

TERRES
de **CORREZE**
Office de Tourisme

TERRES
de **CORREZE**
Reconnectez-vous !

SADI

Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information

SOMMAIRE

Le SADI

Définition du SADI.....	p.4-5
Les différentes étapes du SADI.....	p.6
Les objectifs du SADI de Terres de Corrèze.....	p.7

Les clientèles

Analyse des clientèles présentes sur le territoire.....	p.9-11
Segmentation de la clientèle.....	p.12-18
Les personas.....	p.19-27

Etat des lieux de la destination

Flux et portes d'entrée.....	p.29-30
Capacité d'accueil.....	p.31
Forces et faiblesse du territoire.....	p.32-33
Les incontournables du territoire.....	p.34-38

Etat des lieux de l'accueil Terres de Corrèze

L'accueil physique de l'OT.....	p.40-45
L'accueil numérique de l'OT.....	p.46-48
Les éditions de l'OT.....	p.49-50

Les pistes d'amélioration	p.52-54
--	---------

Le SADI

Le SADI, qu'est ce que c'est ?

Les différentes étapes d'un SADI

Les objectifs du SADI Terres de Corrèze.

LE SADI

Le SADI, qu'est ce que c'est ?

S comme Schéma ou Stratégie

A comme Accueil, dans et hors les murs

D comme Diffusion de l'information touristique (print, numérique, événements)

I comme Information touristique qualifiée

Replacer les visiteurs et leurs attentes au coeur de la stratégie d'accueil du territoire.

On élabore un schéma d'accueil, en fonction des clients qui entrent dans nos bureaux d'informations, **mais aussi en fonction de ceux qui ne le font pas et qui sont sur le territoire.**

CONSTAT :

Aujourd'hui 1 visiteur sur 10 passe les portes de l'OT pendant son séjour

OBJECTIF :

**apporter une réelle valeur ajoutée aux 10%
réorienter nos ressources pour les 90%**



LE SADI

Concrètement le SADI, c'est :

1 - la segmentation de la clientèle : consiste à connaître le comportement et les usages des clientèles qui fréquentent le territoire. Cela nécessite un travail de segmentation et une expertise sur la connaissance des clients. Les experts locaux tels que les équipes d'accueil et les partenaires accueillants en sont la clé. Parmi les nombreuses typologies de clientèles il faut établir les cibles prioritaires.

2 - les flux et les portes d'entrées : déterminer les principaux flux de clientèle, les lieux de rassemblements, les lieux de visite, les événements,...cartographie du territoire.

3 - état des lieux de l'accueil : dresser un état des lieux des outils d'accueil et de diffusion de l'information, à partir des parcours clients « dans les murs » (dans l'office de tourisme) et « hors les murs » (chez les prestataires, dans les lieux publics, etc). En fonction des lieux, des attentes et des demandes, quelle est la performance de nos réponses ?

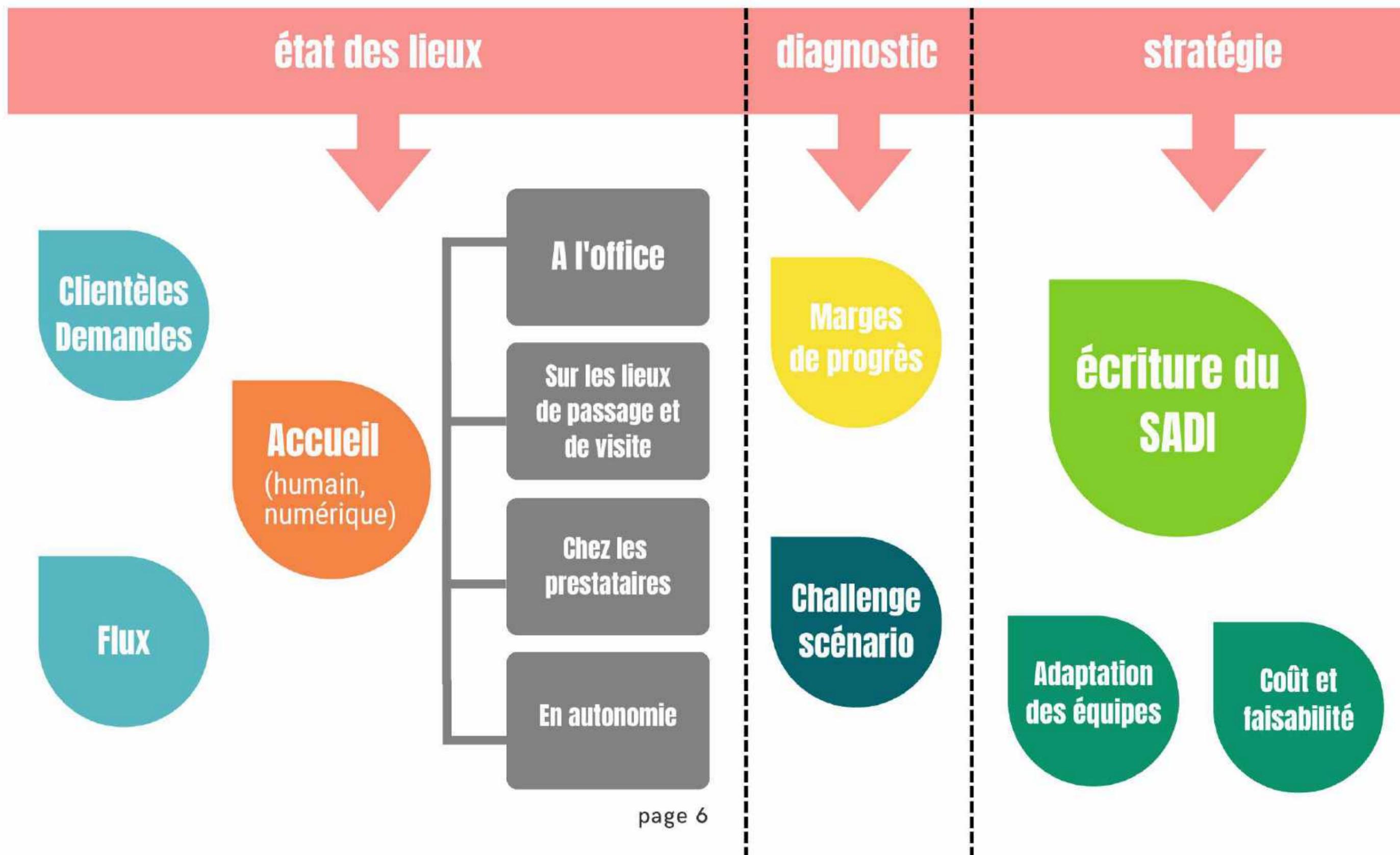
4 - pistes d'améliorations : à partir de l'état des lieux de nos accueils physique et numérique, s'auto-évaluer sur les services proposés à nos clients et déterminer des pistes d'amélioration.

5 - Ecriture du SADI : rédaction d'un plan d'action pluriannuel.

6 - Animation du SADI : le SADI ça s'anime ! Positionner l'office comme coordinateur de l'accueil sur le territoire nécessite des moyens humains, pour déployer les chantiers et animer les réseaux. Le SADI ne reste pas figé, car l'usage des clientèles évolue en permanence.

LE SADI

Les différentes étapes d'un SADI :



LE SADI

Les objectifs du SADI de Terres de Corrèze :

Depuis des années l'information touristique ne cesse de se digitaliser, notamment grâce à l'évolution des smartphones, zones wifi publiques, 4G et 5G... Par conséquent, la fréquentation des Offices de Tourisme en France ne cesse de diminuer.

Pourquoi mettre en place un SADI ?

Pour réinventer l'accueil touristique en partenariat avec les acteurs de la destination Terres de Corrèze, afin de s'adapter aux nouvelles habitudes des visiteurs, notamment avec la digitalisation croissante de l'information.

Cela permet de parler d'une seule voix, de disposer des mêmes informations et de partager les bonnes adresses et conseils. De plus, cela favorise la promotion de l'ensemble du territoire, véritable soutien à l'économie locale.

L'objectif principal de l'élaboration de ce SADI sur l'ensemble du territoire Terres de Corrèze est :

créer une communauté d'accueillants, à l'échelle du territoire Terres de Corrèze, sur lesquels s'appuyer pour informer le touriste / l'habitant.

Les clientèles

Analyse des clientèles présentes sur le territoire

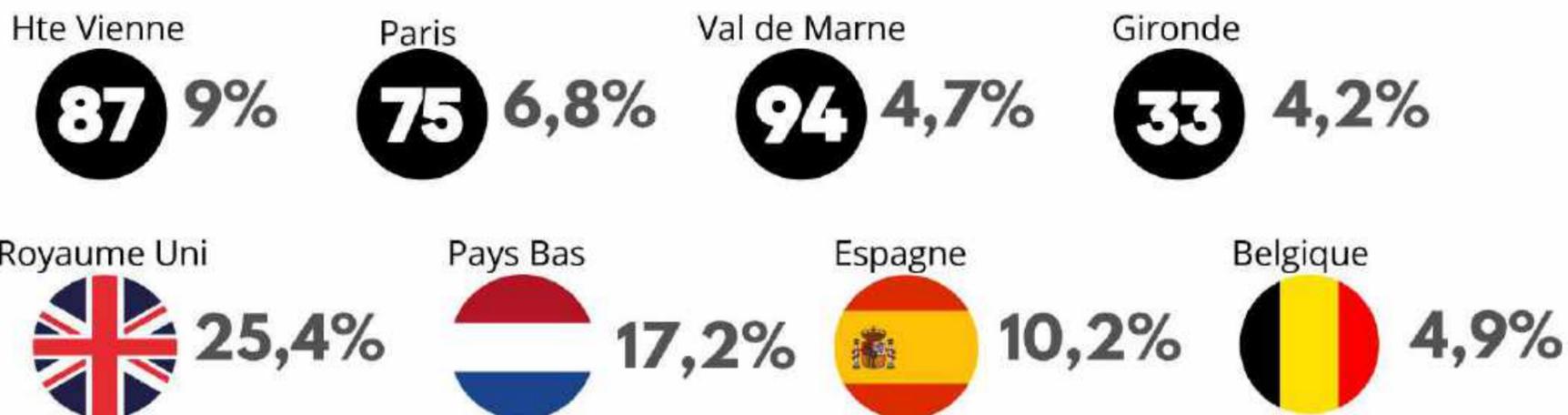
Segmentation de la clientèle

Les personas

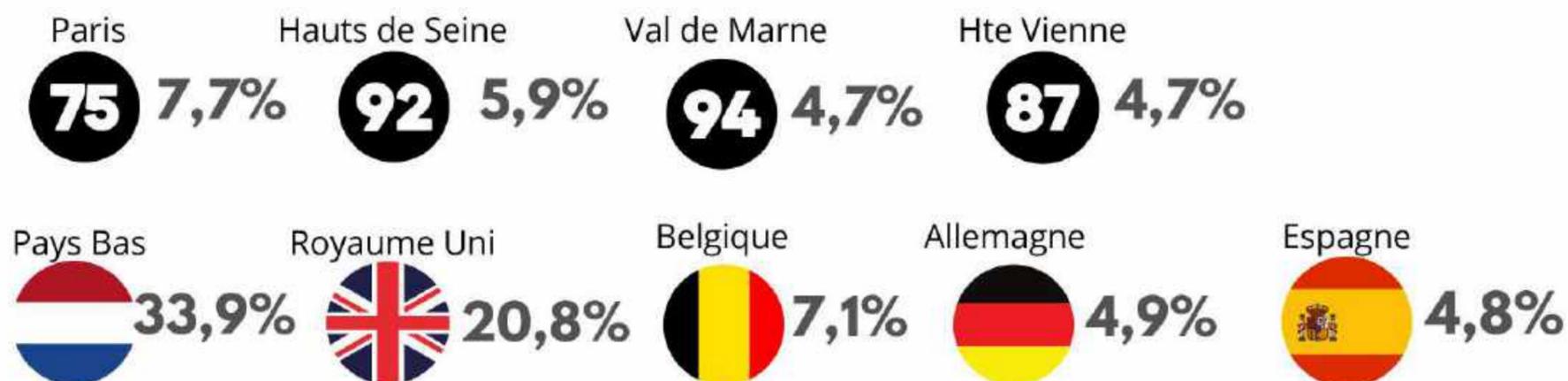
Les clientèles

Origines des visiteurs présents sur le territoire Terres de Corrèze.

Départements et pays les plus présents sur le territoire : pendant le 1er semestre 2023



Départements et pays les plus présents sur le territoire , durant la haute saison 2023.



Données collectées grâce au dispositif Flux Vision Tourisme.

Flux Vision permet, à partir des données mobiles (et du bornage de téléphones), d'analyser les déplacements sur le territoire et de déterminer la part d'excursionnistes, de touristes et d'habitants.

