, voyage et société.

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Lancer le Championnat du bistrot le plus authentique du Cher – par Berry Province.
- Mobiliser les habitants pour proposer et défendre les bistrots de leur territoire.
- Organiser une tournée Berry Province à la rencontre des établissements sélectionnés.
- Créer différentes catégories valorisant les lieux, les patrons, les habitués, les plats, les ambiances et les histoires de bistrot.
- Associer les habitants au dispositif en tant que jurés et favoriser la création de contenus participatifs.
- Produire des portraits, interviews, photos et vidéos mettant en scène les bistroteurs, les équipes et les habitués.
- Déployer une identité graphique contemporaine et volontairement décalée, en rupture avec les codes touristiques traditionnels.
- Organiser la remise du Zinc d'Or au « Bistrot le plus authentique du Cher ».
- Déployer une stratégie de relations presse et de communication digitale autour des candidats, de la tournée, du classement et du lauréat. Le brief identifie un fort potentiel éditorial, notamment auprès des médias locaux, food, lifestyle, voyage et société.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Nombre de bistrots participants et de communes représentées.
- Mobilisation des habitants : propositions, votes et contributions.
- Performances des contenus sur les réseaux sociaux.
- Nombre et qualité des retombées presse.
- Fréquentation et mobilisation autour de la finale et du Zinc d'Or.

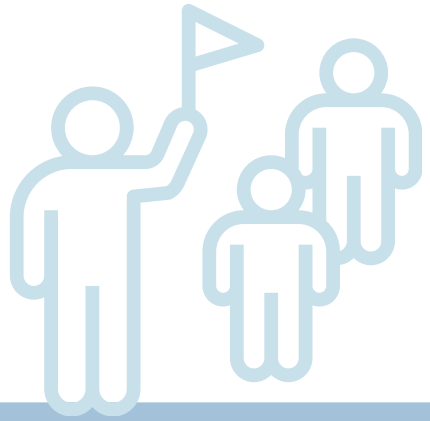
PILOTAGE

Pilote : Chloé RAPIN

Contributeurs: Berry Province Communication

BUDGET

Mécénat - 4000 €



6

PLAN D'ACTIONS BERRY PROVINCE RÉSERVATION

NOS 3 AMBITIONS :

1

METTRE EN MARCHÉ

Structurer et développer la mise en marché de l'offre touristique du territoire : hébergements, activités, séjours, groupes, GIR et tourisme d'affaires.

2

DÉVELOPPER

Créer de nouvelles offres, développer de nouveaux marchés et adapter les produits aux attentes des clientèles individuelles, groupes et entreprises.

3

CONVERTIR

Faire de Berry Province Réservation un véritable levier de performance en facilitant l'achat, en développant les ventes croisées et en transformant l'intérêt pour la destination en chiffre d'affaires pour les acteurs du territoire.

Une commercialisation au service de la performance économique, de la mise en marché et des retombées pour les professionnels.

LOCATIF

BERRY PROVINCE RÉSERVATION

Dans un contexte concurrentiel notamment dû à la multiplication des canaux de distribution, nous devons adapter nos moyens et nos outils afin de consolider et développer la commercialisation des meublés de tourisme labellisés et classés.



CIBLES

Clients acteurs et consommateurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Optimiser nos offres locatives en créant de nouveaux produits, en concevant de nouvelles offres et en proposant des ventes additionnelles.
- Fidéliser notre clientèle.
- Rechercher de nouveaux marchés et de nouvelles clientèles.
- Mettre en place des actions de promotion complémentaires, newsletter et conseils pré-séjour.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Volume d'affaires : 1 360 000 €.
- Marge HT : 220 000 €.
- Évolution positive du nombre d'unités du parc.
- Indicateurs de réservation en hausse.

PILOTAGE

Pilotes : Agathe BAULU et Lynn MOUA NOU TOUA

Contributeurs : Berry Province Réservation / Gîtes de France

PLATEFORME DE BERRY PROVINCE RÉSERVATION

BERRY PROVINCE RÉSERVATION

Déployer une plateforme territoriale mutualisée permettant la commercialisation multicanale de l'offre touristique, culturelle et événementielle, afin d'améliorer l'expérience visiteur, de fluidifier le parcours client grâce au panier dynamique puissant et sécurisé. Ceci a pour but de préparer Bourges 2028 – Capitale européenne de la Culture.

CIBLES

Ville de Bourges, Bourges Plus, Association Bourges 2028, Bourges Berry Tourisme, Berry Province Réservation, Offices de Tourisme, Sites touristiques et culturels, Organisateurs d'événements, Prestataires de loisirs et hébergeurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Déployer la plateforme Ingénie (billetterie, hébergements, boutique, CRM).
- Mettre en place les premières marques blanches et widgets de réservation pour les partenaires.
- Déployer la billetterie mutualisée (musées, événements, visites, activités).
- Intégrer le panier dynamique afin de favoriser les ventes croisées entre hébergements, activités et événements.
- Former les administrateurs et accompagner les partenaires dans la prise en main de l'outil.
- Déployer le CRM pour développer la connaissance client et les actions de fidélisation.
- Conduire une phase de tests avant la montée en charge liée à Bourges 2028.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Plateforme opérationnelle avant fin 2027.
- Nombre de partenaires intégrés.
- Nombre de billetteries créées.
- Nombre de widgets / marques blanches déployés.
- Nombre d'utilisateurs formés.
- Nombre de prestations commercialisées.
- Volume d'affaires généré via la plateforme.
- Nombre de contacts qualifiés dans le CRM.

PILOTAGE

Pilotes : Stéphanie MASSONNAT/Ninon BORNAND/Corine MALROUX

Contributeurs : Berry Province Réservation et Berry Province Communication

PASS TOURISTIQUE BERRY PROVINCE

BERRY PROVINCE RÉSERVATION

Inscrit dans la stratégie de la marque de destination Berry Province et dans le cadre du plan CAP 2028, le Pass Touristique constitue un levier majeur pour fluidifier le parcours du visiteur, accroître la fréquentation des sites et générer davantage de retombées économiques pour les acteurs touristiques.



