Tourisme & territoires DU CHER

BERRY PROVINCE

Bourges CAPITALE EUROPÉENNE DE LA CULTURE 2028



RAPPORT D'ACTIVITÉS

2025

SOMMAIRE

1	PRÉAMBULE	3
2	NOTRE STRATÉGIE TOURISTIQUE	12
3	LES CHIFFRES TOURISTIQUES DU TERRITOIRE	17
4	LES ACTIONS COM'AGENCE	21
5	LES ACTIONS BERRY PROVINCE DÉVELOPPEMENT	28
6	LES ACTIONS BERRY PROVINCE COMMUNICATION	41
7	LES ACTIONS BERRY PROVINCE RÉSERVATION	49
8	LES ACTIONS BOURGES BERRY TOURISME	56
9	COMPTE DE RESULTAT & BILAN 2025	85

EN 2025, NOTRE AGENCE A CONTINUÉ À ASSURER SES MISSIONS DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE SUR LE TERRITOIRE AU TRAVERS D'ACTIONS D'INGÉNIERIE ET DE CONSEIL, DE PROMOTION ET DE COMMUNICATION, DE COMMERCIALISATION ET D'ACCUEIL. L'ACCOMPAGNEMENT DES PRESTATAIRES SUR CES DOMAINES D'ACTIVITÉS FUT UN AXE PARTICULIER.

Notre secteur touristique poursuit sa transformation, avec des priorités toujours fortes autour de la durabilité, de l'innovation, de l'attractivité et de la qualité de l'expérience proposée aux visiteurs. Avec le recul de l'été 2026, l'année 2025 apparaît comme une année charnière. Après plusieurs années marquées par de fortes évolutions des usages et des comportements, les clientèles sont aujourd'hui plus attentives à leurs dépenses, plus exigeantes et en recherche d'expériences authentiques, accessibles et porteuses de sens.
Dans ce contexte, **le tourisme confirme pleinement son rôle de levier économique et d'attractivité pour les territoires**, au service de l'activité locale, de l'emploi et de la valorisation de nos patrimoines.
Pour le Cher, **2025 a surtout marqué une nouvelle étape dans la préparation de Bourges, Capitale européenne de la culture 2028**, avec le passage progressif de la stratégie à sa mise en œuvre opérationnelle et une mobilisation renforcée de l'ensemble des acteurs du territoire.
À l'été 2026, cette dynamique se poursuit et s'accélère.

MISSIONS & OBJECTIFS

CONTRIBUER au développement, à la valorisation, à la commercialisation de produits touristiques en partenariat avec les acteurs touristiques du territoire.

FACILITER et **ACCOMPAGNER** le développement économique du territoire.

GAGNER en performance et **OPTIMISER** les coûts.

FÉDÉRER les acteurs touristiques du territoire.

PHOTOGRAPHIE DE L'AGENCE

L'AGENCE TOURISME & TERRITOIRES DU CHER A POUR MISSION DE DÉVELOPPER LE TOURISME DANS LE DÉPARTEMENT DU CHER AINSI QUE SUR LE TERRITOIRE DE BOURGES & SON AGGLOMÉRATION. ELLE EST ORGANISÉE EN 4 SERVICES : LE DÉVELOPPEMENT, LA COMMUNICATION, LA COMMERCIALISATION (Berry Province Réservation) ET L'ACCUEIL (Bourges Berry Tourisme).



Tourisme & territoires DU CHER

ADN Tourisme

Chiffres 2024

Ad2T

13,44 ETP (ADT + commercialisation)

1,,22 M€ de budget

1,06 M€ de subvention du département

BBT

9,3 ETP

900 575 € de budget

648 808 € de subvention de l'Agglomération de Bourges Plus

VS

MOYENNES NATIONALES

ADT / ADRT / ART

18,6 ETP

2 M€ de budget

1,56 M€ de subvention du département

OFFICES DE TOURISME

10,8 ETP

853 000 € de budget

735 030 € de subvention de la collectivité de tutelle

SOURCE ADFI ADN TOURISME – ETUDE SUR LES POLITIQUES TOURISTIQUES DÉPARTEMENTALES.

LES ÉQUIPES



4 ENJEUX

2025 a été marquée par 4 enjeux prépondérants

pour notre Agence, à savoir ...

1. CONSOLIDATION

Les marques de destination ***Berry Province et Bourges*** sont aujourd'hui installées dans le paysage touristique français. Affirmer leur positionnement auprès des acteurs touristiques du territoire reste un enjeu essentiel pour faire des destinations des incontournables.

2. ÉCORESPONSABILITÉ

L'écoresponsabilité désigne **l'ensemble des actions visant à limiter les impacts sur l'environnement de l'activité quotidienne**. L'écoresponsabilité passe par de nouveaux choix de gestion, d'achats, d'organisation du travail, par des investissements et par la sensibilisation du personnel.

3. ACCOMPAGNEMENT

Faire aboutir les projets, que ce soit une création ou du développement d'activités, tel est l'un des enjeux primordiaux du territoire. Accompagner les porteurs de projets et les faire monter en compétences et leur permettre de se lancer dans de bonnes conditions.

4. INGÉNIERIE ET DÉVELOPPEMENT

Les ambitions portées par le département, tant au niveau de l'itinérance douce que de la structuration de certains territoires, nous ont poussés à restructurer l'organisation interne du Pôle Ingénierie & Développement. L'Agence intervient aujourd'hui sur de nouvelles filières, de nouveaux labels et renforce ceux existants.

DONNONS DU SENS À NOS ACTIONS

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.*

LES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

- **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

Tourisme & territoires DU CHER

35
MEMBRES

60%
CD18
10 POSTES
DONT 1 PRÉSIDENTE

40%
Bourges PLUS
6 POSTES
DONT 1 VICE-PRÉSIDENT



LES ENJEUX INTERNES

UN DÉFI : LE MANAGEMENT

Cultiver l'état d'esprit entrepreneurial au travers de « l'orientation clients », positionnement éprouvé par Tourisme & Territoires du Cher... Réagir à l'instar d'une start'up avec un sens client développé.

PRODUIRE EN MODE PROJET

Le secteur du tourisme connaît une mutation importante depuis quelques années, notamment en termes de consommation. L'organisation doit suivre les évolutions de l'activité quand un changement d'environnement a lieu. Le pilotage en mode projets devient un élément essentiel pour mieux aborder ces évolutions et conserver de la réactivité.

INNOVER AU QUOTIDIEN ET S'ADAPTER

Bourges a été élue Capitale Européenne de la Culture 2028. La stratégie est écrite et définie, il reste désormais à relever le défi. Calibrons, structurons et développons l'offre durablement. Jouons tous ensemble la carte de l'hospitalité et facilitons l'expérience client vers le CAP'2028.

BERRY PROVINCE DÉVELOPPEMENT	BERRY PROVINCE COMMUNICATION	BOURGES BERRY TOURISME	BERRY PROVINCE RÉSERVATION

Développement & Ingénierie

Accompagnement des territoires et créateurs d'entreprise

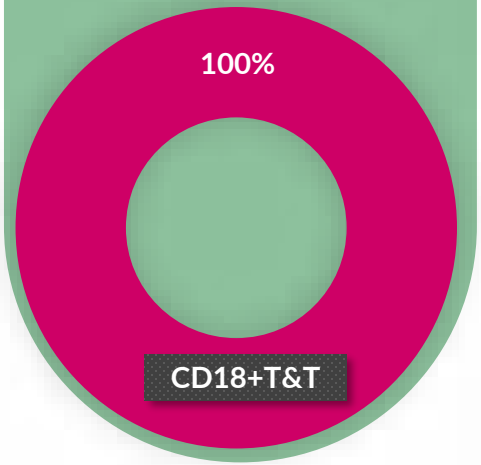
Qualification de l'offre

Développement et animation de filières

Recherche d'investisseurs touristiques

Gestion de l'information

FINANCEMENT



Promotion & Communication

Promotion OnLine

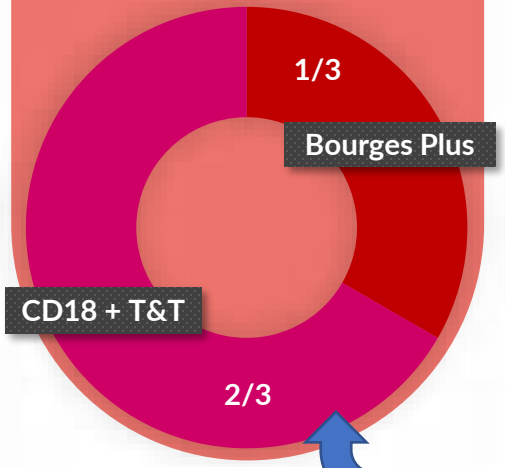
Promotion OffLine

Présence sur les salons et organisation d'évènements

Relations presse

Opérations de marketing tout au long de l'année

FINANCEMENT



Information & Accueil

Collecte, tri et hiérarchisation de l'information touristique

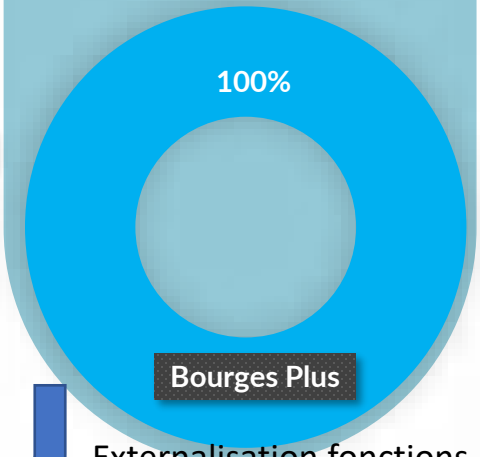
Accueil des visiteurs et des locaux

Apporter des affaires aux acteurs locaux

Implication des habitants dans la stratégie touristique

Développer la boutique de produits du Berry

FINANCEMENT



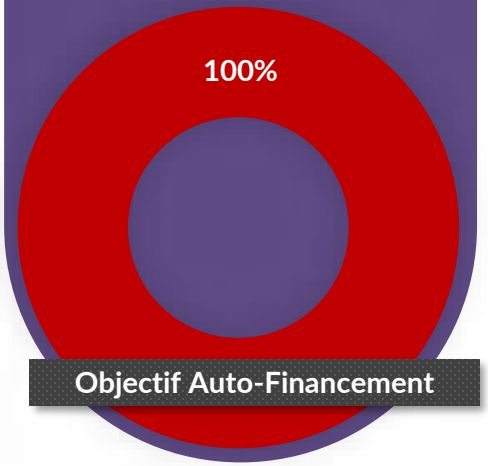
Commercialisation

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



Externalisation fonctions supports pour Bourges PLUS

ORGANIGRAMME

DIRECTEUR

ASSISTANTE DE DIRECTION

ADJOINTE DE DIRECTION

BERRY PROVINCE DEVELOPPEMENT

4 chargés de mission

Démarches qualité et filières

Réseaux d'hébergements

Itinérance douce

Système d'information touristique

BERRY PROVINCE COMMUNICATION

1 chargée de promotion et des relations presse

1 chargée des projets digitaux

1 chargée de communication

1 graphiste/webdesigner

1 étudiant alternant chargé de communication

BERRY PROVINCE RESERVATION

2 cheffes de produits

1 conseillère en séjour réservation

1 administratrice des ventes

1 étudiant alternant conseiller en séjour

BOURGES BERRY TOURISME

1 RESPONSABLE DE PÔLE

5 conseillères en séjour

1 chargée de communication

1 étudiant alternant

3 saisonnières

+
MEHUN-SUR-YÈVRE
1 conseillère en séjour

+
LA BORNE
(2 saisonniers.ères)

Tourisme & territoires DU CHER

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.