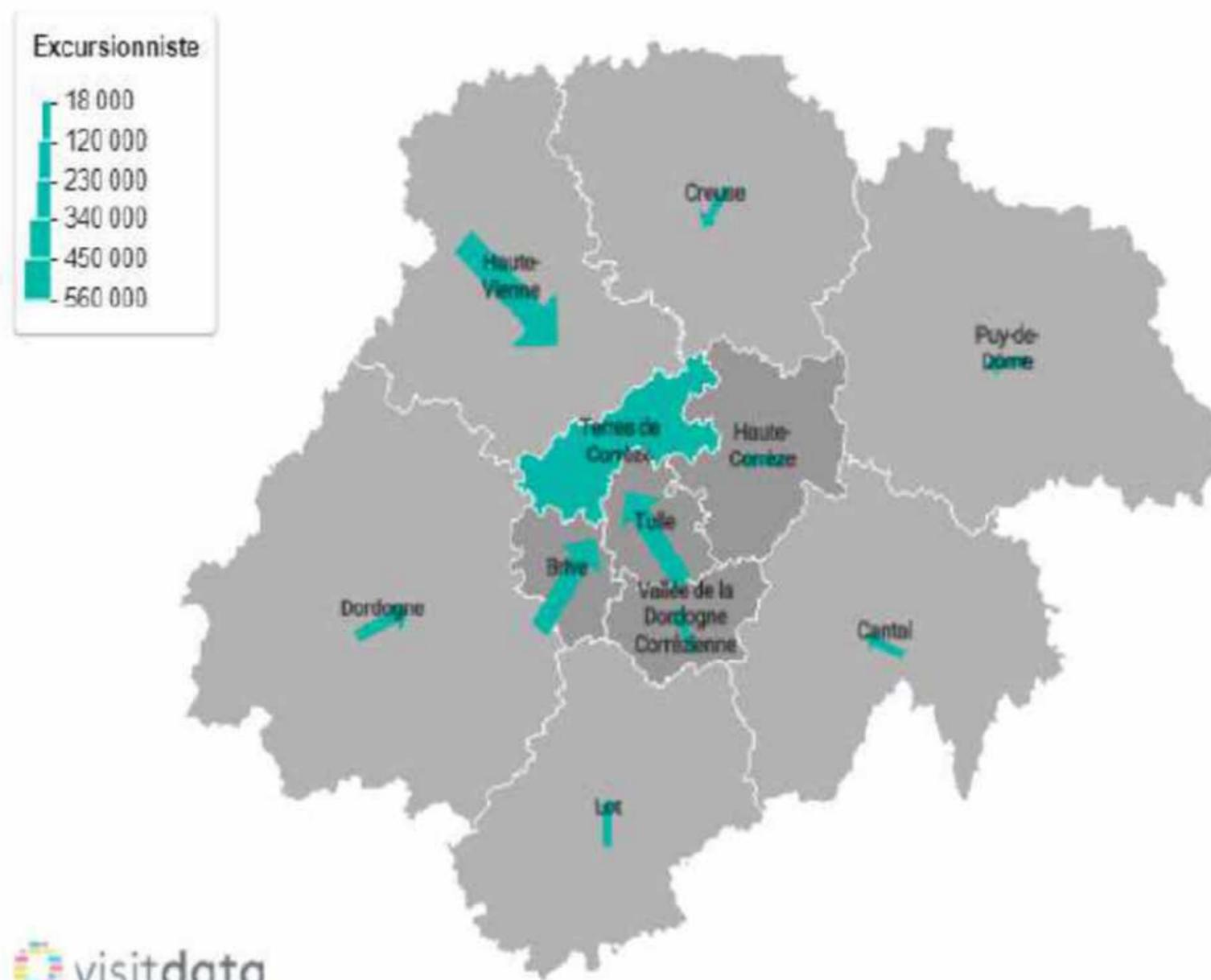
Les clientèles

Provenance des excursionnistes (visiteurs à la journée) entre le 1/06 et 30/09/2023

50,7 % des excursionnistes proviennent des autres territoires corréziens, notamment Brive et Tulle.

30,4 % viennent de la Haute-Vienne et

11,8 % de la Dordogne.



Les clientèles

Destinations des touristes présents sur le territoire entre le 1/06 et 30/09/2023

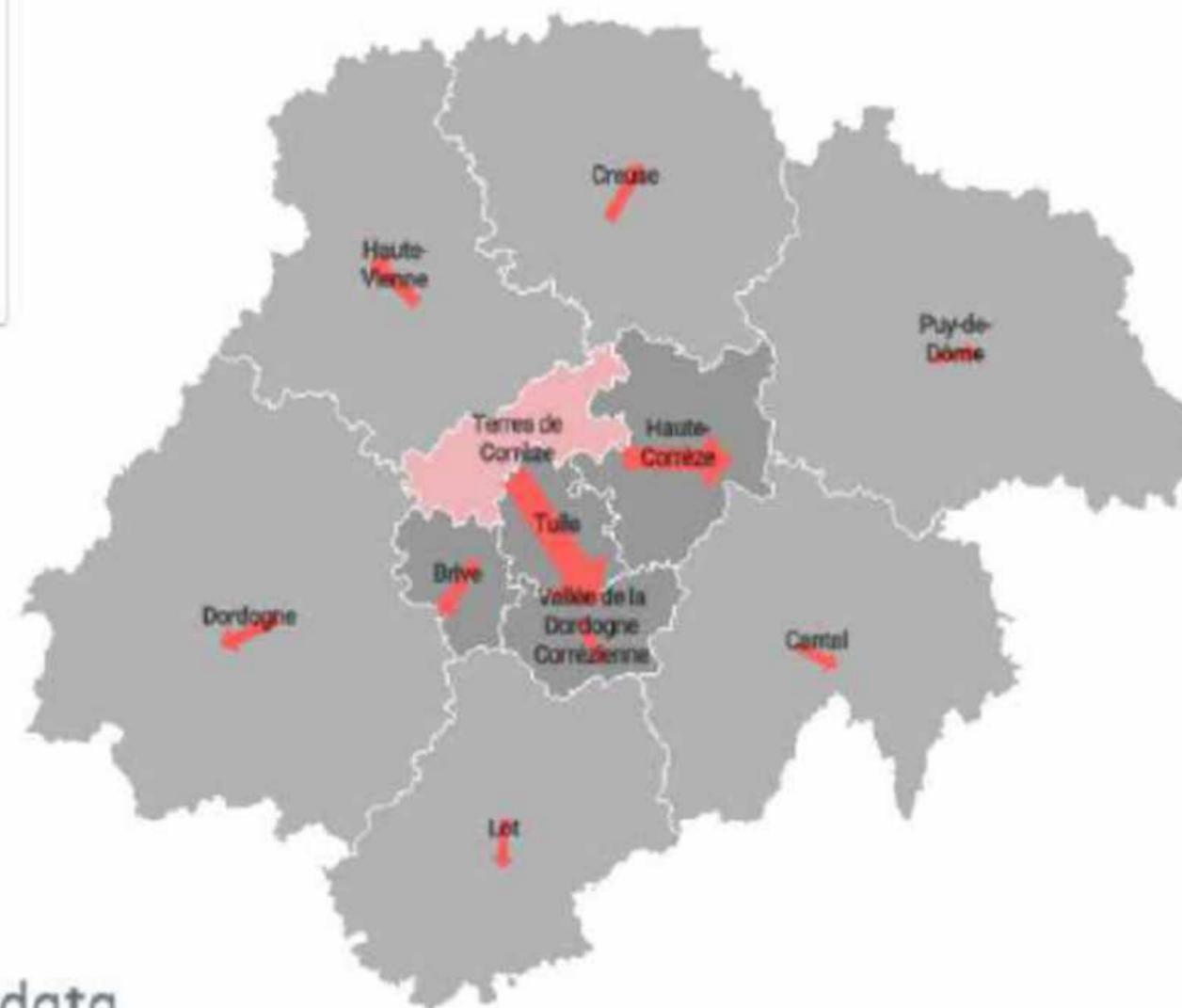
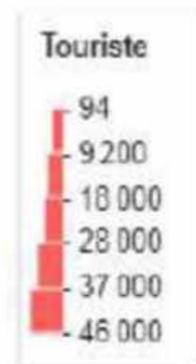
74,3 % restent sur le territoire Terres de Corrèze

Top 3 des destinations :

