

Rapport d'activités 2020



Sommaire

1- ACCUEIL ET INFORMATION	
1.1- Accueil numérique à la Maison du Tourisme	page 3
1.2- Les autres lieux d'accueil du territoire	page 7
1.3- Analyse de la fréquentation et des clientèles	page 8
1.4- Diffusion de l'information	page 10
2- ANIMATION ET DEVELOPPEMENT	
2.1- L'offre d'animations	page 11
2.2- Fréquentation des animations	page 12
2.3- Projets de développement touristique communautaires	page 14
3- ORGANISATION INTERNE	
3.1- Personnel de l'Office de Tourisme	page 16
3.2- Plan de formation	page 17
3.3- Marque Qualité Tourisme et Classement OT	page 17
4- ACCOMPAGNEMENT DES PRESTATAIRES	
4.1- Communiquer vers les prestataires	page 21
4.2- Classement des meublés de tourisme	page 22
4.3- Conventions de partenariat	page 23
4.4- Animation Numérique de Territoire	page 25
4.5- Taxe de séjour	page 25
5- COMMUNICATION ET PROMOTION	
5.1- Actions mutualisées : ALT Massif Cantalien	page 27
5.2- Présence de l'OT sur le web	page 29
5.3- Autres actions de communication de l'OT	page 32
6- BOUTIQUE DE LA MAISON DU TOURISME	page 33
Annexe : liste des tableaux de bord	page 36



RAPPEL DU PLAN D' ACTIONS ACCUEIL & INFORMATION

OBJECTIFS

- Poursuivre l'hyperpersonnalisation de la réponse au client
- Susciter et renforcer le désir de découverte
- Développer la consommation touristique du territoire et la découverte des patrimoines
- Obtenir la satisfaction client par le conseil éclairé
- Faciliter l'accès à l'information (écrans, outils en mobilité...)

ACTIONS

Accueil numérique

- mise à jour régulière base de données APIDAE pour alimenter tous les sites internet et applications → **réalisé**
- développement d'un module agenda dans l'application « idées de visite » → **réalisé**
- mise à jour de la table tactile de randonnée et intégration de tous les secteurs Cantal (rando, VTT, cyclo...), et des nouvelles activités (trail) → **en cours VTT et trail**
- mise à jour des bornes sur les points externalisés, et contrôle du bon fonctionnement → **réalisé**
- développement des applis : jeu énigmes, tables d'orientation virtuelles, cirkwi, appli trail, visites audioguidées... → **réalisé**
- présence chez les hébergeurs de l'appli d'accueil / conseil en séjour → **proposé aux hébergeurs**

Information touristique et accueil à l'OT → **suspendu COVID**

- renouvellement de la carte rando, carte touristique et magazine de destination Massif Cantalien
- transmission des horaires d'ouverture et coordonnées de l'OT pour affichage sur les mairies
- former les personnels des points infos communaux ou associatifs sur tout le territoire, sur site, en immersion et sur les applis (cirkwi, Pas de Cère, sommets...), alimenter en doc et affichage, y compris l'aire du Pas de Cère
- diffuser les diaporamas des animations de l'été + les brochures aux hébergeurs
- renouveler les rencontres du tourisme en Carladès = portes ouvertes à l'OT
- rassembler l'offre famille dans un support spécifique
- étoffer les e-brochures : sites et visites, PDF Rando pédestre, VTT électrique...
- renouveler les accueils gourmands sous forme de rdv personnalisés avec les ambassadeurs
- réaménagement de l'espace réunion sous forme d'espace salon plus chaleureux

INDICATEURS

- Statistiques de fréquentation, analyse qualitative des actes d'accueil, enquêtes régionales
- Enquêtes de satisfaction clients à l'OT, sur les animations, chez les prestataires, sur les sites d'avis
- Gestion de la diffusion de l'information (documents distribués, téléchargements sur le site internet...)
- Nombre de prestataires participants aux rencontres de l'OT, diffusant les chéquiers avantage...

1.1- ACCUEIL NUMERIQUE A LA MAISON DU TOURISME

L'Office de Tourisme du Carladès, installé dans un bâtiment moderne depuis juin 2014, offre aux visiteurs des équipements numériques personnalisés. Empreint de la présence volcanique, cet équipement constitue une vitrine active qui accroche et donne envie de s'arrêter pour entrer et découvrir le Massif Cantalien.



La stratégie de l'Office de Tourisme du Carladès s'organise principalement autour de 2 grands axes : la valorisation du caractère volcanique du territoire et le développement du e-tourisme.

L'Office de Tourisme s'appuie sur son identité volcanique pour définir sa politique d'accueil, sa communication, son offre d'activités, mais aussi pour valoriser l'offre de ses partenaires sur le territoire. Ainsi la Maison du Tourisme propose un accueil différent, convivial, autour de tables et d'écrans tactiles.

BORNES TACTILES :

Installées sur l'ensemble des points d'information clé du Carladès, les 7 bornes font l'objet d'un suivi régulier (OT Vic + St Jacques des Blats, Polminhac, Raulhac, Pailherols, Thiézac et l'Aire du Pas de Cère).

L'application développée pour alimenter ces bornes présente l'offre touristique du territoire, la randonnée grâce à la même présentation que sur la table tactile de la Maison du Tourisme.

On retrouve les informations pratiques : météo, enneigement en hiver, services d'urgence, horaires d'ouverture de l'Office de Tourisme, mais aussi les informations sur les hébergements, les restaurants, les visites et loisirs, les activités, les commerces et services et bien entendu l'agenda.

Pour mémoire, la Communauté de Communes a pris en charge l'achat des matériels, l'Office de Tourisme s'est chargé des développements et finance chaque année les évolutions et la maintenance à la fois logicielle et matérielle, de leur côté les communes se sont chargées de l'installation et du raccordement électrique et internet.



Les statistiques de l'année 2020 montrent que les bornes les plus fréquentées sont celles de Pailherols, de Thiézac et de Vic sur Cère. A Vic sur Cère en particulier, la borne semble bien jouer son rôle : elle est surtout consultée entre midi et 14h et le soir entre 18h et 20h (horaires de fermeture de l'OT) alors que les sessions sont réparties sur la journée dans les autres communes. A Vic sur Cère, les utilisateurs cherchent surtout des hébergements et restaurants ainsi que l'agenda. Dans les autres communes, notamment Pailherols, les randonnées font partie des pages les plus consultées.

Statistiques de fréquentation sur l'année 2020

	Pailherols	Thiézac	Raulhac	Polminhac	Vic sur Cère	Pas de Cère
Nombre des sessions	1393	959	531	533	1304	534
Nombre de jour avec au moins une session	222	192	180	247	249	189

Il est à noter que bien évidemment, les mois de mars, avril et mai montrent très peu de sessions sur les bornes en raison du confinement et que nous n'avons malheureusement pas de statistiques pour la borne de St Jacques des Blats, celle-ci n'étant pas connectée à internet (en cours par la mairie). La société PobRun qui se charge de la maintenance pour le compte de l'OT, assure encore une mise à jour manuelle de cette borne.

Rubriques	Nombre de touches (toutes bornes)	Vic sur Cère	Pailherols	Thiézac	Raulhac	Polminhac	Pas de Cère
Où dormir?	3444	1224	455	816	370	283	296
Où manger ?	2470	412	520	928	226	187	197
Agenda	1870	370	388	516	154	272	170
Il pleut?	1447	539	133	189	143	318	125
Commerces et services	524	107	89	101	95	77	55
Randonnées	2490	361	986	703	154	100	186

TABLE TACTILE DE RANDONNEE :



Installée en 2018, la grande table tactile à l'entrée du bâtiment est entièrement dédiée à la randonnée. Elle répond à la demande phare à l'accueil de l'Office de Tourisme. Cet outil permet de les visualiser en 3D, les parcourir, les télécharger en GPX sur son smartphone ou bien en PDF.

Elle remporte un franc succès auprès du public et a été facilement prise en main par l'équipe des conseillères en séjour qui l'utilise pour appuyer et dynamiser l'acte d'accueil.

Grâce à la mutualisation des développements avec les OT du Cantal (Murat, Lioran, St Flour, Salers), les contenus 3D s'étoffent régulièrement ainsi que les développements (version hiver, accès par territoire, etc.).

L'OT du Carladès intègre tous les territoires concernés et qui fournissent les GPX de leurs randonnées, ainsi toutes les rando du département sont potentiellement accessibles depuis le point d'accueil de Vic sur Cère.

Dès la finalisation des derniers circuits VTT et Trail du Carladès, ils seront également intégrés.

Les bornes tactiles du territoire font remonter l'appli rando 3D, les sentiers du Carladès sont donc téléchargeables depuis toutes les bornes. De nouveaux PDF de randonnée avec fond IGN édités grâce à notre logiciel de e-brochures viennent améliorer l'ensemble.

BASE DE DONNEES REGIONALE

La base de données régionale APIDAE est alimentée quotidiennement par l'OT et l'ensemble des outils numériques de l'OT est adapté à ce Système d'Information Touristique :

- traitement des courriers : courrier clients, mailing à destination des professionnels...
- questionnaires de satisfaction envoyés systématiquement avec les courriers aux clients,
- édition de brochures personnalisées (hébergements, activités...),
- extraction de l'offre exhaustive...

APPLI D'ACCUEIL « IDEES DE VISITE »

Cette application à l'accueil opérationnelle depuis 2 ans permet de faire patienter les clients tout en leur proposant des idées de visites ou de sites phares à voir sur le territoire, mais aussi bien au-delà.

La sélection des coups de cœur de l'OT s'est faite selon plusieurs critères :

- les partenaires premium qui bénéficient des actions innovantes de l'OT en priorité,
- les préconisations des hébergeurs pour mettre en avant des sites de forte notoriété sur les départements limitrophes,
- les recherches des clients en séjour pour des activités spécifiques « avec les enfants » ou « quand il pleut »
- la forte demande pour les balades, avec explication sur l'appli Cirkwi pour embarquer les sentiers gratuitement
- l'occasion de communiquer sur les autres outils de l'OT comme l'appli « Les trésors du volcan cantalien »



Nouveauté : un nouveau module a été développé afin de proposer l'agenda des animations sur la tablette. Le logiciel a été proposé aux hébergeurs qui souhaiteraient s'équiper de tablettes.

HORAIRES D'OUVERTURE DE L'ACCUEIL :

Les horaires d'ouverture sont définis en fonction des fortes périodes de fréquentation de la destination et sont réactualisés chaque année. En effet, le Carladès présente une double saison touristique été et hiver, du fait de la proximité de la Station de Ski du Lioran. De plus, sa grande capacité hôtelière lui permet d'avoir une forte fréquentation de groupe à l'automne. Enfin, porte d'entrée sur le Massif Cantalien et point de départ vers les sports de pleine nature de montagne, l'Office de Tourisme bénéficie d'une bonne fréquentation dès les beaux jours du printemps.

Ouverture accueil prévisionnel pour 2020 :

L'Office de Tourisme est largement ouvert toute l'année, au-delà des jours recommandés par le classement en catégorie I.

Pour 2020, l'OT avait prévu 2 modifications : une fermeture au public à 17h en hiver (nuit) sur les mois de novembre, décembre et janvier et un test d'ouverture des dimanches de mai et juin plutôt que ceux de pâques très peu fréquentés ce qui donne 326 jours d'ouverture, dont 4 jours fériés et 18 dimanches répartis comme suit :

- **Du 1er février au 30 avril**
Ouvert du lundi au samedi de 9h30 à 12h30 et de 14h00 à 18h00
- **Du 1^{er} mai au 12 juillet**
Ouvert du lundi au samedi de 9h30 à 12h30 et de 14h00 à 18h00
Ouvert les dimanches de 9h30 à 13h30 + les fériés 8 et 21 mai
- **Du 13 juillet au 22 août**
Ouvert du lundi au samedi de 9h30 à 12h30 et de 13h30 à 18h30
Ouvert dimanches et fériés de 09h30 à 12h30 et de 14h30 à 17h
- **Du 23 août au 31 août**
Ouvert du lundi au samedi de 9h30 à 12h30 et de 14h00 à 18h00
Ouvert dimanches de 9h30 à 13h30
- **Du 1er septembre au 31 octobre**
Ouvert du lundi au samedi de 9h30 à 12h30 et de 14h00 à 18h00
- **Du 1er novembre au 31 janvier**
Ouvert du lundi au samedi de 9h30 à 12h30 et de 14h00 à 17h00



En résumé, il est ouvert toute l'année du lundi au samedi et également :

- les dimanches de mai à début septembre,
- lors des manifestations sur son territoire, si besoin en ouvrant des journées supplémentaires.