LES CLIENTS ACTEURS PUBLICS & PARAPUBLICS

LES ATTENTES DES COLLECTIVITÉS, EPCI, PAYS CONSULAIRES & INSTITUTIONNELS

CONSEIL DÉPARTEMENTAL DU CHER ET AGGLOMÉRATION DE BOURGES PLUS

Apporter une plus-value et une complémentarité en lien avec les compétences du Conseil départemental du Cher et celles de l'Agglomération de Bourges Plus, valoriser l'image du territoire, accroître son attractivité, mettre en œuvre des réflexions ou des actions innovantes, élaborer l'analyse stratégique, faire les remontées d'information grâce à notre proximité terrain.

ÉLUS

Communiquer une information ciblée sur les actions de Tourisme & Territoires du Cher, apporter une réponse personnalisée à leurs demandes, valoriser leurs actions via les supports de notre agence ou notre apport technique.

PAYS, COMMUNAUTÉS DE COMMUNES, …

Apporter un appui et des conseils sur leurs projets de développement. Apporter une vision externe au territoire pour en garantir une cohérence.

CONSULAIRES DU CHER, CRT, …

Informer sur nos actions, partager, mutualiser les compétences et les stratégies, collaborer et mettre en place des actions communes et outils complémentaires.

LES CLIENTS ACTEURS PRIVÉS

LES ATTENTES DES ACTEURS PROFESSIONNELS DU TERRITOIRE

MENER DES ACTIONS DE PARTENARIAT

- Fédérer les acteurs autour de la stratégie territoriale et des actions de Tourisme & Territoires du Cher.
- Collecter puis diffuser l'information mais aussi leurs actualités.
- Être un élément moteur sur les nouveaux outils, faire profiter de notre expérience.
- Proposer des actions en partenariat pour la valorisation de leur offre touristique.

CONSEILLER, INFORMER, ET AGIR POUR LES PROFESSIONNELS

- Informer et conseiller sur les politiques touristiques.
- Conseiller à la commercialisation et attirer des clients.
- Avoir une connaissance marketing de l'offre et de la demande.
- Evaluer les besoins des clientèles et des nouveaux segments de la clientèle.
- Conseiller sur les nouveaux produits.
- Assurer la mise en place de marques et labels (Tourisme et Handicap, Qualité Tourisme…).
- Accompagner les porteurs de projets d'hébergements touristiques.

Pourquoi pas le vôtre ?



Avoir une réponse rapide et pertinente aux porteurs de projets et entreprises.

Apporter la meilleure réponse à leur demande de recherche de foncier ou d'immobilier.

Informer sur les aides publiques existantes et les nouveaux modes de financement.

Orienter vers les partenaires compétents, afin de répondre aux porteurs de projets et jouer ainsi un rôle de facilitateur.

LES CLIENTS CONSOMMATEURS DE TOURISME



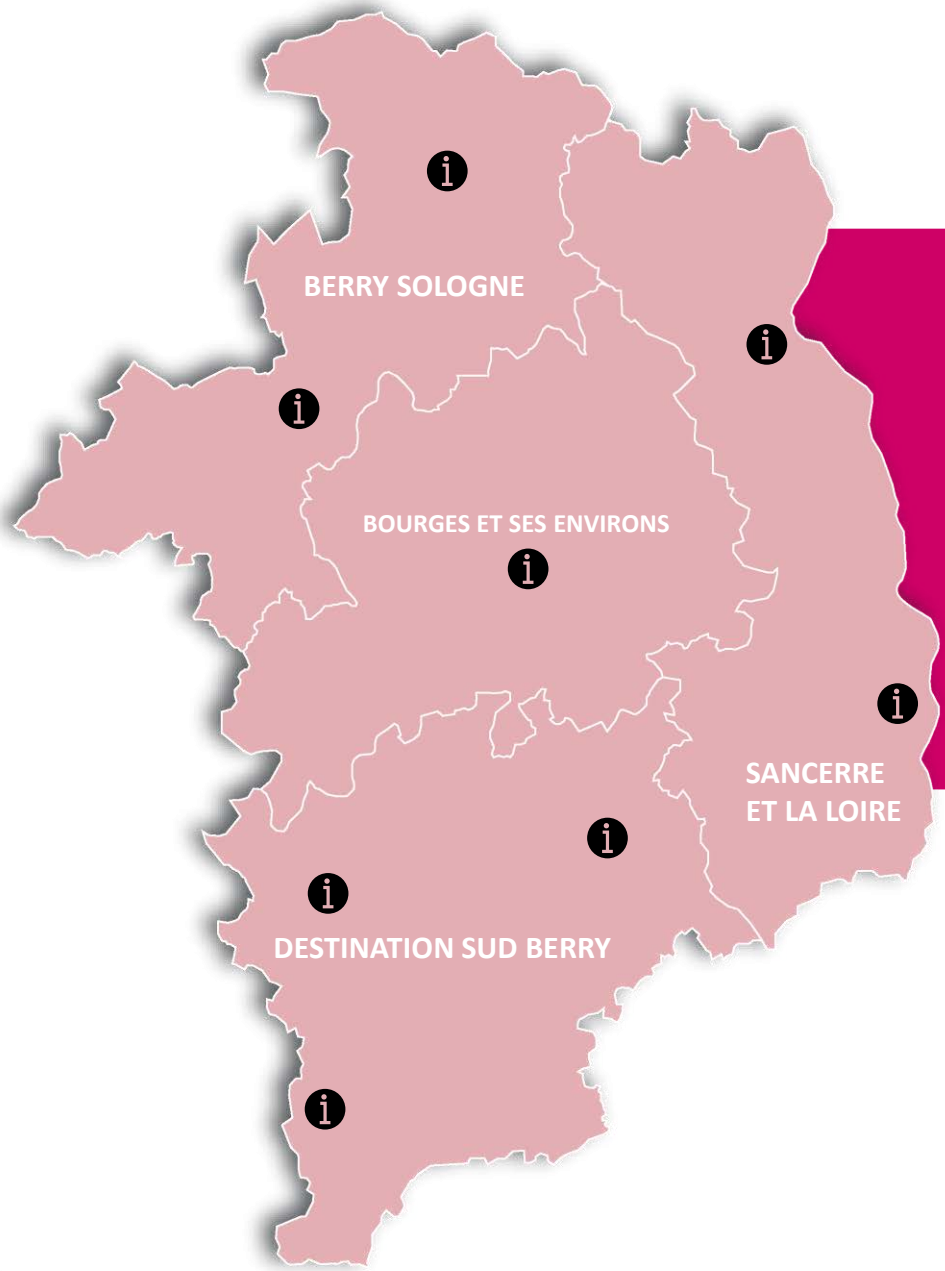
Les touristes qui s'informent et les prospects qui organisent leurs séjours & activités

- 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 et une offre ciblée.
- Les sécuriser en montrant l'image d'une destination organisée.
- Être réactif avec une réponse précise à la demande.
- Les conseiller pour leur donner une réponse en adéquation avec leurs attentes et l'instant.

Les acheteurs et les organisateurs de séjours

- Avoir un accompagnement personnalisé dans la recherche de prestations (hébergements, restauration & activités) pour l'élaboration de leurs séjours.
- Sécuriser leur achat avec des prestations qualifiées par Berry Province Réservation.
- Faciliter l'accès aux disponibilités et à l'achat en ligne sur une destination à faible densité touristique.
- Assurer un SAV si besoin.

CHIFFRES CLES 2025



- 4 destinations infra
- 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

CHIFFRES CLES 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 million 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

LES MÉTIERS



BERRY PROVINCE DÉVELOPPEMENT

L'AGENCE D'INGÉNIERIE



BERRY PROVINCE COMMUNICATION

L'AGENCE DE COMMUNICATION DES MARQUES DE DESTINATION



BERRY PROVINCE RÉSERVATION

L'AGENCE DE VOYAGE RÉCEPTIVE



BOURGES BERRY TOURISME

L'OFFICE DE TOURISME SPÉCIALISÉ EN CONSEILS EN SÉJOUR

TOURISME & TERRITOIRES DU CHER VOUS ACCOMPAGNE

LA PROMOTION DE VOTRE TERRITOIRE OU DE VOTRE ACTIVITÉ

LA MISE EN PLACE DE VOS ACTIONS DE COMMUNICATION

LA PROMOTION DE VOS OFFRES, ACTUALITÉS ET ÉVÉNEMENTS

LA COMMERCIALISATION DE VOS HÉBERGEMENTS, SÉJOURS, VISITES ET ÉVÉNEMENTS

L'ORGANISATION DE VOS CONGRÈS, SÉMINAIRES, INCENTIVES

L'ANALYSE DE L'IMPACT DE LA PORTÉE DE VOS ACTIONS

L'ÉLABORATION DE VOS PROJETS D'IMPLANTATIONS TOURISTIQUES

LE DÉVELOPPEMENT DE VOS PROJETS

L'ACCUEIL DES CLIENTÈLES

Les marques & labels















LES MARQUES DE DESTINATION TOURISTIQUES

BERRY PROVINCE

Bourges CAPITALE EUROPÉENNE DE LA CULTURE 2028



4

PLAN D'ACTIONS COM'AGENCE

Tourisme & territoires DU CHER



IMPOSER L'AGENCE TOURISME & TERRITOIRES DU CHER COMME UN ACTEUR INCONTOURNABLE DU DÉPARTEMENT.