1. Tulle : 8,6 %

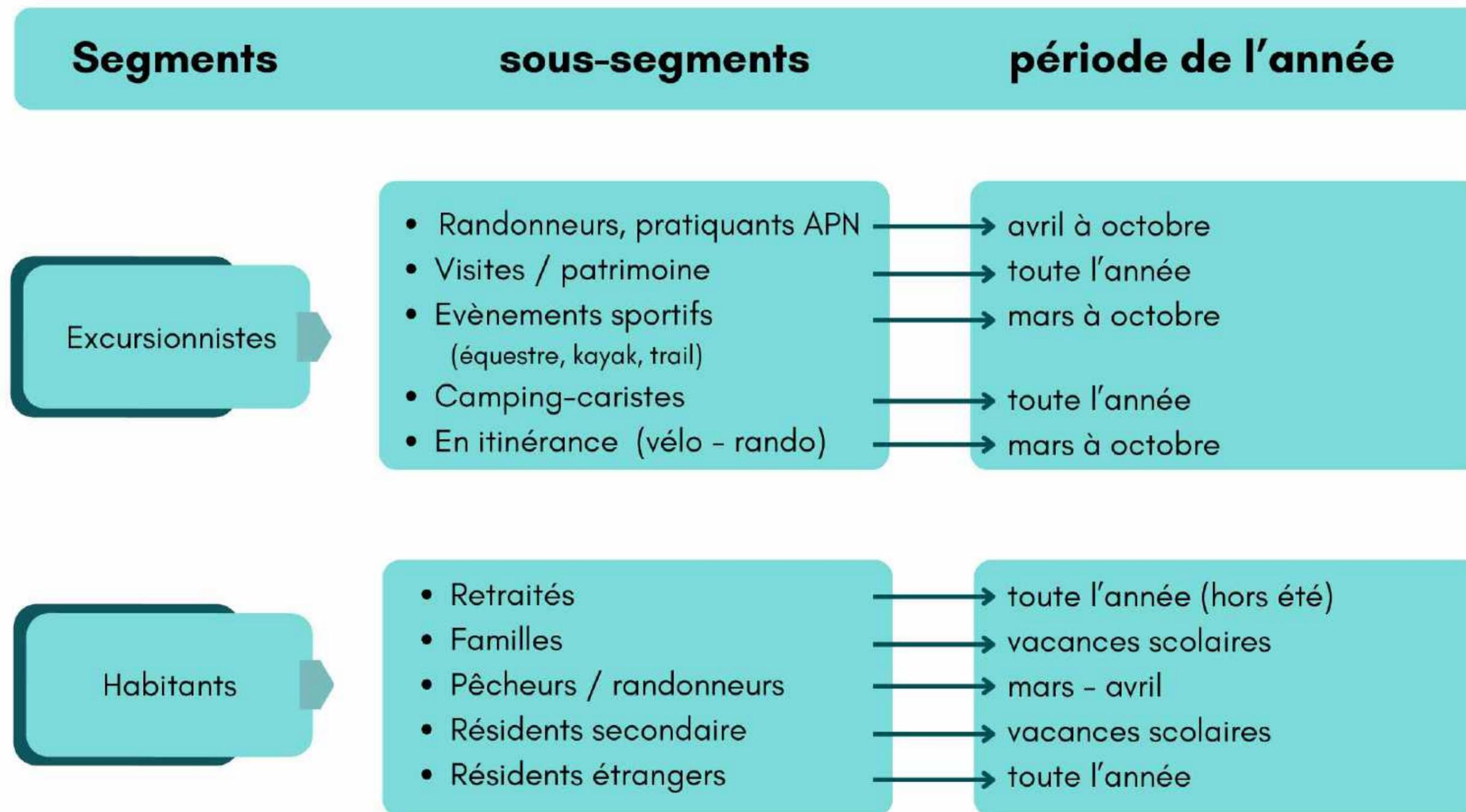
2. Haute-Corrèze : 5,4 %

3. Brive : 3 %



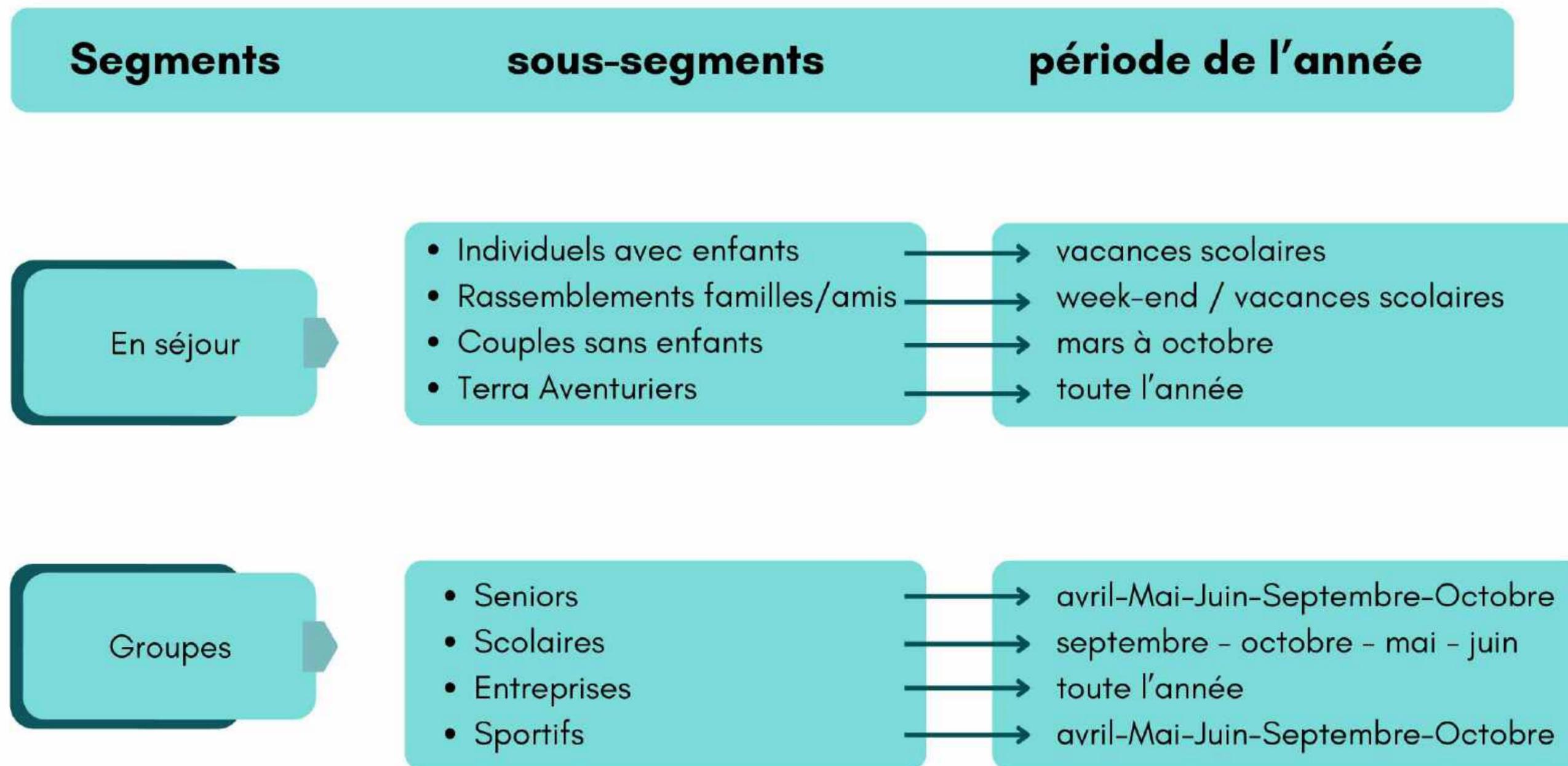
Les clientèles

Segmentation de la clientèle touristique en Terres de Corrèze.



Les clientèles

Segmentation de la clientèle touristique en Terres de Corrèze.



Les clientèles

Nos clientèles prioritaires



FAMILLES EN SEJOUR

Individuels avec enfants

Motivations :
vacances "petit budget",
authenticité, nature préservée



activités
enfants



activités
plein air



infos
pratiques

Regroupement familiaux/amis

Motivations :
positionnement géographique,
rapport qualité/prix des locations



hébergement
grande capacité



patrimoine
visite



commerces
marchés

LEURS ATTENTES

Les clientèles

Nos clientèles prioritaires



HABITANTS



Habitants à l'année

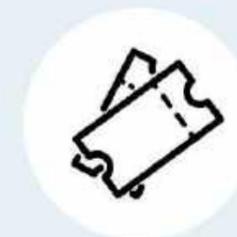
Motivations :
à la recherche de nouveautés,
activités locales.
Ne souhaite pas être accueilli
comme un "touriste".



festivités



boutique



billetterie



Résidence secondaire

Motivations :
les actualités, besoin de services de
proximité (wifi, bus,...), hospitalité.
Souhaite être reconnu comme un
habitant.



festivités



services



boutique

LEURS ATTENTES

Les clientèles

Nos clientèles prioritaires



LES GROUPES



Séniors

Motivations :
Découvertes à la journée des incontournables, organisation de journée sur mesure.



patrimoine



restaurants



accessibilité



Scolaires

Motivations :
Proximité de leur établissement, peu de transport, thématique abordée en classe, approche pédagogique.



activités/visites ludiques



Pique nique WC



Entreprises

Motivations :
le dépaysement à proximité, le patrimoine naturel et bâti.



patrimoine



activités/visites atypiques



restaurants

LEURS ATTENTES

Les clientèles

Nos clientèles prioritaires



EN ITINERANCE

Pèlerins, randonneurs

Motivations :
Itinérance GR, GRP, bord de
Vézère et PNR Millevaches

A vélo

Motivations :
Nature préservée, labels (FFC,
FFCT, accueil vélo,...), véloroute,
route peu fréquentée

LEURS ATTENTES



hébergements



Commerces



Mobilité,
transports,
gare,...



hébergements



Infos pratiques
services



Mobilité,
transports,
gare,...

Les clientèles

Période de l'année

Présence des clientèles cibles sur le territoire

 faible

 importante

Clientèles

Jan

Fev

Mar

Avr

Mai

Jui

Juil

Aou

Sep

Oct

Nov

Dec

Familles en séjour

Regroupement familles/amis

Résident permanent

Résidents secondaires

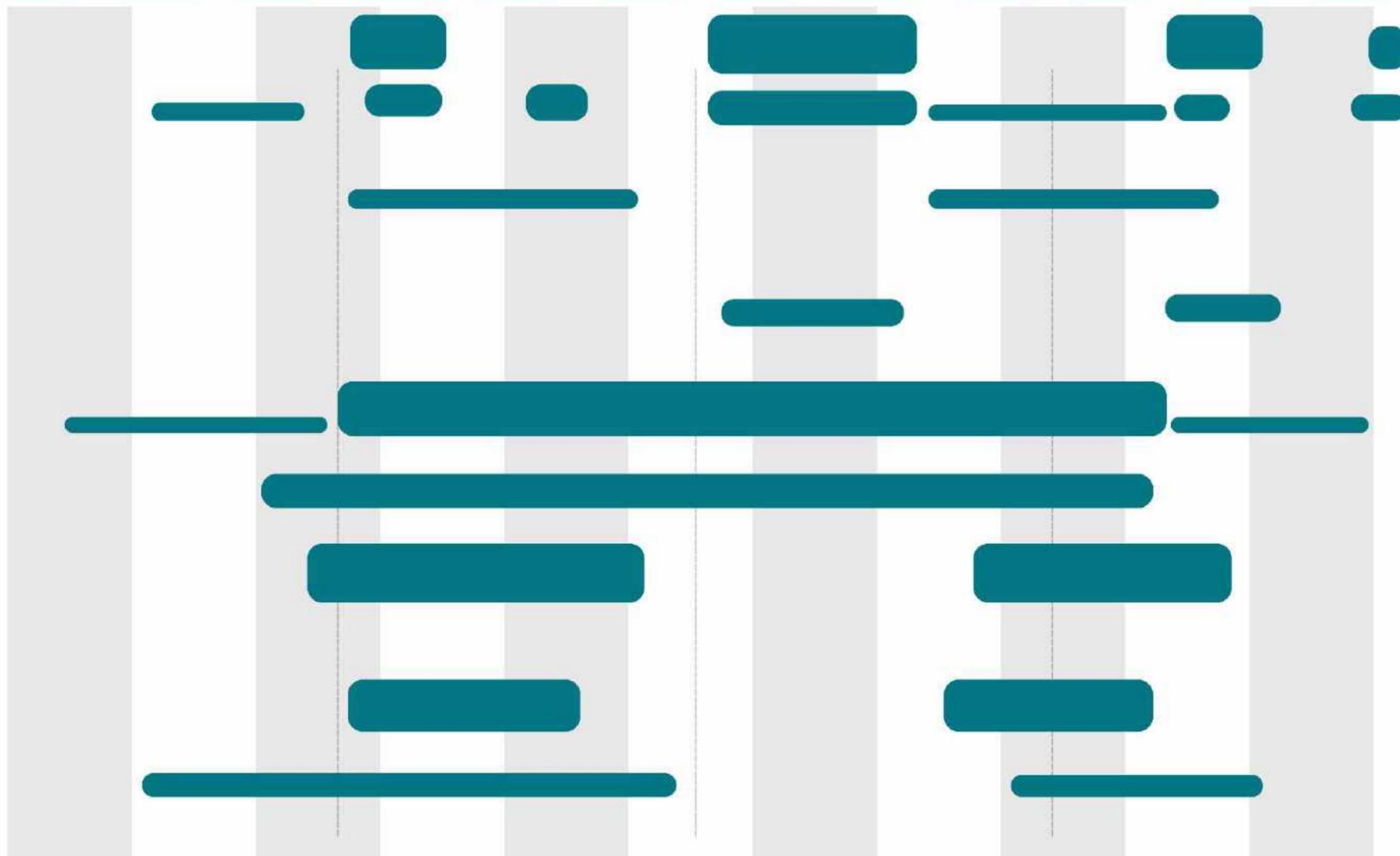
Excursionniste patrimoine

Excursionnistes évènements

Groupes seniors

Groupe scolaires

Groupes entreprises



Les clientèles

Les personas

Les personas sont des personnages imaginaires qui nous permettent de représenter plus concrètement nos clientèles cibles.

Afin d'approfondir la connaissance de ces clientèles, 8 profils ont été imaginés, grâce aux données collectées par nos conseillères en séjour :

Famille en séjour :

- Samia SEMANE (joueurs Terra aventura)
- Carole DUBOIS (regroupement familial)
- Sophie VAILLANT (couple citadin avec enfant)

Habitant :

- Lucette PRAT (résidente retraitée)

En itinérance :

- Lisa et Pauline LOPIN (randonneuses)
- Thomas ROULET (cycliste)

En groupe :

- Jean Paul ROUVET (retraité)
- Claire PRADEL (professeure des écoles)

Le travail d'identification des Personas de Terres de Corrèze a été réalisé en concertation avec l'équipe des conseillères en séjour de l'office de tourisme, en se basant sur les données collectées à l'accueil des BIT.

Ce travail pourra être approfondi, auprès des socioprofessionnels du territoire, lors de futurs ateliers et rencontres.



”

C'est parti pour une nouvelle aventure!

SAMIA SEMANE

Professeure des écoles

COLLECTION

FAMILLE

PEPITES

TERRA
AVENTURA

CONTEXTE

Samia a découvert Terra Aventura il y a 2 ans, elle et sa famille sont devenus littéralement accros à ce jeu ! Après avoir fait tous les parcours autour de chez eux, ils profitent désormais de chaque vacances scolaires pour compléter leur collection de poi'z et découvrir la Nouvelle Aquitaine.

BIO

- Samia SEMANE
- 35 ans,
- Royan,
- Professeure des écoles,
- 2 enfants,
- Mariée,

CARACTÉRISTIQUES

- Prépare à l'avance ses vacances en fonction des parcours Terra.
- Prend des photos durant chaque parcours pour compléter un album souvenir.
- Suit la communauté de joueurs sur des groupes Facebook.
- Collectionne pièce "Monnaie de Paris" avec ses enfants.

MOTIVATIONS

- Découvrir en famille,
- Les poi'z et quêtes Terra Aventura
- Les conseils des autres joueurs

FRUSTRATIONS

- Les enfants irrespectueux,
- Lorsque la cache est vide
- Trop de monde sur un même parcours
- Le mauvais temps



SITES FAVORIS





”

La famille, c'est sacré !

CAROLE DUBOIS

Architecte

ARCHITECTURE

FAMILLE

NATURE

DECONNEXION

CONTEXTE

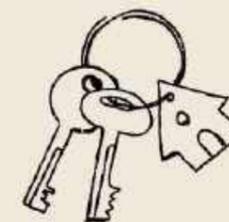
Originnaire de la région Béziers, Carole vit avec son mari et ses 2 enfants à Nantes. Ses parents vivent toujours à Béziers et la famille de son mari en région parisienne. Pour fêter leur 50 ans, ils projettent de réunir toute la famille lors d'un week end. Pour cela ils recherchent une location située à mi distance pour chacun.

BIO

- Carole DUBOIS
- 50 ans,
- Nantes
- Architecte
- 2 enfants,
- Mariée,

CARACTÉRISTIQUES

- Travaille beaucoup et prend peu de temps pour elle.
- Aime se retrouver en pleine nature pour décrocher de son quotidien.
- Apprécie les maisons de caractère et l'authenticité



MOTIVATIONS

- Réunir ses proches
- Partager des moments en famille
- Limiter le temps de route
- Une belle maison typique pour réunir sa famille.

FRUSTRATIONS

- Mauvaise connexion qui l'empêcherait de lire ses mails.
- Une maison sans jardin ou avec un vis à vis.

SITES FAVORIS



Art&Décoration



Des vacances au vert pour revenir à l'essentiel.

SOPHIE VAILLANT

Agent immobilier

FAMILLE

BIO

NATURE

AUTHENTICITE

CONTEXTE

Sophie et son mari, sont de jeunes parents citadins qui ont décidé de passer une semaine de vacances, en période scolaire (juin), en Corrèze. Ils recherchent des villages typiques et jolies balades accessibles pour les petites jambes de leur fils, Alphonse âgé de 3 ans.

