RAPPORT
d'activité
2025



BR!VE
TOURISME



SOMMAIRE

03
Brive Tourisme Agglomération, qui sommes-nous ?

08
La destination

13
Bilan d'activité 2025

13 Les enjeux de Brive Tourisme

14 L'accueil et l'information

18 La promotion de la destination

25 La coordination des socio-professionnels

29 La commercialisation de la destination

31 Les animations de l'été

33 Les animations de Noël

34 Les Collines de Sainte-Féréole

36 Les hébergements du Lac du Causse

38 La Base Sports Loisirs de la Vézère

40 Les Jardins de Colette

42 La Centrale de réservation

BRIVE TOURISME AGGLOMÉRATION *qui sommes-nous ?*

Brive Tourisme est une société Publique Locale : une société régie par le droit privé (comptabilité, RH,..) mais d'actionnariat public, qui travaille uniquement pour le compte de ses actionnaires, via des conventions de prestations.

Nos actionnaires : L'Agglo du Bassin de Brive, la Ville de Brive, les communes d'Objat, Donzenac, et Allassac.

Les professionnels sont impliqués dans un Comité Consultatif, qui se réunit 4 fois par an et dont 3 représentants siègent au Conseil d'Administration.

Nos missions

01. Missions régaliennes des Offices de Tourisme

- Accueil et information
- Promotion de la destination
- Accompagnement des socio-professionnels
- Observation du tourisme local

02. Elaboration et mise en œuvre de la politique touristique

- Schéma de développement touristique de la CABB
- Perception de la Taxe de Séjour en régie

03. Commercialisation de produits touristiques et événementiels

- Commercialisation de séjours groupes (sportifs, traditionnels, etc.)
- Organisation d'événements d'affaires

04. Gestion de services et d'équipements pour le compte de nos actionnaires

AGGLO DU BASSIN DE BRIVE
- Exploitation des Jardins de Colette
- Exploitation des Collines de Sainte-Féréole, des hébergements du Lac du Causse et de la Base Sports Loisirs de la Vézère
- Animations Estivales du Lac du Causse
- Exploitation des salles du Centre des Congrès

VILLE DE BRIVE
- Animations estivales et animations de Noël de la Ville de Brive

COMMUNES D'ALLASSAC DONZENAC ET OBJAT
- Activités de loisirs de Garavet
- Commercialisation du Camping municipal de Donzenac et des chalets d'Objat

L'ÉQUIPE *en 2025*

Forts de nos différences, nous innovons ensemble afin de créer des émotions et transformer le quotidien.

Les salariés mentionnés en vert sont des éco-coach.

PRÉSIDENT DIRECTEUR GÉNÉRAL



Yues
GARY



COMITÉ EXÉCUTIF



Vanessa
BRUNAUD
Directrice adjointe



Laurent
SIMON
Directeur d'exploitation



Viviane
BOURNERIE
Directrice des ressources humaines



Emmanuelle
SONNIER
Directrice administrative et financière

COMPTABILITE



Marie-Jeanne
PAZZAIA



Elodie
PUYBARET

PATRIMOINE TEMPLIER ET HOSPITALIER



Marc-Olivier
AGNES

INGENIERIE



Giulia
TEDONE
Congé maternité

PAC 100% GAILLARD*

* Promotion et actions commerciales de la Marque 100% Gaillard



Céline
BATUT



Audrey
RODRIGO



Marilyne
SIGNOL
Remplacée par



Éric
GAUTHIER BROUSSE



Élina
CHASSAGNE
Alternant

SERVICE COMMUNICATION



Capucine
PEDAMOND
Congé maternité



Pauline
GAMBARINI



Marie-Laure
GOLFIER



Margaux
SANTOS



Ana
LEYGNAC
CDD de remplacement



Karine
BON



Samuel
GESBERT



Zoé
BOUZOU
Alternant

ANIMATIONS, ÉVÉNEMENTIELS, GROUPES



Maxime
JARGOT



Mathéo
THOUVENIN



Marielle
SOLEILHAVOUP



Audrey
CARIA

CLUB 100% GAILLARD



Delphine
BARRAT



Cécile
LACOUR



Laurène
MARRA

Remplacée par



Éléna
ROHR

SERVICE ACCUEIL



Aurélie
DAIRE



Séverine
BELLESSORT



Camile
INES



Karine
MALAGNOUX



Clémentine
ROLLE



Nicolas
THALMANN



Ani
VASILEVA

LES COLLINES DE SAINTE-FEREOLE



Agnès
MATIAS



Marine
CHABEAUDY



Didier
BALIGEAN

GROUPES SPORTIFS



Arnaud
JAMBOR

LES HÉBERGEMENTS DU LAC DU CAUSSE



Pascal
GAULTIER



Christelle
BARGUES



Sébastien
PETIT-BERNARD



Pierre Henri
HUSSON



Thierry
JOUASTEL



Fauhi
MDALLAH TOUMANI



Willempje
PLOMP

LES JARDINS DE COLETTE



Catherine
BEZOS



Justine
GAUTHIER BUSSON



Isaline
LEURIDANT



Damien
COURNIL



Corentin
LETENDRE

LA BASE



Nicolas
GOULAY



Thomas
ESCURE



Raphaël
LAVILLONNIÈRE
Alternant



Léa
CHATEAURET

LA DESTINATION
Les chiffres clés

112 229 habitants
48 communes
1 aéroport international
1 gare sur l'Axe Paris/Toulouse
2 nœuds autoroutiers A20/A89

1 Office de Tourisme de 1ère catégorie

7 887 lits touristiques marchands
Source : Nouveaux Territoires

2 plus beaux villages de France

1 pays d'Art et d'Histoire

3 550 km de sentiers de randonnée

2 bases VTT

2 pôles d'activités de pleine nature : Le Lac du Causse et le Saillant Vézère

1 village étape

3 stations vertes

101 783 958€ de retombées économiques annuelles liées aux seuls séjours touristiques sur l'Agglo du Bassin de Brive, hors visites à la journée.



La fréquentation*

2 318 282 nuitées, stable par rapport à 2024 (-1,2%).
74,6% de nuitées françaises, **25,4%** de nuitées étrangères.

TOP 5 DES NUITÉES FRANÇAISES



TOP 5 DES NUITÉES ÉTRANGÈRES



5 090 409 excursions, stable par rapport à 2024 (-2,7%).

**Source : Visit Data, Flux Vision 2025*

La stratégie de développement

Le Schéma de Développement Touristique de l'Agglo du Bassin de Brive, élaboré par Brive Tourisme et voté au Conseil Communautaire de juin 2021, définit les grandes lignes de l'action touristique à 5 ans à partir d'un état des lieux précis de l'offre, d'une analyse de la demande et de l'évolution des tendances comportementales.

Après l'animation d'ateliers avec l'ensemble des élus de l'Agglo, cette analyse a abouti à la priorisation de 3 enjeux principaux :

01. Développer la durabilité de la destination
Capitaliser sur les valeurs intrinsèquement «durables» de la destination, en accord avec l'évolution des attentes clients.

02. Favoriser les échanges et les rencontres
Adapter l'offre et sa commercialisation aux regroupements loisirs, affaires, sportifs.