Particularité 2020 – pandémie COVID-19

Confinement n°1 : L'Office de Tourisme du Carladès (OT) a fermé ses portes le 16 mars suite à l'annonce des mesures gouvernementales contre le coronavirus : les gestes barrières empêchant tout accueil du public, l'OT ne pouvant garantir la sécurité des visiteurs et des personnels ; les annulations de toutes les réunions, animations ou événements qui sont le quotidien du travail des salariés ; la fermeture de tous les établissements non indispensables à la vie de la Nation, dont fait partie l'OT ; la limitation des déplacements au strict nécessaire, empêchant toute personne de se rendre à l'accueil de l'OT.

A compter du 6 avril, le personnel a été mis en chômage partiel, les salariés se relayant dans les locaux pour assurer la gestion courante et l'accueil téléphonique et mail. Un module de chat via messenger a été mis en place sur le site internet. Les salariés ont consacré cette période de fermeture de l'accueil à suivre les webinaires proposés par la Région, à synthétiser les informations concernant les aides à destination des professionnels du tourisme, à communiquer via les réseaux sociaux et sur le site des professionnels du Carladès, et à préparer la réouverture avec notamment le renouvellement du label Qualité Tourisme et le reclassement de l'OT.

Dès l'autorisation d'ouverture, début juin 2020, l'Office de Tourisme a repris sa mission accueil du public, avec une forte fréquentation tout l'été jusqu'à septembre.

Confinement n°2 : L'Office de Tourisme a refermé ses portes au public pendant le mois de novembre 2020 conformément aux directives du gouvernement.

1.2- LES AUTRES LIEUX D'ACCUEIL DU TERRITOIRE

VALLEE DE LA CERE :

Les agences postales de Polminhac, Thiézac et St Jacques des Blats bénéficient de bornes tactiles gérées par l'OT, ainsi que d'un présentoir de documentation Massif Cantalien et d'une formation des personnels d'accueil des mairies présents sur ces agences. Ainsi, l'Office de Tourisme prend en charge les développements numériques des bornes accessibles 7jours/7 et 24h/24, la gestion de leurs contenus, la maintenance évolutive et corrective des développements. La Communauté de Communes investit dans le matériel, les communes assurent la connexion internet.

VALLEE DU GOUL :

Les points d'accueil de Raulhac et Pailherols sont gérés par des associations d'animation locale, conventionnées avec l'OT. Des formations leur sont dispensées chaque année pour l'utilisation de la GRC, le conseil en séjour, la gestion de la documentation, etc. Néanmoins, le personnel change fréquemment, les données sont donc rarement collectées, les missions différentes d'un point d'accueil traditionnel (organisation d'évènementiel, gestion d'un gîte d'étape, location de ski de fond et raquettes...).

STATION DU LIORAN – CONVENTION AVEC LA SAEM LIORAN

Depuis sa création, l'OTI du Carladès (comme l'OTI du Pays de Murat) délègue au Lioran l'accueil et l'information du public sur le périmètre de la station du Lioran, la promotion touristique, le recensement de l'offre, l'animation des prestataires, les événements. Pour 2020, un groupement de commande entre les 2 Offices de Tourisme du Carladès et de Hautes Terres a permis de lancer un appel d'offre pour sélectionner un prestataire afin d'assurer les missions d'accueil et d'information sur l'ensemble du Massif Cantalien au sein de la station du Lioran. La SAEM a été retenue pour assurer cette prestation cadrée par un cahier des charges et des attendus précis.

AIRE D'ACCUEIL ET DE SERVICES DU PAS DE CERE – RN122

L'aire de repos du Pas de Cère est un point de départ vers les Gorges du Pas de Cère et la Cascade de la Roucolle. A 5 minutes du belvédère au-dessus des Gorges installé par la Communauté de Communes, et point de départ des sentiers de découverte de l'Espace Naturel Sensible, cette aire est très fréquentée toute l'année.

Le bâtiment d'accueil communautaire sur l'Aire du Pas de Cère était occupé par un commerçant (Ferme Auberge de Salilhes) de mi-juin à mi-septembre et les week-ends prolongés de mai. Le privé qui proposait une boutique de produit locaux et terroir n'a pas souhaité renouveler son bail, la Communauté de Communes cherche un repreneur pour occuper le local.

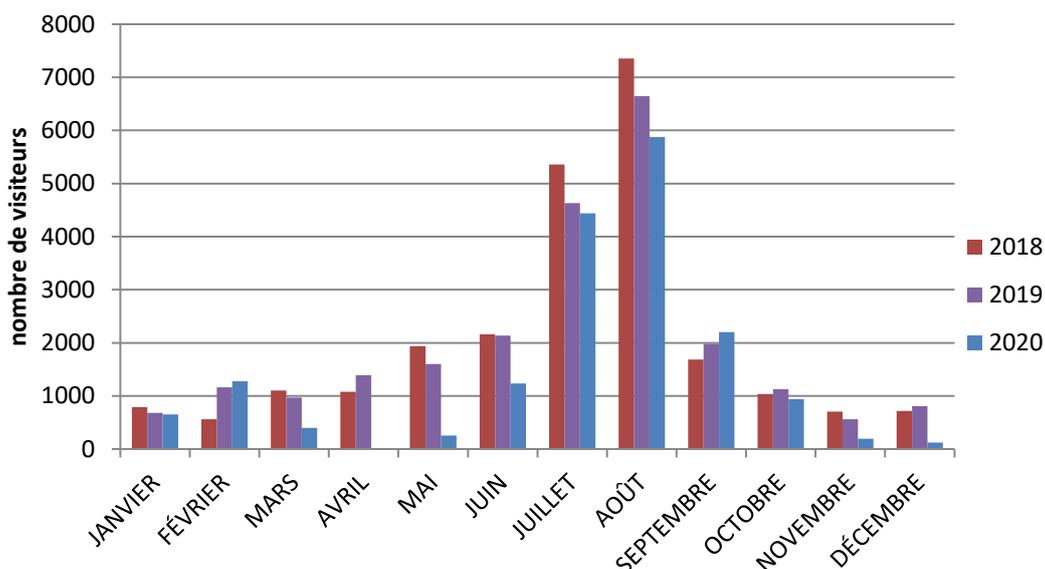
L'Office de Tourisme installe chaque été de la documentation touristique en accès libre et le site est également équipé d'une borne tactile gérée par l'OT et reliée au réseau internet via un abonnement 4G.



1.3- ANALYSE DE LA FREQUENTATION ET DES CLIENTELES

Maison Tourisme Vic sur Cère	2016	2017	2018	2019	2020
ACTES D'ACCUEIL	6 617	6 554	6 510	5 752	6003
<i>Evolution par rapport à l'année précédente</i>	- 3,4 %	- 1 %	- 0,7 %	- 11,6 %	+ 4,3 %
NOMBRE DE VISITEURS	23 492	22 622	24 487	23 691	17 590
<i>Evolution par rapport à l'année précédente</i>	- 5,5 %	- 3,7 %	+ 8,2 %	- 3,2 %	- 25,75 %

Fréquentation Maison du Tourisme



Constat sur la fréquentation :

L'année 2020 a été très particulière avec 2 confinements liés à la pandémie de COVID-19. L'Office de Tourisme a été fermé au public du 17 mars au 2 juin et le mois de novembre.

On aurait dû s'attendre à une forte baisse de fréquentation mais en réalité les actes d'accueil ont fortement augmenté entre juillet et septembre (+ 1100 actes d'accueil). Si la fréquentation de l'Office de Tourisme en terme de nombre de visiteurs a diminué, ceci est lié aux contraintes sanitaires :

- nombre de personnes limité dans l'accueil donc 1 seule personne par groupe en général
- annulation des accueils gourmands les lundis matins
- départ des animations organisé à l'extérieur du bâtiment.

Une clientèle très particulière aussi, puisque les médias nationaux ont ciblé le Cantal parmi les départements les moins touchés par la pandémie, beaucoup de visiteurs ne pouvant plus voyager à l'étranger et désertant les villes et les côtes méditerranéennes se sont décidés à venir s'oxygéner en Auvergne. Ces clients ne connaissaient pas le Cantal, n'avaient pas du tout organisé leur séjour, avaient besoin de beaucoup d'assistance et de conseils à l'accueil. Les actes d'accueil auraient pu être bien plus nombreux, mais les craintes d'un effondrement de la fréquentation ayant poussé l'OT à ne pas recruter de personnel saisonnier, les conseillères en séjour se sont retrouvées en sous-effectif et n'ont pas pu répondre à toutes les demandes.

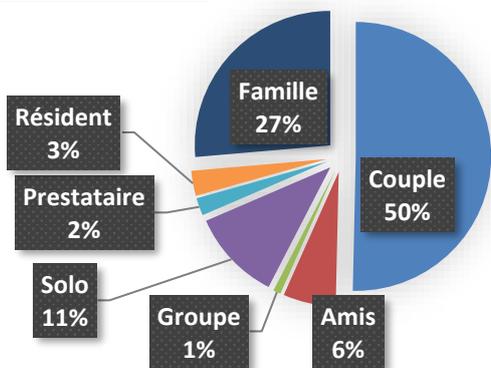
Malgré le contexte particulier, le profil des clientèles qui franchissent les portes de l'OT reste le même : majoritairement des couples et des familles qui restent en moyenne 1 semaine ou 1 court séjour (3 ou 4 jours), puis des clients de passage hébergés ailleurs dans le Cantal ou dans les départements limitrophes.

Les gîtes meublés et les hôtels ont été privilégiés cette année par les visiteurs. Pour les ¾ d'entre eux, ils viennent à l'Office de Tourisme pour trouver des balades, des idées de visites et des informations locales (commerces, animations...).

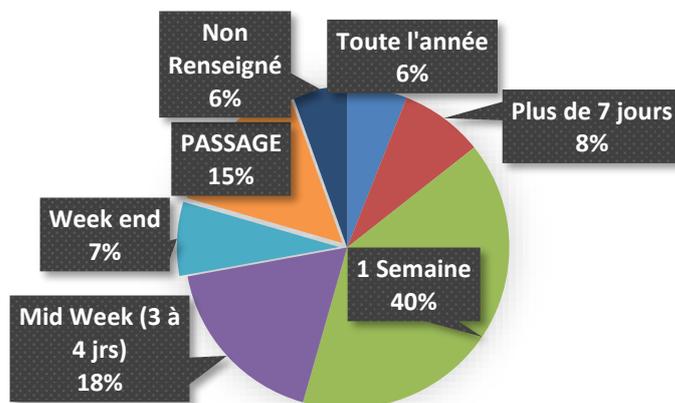
Au vu des restrictions de circulation internationale, la clientèle est principalement française cette année. A cela se sont ajoutées les restrictions de circulation ponctuelles limitées à 100km, ce qui augmente la part de fréquentation par les clientèles de proximité avec près de 10% de clients cantaliens.

QUI SONT LES CLIENTS DE L'OT EN 2020 ?