BIO

- Sophie VAILLANT
- 32 ans
- Paris
- Agent immobilier
- Mariée
- 1 enfant de 3 ans

CARACTÉRISTIQUES

- Habitée aux vacances en bord de mer.
- Pratique la course à pied régulièrement.
- Privilégie les produits bio et circuits courts
- Aime partager les photos de ses vacances sur les réseaux sociaux.

MOTIVATIONS

- Découvrir des lieux préservés et authentiques.
- Les produits locaux et points de vente directe.
- Des paysages et point de vue photogéniques.
- Partager des activités avec son fils.

FRUSTRATIONS

- Le made in China
- La mauvaise météo
- Les sites touristiques fermés hors saison

SITES FAVORIS





”

On est content quand les petits-enfants arrivent, mais on est aussi contents quand ils repartent...

LUCETTE PRAT

retraîtée

FAMILLE

BALADES

NATURE ET
PAYSAGES

ATELIERS
ENFANTS

CONTEXTE

Lucette vit à Vigeois, elle est à la retraite depuis 5 ans. Ses enfants habitent à Toulouse et à Bordeaux, lorsque les vacances scolaires arrivent, elle et son mari accueillent leurs petits enfants à la maison.

Elle compte passer voir le syndicat d'initiatives pour qu'on lui donne des idées de sorties et activités

BIO

- Lucette Prat
- 67 ans
- Habite Vigeois
- Fleuriste retraitée
- 2 enfants, 3 petits enfants 3 à 9 ans
- Mariée,

CARACTÉRISTIQUES

- Aime jardiner
- Fait partie du comité des fêtes de sa commune
- Aime se balader en forêt surtout à l'automne pour ramasser les champignons



MOTIVATIONS

- Passer du temps avec ses petits-enfants.
- Trouver des activités instructives et ludique.
- Faire découvrir la campagne à ses petits enfants.

FRUSTRATIONS

- Faire la queue
- Qu'on la prenne pour une touriste
- La mauvaise météo
- Louper son feuilleton en fin de journée

SITES FAVORIS

Rustica

marmiton





Le chemin est souvent plus important que la destination.

LISA ET PAULINE LOPIN

étudiantes

LIBERTE

RENCONTRES

NATURE

EFFORT

CONTEXTE

Pour fêter la fin de leurs études en pharmacie, Lisa et Pauline, ont décidé de partir quelques jours dans le massif des Monédières, en randonnée itinérante. Elles recherchent un tracé fiable, et des bonnes adresses en gîte d'étape où passer 2 ou 3 nuits.

BIO

- Lisa et Pauline LOPIN
- 25 ans
- La Rochelle
- Etudiantes
- Soeurs

CARACTÉRISTIQUES

- Sportives, elles ont l'habitude de se lancer des défis sportifs.
- Bénévoles au sein d'associations
- Très sociables, elle aiment les rencontres.
- Mobilisées pour des causes environnementales



MOTIVATIONS

- Passer un week end en pleine nature
- Les rencontres
- Se ressourcer, se reconnecter
- Voir de la faune sauvage
- Dépasser ses limites

FRUSTRATIONS

- Trop de monde sur les chemins
- Les chantiers forestiers (coupes rases)
- Mauvaises météo qui ne le permettrait pas de profiter des points de vue.
- Les gîtes d'étapes fermés.

SITES FAVORIS





”

Les côtes, c'est une histoire de mental !

THOMAS ROULET

Ingénieur agronome

VELOROUTE

EN SOLO

PERFORMANCE

DECOUVERTE

CONTEXTE

Thomas, a décidé de tester la Vagabonde, nouvelle véloroute. Habitué des longues distances il a déjà parcouru la Vélodyssée, la Via Rhôna et la Loire à Vélo. Cette fois-ci il voudrait sortir des sentiers battus, loin des foules de cyclistes qu'il a pu rencontré sur ses précédents périples

BIO

- Thomas ROULET
- 34 ans
- Nantes
- Ingénieur Agronome

CARACTÉRISTIQUES

- Sportif, il aime se challenger et dépasser ses limites
- Connait son vélo par cœur
- Hyperconnecté



MOTIVATIONS

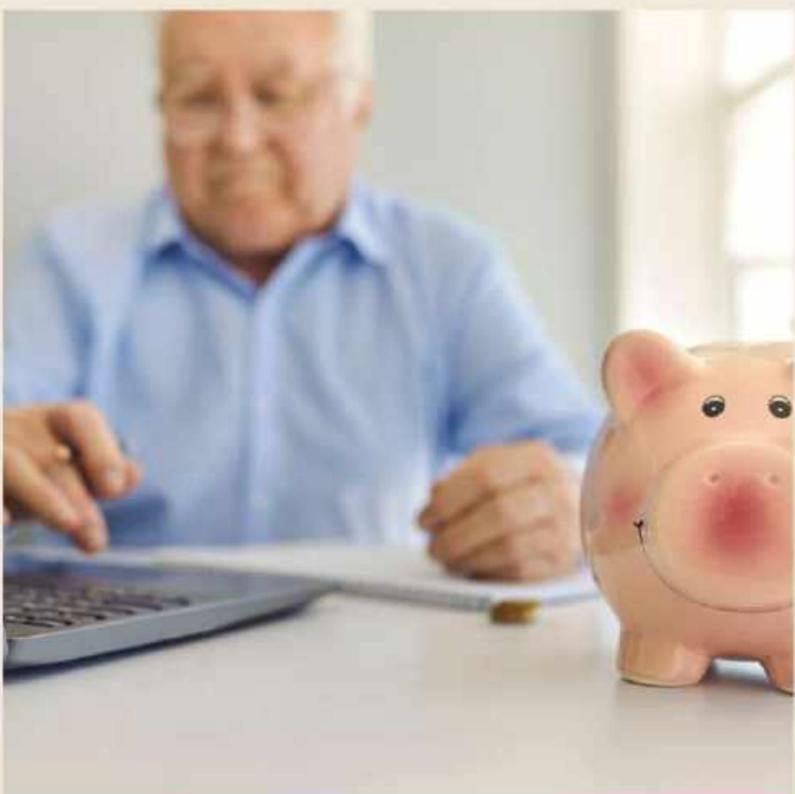
- Se dépasser
- Vivre une nouvelle expérience
- Découvrir une région totalement inconnue
- Décompresser du boulot

FRUSTRATIONS

- Problèmes techniques
- Trop de pluie
- Des hébergements qui ne disposent pas de local pour son vélo

SITES FAVORIS





”

On a quand même des beaux coins en France !

JEAN PAUL ROUVET

Retraité – employé de banque

ECONOMIES

PATRIMOINE

GASTRONOMIE

ASSOCIATION

CONTEXTE

Étant trésorier pour son association culture et patrimoine, il souhaite organiser un séjour loin des sentiers battus. Avant de proposer un séjour, il aime faire des visites de repérage et faire les randonnées, pour pouvoir guider son groupe sans imprévu.

BIO

- Jean Paul ROUVET,
- 64 ans,
- Tours,
- Trésorier d'un club de séniors.
- Ancien conseiller financier,
- Actuellement retraité.

CARACTÉRISTIQUES

- Organisé,
- Aime avoir le rôle de "meneur",
- Il négocie systématiquement,
- Il repère toujours ses futures destinations pour son club , lors de ses vacances avec sa femme.



MOTIVATIONS

- Aime organiser des séjours pour son association.
- Découvrir des pépites (régions méconnues)
- Terroir

FRUSTRATIONS

- La mauvaise organisation ,
- Un mauvais restaurant
- Les dépenses pas prévues.

SITES FAVORIS





”

Sortir de la classe , pour apprendre autrement !

CLAIRE PRADEL

Professeure des écoles

SCOLAIRES

SORTIE

MATERNELLE

PATRIMOINE

CONTEXTE

Claire organise une sortie à la journée pour sa classe de moyenne section de maternelle. Elle priorise les visites et activités à l'abris et dans un périmètre proche, moins de 50 km, de son école situation à Objat, pour réduire le temps de trajet et les coûts du transport en autocar.

BIO

- Claire PRADEL
- 39 ans,
- Objat
- Professeure des écoles

CARACTÉRISTIQUES

- Aime organiser à l'avance et éviter tout imprévu.
- A besoin de nombreux détails pour pouvoir les communiquer aux parents.
- Très à cheval sur les règles de sécurité, elle repère les lieux avant d'amener sa classe.

MOTIVATIONS

- Proposer une sortie à ses élèves pour ensuite en parler en classe.
- Travailler la cohésion du groupe.
- Alimenter le blog de sa classe.



FRUSTRATIONS

- Absence d'élèves
- Pas assez de temps à consacrer à la préparation de cette sortie.
- Les élèves inattentifs
- Une visite pas adaptée à sa classe.

SITES FAVORIS



Etat des lieux de la destination

Flux et portes d'entrée

Capacité d'accueil

Forces et faiblesse du territoire

Les incontournables du territoire

L'accueil physique de l'OT

L'accueil numérique de l'OT

Etat des lieux

Les flux et portes d'entrée sur le territoire



Etat des lieux

Les flux et portes d'entrée sur le territoire

1- nos principaux axes de circulation :

A20 (Paris - Toulouse) qui favorise aussi une clientèle d'excursionnistes venant des bassins de Brive et Limoges, et aussi une clientèle étrangère qui fait halte sur le territoire.

A89 (Lyon - Bordeaux) clientèle de séjour venant de la région Bordelaise et une clientèle "halte" venant de Lyon en direction de la côte atlantique.

RD940 en provenance de Eymoutiers et le Lac de Vassivière jusqu'à Tulle

RD901 (Brive - St Yrieix la Perche)

A noter la présence de 2 lignes ferroviaires :

Paris - Toulouse : gare d'Uzerche

Limoges - Ussel : gare de Lacelle et Bugeat

2- nos portes d'entrée (motifs de venues) :

Uzerche : ville étape, sortie d'autoroute

Pompadour : château et nombreux évènements

Plateau de Millevaches / Monédières : PNR de Millevaches, sites naturels

3- de nombreuses activités de plein air autour de :

Nos lacs aménagés / grands espaces Massif des Monédières (points de vue, parapente,...)

La randonnée (St Jacques, GR 46, 440, GRP, de nombreux PR,...) en grande partie présente sur le PNR de Millevaches + une véloroute "la Vagabonde".

L'équestre favorisé par la notoriété de Pompadour.

La Vézère, avec 2 bases multi-activités labellisées "Stations Sports Nature".

A noter la présence de 9 parcours Terra Aventura répartis sur tout le territoire.



Etat des lieux

Notre capacité d'accueil

25 846 lits touristiques 18% de la capacité départementale

25%
**hébergements
commerciaux**

75%
Résidences secondaires

**5.518 lits
commerciaux = lits
marchands**



**Campings
53%**

**Héb. Collectifs
23%**

**Héb. Locatifs
19%**

**Hôtel
5%**

Etat des lieux

Forces et faiblesses de la destination : patrimoine et offre de loisirs



LA DESTINATION TERRES DE CORREZE



Situation géographique
Territoire préservé (nature, faible densité de population, pas de tourisme de masse...)
Fluidité de circulation
Gare / Autoroute sur le territoire

Faible notoriété
Peu de mobilité douce (pistes cyclables)
Réseau bus peu développé
Un territoire plus de passage que de destination



LE PATRIMOINE



Château de Pompadour
Uzerche « Plus Beau détour » et Treignac « Petite cité... »
Patrimoine naturel ou vernaculaire riche et libre d'accès.

Trop peu de signalétique touristique, et pas harmonisée/obsolète
Un patrimoine intéressant mais privé et pas ouvert au public
Peu de supports numériques pour découvrir l'offre



L'OFFRE DE LOISIRS



Nombreux lieux de baignade aménagés
Sites d'activités adaptés aux familles et qualitatifs
Nombreux circuits de randonnées + itinérances (GR, Corrézienne VTT, Voie de Roca,...)
Des équipements culturels : auditorium, conserverie, espaces d'exposition,...