03. Développer l'attractivité du territoire
Mettre en place une stratégie d'attractivité touristique partagée entre les différents acteurs.



Le plan marketing

Le positionnement 100% Gaillard



Les cibles et les objectifs associés



En local (19, 24, 46, 87)
→ Informer, faire consommer

A 2h de la CABB (Bordeaux,
Clermont- Ferrand, Saint-Etienne, Lyon, Toulouse,..)
→ Séduire, faire venir

Les axes de communication

PATRIMOINE



PRODUITS LOCAUX



ACTIVITÉS PLEINE NATURE



GRANDS ÉVÉNEMENTS



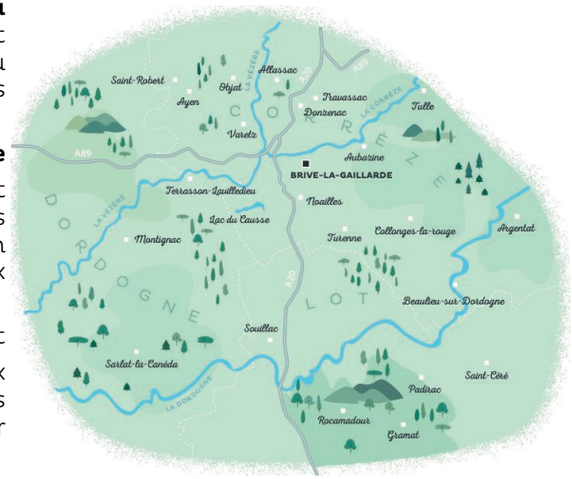
La stratégie : Le camp de base

Rayonner 1 heure autour de la destination et venir s'y reposer

➜ **Jouer la complémentarité plutôt que la concurrence :** nous assumons pleinement notre singularité et développons au maximum les partenariats avec nos voisins du Lot et de la Dordogne.

➜ **Faire de nos points de vigilance de véritables atouts :** le territoire est l'endroit idéal pour se ressourcer, se réparer des agressions du quotidien et passer du bon temps, loin de l'agitation et des grands flux touristiques.

➜ **Capitaliser sur nos points forts :** ici il fait bon vivre grâce aux produits locaux, aux hébergements de qualité, aux centaines d'animations gratuites et variées, au cœur d'un environnement calme et privilégié.



BILAN D'ACTIVITÉ
Les enjeux de Brive Tourisme

01. Les professionnels au cœur de nos priorités

Les prestataires d'activités et de services sont plus que jamais en 1ère ligne du renseignement touristique et de la promotion. Il est donc primordial de les mobiliser, de les fédérer et de les accompagner afin d'œuvrer tous ensemble pour l'attractivité de la destination.

02. Le développement durable, colonne vertébrale de nos actions

Notre destination est durable par essence : une nature authentique et préservée, une qualité de vie enviée, etc. A l'heure où les touristes attachent de plus en plus d'importance à la prise en compte des enjeux de durabilité et environnementaux dans le choix de leurs voyages et de leurs activités, cet élément constitutif de notre ADN devient véritablement un atout concurrentiel qu'il est nécessaire d'intégrer à tous nos plans d'actions.



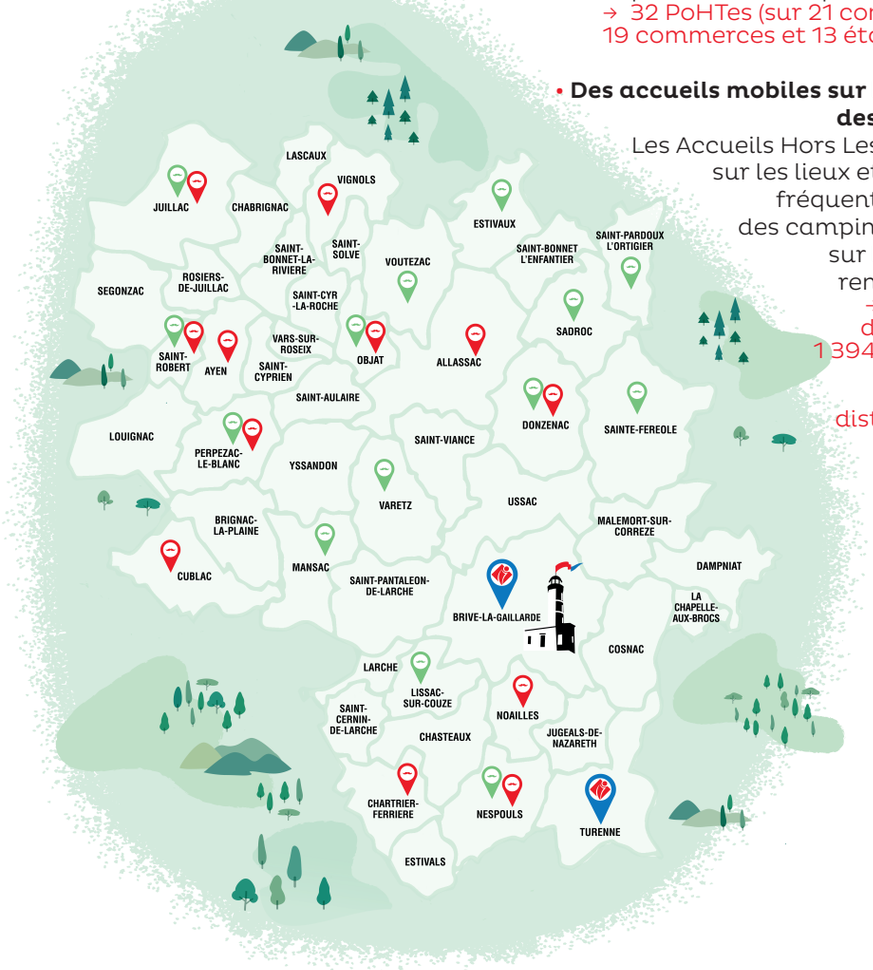
L'accueil et l'information

Le dispositif d'accueil touristique

• **Des bureaux d'accueil fixes, dans les communes les plus fréquentées**
2 Bureaux d'Information Touristique :
Brive, ouvert toute l'année et Turenne, ouvert de Pâques à Septembre
→ 42 038 contacts renseignés en 2025, dont 19 095 en juillet-août.

• **Des commerçants et des services publics relais dans les communes rurales**
Les POints d'Hospitalité TouristiquE © : Accompagnement des commerçants et des institutionnels volontaires à l'accueil touristique et mise à disposition d'outils adaptés.
→ 32 PoHTes (sur 21 communes) répartis sur 19 commerces et 13 établissements publics.

• **Des accueils mobiles sur les lieux de présence des touristes en séjours**
Les Accueils Hors Les Murs : déplacement sur les lieux et événements à forte fréquentation (pots d'accueil des campings, marché d'Objat...) sur l'Agglo pour aller à la rencontre des touristes.
→ Présence sur 6 lieux différents en 35 dates 1 394 personnes touchées (stable par rapport à 2024) et 1 034 doc distribués (en baisse par rapport à 2024).



Office de tourisme | PoHTes mairies et/ou agences postales | PoHTes commerces

Les visites guidées

Une augmentation du nombre de visiteurs en juillet et une baisse en août, notamment en raison de deux périodes de canicules (9 visites ont dû être annulées). Légère progression des visites à thème.

