

INTITULE DU PROJET	STRATEGIE NUMERIQUE ET PROMOTION TOURISTIQUE DU TERRITOIRE
Porteur de projet	Office de tourisme intercommunal Tulle en Corrèze
Coordonnées	Place Jean Tavé 19000 TULLE http://www.tulle-en-correze.com/
Fiche action concernée	1.1 « Accompagner la montée en débit et développer les usages numériques »
Présentation de la structure porteuse / contexte	<p>« 77% des français partis en vacances ont préparé leurs séjours en ligne » (baromètre Opodo 2016) L'Internet fixe et mobile s'affirme toujours comme une véritable source d'informations et de services pour le tourisme. Cette place de l'e-tourisme témoigne de la confiance attribuée aux sites et à l'adéquation de ce média au secteur : préparation au moment souhaité, sans déplacement, 24h sur 24, 7jours sur 7, en consultant des multimédia et des avis... ».</p> <p>L'office de tourisme Tulle en cœur a souhaité développer une politique adaptée à ce contexte.</p>
Descriptif du projet	<p>Ainsi, la demande d'aide Leader est basée sur 3 actions :</p> <p>1- La création d'un nouveau site Internet responsive et à l'échelle de nouveau périmètre de l'agglomération de Tulle Il est essentiel afin s'assurer la promotion à l'aide d'un nouveau site Internet « responsive » ou adaptatif permettant une consultation qui s'adapte aussi bien à l'écran d'un ordinateur, qu'à celui d'un smartphone ou d'une tablette. L'internaute doit pouvoir consulter toutes les informations qu'il recherche, et visualiser les contenus sans aucun problème depuis un petit écran. Ce projet s'inscrit dans un contexte d'élargissement du périmètre d'intervention de l'OTI Tulle en Corrèze (+8 communes).</p> <p>2- L'optimisation des outils numériques Les réseaux sociaux sont des outils indispensables pour lancer et promouvoir une destination. Dans un contexte où ces nouvelles tendances se multiplient et la concurrence augmente, il s'agit de faire les bons choix et d'optimiser les performances des structures touristiques sur les réseaux sociaux tel que Facebook, Instagram, Twitter...</p> <p>Les services d'une agence numérique professionnelle et spécialiste de ces outils sont nécessaires pour accompagner les choix de l'office de Tourisme et assurer une meilleure visibilité de la destination.</p> <p>3- Le développement de contenus privilégiés Une stratégie de marketing de contenus doit venir renforcer les deux points précédents. Sans contenu, impossible de faire rêver le futur vacancier. Pour cela, il faut décrire de manière détaillée et imagée l'offre touristique à l'aide de photos, vidéos, textes suscitant l'envie de l'internaute. Ce travail nécessite la réécriture des contenus selon une ligne éditoriale déterminée et la commande de photos vidéos professionnelles pour illustrer la description de l'offre.</p>