Forte saisonnalité (beaucoup d'activités fermées dès septembre)
Un réseau de sentiers peu entretenu et aménagé
Pas de voie verte (forte demande)
Trop peu d'activités "indoor"

Etat des lieux

Forces et faiblesses de la destination : les infrastructures d'accueil



Un parc d'hébergements diversifié
Une offre moyenne gamme +
Un hôtel et plusieurs gîtes 4 étoiles
Des hébergements pouvant accueillir des PMR
Un Office de Tourisme central ouvert toute l'année
Un rapport qualité/prix attractif
Présence de 2 lignes SNCF



Des carences en signalétique touristique
Nombreux hébergements (souvent communaux) vétustes voire très vétustes
Répartition géographique inégale dans l'offre d'hébergement de qualité
Peu d'hôtel de grande capacité
Peu de transport en commun (bus)



Etat des lieux

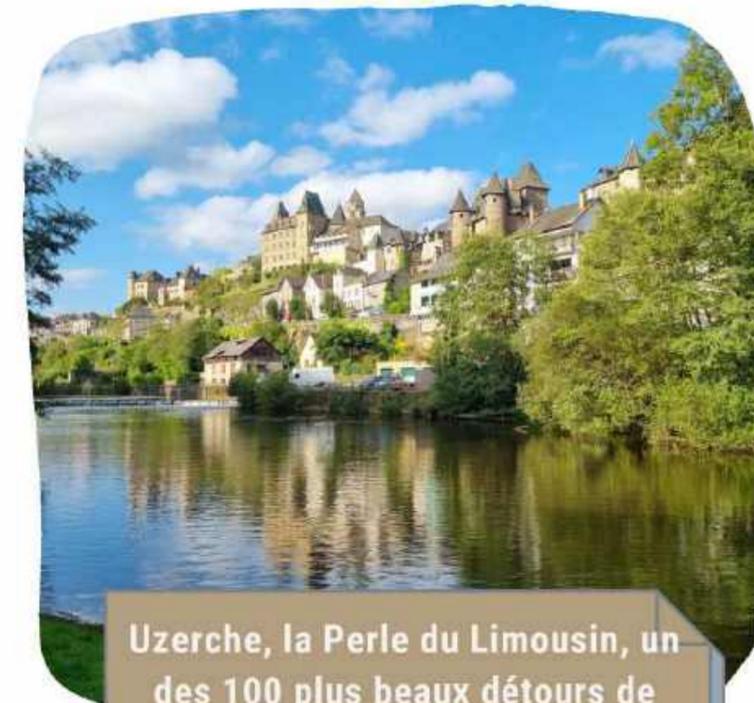
Le TOP 5 des sites incontournables en Terres de Corrèze

CHATEAU DE POMPADOUR



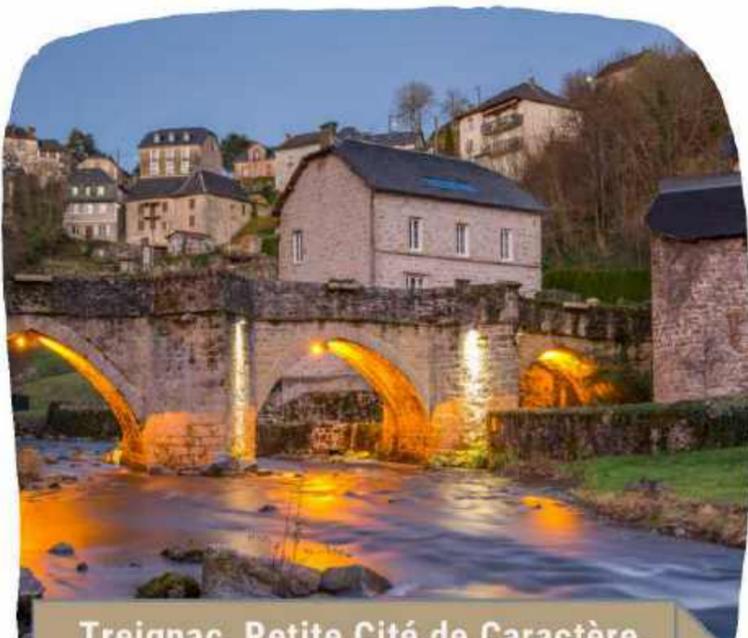
Le célèbre château de Pompadour une histoire entre la marquise et les haras.

UZERCHE



Uzerche, la Perle du Limousin, un des 100 plus beaux détours de France.

TREIGNAC



Treignac, Petite Cité de Caractère, village typique entre Vézère et Massif des Monédières

CLEDAT



Le village abandonné de Clédats, par son ambiance particulière et sa forêt féérique est devenu un des incontournables de Terres de Corrèze

ARBORETUM



Le Parc arboretum de Chamberet, véritable pause nature, mais aussi lieu d'activité en famille (maison de l'Arbre, activités golfiques, course d'orientation, jardin animalier...)

Etat des lieux

Le TOP 5 des activités de plein air en Terres de Corrèze

RANDONNÉES



De la petite balade à la grande itinérance de plusieurs jours, nombreux circuits balisés comme les PR, GR et GRP mais aussi le chemin de St Jacques.

TERRA AVENTURA



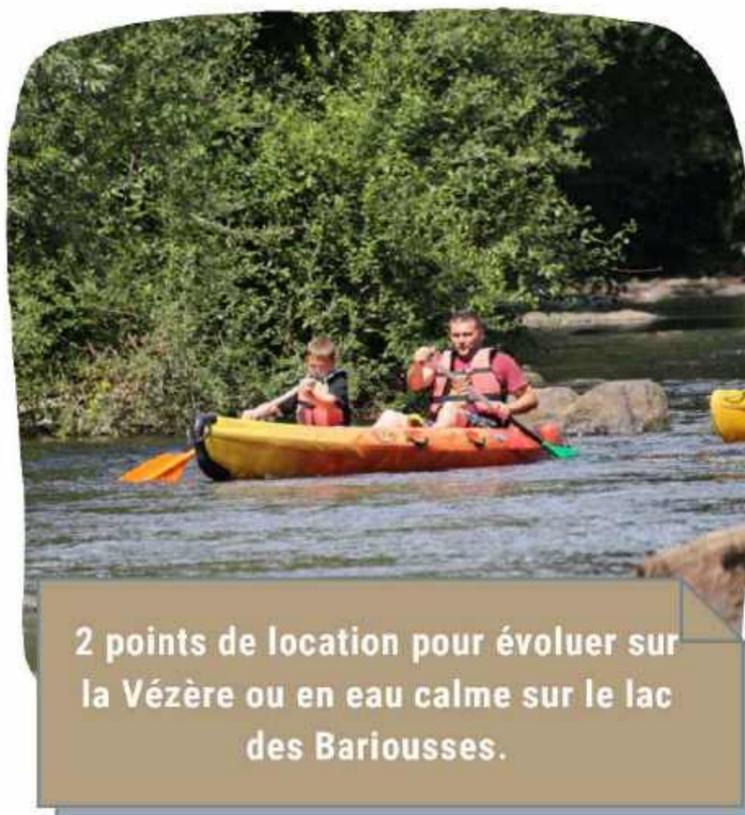
9 parcours à découvrir en Terres de Corrèze, dont un road trip, un nocturne et un parcours à faire à vélo !

BAIGNADE



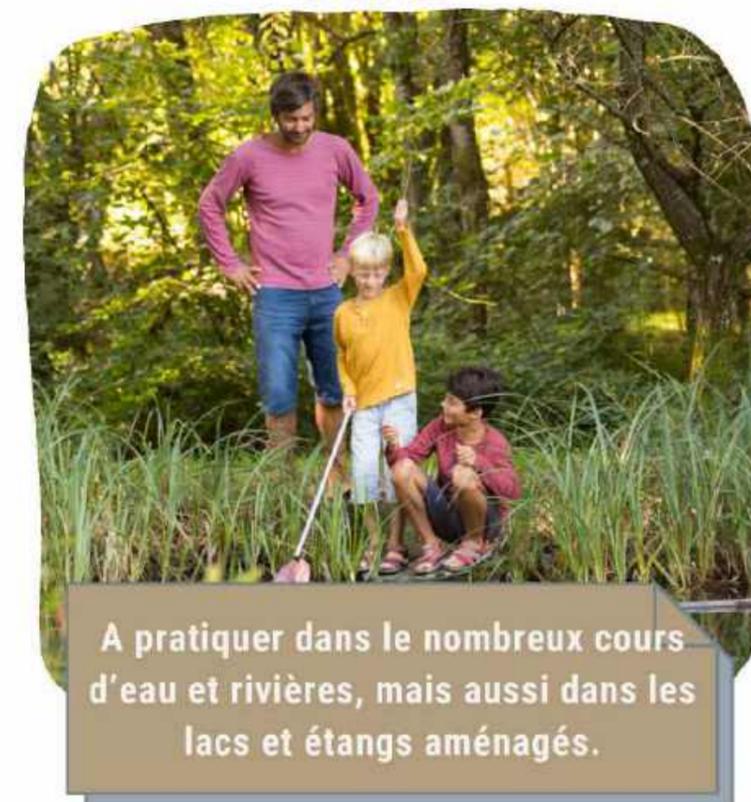
Terres de Corrèze, c'est une multitude de lieux de baignade aménagés et surveillés, dont 2 lacs labellisés Pavillon bleu et 4 piscines.

KAYAK



2 points de location pour évoluer sur la Vézère ou en eau calme sur le lac des Bariousses.

PÊCHE



A pratiquer dans le nombreux cours d'eau et rivières, mais aussi dans les lacs et étangs aménagés.

Etat des lieux

Le TOP 5 des activités ludiques en familles en Terres de Corrèze

TERRA AVENTURA



9 parcours à découvrir en Terres de Corrèze, dont un road trip, un nocturne et un parcours à faire à vélo !

ACROBRANCHE



Un parcours dans les arbres à Chamberet accessible dès 3 ans

MAISON DE L'ARBRE



La Maison de l'Arbre, un musée sur la nature, la forêt et ses habitants.

ATELIERS FAMILLES



Les ateliers proposés par l'association archéologie paysage : fouilles archéo pour les familles, ateliers de linogravure ou réaliser un vitrail ou des poteries avec des techniques ancestrales

BIBLIOANE



Une balade avec un âne qui transporte des livres, parsemée de pauses en bord de rivière pour se raconter des histoires.

