

2021

RAPPORT
d'activité

BILAN DE L'ANNÉE **2020**

Sarthe
Tourisme



EDITO

Destinations rurales : un nouveau paradigme de la modernité !

L'image d'un tourisme de nature, de ressourcement, de découverte « 4 saisons », de bien-être, de gastronomie, cultivée par Sarthe Tourisme, a bien été identifiée et associée à notre département par la clientèle en quête de vacances à la campagne.

Les résultats encore provisoires mais encourageants de l'été doivent nous permettre de prendre conscience des atouts de « modernité » de notre Sarthe qui apparaît plus que jamais « dans l'air du temps ». A la fois ancrée autour de ses valeurs, de son identité, notre Destination est parfaitement en phase avec les nouvelles attentes sociétales et environnementales.

Au moment où s'intensifie la concurrence entre les territoires pour attirer de nouveaux « talents », de « nouvelles compétences », l'image positive véhiculée à l'extérieur par le tourisme auprès d'une large population donne un attrait, un effet de séduction qui aide et aidera la Sarthe aussi pour son attractivité résidentielle et économique.

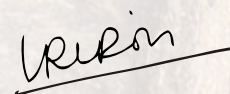
Sur un plan touristique, 2020 démarrait plutôt bien, les indicateurs records d'activité de 2019 semblaient devoir être dépassés. Mais, la pandémie a freiné cette dynamique, des opérations ont été reportées, digitalisées ou annulées. La clientèle étrangère, qui représente 2 nuitées touristiques marchandes sur 10 en temps normal a fortement chuté. La clientèle nationale a cependant en partie compensé et a permis de modérer les chiffres des saisons 2020 et 2021 en maintenant une activité sur la saison relativement stable.

Mais 2020, restera indubitablement une année de rupture pour l'économie touristique mondiale. La Sarthe et l'ensemble des acteurs locaux n'ont évidemment pas échappé à ce bouleversement général.

Les confinements d'abord : dans les 2 jours qui ont suivi l'annonce du confinement, Sarthe Tourisme a bouleversé son organisation et s'est organisée en mode commando pour aider les professionnels au plus fort de la crise. Mise en place d'une cellule de crise d'urgence avec e-mail dédié pour orienter les professionnels vers les meilleures solutions de continuité. Plus de 130 professionnels ont ainsi bénéficié d'un accompagnement personnalisé ou parfois la simple écoute venait pallier un sentiment d'isolement et d'abandon. Création d'une page web avec informations vérifiées et mises à jour quotidiennement, qui se sont avérées très utiles dans un contexte de saturation informationnelle. Mise en place de formations en Visioconférence, développement de mesures de soutien à la trésorerie comme la création et le lancement des « Bons d'achat solidaires ». Beaucoup de ces initiatives développées en Sarthe ont été reprises dans les médias nationaux et dupliquées sur d'autres territoires.

Pendant les périodes de confinement, les inquiétudes légitimes exprimées et les solidarités révélées auront aussi créé de réelles opportunités d'adaptation. Les échanges et, les consultations régulières avec les têtes de réseaux des entreprises du tourisme et les acteurs associatifs, les contacts quotidiens avec les professionnels du tourisme, la mise en œuvre d'un plan de communication de relance partagé sont autant de résultats enregistrés dans un tourbillon d'activités et de créativité dont nous avons tous collectivement fait preuve.

2021 devait être plus simple, il n'en fut rien. Nous traversons une année singulière sur un rythme déconcertant de « stop and go », dans une ambiance teintée à la fois d'inquiétudes et d'interrogations, mais aussi d'optimisme et d'espérance. C'est pourquoi l'agence a toujours su rester créative et ainsi en 2021, de nombreuses innovations et nouveautés ont été portées par Sarthe Tourisme comme le lancement de l'appel à projet en partenariat avec le leader européen du crowdfunding KissKissBankBank, le déploiement du Fonds Tourisme Durable dans le cadre de France Relance, l'affirmation de notre positionnement sur les itinérances douces avec la Vélobuissonnière® et les Rivières de l'Ouest® ou encore le développement du concept des vacances près de chez soi.



Véronique RIVRON,
Présidente de Sarthe Tourisme

SOMMAIRE

■ Les actions en réponse à la pandémie	p.6
Sarthe Tourisme en mode agile face à la crise	p.7
Les mesures d'urgence au profit des prestataires	p.8
Les actions de soutien à la trésorerie des entreprises	p.10
Les actions de soutien aux offices de tourisme	p.11
Une communication grand public de relance	p.12
■ Soutenir l'investissement	p.14
Les projets aboutis en 2020	p.15
Localisation des investissements touristiques en Sarthe	p.16
■ Structurer l'offre touristique	p.18
Conseils aux collectivités	p.19
Le développement de l'agritourisme et de l'œnotourisme	p.19
Le développement de l'itinérance : Fluvial / Cyclo	p.20
■ Soutenir le chiffre d'affaires des entreprises	p.22
La clientèle groupe	p.23
Le déploiement de la place de marché eRESA	p.24
La clientèle MICE et affaires	p.25
■ Promouvoir la destination	p.26
Le Club des ambassadeurs	p.27
Les relations presse	p.28
Le blog Sarthe Explorer	p.29
La newsletter Sarthe Tourisme / La production de vidéos séduction	p.30
Une forte présence sur les réseaux sociaux / L'environnement web	p.31
Les éditions	p.32
■ Observer	p.34
Profil Sarthe Tourisme	p.35
L'observatoire e-réputation / L'enquête clientèle	p.36
■ Budget prévisionnel 2021	p.38
Les charges et recettes	p.39
■ Plan d'action 2021	p.40
Les actions de promotion et prospection 2021	p.40
Les lignes directrices des actions clés de 2021	p.42

2020 EN CHIFFRES

PROJETS D'ENTREPRISES ABOUTIS

 **18**

99 entreprises touristiques accompagnées

IMPLANTATIONS

4
entreprises exogènes implantées en 2020



INVESTISSEMENTS ACCOMPAGNÉS

1,6 M€
en 2020



RÉSEAUX SOCIAUX

52 270
followers

+79,2%
en 3 ans



WEB

sarthetourisme.com
en 3 versions :



sarthetourisme.pro
le site pro

CLUB DES AMBASSADEURS DE LA SARTHE

827
ambassadeurs



(au 31/12/2020)

PRESSE

188
articles en 2020



30 internationaux, 18 nationaux,
39 locaux

INVESTISSEMENTS TOURISTIQUES

210,5 M€
de 2013 à 2018



WEB ET VIDÉOS

57 vidéos réalisées



806 114 vues
sur les réseaux sociaux

■ Les principales missions de l'agence



Développer l'attractivité
de la Sarthe pour les touristes
en valorisant une offre territoriale
globale



Prospecter en France et à l'étranger
pour **implanter de
nouvelles entreprises touristiques**



Accompagner la création
et **faciliter le développement
des entreprises** touristiques
implantées



Garantir l'élaboration,
la distribution
et la **promotion**
d'offres touristiques



Consolider et partager
la **connaissance du territoire**
en matière d'observation



Assurer la **promotion
multisupports**
de la destination Sarthe,
dont sa visibilité numérique

■ Le chiffres clés du tourisme en Sarthe en 2019*



55,6 millions d'€ d'investissement
touristique privé en 2018



700 millions d'€
de chiffre d'affaires de dépenses directes

6 614 000 visiteurs
et spectateurs recensés en 2019



1 272 000 nuitées
minimum en 2019 (hôtels, campings,
meublés Gîtes de France)



234 millions d'€
de valeur ajoutée

Plus de 1 000 hébergements
marchands (environ 30 000 lits marchands)



* Les données 2020 étant incomplètes et non représentatives de l'activité touristique générale en Sarthe, les données 2019 ont été conservées comme celles de référence.

LES ACTIONS EN RÉPONSE À LA PANDÉ- MIE

FORTE MOBILISATION DE SARTHE TOURISME

■	SARTHE TOURISME EN MODE AGILE FACE À LA CRISE
	LES MESURES D'URGENCE AU PROFIT DES PRESTATAIRES
	LES ACTIONS DE SOUTIEN À LA TRÉSORERIE
	LES ACTIONS DE SOUTIEN AVEC LES OFFICES DE TOURISME
	UNE COMMUNICATION GRAND PUBLIC DE RELANCE

Sarthe Tourisme en mode agile face à la crise

Les phases de confinement et déconfinement

Les actions mises en place par Sarthe Tourisme

16 mars
confinement généralisé
sur tout le territoire national



- Toute l'équipe de Sarthe Tourisme passe en télétravail à 100 %.
- Mise en place d'une **page web dédiée covid-19** et **cellule d'urgence** d'appui aux prestataires touristiques.
- Début d'une **communication de réassurance** (images pour s'évader de chez soi, mise en place de rendez-vous hebdomadaires avec par exemple la recette d'un chef sarthois à faire chez soi).
- Mise en place d'une **page web** sur les **restaurateurs** qui font de la **vente à emporter**.
- Mise en place d'une page web sur les **producteurs locaux** proposant de la **vente à emporter**.
- **Gratuité mise en place** pour Mon Accélération Numérique, Accueil Vélo, Plateforme de réservation en ligne eRESA, Tourisme d'affaires TAFF.

13 avril
prolongation du confinement
jusqu'au 11 mai



- Lancement des **Bons d'achat solidaires et locaux** pour apporter de la trésorerie aux professionnels du tourisme.
- Instruction des dossiers du **fonds de secours d'urgence** mis en place par le Département de la Sarthe.
- Élaboration d'une série de **5 webinaires** sur « **Préparer la reprise** » avec Solution&co.