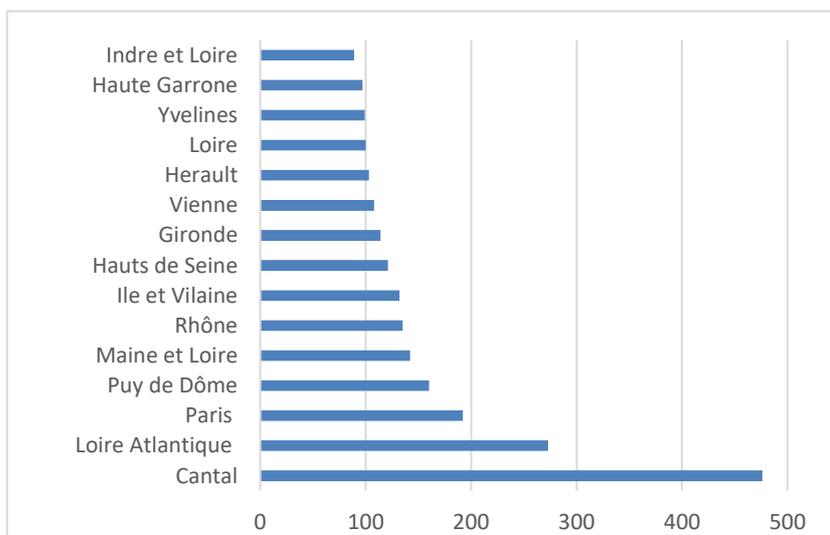
Type de clientèle



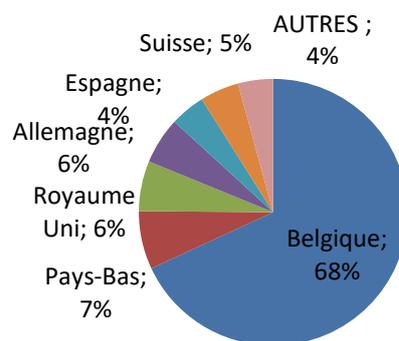
Combien de temps restent-ils ?



D'OU VIENNENT-ILS ?

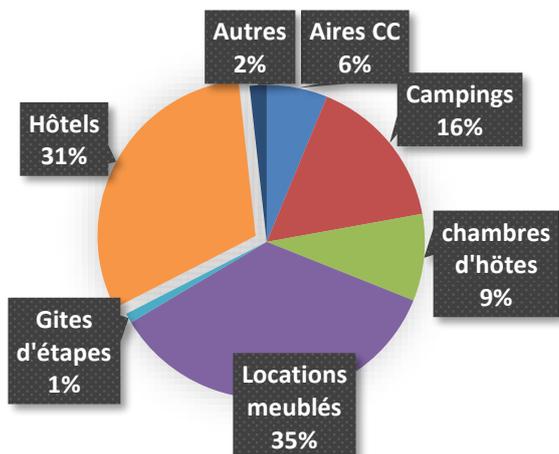


3,5% de clients étrangers

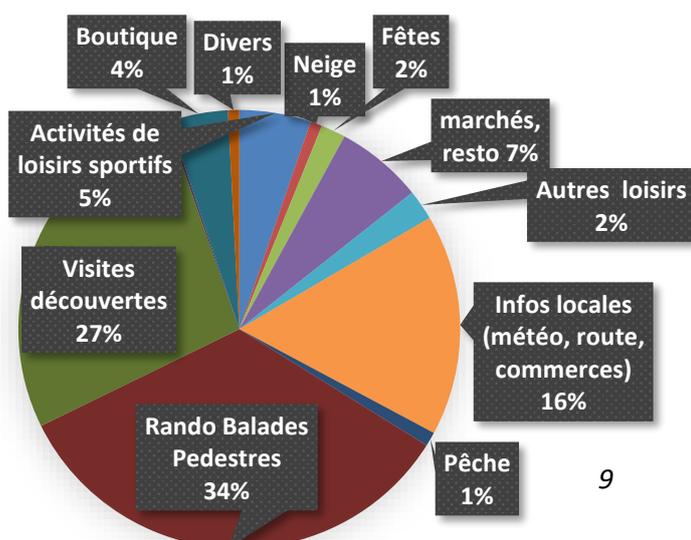


QUE CHERCHENT-ILS ?

Quels hébergements demandent-ils à l'OT ?



Quels activités cherchent-ils ?



1.4- DIFFUSION DE L'INFORMATION

L'Office de Tourisme du Carladès édite des brochures, cartes et flyers soit à l'échelle de son territoire communautaire, donc à en-tête Carladès, soit à l'échelle du Massif Cantalien, en collaboration avec l'Office de Tourisme de Hautes Terres. En effet, la destination touristique dépasse les limites communautaires administratives. Aussi les 2 communautés de communes sont regroupées depuis une dizaine d'années, afin d'éditer ensemble une documentation touristique sur le territoire Massif Cantalien.

Ces brochures sont distribuées gratuitement.

Les brochures éditées à l'échelle du Massif Cantalien aujourd'hui sont :

- le Magazine de destination
- la carte touristique
- la carte des randonnées

Les brochures éditées à l'échelle du Carladès :

- le plan de Vic sur Cère et du Carladès
- le flyer du Pas de Cère et divers flyers locaux (rallye des clochers...)
- la brochure des animations estivales / ambassadeurs de territoire
- livret volcan du Cantal – carnet d'un géologue
- le carnet d'aventure de Lilou

Toutes les e-brochures (hébergements, animations, etc.) peuvent être éditées au choix à l'une ou l'autre échelle en fonction de la demande ou des opérations (salons).

Les conseillères en séjour se déplacent régulièrement auprès des prestataires touristiques ou commerçants pour assurer la diffusion :

- des flyers du Pas de Cère (flyer, affiche)
- des flyers du bus des neiges en hiver
- des programmes d'animation et notamment du programme estival
- du Magazine de destination, carte de randonnées et carte touristique du Massif Cantalien
- du plan de Vic (sous forme de bloc).

Pour les prestataires qui ne peuvent pas être visités ou pour les programmes hors saison, ils sont envoyés par mail à chaque nouvelle édition e-brochure.

De plus, un présentoir en bois a été proposé à tous les hébergeurs pour mieux matérialiser l'espace informations et présenter les brochures Massif Cantalien dans leurs établissements.



RAPPEL DU PLAN D' ACTIONS DEVELOPPEMENT / ANIMATIONS ET ACTIVITES

OBJECTIFS

- Aide technique montage et suivi des projets communautaires, proposition et innovation touristique et numérique
- Suivi des dossiers de subvention et soutien technique aux porteurs de projets privés ou publics, interlocuteur de l'appel à projet régional « Territoire de montagne 4 saisons »
- Relais des activités pour répondre aux attentes des clients toute l'année, animation de l'ENS du Pas de Cère, prise de réservation, commissionnement de l'OT
- Impulser une dynamique d'acteurs, l'OT devenant le relais et la vitrine des initiatives locales, grâce au réseau d'ambassadeurs pour des actions collaboratives

ACTIONS

Développement et animation de réseau :

- accompagnement de porteurs de projets publics / privés
- ingénierie de projet avec le Massif Cantalien / CRT / AMI = étude mobilité, nouveau site web outdoor → EC
- participation OT commission tourisme communautaire : sentiers à thème, voie verte, GR, trail, VTT, VTTe ... → ok
- animation et outils de communication de l'ENS du Pas de Cère : appli « les Trésors du volcan cantalien » (jeu à énigmes + tables d'orientation virtuelles), contes et légendes occitanes, journée ENS dédiée... → EC

Animation du réseau d'ambassadeurs : actions collaboratives avec les prestataires et habitants bénévoles (rédaction blog, photos territoire et événements, accueil visiteurs, valorisation de sites, des bénévoles...)

- poursuite de l'animation de 3 groupes de projet et finalisation des 1ères réalisations terrain et communication : panneaux, flyers et audioguides en cours sur Ronesque, Ma Montagne et Faillitoux → EC
- compléter la vidéo de destination : neige, famille et eau. → pas encore réalisé
- supports de communication : programme ambassadeurs + animations à la journée, coordination → non : Covid
- développer les audioguides avec les ambassadeurs (Raulhac, Thiézac) → EC

Animation :

- nouvelles formules pour les accueils gourmands en petits groupes → non : Covid
- optimiser la répartition des activités
- prise de réservation via l'OT pour les activités partenaires
- veille sur les nouvelles visites expérientielles, animations ados, jeux type géocaching ou escape game...

INDICATEURS

- Nombre et diversité d'activités des partenaires potentiels
- Nombre de nouvelles activités proposées et leur fréquentation
- Evaluation de la satisfaction des clients sur les animations
- Participation de l'OT aux projets communautaires

2.1- OFFRE D'ANIMATIONS

L'Office de Tourisme du Carladès poursuit le développement d'activités proposées aux visiteurs avec des professionnels et des bénévoles, en complément des outils de découverte autonomes.

Le programme s'adresse aux clients en séjour et constitue donc un service de l'OT auprès de ses professionnels, un moyen de mutualiser les clientèles autour d'un programme commun à promouvoir sur la destination.

Particulièrement prisées par la clientèle (produits locaux, savoir-faire, animaux...), les rencontres avec les producteurs connaissent un grand succès, mais seule la ferme de La Calsade à Badailhac souhaite proposer des visites par l'OT.

L'ACCUEIL GOURMAND à l'OT proposé les lundis matins de l'été permet aux visiteurs de rencontrer les ambassadeurs qui présentent leurs coups de cœur pendant un échange convivial autour de dégustations. Avec les conditions sanitaires, ces accueils gourmands n'ont pas pu être proposés en 2020.

Pour tenter un renouveau des animations nocturnes dans le Pas de Cère, l'OT a proposé en 2020 un nouveau programme : une balade plus courte, une nouvelle conteuse. Malgré l'enthousiasme des participants, la fréquentation est toujours en baisse depuis 2016. L'OT était alors le seul à proposer des balades contées qui se sont généralisées depuis.

L'OT propose son service de billetterie (gestion de planning, réservation, règlement, relation clients) aux accompagnants sportifs diplômés ainsi qu'aux sites de visites (château) ou autres animateurs (sorties géologie, pêche, etc.).

2.2- FREQUENTATION DES ANIMATIONS

Nombre de participants		2017	2018	2019	2020	remarques
Gastronomie et productions locales	Accueil Gourmand OT	235	217	165	0	Annulé COVID
	La Calsade Badailhac	390	431	377	332	Printemps annulé COVID
Visites et balades découverte	Visite guidée Vic individuel	24	55	15	0	Annulé COVID
	Visite guidée Vic groupe	124	36	26	0	Annulé COVID
	Balades contées ENS Cère	118	166	63	54	
	Sortie géologie	29	22	30	16	
	Balade contée Pertus	/	/	/	17	
Rando et activités sportives	Rando Marmotttes Lioran	38	90	39	78	
	Rando Flore et volcan	/	/	27	28	
	Rando aquatique	/	43	17	17	
	Pêche aux écrevisses	/	161	103	155	
Billetterie	Soirées, concerts...	0	108	/	/	
TOTAL (y compris activités arrêtés non mentionnées ici)		1360	1614	955	697	

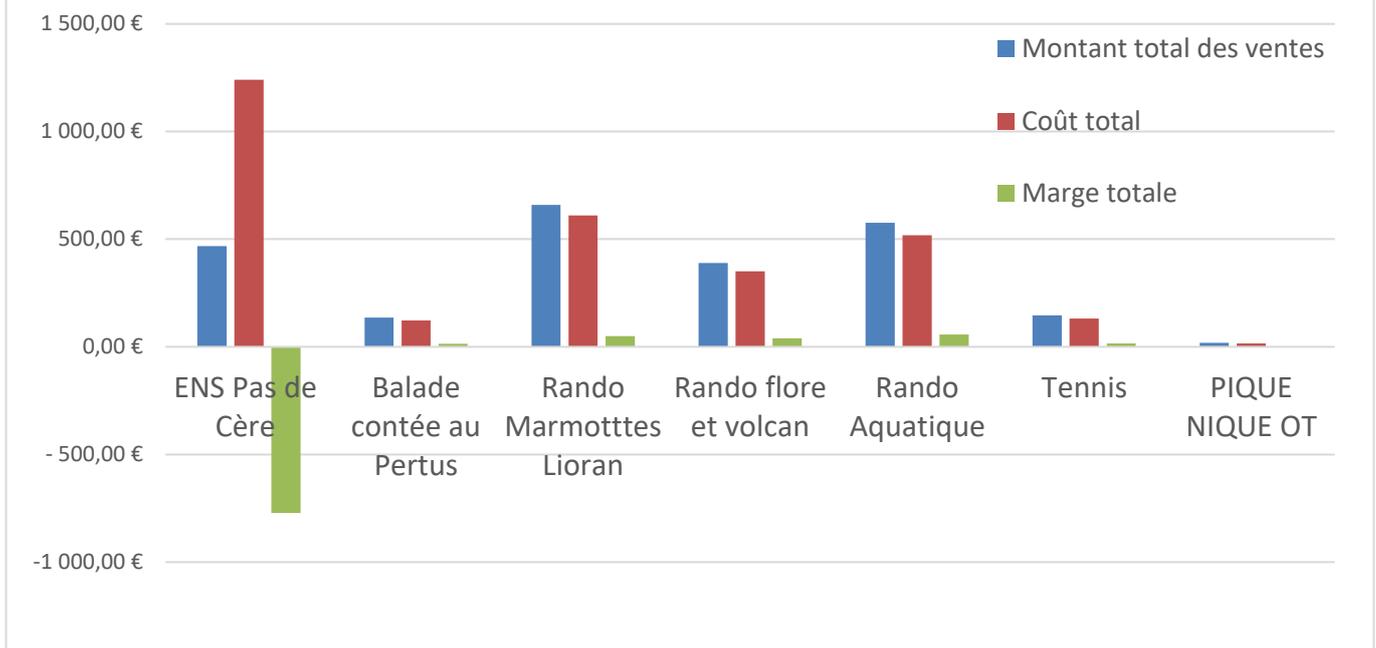
En 2020, on constate une diminution de la fréquentation des animations liée bien entendu aux annulations d'animations pour cause de contraintes sanitaires.