Etat des lieux de l'accueil Terres de Corrèze

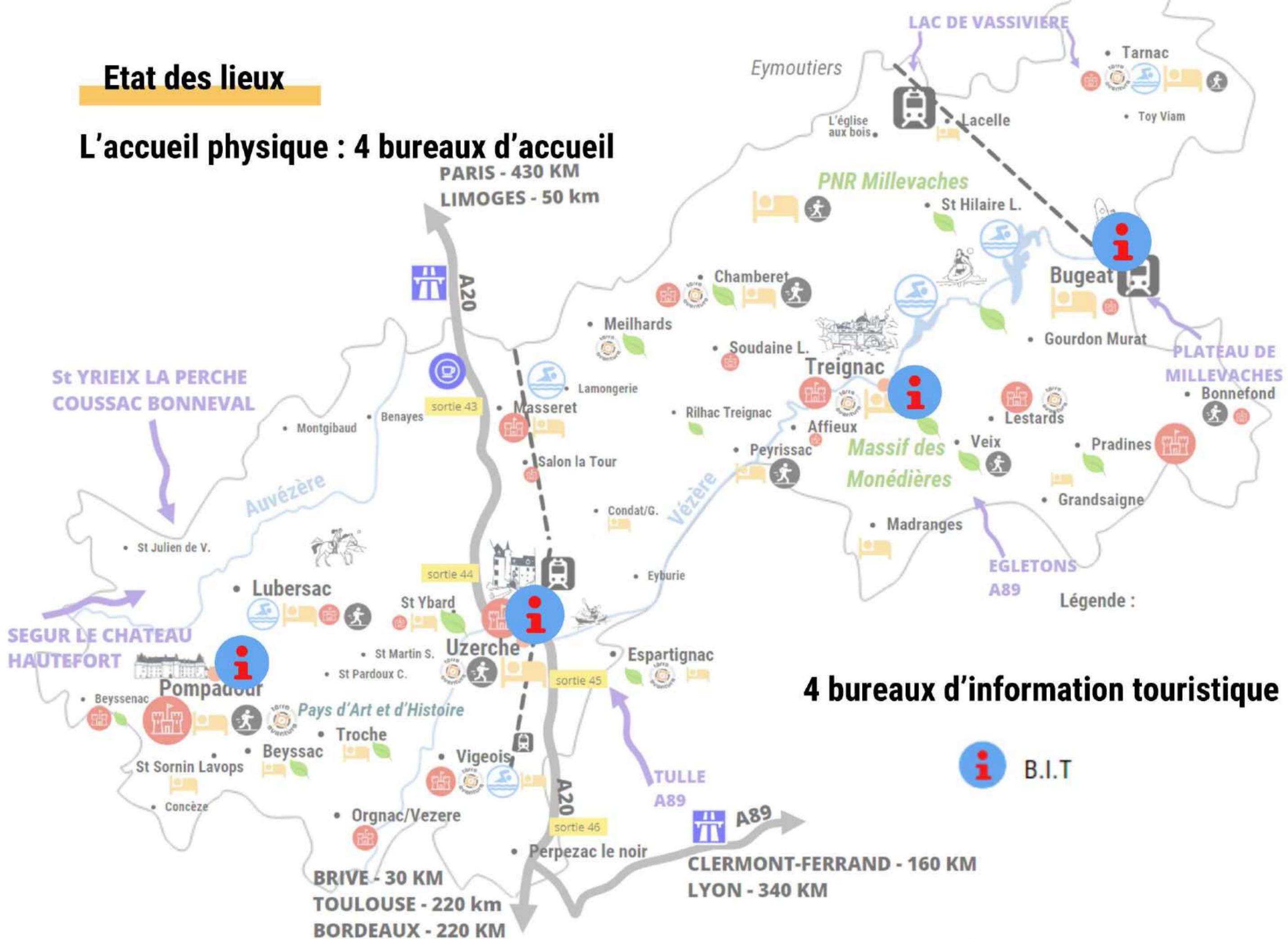
L'accueil physique de l'OT

L'accueil numérique de l'OT

Etat des lieux

L'accueil physique : 4 bureaux d'accueil

PARIS - 430 KM
LIMOGES - 50 km



4 bureaux d'information touristique

Etat des lieux

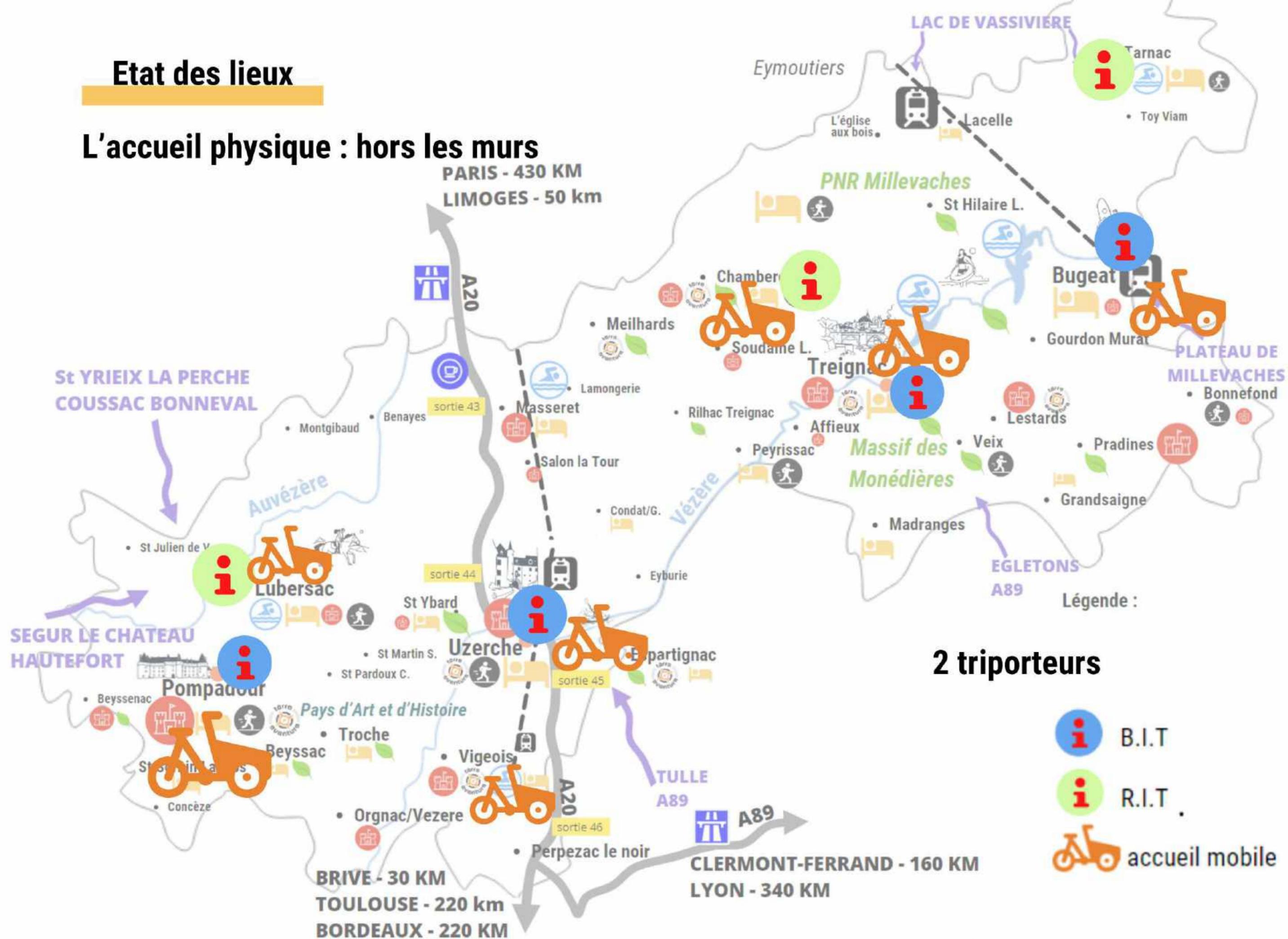
L'accueil physique : 4 bureaux d'accueil

	Uzerche	Pompadour	Treignac	Bugeat
période d'ouverture	toute l'année	Mai à septembre	Pâques à Toussaint	Mai à septembre
situation	Au centre du territoire Uzerche bénéficie du flux de l'A20, et de la ligne ferroviaire Paris-Toulouse.	A l'ouest du territoire à 2 pas de la Dordogne, de la Haute Vienne (St Yrieix la Perche)	Ville porte du PNR de Millevaches, au pied du Massif des Monédières. Proche de la Haute Vienne et Creuse (Lac de Vassivière)	Nord-est du territoire, aux portes du Plateau de Millevaches, sur l'axe Eymoutiers-Meymac (ligne ferroviaire Limoges-Ussel)
clientèle et demande	Ville étape + "plus beau détour de France" ce qui favorise plutôt une clientèle de passage. Demande : patrimoine / infos pratiques	Clientèle de passage pour la visite du château, de séjour en période estivale, et des sportifs/accompagnants liés aux manifestations équestres. Demande : patrimoine (château)	Excursionnistes (rando, pêche, cyclo) clientèle de séjour en période estivale Sportifs liés aux manifestations et à l'offre randonnée importante. Habitants. Demande : activité de plein air / patrimoine	Excursionnistes (rando, pêche, cyclo) clientèle de séjour en période estivale. Habitants. Demande : activité de plein air / patrimoine
les locaux	Accessibilité compliquée car dans la vieille ville - pas d'accès PMR. Espace d'accueil agréable doté d'une vitrine, mauvaise isolation des locaux (zone accueil).	A l'intérieur d'un site de visite (château de Pompadour), pas d'accès PMR	Bon emplacement (principal parking de la ville) Aménagement du hall et accessibilité à revoir. Projet de réaménagement en cours.	En dehors de l'axe de principal mais situé à côté du supermarché du bourg. Espace totalement vitré (lumineux mais très chaud en été!) Ce BIT possède un lieu de visite/expo permanente : La maison du Granit

Etat des lieux

L'accueil physique : hors les murs

PARIS - 430 KM
LIMOGES - 50 km



2 triporteurs

- B.I.T
- R.I.T
- accueil mobile

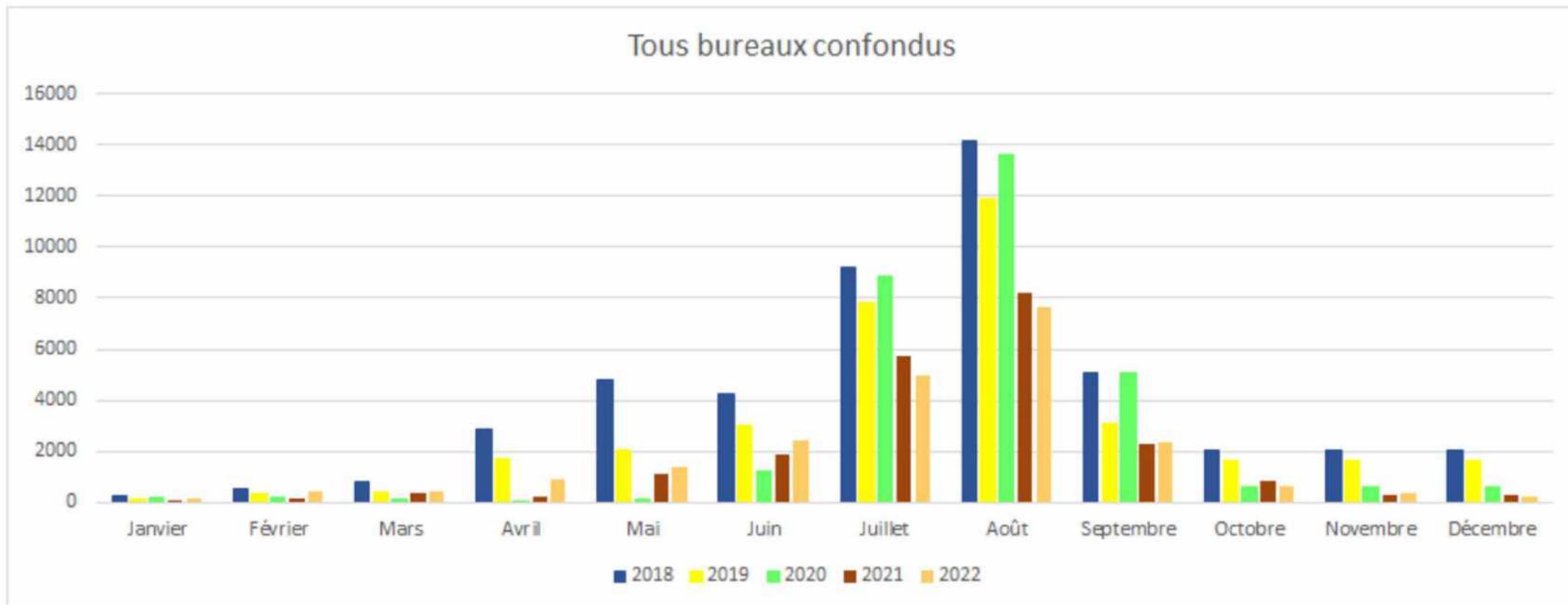
Etat des lieux

L'accueil physique : chez les prestataires



Etat des lieux

Fréquentation dans nos bureaux d'accueil



Etat des lieux

L'accueil physique : hors les murs

L'ACCUEIL MOBILE ou « HORS LES MURS » en complément des 4 BIT :

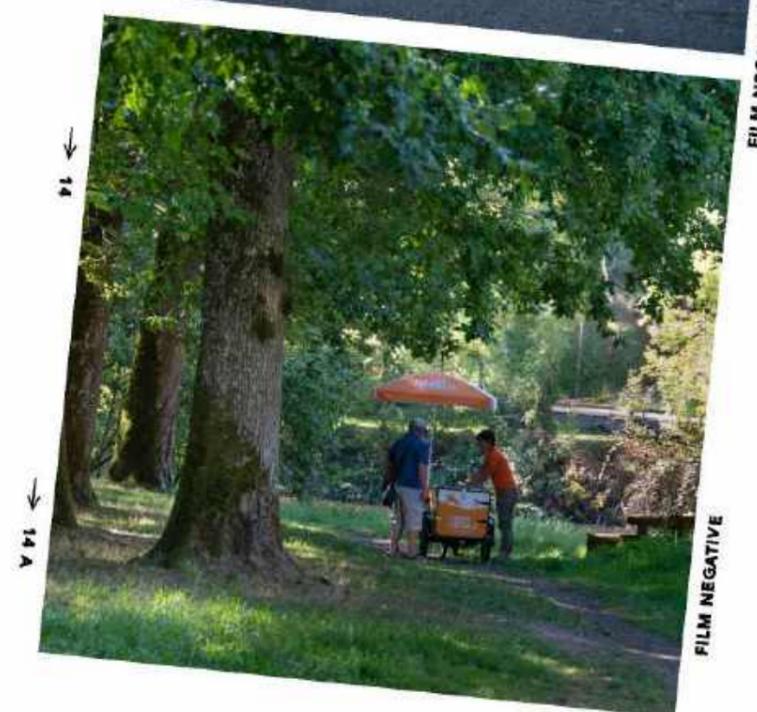
Depuis l'été 2020, c'est au guidon d'un triporteur que l'office de tourisme sort de ses bureaux et vient à la rencontre des vacanciers sur leur lieux de résidence (campings, aires de camping-car,...), mais aussi des habitants lors des évènements.

Le triporteur a vocation à créer du lien et porte les valeurs de Terres de Corrèze : mode de déplacement écologique et convivial, qui permet de mailler le territoire. Avec son parasol et sa couleur orange il est très repérable, faisant référence aux vacances, il surprend et interpelle nos visiteurs de tous âges.

Mise en place de **Relais d'Information Touristique** :

Afin de mailler au mieux le territoire et renforcer les liens avec les habitants et les associations / communes. 3 RIT ont vu le jour :

- **Lubersac** avec le Centre Culturel "la Conserverie"
- **Chamberet** dans "la Maison de l'Arbre"
- **Tarnac** dans le tiers lieux "les PTTs"



Etat des lieux

Le site www.terresdecorreze.com

4 espaces composent ce site :

- Grand public
- Pros (accessible en pied-de-page)
- Groupes (accessible en pied-de-page)
- Presse (accessible en pied-de-page)

Le "Grand public"

4 grands items en haut de page déclinés en sous catégories.