OPTIMISER LA COMMUNICATION AUPRÈS DES CLIENTS ACTEURS.

SENSIBILISER POUR UNE MEILLEURE COMPRÉHENSION DU TERRITOIRE

FÉDÉRER LES CLIENTS ACTEURS AUTOUR D'OBJECTIFS COMMUNS

COMMUNIQUER SUR LES ACTIONS DE L'AGENCE

SITE INTERNET PRO

COMMUNICATION AGENCE

Développer la visibilité de l'Agence et compiler toutes les informations de l'Agence, 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.

RESULTATS 2025

- Hausse de la fréquentation du site internet : 17 000 utilisateurs actifs pour 24 000 sessions.

PILOTAGE

Pilote : Jennifer DESILLE

Contributeurs :

Marion GROELLY, Sandrine GERARD, Agathe SIMONIN, Virginie PENNETIER, Nathalie BOCCANFUSO.

COÛT DU POSTE 2025

Inclus dans la ligne Internet & multimédia

26 166 €

SOCIAL MÉDIA

COMMUNICATION AGENCE

Multiplier la présence de l'Agence sur le web via les médias sociaux pour avoir plus de chance de toucher nos cibles, d'augmenter notre notoriété, de créer du trafic et créer de la viralité web.



CIBLES

Acteurs touristiques du territoire et la presse

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Animer les comptes Facebook, LinkedIn et X.
- 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 dossier de fond) pour les acteurs touristiques du département.
- Edition Tendances Tourisme & Territoires tout numérique.
- Diffuser cette édition auprès de notre base de données qualifiée.

RESULTATS 2025

- Optimisation de l'impact digital.
- Augmentation du Taux d'ouverture de la newsletter (un taux dépassant les 30% vs 25% en 2024)
- Relais impactant sur LinkedIn et Facebook (partage, like…)

PILOTAGE

Pilote : Jennifer DESILLE

Contributeurs :

Sandrine GERARD, Marion GROELLY et Chloé RAPIN.

COÛT DU POSTE 2025

Inclus dans la ligne Internet & Multimédia

26 166 €

PRESSE

COMMUNICATION AGENCE

Faire de la presse locale et nationale des partenaires 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 conjonctures, événements, actions spécifiques...).
- Organiser des points presse.
- Élaborer des dossiers de presse sur les actions marquantes de l'Agence (Plan média national, partenariats...).

RESULTATS 2025

- Relais des sujets dans la presse locale et nationale suite aux accueils des journalistes et envois des outils presse.

PILOTAGE

Pilote : Jennifer DESILLE

Contributeurs : *toute l'Agence*

COÛT DU POSTE 2025

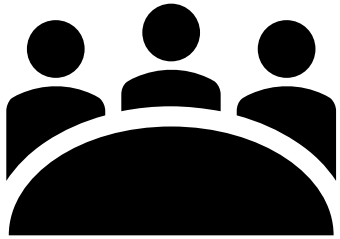
Inclus dans la ligne Relations Presse

19 232 €

LA JOURNÉE DES ACTEURS

COMMUNICATION AGENCE

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.

RESULTATS 2025

- 95 participants.
- Aucune réponse collectée à la suite du questionnaire de satisfaction.

PILOTAGE

Pilote : Virginie PENNETIER

Contributeurs : *Toute l'agence.*

COÛT DU POSTE 2025

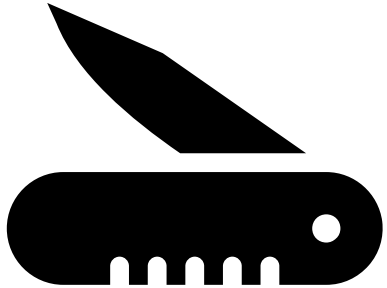
Inclus dans la ligne Opérations spécifiques Acteurs

68 230 €

LA BOÎTE À OUTILS

COMMUNICATION AGENCE

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 visuels libres de droit.
- Diffusion de la documentation.
- Mise à disposition des données issues de l'observatoire et des notes de conjoncture.

RESULTATS 2025

- Qualification de la donnée sur Tourinsoft.
- Diffusion des éditions = stock à zéro.
- Nombre d'ouvertures de comptes sur la photothèque : 65 créations de compte.

PILOTAGE

Pilote : Nathalie BOCCANFUSO

Contributeurs : *Jennifer DESILLE, Jean-Marie FERRARE, Chloé RAPIN*

COÛT DU POSTE 2025

Inclus dans la ligne Opérations spécifiques Acteurs

68 230 €

membre du CLUB INGÉNIERIE ADN Tourisme

5

PLAN D'ACTIONS
BERRY PROVINCE DÉVELOPPEMENT



Tourisme & territoires DU CHER



DÉVELOPPER UNE EXPERTISE EN INGÉNIERIE, OBSERVATION ET ÉVALUATION DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE

ACCOMPAGNER LES INVESTISSEMENTS ET LES PROJETS TOURISTIQUES PUBLICS ET PRIVÉS

ACCOMPAGNER LA TRANSITION VERS UN TOURISME ACCESSIBLE, DURABLE ET RESPONSABLE

STRUCTURER ET DÉVELOPPER LES FILIÈRES TOURISTIQUES PRIORITAIRES

ANIMER LES RÉSEAUX, MARQUES, LABELS ET DÉMARCHES COLLECTIVE

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

- Collecter, structurer, fiabiliser et analyser les données touristiques issues de différentes sources.
- Élaborer les bilans de l'économie touristique, les notes de conjoncture et les analyses prospectives.
- Suivre l'évolution de l'offre touristique départementale.
- Réaliser des études sur les clientèles, les pratiques touristiques et les filières afin d'accompagner les stratégies de développement.
- Diffuser et valoriser les résultats de l'observation auprès des acteurs touristiques et institutionnels

RESULTATS 2025

- Production et diffusion des livrables d'observation touristique (bilans, notes de conjoncture, études et tableaux de bord).

Pilote : Vincent PLISSON
Contributeurs : INSEE, ADN Tourisme, CRT Centre-Val de Loire



COÛT DU POSTE 2025
Inclus dans la ligne Observation & développement
31 380 €

STRATÉGIE & ACCOMPAGNEMENT

BERRY PROVINCE DÉVELOPPEMENT

Accompagner les collectivités et les porteurs de projets dans la structuration et la réalisation d'investissements touristiques générateurs d'activité économique sur le territoire.

CIBLES

Collectivités territoriales et leurs groupements, prestataires et investisseurs.

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Accompagner les collectivités et porteurs de projets dans la définition, la structuration et la mise en œuvre de leurs projets touristiques.
- Apporter une expertise en matière d'offre, de positionnement, de faisabilité et de stratégie de développement touristique.
- Orienter les porteurs de projets vers les dispositifs d'accompagnement, de financement et les partenaires adaptés.
- Accompagner l'émergence de nouveaux produits et expériences touristiques répondant aux attentes des clientèles.

RESULTATS 2025

- Réalisation d'accompagnements personnalisés (diagnostics, conseils, appui méthodologique, mises en relation avec les partenaires).

Pilote : Vincent PLISSON
Contributeurs : Maison de la Région, Dev'Up, CCI



COÛT DU POSTE 2025
Inclus dans la ligne Observation & développement
31 380 €

B28

BERRY PROVINCE DÉVELOPPEMENT

Les ateliers CAP 2028 ont mis en évidence la nécessité de mieux connecter les offres touristiques, favoriser la circulation des visiteurs et augmenter la durée des séjours. Le déploiement d'un Pass Touristique Berry Province et d'une plateforme digitale de commercialisation permettra de rendre l'offre plus lisible, de simplifier le parcours client et de développer la consommation touristique sur le territoire.

CIBLES

Collectivités territoriales, Offices de Tourisme, sites touristiques, prestataires, visiteurs.

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Analyse des besoins du territoire et des attentes des partenaires.
- Définition du positionnement et du fonctionnement du Pass Tourisme
- Identification des fonctionnalités attendues de la plateforme digitale
- Étude des solutions techniques existantes et identification des conditions de déploiement.
- Concertation avec les Offices de Tourisme et les partenaires touristiques.

RESULTATS 2025

- Analyse des solutions existantes et choix des prestataires accompagnant le déploiement.

Pilote : Vincent PLISSON et Stéphanie MASSONNAT
Contributeurs : Professionnels du tourisme, Association B28, Otipass, Ingénie



COÛT DU POSTE 2025
Inclus dans les lignes Ressources Humaines et Réceptions

INNOVATION ET QUALITÉ DE LA DONNÉE

BERRY PROVINCE DÉVELOPPEMENT

Participer à un travail collaboratif au sein d'ADN Tourisme, pour développer une plateforme innovante pour générer des chatbots conversationnels alimentés par des IA génératives connectées aux SIT en utilisant les données très qualifiées de DATAtourisme, et ainsi faciliter l'accès aux informations et leur diffusion auprès des visiteurs.

CIBLES

Touristes et visiteurs qui s'informent

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Mutualisations/économie des moyens.
- Évolutivité.
- Souveraineté de la solution.
- Montée en compétence.
- Amélioration de l'expérience client.
- Optimisation des ressources.

RESULTATS 2025

- 1ère étape franchie avec l'installation de "Nestor" sur le site Berryprovince.com

Pilotes : Nathalie BOCCANFUSO, Chloé RAPIN
Contributeurs : ADN Tourisme, les OT du département



COÛT DU POSTE 2025
Inclus dans la ligne Ressources Humaines

QUALITÉ

BERRY PROVINCE DÉVELOPPEMENT

Proposer une offre et une information de qualité 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.

RESULTATS 2025

- 85 meublés de tourisme classés en 2025.
- 2 sites de visite labellisés Destination d'excellence.
- 9 structures soit 26 chambres d'hôtes qualifiées Chambre d'hôtes Référence.

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



COÛT DU POSTE 2025
Inclus dans la ligne
Observation & développement
31 380 €

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.
- Coordonner et animer la marque Accueil Vélo.
- Coordonner et animer la marque Tourisme & Handicap.
- Valoriser et promouvoir les itinéraires de randonnée.