CIBLES

Clientèles individuelles françaises, familles, excursionnistes, cibles partenaires, sites touristiques, musées, offices de tourisme

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Finaliser l'offre de prestations et le réseau de partenaires.
- Déployer le Pass (24h / 48h / 72h ou plus) en phase test.
- Mettre en production la plateforme de vente en marque blanche et les outils numériques.
- Former les Offices de Tourisme et les prestataires.
- Déployer la communication Berry Province et accompagner la commercialisation.
- Assurer le pilotage, le suivi des ventes et l'évaluation du dispositif.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Nombre de prestataires intégrés.
- Nombre d'OT distributeurs et partenaires formés.
- Nombre de Pass vendus.
- Nombre moyen de prestations consommées par Pass.
- Montant redistribué aux prestataires.
- Satisfaction des partenaires.
- Bilan annuel présenté en COPIL Berry Province.



PILOTAGE

Pilote : Vincent PLISSON

Contributeurs : Corine MALROUX / Berry Province Communication / Offices de Tourisme du Berry / Socio-professionnels

DÉVELOPPER LES MARCHÉS BtoB: Workshops & prospection

BERRY PROVINCE RÉSERVATION

Développer la commercialisation de la destination auprès des prescripteurs français et internationaux en renforçant la présence de Berry Province Réservation sur les principaux rendez-vous professionnels du tourisme. Ces workshops constituent un levier de prospection, de référencement et de mise en relation directe avec les tours opérateurs, agences de voyages, autocaristes et organisateurs de groupes.

CIBLES

Tours opérateurs, agences de voyages, autocaristes, voyagistes spécialisés, organisateurs de groupes et prescripteurs français et internationaux.

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Participer aux workshops organisés dans le cadre du Club Destination Groupes d'ADN Tourisme.
- Participer à Rendez-vous en France – Bordeaux, 23 et 24 mars 2027, après l'édition de Nice en 2026.
- Valoriser les offres groupes, circuits, séjours et expériences commercialisés par Berry Province Réservation.
- Positionner Bourges 2028 comme un levier d'attractivité et un argument de programmation pour les clientèles françaises et européennes.
- Développer les synergies avec les grandes destinations voisines, notamment le Val de Loire, afin d'intégrer Bourges et le Berry dans des itinéraires existants.
- Organiser le suivi commercial des contacts rencontrés : relances, envoi d'offres, qualification des prospects et transformation en programmation.
- Adapter l'offre à partir des retours des prescripteurs : accessibilité, mobilité, durée des séjours, petits groupes et attentes internationales.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Nombre de workshops réalisés et de rendez-vous BtoB obtenus.
- Nombre de contacts qualifiés intégrés au fichier de prospection.
- Nombre de relances commerciales réalisées.
- Nombre de demandes de cotation générées.
- Nombre de nouveaux tours opérateurs ou agences programmant la destination.
- Chiffre d'affaires généré à la suite des opérations de prospection.

PILOTAGE

Pilotes : Nadia NEZLIOUI et Charlyne COQUERY
Contributeurs : Berry Province Communication / ADN Tourisme, Atout France, CRT Centre-Val de Loire

TOURISME D'AFFAIRES

BERRY PROVINCE RÉSERVATION

Les entreprises locales nous sollicitent pour l'organisation de leurs événements internes, séminaires, conventions ou opérations événementielles. Nous avons adapté nos offres et nos actions spécifiques vers cette cible.

CIBLES

Clients acteurs et consommateurs



ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Mise à jour des supports de communication à des fins de prospection (brochure, emailing, ...).
- Prospecter les entreprises pour aller vers de nouveaux marchés.
- Prospecter et créer de nouvelles offres en partenariat avec nos prestataires.
- Conforter notre position de guichet unique dans la fourniture de solutions clé en main pour les événements, congrès, etc.
- Organiser des prestations pour les entreprises.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Volume d'affaires inclus dans celui des séjours groupes.
- Marge HT incluse dans celle des séjours groupes.
- Nombre d'accueils réalisés.
- Hausse du chiffre d'affaires.

PILOTAGE

Pilotes : Charlyne COQUERY et Nadia NEZLIOUI

Contributeurs : Berry Province Communication

INDIVIDUELS & GROUPES D'INDIVIDUELS RECONSTITUÉS (GIR)

BERRY PROVINCE RÉSERVATION

Développer une offre de séjours et d'expériences à destination des clientèles individuelles, en phase avec les nouvelles attentes de découverte, d'immersion et de personnalisation. L'objectif est de renforcer la consommation touristique sur le territoire, de favoriser les ventes additionnelles et de mieux valoriser les offres des partenaires grâce à Berry Province Réservation.

CIBLES

Clientèles individuelles françaises et internationales, couples, familles, petits groupes affinitaires, habitants et excursionnistes.

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Poursuivre et faire évoluer les Visites Secrètes en partenariat avec les entreprises et les acteurs du territoire.
- Concevoir de nouvelles expériences thématiques et immersives : patrimoine, savoir-faire, gastronomie, œnotourisme, nature, culture et événements.
- Développer des offres GIR autour de temps forts ou de thématiques identitaires de la destination.
- Construire des produits combinant plusieurs prestations : visite, activité, restauration, hébergement ou événement.
- Intégrer et commercialiser ces offres sur la plateforme Berry Province Réservation.
- Développer les ventes additionnelles et les offres croisées grâce au panier dynamique.
- Mettre en place des actions de communication ciblées en lien avec Berry Province Communication.
- Adapter les offres selon la saisonnalité et les opportunités liées à Bourges 2028.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