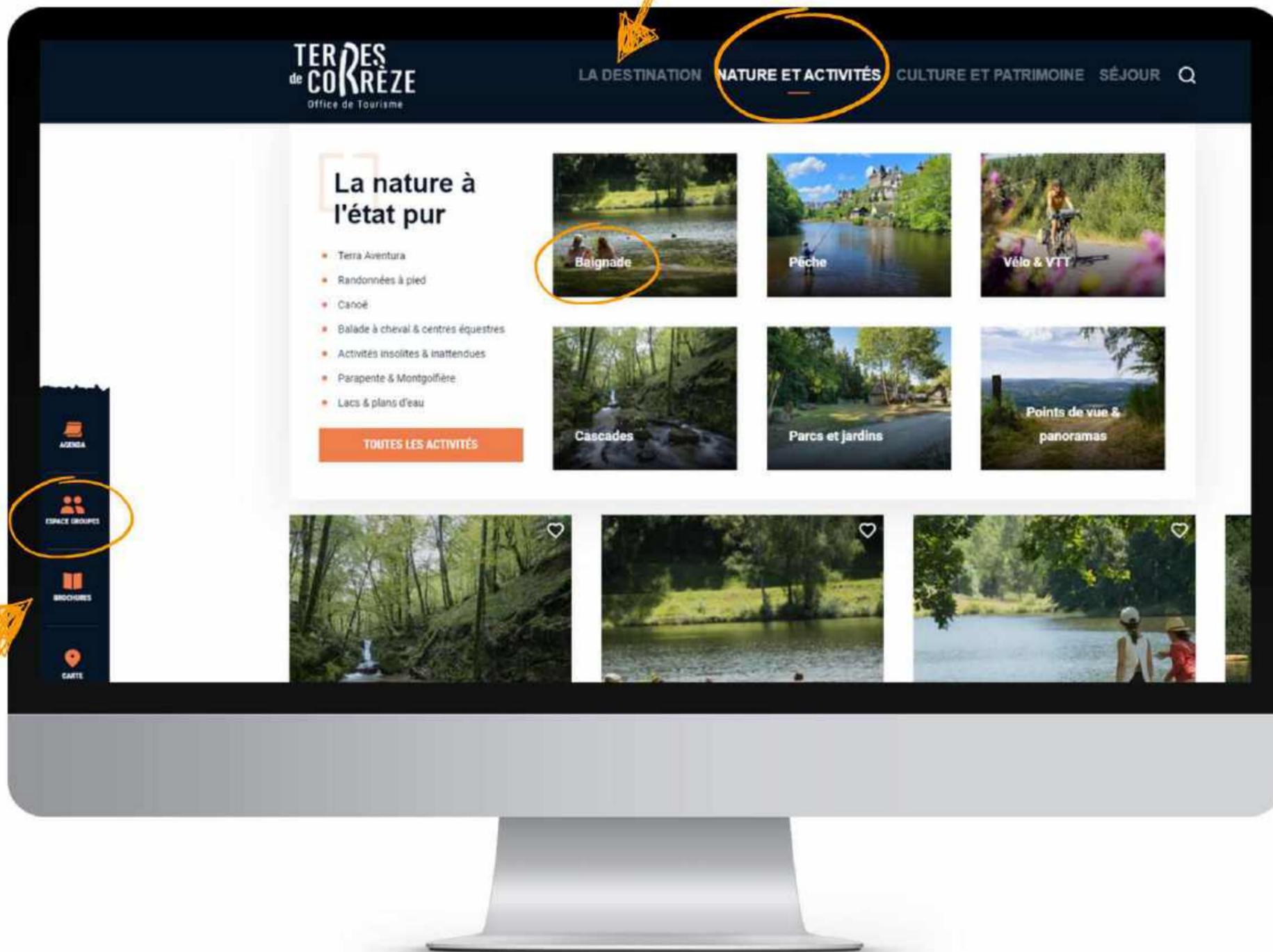
Le contenu se compose :

- de pages rédactionnelles réalisées par l'équipe,
- de remontées de la base de données particulièrement pour les activités et les hébergements.

Accès direct grâce à un bandeau latéral

- à l'agenda,
- aux brochures,
- à l'espace Groupes,
- à la carte.

les 4 items et les sous-catégories :
exemple : "Nature et activité" - "baignade"



Etat des lieux

Le site www.terresdecorreze.com

Le référencement.

Afin de rendre plus visible le site Terres de Corrèze sur les moteurs de recherche, un travail sur le référencement a été fait avec une agence spécialisée lors du développement du site. Voici quelques exemples d'éléments ajoutés au site pour un meilleur référencement :

- mise en avant de page spécifique suite à analyse web de la demande en lien avec notre territoire (exemple : les cascades / Vézère/ terroir et recettes de cuisine)
- travail sur les contenus rédactionnels et nom de page pour intégrer des mots clés.
- création de pages de suggestion de visites "que faire autour de"
- intégration de section dédiée aux clientèles cibles (exemple : page mariages, espace groupe...)
- création "d'articles" pour actualiser le contenu (environ 2 fois par mois)



Etat des lieux

Les outils d'accueil numérique

DÉCOUVREZ AVEC  Wivisites

Lubersac

   **REMONTEZ LE TEMPS**
Les sites incontournables de Lubersac, audioguidé gratuit.


Pompadour, la cité du cheval

   **REMONTEZ LE TEMPS**
Les sites incontournables de Pompadour, audioguidé gratuit.


Uzerche, la Perle du Limousin

   **REMONTEZ LE TEMPS**
Circuit du Patrimoine d'Uzerche audioguidé gratuit.


Clédat, au pays des elfes

   **REMONTEZ LE TEMPS**
Découvrez le site étonnant de Clédat, audioguidé gratuit.


Treignac, cité de caractère

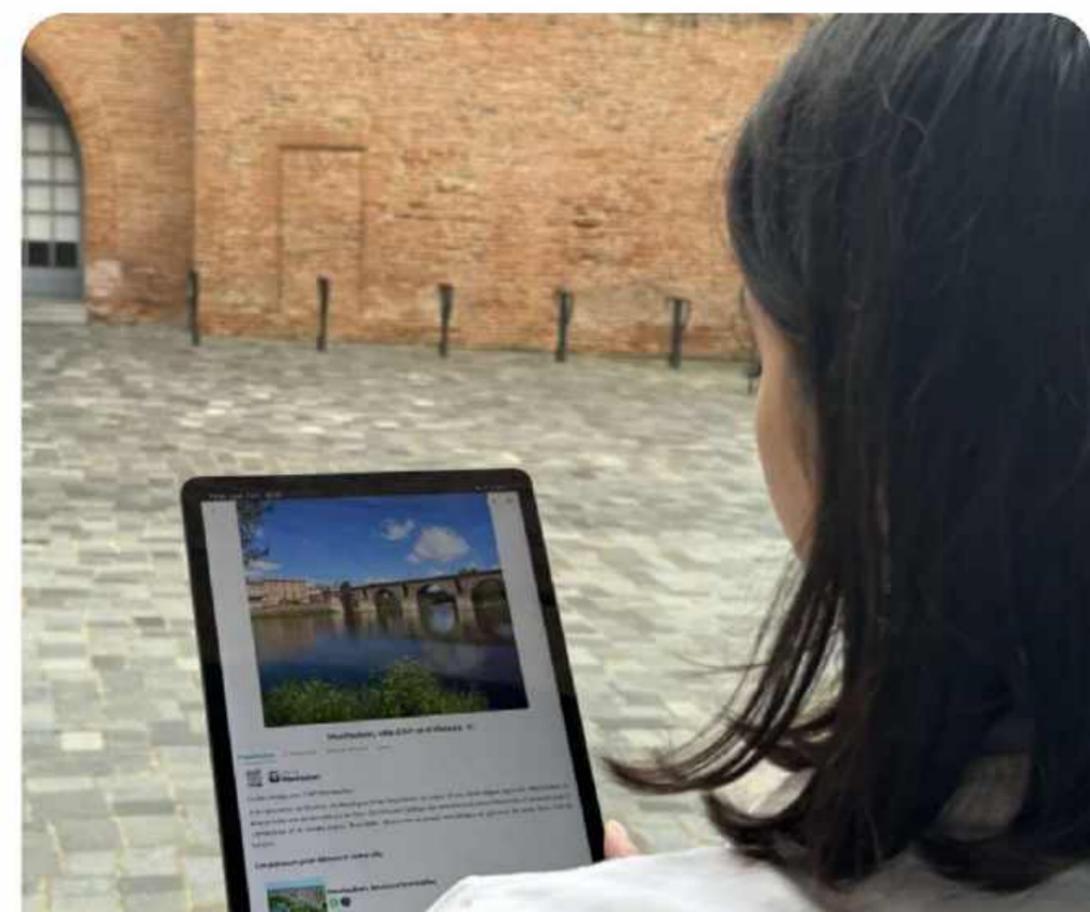
   **REMONTEZ LE TEMPS**
Circuit de visite de Treignac audioguidé gratuit.






Wivisites, l'application qui facilite la découverte du patrimoine. Cette application gratuite, permet au visiteur de se laissez-vous guider par les visites audioguidées depuis son smartphone ou sa tablette. Et ainsi découvrir les sites incontournables.

Chaque visite est disponible en plusieurs langues.



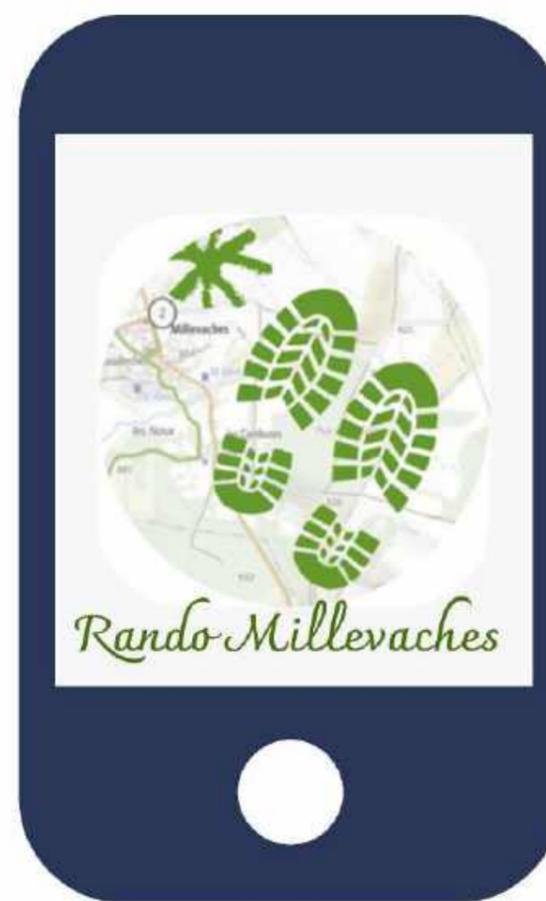
Les outils d'accueil numérique

2 applications pour favoriser la découverte du territoire et de la randonnée

Terra Aventura, application développée par la Région Nouvelle Aquitaine, qui embarque les visiteurs vers d'incroyables chasses aux trésors, ludiques et insolites.



Rando Millevaches, application portée par le PNR de Millevaches et co-financée par les communautés de communes. Facilite l'accès à toute l'offre de randonnée et aux descriptifs même en mode déconnecté.



Etat des lieux

Les éditions



Magazine destination

Diffusion : 15000 ex. / an

Cibles : touristes et habitants

Lieux de diffusion : dans les BIT de l'OT, lors de certains évènements, commerces, salles d'attentes, grandes entreprises du territoire.



Brochure groupes

Diffusion : 300 ex. / an

Cibles : associations séniors, scolaires, groupes randonneurs, entreprises...

Lieux de diffusion : les BIT et envoi à la demande.

Toutes les éditions sont téléchargeables sur le site www.terresdecorreze.com

Les pistes d'amélioration

Piste 1 : réorganiser l'accueil physique

Piste 2 : améliorer la notoriété de la destination

Piste 3 : développer l'accueil numérique

Piste 4 : développer les mobilités touristiques

Pistes d'amélioration

RAPPEL OBJECTIF PRINCIPAL

Créer une communauté d'accueillants, à l'échelle du territoire Terres de Corrèze, sur lesquels s'appuyer pour informer le touriste / l'habitant.

Et à partir de cette première analyse et en tenant compte de nos clientèles cibles, plusieurs pistes de travail sont possibles pour atteindre cet objectif.