11 mai
déconfinement progressif



- **Mutualisation** de la **diffusion** des brochures touristiques.
- **Forte communication** s'adaptant aux **autorisations de distance** (que faire à 20, 50, 100 km de Laval, Angers, Chartres, Tours, Alençon)
- Mise en place d'un **groupement d'achat** avec les **offices de tourisme** au bénéfice des prestataires pour les dispositifs de protection (masques, gel hydroalcoolique...) pour répondre à la pénurie de ces marchandises.
- **Développement** de **l'outil eRESA** pour la gestion des jauges.

02 juin
déconfinement
et ouverture des restaurants /
sites de loisirs et visites



- Lancement de la **campagne Sarthe Explorer** avec le Département sur les médias nationaux.

30 octobre
nouveau confinement
généralisé



- Réactivation des pages web **Restauration à emporter** et **producteurs locaux**.
- Lancement des **Bons Cadeau72**.
- Lancement du dispositif « **Mercredi c'est ma boîte qui m'invite** » pour aider les restaurateurs.

■ Les mesures d'urgence au profit des prestataires

- **Organisation d'un task force dès le 14 mars 2020** avec vérification des informations et réponses aux prestataires. Création d'un mail spécifique : covid19@sarhetourisme.com
- Mise en place de **pages WEB dédiées sur les dispositifs d'aides** avec des informations triées et vérifiées.
- **Forte présence et écoute.**

Une page web dédiée au Covid-19

- **Informations vérifiées, mises à jour régulièrement en fonction de l'actualité et uniquement centrées sur les problématiques du tourisme, répondant ainsi au fur et à mesure aux questions posées.**

33 publications 

96 600 vues 

- Mesures de soutien
- Allègement des charges
- Annulation de séjours : les réponses
- Étude de l'impact de l'épidémie sur l'activité touristique locale
- Consignes sanitaires et informations générales
- Conseils pour rebondir après la crise
- Séjours groupes réservés via la centrale de réservation de Sarthe Tourisme
- Assistance eRESA (réservation en ligne)



Un soutien aux professionnels

- **Par la forte mobilisation de l'équipe dès les premières heures du confinement.**
- **Par une écoute appréciée et une présence afin de pallier un sentiment d'isolement et d'abandon.**

« Merci pour cette action et votre soutien, qui a toute son importance pour nous et en particulier nous procure le sentiment de ne pas être abandonnés » - **propriétaire site de loisirs et hébergement.**

« Grâce à votre appel, nous nous sentons un peu moins seuls » - **propriétaire hébergement.**

Accompagnement sur les dispositifs d'aides

60 %
des demandes

Accompagnement sur les mesures sanitaires

20 %
des demandes

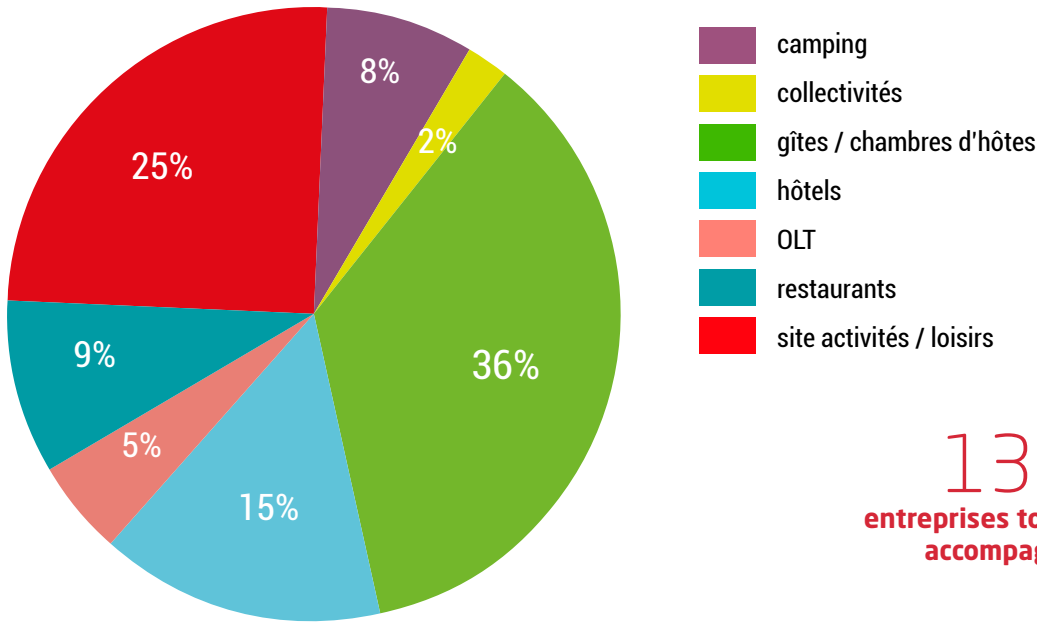
Accompagnement à la commercialisation

30 %
des demandes

Risque sur la continuité d'activité

16 %
des demandes

Répartition des soutiens apportés par type de structure



130
entreprises touristiques
accompagnées

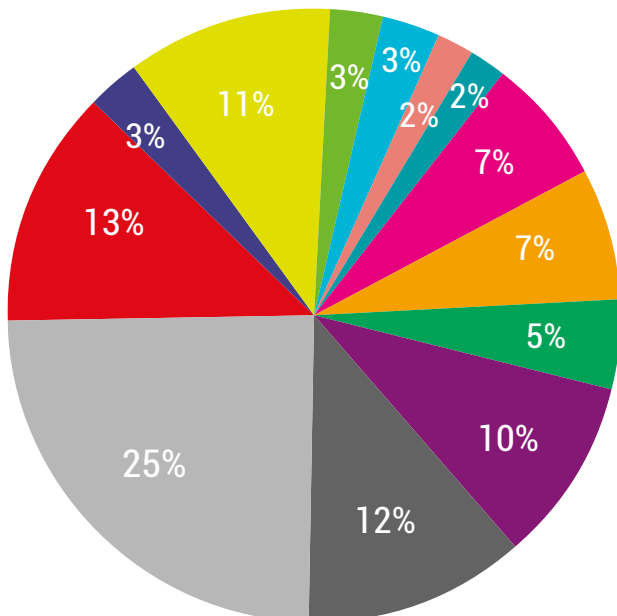
Fonds de secours d'urgence

Un dispositif mis en place par le Département de la Sarthe pour aider le revenu des entrepreneurs.

Critères d'éligibilité :

- Travailleurs non salariés
- Entreprises de moins de 3 salariés
- Ne pas avoir prélevé un revenu de plus de 500 € sur son entreprise en avril
- Revenus ménage inférieurs à 500 €/personne
- Entreprise inscrite RCS, RCA, AA
- Aide de 500 € seul / 700 € couple (+ 100 euros par enfant)

Répartition des dossiers tourisme par canton



45 dossiers instruits par Sarthe Tourisme
(10 % des demandes)

40
avis favorables

5
refus



■ Les actions de soutien à la trésorerie des entreprises

Les bons d'achat solidaires et locaux

L'opération est lancée le **21 avril** avec pour objectif premier un **apport en trésorerie et une communication renforcée pour 34 prestataires touristiques partenaires de la démarche.**

L'opération a bénéficié d'une forte **visibilité** :

- **nationale** : BFM, RMC Découverte, RMC, Tourmag, Hospitality-On...
- **régionale** : France 3, Le Maine libre, Ouest- France, affiches bus, magazine de la Sarthe
- Opération unique en France reprise par la Vendée, la Vienne...

Des entreprises montrant des marques d'intérêt pour leur CE et leurs salariés (exemple : Renault Le Mans, CCAS, Le Conseil départemental).



330 bons achetés

34 prestataires bénéficiaires

Forte présence sur les réseaux

332 000 vues

2 000 partages

Le bon cadeau 72

En continuité des bons d'achat solidaires et locaux, l'opération Le bon cadeau 72 est lancée le **16 novembre** avec un système simple qui permet d'acheter local et solidaire. Il permet de générer des ventes malgré l'arrêt total des activités. La totalité des sommes est reversée au prestataire.

- achat par des particuliers mais aussi collectivités, CE...
- un système simple qui permet d'acheter local et solidaire
- une gestion centralisée par Sarthe Tourisme

2701 bons achetés

72 prestataires bénéficiaires

93 470 €
de CA en 2020



Mercredi c'est ma boîte qui invite

Chaque mercredi jusqu'à la réouverture des établissements au public, Sarthe Tourisme **donne la possibilité aux entreprises d'offrir à ses salariés un repas complet pour 4 personnes** à partager en famille, commandé dans l'un des restaurants partenaire.

Un acte de solidarité concret qui permet aux restaurateurs :

- d'avoir des commandes régulières à dates fixes,
- de s'organiser pour répondre à des commandes importantes (la réservation se fait quelques jours avant),
- de se sentir soutenus par les acteurs économiques et institutionnels sarthois,
- de limiter au maximum les pertes de chiffre d'affaires

Opération pionnière en France reprise par l'Anjou, la Corrèze, la Mayenne, le Pays de Loches.

Animation d'un webinaire avec 30 destinations...

65 restaurants inscrits
dans la démarche
solidaires de l'opération

CCI, CMA, MEDEF, Initiative Sarthe,
Conseil départemental, UMIH
Diffusion 100% clubs d'entreprises,
mailing 1 300 dirigeants d'entreprise



■ Actions de soutien avec les offices de tourisme

- Apporter un **support technique**.
- **Mutualiser les moyens**.
- **Réponse aux questionnements** sur les aides, mesures mises en œuvre.

Organisation de la diffusion / collectage

180 000

brochures
distribuées

700

points de diffusion
à l'échelle de la Sarthe

Groupement d'achat de matériel de réassurance sanitaire

A cette période les masques et gels hydroalcooliques étaient introuvables. Les structures touristiques de petite taille n'avaient pas le volume suffisant pour intéresser les fournisseurs. Le groupement d'achat a permis de répondre à cette problématique :

- Recensement des besoins par les organismes locaux de tourisme (OLT).
- Identification des fournisseurs de masques par le Département.
- Organisation par Sarthe Tourisme d'un groupement d'achat pour les masques et les gels hydroalcooliques.
(63 prestataires ont pu en bénéficier)

30 000

masques jetables

9 500

masques lavables

3000

litres de gel

offerts par le Département
à **150** petites structures touristiques

■ Une communication grand public de relance

(9 juin - 1^{er} octobre 2020)

Pendant le confinement :

- **Adapter le ton** et la **communication** en fonction de l'évolution des mesures et des communications gouvernementales.