<p>Éléments d'évaluation</p>	<p><u>Objectifs stratégiques</u> : Augmenter le trafic du site internet, améliorer la notoriété du territoire, mieux connaître les besoins de la cible touristique pour adapter l'offre et développer de nouveaux produits.</p> <p><u>Population cible</u> : Familles, individuels ou couples, groupes et professionnels, habitants locaux</p> <p><u>Impacts attendus</u> : Augmentation de la fréquentation des touristes sur le territoire, développement du rayonnement de Tulle agglo, hausse des retombées économiques via une progression de la consommation de l'offre de tourisme et de loisirs, tant par les clientèles touristiques que locales.</p> <p><u>Pistes d'indicateurs de résultats et de suivi</u> : Nombre de visiteurs uniques sur le site, nombre moyen de âges vues par internaute, durée de consultation du site Internet</p>																																																																							
<p>Éléments financiers</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>DEPENSES</th> <th>Dépenses TTC</th> <th>RECETTES</th> <th>Recettes totales</th> <th>Nature</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Conception et développement d'un site Internet</td> <td>24 766,80</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Optimisation des outils numériques</td> <td>4 980,00</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Reportage photos</td> <td>4 471,00</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Reportage vidéo</td> <td>2 550,00</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Poste informatique</td> <td>2 378,40</td> <td>Leader</td> <td>32000</td> <td></td> <td>43,27%</td> </tr> <tr> <td>Frais salariaux commande, mis en œuvre, élaboration contenu, coordination site Internet (1520 heures)</td> <td>29 601,48</td> <td>Autofinancement</td> <td>8000</td> <td>Cofinancé</td> <td>10,82%</td> </tr> <tr> <td>Frais salariaux optimisation des outils numériques (200 heures)</td> <td>3 493,63</td> <td>Autofinancement</td> <td>33 945,99 €</td> <td>Hors assiette</td> <td>45,91%</td> </tr> <tr> <td>Reportage professionnel (90h)</td> <td>1 704,68</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>73 945,99</td> <td>TOTAL</td> <td>73 945,99 €</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Assiette retenue</td> <td>50 000 €</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						DEPENSES	Dépenses TTC	RECETTES	Recettes totales	Nature	%	Conception et développement d'un site Internet	24 766,80					Optimisation des outils numériques	4 980,00					Reportage photos	4 471,00					Reportage vidéo	2 550,00					Poste informatique	2 378,40	Leader	32000		43,27%	Frais salariaux commande, mis en œuvre, élaboration contenu, coordination site Internet (1520 heures)	29 601,48	Autofinancement	8000	Cofinancé	10,82%	Frais salariaux optimisation des outils numériques (200 heures)	3 493,63	Autofinancement	33 945,99 €	Hors assiette	45,91%	Reportage professionnel (90h)	1 704,68					TOTAL	73 945,99	TOTAL	73 945,99 €			Assiette retenue	50 000 €				
DEPENSES	Dépenses TTC	RECETTES	Recettes totales	Nature	%																																																																			
Conception et développement d'un site Internet	24 766,80																																																																							
Optimisation des outils numériques	4 980,00																																																																							
Reportage photos	4 471,00																																																																							
Reportage vidéo	2 550,00																																																																							
Poste informatique	2 378,40	Leader	32000		43,27%																																																																			
Frais salariaux commande, mis en œuvre, élaboration contenu, coordination site Internet (1520 heures)	29 601,48	Autofinancement	8000	Cofinancé	10,82%																																																																			
Frais salariaux optimisation des outils numériques (200 heures)	3 493,63	Autofinancement	33 945,99 €	Hors assiette	45,91%																																																																			
Reportage professionnel (90h)	1 704,68																																																																							
TOTAL	73 945,99	TOTAL	73 945,99 €																																																																					
Assiette retenue	50 000 €																																																																							
<p>Calendrier</p>	<p>2017</p>																																																																							

CARACTERE INNOVANT			DANS QUELLE MESURE VOTRE PROJET REPOND –T'IL AUX CRITERES ET OBJECTIFS DE CET ITEM ?	NOTE PROPOSEE
	Critères	Objectifs		
PHASE AMONT (CONSTRUCTION)	<ul style="list-style-type: none"> Partenariats engagés, accompagnement équipe Pays Implication de la population 	Favoriser la co-construction des projets, éviter l'isolement des projets	<ul style="list-style-type: none"> Coordination de l'offre et des acteurs dans la mise en œuvre du projet : conseil et appui de partenaires dans le cadre des choix stratégiques (choix des fournisseurs, intégration d'outils numériques partagés sur le site internet,) tels que l'Agence Départementale du Tourisme de la Corrèze, le Comité Régional du tourisme du Limousin. Projet concerté et coordonné en amont. 	11.5/2
OBJET DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> Approche prospective /transversale Type de Cibles/publics Approche ESS Respect de l'environnement Lien urbain rural 	Anticiper et mutualiser pour prendre en compte les enjeux de demain	<ul style="list-style-type: none"> La mise en place d'une stratégie numérique permet à l'Office de Tourisme d'adapter ses outils et son travail en matière numérique aux évolutions du marché touristique : anticiper les attentes des touristes pour faire évoluer les supports de communication de l'office de tourisme vers des outils numériques et des contenus adaptés (réseaux sociaux, site internet, tablettes numériques à l'accueil...). 	1.5/2
ACTION, VIE DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> Développement des usages numériques Exemplarité / transfert d'expériences Accessibilité du projet Volet de sensibilisation 	Favoriser l'innovation tout au long de la vie des projets	<ul style="list-style-type: none"> Assurer l'évolution du projet en fonction des évolutions numériques 	2/2