1 292
personnes sur l'année

BRIVE

963 personnes

→ Visites historiques,

→ Visites gourmandes,

→ Des visites à thème : Visites express et balades secrètes

→ 2 nouvelles visites proposées cette année : Brive à l'Aube du XXème siècle et La Collégiale

TURENNE

127 personnes (juillet-août)

→ Visites historiques

→ Visites costumées

SUR LE TERRITOIRE

Mousta'chut : les visites éclairées

Les visites, gratuites, sont animées par de vrais Gaillards et Gaillardes et abordent plusieurs thématiques : la faune et la flore locale, les savoir-faire, le petit patrimoine...

En 2025, 28 visites ont été programmées sur 11 communes différentes pour un total de 218 participants.

MOUSTA'CHUT
Les visites éclairées
Visites guidées par un Gaillard



Frissons au Phare

Une aventure mêlant culture et frissons !

Cette année encore, Halloween s'est installé au Phare !

Pas moins de **550** tous petits ont pu s'immerger dans une animation captivante sous forme de livret-jeu. Au programme : des questions culturelles, des devinettes astucieuses et des défis amusants à relever tout au long de leur parcours. En chemin, ils ont dû déchiffrer un mot mystère caché au sommet du phare.

Pour les plus grands 2 soirées étaient proposées sous forme d'enquêtes nocturnes : **"Libérez les Âmes perdues du Phare !" et ont affiché complet avec 49 personnes inscrites.**

Chaque équipe a tenté de résoudre ou accomplir 5 défis pour pouvoir trouver le mot mystère et ainsi s'échapper du Phare !

Labellisation Tourisme et Handicap (mental, moteur, auditif)

À Brive Tourisme, on est inclusif et on ne laisse personne de côté.
On est conscient des difficultés supplémentaires que les infrastructures mal-adaptées peuvent rajouter dans le quotidien des personnes vivant avec un handicap.

→ Depuis juin 2025 nous avons obtenu **le label tourisme et handicap** pour 3 critères sur 4 : auditif, moteur et mental. Actuellement nous travaillons pour valider le critère sur le handicap visuel.

Plusieurs supports de visite sont mis à disposition en fonction du handicap :

→ Handicap moteur

- Circuits de visite : découvrez le patrimoine du secteur, ainsi que la liste des hébergements et restaurants labellisés Tourisme et Handicap. Plan du centre-ville de Brive : parcours avec code couleur indiquant les lieux accessibles en fauteuil roulant ou adaptés aux personnes ayant une mobilité réduite (parkings, WC PMR, bancs, escaliers).

→ Handicap mental :

- Document FALC (Facile à Lire et à Comprendre) de Brive et Turenne qui permet une découverte du patrimoine du centre-ville et du village.
- Visites guidées de Brive et Turenne : exploration du patrimoine et de l'histoire de Brive et Turenne d'environ 45 minutes.
-

→ Handicap auditif :

- Création d'une visite guidée en langue des signes
- Achat d'une boucle magnétique



Terra Aventura

Une année très riche et beaucoup de nouveautés !

→Micro-aventure : création d'une quête de 9 parcours en partenariat avec les Offices de Tourisme Vézère Périgord Noir et Naturellement Périgord afin d'inciter aux séjours. Les 3 parcours situés sur l'Agglo de Brive (Ayen - Saint-Robert - Yssandon) ont comptabilisé 34 650 personnes.

→Création d'une nouvelle cache à Allassac en juin : 7 921 personnes

→Un parcours éphémère à Turenne : 7 000 personnes en 3 semaines «Les deniers de la vicomté en danger !» a été créé, par les joueurs Mitch@Marie et Cacahuète Atomique, lauréats du concours de créateurs de caches Terra Aventura

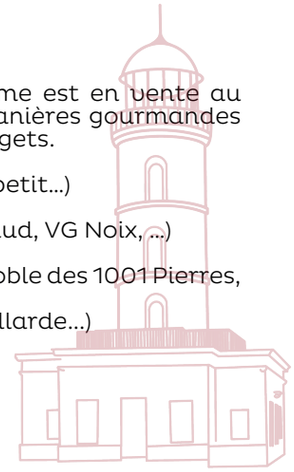
→ 77 331 personnes ont fréquenté les 12 caches du territoire, soit +73 % par rapport à 2024

→Top 3 parcours : Ayen - St Robert – Brive « Moustache Gracias »

L'Épicerie Gaillarde se développe

Une sélection de produits locaux des partenaires de Brive Tourisme est en vente au bureau d'accueil de Brive. L'accent est mis sur la composition de paniéres gourmandes avec les produits de son choix de manière à s'adapter à tous les budgets.

→ Foie gras (La Combe de Job, La Ferme de Pleinefage, La Maison Lepetit...)
→ Les huiles (Le moulin de la vie contée, El Prodel)
→ Les noix & châtaignes (La ferme de Lescure Haute, Marrons Brugeaud, VG Noix, ...)
→ Le miel (Le Miel de Clem)
→ Les vins locaux (Vins de Chant d'Ardoise, Coteaux de la Vézère, Vignoble des 1001 Pierres,
→ Les bières locales (La Banou, Brasserie TNT)
→ Les Spiritueux (Distillerie Denoix, Distillerie Bellet, La Rhumerie Gaillarde...)