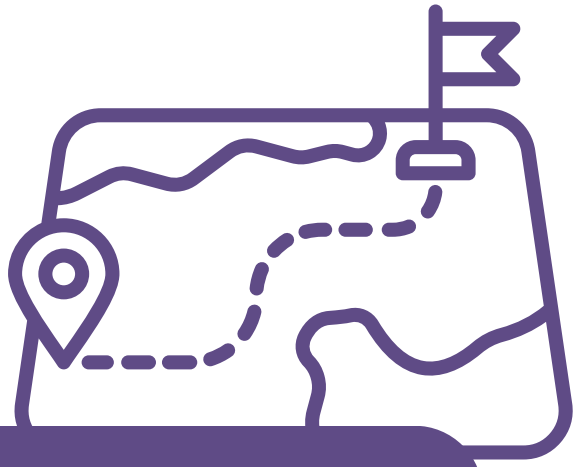
- Volume d'affaires généré par les clientèles individuelles et GIR.
- Marge HT générée.
- Nombre de nouvelles offres ou expériences commercialisées.
- Nombre de participants et de dossiers réalisés.
- Part des ventes réalisées via la plateforme Berry Province Réservation.
- Taux de satisfaction des clients.
- Évolution du chiffre d'affaires par rapport à 2026.

PILOTAGE

Pilotes : Charlyne COQUERY et Nadia NEZLIOUI

Contributeurs : Berry Province Communication.





7

PLAN D'ACTIONS BOURGES BERRY TOURISME

Tourisme & territoires DU CHER

DÉFINIR LES CONTOURS DE LA DESTINATION BOURGES & SES ENVIRONS

Enjeu 2027 : transformer l'opportunité Bourges 2028 en performance touristique durable

FORCES

Cathédrale UNESCO et patrimoine historique remarquable.
Offre culturelle dense, portée par le Printemps de Bourges.
Destination à taille humaine, favorable aux courts séjours.
Complémentarité patrimoine, nature en ville, gastronomie et savoir-faire.
Effet de surprise très positif auprès des visiteurs.
Dynamique exceptionnelle liée à Bourges 2028.

FAIBLESSES

Notoriété encore insuffisante face aux destinations concurrentes.
Accessibilité ferroviaire perfectible et sentiment d'éloignement.
Offre parfois insuffisamment lisible et commercialisée.
Consommation touristique concentrée sur certains temps de visite.
Animations du soir et hors saison encore limitées.
Parcours client à fluidifier entre information, réservation et mobilité.

OPPORTUNITÉS

Bourges 2028 comme accélérateur d'attractivité et de transformation.
Plateforme de réservation pour rendre l'offre visible et réservable.
Pass touristique favorisant la consommation croisée.
Développement du tourisme culturel, expérientiel et de proximité.
Essor des mobilités douces et du slow tourisme.
Renforcement des synergies entre Bourges, l'agglomération et le Cher

MENACES

Concurrence accrue entre destinations françaises de courts séjours.
Attentes élevées en qualité, accessibilité et fluidité du parcours.
Risque de déception si la montée en fréquentation n'est pas anticipée.
Pression sur l'accueil, la mobilité, la restauration et certains services.
Ressources financières publiques contraintes.
Effets du changement climatique sur les usages et conditions d'accueil

BOURGES & SES ENVIRONS ... LA DESTINATION

UNE DESTINATION ENCORE À RÉVÉLER, PRÊTE À CHANGER D'ÉCHELLE

Capitale historique du Berry, Bourges s'appuie sur une cathédrale UNESCO, un centre ancien remarquable, les marais en cœur de ville et une offre culturelle renforcée par Bourges 2028.

Autour d'elle, Mehun-sur-Yèvre, La Borne, Menetou-Salon et les territoires environnants enrichissent la promesse par le patrimoine, les savoir-faire, la gastronomie, les vignobles et la nature.

PATRIMOINE	UNESCO, histoire, architecture
CULTURE	Création, évènements Bourges 2028
ART DE VIVRE	Gastronomie, vignobles, savoir-faire
NATURE & EXPÉRIENCE	Marais, itinérance, découvertes douces



Enjeu 2027 :
Transformer l'opportunité Bourges 2028 en performance touristique durable

MISE EN PLACE DU SADI – SCHÉMA D'ACCUEIL ET DE DIFFUSION DE L'INFORMATION

BOURGES BERRY TOURISME

Nous partons du constat que l'information touristique est aujourd'hui et depuis longtemps très largement digitalisée. Par conséquent, la fréquentation des Offices de Tourisme ne cesse de diminuer.
L'objectif est de créer une communauté forte et solidaire d'accueillants, avec des prestataires de tous types (sites d'activités, hébergeurs, commerces), sur lesquels s'appuyer pour informer le touriste / l'habitant, tant en amont de sa visite que sur place.
En partenariat avec le CRT Centre-Val de Loire, et dans le cadre de sa Stratégie de Développement Touristique Régionale « Ambitions tourisme 2030 », Tourisme & Territoires du Cher continue d'encourager et d'accompagner les Offices de Tourisme à la définition de leur stratégie d'accueil et de diffusion de l'information, outil stratégique utilisé pour améliorer l'expérience des visiteurs en leur fournissant les informations nécessaires et en mettant en valeur les atouts du territoire.

CIBLES

Office de Tourisme Bourges Berry Tourisme en associant élus, acteurs du territoire et touristes

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Phase de déploiement en cours.
- Mise en place des actions préalablement définies avec les acteurs parties prenantes.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Satisfaction des visiteurs.
- Accessibilité de l'information.
- Compétences du personnel d'accueil.
- Utilisation des nouvelles technologies.
- Partenariats et collaboration.
- Mesure de l'impact économique.

PILOTAGE

Pilote : Agathe SIMONIN

Contributeurs : Bourges Berry Tourisme et CRT Centre-Val de Loire

BUDGET

Ressources Humaines

PLAN MEDIA

BOURGES BERRY TOURISME

Le plan média permet de faire connaître la marque, d'améliorer son image ou de promouvoir la destination. La notoriété sur le territoire est tout autant importante pour l'adhésion des habitants.

CIBLES

Clients acteurs et consommateurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Diffuser la production audiovisuelle 2025 en télévision, sur le web et sur les réseaux sociaux (avec ou sans sponsorisation)
- Campagne d'affichage en local.
- Diffusion de la production audiovisuelle chez les partenaires

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Performance digitale.