Les randonnées à thèmes restent le produit phare pour les familles ainsi que la pêche aux écrevisses (variables : météo, reports...)

Les animations dégagent en 2020 un résultat négatif global de – 163 €. Celui-ci sera compensé par l'aide du CD15 sur les animations ENS (+ 496€).

Cf Bilan animations ENS 2020

Bilan des ventes animations 2020



2.3- PROJETS DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE COMMUNAUTAIRES

L'Office de Tourisme et la Communauté de Communes sont liés par une convention d'objectifs sur 3 ans qui vient d'être renouvelée (2020-2022) et qui suit une stratégie touristique partagée (voir Stratégie Touristique Communautaire) reposant sur 4 axes :

- 1- **Structurer l'offre pleine nature, faire aboutir les projets structurants**
- 2- **Etre reconnu comme destination touristique innovante**
- 3- **Intégrer le territoire dans l'organisation territoriale pour mieux le représenter**
- 4- **Remobiliser les professionnels autour de la destination et des démarches de progrès**

Si la Communauté de Communes est la structure porteuse des projets, en charge des investissements, elle charge l'Office de Tourisme Intercommunal d'apporter son appui technique au montage des projets de développement touristiques et numériques, d'animer le territoire, de faire vivre les équipements, de rassembler les synergies.

Cette année, l'Office de Tourisme a donc mené les missions de développement suivantes :

- **SUIVI DES PROJETS « TERRITOIRE DE MONTAGNE 4 SAISONS »** : dossier monté par les Offices de Tourisme du Massif Cantalien retenu par la Région Auvergne Rhône Alpes en fin d'année 2017, qui permet le soutien et l'appui technique aux porteurs de projets publics et privés qui s'intègrent dans cette démarche 4 saisons.

Ce dossier représente environ 160 000 € de subventions régionales sur la partie Carladès pour 500 000€ d'investissements publics et privés confondus. Si les financements ne sont pas très conséquents, la reconnaissance de la Destination Massif Cantalien dans la promotion régionale est particulièrement importante pour l'économie touristique locale. De plus, cela permet aux différentes structures concernées par le rayonnement de la Station du Lioran de travailler ensemble et de sensibiliser les décideurs à la question centrale de la mobilité sur le territoire.

- **SUIVI DES NOUVEAUX OUTILS NUMERIQUES** : en 2019, l'OT a fait un important travail de benchmark, recherche de financements, cahiers des charges, définition des contenus, repérage terrain, etc. et poursuit sa veille corrective et évolutive des équipements :
 - site web et appli idées de visites
 - bornes tactiles sur les points d'accueil du territoire,
 - table immersion randonnée
 - appli ludique découverte (Pas de Cère et table d'orientation virtuelle)

- **RANDONNEES ET ITINERANCE :**

L'OT participe à la commission Tourisme et Rando de la Communauté de Communes afin d'apporter son soutien technique et son expertise sur les différents sujets. Des relations suivies avec la chargée de mission randonnée de la ComCom permettent à l'OT de mettre à jour régulièrement toutes les informations sur les nouveaux tracés mis à disposition du public :

- sur le site internet (module de randonnée) et sur l'application « Cirkwi »
- sur la nouvelle carte rando Massif Cantalien

- **ACTIVITES DE PLEINE NATURE :**

Dans le cadre de la commission tourisme communautaire, l'OT participe aux réflexions engagées et à la valorisation des actions au fur et à mesure de leur aboutissement comme la voie douce entre Arpajon sur Cère et le Pas de Cère, la mise en réseau des 3 gîtes d'étape du Carladès, la mise en place de circuits VTT labellisés FFC, les sentiers de rando pédestre à thème, l'extension de l'espace Trail Massif Cantalien...



• **ESPACE NATUREL SENSIBLE DU PAS DE CERÈ :**

L'Office de Tourisme est membre du Comité de Suivi de l'Espace Naturel Sensible du Pas de Cère dont la gestion est contractualisée entre la Communauté de Communes et le Conseil Départemental.

Une partie de l'axe de travail concerne la découverte du site, et est pris en charge en grande partie par l'Office de Tourisme avec les actions suivantes :

- application numérique de découverte
- la découverte du site (balades contées, animations)
- la communication : flyers, affiches, communication interdépartementale sur le réseau des ENS

La Communauté de Communes est en attente d'autorisation de passage pour proposer une boucle et le lien avec Vic sur Cère et son passé thermal.

• **COMMISSION DEPARTEMENTALE :**

L'OT représente la Communauté de Communes ou est associé lors des réunions départementales dans les domaines du tourisme, et concernant notamment l'Espace Naturel Sensible, etc.

A ce titre, l'OT participe à l'édition de brochures, affiches ou autre communication à l'échelle départementale.

• **AMBASSADEURS DE TERRITOIRE :**

Dossier Leader pour le projet d'animation du groupe des ambassadeurs qui a reçu un accord de financement pour l'année avril 2019 / mars 2020.

L'objectif est d'animer un réseau de personnes ressources qui partagent leurs coups de cœur, leurs endroits favoris et leurs recommandations et font découvrir le territoire aux visiteurs en attente d'authenticité et de moments privilégiés. Les acteurs locaux prennent conscience que chacun est responsable de la qualité de l'accueil. Les clients vivent leurs vacances comme une « expérience », ils bénéficient de conseils personnalisés, engagés et se sentent considérés comme des « locaux ».

Avec les restrictions sanitaires, les actions ont été suspendues au printemps 2020. (voir bilan 2019 pour les actions engagées).

• **VAGABONDAGE VOLCANIQUE :**

Le volcanisme est au cœur de la stratégie de l'OT : une collaboration avec un volcanologue et une jeune start-up a permis à l'OT de créer une exposition sur les sites géologiques majeurs du territoire et un carnet pédagogique.

Le Carladès a été choisi comme territoire pilote du Parc pour l'opération Vagabondages volcaniques ayant pour objet de valoriser le patrimoine géologique par le biais d'une démarche participative avec les habitants.

Après plusieurs rencontres avec les habitants, sur le terrain et en ateliers de travail, le sentier a été aménagé par la commune et la Communauté de Communes. La création des panneaux et flyer sera la prochaine étape de ce projet de sentier à thème.

• **RESEAU DES VILLES D'EAUX :**

La commune de Vic sur Cère est membre du réseau des villes d'eaux du Massif Central. L'Office de Tourisme peut être sollicité pour accompagner la mairie sur l'animation du World Wellness Week-end en septembre ou sur les réunions avec le réseau.



RAPPEL DU PLAN D' ACTIONS ORGANISATION INTERNE

OBJECTIFS

- suivi permanent des procédures et méthodes liées à la démarche qualité de la destination
- implication de toute l'équipe dans les suivis d'activités, plans d'actions et stratégie par thématique
- veille sur l'animation numérique, la qualité de la destination, l'innovation dans tous les services de l'OT
- conforter l'OT dans sa démarche de progrès et se préparer aux renouvellements Qualité et Classement (2020)
- valoriser les compétences internes et responsabiliser le personnel autour de missions dédiées
- former le personnel en continu aux nouveaux outils numériques, favoriser les échanges de compétences

ACTIONS

- préparation 3^{ème} audit QT complet + mystère, et renouvellement du classement catégorie I → ok
- évolution des outils qualité (nouveaux outils de travail, autoévaluation...) et des méthodes de travail, coaching régulier de l'équipe accueil → ok
- assurer le bon fonctionnement de l'organisation interne entre l'accueil et le temps de travail en back office en trouvant des solutions à l'inconvénient d'un seul bureau open-space (réorganisation des bureaux, de l'accueil téléphonique, nouveau poste accueil, plannings prévisionnels...) → ok
- formation du personnel aux nouveaux outils (APIDAE, GRC, Edit Yourself, Blog Pro, gestion des écrans...) + formation aux nouvelles missions (reporter territoire, réseaux sociaux...) → ok
- consolider le groupe qualité, l'ouvrir aux ambassadeurs et poursuivre les groupes thématiques → ok
- anticiper les nouvelles missions des OT : nouvelles ressources et mieux promouvoir l'offre (classement, commercialisation, réseau d'ambassadeurs, conciergerie, accueil hors les murs...)
- prévoir les nouveaux besoins en formation interne pour l'accompagnement des acteurs touristiques
- accentuer la nouvelle mission de reporter de territoire (eductour, test, photos, rédactionnel blog et partage d'expérience sur les réseaux sociaux)

INDICATEURS

- Satisfaction des clients vis-à-vis du personnel
- Plan de formation du personnel, connaissance de l'offre, montée en compétence et autonomie du personnel
- Réunions d'équipe régulières, échanges et partage de compétences
- Evolution des méthodes de travail mises en place (procédures, missions...)
- Réunions du groupe qualité de la destination

3.1- PERSONNEL DE L'OFFICE DE TOURISME

Rappel des salariés, fonction, missions principales, type de contrat

- Magali CHRISTOPHE – Directrice – CDD 3 ans – 35h
missions : direction générale, représentation, communication, développement touristique
- Béatrice BONAL – Agent de Développement et de promotion touristique – CDI – 35h
missions : référente Qualité Tourisme, animatrice du réseau d'ambassadeurs, plannings, gestion doc, paniers d'accueil
- Virginie LINARD – Chargée de mission e-tourisme – CDI – 35h
missions : animation numérique de territoire, gestion des outils numériques de l'OT, des lignes éditoriales et des évolutions (site web, réseaux sociaux, applications...)



- Patricia CIPIERE – Conseillère en séjour – CDI – 35h
missions : accueil clientèle, régisseur public, boutique et billetterie, classement meublés, reporter territoire
- Valérie PINQUIER – Conseillère en séjour – CDI – 35h
missions : administratif, comptabilité, gestion de la taxe de séjour, classement meublés



A ces salariés, s'ajoute en saison estivale, 1 renfort saisonnier.

Les services de l'OT audité par des cabinets externes :

- label Qualité Tourisme, obtenu en 2013 et 2017 a été renouvelé en 2020 pour une durée de 5 ans,
- le classement catégorie I obtenu en 2015 et renouvelé en 2020 a également une durée de 5 ans,
- le classement des meublés de tourisme est valable 5 ans depuis l'audit AFNOR du 4/12/2018.

3.2- PLAN DE FORMATION

Dans le cadre de la Qualité Tourisme, le personnel doit réaliser au moins 3 jours de formation par an que ce soit en externe, en interne, sous forme d'éducteurs, de visites de prestataires, de journées techniques, ou de séminaires...