- **Maintien du contact avec nos communautés.**

1 544 511 personnes atteintes

19 921 j'aime 

5 107 partages 

À la fin du confinement :

Une campagne de communication lancée par le Département et Sarthe Tourisme afin d'**attirer davantage la clientèle française** et soutenir l'ensemble des acteurs du tourisme sarthois.

16 vidéos 13 articles de blog 40 posts Facebook

Plus de **3 millions**
de **vues** pour les **16 vidéos**

1,5 million
de personnes touchées

Presse

3 publicités **nationales** et publicités **locales**

Affichage sur 350 abribus

1 reportage sur le JT de TF1

3 reportages sur la matinale de RMC

1 article sur Le Figaro

1 353 000 impressions en **Replay**



Cible atteinte

1/4 Nord-Ouest
de la France + Lille

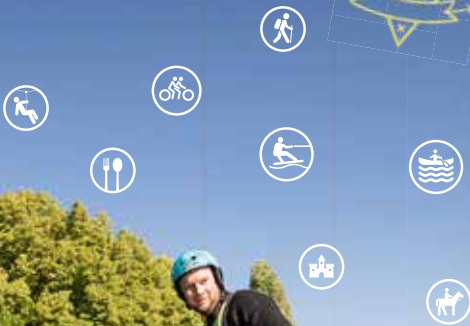
- **44 %** 55 - 64 ans

- **27 %** 45 - 54 ans

- **29 %** 25 - 44 ans

ET VOUS, COMMENT EXPLOREREZ-VOUS LA SARTHE CET ÉTÉ ?

À VÉLO, À CHEVAL, À TABLE, EN FAMILLE, ENTRE AMIS, EN BALADE, EN BATEAU, EN CABRIOLET, EN SURF ÉLECTRIQUE... IL Y A TANT DE FAÇONS D'EXPLORER LA NATURE ET LE PATRIMOINE SARTHOIS CET ÉTÉ !



LA SARTHE. Tant de mondes à explorer !



SARTHE

Partants pour explorer la Sarthe ?

Sarthe Tourisme lance une campagne de communication destinée à attirer les touristes à moins de trois heures.

Nous voulions une campagne optimisée », explique Dominique Le Déru, le président du conseil départemental. Il ne veut pas tomber dans l'écueil d'une région où les chiffres malheureusement parlent d'eux-mêmes avec en arrière-plan une perte sèche de 100 à 200 millions d'euros pour la plupart des professionnels du tourisme. Il faut se remettre en action et vite.

LA CIBLE POUR 2020 ?

Cette année, la cible vise le tourisme de proximité. Celui qui habite les départements proches, à moins de trois heures de voiture (Calvados, Eure, Eure-et-Loir, Ille-et-Vilaine, Loiret, mais aussi l'Île-de-France). Un touriste qui sera rassuré par les mesures d'hygiène mises en place. Le Département a remis 30 000 masques aux petites structures et du gel hydroalcoolique. Un touriste qui voudra éviter la foule et qui souhaite se retrouver en famille ou entre amis pour vivre des expériences inédites, insolites ou plus traditionnelles. Bref, la Sarthe explore-tourisme sera donc âgé de 30 à 84 ans, posséder un grand permis et aura fait des recherches ciblées pour choisir sa destination.

C'est l'agence marseillaise LMMV, fidèle au poste, qui réalise cette campagne. Les supports publicitaires de communication ont été minutieusement étudiés et réalisés, des actions ciblées en direction des supports numériques avec une vidéo visible sur le site replay de France 3 (plateforme de vidéos) à la demande qui vérifie que les messages sont bien lus le 27 de 20 heures, Télématin, Echappées belles, les Nouveaux territoires, Tout peut être... C'est de cette campagne de communication ciblée, précise et efficace, que débute depuis le 4 juin, elle se poursuivra jusqu'à fin juillet.

DES ACTIVITÉS À FORTE DOSE D'ADRENALINE

Si la Sarthe est connue pour son « slow tourisme » avec notamment son été campagne, ses balades à vélo, ses traditions locales, ses nombreux sentiers de balade, elle veut aussi miser sur des activités insolites et inédites comme le tout nouveau surf électrique à La Sône, les vélos à moteur électrique tout terrain à Saint-Léonard-des-Bois... et ses nombreux hébergements atypiques comme les Tapis du Bonheur à Brillon, les hébergements insolites de S&S à Saint-Léonard, les lodges au zoo de La Flèche... Avec tous ses atouts, la Sarthe est bien armée pour attirer les explorateurs, venir à passer « la semaine ».



Key 74203 Mamez, juillet 2018. Et pourquoi ne pas explorer la Sarthe avec un vélo électrique ?

À SAVOIR

330 bons et 8 100 €. L'opération « Je sois tous le tourisme en Sarthe » lance pendant la période de confinement, en mars-avril, par Sarthe Tourisme pour venir en aide aux acteurs locaux du tourisme (hébergement, activités, restauration) a permis de récolter 33000 et 330 bons. 80 bénéficiaires étaient associés à cette opération, une quarantaine a eu des retombées financières. Le but était surtout de leur venir en aide dans cette période compliquée où leur trésorerie était au plus bas.

200 000 magazines

Deux mondes à explorer dans ce magazine de 20 pages où la photo prend une place primordiale. Sarthe magazine au fil de l'eau, à vélo, à moto. Les équipes itinérantes au plus proche de la nature, à cheval, en pratiquant l'escalade... Le patrimoine du département à découvrir comme à Piacé-le-Baudouin, les châteaux de la Sarthe, les jardins inspirants, les Petites chies de Cartouche... dans ce magazine vous trouverez tous les trésors de la Sarthe (liste des plus courts, les guides complètes remplis de bonnes adresses, de cartes, entre les activités, les lieux touristiques, les hébergements, la restauration... à se procurer au plus vite).



EN CHIFFRE L'impact de la crise

Selon l'étude menée par Sarthe Tourisme auprès des professionnels sartoises, plusieurs points méritent d'être soulignés :

- En moyenne, 80 % des réservations de mai à août 2020 ont été annulées ou reportées.
- La perte du chiffre d'affaires (comparé à 2019) varie entre 75 % en mars et 100 % en avril.
- La clientèle étrangère, qui représente en juin une part importante du tourisme avec les 24 Hautes-Alpes et la Sarthe, arrive. La Marna Classe en juillet (qui représente toujours pour cet événement, 20 % de touristes étrangers) a massivement annulé ses réservations.

ET VOUS, COMMENT EXPLOREREZ-VOUS LA SARTHE CET ÉTÉ ?

LA SARTHE. Tant de mondes à explorer !