PILOTAGE

Pilote : Stéphanie MASSONNAT

Contributeurs : Berry Province Communication

BUDGET

Plan média

115 000 €

ÉDITIONS

Bourges Berry Tourisme

Les éditions restent encore aujourd'hui un support très apprécié des touristes et des habitants. C'est également l'occasion de proposer aux prestataires d'être mis en avant différemment.

CIBLES

Clients acteurs et consommateurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Publication du magazine ONBOURGES : deux numéros par an.
- Des plans en format A3 améliorés et déclinés en FR/EN/multilingue.
- Un carnet d'adresses pour les restaurants, hébergements, bars et lieux sympas avec les informations pratiques pour organiser au mieux sa visite à Bourges.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Diffusion des éditions.
- Évaluer la satisfaction des consommateurs et des prestataires.

PILOTAGE

Pilote : Jennifer DESILLE

Contributeurs : Berry Province Communication.

BUDGET

Éditions

62 000 €

STRATÉGIE DIGITALE

BOURGES BERRY TOURISME

Le digital est une clé de réussite dans le développement d'une marque et de la destination. Multiplier les leviers est un élément essentiel de la stratégie. La marque de destination a su se faire une place parmi de grandes destinations.

CIBLES

Clients acteurs et consommateurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- NEWSLETTER : diffusion d'une lettre éditoriale mensuelle auprès d'une base de données qualifiée comprenant également l'agenda.
- Réseaux sociaux : animation de Facebook, Instagram, TikTok (lancé en 2023) et Pinterest (nouveauté 2024).
- Site internet : lancer le nouveau site web Bourges Berry Tourisme, conçu pour inspirer la découverte de Bourges et de ses alentours et favoriser la réservation : accès directs à la billetterie, carte des pépites à proximité, idées de sorties et de séjours, grands temps forts, module dédié à Bourges 2028 et informations pratiques.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Performance sur les réseaux sociaux.
- Performance du site internet.
- Taux d'ouverture de la newsletter.

PILOTAGE

Pilote : Chloé RAPIN

Contributeurs : Noémie POUCHOT-ALBULUT, Emma INESTA

BUDGET

Ressources Humaines

PRODUCTION DE CONTENUS

BOURGES BERRY TOURISME

La production de contenus permet d'apporter à la communauté de Bourges des éléments de connaissance de la destination et déclenche ainsi des séjours. Elle alimente les réseaux sociaux et le blog.

NB : production mutualisée et ligne éditoriale propre à chaque marque.

CIBLES

Clients acteurs et consommateurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- PHOTOGRAPHIE : reportage photos du territoire traité par thématiques, territoires et/ou saisonnalités. Ces photos, réalisées en interne et donc libres de droit, peuvent être mises à disposition des partenaires après un an d'utilisation par nos soins.
- VIDÉO : reportage vidéo traité par thématiques, territoires et/ou saisonnalités. Il alimente aussi bien les réseaux sociaux sur des formats courts et éphémères que des formats plus conventionnels.
- RÉDACTIONNEL : la rédaction web optimise le référencement naturel et alimente le blog sur des thématiques particulières.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Performances digitales réseaux sociaux et site internet.
- Appropriation des acteurs des formats photos et vidéos.

PILOTAGE

Pilote : Chloé RAPIN

Contributeurs : Noémie POUCHOT-ALBULUT / Nathalie BOCCANFUSO / Flavien BOUCHERAT / Emma INESTA

BUDGET

Ressources Humaines

MÉDIAS D'INFLUENCE

BOURGES BERRY TOURISME

La presse nationale est un levier non négligeable qui contribue largement à la notoriété de la destination. La multiplicité des supports, des sujets et des cibles permet une meilleure visibilité.

CIBLES

Clients acteurs et consommateurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Réalisation d'un dossier de presse de la destination en abordant les thématiques principales et les nouveautés.
- Démarcher les médias lors de workshops et leur proposer des expériences sur le territoire.
- Pousser, par des communiqués de presse, les actualités du territoire.
- Accueillir des influenceurs locaux et nationaux.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Équivalence publicitaire.
- Nombre d'accueils presse.

PILOTAGE

Pilote : Jennifer DESILLE

Contributeurs : Noémie POUCHOT-ALBULUT

BUDGET

Ressources Humaines

UN ACCUEIL DE QUALITÉ DANS LE CADRE DE DESTINATION D'EXCELLENCE

BOURGES BERRY TOURISME

Labellisée Destination d'Excellence en 2026, l'équipe s'engage à offrir un accueil de qualité et des conseils précis, personnalisés et adaptés à chaque visiteur, pour faire de chaque séjour une expérience inoubliable.

CIBLES

Clients acteurs et consommateurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Conseil personnalisé auprès de nos différentes cibles de clientèles (famille, séniors…) et selon leurs centres d'intérêt.
- Formations et montée en compétences des équipes sur la connaissance du territoire.
- Actualisation des documents d'appel en adéquation avec les attentes de nos visiteurs.
- Diffusion des brochures auprès des visiteurs et de nos partenaires.
- Proposition d'offres d'animation et billetterie (au comptoir et en ligne).
- Accueil « Hors les murs » lors d'événements.
- Organiser et optimiser l'accueil des nouveaux arrivants.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Taux de satisfaction.
- Fréquentation touristique.

PILOTAGE

Pilote : Agathe SIMONIN

Contributeurs : Équipe de conseillers en séjour

BUDGET

Ressources Humaines

INFORMER & CONSEILLER

BOURGES BERRY TOURISME

Préparer le discours tout au long de l'année permet de gagner en cohérence et en exhaustivité auprès de la clientèle touristique, mais aussi auprès des acteurs.