En 2020, avec la crise COVID, le personnel a suivi énormément de webinaires que ce soit avec la Région, ADN Tourisme ou d'autres réseaux.

Ainsi l'équipe a pu continuer :

- à se former (qualité tourisme, relation clients, langues étrangères, communication, tourisme durable...),
- à relayer les informations utiles pour les prestataires privés (gestion de la crise, fonds d'urgence, aides financières, clientèle intra-régionale, réouverture, e-commerce...)
- ou encore à adapter sa communication pendant la crise grâce aux réseaux (tourisme de proximité, communication réseaux sociaux, etc.).

Au total l'ensemble du personnel a bénéficié de 182 heures de formation, dont environ la moitié avec un organisme de formation agréé (Trajectoires Tourisme et autres), et l'autre moitié en webinaires.

L'ensemble des suivis de formation (individuelle et générale) est intégré dans un tableau de bord mis à jour régulièrement, et envoyé chaque année pour contrôle au CRDTA.

3.3- MARQUE QUALITE TOURISME et CLASSEMENT OT

HISTORIQUE DES AUDITS QUALITE :

- **Obtenu le 16 janvier 2014**, après un 1^{er} audit qualité en décembre 2013 réalisé par une auditrice indépendante, Gwenaëlle DE LINAGE – BURGUION. Deuxième Office de Tourisme récompensé par le label dans le CANTAL, 10^{ème} en AUVERGNE.

L'auditrice donnait une « mention spéciale » pour la gestion interne (ressources humaines et implication de l'ensemble de l'équipe), la stratégie marketing, l'implication départementale et régionale, l'innovation liée aux projets e-tourisme (mobilité, maison numérique).

- **Le 18 mai 2017**, après un second audit qualité réalisé par Lucas GIRAUDEAU du cabinet William Terry Conseil, l'Office de Tourisme obtient le renouvellement de son label pour 3 ans



Les exigences de la marque se calquent aux nouveaux comportements des consommateurs, elles se simplifient (diminution du nombre de critères), se modernisent (nouveaux moyens de collecte des avis clients par tripadvisor, google +, Facebook).

L'accent est mis sur :

- la relation avec les prestataires du territoire (conseils, accompagnements)
- le rôle d'animateur d'un réseau d'ambassadeurs.
- la promotion sur le web, les lignes éditoriales, les clientèles ciblées et qualifiées...
- le groupe qualité devient un groupe qualité de la destination et non pas des services de l'OT.

LE RENOUVELLEMENT EN 2020 :

Au printemps 2020, l'Office de Tourisme s'est préparé pour son troisième audit de la Marque Qualité Tourisme. Confinement aidant, à distance et en collaboration, l'équipe a fourni un travail efficace et de qualité. Pour plus de transparence envers nos prestataires, la plupart des documents qualifiés ont été déposés sur le blog professionnel, www.carlades.fr/espace-pro-accueil. Ainsi la stratégie de l'Office de Tourisme, son plan d'actions et ses procédures sont accessibles.

Depuis le 1^{er} octobre 2019, un nouveau référentiel porte la durée de la marque à 5 ans et est décliné en 2 grilles avec :

- 1 audit de l'accueil en client mystère
- 1 audit complet sur site (tous les bureaux tourisme sont auditables).

Le référentiel comporte 9 chapitres : promotion et communication, stratégie de l'accueil, services complémentaires, développement durable, suivi qualité, promotion tourisme, disposition pour assurer la qualité des services, engagements internes et envers la collectivité et disposition de management, et, est assorti de 3 types de critères :

- Les critères bonus (non pénalisables),
- Les critères rattrapables
- Les critères essentiels (qui touchent essentiellement la qualité de l'accueil).

L'échelle de dotation quand elle se décline en 5 points :

- L'information et la communication = 20 %
- Le savoir faire et le savoir être = 35 %
- Confort et propreté 5 %
- Développement durable 5%
- Qualité de la prestation 35 %

La qualité de l'accueil est donc bien au centre des préoccupations de ce nouveau référentiel. L'obtention de la marque ne se fait que lorsque 85% des points sont obtenus.

Le 3^{ème} audit complet a été réalisé le 4 juin 2020 par Sophie Durdilly du cabinet So Touristic (01).

Le 02 septembre 2020, visite du client mystère en la personne de Bernard Collaudin du cabinet Adeno (69).

L'équipe est fière de la reconnaissance du travail accompli avec l'obtention de 99.48% des points sur l'audit complet et 99.91% sur l'audit mystère.

Le renouvellement de la marque Qualité Tourisme a été l'occasion de reconsidérer certaines habitudes liées au fonctionnement en interne et à notre façon de travailler. Des formations et des « évaluations » sur nos méthodes de travail ont été réalisées. Notamment dans le domaine de l'accueil physique et téléphonique, accent sur la reformulation et élargissement des propositions pour être force de vente de la destination. C'est à chaque fois un nouveau challenge que l'équipe gagne.

CLASSEMENT CATEGORIE I

Le label Qualité Tourisme est un préalable obligatoire pour le maintien du **classement catégorie I obtenu en février 2015**.

Le confinement du printemps 2020 a été mis à profit pour refaire le dossier de demande de classement arrivé à échéance. L'arrêté du **16 juillet 2020** renouvelle pour 5 ans cette classification.



LA QUALITE SE MESURE

L'OT met en place des indicateurs d'activités et des indicateurs qualité (sur tous les services en contact avec la clientèle) : questionnaires satisfaction à l'accueil, sur le site internet et par mail, fiches de suggestions et fiches de remarques (réclamations), récapitulatif des remarques faites à l'accueil, cahier des incidents en interne, avis déposés sur les réseaux sociaux, enquêtes menées auprès des touristes ou des prestataires.

Toutes les informations recueillies sont analysées et présentées au Comité Directeur de l'Office de Tourisme dont la Qualité est à l'ordre du jour, au moins une fois par an et chaque fois que cela est nécessaire.

Des actions correctives ou d'amélioration sont proposées dans l'objectif d'une prise en compte globale.

QUALITE DE LA DESTINATION / DEMARCHE AMBASSADEURS

L'Office de Tourisme a mis en place une démarche d'animation territoriale avec la création d'un réseau d'ambassadeurs touristiques du territoire dans l'idée de travailler sur la qualité de la destination.

En effet, les tendances touristiques mettent en évidence la recherche de partage entre les visiteurs et les habitants, l'authenticité des relations, la valorisation d'expériences vécues et de la connaissance experte du territoire par les locaux.

L'objectif : constituer un réseau de personnes ressources sur le Carladès, prêtes à partager leurs coups de coeur, leurs endroits favoris et leurs recommandations pour découvrir le territoire !

En effet, nos visiteurs ne veulent plus visiter le Cantal « comme des touristes » mais bien vivre comme des locaux, bénéficier de conseils authentiques, connaître le petit coin préféré des habitants, celui qu'on ne trouve pas forcément sur les brochures institutionnelles...

C'est une vingtaine de personnes qui participe régulièrement aux différentes actions de l'Office de Tourisme.

Dans le premier trimestre 2020, des actions participatives ont été menées :

- Autour du **sentier Ma Montagne à Pailherols** : édition d'un livret questions/réponses pour mieux comprendre l'œuvre contemporaine installée sur le parcours en hommage aux buronniers ; rédaction d'un texte d'accompagnement à la visite qui sera enregistré sur audioguide (cirkwi).
- Dans un esprit similaire, et avec le partenariat du Parc des Volcans et de la Région, un 2^{ème} sentier thématique est en cours de réalisation : sentier de Lasmolineries autour de la **cascade de Faillitoux à Thiézac**. En 2020, nous avons pu déposer un dossier auprès de la Région, obtenant ainsi en fin d'année 80% de subventions pour l'aménagement et l'interprétation du sentier. Les travaux participatifs avec un groupe d'ambassadeurs et d'habitants ont permis de créer une histoire à raconter sur l'application Cirkwi et de programmer avec un artiste la création de panneaux explicatifs et un livret.

La crise sanitaire, les confinements successifs et les protocoles sanitaires n'ont pas permis de finaliser toutes les actions, qui se poursuivront sur 2021.

BILAN QUALITE ANNUEL (voir dossier de suivi Qualité)

Une des obligations majeure de la Marque Qualité, est de mettre en place des actions « d'écoute clients » et d'évaluation du niveau de satisfaction. Soit à chaque structure de définir son plan d'action. L'Office de tourisme du Carladès a choisi de maintenir le système du questionnaire client en direct mais aussi à distance, tout en valorisant l'obtention d'avis spontanés. Parmi les trois sites les plus répandus, on note une augmentation constante des avis sur Google + :

	Avis 2018	Avis 2019	Avis 2020	Note
Facebook	33	33		4.5
Tripadvisor	34	36	39	4.5
Google +	49	91	123	4.5

QUESTIONNAIRES CLIENTS « traditionnels » à l'accueil de l'Office de Tourisme (tablette disponible au comptoir) : 74 questionnaires en 2020

- Satisfaction globale : 92 % très satisfait
- Personnel disponible et attentif : 95 %
- Satisfaction de la réponse : 92 %
- Temps d'attente : 82 %
- Accès : 75 %

LES FICHES DE RECLAMATIONS

Le processus de traitement des réclamations est identique aux années précédentes, elles sont traitées dans un délai de 3 jours ouvrables, même si seul l'accusé de réception est à réalisé sous 3 jours et la réponse sous 14 jours. Lorsqu'il s'agit de la randonnée sur le Carlades, la communauté de communes fait également une réponse de son côté pour amener les éléments de réponses précis.

→ 6 réclamations ont été traitées en 2020 : 2 concernaient l'entretien et le balisage des sentiers de randonnée, 1 concernait un prestataire et 3 concernaient des services sur la destination.

Toutes les remarques faites auprès de l'OT sont également répertoriées, qu'elles soient positives ou critiques. Elles peuvent provenir soit des questionnaires comptoir, soit des fiches remarques ou mails reçus, ou bien soit simplement rapportées oralement à l'accueil.

La totalité des remarques et réclamations, ainsi que le suivi en interne est répertorié dans un tableau du suivi des indicateurs qualité.

Elles concernent globalement l'accueil, les sentiers de randonnées, l'entretien des équipements, la signalétique, les prestataires, les animations, la ville de Vic sur Cère, divers sujets techniques.

LES ACTIONS CORRECTIVES

L'étude des réclamations donne lieu, non seulement à un état en groupe qualité de la destination avec tous les interlocuteurs concernés, mais aussi à **la mise en place d'actions correctives et d'un suivi de la réalisation effective** de ces actions.

Cette année 2020 qui n'a rien eu de comparable avec les années précédentes, a permis de faire apparaitre de façon plus évidente le manque de services tels que : l'ouverture réduite ou inexistante des sites et des activités hors saison, la location de vélo (VTT et VAE) et les parcours correspondants, les possibilités de transport en commun sur le territoire, le service restauration et les plages horaires, l'accueil chez les commerçants.

Tous ces problèmes ont été soulevés en Groupe Qualité de la destination et une réunion est prévue prochainement avec les prestataires pour réfléchir à une action commune afin d'étendre la saison touristique.

Concernant la randonnée, et à la suite de réflexions récurrentes de clients, le personnel de l'Office de Tourisme se rend occasionnellement sur le terrain pour constater directement les problèmes : listés et photographiés, ces états des lieux sont envoyés à la Communauté de Communes afin d'inciter à l'amélioration de l'entretien, de l'aménagement et de la signalétique des sentiers. De son côté, l'Office de Tourisme améliore continuellement les informations portées sur l'application Cirkwi afin de mieux guider les visiteurs.

LA QUALITE EN INTERNE

Les remarques ou incidents internes sont notés sur un cahier ou sur drive partagé (depuis le relais des équipes à l'accueil en période Covid). La mise en place occasionnelle de binômes à l'accueil permet d'identifier et corriger les erreurs des unes et des autres, et l'équipe se réunit régulièrement (1 fois/semaine sur les périodes creuses) afin d'impliquer chacune dans tous les domaines d'activités de l'OT et d'assurer une bonne circulation des informations. De plus, chacune est chargée de tenir ses propres tableaux de bords de suivi des activités de l'OT.