RESULTATS 2025

- Engagement dans une démarche RSE, accompagnement par le cabinet conseil CHORUS Consultants .
- Accompagnement et conseil des porteurs de projets sur les démarches Accueil Vélo et Tourisme & Handicap.
- 20 visites de renouvellement ou d'audit dans le cadre du label Accueil Vélo.
- Création d'une carte interactive valorisant les mobilités douces, inscrite au plan d'action 2026.

Pilote : Mathilde PION et Léonie MORIZOT
Contributeurs : CRT Centre-Val de Loire, France Vélo Tourisme, Conseil départemental du Cher, Association Tourisme & Handicaps, DGE, ADN Tourisme, Associations de personnes en situation de handicap



COÛT DU POSTE 2025
Inclus dans la ligne Observation & développement
31 380 €

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

RESULTATS 2025

- Animation de 2 comités techniques et 2 comités de pilotage.
- Définition des clientèles cibles et des supports de communication.
- Validation du kilomètre zéro et des principes d'implantation de la signalétique.
- Arbitrage des contenus du carnet de route et du document d'appel.
- Choix des prestataires pour le site internet ainsi que les éditions.

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



COÛT DU POSTE 2025
126 750 €

BOURSE D'ÉCHANGE

BERRY PROVINCE DÉVELOPPEMENT

Bourges, a accueilli le 18 mars 2025 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, a permis 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.



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.

RESULTATS 2025

- Augmentation du nombre de participants. - 108 inscriptions (+8 par rapport à 2024).
- Augmentation de la satisfaction, 40 réponses obtenues à la suite du questionnaire

Pilote : Stéphanie MASSONNAT
Contributeurs : Berry Province Développement, Adèle BONDONNEAU, élèves de BTS Tourisme de l'IES Sainte Marie

COÛT DU POSTE 2025
Inclus dans le poste Opérations spécifiques acteurs
68 230 €

RELAIS DÉPARTEMENTAL DES OFFICES DE TOURISME

BERRY PROVINCE DÉVELOPPEMENT

Les Offices de Tourisme sont un maillon essentiel de l'écosystème touristique départemental et de l'accueil des visiteurs. Avec 8 structures et 16 points d'accueil, ils assurent un maillage de proximité à l'échelle du Cher.

Tourisme & Territoires du Cher accompagne ce réseau et ses collectivités dans leur développement et leur 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.

RESULTATS 2025

- 1 rencontre mensuelle depuis février 2025.
- Alternance entre rendez-vous visio et présentiel.

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



COÛT DU POSTE 2025
Inclus dans le poste 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 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 :

- Renouvellement de la destination et mise en œuvre d'un plan d'actions dédié.
- Coordination des groupes de travail de la destination pour la mise en œuvre des actions.

RESULTATS 2025

• 132 prestations labellisées, réparties entre les deux destinations.
• Meilleure lisibilité et qualité de l'offre oenotouristique.

Pilote : Sandrine GERARD
Contributeurs : Bureau Interprofessionnel des Vins du Centre, Atout France, ADT 45 et 58 et Offices de Tourisme des destinations Berry Centre-Loire et Sancerre Pouilly Giennois



COÛT DU POSTE 2025
Inclus dans la ligne Observation & développement
31 380 €

APPEL À PROJETS

BERRY PROVINCE DÉVELOPPEMENT

Mise en place d'un partenariat avec Ulule visant à structurer une démarche de financement participatif, à valoriser les initiatives locales et à favoriser l'émergence de projets contribuant à l'attractivité touristique du territoire.

CIBLES

Porteurs de projets

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Définition du dispositif de financement participatif adapté aux projets touristiques du territoire.
- Cadrage des modalités d'accompagnement.
- Identification et accompagnement des porteurs de projets éligibles.
- Création des supports de campagne et accompagnement à la mise en récit des projets.
- Animation et promotion de la campagne auprès des réseaux et partenaires.

RESULTATS 2025

- 6 porteurs de projets accompagnés et 40 598 € récoltés.

Pilote : Jennifer DESILLE ; Vincent PLISSON
Contributeurs : Ulule



COÛT DU POSTE 2025
15 200 €

6

PLAN D'ACTIONS

BERRY PROVINCE COMMUNICATION



Tourisme & territoires DU CHER

IMPOSER LE BERRY COMME UNE DESTINATION INCONTOURNABLE

OPTIMISER SA NOTORIÉTÉ

INFORMER LES TOURISTES ET LES LOCAUX

METTRE EN AVANT LES SITES TOURISTIQUES

VALORISER LA DESTINATION SUR LE WEB



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 Social Media.
- Référencement sponsorisé Adwords.

RESULTATS 2025

- FB : 126 000 fans, 125,9 K abonnés.
- INSTA : 20 300 abonnés.
- Berryprovince.com 2 691 175 évènements.

MÉTRO, KIOSQUES et ÉCRAN DIGITAUX

Du 7 au 20 avril 2025 - prolongée jusqu'au 11 mai à titre gracieux soit 24 jours, 500 faces, 5 faces consécutives en couloir, répartition équilibrée dans Paris intra-muros, 81 lignes métro concernées.

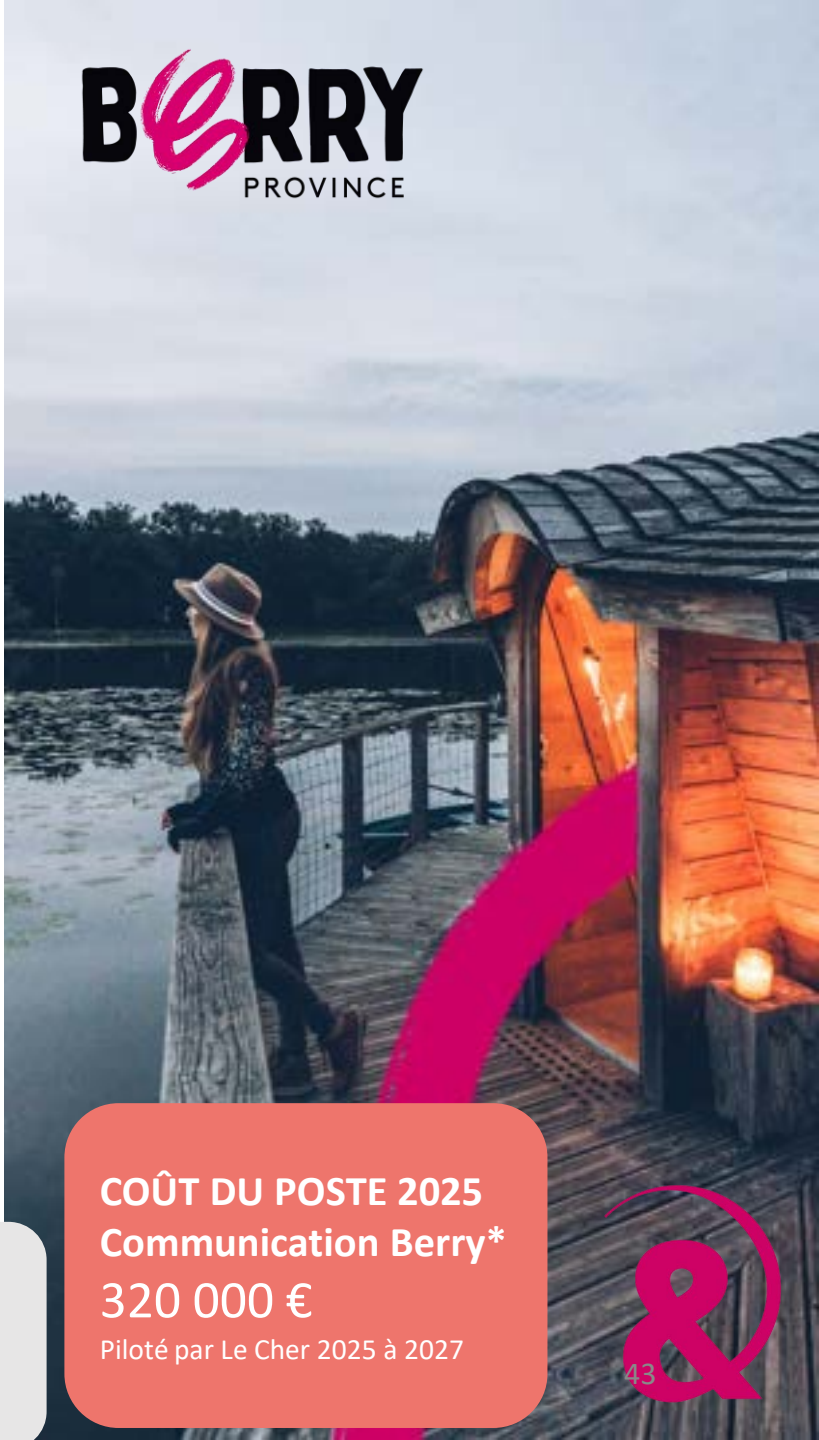
•10,5 taux de répétition, soit excellent niveau de pression publicitaire,

AUDIENCE ► 7 329 921 millions

PILOTAGE

Pilote : Stéphanie MASSONNAT

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



COÛT DU POSTE 2025
Communication Berry*
320 000 €
Piloté par Le Cher 2025 à 2027

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

- EDITIONS : création et diffusion d'une carte touristique dédiée au Berry (en partenariat avec l'Indre) avec un guide expérientiel des incontournables du territoire.
- CAMPAGNE D'AFFICHAGE : sur le Réseau départemental 18 et 36 et national.
- RELATIONS PRESSE : participation aux workshops pour conforter la destination sur de grands supports, démarchage et réponse aux sollicitations.
- INSERTIONS PUBLICITAIRES : sur du local ou du national.

RESULTATS 2025

- Diffusion des éditions à 24 000 ex. pour le Carnet d'expériences, nouvelle carte (Z-card) éditée et diffusée à 40 000 ex.
- Retombées : 7
- Equivalence publicitaire : 154 150 €
- Nombre d'accueils presse : 6

PILOTAGE

Pilote : Jennifer DESILLE

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



COÛT DU POSTE 2025
Communication Berry*
320 000 €
Piloté par Le Cher 2025 à 2027

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.

- SOCIAL MEDIA : animation de Facebook, Instagram, Twitter.
- SITE WEB : administration du nouveau site web.