CIBLES

Clients acteurs et consommateurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Collecter l'information auprès des prestataires et des partenaires.
- Enrichir et suivre la base de données Tourinsoft alimentant les éditions et les sites internet.
- Construire des argumentaires adaptés et prioriser l'information selon la saisonnalité et les événements en cours sur le territoire.
- Coordonner, alimenter et informer les points d'information touristique de La Borne et Mehun-sur-Yèvre.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Enrichissement de la base de données.
- Qualité de la donnée.
- Diffusion / Taux de satisfaction.

PILOTAGE

Pilote : Agathe SIMONIN

Contributeurs : Équipe de conseillers en séjour

BUDGET

Ressources Humaines

FÉDÉRER LES ACTEURS

Bourges Berry Tourisme

L'appropriation de la marque de destination et de ses éléments de langage par les acteurs touristiques est essentielle pour développer un sentiment d'appartenance et mieux transmettre les informations.

CIBLES

Clients acteurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Démarcher les prestataires pour encourager l'adhésion au CLUB PARTENAIRES et enrichir le discours avec un argumentaire.
- Organisation des RV du Club (temps d'information et d'échanges privilégiés)
- Sensibiliser à la marque de destination et organiser des ateliers de sensibilisation et d'information auprès des partenaires.
- Multiplier les leviers d'information et ainsi créer un lien régulier.
- Diffuser les éditions chez les partenaires-adhérents.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Taux d'ouverture de la newsletter destinée aux prestataires.
- Nombre d'adhérents au Club.
- Taux de participation aux RV "Les Petits déjeuners" du Club Partenaires

PILOTAGE

Pilote : Agathe SIMONIN

Contributeurs : Équipe de conseillers en séjour

BUDGET

Ressources Humaines

UNE OFFRE COMMERCIALE : ANIMATIONS ET BILLETTERIES

Bourges Berry Tourisme

La valorisation du territoire passe également par son animation. L'Office de Tourisme propose des événements tout au long de l'année, selon la saison et l'actualité.
L'offre de visites et les animations participent à la notoriété de la destination et au dynamisme du territoire. Ces offres favorisent sa découverte et mobilisent les acteurs touristiques.

CIBLES

Clients consommateurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Structurer et proposer des expériences à vivre à destination des individuels, en partenariat avec les prestataires.
- Promouvoir ces expériences à vivre sur les différents leviers à disposition.
- Intégrer la billetterie en ligne pour la vente des expériences à vivre.
- Commercialiser les animations et expériences via Berry Province Réservation

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Volume d'affaires : 32 000 €.
- Nombre d'événements réalisés.
- Hausse du chiffre d'affaires.

PILOTAGE
Pilote : Agathe SIMONIN
Contributeurs : Équipe de conseillers en séjour

BUDGET
Ressources Humaines

ANIMATIONS & EXPÉRIENCES IMMERSIVES

Bourges Berry Tourisme

Cette action s'inscrit dans la stratégie de transformation de l'Office de Tourisme de Bourges, en phase avec Bourges 2028-Capitale européenne de la Culture. Elle vise à passer d'un rôle d'information à un rôle d'expérience immersive et participative. La salle d'animation permettra de valoriser les savoir-faire locaux, d'impliquer les habitants, de prolonger la durée des séjours et de générer des ressources propres. Elle devient un levier d'attractivité, d'innovation et de développement durable du tourisme local.

CIBLES

- Touristes et excursionnistes
- Habitants et familles du territoire
- Groupes scolaires et seniors
- Producteurs locaux, associations et acteurs culturels

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Créer et animer une salle immersive et modulable
- Organiser ateliers, dégustations, conférences, projections, mini-concerts, rencontres…
- Proposer une programmation annuelle, incluant les périodes creuses
- Intégrer et commercialiser les animations et expériences via Berry Province Réservation et offrir des tarifs accessibles

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Taux de participation et fréquentation des événements
- Niveau de satisfaction des publics et partenaires (enquêtes/avis)
- Recettes générées par billetterie et privatisations
- Diversité et régularité des animations programmées
- Impact sur la durée moyenne des séjours et sur la fréquentation hors saison

PILOTAGE

Pilote : Agathe SIMONIN

Contributeurs : Équipe de conseillers en séjour

BUDGET

Ressources Humaines et investissements

BOUTIQUE

Bourges Berry Tourisme

Une boutique est à la fois un outil de valorisation des produits du territoire, un moyen de prolonger et d'intensifier l'expérience du touriste, de valoriser l'économie locale mais aussi d'améliorer les ressources propres de l'Office.

CIBLES

Clients acteurs et consommateurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Développer des gammes plus actuelles et diversifier l'offre en assurant une veille permanente.
- Proposer une boutique « hors les murs » lors des événements.
- Travailler avec des illustrateurs et des producteurs locaux.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

- Volume d'affaires : 130 000 €.
- Hausse du chiffre d'affaires.

PILOTAGE

Pilotes : Agathe SIMONIN et Corinne MAGNOU

Contributeurs : Équipe de conseillers en séjour

BUDGET

Ressources Humaines

ÉVÈNEMENT : 10 ANS DE BOURGES BERRY TOURISME

Bourges Berry Tourisme

En 2027, Bourges Berry Tourisme célèbre les 10 ans de la gestion de l'Office de Tourisme par Tourisme & Territoires du Cher. Cet anniversaire constitue une opportunité pour valoriser le chemin parcouru depuis 2017, inaugurer les nouveaux aménagements de l'Office pensés pour mieux accueillir les flux de visiteurs attendus à l'horizon Bourges 2028, et célébrer l'obtention du label Destination d'Excellence.
L'événement doit permettre de fédérer les partenaires autour d'un Office de Tourisme modernisé, engagé dans une démarche d'hospitalité, de qualité de service et de performance touristique.

CIBLES

Élus et partenaires institutionnels, acteurs touristiques et économiques, adhérents et partenaires de Bourges Berry Tourisme, habitants, presse locale et régionale, équipes de l'Agence.