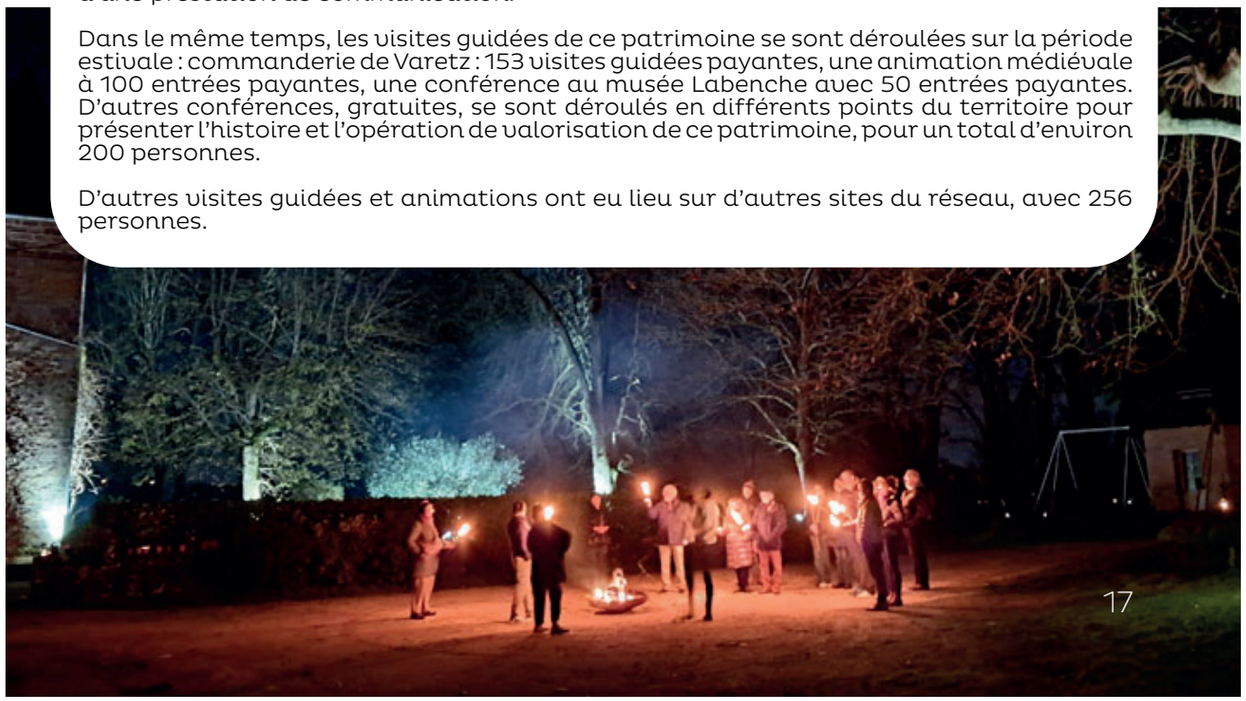
Patrimoine Templier et Hospitalier

L'Office de Tourisme de Brive s'est associé avec 4 autres Offices de Tourisme (Tourisme Haute Corrèze, Terres de Corrèze, Vézère Périgord Noir et Lascaux Dordogne Vallée Vézère) autour d'un projet de valorisation du patrimoine Templier et Hospitalier en Vallée de la Vézère, et bénéficie à ce titre d'un financement européen via les fonds LEADER dans le cadre du volet coopération.

Un chargé de projet est recruté depuis le 1er juillet pour mener à bien cette mission à travers plusieurs animations. Il s'agit de la réalisation d'un film documentaire, d'une animation théâtralisée et d'une exposition itinérante, doublés d'un volet numérique et d'une prestation de communication.

Dans le même temps, les visites guidées de ce patrimoine se sont déroulées sur la période estivale : commanderie de Varetz : 153 visites guidées payantes, une animation médiévale à 100 entrées payantes, une conférence au musée Labenche avec 50 entrées payantes. D'autres conférences, gratuites, se sont déroulés en différents points du territoire pour présenter l'histoire et l'opération de valorisation de ce patrimoine, pour un total d'environ 200 personnes.

D'autres visites guidées et animations ont eu lieu sur d'autres sites du réseau, avec 256 personnes.

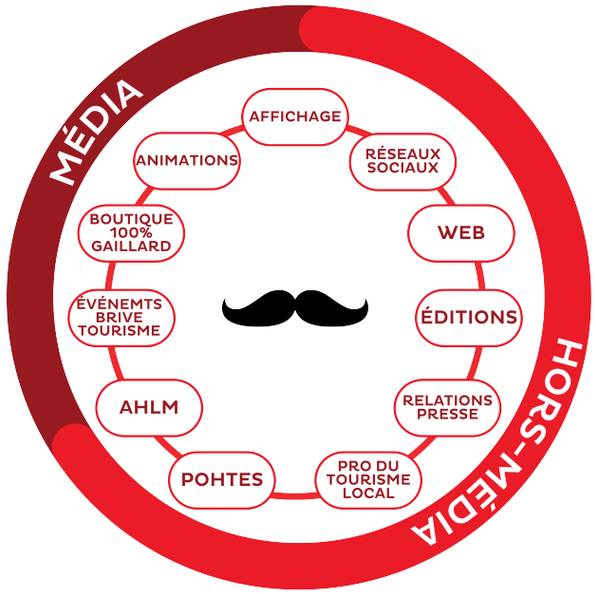


Promotion de la destination

Une communication durable

Le virage amorcé en 2023 et renforcé en 2024 se poursuit avec l'intégration pleine et entière de l'éco-responsabilité, engagement fort de Brive Tourisme, dans toutes les dimensions de la stratégie de communication.

Un dispositif de campagne multicanal, aligné à nos valeurs et notre volonté d'être le plus durable possible dans nos actions. Un parti pris fort et assumé : Ragaillardir du premier venu au dernier parti !



Une collection d'accroches travaillées 100% en interne



→ **Un kit de communication pour les socio-professionnels :** mise à disposition d'un kit promotionnel de la destination afin de enforcer le sentiment d'appartenance des membres du Club 100% Gaillard à la marque et en faire de véritables ambassadeurs.

NOUVEAUTÉS

→ Un sticker Liberté Égalité Fiesta toute l'année

→ 3 cartes postales à disposition des clients de nos partenaires

→ Un livre d'or pour inviter les clients à partager souvenirs et impressions

→ La chronique Moustachue : un outil informatif et utile pour les partenaires du Club 100% Gaillard. Il permet de fédérer en apportant un support qui leur est entièrement destiné.



Production de contenus

Nouvelles vidéos, nouvelles photos

→ La bibliothèque de contenus est enrichie de 6 offres revisitées : les Pans de Travassac, la guinguette du Lac du Causse, le marché d'Objat, la Chocolaterie Lamy, les Animations de Noël à Brive, la Distillerie Denoix. Une nouvelle offre a également été créée : La Féérie des Lanternes à Castel Novel

Tous ces contenus sont en libre accès auprès des prestataires qui en feront la demande, en s'inscrivant à la photothèque en ligne, accessible depuis notre site internet.

+ 110 contenus vidéo réalisés pour la promotion de la destination

→ Foire du Livre 272 000 vues
→ Lovely Brive Festival 118 000 vues
→ Festi Malemort 129 000 vues
→ Course la Briviste la Gaillarde 560 000 vues
→ Et bien d'autres contenus...



MOUSTACHE ENGAGÉE

Création et mise en œuvre du dispositif « Moustache engagée » afin de poursuivre le travail de valorisation des acteurs impliqués dans une démarche RSE et de leurs offres, même en dehors des dispositifs traditionnels de labellisation.

Actuellement 18 prestataires ont atteint le seuil d'engagement et sont référencés à ce titre sur le site de destination.

→ Le questionnaire d'enquête est accessible en permanence via le site pro de Brive Tourisme.

Les Éditions se mettent à la page

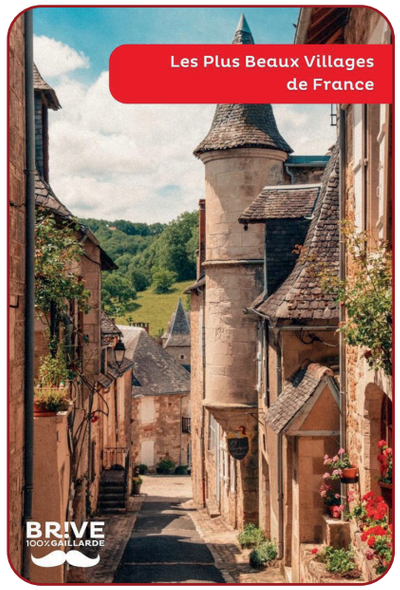
Les éditions de seconde main, c'est plus qu'un geste écolo, c'est un état d'esprit : celui de voir le potentiel là où d'autres voient un déchet.

Brive Tourisme encourage les visiteurs à annoter leur coup de cœur et conseils puis à rapporter les brochures à la fin de leur séjour.



2025 en quelques chiffres

Affichage
30 faces Réseau Védiaud Brive pendant 3 semaines.