Pistes d'amélioration

PISTE 1 : CONSOLIDER L'ACCUEIL PHYSIQUE SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE

PISTE 2 : S'APPUYER SUR LE NUMERIQUE POUR OPTIMISER L'ACCUEIL

PISTE 3 : AMELIORER LA NOTORIETE DE LA DESTINATION

PISTE 4 : RÉORGANISER L'ACCUEIL PHYSIQUE

Pistes d'amélioration



PISTE 2 :
S'appuyer sur le
numérique pour
optimiser
l'accueil

1

DÉVELOPPER L'ACCUEIL À DISTANCE
(NUMÉRIQUE)

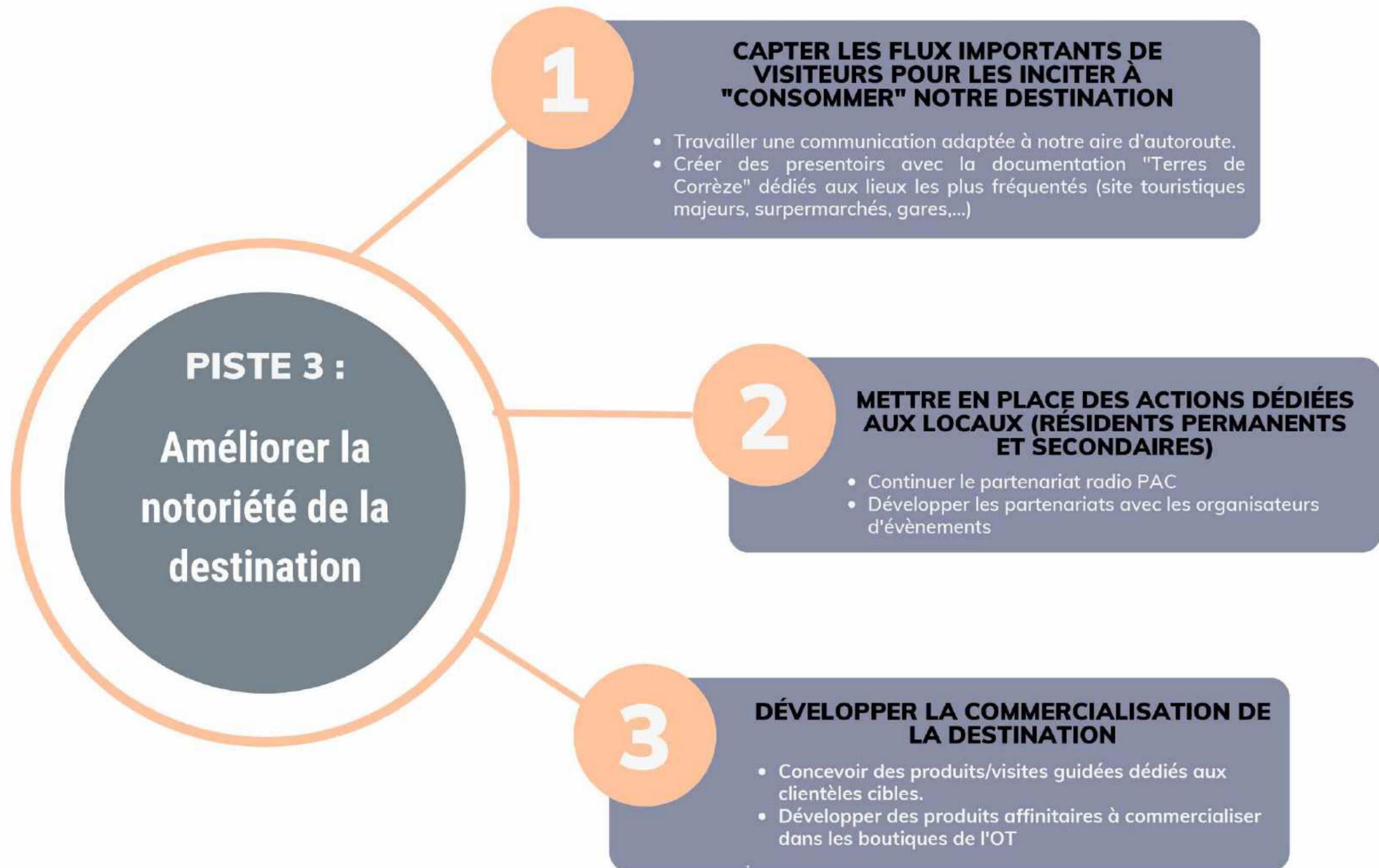
- S'appuyer sur www.terresdecorreze.com
- Carnet de voyage SIT tourinsoft
- Mise à jour tourinsoft
- Les outils numériques déjà présents sur le territoire (zones wifi publiques, applications et affichage numériques municipaux,...)

2

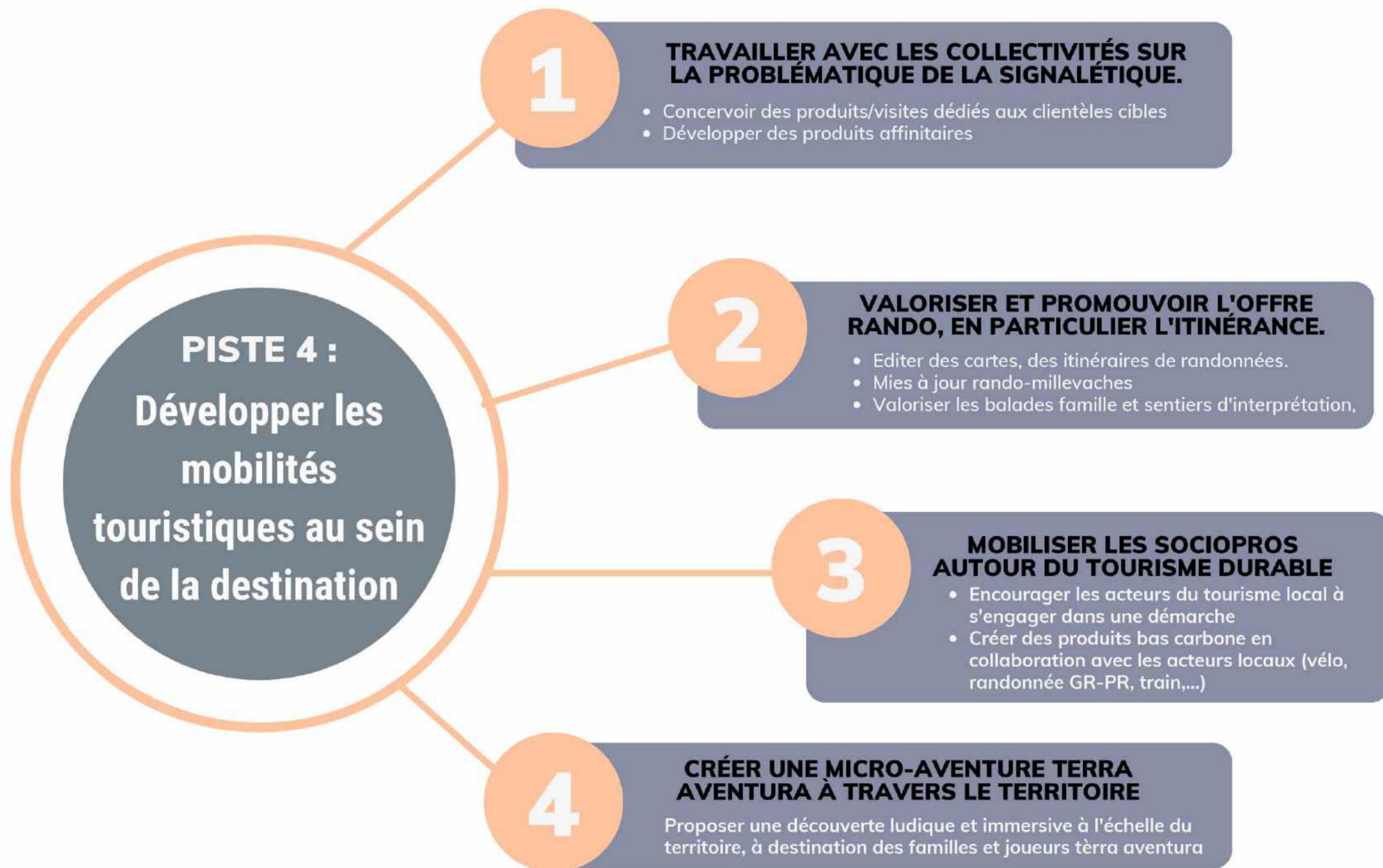
CRÉER DES OUTILS DE DÉCOUVERTE DU
TERRITOIRE INNOVANTS ET MAINTENIR L'EXISTANT

- Développer les outils numériques pour favoriser la découverte du territoire (Rando-millevaches, Wivisite, Terra Aventura,...)
- Proposer des espaces immersifs dans les BITs
- Poursuivre la stratégie Terra Aventura

Pistes d'amélioration



Pistes d'amélioration



Pistes d'amélioration

A partir de cette première analyse et en tenant compte de nos clientèles cibles présentes sur le territoire, plusieurs pistes de travail sont possibles.

PISTE 1 : CONSOLIDER L'ACCUEIL PHYSIQUE A L'ECHELLE DU TERRITOIRE

L'humain au cœur de la stratégie accueil de Terres de Corrèze.

Avec la démocratisation des smartphones, de la 4G et 5G, des zones wifi... l'information est devenue accessible facilement par tous.

C'est pour cela que la personnalisation de l'accueil par l'office de tourisme est un véritable enjeu afin d'apporter une réelle plus-value à l'information donnée par nos conseillères en séjour, dans et hors les murs de l'office de tourisme.

1.1. Réaménagement/repositionnement des bureaux d'information touristique.

En front office : être plus adapté aux demandes/besoins de nos clientèles, plus accessible et visible.

En back office : s'adapter aux usages des conseillères en séjour, des espaces de travail ergonomiques.

1.2. Formation / sensibilisation à l'accueil

Pour que nos conseillères en séjour de Terres de Corrèze, deviennent « expertes de la destination ».

Connaissance du territoire : un programme d'éducteurs pour l'équipe.

Fédérer l'équipe autour d'un accueil "made in Terres de Corrèze" (autour de l'hospitalité, formations MONA,...).

Formation avec Pierre ELOY, fondateur de Touristic et co-fondateur d'Agitateurs de Destinations Numériques, afin de réfléchir à de nouvelles approches de l'accueil = hospitalité

1.3. Renforcer l'accueil, dans, et hors les murs de l'OT

Créer une « équipe d'experts de l'accueil » composée de 4 agents (un référent par BIT), afin de remobiliser l'ensemble de l'équipe et le personnel saisonnier autour de la mission ACCUEIL.

Continuer la présence de l'OT, avec le triporteur, chez les socio-pros et les lieux de séjour / visites, mais aussi lors d'évènements pertinents à cet accueil. Favoriser le maillage du territoire par des initiatives comme les RIT (accueil chez des acteurs locaux)

Pistes d'amélioration

PISTE 2 : S'APPUYER SUR LE NUMERIQUE POUR OPTIMISER L'ACCUEIL

Maintenir une qualité de diffusion de l'information touristique, en augmentant la présence de l'office de tourisme sur le territoire, sans alourdir la masse salariale et la présence physique des conseillères en séjour de l'OT : c'est possible, grâce au développement des outils numériques.

3.1.Poursuivre la qualification de l'offre sur notre base de données

Mise à jour continue de l'offre (agenda, hébergement, activités, patrimoines, services,...) afin de délivrer une information fiable sur nos différents supports numériques et ceux de nos partenaires (Corrèze Tourisme, intramuros,...)

3.2.S'appuyer sur des outils numériques déjà présents sur territoire (zones Wifipubliques, affichages numériques municipaux, applications,...)

Afin d'assurer la continuité de la diffusion d'informations auprès de nos visiteurs qui se présentent sur nos sites en dehors des périodes d'ouverture.

3.3.Optimiser et faire connaître les applications touristiques présentes sur le territoire

Augmenter le contenu de RandoMilevaches

Former les prestataires et saisonniers à l'utilisation de ces outils pour leur clientèle

3.4.Travailler sur une offre innovante en matière de découverte du patrimoine

Augmenter le nombre de circuits et lieux à découvrir sur l'application Wivisite.

Pistes d'amélioration

PISTE 3 : AMELIORER LA NOTORIETE DE LA DESTINATION

Terres de Corrèze est une destination récente, qui connaît un déficit de notoriété, tant à l'égard de la clientèle touristique que des habitants du territoire. Au delà d'une notoriété, c'est une identité qui est à créer/revendiquer. Tenir la promesse de la destination : "Reconnectez-vous" !

2.1.S'appuyer sur le site de destination www.terresdecorreze.com

Indispensable pour faire émerger notre destination, ce nouveau site internet est la vitrine du territoire, avec notamment des rubriques dédiées aux clientèles cibles du territoire, il doit devenir un véritable outils d'accueil.

2.2.Former les prestataires touristiques pour une meilleure connaissance du territoire

Organiser des journées éductours pour favoriser leur connaissance du territoire et du réseau d'acteurs.

Proposer des temps de « formation accueil » pour les saisonniers.

2.3.Travailler la commercialisation de notre offre avec l'ensemble des acteurs

Créer une offre adaptée aux clientèles cibles (individuels et groupes)

Créer de nouvelles visites guidées pour la clientèle en séjour mais aussi à destination des habitants, à différentes périodes de l'année.

2.4.Créer des supports de communication dédiés aux clientèles ciblées

Création d'un « guide de destination », mais aussi des éditions répondant aux demandes liées aux activités douces de plein-air comme la randonnée « topofiches rando », « carte plein air »...

2.5.Travailler une communication adaptée à notre aire d'autoroute

Pour capter ce flux important qui ne fait que passer sur le territoire. Inciter cette clientèle potentielle à faire étape quelques heures, voire, à revenir en séjour plus long.

Pistes d'amélioration

PISTE 4 : DÉVELOPPER LES MOBILITÉS TOURISTIQUES AU SEIN DE LA DESTINATION

Créer du lien entre les lieux de visites, favoriser les mobilités douces, optimiser l'existence de gares sur le territoire, faciliter la circulation et le stationnement dans nos centres bourgs.

4.1. Travailler avec les collectivités sur la problématique de la signalétique.

Afin de créer du lien entre les sites de visites, mais aussi repenser les circuits de visite, plan de circulation stationnement. Intégrer la notion d'accessibilité (PMR, familles avec poussette, séniors,...).

4.2. Valoriser et promouvoir notre offre rando, en particulier l'itinérance.

Homogénéiser notre promotion sur les circuits de randonnée. Travailler avec les prestataires dédiés aux activités de plein air : stations sports,... Créer des produits "bas carbone" à promouvoir auprès des habitants et touristes.

4.3. Relancer une nouvelle dynamique Terra Aventura sur la destination

Créer une micro-aventure "terra aventura"

4.2. Développer des services dédiés à la clientèle en itinérance

Labelliser nos BIT "accueil vélo" et encourager nos prestataires à rentrer dans cette démarche.