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Concevoir un événement anniversaire fédérateur autour des 10 ans de Bourges Berry Tourisme – 2017/2027.
- Valoriser les nouveaux aménagements de l'Office réalisés dans la perspective de Bourges 2028.
- Mettre en scène l'évolution de l'Office et du parcours visiteur depuis 2017.
- Fêter l'obtention du label Destination d'Excellence et les engagements de l'équipe en matière de qualité d'accueil.
- Associer les acteurs et partenaires du territoire à un temps convivial et professionnel.
- Déployer un dispositif de communication dédié : invitation, relations presse, réseaux sociaux, contenus photo/vidéo.
- Profiter de l'événement pour présenter les nouveaux services, outils et ambitions de Bourges Berry Tourisme à l'horizon 2028.

CRITÈRES D'ÉVALUATION ET DE RÉUSSITE

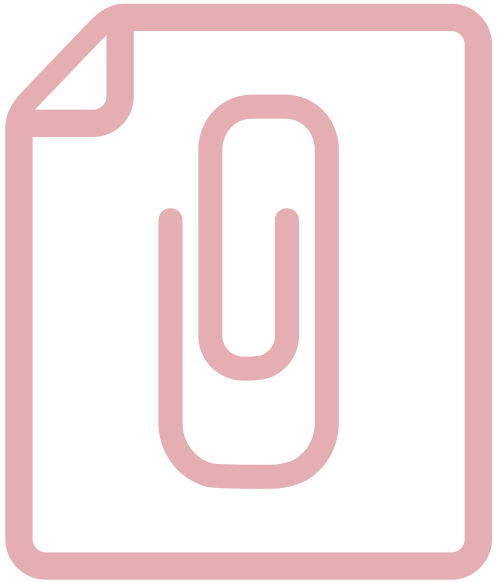
- Nombre de participants et diversité et satisfaction des publics représentés.
- Mobilisation des partenaires et socio-professionnels.
- Retombées presse et performances des publications digitales.

PILOTAGE
Pilotes : Agathe SIMONIN
Contributeurs : l'ensemble des Équipes

BUDGET
4 500 €

8

LES ANNEXES



Tourisme & territoires DU CHER

BUDGET PRÉVISIONNEL 2027

EXPLOITATION Ad2T

BP 2027
présenté en CA le 05.11.2026

1/3

RESULTAT 2025 & PROPOSITION BUDGET 2027

	CR2023	CR2024	BP2025	CR2025	BP2027
PRODUITS					
Marge sur Production Vendue	**573 499 €**	**558 463 €**	**580 158 €**	**537 200 €**	**544 071 €**
Marge Produits Individuels	*41 606*	*48 783*	*40 000*	*35 211*	*40 000*
Marge Produits Groupes et Affaires	*81 801*	*93 793*	*115 000*	*92 839*	*100 000*
Marge Produits Locatifs	*224 973*	*227 260*	*210 000*	*215 754*	*220 000*
Frais de dossier	-	-	-	-	-
Assurances annulation facturées	-	-	-	-	-
Retenue / Dédit annulation	-	-	-	-	-
Ventes Boutique	*144 315*	*137 672*	*150 000*	*143 611*	*130 000*
Ventes diverses, autres prestations & Services OT	*80 803*	*50 954*	*65 158*	*49 785*	*54 071*
Subventions et participations	**1 723 445 €**	**1 753 308 €**	**2 027 500 €**	**1 822 553 €**	**2 117 500 €**
Subv. Conseil départemental du Cher	*1 050 000*	*1 060 000*	*950 000*	*750 000*	*970 000*
Subv. Agglomération de Bourges Plus	*624 185*	*648 808*	*655 000*	*655 000*	*718 000*
Com Berry (ADTI, CRT et RCVL) -	*8 740*	-	*240 000*	*240 303*	*240 000*
Convention CD18 objectifs OT	*40 000*	*40 000*	*40 000*	*40 000*	*40 000*
Comité itinéraire Cœur de France à Vélo			*142 500*	*126 750*	*139 000*
Autres subv et participation(V&D)	*18 000*	*4 500*	-	*10 500*	*10 500*
Cotisations	**34 468**	**36 970**	**35 000**	**42 416**	**42 000**
dont cotisations acteurs, marques et labels	*14 942*	*18 330*	*15 000*	*24 003*	*20 000*
dont cotisations Clévacances	*320*	-	-	-	-
dont Club Partenaires (ex packs services OT)	*19 206*	*18 641*	*20 000*	*18 413*	*22 000*
Refacturations	**46 318**	**48 405**	**55 000**	**4 876**	**62 500**
Refacturation fonctions support B+	**95 816**	**98 745**	**102 228**	**102 228**	**102 228**
Refacturation commercialisation B+	**1 538**	**2 268**	**2 010**	**2 010**	**1 778**
Rembt de frais	**30 379**	**16 998**	**25 000**	**18 156**	**20 000**
Autres produits	**22 525**	**28 901**	-	**53 576**	**10 000**
Total produits	**2 527 987 €**	**2 544 058 €**	**2 826 896 €**	**2 583 015 €**	**2 900 077 €**

2/3

CHARGES					
Travaux photos	-	-	1 000	-	-
Achats Boutique OTB+	131 612	98 913	100 000	121 742	90 000
Doc. Touristiques / Editions	71 803	54 558	73 200	44 052	62 000
Plan Communication Berry	74 038	88 120	320 000	320 137	320 000
Plan Com Bourges CB-PM	138 129	111 216	120 000	111 382	115 000
Salons	820	3 752	3 000	2 354	2 000
Relations presse	6 746	19 537	19 850	19 232	15 500
Publicité	3 485	683	7 000	51	1 000
Annonces et insertions	8 404	4 770	1 000	5 279	-
Tourisme et handicap	-	-	-	-	45 000
Internet et multimédia	27 539	27 235	35 220	26 166	37 200
Actions e-marketing	12 286	4 649	15 500	4 384	10 000
Filière Gastronomie & Oenotourisme	-	5 077	8 000	22 019	8 000
Filière Tourisme découverte économique	-	35 285	-	27 795	24 000
Filière Jardins	10 011	10 714	8 000	10 458	-
Com Itineraire Cœur de France Vélo			142 500	11 109	139 000
Observation & développement	35 330	32 310	29 457	31 380	15 900
Opérations specifiques acteurs	91 760	76 898	43 000	68 230	26 500
Opérations spécifiques OTB+	35 462	25 893	7 500	804	11 000
Carte pro	-	-	-	-	-
Réceptions	7 035	6 926	7 500	7 016	7 000
Affranchissements	10 894	11 061	11 500	6 915	9 800
Télécom (+fibre optique & data)	35 656	38 932	41 000	39 093	38 500
Frais missions	20 977	17 058	27 500	15 256	24 000
Autres achats & charges *(dont com App. Aff, Kyamo & dédom. clients)*	75 602	83 964	76 000	100 678	80 500
Total charges activités	**797 672 €**	**757 551 €**	**1 097 727 €**	**995 533 €**	**1 081 900 €**
	31%	31%	38%	36%	37%