RESULTATS 2025

- 1,7M pages vues sur berryprovince.com
- 745K utilisateurs actifs
- FB: 126 000 fans, 125,9 K abonnés
- INSTA 20 300 abonnés

PILOTAGE

Pilotes : Chloé RAPIN, Nathalie BOCCANFUSO

Contributeurs : Berry Province Communication / Agence d'Attractivité de l'Indre.



COÛT DU POSTE 2025

Inclus dans ligne Opérations spécifiques acteurs

68 230 €

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.

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 1 an d'utilisation par nos soins.
- VIDEO : reportage vidéo traité par thématiques, territoires et/ou saisonnalités. Elle 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.

RESULTATS 2025

- 1,7 M pages vues sur berryprovince.com
- 745 K utilisateurs actifs.
- FB : 126 000 fans, 125,9 K abonnés.
- INSTA : 20 300 abonnés.

PILOTAGE

Pilote : Chloé RAPIN

Contributeurs : Berry Province Communication et Noémie POUCHOT-ALBULUT



COÛT DU POSTE 2025

RESSOURCES HUMAINES

LES JARDINS SECRETS EN BERRY

BERRY PROVINCE COMMUNICATION

La filière des Jardins Secrets en Berry est l'une des filières importantes de la destination. Chaque année, un plan de communication off et on Line est déployé afin d'optimiser la fréquentation touristique de ces sites.

CIBLES

Clients consommateurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- EDITIONS : création et diffusion d'une brochure spécifique Jardins.
- PRODUCTION DE CONTENUS : plusieurs formats sont créés chaque année pour alimenter les réseaux sociaux sur la période d'ouverture des jardins.
- PRESSE : création d'un dossier de presse spécifique et démarchage.
- AFFICHAGE : sur le réseau d'affichage départemental.
- Déploiement d'une nouvelle identité visuelle et d'actions à mettre en place avec le réseau Jardins.

RESULTATS 2025

- 12 500 exemplaires brochure dédiée.
- Campagne d'affichage locale 50 faces.
- Campagne d'affichage Grands Sites toute la saison au parc Floral d'Orléans Source Orléans et Château et Jardins de Chaumont.
- Augmentation moyenne de la fréquentation touristique de 3,5 % sur l'ensemble des jardins.



COÛT DU POSTE 2025
Filière Jardins Secrets
10 458 €

PILOTAGE

Pilote : Jennifer DESILLE
Contributeurs : Berry Province Communication et les cinq jardins labellisés

OPERATIONS 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 du territoire en local 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...).
- Mise à disposition (à certaines conditions) de packs « Bienvenue en Berry ».
- 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.

RESULTATS 2025

- Du 15 au 20 avril 2025 : Village Berry Province.
- 13 prêts de chiliennes.
- Communication en fil rouge sur la valorisation des producteurs sur les réseaux sociaux

PILOTAGE

Pilote : Chloé RAPIN

Contributeurs: Stéphanie MASSONNAT, Nathalie BOCCANFUSO, Jennifer DESILLE



COÛT DU POSTE 2025

Inclus dans ligne Opérations spécifiques acteurs

68 230 €

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération.

7

PLAN D'ACTIONS

BERRY PROVINCE RÉSERVATION



Tourisme & territoires DU CHER



ASSURER LA COMMERCIALISATION TOURISTIQUE DU TERRITOIRE

OPTIMISER LA COMMERCIALISATION DES MEUBLÉS DE TOURISME

DÉVELOPPER LES PRODUITS "GROUPES"

PROPOSER DES SÉJOURS INDIVIDUELS ET GIR

FAIRE DES ENTREPRISES NOS CLIENTS

FAIRE DE LA PLACE DE MARCHÉ UN VÉRITABLE LEVIER

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.

RESULTATS 2025

- Volume d'affaires TTC : 2 236 072 €.
- Marge HT : 215 754 €.
- 3 149 contrats.
- Indicateurs de réservation en hausse.

PILOTAGE

Pilote : Guillaume BUSSIERE et Lucie BROCHARD puis Raphaël GILLON

Contributeurs : Berry Province Réservation / Gîtes de France®



SÉJOURS GROUPES

BERRY PROVINCE RÉSERVATION

Les mutations permanentes de cette clientèle exigent une grande adaptation et beaucoup de réactivité. Le marché du groupe s'inspire de plus en plus du marché individuel. Les accueils de groupes contribuent aux retombés économiques sur le territoire et chez nos prestataires.

CIBLES

Clients acteurs et consommateurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Fidélisation et recherche de nouveaux marchés.
- Diffusion de la nouvelle brochure "groupes".
- Participation à des workshops.
- Conception de nouvelles offres.
- Organisation d'éductours.
- Réponse aux demandes en proposant des séjours sur tout le territoire.

RESULTATS 2025

- Volume d'affaires : 462 764€.
- Marge HT : 92 839€.
- Nombre de groupes accueillis : 263.
- Nombre de personnes accueillies : 7 247.

PILOTAGE

Pilotes : Nadia NEZLIOUI, Charlyne COQUERY

Contributeurs : Berry Province Réservation / Gîtes de France®



FAVORISER ET OPTIMISER LA MISE EN MARCHÉ

BERRY PROVINCE RÉSERVATION

Les mutations permanentes de la clientèle exigent une adaptation permanente et une grande réactivité. Afin de gagner en image de marque, en réactivité, et d'améliorer notre connaissance client à des fins de prospection, nous nous dotons d'un logiciel pour la création de voyages sur-mesure, EZUS, avec la promesse d'augmenter notre taux de conversion de 20%.

CIBLES

Clients **acteurs et consommateurs**

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Simplification : un logiciel tout-en-un qui aide les organisateurs de voyages à vendre plus efficacement en leur permettant de construire rapidement des voyages sur mesure.
- Gain de temps.
- Augmentation du taux de conversion.
- Documents de voyages digitaux.
- Gestion de nos relations fournisseurs.
- CRM intégré pour une connaissance client optimisée.
- Mise en conformité RGPD.
- Pilotage de la marge.

RESULTATS 2025

- Volume d'affaires : 462 764 €.
- Marge HT : 92 839 €.
- Nombre de groupes accueillis : 263.
- Nombre de personnes accueillies : 7 247.

PILOTAGE

Pilote : Berry Province Réservation

Contributeurs : Berry Province Communication / Gîtes de France®



TOURISME D'AFFAIRES

BERRY PROVINCE RÉSERVATION

Les entreprises locales nous sollicitent pour l'organisation de leurs événements internes ou à caractère événementiel. 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 produit « clé en main » pour les événements, congrès, etc.
- Organiser des prestations pour les entreprises.

RESULTATS 2025

- Volume d'affaires inclus dans celui des séjours groupes.
- Marge HT incluse dans celle des séjours groupes.

PILOTAGE

Pilote : Berry Province Réservation

Contributeurs : Berry Province Communication



INDIVIDUELS & GROUPES D'INDIVIDUELS RECONSTITUÉS (GIR)

BERRY PROVINCE RÉSERVATION

Le tourisme surfe actuellement sur la mise en marché d'offres et de séjours thématiques plus expérientiels et plus immersifs. Travailler ces produits touristiques avec les partenaires nous permet de répondre à la demande de nos clients individuels.

CIBLES

Clients acteurs et consommateurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Mise en place des "Visites Secrètes" en partenariat avec les entreprises du département tout en élargissant le concept vers d'autres offres "grand public ».
- GIR : organiser des événements thématiques en partenariat avec les prestataires.
- Mettre en place des actions de communication notamment sur le digital pour leur valorisation.
- Commercialiser des séjours individuels en fonction de la saisonnalité.

RESULTATS 2025

- Marge HT : 35 211 €.

PILOTAGE

Pilote : Berry Province Réservation

Contributeurs : Berry Province Communication.



55

8

PLAN D'ACTIONS
BOURGES
BERRY TOURISME



Tourisme & territoires DU CHER

DÉFINIR LES CONTOURS DE LA DESTINATION BOURGES & SES ENVIRONS

FORECES & FAIBLESSES

FORCES

- À 2h au sud de Paris
- Un passé historique très fort
- Un patrimoine historique très présent
- Un événement au rayonnement national (Printemps de Bourges)
- Un événement au rayonnement européen (Bourges Capitale européenne de la Culture 2028)
- L'accessibilité de la nature en ville
- Un positionnement central
- Une cathédrale et les Chemins de St Jacques de Compostelle inscrits au Patrimoine Mondial de l'UNESCO
- Attachée à la marque de destination Berry Province

FAIBLESSES

- Son manque de notoriété « la belle endormie »
- Un manque de valorisation de la ville de la part des habitants
- Desserte ferroviaire
- Une attractivité trop faible par rapport à d'autres villes françaises

OPPORTUNITÉS

- Ancrer et confirmer Bourges à la notion de PATRIMOINE MONDIAL en intégrant la notion d'affectif et d'émotionnel grâce à la nouvelle identité.
- Mettre Bourges à sa légitime place dans l'offre touristique de la destination Berry
- L'effet de surprise que génère la découverte de la ville
- La montée en puissance chez certains habitants de valoriser leur lieu de vie
- Bourges Capitale européenne de la Culture en 2028.

MENACES

- Le rapprochement des distances : hyper concurrence du rapprochement des autres destinations (Ex : Paris - Bordeaux en 2H04 par TGV)
- Ne pas définir un positionnement clair et partagé
- Ne pas considérer les prestataires touristiques comme des partenaires
- Ne pas être considéré comme un partenaire par les prestataires touristiques

BOURGES ...

Située au centre de la France, Bourges est la Capitale historique du Berry. Son riche passé en fait une ville au patrimoine remarquable, une «Ville d'Art & d'Histoire» dont la Cathédrale est classée au Patrimoine Mondial de l'UNESCO depuis 1992. Bourges est également une étape incontournable des Chemins de St Jacques de Compostelle. Bordée par la cité Médiévale de Mehun-sur-Yèvre, tenant son caractère royal de Charles VII ; de La Borne, le village de potiers au rayonnement international ; de Menetou-Salon au réputé vin AOC... Bourges & ses environs proposent une offre complète à ses touristes et ses visiteurs.

Bourges & ses environs sont au centre et surtout proches de tout par son positionnement. La destination, souvent jugée à tort un peu poussiéreuse, obtient une très jolie résonnance auprès des touristes, des journalistes ou des influenceurs qui s'accordent tous à dire que c'est une réelle surprise ! Les qualificatifs utilisés pour décrire la Capitale du Berry sont tous très positifs et spontanés : «surprenant», «sincère», «authentique»...