LES AUTRES ENQUETES

Un questionnaire de satisfaction est remis systématiquement aux clients des activités organisées par l'OT. Malgré le faible nombre de retours, cela nous permet de rester vigilant sur la qualité des prestations et de réévaluer chaque année la justesse de l'organisation ou des contenus d'animation.

CONCLUSION

Globalement les avis concernant le fonctionnement général de l'Office de Tourisme sont satisfaisants. L'OT reste vigilant pour améliorer les points qui peuvent l'être dans son fonctionnement ou sur la destination.

Ceci est bien compris maintenant par tous les acteurs publics. Chacun est impliqué et responsable grâce à la planification des actions correctives décidées ensemble, et à la nomination de personnes responsables qui sont régulièrement relancées par l'OT qui assure le suivi des réalisations. Toutefois il paraît important de rappeler régulièrement les enjeux pour que chacun soit conscient que la qualité d'une destination n'est pas portée par une seule structure, en l'occurrence l'Office de Tourisme, mais par l'ensemble des acteurs y compris les collectivités.



RAPPEL DU PLAN D' ACTIONS ACCOMPAGNEMENT DES PRESTATAIRES

OBJECTIFS :

- Volonté d'ouverture, de dialogue, d'implication des socio-professionnels aux côtés de l'OT, travail d'équipe pour la destination et son développement économique
- Ouverture vers les non-partenaires pour susciter l'intérêt et une meilleure représentativité de l'OT
- Conforter les actions de coordination et d'animation du réseau d'acteurs, améliorer la performance numérique des prestataires du Carladès

ACTIONS :

- groupes de travail pour cerner les besoins et échanger sur les services aux pros
- information des pros : blog, newsletter, diaporamas pour leurs écrans, portes ouvertes, ateliers thématiques, délocalisation de l'accueil de l'OT via l'appli conseil en séjour
- démarche de progrès de la destination, dialogue qualité avec les hébergeurs via des intervenants extérieurs, des professionnels locaux qui partagent leur expérience (ex : avis clients, déco...), rôle d'ambassadeurs
- commandes groupées, mutualisation de services (photos, traductions, tablettes pour l'appli d'accueil...)
- visiter les structures, cerner les attentes
- mutualisation des packs partenaires Massif Cantalien,
- nouvel élan aux ateliers numériques (intervenants), tuto numériques sur le blog pro
- suivi Taxe de séjour et TAD, harmonisation des procédures au niveau départemental

INDICATEURS :

- Nombre de rencontres, visites ou échanges avec des socio-professionnels
- Nombre de partenaires accueillis à la bourse aux documents, nouveaux partenaires, produit de la TDS
- groupes de travail thématiques ou réunions publiques, nbre de pro qui s'investissent

4.1- COMMUNIQUER VERS LES PRESTATAIRES

L'Office de Tourisme communique à travers différents outils afin d'animer le réseau des opérateurs touristiques du territoire. Ces outils permettent d'inciter les professionnels à utiliser les nouveaux moyens de communication. Ils viennent compléter les diverses rencontres physiques qui ont lieu toute l'année (rencontre de ses opérateurs touristiques à l'occasion d'eductour pour mieux connaître l'offre du territoire, réunions d'information, bourse aux documents, groupes de travail...); les appels téléphoniques en période de vacances pour les états de disponibilités, ou encore les visites de tout ou partie de l'équipe de l'OT à l'occasion d'un classement, d'une nouveauté chez le prestataire, ou d'un besoin spécifique de sa part.

- un blog professionnel

Créé en interne en 2016 avec le logiciel wordpress, cet outil a pour objectif de communiquer et d'animer le réseau des professionnels partenaires ou non, en les informant des actions de l'Office de Tourisme, des nouveautés du territoire, des tendances du tourisme et du e-tourisme, des démarches qualité, etc...

- une newsletter à destination des prestataires touristiques

4 fois dans l'année, l'OT envoie à son réseau de professionnels une newsletter afin de les informer des animations, des bilans, des nouveautés du territoire et toute information pratique liée à leur activité ou aux tendances, susceptible de leur être utile. Elles sont créées et envoyées via le logiciel de GRC Tourinsoft V5.

- des mailings réguliers

L'OT informe régulièrement par mail les prestataires : programme d'animations du moment pour leurs clients, actualités à l'OT (offre de partenariat pour une opération), informations touristiques départementales, régionales ou nationales. Ces envois se font également via le logiciel de GRC Tourinsoft V5.

Le taux d'ouverture des newsletters et des mails (+ de 40%) indique que les professionnels sont intéressés par les informations envoyées par l'OT, c'est pourquoi la stratégie reste d'envoyer les mailings en fonction des informations à communiquer, et pas seulement selon un calendrier éditorial.

RENCONTRES PROFESSIONNELLES

Outre les Comités de Direction auxquels la totalité des représentants des professionnels est systématiquement invitée, ou les groupes de travail qui se réunissent occasionnellement (animation, commission tourisme, randonnée..), les professionnels sont conviés à plusieurs rencontres qui rythment l'année :

- bourse d'échange de documentation
- Eductour Massif Cantalien
- Présentation des animations de la saison et nouveautés
- Rencontres du Tourisme sous forme de portes ouvertes et d'ateliers de découverte des outils clients.

Depuis 2018, le CDT a repris l'organisation de la bourse aux documents au niveau départemental. Ainsi sont invités tous les partenaires des Offices de Tourisme et les structures départementales et régionales (Parc des Volcans, CDT, CRT, Route des fromages d'Auvergne, route des châteaux, Comité Interprofessionnel des Fromages...).

En complément, les prestataires peuvent commander la documentation qui les intéresse auprès de l'OT, et bénéficient d'une distribution personnalisée des principaux documents du Carladès et du Massif Cantalien.

En 2020, en raison de la crise Covid et des confinements successifs, les rencontres du tourisme ont dû être annulées.

Re-programmées le 5 novembre 2020, elles devaient être l'occasion de présenter :

- le nouveau Comité de Direction et de rappeler les missions de l'OT et l'équipe,
- les actions, activités, animations réalisées et à venir notamment avec les ambassadeurs ou les habitants (projets participatifs)
- les nouveaux professionnels installés
- Flux Vision Orange (intervention chef de projet tourisme du Département du Cantal)
- le fonds commun de promotion Auvergne Destination Volcans (intervention Directeur Cantal Destination)

4.2- CLASSEMENT DES MEUBLES DE TOURISME

L'Office de Tourisme a obtenu son agrément pour le classement des meublés de tourisme le 4 décembre 2018 pour 5 ans. Trois personnes à l'OT sont habilitées pour réaliser les visites de classement : 1 titulaire (Valérie PINQUIER) et 2 suppléantes (Patricia CIPIERE et Magali CHRISTOPHE).

Cette nouvelle mission permet de connaître l'offre du territoire et apporte un nouveau service aux prestataires, avec notamment l'édition d'un guide du loueur qui est proposé aux hébergeurs et mis à jour chaque année, afin de les orienter dans les démarches utiles.

En 2020, compte tenu des reports de classement accordés du fait de la crise sanitaire, seules 3 visites de classement ont été réalisées (contre 33 l'an passé) dont 2 pour un classement 3* et 1 pour un classement 2*.

4.3- CONVENTIONS DE PARTENARIAT

L'OT a reconduit ses conventions de partenariat sous forme de packs de services : PACK STANDARD et BOOST.
Cf Guide du Partenaire 2020

Les tarifs du pack standard restent inchangés depuis 2015 et suivent l'harmonisation départementale (créée en 2010 pour la partie brochures papier) à laquelle une majoration de 10€ est appliquée depuis 2015 afin d'inclure les services supplémentaires apportés par l'OT (tables tactiles, etc).

Nombre d'offres partenaires	2018	2019	2020
Activités touristiques	53	53	53
Commerces artisans	39	32	26
Hôtels et H-restaurants	15	15	14
Restaurants seuls	7	6	7
Chambres d'hôtes	8	8	6
Locations de vacances	57	66	53
campings	6	6	5
Gîtes d'étape	3	3	3
Villages vacances	1	1	1
Résidences de Tourisme	2	2	2
TOTAL	191	192	170
	dont 41 pack web	dont 44 pack web	dont 29 Boost

On peut constater que l'OT compte :

- la quasi-totalité des activités de son territoire partenaires (et aussi beaucoup d'offres d'activités partenaires, mais situées hors territoire administratif, intéressées pour être promues par l'OT),
- 75% de l'offre hôtelière
- Environ 60 % des restaurants seuls, 50% des chambres d'hôtes et de l'offre locative classée.

L'Office de Tourisme a cherché à diversifier ses services auprès des professionnels et à les interroger en petits groupes sur leurs attentes vis-à-vis de l'OT. On constate que les professionnels sont tout à fait satisfaits du travail de l'OT vis-à-vis des clients mais ne ressentent pas forcément de besoins directs par filière. Ils ont déjà leurs fédérations pour les accompagner et les services que l'OT peut mettre en place sont souvent peu utilisés (ateliers numériques, envoi de documentation, relais de leurs événements sur web et réseaux, états de disponibilité, rencontres, blog pro, boîte à outils, etc.).

Au final les prestataires apprécient les services « simples » de l'OT, comme le fait que leur présence soit assurée sur les sites internet institutionnels, qu'on leur apporte de la documentation, qu'on les conseille à l'accueil, etc. et sont partenaires pour cela et pour soutenir le développement du tourisme local.

Encore beaucoup de petits meublés attendent de l'OT un retour sur investissement direct pour augmenter leurs semaines de location.

Les efforts importants déployés par l'OT à destination des professionnels pour les soutenir pendant la crise Covid (webinaires, synthèse des informations aux pros sur le blog, offres promotionnelles...) ont été peu impactant, les pros étant déjà noyés sous les informations de leur regroupement, du département, de la Région, etc.

Avec la volonté de mutualiser les partenariats au niveau du Massif Cantalien, il faut aussi penser à engager une véritable réflexion de fond sur cette relation commerciale qui n'est pas très valorisante pour l'OT malgré des efforts pour valoriser les services nouveaux. Le budget apporté par les pros est indispensable à l'OT mais l'oblige en même temps à ne pas choisir les offres à promouvoir selon les attentes des clients, mais selon les offres partenaires ou non.

PANIER D'ACCUEIL HEBERGEURS

Les paniers d'accueil sont composés de produits agro-alimentaires locaux, dont les tarifs sont négociés avec les producteurs. Les paniers ainsi constitués sont vendus quasiment à prix coûtant par l'OT aux hébergeurs partenaires de l'opération, qui les offrent ensuite à leurs clients en séjour.

L'OT intègre également dans le panier d'autres éléments variables : guide photos du Carladès, livret de découverte pour les enfants, chéquier avantage avec tarifs négociés par l'OT dans des sites de visite départementaux, etc.

Suivi des commandes :

	2017	2018	2019	2020
Carladès	566	541	559	373
Hautes Terres Tourisme	440	565*	423	
ALT Massif Cantalien	1 006	1 106	982	

* dont 210 en actions de promotion



Si les commandes restent importantes en Carladès, de nombreux autres secteurs du Cantal ont arrêté cette opération compte tenu du manque de demande et de la charge de travail pour confectionner les paniers.

Néanmoins, les commandes diminuent et sans la participation du Massif Cantalien ou des partenaires (pour le don de sacs ou la prise en charge des chéquiers), l'opération serait déficitaire. La limite de 500 paniers minimum a été franchie en 2020, une réflexion devra être menée sur le renouvellement des paniers.