3/3

Fourn.entretien	12 577	8 813	9 200	6 956	6 900
Achat MP, Fourn.admin. (papeterie, photocop)	8 082	12 491	10 000	18 799	11 000
Loc. immobilières	51 843	59 246	53 500	60 520	62 000
Loc. mobilières	14 104	20 590	34 500	28 952	38 500
Charges locatives	47 529	46 261	37 500	41 370	48 700
Entretien et réparation	13 585	8 536	15 000	5 211	8 000
Maintenance, (photocop, machine affranchir...)	67 122	77 765	57 300	75 799	49 300
Assurances	11 589	11 166	12 500	11 746	12 500
Documentations	2 329	2 014	3 000	2 253	2 500
Honoraires	78 585	73 968	75 000	75 782	79 000
Cadeaux, dons, & pourboires	3 225	4 400	3 500	3 862	4 000
Frais bancaires	8 972	5 570	8 500	5 000	6 700
Cotisations	28 210	23 492	25 900	19 895	21 300
Formation professionnelle continue	22 565	13 939	25 000	17 712	16 500
Charges Diverses	68 499	41 443	74 000	73 829	46 000
sous total	**438 815 €**	**409 694 €**	**444 400 €**	**447 687 €**	**412 900 €**
	17%	17%	15%	16%	14%
Impôts, taxes et versements assimilés	**30 908**	**27 442**	**2 000**	**34 084**	**27 700**
Mutuelle Santé	**46 553**	**43 887**	**43 356**	**53 231**	**45 892**
Masse salariale	**1 100 059**	**1 113 046**	**1 143 947**	**1 108 255**	**1 156 400**
Indemnités stagiaires	**600**	**4 250**	**3 800**	**1 850**	**4 000**
Dot prov depart retraite et risques	**- 5 040**	**- 34 207**	**7 000**	**13 801**	**12 000**
Dot amortissement immo	**19 225**	**19 375**	**19 225**	**16 245**	**51 525**
Participation fonctions support B+	**95 816**	**98 745**	**102 228**	**102 228**	**102 228**
Participation commercialisation B+	**1 538**	**2 722**	**2 010**	**2 010**	**2 532**
Contrat IFC / IDR	**-**	**-**	**1 000**	**-**	**1 000**
Charges exceptionnelles	**22 636**	**3 526**	**1 000**	**1 640**	**2 000**
Dot provision risques	**15 000**	**3 000**	**-**	**- 14 748**	**-**
sous total	**1 327 297 €**	**1 281 786 €**	**1 325 566 €**	**1 318 597 €**	**1 405 277 €**
	52%	52%	46%	48%	48%
Total dépenses	**2 563 785 €**	**2 449 031 €**	**2 867 693 €**	**2 761 817 €**	**2 900 077 €**
Résultat d'exploitation	**-35 797 €**	**95 027 €**	**-40 797 €**	**-178 802 €**	**0 €**
Résultat financier	13 670	8 842	-	6 810	-
Résultat courant	**-22 127 €**	**103 869 €**	**-40 797 €**	**-171 992 €**	**0 €**
Résultat exceptionnel	269	- 1 075	-	-	-
EXCEDENT OU DEFICIT	**-21 858 €**	**102 794 €**	**-40 797 €**	**-171 992 €**	**0 €**
	-0,85%	4,20%	-1,42%	-6,23%	0,00%
			financée par nos réserves		

LES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Tourisme & territoires DU CHER

- 10 CONSEILLERS DÉPARTEMENTAUX
  Désignés par le CD18
- 6 REPRÉSENTANTS DE L'AGGLOMÉRATION DE BOURGES PLUS
  Désignés par le conseil communautaire
- 4 REPRÉSENTANTS DES MAIRES ET DES EPCI
  Désignés par l'association des maires du Cher (1 par Zone de SDDT)
- 3 REPRÉSENTANTS DES CHAMBRES CONSULAIRES
  à raison d'un par chambre
- 1 REPRÉSENTANT DE LA ROUTE JACQUES COEUR
- 1 REPRÉSENTANT DES OFFICES DE TOURISME DU CHER
- 1 REPRÉSENTANT DES GÎTES DE FRANCE DU CHER
- 1 REPRÉSENTANT DE L'UMIH BERRY
- 1 REPRÉSENTANT DU BIVC
- 1 REPRÉSENTANT DU CLUB HÔTELIER DE BOURGES
- 1 REPRÉSENTANT DE LA SPL DU DÉPARTEMENT DU CHER
- 4 REPRÉSENTANTS DES ENTREPRISES DU SECTEUR TOURISTIQUE
  élus lors de l'assemblée générale