Bourges est effectivement une ville où il fait bon vivre et où il existe une véritable offre culturelle et patrimoniale. Sa qualité de vie est appréciable : une nature en plein cœur de ville et des événements dont le très réputé Printemps de Bourges. Il y règne une quiétude authentique, c'est une ville où il fait bon flâner ; ce qui la positionne comme une destination à part entière pour un court séjour.

Depuis quelques années, on remarque également un attachement singulier des Berruyers pour leur ville ainsi qu'un sentiment de fierté grandissant, phénomène assez nouveau.

Les habitants, les professionnels, les clients et les clients potentiels se retrouvent sur les mêmes valeurs qualificatives de Bourges & ses environs. Si chacun conserve sa perception, réaliste, connaisseuse de la diversité de la destination, Patrimoine, Capitale, Histoire, Culture, Art de vivre, Nature... sont les termes qui définissent le mieux le territoire.

Notre destination répond à une forte demande tendance depuis quelques années : le retour aux sources et l'évocation de séjours éloignés du tourisme de masse. Inutile de vouloir rivaliser avec des destinations aux offres incontestables (mer, montagne...), aujourd'hui, Bourges & ses environs n'ont pas à rougir de leurs atouts, c'est une destination qui a des sites remarquables, authentiques et inattendus à composer selon ses envies.

Dans cet environnement à taille humaine, Bourges a tout d'une grande... Élue Capitale Européenne de la Culture pour 2028, nous comptons sur cette nomination comme un véritable accélérateur de notre performance touristique.

L'EMOTION

BOURGES & SES ENVIRONS NE LAISSENT PAS INDIFFÉRENT... UNE DESTINATION COUP DE CŒUR: POST-MÉDIÉVALE, 1ÈRE RENAISSANCE MAIS AUSSI CHAMPIONNE D'EUROPE, FIÈRE D'UNE CATHÉDRALE CLASSÉE AU PATRIMOINE MONDIAL DE L'UNESCO, D'UNE HISTOIRE IMPOSANTE, DES MARAIS EN PLEIN COEUR DE LA VILLE, LES CHEMINS DE SAINT JACQUES DE COMPOSTELLE, UNE OFFRE CULTURELLE VARIÉE, UN ART DE VIVRE & UNE GASTRONOMIE PROPRE À SA PROVINCE...

Le manque de notoriété associé à la richesse de l'offre berruyère produit finalement un véritable COUP DE CŒUR!

Bourges & ses environs,
Une capitale ?
#du Berry
#de la céramique

Une destination
QUI A ...

#de grands monuments
#un fort passé historique
#de nombreux sites touristiques
#une offre culturelle
#une identité propre
#de grands événements
#des espaces verts
#une grande équipe sportive

« Une ville que l'on connaît peu, mais qui génère une bonne surprise ! »
« Une ville idéale pour un court séjour qui saura vous surprendre par son patrimoine, son histoire, ses rencontres, sa gastronomie, ses événements ! »
Miles & Love
(Blogueurs de voyages)

LES VALEURS

Bourges, Capitale du Berry, Capitale Européenne de la Culture 2028, parfois très secrète,
révèle un art de vivre propre à ses habitants...

Authentique, c'est un tourisme d'initiation et d'expérience qui se construit dans les relations humaines. Une destination qui tient ses promesses et qui répond naturellement et sans tricher aux tendances de consommation actuelles. Un plaisir vrai de découvrir une ville telle qu'elle est et non telle qu'elle a été aménagée pour les touristes. Elle dégage une simplicité et une authenticité qui ne la positionnent pas dans la surenchère.
À proximité de Paris et du bassin lyonnais, sa position centrale est une vraie force et démontre que la simplicité reste accessible. L'hébergement joue un rôle primordial et semble bien être au cœur des convoitises pour une courte évasion. On considère d'ailleurs que l'hébergement peut être l'élément déclencheur dans le choix de la destination.

Hébergements de charme, un accueil personnalisé et convivial, tout pousse à l'excellence et au zéro défaut.

Bourges, Capitale du Berry, Bourges ma destination coup de ♥



+ LE COURT SÉJOUR

Proche de tout, Bourges se positionne comme une destination de court séjour idéale !
Le court séjour se base sur la proximité géographique, l'accessibilité, l'envie de changement de rythme ou d'environnement, l'intérêt du lieu, et l'information reçue par les médias, les influenceurs, le bouche à oreille

+ LES DÉCLENCHEURS

Une opportunité, une découverte, un événement, un bel hébergement, une rencontre ...

+ LES ATTENTES

La détente, la découverte, le cocooning, l'évasion, la gastronomie, un week-end en couple, entre amis, en famille... en été mais aussi au printemps ou en automne...

UNE OFFRE PATRIMOINE / UNE OFFRE CULTURELLE

LES CLIENTS ACTEURS PUBLICS
Les acteurs professionnels du territoire

+

ÉVALUER LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES.

Mesurer le poids économique du tourisme sur un territoire, d'un équipement ou d'un événement.

+

OBSERVER LE TERRITOIRE

Réaliser des notes de conjoncture qui permettent d'adapter les stratégies.

+

DÉFINIR UNE POLITIQUE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE.

Réaliser un schéma de développement touristique local. Définir une stratégie de qualité.

+

ACCOMPAGNER ET DÉPLOYER DES STRATÉGIES

S'appuyer sur des marques et labels comme Villes et Villages Fleuris, Petites Cités de Caractère, Qualité Tourisme, Tourisme & Handicap, ... Accompagner et conseiller sur les stratégies de communication et les plans d'actions. Se faire le relais des événements du territoire.

+

MISE À DISPOSITION D'OUTILS POUR LA DESTINATION

Photothèque, brochures, base de données, mobiliers, guichet unique, place de marché ...

LES CLIENTS ACTEURS PRIVÉS

l'Agence place, au cœur de son quotidien, plusieurs types de cibles. Elle adapte, selon le client auquel elle s'adresse, ses actions et ses dispositifs.

+

ÉVALUER LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES.

Mesurer le poids économique du tourisme sur un territoire, d'un équipement ou d'un événement.

+

OBSERVER LE TERRITOIRE

Réaliser des notes de conjoncture qui permettent d'adapter les stratégies.

+

DÉFINIR UNE POLITIQUE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE.

Réaliser un schéma de développement touristique local. Définir une stratégie de qualité.

+

ACCOMPAGNER ET DÉPLOYER DES STRATÉGIES

S'appuyer sur des marques et labels comme Petites Cités de Caractère, Qualité Tourisme, Tourisme & Handicap, ... Accompagner et conseiller sur les stratégies de communication et les plans d'actions. Se faire le relais des événements du territoire.

+

MISE À DISPOSITION D'OUTILS POUR LA DESTINATION

Photothèque, brochures, base de données, mobiliers, guichet unique, place de marché ...

LES ACTEURS PROFESSIONNELS DU TERRITOIRE

+

MENER DES ACTIONS DE PARTENARIAT

- Fédérer les acteurs autour de la stratégie territoriale et des actions de l'Office de Tourisme,
- Collecter puis diffuser l'information mais aussi leurs actualités,
- Être un élément moteur sur les nouveaux outils, partager notre expérience,
- Proposer des actions en partenariat pour la valorisation de leur offre touristique.

+

CONSEILLER, INFORMER ET AGIR POUR LES PROFESSIONNELS

- Informer et conseiller sur les politiques touristiques,
- Conseiller à la commercialisation et « amener » des clients,
- Avoir une connaissance marketing de l'offre et de la demande,
- Évaluer les besoins des clientèles et des nouveaux segments de clientèle,
- Conseiller sur les nouveaux produits,
- Assurer la mise en place de labels (Tourisme et Handicaps, Qualité Tourisme…),
- Accompagner les porteurs de projets d'hébergements touristiques.

+ LEURS ATTENTES

- Avoir une réponse rapide et pertinente aux porteurs de projets et entreprises,
- Apporter la meilleure réponse à leur demande de recherche de foncier ou d'immobilier,
- Informer sur les aides publiques existantes,
- Orienter vers les partenaires compétents, afin de répondre aux porteurs de projets et jouer ainsi un rôle de facilitateur.

LE CLIENT CONSOMMATEUR DE TOURISME

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

PROFIL

Selon les dernières études de clientèles menées par la Région Centre-Val de Loire sur Bourges & ses environs.*

CIBLES GÉOGRAPHIQUES

+ PÉRIMÈTRE DE 3H AUTOUR DE BOURGES

1. *Bassin Parisien*
2. *Bassin Lyonnais*
3. *Région Centre-Val de Loire*

CIBLES SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES

CLIENTÈLE À FIDÉLISER

Sénior (55 ans et plus) à près de 50%

CLIENTÈLE À SÉDUIRE

25 - 34 ans

35 - 54 ans

Une grande majorité de la clientèle vient en couple.

>> Potentiel de développement de la clientèle familiale.

COURTS-SÉJOURS

**étude de clientèles réalisées d'avril à novembre 2014 par le Cabinet V4*

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.

LES CIBLES

LES ACHETEURS ET LES ORGANISATEURS DE SÉJOURS

+

LEURS ATTENTES

- **Avoir un accompagnement personnalisé dans la recherche de prestations (hébergements, restauration & activités) pour l'élaboration de leurs séjours,**
- **Sécuriser leur achat avec des prestations qualifiées par Berry Province Réservation,**
- **Faciliter l'accès aux disponibilités et à l'achat en ligne sur une destination à faible densité touristique,**
- **Assurer un SAV si besoin.**

Le Logo de Bourges Berry Tourisme évolue …

DE



À



Plan d'actions
BOURGES BERRY TOURISME
2025



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 toute autant importante pour l'adhésion des habitants.

CIBLES

Clients acteurs et consommateurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Diffuser et sponsoriser sur la même période la version longue sur le web.
- Campagne d'affichage en local.
- Diffusion de la nouvelle production audiovisuelle chez les partenaires dès le début de l'année 2025.