Réseaux Sociaux

Facebook
8 100 000 impressions (+0,26%)

Instagram
1 543 357 impressions (+ 35%)

Exploration de nouvelles plateformes pour atteindre nos cibles prioritaires :

Pinterest
Plus de 2,5 millions d'impressions.

Quels contenus ? Des épingles sur les expériences à vivre sur le territoire.

Tiktok
Plus de 3,7 millions d'impressions et 643 000 Thruplays →vues de vidéo à plus de 15 secondes.

Quels contenus ? Test d'une vidéo destination « Brive, le spot que tu n'attendais pas pour tes vacances ».

Site web

La courbe des sessions est supérieure à l'an passé avec 924 360 impressions (+11,6%).

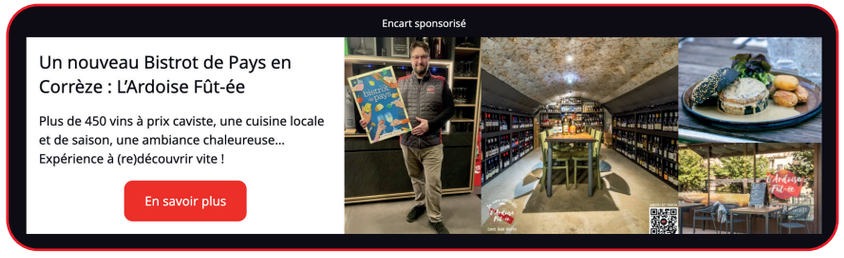
→ 1 865 453 pages vues soit -2,4% / N-1

→ Top 3 des pages vues : Animations / Home Page / Top 14 des visites

→ 30 498 documents téléchargés : stable par rapport à 2024

→ 463 contacts via les formulaires du site : en légère baisse par rapport à 2024

Nouveau en 2025 : insertion d'encarts publicitaires
→ Testés auprès des équipements de Brive Tourisme avec de très bons résultats
→ Commercialisés avec succès dès le mois d'octobre par le Club



Relations presse

1 007 516 € d'equivalence publicitaire :

→ Des actions de promotion
IMM Paris – Mars : 21 journalistes/influenceurs rencontrés

Opération Séduction à Bordeaux : privatisation d'un lieu et rencontre de la presse locale. Cible : moins de 2 heures de Brive

Tournage BivouAQ pour la chaine TV Sud-Ouest (Corderie Palus)

La Valise RTL : en partenariat avec Brive Commerçante

→ Des accueils tout au long de l'année sur des thématiques fortes de la destination :

Outdoor, gastronomie, culture et patrimoine : Détours en France, le Figaro, Nous deux, Rustica, Téléstar jeux, Femme actuelle...



→ Une trentaine de journalistes et influenceurs reçus cette année

→ Contrat destination Vallée de la Dordogne

Il vise à promouvoir la Vallée de la Dordogne comme une destination touristique d'excellence. Il réunit acteurs publics et privés de ce territoire pour valoriser son patrimoine naturel, culturel et gastronomique, renforcer sa visibilité internationale, et développer une offre touristique durable et de qualité dans le Royaume Uni, la Belgique principalement.



La Boutique : 100 % Gaillard, une marque qui s'affiche et qui s'engage

Le choix de matières organiques respectueuses de l'environnement reste le socle de la stratégie de commercialisation. **La marque 100% Gaillard**, c'est aussi un prix juste, une production raisonnée, des relations étroites avec les socios pros, un gage d'attractivité pour la promotion territoriale et une contribution et participation active à la vie commerçante du centre-ville.

La Boutique
100% Gaillard

→ Une démarche éco responsable confirmée dans le choix de nos textiles : bio, lyocell, sorona...

→ Une mise en avant des artisans locaux : bijouterie, maroquinerie, chaussures

→ Une présence chez nos partenaires dans nos shootings et nos co-brandings

→ Un programme fidélité installé pour nos **1658 clients encartés**

→ Un engagement caritatif en local : course La Briviste, Association La Gaillarde Corrézienne

→ Un soutien participatif au commerce local en centre-ville de Brive

LES CHIFFRES

→ Chiffre d'affaires : 270 000€ HT (+11%)

→ 5 324 ventes

→ 11 785 articles vendus

LES MERCREDIS POUR LA PLANÈTE

En quoi cela consiste ? La réalisation d'une série de vidéos diffusées sur nos réseaux sociaux.

Chaque mercredi, la Boutique a fait découvrir les matières éco-responsables utilisées pour ses produits : lyocell, sorona, polyester et coton biologique... Des alternatives durables et respectueuses de la planète. Ces vidéos étaient l'occasion d'expliquer pourquoi la Boutique 100% Gaillard utilise ces matières organiques et qu'est-ce que cela apporte en tant que client.

LES MERCREDIS pour la planète

L'Épicerie Gaillarde

C'est dans un souci d'efficience qu'a été lancée L'Épicerie Gaillarde il y a 3 ans dans 6 points de distribution.

Et pour cela, nous avons sélectionné les meilleurs produits locaux de notre territoire pour nos visiteurs et pour les locaux tout en valorisant le savoir-faire de nos partenaires du Club 100 % Gaillard. Ainsi, nous sommes soutien à l'économie locale.



LES CHIFFRES

→ Chiffre d'affaires : 140 838 HT (+14%)

Co-branding 100% Gaillard



Au cours de l'année, nos actions ont été centrées sur le renforcement des relations avec nos partenaires socio-professionnels et sur la valorisation du co-branding.

Une personnalisation sur mesure

Nous avons proposé des articles personnalisés (textile et accessoires) à la demande pour de nombreux partenaires dont Le Complexe, l'Agence Contact Immo, SECCOM, Ibis Centre, Le Quercy, La Truffe Noire, Le Sweet, l'Ardoise-Fût-éee, Maison Golfier et le Patinage Artistique Briviste.

Cette démarche a permis de répondre aux besoins spécifiques de nos partenaires tout en renforçant leur engagement auprès de la Marque 100% Gaillard, véritable outil de communication pour promouvoir notre territoire et nos habitants.



Communication et valorisation du co-branding

→ Mise à jour du guide Co-branding sur le site professionnel

→ Intervention lors du Lancement de saison avec un focus spécifique sur le co-branding

→Diffusion d'une pastille vidéo sur les réseaux sociaux avec le témoignage de Fabien Brunet (Agence Contact Immo) sur nos réseaux sociaux

→ Réalisation d'un emailing ciblé pour informer et fidéliser nos partenaires

Fidélisation et évènement partenaires

→Opération de fidélisation, incluant la remise en main propre de la plaque « Ambassadeur 100% Gaillard »

→Présence lors de la Nuit des Réseaux pour renfoncer le lien avec les acteurs locaux

→Nocturne à la Boutique en décembre, destinée à nos partenaires, afin de valoriser les retours et attentes des participants



L'année a été marquée par une approche personnalisée plaçant nos partenaires au cœur de notre stratégie.

La coordination des socio-professionnels

LE CLUB 100% GAILLARD

Les socio-professionnels au cœur du dispositif

Le Club 100 % Gaillard fédère **401 partenaires** issus de différentes filières : Hôtellerie, chambres d'hôtes, meublés, camping, villages de vacances, restaurateurs, cafetiers, artisanat, producteurs locaux situés sur l'Agglo.