SOUTENIR L'INVESTISSEMENT

DÉVELOPPEMENT EXOGÈNE PROSPECTION D'INVESTISSEURS

LES PROJETS ABOUTIS EN 2020

LOCALISATION DES INVESTISSEMENTS TOURISTIQUES EN SARTHE

■ Les projets aboutis en 2020

18 projets aboutis

1,6 M€ en 2020

114

56 M€

projets

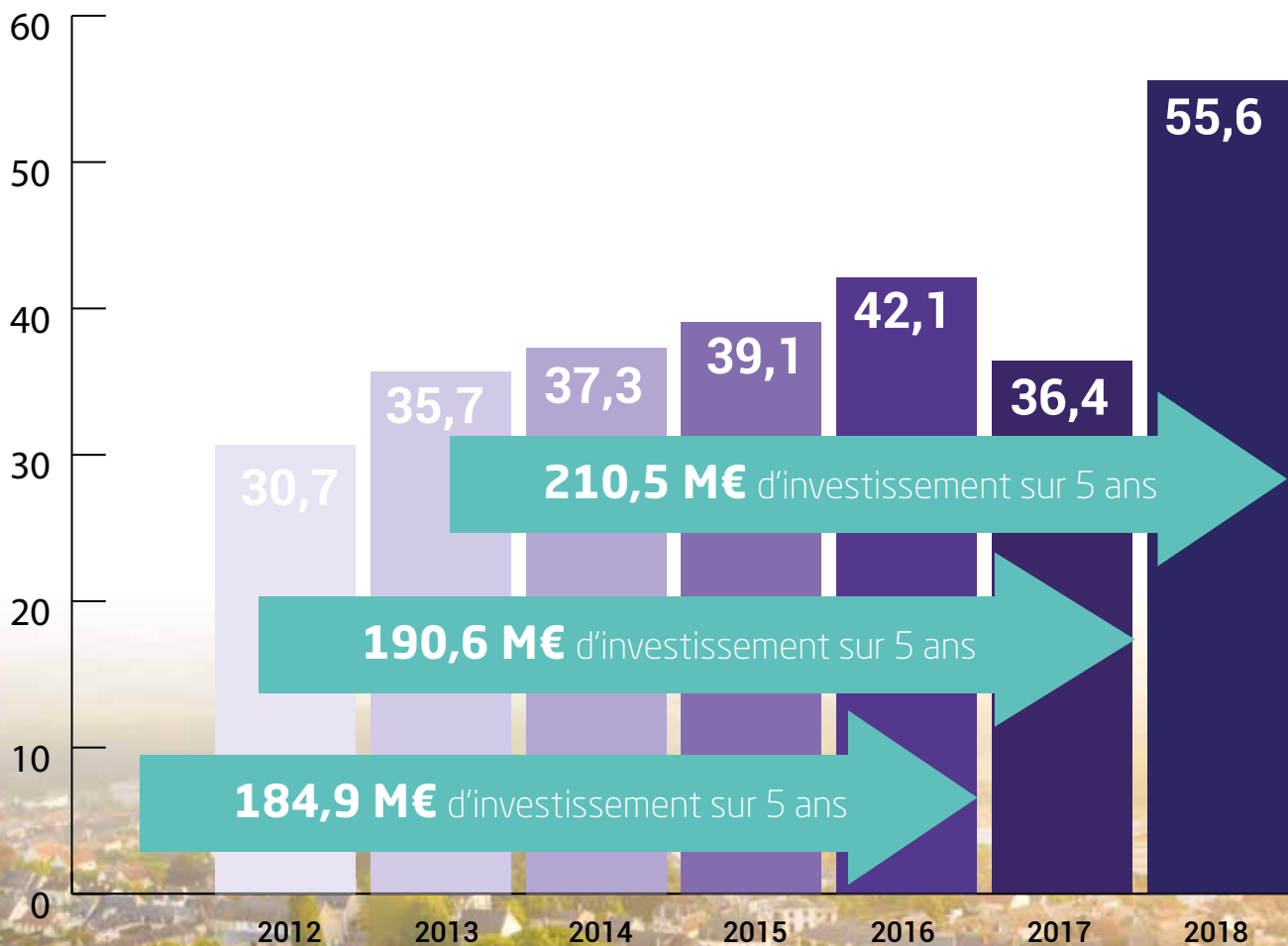
d'investissement touristique privé

depuis 2017

Investissement touristique en Sarthe (hors restauration)*

*95% d'origine privée

En millions d'€



Localisation des investissements touristiques en

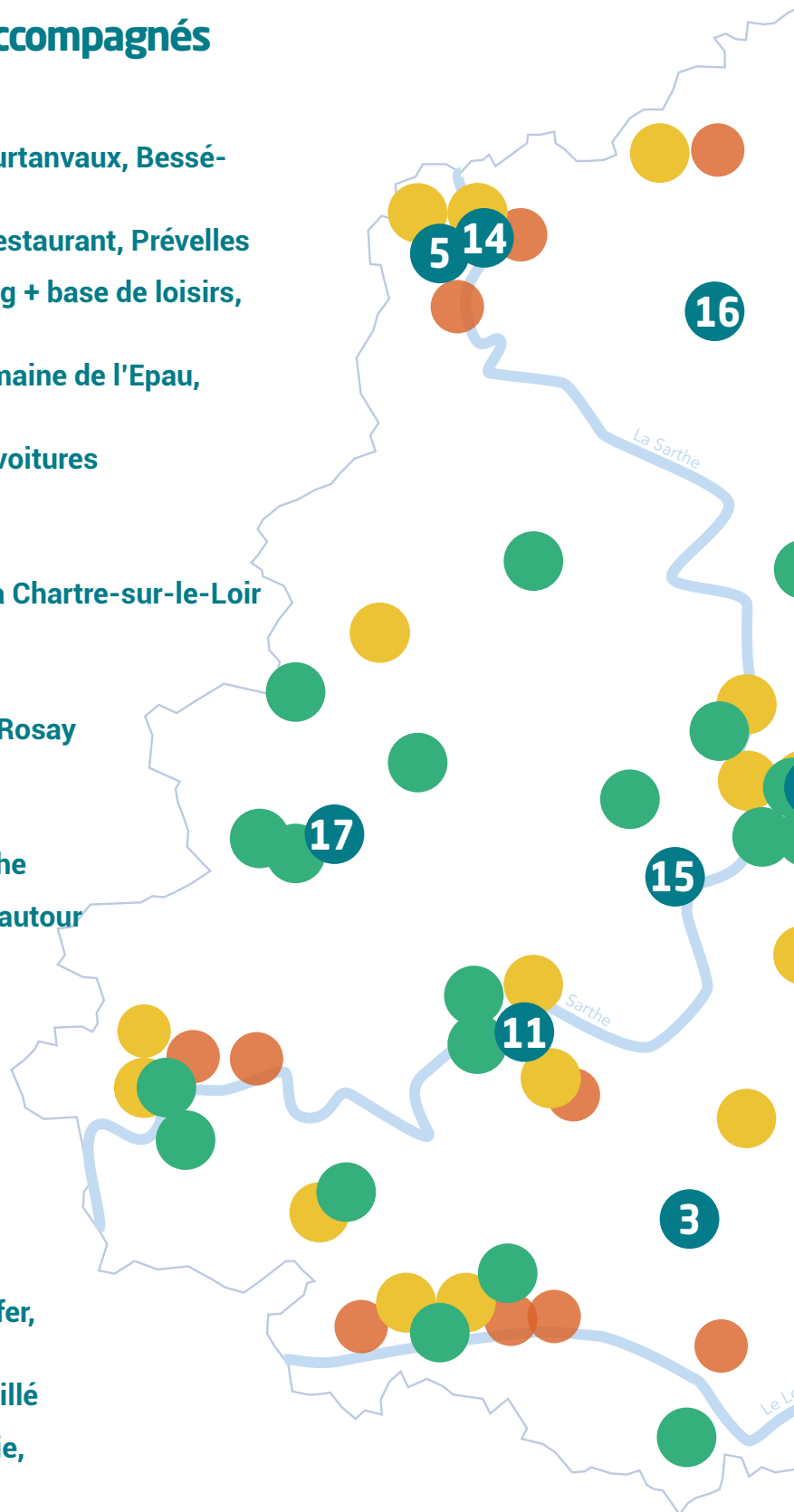
● Projets touristiques aboutis accompagnés par Sarthe Tourisme en 2020

- 1 Réinventer le Patrimoine, château de Courtanvaux, Bessé-sur-Braye
- 2 Identification d'un gérant pour un café-restaurant, Prévelles
- 3 Identification d'un gérant pour le camping + base de loisirs, Mansigné
- 4 Créations de cabanes-spa écolodge, Domaine de l'Épau, Yvré-l'Évêque
- 5 Création d'un garage de restauration de voitures anciennes, Saint-Léonard-des-Bois
- 6 Création d'un meublé de tourisme, Vaas
- 7 Identification d'un gérant de camping, La Chartre-sur-le-Loir
- 8 Reprise de chambres d'hôtes La Jonquière, Bouloire
- 9 Restauration du gîte, Saint-Georges-du-Rosay
- 10 Vente du domaine Bois Doublé, Monfort-le-Gesnois
- 11 Reprise du camping, Malicorne-sur-Sarthe
- 12 Création d'expérientiel et hébergements autour de l'activité agricole, Ecorpain
- 13 Accompagnement à la création de la Cité du Film, Le Mans
- 14 Accompagnement à la reprise du Touring Hôtel, Saint-Léonard-des-Bois
- 15 Reprise et développement de l'Hôtel-restaurant Le Saint-Louis, La Suze-sur-Sarthe
- 16 Reprise Hôtel-Restaurant du Chemin de fer, Vivoin
- 17 Implantation de maisons Clic-Clac, Chevillé
- 18 Modernisation de l'Hôtel de la Pommeraie, Le Mans

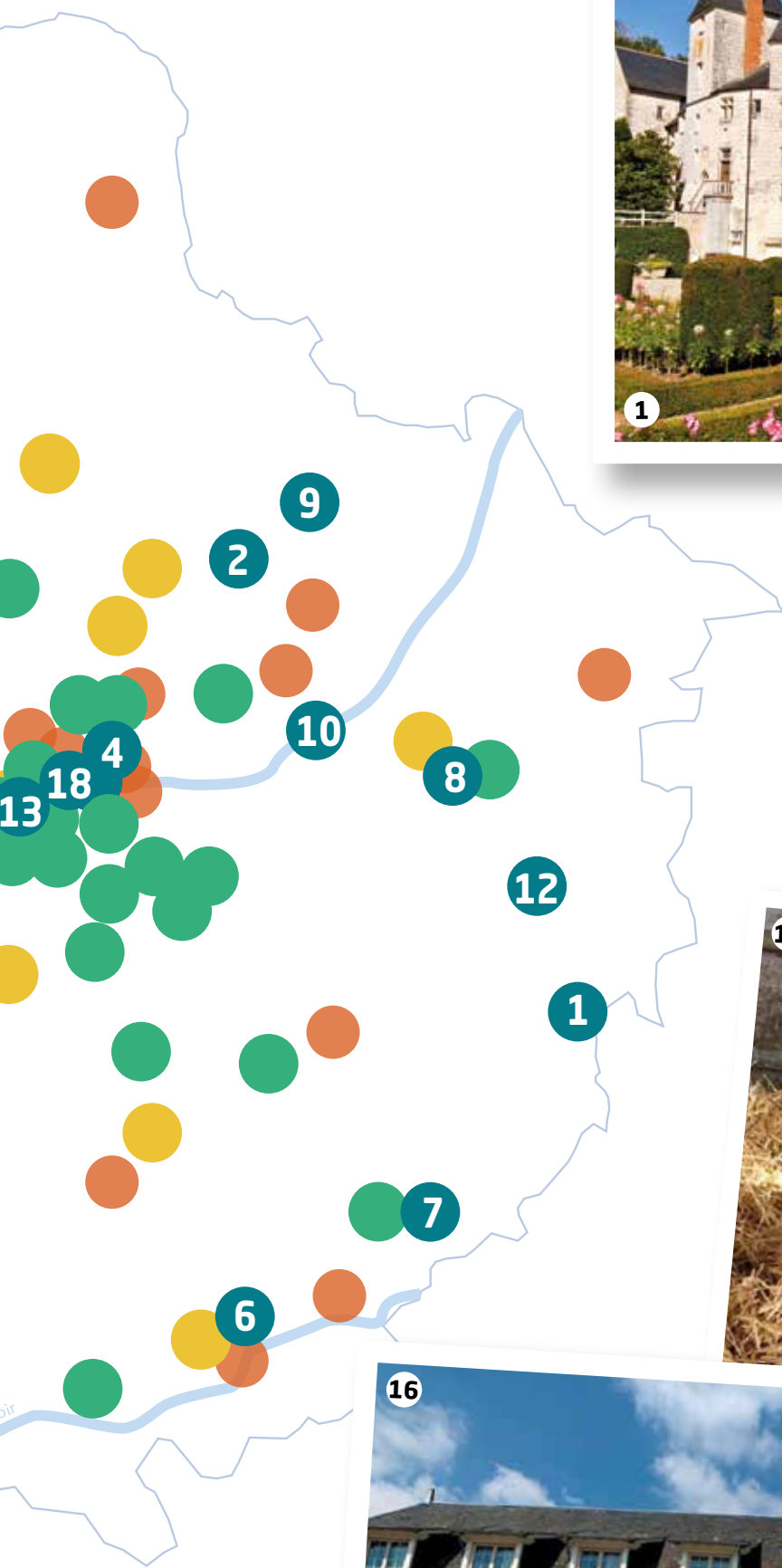
● Projets touristiques aboutis accompagnés par Sarthe Tourisme en 2019