RESULTATS 2025

- **Pilotage de la campagne TV nationale de promotion de la destination Bourges (mars-avril 2025), associant TV linéaire, TV segmentée et replay. Cette campagne a généré plus de 4,9 millions de contacts et renforcé la visibilité de la destination auprès des clientèles ciblées, tout en permettant d'identifier des leviers d'optimisation pour les prochaines diffusions.**

PILOTAGE

Pilote : Stéphanie MASSONNAT

Contributeurs : Berry Province Communication



COÛT DU POSTE 2025

Plan média

111 382€

EDITIONS

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

- Nouvelle édition annuelle avec refonte totale de la brochure d'appel : deux numéros de magazine par an.
- Des plans en format A3 améliorés et déclinés en FR, GB et multilingue.
- Un carnet d'adresses pour les restaurants, hébergements et bars & lieux sympas avec les infos pratiques pour organiser au mieux sa visite à Bourges.

RESULTATS 2025

- 4 diffusions prévues au cours de l'année (mars/mai/juin/septembre).
- Une réimpression de Mags (1 500 ex.) en juin a été faite pour palier à la demande.
- Les consommateurs (prestataires et visiteurs) sont satisfaits de l'ensemble des supports distribués

PILOTAGE

Pilote : Jennifer DESILLE

Contributeurs : Berry Province Communication, Bourges Berry Tourisme



COÛT DU POSTE 2025

Editions

38 890 €

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.
- SOCIAL MEDIA : animation de Facebook, Instagram, TikTok (lancé en 2023) et Pinterest (nouveauté 2024).
- SITE WEB : administration et mise à jour du site web, refonte du parcours client pour une meilleure navigation.

RESULTATS 2025

- 142K utilisateurs actifs pour 220K sessions.
- 17,4K followers IG – 93K followers FB.
- 13K followers TikTok.

PILOTAGE

Pilote : Chloé RAPIN

Contributeurs : Noémie POUCHOT-ALBULUT, Emma INESTA



COÛT DU POSTE 2025

Inclus dans le poste fonctions supports

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.

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 1 an d'utilisation par nos soins.
- VIDEO : reportage vidéo traité par thématiques, territoires et/ou saisonnalités. Elle 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.

RESULTATS 2025

- 142K utilisateurs actifs pour 220K sessions.
- 17,4K followers IG – 93k followers FB.
- 13K followers TikTok.

PILOTAGE

Pilote : Chloé RAPIN

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



BUDGET

Poste fonctions suports

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 la presse lors de workshops mais également en leur proposant des expériences sur le territoire.
- Pousser, par des communiqués de presse, les actualités du territoire.
- Accueillir des influenceurs locaux et nationaux.

RESULTATS 2025

- Retombées : 7.
- Equivalence publicitaire presse écrite (hors TV et web): 154 150 €.
- Nombre d'accueils presse : 6.

PILOTAGE

Pilote : Jennifer DESILLE

Contributeurs : Noémie POUCHOT-ALBULUT



COÛT DU POSTE 2025

Inclus dans la ligne Relations presse

19 232 €

OPÉRATIONS SPÉCIFIQUES ACTEURS

BOURGES BERRY TOURISME

La marque de destination doit rayonner sur le territoire. Plusieurs actions le permettent et dynamisent la fédération des acteurs autour de Bourges.

CIBLES

Clients acteurs et consommateurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Mise à disposition de la production audiovisuelle chez les acteurs du territoire (hébergements, hôtellerie...).
- Mise à disposition des lettres géantes lors d'événements.

RESULTATS 2025

- Diffusion du spot TV notamment dans les hôtels.

PILOTAGE

Pilote : Stéphanie MASSONNAT

Contributeurs : Noémie POUCHOT-ALBULUT

COÛT DU POSTE 2025

Opérations spécifiques acteurs 1 000 €



INTEGRATION A LA DEMARCHE RSE DE L'AGENCE

BOURGES BERRY TOURISME

L'intégration de l'Office de Tourisme à la démarche RSE de l'Agence marque une nouvelle étape dans notre engagement en faveur d'un tourisme plus responsable, en cohérence avec les valeurs et les objectifs portés collectivement.

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

Actions

- Sensibilisation des équipes et des visiteurs.
- Éco-gestes et achats responsables.
- Réduction des consommations.
- Amélioration continue.

Outils

- Plan d'actions RSE.
- Indicateurs de suiv.i
- Outils de pilotage .
- Communication externe et interne.

PILOTAGE

Pilote : Agathe SIMONIN

Contributeurs : Equipe des Conseillers en séjours

COÛT DU POSTE 2025

Ressources Humaines



« QUALITE TOURISME» VERS « DESTINATION D'EXCELLENCE »

BOURGES BERRY TOURISME

Après plusieurs années sous la marque Qualité Tourisme™, Bourges Berry Tourisme est désormais engagé dans la démarche **Destination d'Excellence.**

Créé en 2024, ce label distingue les acteurs du tourisme qui offrent un accueil de qualité tout en s'inscrivant dans une démarche d'amélioration continue, d'accessibilité et de développement durable.

Il valorise des engagements concrets en faveur d'un tourisme plus responsable, au bénéfice des visiteurs, du territoire et de son patrimoine.

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

En 2025, les équipes se sont pleinement mobilisées pour préparer la transition vers le nouveau référentiel Destination d'Excellence.
Cette démarche s'est notamment traduite par l'appropriation des nouveaux critères, la mise en conformité de nos pratiques et la sélection du cabinet chargé de conduire l'audit, réalisé en juin 2026.

PILOTAGE
Pilote : Agathe SIMONIN
Contributeurs : Equipe de Conseillers en séjours

COÛT DU POSTE 2025
Ressources Humaines



UN ACCUEIL DE QUALITE

BOURGES BERRY TOURISME

Parce que c'est toujours agréable de se sentir bien accueilli sur un territoire, l'Office de Tourisme met en place des actions concrètes pour améliorer l'accueil.

CIBLES

Clients acteurs et consommateurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Adapter les conseils selon la clientèle (famille, senior, nouveaux arrivants...) et monter en compétence sur les offres du territoire en testant les produits.
- Diffuser les outils de la destination (Magazine OnBourges par exemple) et les brochures de nos partenaires et auprès de nos partenaires.
- Proposer les offres disponibles en billetterie.
- Répondre aux critères de Qualité Tourisme et s'adapter aux nouveaux critères du référentiel Destination d'Excellence.

RÉSULTATS 2025

- Taux de satisfaction avis en ligne : 8,8/10 (source Fairguest).
- Taux satisfaction questionnaires et enquêtes récoltées : 90%.
- Fréquentation touristique : +2% / 2025.
- Action nouveaux arrivants : participation.

PILOTAGE

Pilote : Agathe SIMONIN

Contributeurs : Equipe des Conseillers en séjours

COÛT DU POSTE 2025

Ressources Humaines



AMÉLIORATION CONTINUE

BOURGES BERRY TOURISME

L'amélioration continue a pour but d'enrichir et optimiser le parcours client au sein de l'Office de Tourisme : questionner, savoir écouter et prendre en compte pour mieux faire et s'adapter.

CIBLES

Clients acteurs et consommateurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Recueillir et diffuser des enquêtes de satisfaction afin de mesurer nos performances et les améliorer auprès des clients acteurs.
- Assurer un suivi et répondre aux avis (Tripadvisor, Google,...).
- Enrichir les procédures afin d'assurer la continuité et une bonne performance dans l'accueil.
- Analyser les performances de vente en boutique et à la billetterie afin d'adapter l'offre à la demande et ainsi développer le chiffre d'affaires.

RÉSULTATS 2025

- Taux de satisfaction : 8,8/10 (source Fairguest).
- Evolution des chiffres de la boutique : +5,70% / 2024.
- Evolution des chiffres de la billetterie (interne Loge incluse et externe) : -17 % / 2024.

PILOTAGE

Pilote : Agathe SIMONIN

Contributeurs : Equipe des Conseillers en séjours

COÛT DU POSTE 2025

Ressources Humaines



UN ACCUEIL DE QUALITÉ

BOURGES BERRY TOURISME

RÉSULTATS 2025
Fréquentation touristique:

Année 2025	Total année 2025	Total année 2024	Evolution 2024-2025
Total contacts Directs (desk et tél)	37291	36 706	2%
Nombre estimé de personnes	93227	91843	2%
Contacts FRANCAIS	21718	28 751	-24%
Nombre total estimé de personnes	*95254*	*71878*	*33%*
Locaux	7087	7107	0%
Français	27216	21644	26%
Contacts ETRANGERS	2915	4 140	-30%
Nombre total estimé de personnes	*13214*	*10 350*	*28%*

- Les statistiques 2025 de Bourges Berry Tourisme témoignent d'une fréquentation globalement stable, avec une légère progression de **2 %** des contacts directs (desk et téléphone), passant de **36 706 en 2024 à 37 291 en 2025**.

- **Quelques éléments d'explication :**
  Une offre touristique enrichie, notamment grâce à des propositions comme la Loge des Bâtisseurs, qui viennent compléter les incontournables du territoire.
- **La dynamique portée par Bourges Capitale européenne de la culture 2028**, qui continue de renforcer la notoriété de la destination et d'attirer de nouveaux visiteurs, notamment français.
- **Une communication renforcée**, avec des actions de promotion ciblées et une mise en valeur accrue de la destination, qui contribuent à capter l'attention des visiteurs (spot TV, influenceurs, presse…)

PILOTAGE
Pilote : Agathe SIMONIN
Contributeurs : Equipe des Conseillers en séjours

COÛT DU POSTE 2025
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 touristiques 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 : Equipe de Conseillers en Séjours

COÛT DU POSTE 2025

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.
- Sensibiliser à la marque de destination et organiser des ateliers auprès des partenaires.
- Diffuser les éditions chez les partenaires-adhérents.
- Organisation de 2 RV du Club : le 04 juin à la Villa C et le 25 novembre à l'Hôtel de Bourbon
- Sensibilisation aux démarches et labels structurants du territoire : Destination d'Excellence, Tourisme & Handicap, Accueil Vélo...

RÉSULTATS 2025

- Taux d'ouverture à la newsletter prestataires 64%.
- Nombre d'adhérents au Club : 150
- Nombre de participants aux RDV du Club :
  2ème Petit déjeuner : 30 adhérents
  3ème Petit déjeuner : 35 adhérents

PILOTAGE

Pilote : Agathe SIMONIN

Contributeurs : Equipe de Conseillers en séjours

COÛT DU POSTE 2025

Ressources Humaines



UNE OFFRE COMMERCIALE

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. Ceci participe à la notoriété de la destination et à son dynamisme. Les animations favorisent la 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.
- Organiser et optimiser l'accueil des nouveaux arrivants et leur faire découvrir le territoire
- Réflexion et développement autour des nouvelles expériences numériques

RÉSULTATS 2025

- Visites guidées : 10 471 € TTC.
- Animations OT (animations Nature, hors Loge) : 832 € TTC.
- Billetterie extérieure : 4 024€ TTC.
- Volume d'affaires (hors Loge) : 15 327 € TTC soit -25% / 2024.
- Taux de réservation en ligne : 42,7%.