After work des nouveaux partenaires : Un moment privilégié avec les nouveaux partenaires du Club afin de leur présenter Brive Tourisme, le Club 100% Gaillard et favoriser le réseautage.

41 personnes.
35 établissements représentés.

Tournée Générale : des rendez-vous pour faire découvrir l'offre d'un partenaire, de présenter une action ou une actualité de Brive Tourisme, de proposer un « Focus métier » des membres de l'équipe et de favoriser le réseautage.

9 Tournées Générales organisées.
Une moyenne de 12,4 établissements partenaires présents à chaque Tournée.



La Box Gaillarde : Développer la notoriété de la marque 100% Gaillard et valoriser les producteurs locaux en proposant un outil d'accueil aux prestataires touristiques et une expérience unique aux visiteurs.

951 Box Edition Limitée vendues.
500 Box hébergeurs vendues.
1000 box « bonus » vendues.

Accompagnement à la commercialisation en ligne

L'accompagnement proposé permet à nos partenaires de structurer leur offre, de la rendre réservable en ligne, et d'optimiser leur présence dans le parcours client.

6.242 réservations ont été générées par les ventes en lignes depuis Elloha (tous moteurs confondus) pour un total de 955.751€ de CA pour nos partenaires.

Un site dédié aux professionnels

Objectif : Donner de l'information, valoriser les missions de Brive Tourisme et mettre en avant le réseau des partenaires.

→ 19.730 visites (+9,5% / 2024)
→ 26.834 pages vues (+7,6% / 2024)



Top 3 des pages vues

La Briviste / La Gaillarde : 10.735 vues
Offres d'emploi : 3.896 vues
L'équipe de Brive Tourisme : 3.828 vues

Animation d'ateliers

Dans le cadre du partenariat, le Club 100% Gaillard propose :

→ **Des accompagnements personnalisés** afin de définir et de structurer les actions de communication du partenaire. Les sujets abordés : bilan sur leurs réseaux sociaux, production de contenus (photos et vidéos), programmation de post, préconisations sur les contenus à venir...

→ **Des ateliers communication**, avec pour objectif d'apporter de la connaissance aux partenaires pour adapter leurs offres et améliorer leurs activités.
6 ateliers pour 74 participants

L'enquête partenaires en action : mieux connaître nos partenaires pour mieux les accompagner !

L'enquête « Partenaires en actions » 2025 marque une étape structurante dans la relation entre Brive Tourisme et ses partenaires membres du Club 100% Gaillard.

Elle offre une photographie précieuse de leurs attentes, de leur perception des dispositifs actuels et des leviers d'améliorations possibles.

Objectif principal : Approfondir la connaissance et les attentes des partenaires pour construire de nouvelles projections

Objectifs détaillés de l'enquête :

→ Évaluer la connaissance et la perception des partenaires vis-à-vis des missions de Brive Tourisme
→ Analyser leur niveau de satisfaction et la pertinence du réseau Club 100% Gaillard dans leurs activités
→ Identifier leurs besoins pour anticiper leurs attentes
→ Définir les actions concrètes que Brive Tourisme peut mettre en place pour mieux les accompagner

Enquête réalisée du 25 mars au 16 juillet 2025
134 partenaires ont répondu
103 enquêtes en face à face
31 enquête en direct



LE LANCEMENT DE SAISON

LE rendez-vous incontournable pour les acteurs du tourisme local

Ce moment fort vise à valoriser le travail mené tout au long de l'année, préparer collectivement la saison touristique, informer et sensibiliser les partenaires sur les enjeux à venir et renforcer leur sentiment d'appartenance à la marque 100% Gaillard.





→ Invité d'honneur : Stéphane AMARSY
Fondateur de The Next Mind

→ Thème : **La cloche a sonné !**

→ Fil rouge : **Le changement**, d'un point de vue positif autour de **350 invités**

Les Entrepreneurs 100% Gaillards

Porté par Brive Tourisme, le réseau des Entrepreneurs 100% Gaillards fédère des dirigeants, cadres et créateurs d'entreprise engagés pour le développement économique et l'attractivité du territoire de la CABB.

La Nuit des Réseaux

Le grand rendez-vous annuel des acteurs économiques du territoire, dédié au partage, à l'inspiration et au développement de nouvelles connexions.

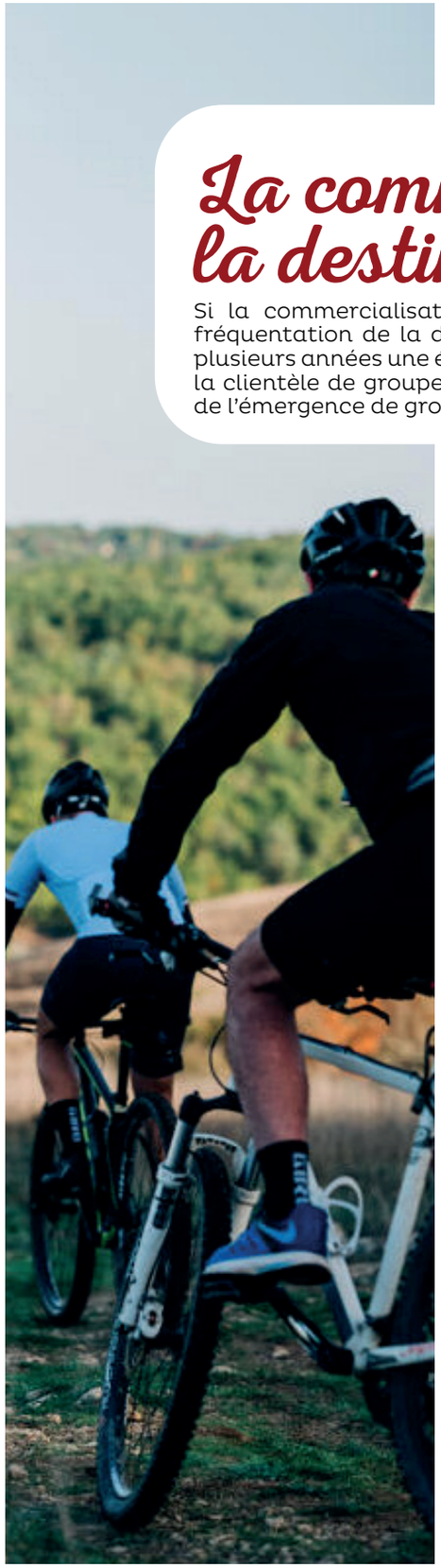
Cet événement devenu incontournable réunit chaque année les professionnels, entrepreneurs et acteurs économiques du territoire pour un moment riche en échanges, rencontres et convivialité. L'édition 2025, avec 216 participants, a été marquée par un temps fort inédit : le lancement du Festival des Lanternes à Castel Novel, qui est venu illuminer les jardins du château et offrir une atmosphère féerique à cette soirée pas comme les autres

La Briviste La Gaillarde

Une course caritative réunissant entreprises et habitants autour d'une cause solidaire.

Un objectif ambitieux et atteint au vu de la notoriété de l'évènement et de l'engouement des participants : une année record avec une jauge à **5 000 participants** et **54 000 € reversés** à La Ligue contre le cancer de la Corrèze, La Gaillarde Corrézienne – Service oncologie CH Brive, La Clinique des Cèdres.