● Projets touristiques aboutis accompagnés par Sarthe Tourisme en 2018

● Projets touristiques aboutis accompagnés par Sarthe Tourisme en 2017



Sarthe



STRUCTURER L'OFFRE TOURISTIQUE

DEVELOPPEMENT ENDOGENE / FILIÈRES

CONSEILS AUX COLLECTIVITÉS

LE DÉVELOPPEMENT DE L'AGRITOURISME ET DE L'ŒNOTOURISME

LE DÉVELOPPEMENT DE L'ITINÉRANCE : FLUVIAL / CYCLO

Conseils aux collectivités

Sarthe Tourisme **accompagne les collectivités dans leur stratégie de développement touristique** (plan d'action, équipement...). Ainsi en 2020, l'agence a apporté entre autres son soutien :

- à la réflexion globale sur l'hôtel-restaurant Le Gasseau avec la Communauté de communes Haute Sarthe Alpes Mancelles,
- au groupe de travail sur le repositionnement des 5 campings de la Communauté de communes Vallée de la Braye et de l'Anille,
- au pilotage avec le Département de l'appel à projets "Réinventer le patrimoine" et la présentation de la candidature du Château de Courtanvaux à Bessé-sur-Braye, retenue par l'Etat,
- au groupe de travail initié par la commune de Loué pour bâtir un plan de développement du camping (camping, restaurant, etc.),
- au projet de Maison des Vins et du Tourisme, piloté par la Communauté de communes Loir Lucé Bercé,
- au renouvellement de la concession ONF pour le site de Sillé Plage.

Le développement de l'agritourisme et de l'œnotourisme

L'offre de tourisme à la ferme référencée en Sarthe

54

gîtes et chambres d'hôtes et hébergements insolites

6

hébergements collectifs

31

sites de loisirs et d'activités

10

campings, aires naturelles et aires de camping-car

29

porteurs de projets

accompagnés par Sarthe Tourisme

34

adhérents
Bienvenue à la Ferme



2

adhérents
Accueil Paysan



En 2020 :

- **Le webinaire agritourisme et itinérance** : « Créer un hébergement à la ferme » ; un partenariat Sarthe Tourisme et Chambre d'Agriculture, avec pour objectif l'information des agriculteurs sur les types d'hébergement en agritourisme, les liens avec l'itinérance et le témoignage d'un agriculteur expérimenté
- La **participation au Salon International de l'Agriculture à Paris**, en partenariat avec Solutions & Co, pour la promotion du tourisme à la ferme dans la Région Pays de la Loire auprès du grand public



Le développement de l'itinérance : Fluvial / Cyclo

Accompagnement des services du Département sur la mise en place d'un **schéma de l'itinérance en Sarthe** : Pédestre, Equestre, Fluvial, Cyclo.

Fluvial



Action Interdépartementale
à l'échelle de la Maine



Reportage photos

**Préparation pour le lancement
d'une nouvelle destination fluviale**



Travail avec les éclusiers
pour favoriser la
**valorisation touristique
de la rivière**



Soutien et animation
de la **démarche régionale**
« **Vogue et Vagues** »

Avec :

- Les Agences départementales du tourisme du Maine-et-Loire, de la Mayenne et de la Sarthe
- Les services hydraulique et tourisme des 3 départements
- Le gestionnaire des bateaux habitables.



Cyclo

Production de **supports spécifiques**
(carte cyclotourisme IGN)



Evolution de notre **site internet**
pour permettre aux internautes d'imprimer
des fiches de randonnées (pédestre, équestre, cyclo)

Lancement de la Vélobuissonnière



Animation de la marque
« **Accueil Vélo** »
(30 labélisés Accueil Vélo)

Accompagnement du **projet départemental**
de création de **Voies Vertes**

Accompagnement des collectivités à la réflexion de
nouvelles boucles/itinéraires

Valorisation de l'offre sarthoise sur le
portail national France Vélo Tourisme



La Vélobuissonnière®, escapades entre Loire et Normandie



SOUTENIR LE CHIFFRE D'AFFAIRES DES ENTREPRISES

DEVELOPPEMENT ENDOGENE / PRESTATAIRES TOURISTIQUES



■ La clientèle groupe

En 2020 :

75
groupes annulés
pour 139 000 € de CA



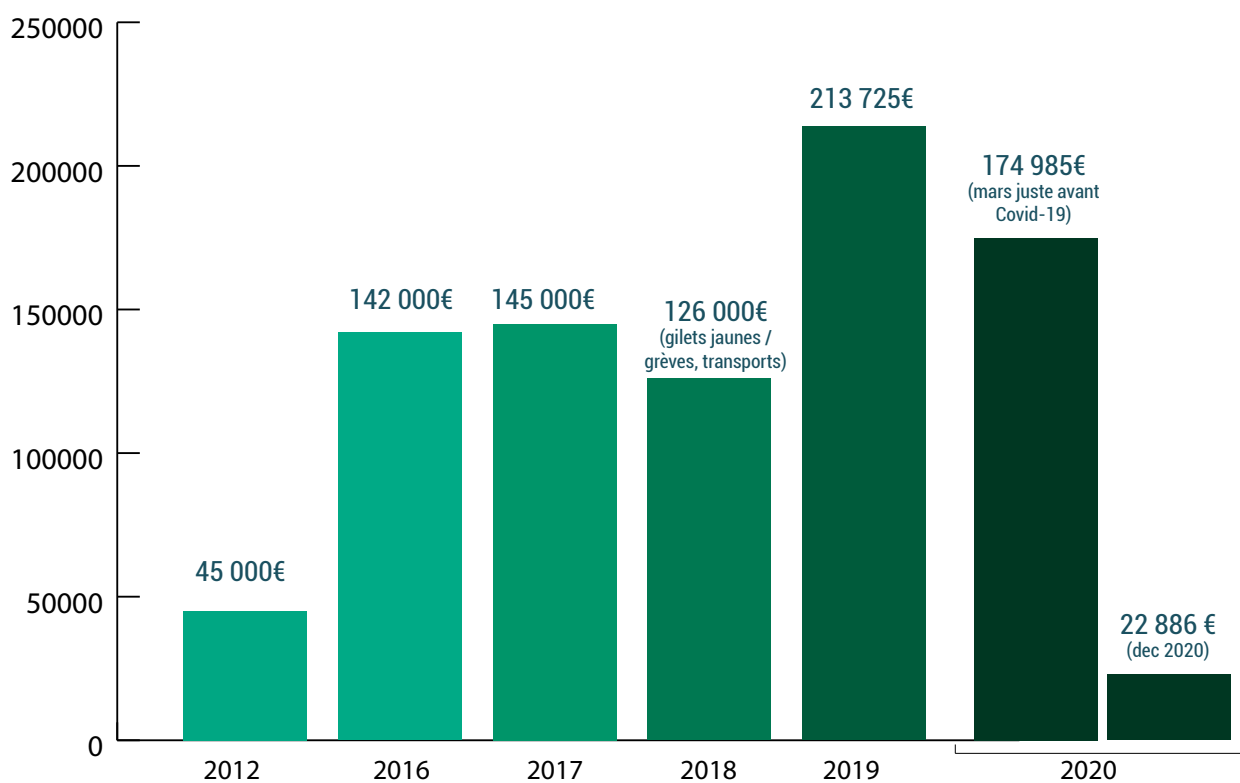
7
dossiers maintenus ou réalisés
pour 22 942 € en décembre 2020



Effondrement du nombre de devis
(84 en 2020 contre 213 en 2019)
21 reportés en 2021 pour 36 523 € de CA

Evolution du chiffre d'affaires sur la clientèle groupe

Une clientèle groupe fortement impactée par la crise covid-19.



Le déploiement de la place de marché eRESA

En support de l'Agence Régionale, Sarthe Tourisme fournit aux professionnels du tourisme un **outil** qui permet de **vendre ses prestations en ligne** et sur Facebook et de **gérer ses disponibilités**.

Sarthe Tourisme met en place des **passerelles** avec les Gîtes de France, Les Logis, Reservit, C tout Vert, Le Zoo de La Flèche etc. Sarthe Tourisme met en place une **organisation territoriale** avec les OLT (convention d'objectifs à 3 ans).