CARACTERE ECONOMIQUE			DANS QUELLE MESURE VOTRE PROJET REPOND –T'IL AUX CRITERES ET OBJECTIFS DE CET ITEM ?	NOTE PROPOSEE
	Critères	Objectifs		
PHASE AMONT	<ul style="list-style-type: none"> Mobilisation, sensibilisation des acteurs Faisabilité du projet Viabilité du projet 	S'assurer de la réalisation de projets faisables et viables	<ul style="list-style-type: none"> 3 personnes dédiées au projet. Mobilisation des acteurs dans le cadre de la collecte des informations touristiques à référencer sur les nouveaux outils numériques 	2/2
OBJET DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> Prise en compte des nouveaux potentiels Zone de chalandise Effet levier sur l'économie / retombées locales Maintien / création / diversification Nouveaux services, nouveaux produits 	Anticiper la reprise, favoriser la création ...	<ul style="list-style-type: none"> Une hausse de la fréquentation de l'office de tourisme, à travers une amélioration des connections aux outils numériques (site internet, Facebook...) augmentera l'attrait des visiteurs pour la destination de l'agglomération de Tulle. Ainsi, les retombées économiques seront accrues par la hausse des flux touristiques sur le territoire et l'élargissement des clientèles. 	1.5/2

ACTION, VIE DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Développement des usages numériques ▪ Pérennité du projet ▪ Qualification de l'offre ▪ Diffusion de l'information ▪ Accessibilité du projet 	<p>Faciliter l'essor des projets (éviter reconduction actions identiques)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La promotion du territoire à travers ses outils numériques facilitera la diffusion de l'information touristique. Les nouveaux supports de communication numériques évolueront à travers des contenus régulièrement renouvelés et une adaptation progressive aux tendances du marché touristique. 	1.5/2
-----------------------	---	--	--	-------

CARACTERE STRUCTURANT / DEVELOPPEMENT TERRITORIAL			DANS QUELLE MESURE VOTRE PROJET REPOND -T'IL AUX CRITERES ET OBJECTIFS DE CET ITEM ?	NOTE PROPOSEE
	Critères	Objectifs		
PHASE AMONT	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Intégration locale du projet (bonne prise en compte des acteurs ...) ▪ Structuration du projet par rapport à son environnement 	<p>Prendre en compte de l'existant dans la construction du projet</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le projet a pour objectif l'amélioration de la diffusion de l'ensemble de l'offre touristique : il a donc un caractère structurant en matière de communication touristique visant à promouvoir l'ensemble de l'offre et des acteurs du territoire de Tulle Agglo. 	1.5/2
OBJET DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Echelle territoriale ▪ Mutualisation / mise en réseau ▪ Promotion / valorisation du territoire ▪ Amélioration du cadre de vie ▪ Préservation de l'environnement 	<p>Valoriser les ressources et les dynamiques territoriales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Rayonnement de l'offre touristique. - Promotion et valorisation du territoire en cœur de projet. - Préservation de l'environnement par la valorisation du numérique au dépend du papier. 	2/2
ACTION, VIE DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Développement des usages numériques ▪ Qualification de l'offre du territoire ▪ Equilibres territoriaux et complémentarités entre zones urbaines/rurales ▪ Accessibilité du projet 	<p>Mailler le territoire pour renforcer son attractivité</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Développement des usages numériques via l'augmentation de la fréquentation des supports numériques. Maillage du territoire - Coordination de l'offre touristique pour une meilleure promotion du territoire tant en zones urbaines (ex : Tulle) que rurales. 	2/2
BONUS	Emergence en lien avec l'animation – projet collectif (ex projet émergent du travail des groupes)			/2
TOTAL				15.5/20
REMARQUES	Avis d'opportunité favorable délivré xxxxxx			