34
MEMBRES

60%
CD18
10 POSTES
DONT 1 PRÉSIDENTE

40%
Bourges PLUS
6 POSTES
DONT 1 VICE-PRÉSIDENT

NOS MARQUES ET LABELS









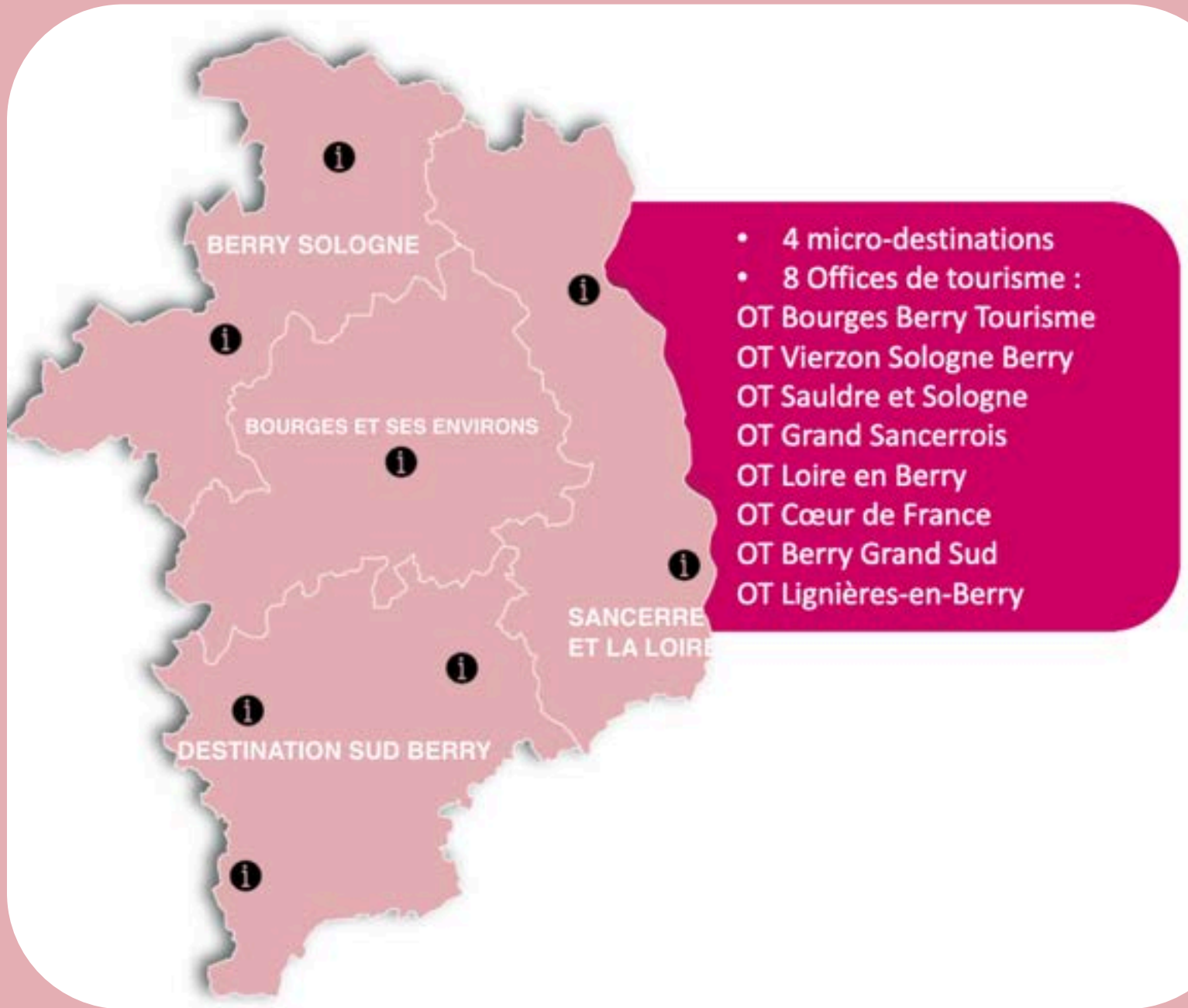








Tourisme & territoires



- 4 micro-destinations
- 8 Offices de tourisme :

OT Bourges Berry Tourisme
OT Vierzon Sologne Berry
OT Sauldre et Sologne
OT Grand Sancerrois
OT Loire en Berry
OT Cœur de France
OT Berry Grand Sud
OT Lignières-en-Berry

LES CHIFFRES CLÉS 2025

430 millions d'euros de retombées économiques locales
Représentant 1 500 € par habitant

4 000 emplois touristiques
dont plus de 2/3 dans la restauration

19 000 lits marchands
dont près de 9 000 hors locatif

5 millions de nuitées touristiques françaises
dont plus de 1/4 en juillet-août

5,8 nuits en moyenne
Près de 50% des séjours entre 1 et 3 jours

1,2 millions d'arrivées touristiques
dont 20% d'arrivées touristiques étrangères

+ de 400 000 entrées dans les sites de visite

PROFIL de la CLIENTELE

- Une clientèle mature (X & Boomers), majoritairement française et en couple
- Île-de-France : 1er bassin émetteur ; rayonnement au-delà des clientèles de proximité
- Une fréquentation touristique orientée loisirs, culture et découverte
- 1 383 € de budget moyen par groupe (80,8 €/pers./jour)

POINTS FORTS de la DESTINATION

- Patrimoine culturel et historique : premier moteur d'attractivité
- Une expérience enrichie par les paysages, le terroir, la gastronomie et l'art de vivre
- Une destination associant authenticité, douceur de vivre et qualité des rencontres

ENJEUX de développement

- Fluidifier le parcours visiteur : mobilités, signalétique, information
- Enrichir l'expérience : services, restauration, offres complémentaires

LE CLIENT CONSOMMATEUR DE TOURISME EN 2025

LES TOURISTES QUI S'INFORMENT ET LES PROSPECTS QUI ORGANISENT LEURS SÉJOURS & ACTIVITÉS

LEURS ATTENTES

- Leur faciliter l'accès à l'information grâce à des outils de promotion et de communication variés (Internet, brochures, téléphone, accueil physique, mailing…),
- Les séduire par une information attractive.
- Les sécuriser en montrant l'image d'une destination organisée.
- Être réactif avec une réponse précise à la demande le plus rapidement possible,
- Les conseiller afin qu'ils aient une réponse en adéquation avec leurs attentes.