Intégration eRESA sur Sarthetourisme.com

Déploiement de la place de marché eRESA

**0 %
de commission**
Droits accès < 160 € / an
Gratuité 2020 / 2021

Pour :
Une solution de commercialisation en ligne et de gestion des disponibilités
Une diversification des canaux de distribution sur l'ensemble des sites de destination (10 millions d'internautes)

Résultats

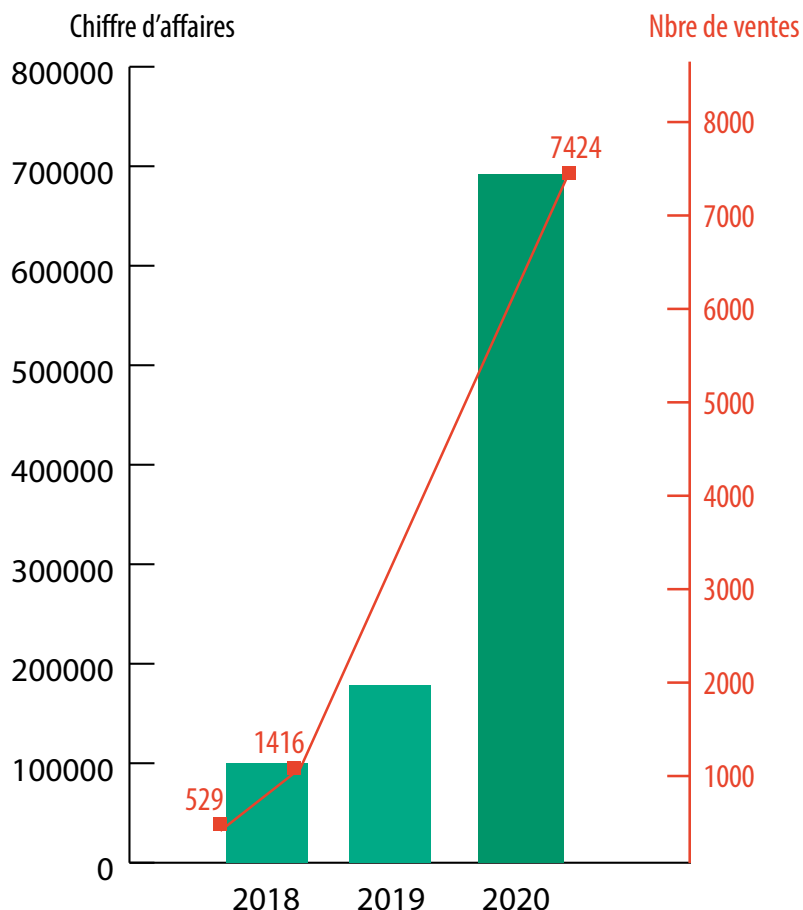


2019 à 2020
Augmentation du nombre d'offres à raison de 100 à 150 /an

387
offres en ligne

Plus de **7 500** ventes

Évolution du CA eRESA pendant la crise du Covid-19



700 K€

CA en 2020
176 000 k€ en 2019



La clientèle MICE et Affaires

- Animation du collectif **Businessland**
- Animation du site www.congres-seminaires-sarthe.com

Prospection Businessland

Businessland est un collectif créé en 2017, animé par Sarthe Tourisme qui, en mutualisant les moyens de chaque structure, permet de **développer une clientèle affaires**.

2018

- Salon Heavent (Paris, Parc expo Porte de Versailles)
- Evènement privé à la boutique ACO, bd Haussmann à Paris (invitations d'entreprises et agences parisiennes)
- Afterwork au Stade de France Salon MP2 (Marseille)

2019

- Salon Activ'Assistants / Réunir (Paris, Palais Brongniart)
- Salon MP2 Troyes et salon MP2 Marseille

2020

- Salon MP2 Marseille
- Afterwork Assistante Plus Nantes

En 2019 :

9 événements confirmés - taux de concrétisation **16 %**

322 000€ de CA

En 2020 :

La crise sanitaire causée par la Covid-19 a très fortement impacté la filière MICE provoquant un gel de l'activité sur une grande partie de l'année.

Congrès et séminaires

www.congres-seminaires-sarthe.com

15 demandes au 31/12/2020 qui représentent **608** personnes potentielles

43 prestataires sarthois adhérents au site



Les 11 structures partenaires

L'Abbaye Royale de l'Epau, l'ACO, Antarès, La CCI, Le Mans Evénements, MMArena, L'Office de tourisme Le Mans Métropole, Papéa Parc, Le Pôle Européen du Cheval, Sarthe Tourisme, Le Zoo de La Flèche.



PROMOUVOIR LA DESTINATION

DEVELOPPEMENT ENDOGENE / PRESTATAIRES TOURISTIQUES

■	LE CLUB DES AMBASSADEURS
	LES RELATIONS PRESSE
	LE BLOG SARTHE EXPLORER
	LA NEWSLETTER MENSUELLE DE SARTHE TOURISME
	LA PRODUCTION DE VIDÉOS SÉDUCTION
	UNE FORTE PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX
	L'ENVIRONNEMENT WEB
	LES ÉDITIONS : NUMÉRIQUES, INTERNATIONALES, STANDS...

Le Club des Ambassadeurs

Créé et animé par Sarthe Tourisme depuis 2014, le Club des ambassadeurs de la Sarthe est aujourd'hui l'un des plus gros clubs de l'Ouest de la France. Chaque ambassadeur a pour vocation de **promouvoir l'attractivité du département** au-delà de ses frontières.



827 ambassadeurs ont signé la charte d'engagement au 31 décembre 2020

Création d'un **pass** ambassadeur.

22 sites partenaires.

320 personnes présentes lors de la soirée anniversaire 2019
Le plus important club de l'Ouest.

8 événements organisés, **554** ambassadeurs concernés.

L'agenda des animations n'a pu être maintenu en 2020 pour des raisons de crise sanitaire.

Une soirée « **Le Noël des Ambassadeurs** » a été organisée proposant une soirée concert filmée dans les décors magiques de l'Abbaye Royale de l'Épau en collaboration avec la Cité du Film et relayée en direct sur la page Facebook du Club : **5 900** vues



Objectif



1 000 ambassadeurs en 2021

Les relations presse

Promouvoir la destination passe aussi par l'accueil de journalistes sur le territoire. Cette action qui donne lieu à la rédaction d'articles par les journalistes accueillis contribue fortement à la **notoriété** et à la **visibilité de la destination en France et à l'international**.



35

communiqués & dossiers de presse

9

accueils presse

16 en 2019
dont 5 blogueurs et 8 internationaux

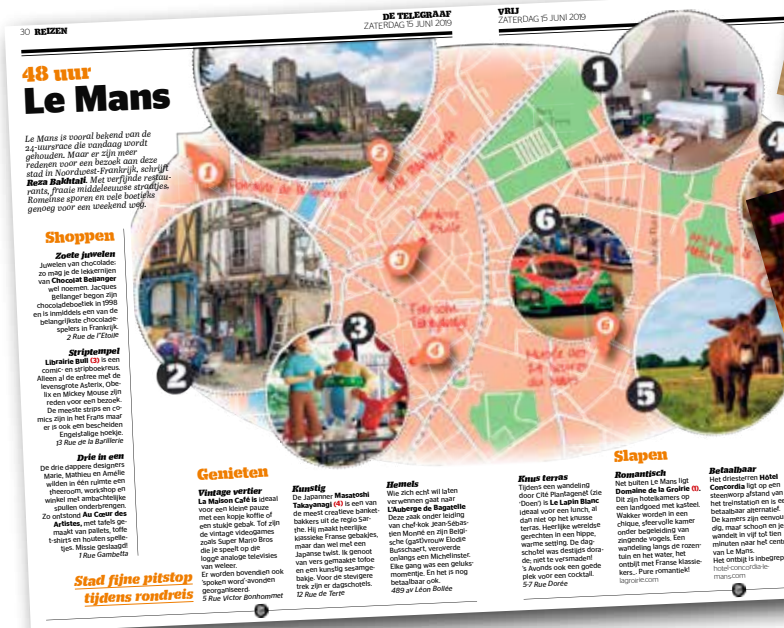


188 publications

391 081 visiteurs touchés

Les titres

Condé Nast Traveller, De Telegraaf, ELLE Espagne, FORBES, Top Gear, Le Figaro, Auto Journal, Travel Leisure, Robbreport, Yahoo Lifestyle...



Verbatim

"I had a wonderful time in Le Mans. I don't know which was better, the gastronomie or the bonhomie!"

« J'ai passé un très bon moment au Mans. Je ne sais pas ce qui était mieux, la gastronomie ou l'accueil très agréable. » **Alan McGowan, journaliste à The Sun.**

"A great trip, probably one of the best I've been on! Thanks for a brilliant few days."

« Un super séjour, probablement l'un des meilleurs que j'ai pu faire. Merci pour ces quelques jours magnifiques » **Eddi Fiegel journaliste à France Magazine.**

Le blog Sarthe Explorer

I ♥ Blogging

C'est quoi ?

Un média qui permet d'écrire des pages édito en liant de la photo, de la vidéo, avec un ton différent ...

Pour qui ?

Le grand public en Sarthe mais surtout hors Sarthe.
Une grande souplesse de promotion supports, média, sujets...



Compléter notre communication multicanale

Sarthe Tourisme produit un **article toutes les 2 semaines** lié à l'actualité, la saison, les évènements.

Evolution de notre site internet en cours pour créer cet espace blog.

Media complémentaire / Diversification du ton / Agrégation de blogueurs / Augmentation du trafic sur le site et sa visibilité.

Résultats

En 2019 :

32 articles réalisés

24 536 pages vues

En 2020 :

36 articles réalisés

50 559 pages vues



La newsletter mensuelle de Sarthe Tourisme

Chaque mois, Sarthe Tourisme produit une **newsletter avec une vidéo** mettant en valeur l'activité touristique du département, l'activité de l'Agence, l'activité de ses partenaires et des informations utiles pour les professionnels du tourisme.