PILOTAGE

Pilote : Agathe SIMONIN

Contributeurs : Berry Province Réservation / Berry Province Communication



COÛT DU POSTE 2025

Ressources Humaines

LA LOGE DES BATISSEURS

BOURGES BERRY TOURISME

Une expérience interactive inédite en France !
En partenariat avec Art Graphique et Patrimoine, l'Office de Tourisme a lancé cette expérience en juin 2024.
Avec 4 ateliers en 2025 (Tailleur de Pierre, Peintre polychrome, Maître d'œuvre et Maître Verrier), près de 1300 visiteurs ont été séduits par cette immersion unique, contribuant au rayonnement culturel et touristique de Bourges et ses environs.

CIBLES

Clients consommateurs

ACTIONS, OUTILS & SERVICES

- Enrichir l'offre des expériences à vivre à destination des individuels, des groupes, des entreprises.
- Proposer une offre complémentaire à l'offre existante pour la mise en avant de la Cathédrale St Etienne.
- Promouvoir la Loge sur les différents leviers à disposition.
- Intégrer la billetterie en ligne pour la vente de cette expérience.
- Réflexion et développement de nouvelles expériences numériques.

RÉSULTATS 2025

- Nombre de réservations : 1 300.
- Volume d'affaires : 13 541€.
- Taux de réservation en ligne : 45%.

PILOTAGE

Pilote : Agathe SIMONIN

Contributeurs : Berry Province Réservation / Berry Province Communication



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.
- Travailler avec des illustrateurs et des producteurs locaux.
- Animer la boutique : proposer des animations pertinentes en fonction des actualités produits (ex : Dédicace Philippe HUBERT le 01/03/2025 pour l'Ane grand noir du Berry, Fred LANGOUT pour Repiquage le 07/07/2025 et Les Amis du Vieux Bourges pour le tome 3 le 13/12/2025)

RÉSULTATS 2025

- Volume d'affaires : 143 611 € HT.
- Evolution du CA : +5,70% / à 2024.
  Remarques : *ce résultat, en progression, se rapproche de celui de l'année 2023 (considérée comme année de référence).*

PILOTAGE

Pilotes: Agathe SIMONIN, Corinne MAGNOU
Contributeurs : Equipe des Conseillers en séjours



COÛT DU POSTE 2025
Ressources Humaines

9 COMPTE DE RÉSULTAT & BILAN 2025

COMPTE DE RÉSULTAT

Validé en CA le 28 MAI 2026

1/3

EXPLOITATION Ad2T

RESULTAT 2024 & PROPOSITION BUDGET 2026

	CR2023	CR2024	BP2025	CR2025	BP2026
PRODUITS					
Marge sur Production Vendue	**573 499 €**	**558 463 €**	**580 158 €**	**537 200 €**	**569 571 €**
Marge Produits Individuels	*41 606*	*48 783*	*40 000*	*35 211*	*35 000*
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*	*150 000*
Ventes diverses, autres prestations & Services OT	*80 803*	*50 954*	*65 158*	*49 785*	*64 571*
Subventions et participations	**1 723 445 €**	**1 753 308 €**	**2 027 500 €**	**1 822 553 €**	**1 967 955 €**
Subv. Conseil départemental du Cher	*1 050 000*	*1 060 000*	*950 000*	*750 000*	*870 000*
Subv. Agglomération de Bourges Plus	*624 185*	*648 808*	*655 000*	*655 000*	*680 205*
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*	*137 750*
Autres subv et part. (dont bâtiment Le Carré)	*18 000*	*4 500*	-	*10 500*	-
Cotisations	**34 468**	**36 970**	**35 000**	**42 416**	**40 000**
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*	*20 000*
Refacturations	**46 318**	**48 405**	**55 000**	**4 876**	**60 000**
Refacturation fonctions support B+	**95 816**	**98 745**	**102 228**	**102 228**	**102 312**
Refacturation commercialisation B+	**1 538**	**2 268**	**2 010**	**2 010**	**1 292**
Rembt de frais	**30 379**	**16 998**	**25 000**	**18 156**	**25 000**
Autres produits	**22 525**	**28 901**	**-**	**53 576**	**25 000**
Total produits	**2 527 987 €**	**2 544 058 €**	**2 826 896 €**	**2 583 015 €**	**2 791 130 €**

	CR2023	CR2024	BP2025	CR2025	BP2026
CHARGES					
Travaux photos	-	-	1 000	-	-
Achats Boutique OTB+	131 612	98 913	100 000	121 742	100 000
Doc. Touristiques / Editions	71 803	54 558	73 200	44 052	56 500
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	110 000
Salons	820	3 752	3 000	2 354	2 000
Relations presse	6 746	19 537	19 850	19 232	15 850
Publicité	3 485	683	7 000	51	1 000
Annonces et insertions	8 404	4 770	1 000	5 279	1 000
Tourisme et handicap	-	-	-	-	-
Internet et multimédia	27 539	27 235	35 220	26 166	76 220
Actions e-marketing	12 286	4 649	15 500	4 384	4 000
Filière Gastronomie & Oenotourisme	-	5 077	8 000	22 019	8 000
Filière Tourisme découverte économique	-	35 285	-	27 795	30 000
Filière Jardins	10 011	10 714	8 000	10 458	8 000
Com Itineraire Cœur de France Vélo (hors Charges salariales)			142 500	11 109	72 750
Observation & développement	35 330	32 310	29 457	31 380	29 715
Opérations specifiques acteurs	91 760	76 898	43 000	68 230	26 500
Opérations spécifiques OTB+	35 462	25 893	7 500	804	7 500
Carte pro	-	-	-	-	-
Réceptions	7 035	6 926	7 500	7 016	6 000
Affranchissements	10 894	11 061	11 500	6 915	9 200
Télécom (+fibre optique & data)	35 656	38 932	41 000	39 093	40 000
Frais missions	20 977	17 058	27 500	15 256	20 000
Autres achats & charges *(dont con.App. Alt, Kyoto & dijon. chant.)*	75 602	83 964	76 000	100 678	88 000
Total charges activités	**797 672 €**	**757 551 €**	**1 097 727 €**	**995 533 €**	**1 032 235 €**
	31%	31%	38%	36%	37%

	CR2023	CR2024	BP2025	CR2025	BP2026
Fourn.entretien	12 577	8 813	9 200	6 956	9 700
Achat MP, Fourn.admin. (papeterie, photocop)	8 082	12 491	10 000	18 799	11 200
Loc. immobilières	51 843	59 246	53 500	60 520	62 000
Loc. mobilières	14 104	20 590	34 500	28 952	30 500
Charges locatives	47 529	46 261	37 500	41 370	40 000
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	73 300
Assurances	11 589	11 166	12 500	11 746	11 500
Documentations	2 329	2 014	3 000	2 253	2 000
Honoraires	78 585	73 968	75 000	75 782	79 000
Cadeaux, dons, & pourboires	3 225	4 400	3 500	3 862	3 000
Frais bancaires	8 972	5 570	8 500	5 000	6 500
Cotisations	28 210	23 492	25 900	19 895	24 500
Formation professionnelle continue	22 565	13 939	25 000	17 712	14 500
Charges Diverses	68 499	41 443	74 000	73 829	37 000
sous total	**438 815 €**	**409 694 €**	**444 400 €**	**447 687 €**	**412 700 €**
	17%	17%	15%	16%	15%
Impôts, taxes et versements assimilés	**30 908**	**27 442**	**2 000**	**34 084**	**27 750**
Mutuelle Santé	**46 553**	**43 887**	**43 356**	**53 231**	**43 816**
Masse salariale	**1 100 059**	**1 113 046**	**1 143 947**	**1 108 255**	**1 141 000**
Indemnités stagiaires	**600**	**4 250**	**3 800**	**1 850**	**3 500**
Dot prov depart retraite et risques	**- 5 040**	**- 34 207**	**7 000**	**13 801**	**7 000**
Dot amortissement immo	**19 225**	**19 375**	**19 225**	**16 245**	**17 525**
Participation fonctions support B+	**95 816**	**98 745**	**102 228**	**102 228**	**102 312**
Participation commercialisation B+	**1 538**	**2 722**	**2 010**	**2 010**	**1 292**
Contrat IFC / IDR	**-**	**-**	**1 000**	**-**	**1 000**
Charges exceptionnelles	**22 636**	**3 526**	**1 000**	**1 640**	**1 000**
Dot provision risques	**15 000**	**3 000**	**-**	**- 14 748**	**-**
sous total	**1 327 297 €**	**1 281 786 €**	**1 325 566 €**	**1 318 597 €**	**1 346 195 €**
	52%	52%	46%	48%	48%
Total dépenses	**2 563 785 €**	**2 449 031 €**	**2 867 693 €**	**2 761 817 €**	**2 791 130 €**
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		

BILAN

Bilan 2025
Validé en CA le 28 mai 2026

ACTIF	31.12.25	31.12.24
Immobilisations	239 083	232 645
Amortissements	184 881	168 635
Immobilisations nettes	**54 202**	**64 010**
Stocks	70 144	65 872
Dépréciation stocks	0	0
Créances Clients	247 411	274 152
Créances à recevoir	195 841	136 124
Comptes de régularisation	76 935	108 950
Valeurs d'exploitation	**590 331**	**585 098**
Disponibilités	719 227	1 024 565
ACTIF TOTAL	**1 363 760**	**1 673 673**

PASSIF	31.12.25	31.12.24
Réserves cumulées	722 885	620 091
Résultat exercice	-171 992	102 794
Fonds associatifs	**550 893**	**722 885**
Provision pour risques	3 253	38 300
Provision départ en retraite	95 880	82 079
Provisions et fonds dédiés	**99 133**	**120 379**
Dettes Fournisseurs	358 672	403 027
Dettes Fiscales et Sociales	306 579	331 281
Autres dettes	13 398	53 426
Dettes d'Exploitation	**678 649**	**787 734**
Produits constatés d'avance	35 085	42 675
PASSIF TOTAL	**1 363 760**	**1 673 673**