La commercialisation de la destination

Si la commercialisation de produits groupes permet de développer la fréquentation de la destination sur les ailes de saison, on observe depuis plusieurs années une évolution du marché, avec un vieillissement marqué de la clientèle de groupes traditionnels (associations, autocaristes ..) au profit de l'émergence de groupes affinitaires.

Les groupes sportifs

Au regard de la diversité et la qualité de l'offre d'activités de loisirs et sportives de plein air sur la destination, Brive Tourisme s'est engagé depuis 4 ans dans la commercialisation de séjours sportifs, auprès des associations, clubs et fédérations, tout en poursuivant son activité classique auprès des groupes dits « traditionnels ».

Développement des stages trail et triathlon

Le service commercial de Brive Tourisme a fait de la ville d'Objat et de son village de Chalets, son camp d'entraînement sur le territoire de l'Agglomération du Bassin de Brive pour la réception des triathlètes.

La proximité des hébergements, de la restauration et des lieux de pratique, plus particulièrement l'Eco Piscine avec son bassin nordique, sont des atouts majeurs pour le développement de cette pratique sportive sur notre territoire.

6 stages de triathlon réalisés en 2025 : c'est 2 fois plus qu'en 2024, 25 jours de stage sur la commune et 152 personnes accueillies.

Organisation de la Maxi Verte qui a mis en avant nos 2 sites Causse – Saillant avec plus de 1 500 participants sur les 4 jours.

LES CHIFFRES

→ Chiffre d'affaires : 27 500 HT

→ 35 stages (+12/2024)

Les groupes affaires

Le Centre des Congrès

Les travaux engagés au Centre des Congrès depuis février 2024 ont pris fin en septembre 2025 avec l'inauguration le mercredi 16 septembre et l'accueil du 1er Congrès de l'AIRR, les 25 et 26 septembre (200 personnes).

Nous disposons désormais d'un équipement capable d'accueillir des évènements d'envergure générateurs de retombées directes pour les hôteliers, les restaurateurs, les commerces et l'ensemble des filières touristiques et évènementielles.

→ 16 dossiers correspondent à des séminaires, conventions, salons qui se sont déroulés hors du Centre des Congrès

→ 5 dossiers correspondent à des congrès, conventions, réunions qui se sont déroulés au Centre des Congrès

→ 5 dossiers se sont déroulés au Centre des Congrès et sont des gratuités (conseil communautaires, conseil des maires ou autres réunions Agglo)

→ Toutes les entreprises accueillies ont un lien avec la Corrèze.

LES CHIFFRES

→ Chiffre d'affaires : 162 941€ HT

→ 26 dossiers

→ 2ème meilleure année du service après 2023



Les groupes traditionnels

Baisse de la clientèle « traditionnelle »

La clientèle des groupes traditionnels est vieillissante et a tendance à basculer vers du 4ème âge : plus âgés, moins valides et le nombre de participants varie jusqu'au jour J. Nous constatons en parallèle l'arrivée des « jeunes séniors » : ils sont plus dynamiques, plus autonomes et débrouillards.

LES CHIFFRES

→ Chiffre d'affaires : 80 892€ HT

→ 1 780 personnes accueillies

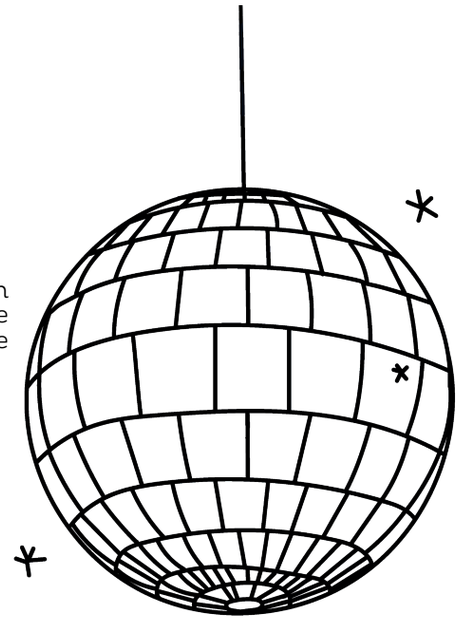
→ Plus de 9 restaurants sollicités : 20 097€

→ 17 sites touristiques : 7 563,5€

→ 10 newsletters auprès de 250 contacts

→ 81 dossiers

Les animations



Les animations estivales

Brive Tourisme est en charge de l'organisation des animations estivales de la Ville de Brive et du Lac du Causse via deux conventions de prestation.

BRIVE

→ 7 Samedi en Musique

→ 7 Dimanche Détox - Environ 45 personnes aux cours de Yoga

→ 2 Spectacles du centre-ville : 1 spectacle équestre et 1 spectacle de feu qui ont réunis 3000 personnes chaque soir

CAUSSE

→ 7 Noctures du Causse - 400 personnes

→ 5 Guinguettes – 4500 personnes (+ 7 %) – 55 bénévoles

→ 1 Guinguette de clôture - Plus de 4 000 personnes -11 associations - 9 producteurs

→ 18 Cours du Lac (6 Yoga, 6 Zumba, 6 Taï-chi) – plus de 100 personnes

LES CHIFFRES

→ Plus de 20 000 personnes présentes sur les animations estivales (+ 15%)

→ 86,5 % de nos spectateurs proviennent de l'Agglo

→ + 45% d'augmentation du téléchargement du Guide sur le site

→ 68% de vues via des sources externes au site





Les animations des commerçants

Brive Tourisme a accompagné les commerçants du centre-ville de Brive dans leur programme d'animations :

→ Prise en charge de toute la communication de Brive commerçante (charte graphique, ligne éditoriale, community management, ateliers, newsletters...)

→ Aide logistique et technique sur les deux défilés de mode (mai et octobre)

→ Lien avec Lovely Brive Festival (décoration des vitrines, jeu concours en boutique et sur les réseaux sociaux)

→ Mise en place des parapluies suspendus l'été

→ Déambulations de Noël, programmation et mise en place logistique et technique

BRIVE COMMERÇANTE

Organisation de la Fête de la Pomme

Les chiffres

→ 147 Tartes vendues
→ 73 Repas
→ 182 Chaussons aux pommes (+62 /2024)
→ 163.8 m de tarte (+4m /2024)

Concours Enfants

→ 89 enfants participants
→ 5 apprentis participants



Les animations de Noël

L'organisation des animations de Noël en centre-ville, confiée par la Ville de Brive, joue un rôle clé en tant que vitrine de la destination et sont un facteur déterminant de son attractivité.

Arrivée Père Noël le 6 décembre

Un large public réuni au pied du phare à l'arrivée du Père Noël. Un évènement majeur de la destination pour lancer les festivités de l'hiver.

Parade de Noël le 21 décembre

Pour la 4ème année consécutive, la grande parade de Noël a illuminé la cité Gaillarde. Une cinquantaine d'artistes ont défilé et arpenté les rues de Brive, mêlant musiques, lumières et costumes féériques.