Près de
9 000
destinataires
par mois

10 éditions annuelles

équivalent / an :

1 roman de 100 pages
1 long métrage de 1h30
avec 42 sujets

veille, opportunités, actualités, nouveautés

136 728
vues du mag vidéo
(30 930 en 2017)



22 000
lecteurs



22,82 %
taux d'ouverture
moyen (+0,46 %)



La production de vidéos séduction

Marque de fabrique de l'Agence dans sa stratégie de promotion de la destination, les vidéos produites rencontrent un succès grandissant

57
vidéos réalisées



806 114 vues sur les réseaux sociaux de Sarthe Tourisme

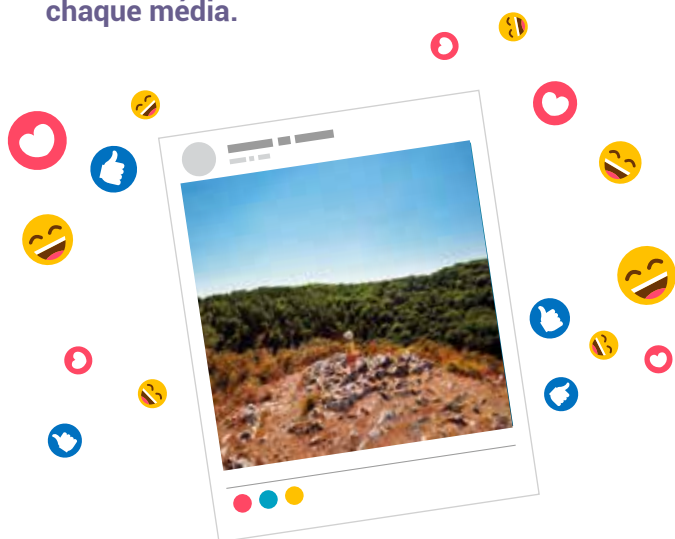
5 244 heures de visionnage des vidéos de Sarthe Tourisme

2 127 284 personnes atteintes



Une forte présence sur les réseaux sociaux

Sarthe Tourisme développe en continu sa présence sur les réseaux sociaux avec une **communication adaptée à chaque média**.



52 270 followers

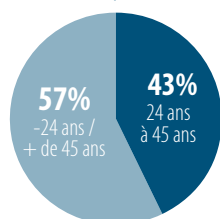
Forte progression de nos followers

+ 79,2% en 3 ans



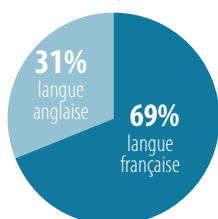
31 824
FANS

description



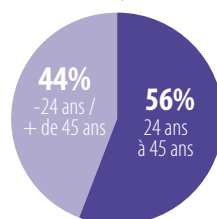
10 475
ABONNÉS

description



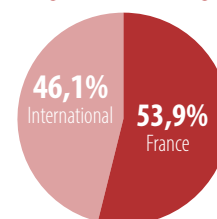
5 895
ABONNÉS

description



2 104
HEURES de visionnage

origine du visionnage



L'environnement web



566 550 sessions

au 31/12/2020

383 545 sessions au 31/12/19

533 217 sessions au 30/11/18

+ 44,7 %

1 165 889 pages vues

au 31/12/2020

873 377 pages vues au 31/12/19

1 273 181 pages vues au 31/12/18

+ 33,4 %

497 737 utilisateurs

au 31/12/2020

356 425 utilisateurs au 31/12/19

454 193 utilisateurs au 31/12/18

+ 39,6 %

www.sarthe-tourisme.com

www.sarthe-tourisme.pro

www.lemans-sarthe-tourism.cn

(version chinoise)

Les éditions : numériques, internationales, stands...

Malgré le développement du numérique, la production de supports papier et les éditions restent un **incontournable vecteur de communication**.

Editions pour le grand public

Éditions destinées au grand public et distribuées dans les OT et chez les prestataires.

Magazine Sarthe Tourisme



Dossier de presse version FR et GB



Carte vélo

Carte touristique



Brochure groupes

Éditions pour les professionnels

Éditions destinées aux professionnels du tourisme, aux entreprises et aux collectivités.

Profil Sarthe
Tourisme



Rapport d'activité



Rapport enquête clientèle



Cahiers techniques Sarthe Tourisme



Brochure prestation haut de gamme



Dossier de presse
Vélobuissonnière

+ supports de com Ambassadeurs / Diplômes Villes et Villages Fleuris / Dossiers et communiqués de presse / Opérations de communication.

Stand

Stand Tourisme grand public, groupes et opération de com (roll'up, bâches)

OBSERVER

DEVELOPPEMENT ENDOGENE / PRESTATAIRES TOURISTIQUES

PROFIL SARTHE TOURISME

L'OBSERVATOIRE e-RÉPUTATION

L'ENQUÊTE CLIENTÈLE

■ Profil Sarthe Tourisme

- Seul **observatoire** des données touristiques à l'échelle départementale.
- **Outil d'aide à la décision** pour les porteurs de projets d'investissement.
- **Outil de connaissance** de l'évolution de notre offre et de nos clientèles.

40
données
étudiées

10 fournisseurs
de données publics et privés
(INSEE, ORT, Google Analytics, Atout France,
Gîtes de France...)

3 enquêtes de conjoncture
1 mise en ligne
sur le site de Sarthe Tourisme



+ 2,8 %
progression du nombre
total de nuitées
2018 - 2019

1 289 870
nuitées marchandes
en 2019



- 5,4 %
progression de nuitées
internationales
2018 - 2019
(pas de 24 Heures du Mans ni Le
Mans Classic)

258 338
nuitées
en 2019



+ 5,5 %
progression du nombre
de visiteurs
par rapport à 2018

5 016 431
visiteurs
en 2019



- 0,5 %
progression du nombre
de spectateurs
par rapport à 2017
(pas de 24 Heures du Mans ni Le
Mans Classic)

1 597 627
spectateurs
en 2019

L'observatoire e-réputation

Sarthe Tourisme s'est doté depuis 2018, de Fairguest, un agrégateur des avis clients déposés sur **500 offres touristiques sarthoises**. Cet **outil unique** à l'échelle départementale nous permet d'observer l'évolution de la e-réputation de nos offres et d'y apporter d'éventuels correctifs nécessaires.

Les plateformes concernées

Scraping de **20 plateformes**

Hotels, Campings, Sites de visite, Restaurants, Hébergements locatifs

En 2020 :



Booking
9 344 avis



Google
5 744 avis



TripAdvisor
1 450 avis



Hotels.com
788 avis



Facebook
620 avis

Résultats

HÔTELS

11 375 avis sur
132 établissements

Note moyenne :
7,9 / 10



CAMPINGS

1 148 avis sur
20 établissements

Note moyenne :
8,7 / 10



RESTAURANTS

6 064 avis sur
73 établissements

Note moyenne :
8,2 / 10



Enquête clientèle

Richesse des données à exploiter

Sarthe Tourisme, en partenariat avec la Communauté de Communes Maine Saosnois, les Offices de tourisme de la Vallée de la Sarthe et de la Vallée du Loir, les Pays de la Haute Sarthe, du Mans et du Perche Sarthois, avec le soutien financier de la Région des Pays de la Loire, a réalisé une étude sur les clientèles touristiques.

Objectifs :

- améliorer la connaissance des profils des touristes et excursionnistes,
- mieux comprendre leur comportement et leurs attentes,
- mesurer leur niveau de satisfaction,
- évaluer leurs dépenses globales et par poste spécifique.



3 232
questionnaires administrés

57 %
des répondants en visite

43 %
des répondants en séjour

36

données brutes

âge, composition familiale, raisons du choix de la destination, activités pratiquées, satisfaction, moyens de transport, durée du séjour, dépenses...

Croisements possibles

des habitudes de consommation par âge, composition familiale, origine, zones géographiques sarthoises, évaluation des dépenses moyennes



Quelques indicateurs clés



54%

des **touristes**
ont plus de 50 ans.

43%

des **excursionnistes**
ont plus de 50 ans.



39%

des **touristes**
sont issus
des PCS cadres, chefs
d'entreprise, professions
libérales...

26%

des **excursionnistes**
sont issus
des PCS cadres, chefs
d'entreprise, professions
libérales...



43%

des **touristes**
viennent en couple.



47%

des **excursionnistes**
viennent en famille.

72%

des **touristes français**
sont à moins de 3h
de voiture.

80%

des **excursionnistes**
sont originaires
de la Sarthe.



58%

des **excursionnistes**
ont connu leur lieu de visite
grâce à leur entourage.

65%

des **touristes**
ont réservé par internet.



Touristes



5,7 nuits

durée moyenne de séjour

Les **touristes** sont

9 sur 10

à aller au restaurant.