	2017	2018	2019	2020
Coût de l'opération pour l'OT Carladès	4070 €	3369 €	3363 €	2154 €
Coût de l'opération pour l'ALT (chéquiers)	1160 €	1068 €	978 €	0 € <i>pas de chéquiers sacs AOP offerts</i>

Recettes hébergeurs à l'OT Carladès	4429€	4540 €	4626 €	3000 €
Vente boutique OT Carladès	258€	166 €	48 €	

L'ensemble des services proposés par l'OT à ses partenaires est repris dans le guide mis à jour chaque année :

LE GUIDE DU PARTENAIRE 2020

- pourquoi et comment agir ensemble -

carlades.fr
tourisme@carlades.fr
04 71 47 50 68
av. Mercier - 15800 Vic sur Cère

Chiffres clés du tourisme en Carladès

- ▷ **Le poids du tourisme :**
plus de 800 offres touristiques
plus de 11 000 lits touristiques marchands et non marchands
575 000 nuitées / an sur le territoire
+ de 32 millions d'euros de retombées économiques liées au tourisme
- ▷ **L'Office de Tourisme :**
un réseau de près de 200 partenaires touristiques
22500 visiteurs accueillis depuis le début de l'année 2019 (25000/an)
1000 participants aux animations via l'Office de Tourisme en 2019
- ▷ **L'impact du digital :**
+ de 57 000 visites sur notre site web depuis début 2019
16 000 vidéos Carladès vues sur notre chaîne YouTube
3300 abonnés Facebook et 1200 sur Instagram
6000 fiches randos consultées sur internet/an

Un accueil haute qualité

L'Office de Tourisme est régulièrement audité par un cabinet extérieur et des visites mystères pour le renouvellement de sa Marque Qualité Tourisme indispensable au classement en catégorie T (meilleur classement national).

Ainsi l'équipe s'engage dans ces démarches avec plusieurs objectifs :

- ▷ Garantir une qualité de services aux visiteurs, une information personnalisée, des conseils engagés et une écoute client pour faire évoluer nos propositions sur le Carladès,
- ▷ Promouvoir l'offre de la destination Massif Cantalien en mutualisant nos moyens avec le Cantal, Auvergne Destination Volcans et la Région pour donner envie de découvrir,
- ▷ Être à l'écoute des professionnels et animer le réseau local, connecter les acteurs du tourisme entre eux, vous accompagner dans votre développement numérique, mais aussi dans l'adaptation aux diverses attentes des clients, vous épauler dans vos projets,
- ▷ Optimiser la démarche qualité en interne comme outil de management participatif, en favorisant la montée en compétences du personnel et en créant de nouveaux challenges au bénéfice de l'économie locale.

4.4- ANIMATION NUMERIQUE DE TERRITOIRE

L'animation numérique de territoire est une mission reconnue des Offices de Tourisme.

Les missions de l'Animateur Numérique de Territoire, chargé de projet e-tourisme (diplôme reconnu) :

- Évaluer les besoins des professionnels : diagnostic numérique de territoire
- Sensibiliser et accompagner les professionnels de son territoire sur les enjeux du numérique
- Promouvoir les outils départementaux et régionaux disponibles sur le territoire
- Être le référent et « l'expert e-tourisme » dans sa structure employeur

L'ANT doit créer une dynamique sur le territoire, encourager les échanges, comprendre les attentes des prestataires et des clients en matière de numérique.

L'objectif de l'animation locale de l'Office de Tourisme est de sensibiliser, d'informer et de professionnaliser un maximum d'opérateurs touristiques du territoire, de leur donner des clés pour leur développement sur internet et d'améliorer ainsi la dynamique numérique du Carladès dans sa globalité.

L'année 2020 aura été très particulière pour tous, et l'accompagnement numérique des professionnels du tourisme s'en est trouvé fortement impacté. En effet, avec les confinements du printemps et de fin d'année ajoutés à une saison estivale intense il n'a pas été possible de rencontrer autant que prévu les prestataires, ni de proposer des rencontres.

L'équipe de l'Office de Tourisme a néanmoins mis ce temps à profit pour se former au nouvel outil Addock, logiciel à destination des opérateurs de loisirs, et va donc pouvoir accompagner les professionnels dès 2021 sur le déploiement de cet outil.

4.5- TAXE DE SEJOUR

L'Office de Tourisme est chargé par la Communauté de Communes de collecter la Taxe de séjour qui constitue une contribution des touristes à l'amélioration des conditions d'accueil sur notre territoire.

La Taxe de séjour est régie par un dispositif législatif et réglementaire (Art L2333-26 à L2333-46 du CCGCT) et chaque hébergeur touristique a l'obligation de la percevoir et de la reverser.

« Nouveaux Territoires » Plateforme OT : pour les hébergeurs qui ne passent pas exclusivement par des plateformes numériques, la télédéclaration mise en place par l'Office de Tourisme sur <https://carlades.taxesejour.fr> est très utilisée. Les hébergeurs se connectent chaque mois pour déclarer le nombre de nuitées taxées (et non taxées pour les statistiques). Au terme de chaque trimestre, un Etat Récapitulatif est transmis à chaque hébergement afin de procéder au reversement de la taxe collectée.

Pour 2020, Le Conseil départemental du Cantal a décidé d'instaurer une **taxe de séjour additionnelle départementale (TAD)** à la taxe de séjour. Le Cantal rejoint ainsi 60 autres départements qui appliquent cette taxe. La Taxe de séjour additionnelle Départementale, prévue par le Code général des collectivités territoriales, est une taxe de 10 % qui s'ajoute à la taxe de séjour existante.

Les chiffres ci-dessous sont ramenés à l'année civile sur laquelle ils ont été collectés par l'hébergeur et donc dû à l'OT, et ne correspondent donc pas aux montants budgétaires.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
TOTAL	127 294 €	126 139 €	120 179 €	118 325 €	126 395 €	145 295 €	143 295€*

Attention ! Ces chiffres ne sont pas définitifs car des factures ne sont pas encore réglées sur 2020.

* intégrant la nouvelle Taxe Additionnelle Départementale

La répartition de la TDS est la suivante pour l'année 2020 :

154 520 nuitées taxées et non taxées ont été déclarées

Ceci ne prend pas en compte les nuitées collectées par les opérateurs numériques car les reversements effectués par ces opérateurs ne permettent pas de répartir les nuitées collectées par types d'hébergements à l'exception des Gîtes de France. Néanmoins on peut évaluer à environ 26,60% ces nuitées, donc environ **41 100 nuitées supplémentaires**.

Pour 2020, sur notre territoire,

- 317 hébergements (dont 270 meublés de tourisme) soit 5825 lits pour 281 hébergeurs
- 12 hébergeurs ont arrêté leur activité.
- 11 nouveaux hébergements, essentiellement des meublés de tourisme.

**BILAN DECLARATIONS PAR COMMUNES
ANNEE 2020**

état au 14/04/2021

Communes	Sommes déclarées
BADAILHAC	1 352.57 €
CROS-DE-RONESQUE	132,30 €
JOU-SOUS-MONJOU	1 079,10 €
PAILHEROLS	9 010.65 €
POLMINHAC	4 607.22 €
RAULHAC	871,04 €
ST CLEMENT	2 749.47 €
ST-ETIENNE DE CARLAT	576.44 €
ST-JACQUES DES BLATS	38 958.67 €
THIEZAC	13 029.55 €
VIC-SUR-CERE	32 805.90 €
Opérateurs numériques	38 121,61 €
Total	143 294.52 €

**BILAN DECLARATIONS PAR TYPES
D'HEBERGEMENTS ANNEE 2020**

Hebergements	Sommes déclarées
Hôtels	39 099.17 €
Villages de vacances	21 523,56 €
Meublés de tourisme	19 163.81 €
Chambres d'hôtes	2 836.11 €
Terrains de camping	19 987,21 €
10ième nature	2 563.04 €
Opérateurs numériques	38 121,61 €
Total	143 294.52 €

Les chiffres présentés sont provisoires, car la totalité de la taxe n'a pas encore été récoltée sur 2020.

En début d'année 2021, nous avons procédé au reversement de la taxe de séjour additionnelle départementale collectée pour un montant de **10 155.62 €** au département du Cantal.

En fin pour l'année 2020, l'Office de Tourisme a émis 8 courriers de mise en demeure de régularisation (défaut de déclaration/ absence de paiement /retard de paiement) par lettre recommandée avec accusé de réception. Tous les hébergeurs ont régularisé leur situation : déclaration et reversement de la TS, étalement des paiement, justification (ne loue plus, ou commercialisation exclusive par le biais d'opérateurs numériques).

Les opérateurs numériques – Airbnb, Gites de France, Le BonCoin, Belvilla, Booking et Aritel Homeaway – ont reversé 38 121.61 € pour 2020.



RAPPEL DU PLAN D' ACTIONS COMMUNICATION ET PROMOTION

OBJECTIFS :

- Poursuivre l'évolution de la communication de l'OT vers davantage de participation des clients et des prestataires (échange d'expériences, nos coins préférés...)
- Mieux faire connaître la dynamique touristique du Carladès, les projets d'équipement innovant localement
- Accentuer la notoriété du territoire au sein de « l'Auvergne, destination volcans » et le Massif Cantalien
- Diffuser l'offre du territoire, apporter un soutien aux professionnels du tourisme
- Suivre et faire évoluer les lignes éditoriales de nos outils de communication

ACTIONS :

- réédition du Magazine Massif Cantalien et carte Rando (photos, contenus, échanges HTT)
- nouvelle carte OUTDOOR trail Massif Cantalien et sentiers VTT – VTTE + site web associé outdoor Massif
- renforcer la communication via les ambassadeurs, les interviews, les rubriques « on a testé pour vous »
- campagne de référencement payant site web + campagne sur les réseaux sociaux
- lignes édito (blog, news pro et public, réseaux sociaux, site web, écrans d'accueil et d'animations...)
- e-mailing et envoi des newsletters vers des clientèles ciblées grâce aux outils de GRC
- Fonds commun de promo Auvergne
- presse : programmes réguliers, communiqués, mini-conférences, journal ComCom
- communiquer sur les outils numériques de l'OT dès réalisations
- refonte du guide des animations (ambassadeurs + coordination en journée + sites de visite incontournables)
- compléter la vidéo de la destination sur activités neige, eau, famille
- créer les flyers sur les 3 sites participatifs, réflexion sur une identité commune des sentiers en Carladès

INDICATEURS :

- Besoins et clients couverts par les éditions, nombre d'exemplaires, nombre de partenaires participants
- Statistiques des réseaux sociaux, de l'open system, site web, Cirkwi, application d'accueil, bornes
- Bilan qualitatif et quantitatif des actions de promotion, Revue de presse

5.1- ACTIONS MUTUALISEES ALT MASSIF CANTALIEN



L'agence locale de tourisme du Massif Cantalien regroupe les 2 Offices de Tourisme communautaires du Carladès et de Hautes Terres. Sont également associés la station du Lioran, le Grand Site du Puy Mary, le CDT, voire la Communauté de Communes des Pays de St Flour sur certains appels à projets régionaux.

Les Directrices des 2 OT coordonnent en alternance la gestion de l'association et le travail commun :

- * communication (carte touristique, carte rando, sites, refonte du site web massif cantalien...)
- * information : hors les murs – présence dans les hébergements grandes capacités (brochures, écrans)
- * promotion : salons France avec CDT sur stands mutualisés (coût)
- * commercialisation à l'étude par convention avec les OT déjà agréés : St Flour et Le Lioran
- * équipements numériques : volonté de supports communs (appli et cartes rando)
- * ingénierie de projet : appels à projets pleine nature, bus des neiges...
- * réflexion commune sur le conventionnement avec le Lioran

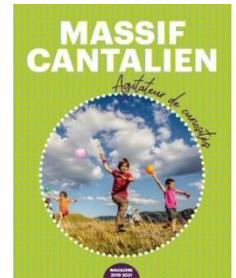
EDITIONS MUTUALISEES

L'Office de Tourisme du Carladès édite des brochures, cartes et flyers soit à l'échelle de son territoire communautaire, donc à en-tête Carladès, soit à l'échelle du Massif Cantalien, en collaboration avec l'Office de Tourisme de Hautes Terres.

En effet, la destination touristique dépasse les limites communautaires administratives. Aussi les 2 communautés de communes sont regroupées depuis une dizaine d'années, afin d'éditer ensemble une documentation touristique sur le territoire Massif Cantalien.