De nombreuses autres animations ont ravi petits et grands jusqu'à la fin des vacances de Noël

→ Marché Gourmand avec une dizaine de chalets de restauration

→ 7 concerts autour du Marché Gourmand

→La présence du Père Noël dans son chalet

→ Plus de 70 kg de bonbons distribués

→ Stand de maquillage - 270 maquillages

→ 1 manège grand 8, une piste de roller, une fête foraine





Les Collines de Sainte-Féréole



La totalité des gîtes ont été rénovés entre 2024 et 2025. L'enquête satisfaction auprès des résidents permet de dresser un bilan positif et encourageant. Ils ont apprécié entre autres : le confort, la cuisine équipée, les ventilateurs plafonnier, la literie.

Faits marquants 2025

→ Un Ecolabel maintenu

→ La classification Résidence de tourisme est en cours

→ L'Inscription à la plateforme «Emmène ton chien» (label Qualidog) qui a généré du CA supplémentaire : 2 390 € soit +22,25 %. Les attentions à l'égard des animaux de compagnie ont été fort appréciés

→ La mise en place d'une soirée jeux par semaine pendant la saison d'été

→ La mise à disposition de jeux géants en bois et des soirées Blind test animées par la Gaillard Académie

→ 3 campagnes sponsorisées Meta

→ 3 newsletters

→ Des hausses de fréquentation qui s'expliquent par l'encart publicitaire sur le site Brive Tourisme dès avril et également par l'arrivée d'internautes via des sites référents : Emmène ton chien et Brive Mag

→ Des demandes via le formulaire de contact en légère hausse

→ Nous enregistrons 30 ventes supplémentaires par rapport à 2024

LES CHIFFRES

→ Chiffre d'affaires : 197 525€ HT (+16,4%)

→ 479 séjours (+ 27,06 %)

→ 7 269 nuitées (+20,37%)

Les hébergements du Lac du Causse



Nichés au-dessus du Lac du Causse, les différents hébergements du Camping et gîtes du Lac du Causse permettent de passer des nuits à la belle étoile en tente glamping ou de retrouver le confort de la maison les pieds (presque) dans l'eau grâce à nos gîtes.

Faits marquants 2025

→ Obtention du label Clef Verte, gage de reconnaissance d'un engagement éco-responsable

→ La principale demande de location concerne les chalets

→ L'activité la plus forte est concentrée entre les mois de mai à août

Le top 3 des fréquentations

Une clientèle très majoritairement française (87,30 %) :

→ l'Ile de France- 11,57 %
→ Région Limousin- 10,64 %
→ Pays de la Loire- 6,64 %
→ Nouvelle Aquitaine – 8,52 %.

Dans le top 3 de la clientèle étrangère :

→ les hollandais 4,02 %,
→ les britanniques 3,42 %
→ les belges 2,61 %

LES CHIFFRES

→ Chiffre d'affaires : 569 000€ HT

→ Le village de gîtes représente 176 000€ HT soit 30,98% du chiffres d'affaire

→ 3 274 séjours

→ 11 785 nuitées

La Base Sports Loisirs de la Vézère



La Base Sports Loisirs de la Vézère propose toute l'année des activités de pleine nature pour les particuliers et les groupes. On peut y pratiquer de nombreux sports comme le canoë-kayak, le VTT, l'escalade ou la via ferrata, avec des cours et activités encadrées. La structure propose aussi la location de matériel et des séjours avec hébergement et restauration. Elle peut accueillir jusqu'à 66 personnes et offre la possibilité de camper à proximité. Des aménagements en accès libre (beach volley, pumptrack, bike park, parcours d'orientation) complètent l'offre.

Faits marquants 2025

→ La Base Sports Loisirs de la Vézère est de nouveau labellisée Clef Verte en 2025

→ Augmentation des activités encadrées à Garavet (+ 57 % de fréquentation)

→ De nombreux travaux d'investissement ont été effectués en automne : zone accueil, toilette et salle de restauration pour un montant de 13 000€

Activités Groupe

L'étroite collaboration en interne avec le service commercial a permis de générer un chiffre d'affaires de 28 400€ HT sur l'année ce qui représente 17,8% du chiffre d'affaires annuel.
Le nombre de prestations est en forte augmentation notamment les stages sportifs.

Début du développement de la privatisation de la BASE. Les débuts sont prometteurs et laissent entrevoir un facteur intéressant de croissance sur les ailes de saisons.

Activités de location

→ La refonte du système de location canoë est un succès bien aidé par la météo (+22%).
→ Via ferrata, location de canoë, tir à l'arc, location de VTT : 3105 personnes accueillies (+ 18 % pour un CA de 37 500 €)

Réseaux sociaux

→ 1 campagne sponsorisée Meta du 24 juillet au 17 août
→ 545 000 impressions
→ 157 000 comptes touchés
→ 127 réactions
→ 86 clics

LES CHIFFRES

→ Chiffre d'affaires : 160 373€ HT

→ 334 séjours

→ 4 177 nuitées

Les Jardins de Colette



Une saison difficile au niveau de la météo car la pluie s'est invitée sur les animations de Pâques et Halloween. Les Jardins de Colette ont également subi la canicule en août et par conséquent enregistré une baisse de fréquentation importante.

Faits marquants 2025

→ Les nocturnes « Garden Rétro Party », en partenariat avec la Gaillard Académie, ont bien fonctionné

→Des jeux et aménagements ont été revus : aménagement du jardin de pluie en Bretagne avec une nouvelle scénographie, parcours sensoriel, nouveaux jeux (limbo tac, xylophone géant, tape taupe)

→ Remise en état de toute la signalétique du parc avec mise en avant des particularités des plantes (vue, odorat, essences préférées de Colette...)

→ Les Jardins de Colette continuent d'être accompagnés par l'ADEME sur la thématique de l'adaptation au changement climatique. Une action a été spécifiquement fléchée : "Réaliser une étude paysagère générale pour l'implantation de structures d'ombrage végétalisées afin de réduire l'inconfort thermique tout en gardant la visibilité."

→ Mise en place d'une billetterie jumelée pour les animations d'Halloween avec le château de Castel Novel : 471 billets adultes et 273 billets enfants soit 744 billets jumelés

La fréquentation

→ 56% viennent de Nouvelle Aquitaine (dont 39% de Corrèze)
→ 41% ont entre 35 et 49 ans puis 19% 65 ans et plus.
→ 69 % viennent pour la 1ère fois
→ 78 % viennent accompagnés d'enfants qui ont -7 ans (41%) ou +7 ans (37%)

LES CHIFFRES

→ Chiffre d'affaires : 168 809€ HT

→ 23 652 visiteurs

→ Chiffre d'affaires boutique et salon de thé : 55 012€ HT

→Animations d'Halloween : 4 193 visiteurs

→Garden Reto Party : 679 personnes pour 4 soirées (+7%)



La Centrale de réservation

Brive Tourisme est en charge de la commercialisation du camping municipal de Donzenac et des chalets d'Objat.

LES CHIFFRES

CHALETS D'OBJAT	CAMPING DONZENAC
→ 370 séjours → 6 340 nuitées	→ 163 séjours → 4 152 nuitées



Instagram
@brive-tourisme

Facebook
Brive 100% Gaillard

Linkedin
Brive Tourisme

Sites Internet
brive-tourisme.com
pro.brive-tourisme.com

#TOUSGAILLARDS