Les **excursionnistes**
visitent :

Plusieurs réponses possibles

39%

zoos

38%

plans d'eau

36%

centres historiques

Les **touristes**
dépensent
en moyenne

59,80€

par jour/
personne

Les **excursionnistes**
dépensent
en moyenne

61€

par jour/
personne



BUDGET PRÉVISIONNEL 2021

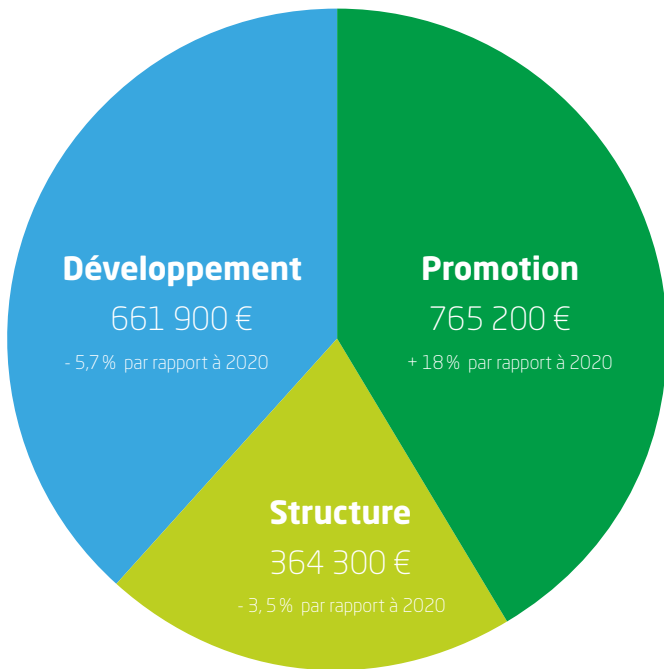
BUDGET 2021

 **LES CHARGES ET RECETTES**

Les charges et recettes

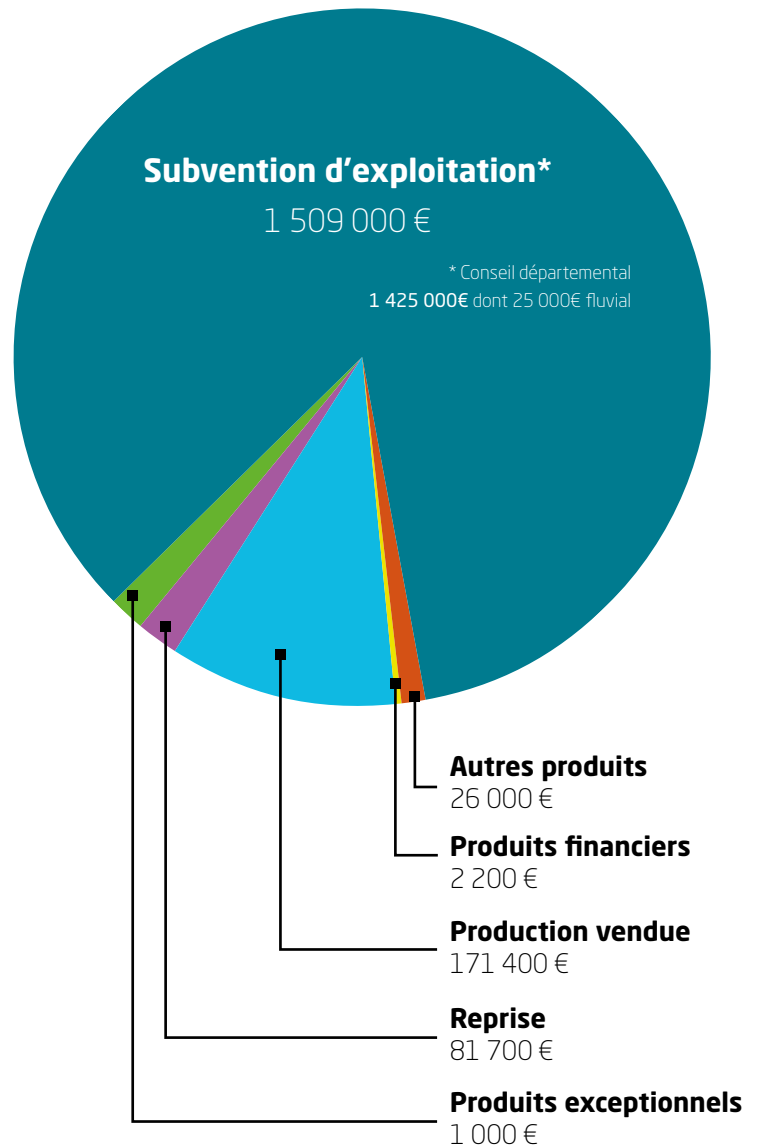
Charges
1 791 k€

Recettes
1 791 k€



Opérationnel 82 % (77 % en 2018)
dont plan action 34 % (27 % en 2018)

Supports 18 % (23 % en 2018)



2021 c'est :

Un budget général en augmentation (+ 4,1%)

Un renforcement des moyens pour des missions conjoncturelles ambitieuses :

- lancement d'une nouvelle destination fluviale
- refonte du site web

- Une reprise à 100 % du résultat de l'exercice 2020 (81 KE) pour financer les actions de relance.

- Une recherche de co-financement sur beaucoup d'actions.

PLAN D'ACTION

■ Les actions de promotion et de prospection 2021



2021

juillet août

- Workshop Fouché Travel
Accueil Presse
- Profil Sarthe Tourisme
- Stand 24 Heures Vélo
- Jury départementaux Villes et
Villages Fleuris

- Lancement communication presse
Rivière de l'Ouest
- Lancement campagne
de financement KissKissBankBank
- Assemblée générale
de Sarthe Tourisme
- Visites Ambassadeurs
- Voyage Presse Rivières de l'Ouest
- Workshop Destination groupe
- Workshop Fraizy Voyage
- Forum Auchan Pro
- Edition Catalogue groupe
- Espace Sarthe Explorer
Foire du Mans
- Relance Prospection
Tour-Opérateurs USA (Côte est)
- Prospection Tour-Opérateurs
Belgique
- Promotion Tourisme d'affaires
BusinessLand

septembre octobre

novembre décembre

- Campagne Bon Cadeau72
Noël 2021
- Soirée des Ambassadeurs
de la Sarthe 2021
- Visites Ambassadeurs
- Salon du Tourisme
de Colmar
- Marché des voyages
Arc et Senans
- Époque auto à Lyon
- Marché des voyages
Chazot Migratour
- Remise des Prix concours
départemental Villes
et Villages Fleuris
- Relance Prospection
Tour-Opérateurs USA
(Côte Ouest)
- Cérémonie de clôture
KissKissBankBank
- Lancement Site Web
Rivières de l'Ouest
- Réalisation nouveaux sites
Web Sarthe Tourisme
- Journée France Chine
en virtuel

■ Lignes directrices des actions clés de 2021

- Optimiser les actions en étant **agiles** et prêts à revoir le plan
- Se tenir prêts à **saisir les opportunités** et à redémarrer l'international
- Parier sur **l'innovation**
- Maintenir les **fondamentaux** :
 - Renforcement de **l'accompagnement** des prestataires
 - **Itinérance**
 - **Prospection**
 - **Numérique** et **Editions**
 - **Mutualisation** et **co-financement** quand c'est possible.

Les nouveautés 2021

- Lancement de la Destination fluviale : **Rivières de L'Ouest**
- Réflexion comité d'itinéraire de la **Vélobuissonnière**
- Candidature à Appel à manifestation d'Intérêt **Fonds Tourisme durable Plan France Relance**
- Renouvellement de la campagne de promotion nationale : **Sarthe Explorer**
- Lancement d'une **mission Accompagnement HPA**
- Partenariat **KissKissBankBank** / Sarthe Tourisme (financement participatif de Projets touristiques)
- Refonte de nos Sites WEB
- La Proximité / le **Staycation** : Promotion de la Sarthe auprès des Sarthois et clientèle proche (édition d'une brochure supplément du magazine Sarthe à 300 000 exemplaires)



Staycation

Développement du Staycation : « vacances à la maison » (redécouvrir sa ville, visiter un musée, tester une nouvelle activité, profiter du plein air, des enfants, voir les événements locaux, organiser un repas-partage, balade à vélo, etc.), redécouvrir son territoire, micro-aventure (dont aventures 100 % nature).

- **Salon Sarthois du Tourisme et des loisirs** de nature à l'Abbaye Royale de L'Epau en Avril
- Pérennisation des **Bons cadeaux72**
- Axe de **développement B2B**, entreprises, collectivités en plus des événements annuels (Noël, Fêtes des pères/mères, St Valentin etc...)
- Édition **guide évasion en Sarthe** pour les Sarthois : Supplément au magazine Sarthe – 300 000 exemplaires / édition mai 2021



Objectifs :

- redécouvrir son territoire
- Proposer des micro-aventures (dont aventures 100 % nature)
- S'appuyer sur l'habitant comme le premier usager et prescripteur
- Offrir des solutions de vacances à proximité et à budget contrôlé
- bâtir des « parcours de visites » thématiques ou surprenants en Sarthe dont Le Mans



Partenariat KisskissBankBank / Sarthe Tourisme

Une opération innovante de **CrowdFunding de projets d'investissement touristique**. La Sarthe est le 2^{ème} territoire à mettre cette démarche en œuvre en France en apportant un soutien alternatif en financement de projet avec une façon différente de faire parler du territoire.

Objectif : 10 à 15 lauréats

mars : appel à projets

mars-mai : recrutement des projets / dépôt de dossiers

juin : jury et choix des lauréats

juin - août : coaching des lauréats et préparation de la campagne

sept-nov : lancement de la campagne de financement - lancement de la campagne de promotion

nov : fin de campagne et remise des prix



Lancement d'une nouvelle Destination fluviale

283 km : le plus grand bassin de rivières navigables de France

Une démarche unique portée par 3 départements :

- Lancement d'un site Web
- Mission d'un(e) attaché(e) de presse, Blog Trip
- Définition d'une charte de bassin



Ambitions :

- Devenir une destination fluviale majeure au niveau national
- Accroître la fréquentation et développer la clientèle internationale

Les moyens :

- Un plan d'action à 3 ans doté de 100 000 €/an
- Une ressource humaine dédiée partagée
- Une démarche transversale associant les moyens des services des 3 Départements et des 3 ADTs

Fonds Tourisme Durable



Sarthe Tourisme en partenariat avec la CCI72 sera l'opérateur de l'ADEME sur le fonds Tourisme durable et le plan France Relance

Activités concernées :

- Restauration et hébergements touristiques en milieu rural
- Aide forfaitaire de 10 K€ pour les restaurants (dans la limite des investissements) et pourcentage de l'investissement pour les hébergements

Objectifs :

- Favoriser la transition verte des établissements touristiques en zone rurale (95 % des communes sarthoises sont concernées)
- Accompagner 20 établissements sur 2021 et 20 sur 2022 (Diagnostic / Plan d'action / Investissement et subventions / Évaluation)



www.sarthetourisme.pro
www.sarthetourisme.com

38 avenue François Mitterrand, 72000 Le Mans
Tél. +33 (0)2 72 881 881
contact@sarthetourisme.com