Créé en 2019, l'édition initiale du nouveau Magazine de destination à l'échelle du Massif Cantalien est toujours utilisée à l'accueil. Edition de qualité qui se rapproche d'un « vrai magazine » réalisé avec des photographes et une maison d'édition, le magazine met en avant des articles, des partages d'expériences, des interviews, de belles photos, donne envie et permet de mieux répondre à la demande des clients qui préparent leur séjour (envoi courrier ou salon), à ceux qui cherchent des idées d'activités, etc.

Il regroupe les activités, sites de visite, artisans et producteurs, restaurants...



Les autres brochures éditées à l'échelle du Massif Cantalien aujourd'hui sont :

- la carte touristique
- la carte des randonnées

Les brochures éditées à l'échelle du Carladès :

- le plan de Vic sur Cère et du Carladès
- le flyer du Pas de Cère et divers flyers locaux
- la brochure des animations estivales
- livret volcan du Cantal



Les informations touristiques sont également valorisées dans **des e-brochures** éditées en interne grâce à l'outil EDIT YOURSELF (« moteur de publication » en lien avec la base de données Apidae) pour les hébergements, les restaurants, les commerces et services, les animations, les événements, mais aussi pour apporter à la demande des informations plus détaillées sur les restaurants, les sites de visites, etc.

De plus, des **e-brochures personnalisées** peuvent également être éditées à la demande en fonction des attentes précises des clients et remises à l'accueil ou envoyées par mail via le logiciel de Gestion Relation Client (GRC).

Toutes les e-brochures (hébergements, animations, etc.) peuvent être éditées au choix à l'une ou l'autre échelle Carladès ou Massif Cantalien, en fonction de la demande ou des opérations (salons).

L'objectif est de poursuivre dans cette dynamique, qui a le double avantage de réduire l'utilisation du papier, la gestion des stocks, mais également de répondre de manière beaucoup plus efficace aux clients.

Le travail avec Edit Yourself s'est donc étendu à la mise en place d'une e-brochure activités et aux PDF des fiches de randonnées.

Compte tenu de la crise sanitaire, aucune édition papier nouvelle n'a été réalisée en 2020.

SALONS TOURISME ET RANDO : Cf bilan Fonds de Promotion Auvergne + cf bilans salons

Dans le cadre du fonds commun de promotion Auvergne, les OT ont participé au salon de la randonnée de Nantes début 2020. Du 24 au 26 janvier, 250 visiteurs ont été renseignés sur le stand Cantal :

- très peu de famille, + de 90% de couples seniors, beaucoup de camping-caristes,
- forte demande pour de la documentation départementale (carte touristique, visites, hébergements, carte rando pédestre, cyclo voies vertes, VTT, itinérance, recettes...)

Les autres salons ont été annulés en raison de la crise sanitaire.



SITE INTERNET www.massifcantalien.com

Après l'abandon de la création d'un site internet unique au vu des redécoupages communautaires, le site du massif cantalien a été mis en sommeil. L'AG de l'ALT Massif Cantalien a décidé de récupérer le nom de domaine pour le faire évoluer en véritable site dédié aux activités de pleine nature sur la destination Massif Cantalien.

TERRITOIRE 4 SAISONS / REGION AUVERGNE RHONE-ALPES

Après une candidature partagée et l'audition par la Région des directrices des Offices de Tourisme de Saint-Flour, Hautes Terres, Lioran et Carladès, la destination « Massif Cantalien » a été retenue « **Territoire de montagne 4 saisons** ». Les projets publics et privés répondant à l'appel à projet régional bénéficient d'un accompagnement technique et financier particulier d'Auvergne-Rhône-Alpes.

5.2- PRESENCE DE L'OT SUR LE WEB

La communication numérique constitue une grande partie de la promotion du Carladès.

L'Office de Tourisme est présent sur le web à travers différents canaux :

- Le site internet de destination et de séjour : www.carlades.fr
- Les réseaux sociaux : la page Facebook Carladès Cantal, le compte Twitter @otcarlades et le compte Instagram Carladès Cantal Tourisme
- Une chaîne You Tube
- Des fiches établissements sur des sites référents comme Google ou encore Trip Advisor

L'objectif de communication numérique est de promouvoir la destination auprès des internautes, et d'en augmenter la notoriété. En fonction des cibles et des audiences des différents outils, leur contenu peut différer. Des lignes éditoriales permettent d'assurer une cohérence dans la communication, mais aussi de planifier au mieux et de gérer le temps de travail consacré à la mise à jour de ces supports.

Ces outils de communication ont aussi pour vocation de créer un réseau d'ambassadeurs du territoire, là encore en associant les opérateurs touristiques, mais aussi les habitants, afin de développer la présence et l'impact de la destination sur internet. Les réseaux sociaux, grâce aux hashtags et à une ligne éditoriale spécifique permettent de mobiliser les locaux pour promouvoir leurs coups de cœur, leurs bonnes adresses, leur territoire.

Le site internet de l'Office de Tourisme est le principal outil de communication sur le web. Il répertorie l'offre touristique partenaire du territoire, les animations et manifestations. Il met en avant grâce à des articles de blog des points forts du Carladès, de manière plus éditorialisée.

SITE INTERNET www.carlades.fr

Toutes les informations de contenus sont modifiables directement par le personnel de l'OT via Wordpress ou le Système Régional d'Information Touristique - SRIT :

- mise à jour des informations texte des fiches dans toute l'arborescence
- modification de toutes les photos des fiches ou du site en général
- ajout de pages, bons plans et nouveautés, etc.

Ces modifications sont faites quotidiennement au fur et à mesure de leur arrivée (nouveautés, animations, modifications de fiches des prestataires).

	2017	2018 incomplet car en refonte	2019	2020
Visites	44 604	22 284	68 581	136 038
Visiteurs uniques	33 752	16 258	54 712	105 861
Pages vues	166 225	95 413	225 287	277 785
Durée moyenne	03 :16	03 :21	03 :16	01 :13

Si la forte hausse de fréquentation est très encourageante pour l'Office de Tourisme, il faut tout de même prendre en compte le temps moyen passé sur le site.

Ces chiffres peuvent s'expliquer par différentes raisons : l'année 2020 a été une année très particulière à tous les niveaux et en particulier pour le tourisme. Après avoir subi un coup d'arrêt au moment du confinement en mars, les sites internet de tourisme et en particulier les sites inspirationnels ont connu un franc succès. L'envie de vacances et d'évasion ressentie par de nombreux français s'est traduite par un trafic fortement augmenté, notamment depuis les réseaux sociaux. L'attractivité de la destination Auvergne et de la campagne entre aussi en jeu.

On peut aussi expliquer la hausse de fréquentation du site internet en particulier sur la saison par une tendance des clients à consulter l'information en ligne plutôt que de se déplacer à l'Office de Tourisme : soit directement sur le site, soit par le biais du chat (mis en place au printemps 2020).

Le travail de référencement amorcé avec la refonte du site en 2018 commence aussi à porter ses fruits, et permet sans aucun doute de gagner du trafic. En effet, on constate sur les statistiques que 82% des visiteurs proviennent des moteurs de recherche.

Le temps passé sur le site et le taux de rebond sont en revanche plus inquiétant. En effet, le nombre de visites a certes augmenté, mais ces visites sont peut-être moins intéressantes. Il faut différencier le trafic en 2 catégories :

- Un certain nombre de visiteurs du site consultent un article de blog par exemple, ou leur page de destination, ou encore contacte l'Office de Tourisme via le chat. Une fois cette information trouvée ils quittent le site, et c'est tout à fait légitime.
- Une autre partie des visiteurs arrivent sur le site via des recherches et s'en va aussitôt. Il conviendra de travailler sur des pistes d'améliorations pour capter davantage les internautes.

Il est important de noter plusieurs points :

- **Le nombre de connexion via les outils mobiles a continué d'augmenter** : désormais 53% des connexions se font via un smartphone, 9% via une tablette et 38% seulement via un ordinateur.
- **Les internautes arrivent sur le site par d'autres biais que la page d'accueil** : les articles de blog et les pages de contenus sont bien référencées et donnent davantage de visibilité au site internet.
Top 3 des pages de destination reste le même mais la page d'accueil n'est plus la première page d'entrée sur le site : à voir dans le Cantal, 5 randonnées incontournables sur le Massif Cantalien, page d'accueil
- **Le trafic via les réseaux sociaux est forte augmentation : il a été quasiment doublé en 2019**. La ligne éditoriale et le partage de contenu de type article fonctionne, la cohérence des outils et l'image de marque de la destination doit continuer à être valorisée et travaillée
- **Le taux de rebond (76%) assez élevé : c'est un point d'attention à travailler pour 2021**, en développant notamment les liens internes au site. Ce taux peut être expliqué par le fait que les visiteurs du site trouvent facilement le contenu recherché (ex : un article partagé sur Facebook est lu puis on quitte le site, une question sur le chat, etc..).

Il est important aussi de mettre en place une stratégie de navigation sur le site afin d'inciter de perdre les internautes trop rapidement, notamment en travaillant le cross-selling.

NEWSLETTER CLIENT :

Newsletter	Thème	Nombre d'envois	Taux d'ouverture	Taux de clics	Désabonnements
Janvier 2020	Vœux - vidéo	883	28%	6%	1.25%
Juillet 2020	#Cetétéjevisitelafance - Cantal	903	25%	3.5%	0.90%

2 e-mailings ont été envoyés aux clients de l'Office de Tourisme. Encore une fois, face à une année compliquée le calendrier éditorial a été complètement bouleversé. Certains articles parus que le site de l'Office de Tourisme ont été publiés principalement à destination des habitants. De plus la communication a été faite sur les réseaux sociaux, notamment au printemps.

Depuis l'année 2018, l'OT utilise un logiciel de GRC, qui permet de gérer les demandes des clients de manière plus personnalisée, mais également les envois de newsletter. En effet, l'inscription et le désabonnement sont gérés automatiquement par le logiciel, de même que les adresses en NPAI, le fichier est ainsi « nettoyé » en temps réel. Les e-mailings de l'Office de Tourisme ont plutôt un bon taux d'ouverture, et on constate très peu de désabonnements. Ils permettent de mettre en avant quelques articles sur le blog de l'Office de Tourisme, et ont pour but de faire la promotion de la destination.

RESEAUX SOCIAUX

Les réseaux sociaux ont pris une place toute particulière en 2020, notamment au cours du 1^{er} confinement. On a pu constater ce printemps une forte hausse de la fréquentation de ces sites, et l'engouement du public pour des images et vidéos du Cantal. L'Office de Tourisme a profité de cette période pour relancer le compte Twitter du Carladès, et relayer ainsi de nombreux articles.

Cependant, il est intéressant de regarder les chiffres en détails car on constate que sur l'année 2020, le trafic sur le site web en provenance des réseaux sociaux comme Facebook ou Instagram reste stable par rapport à l'année précédente. En revanche il a été multiplié par 3 sur d'autres réseaux sociaux : Pinterest et Twitter.

En 2021, l'objectif pour l'Office de Tourisme va être de revoir sa ligne éditoriale en fonction de ces nouveaux supports et de drainer davantage de trafic sur le site web.

SITES D'AVIS

Page Trip Advisor

L'Office de Tourisme a décidé de créer une page officielle sur ce site d'avis, et on constate que le taux de satisfaction est très bon, et à ce jour aucune remarque négative n'a été postée sur la qualité de l'accueil. Trip Advisor n'est pas un site très utilisé pour les Offices de Tourisme.

Chaque commentaire posté est traité en interne et fait l'objet d'une réponse. L'Office de Tourisme gère également la page Trip Advisor du Pas de Cère.

Page Google MyBusiness

En constante évolution et soumises à de nombreux changements de fonctionnement de la part de Google, on constate que cette page est de plus en plus utilisée, notamment pour les avis clients. La page de l'Office de Tourisme génère du trafic sur le site internet, mais également des appels téléphoniques.

Sur cette page aussi les commentaires sont traités et le personnel de l'Office de Tourisme y répond.

LA RESERVATION EN LIGNE

Sur son site internet, l'Office de Tourisme a opté pour l'intégration complète de la place de marché régionale via un tunnel d'achat et un panier. Ainsi tous les prestataires partenaires équipés d'un outil de réservation en ligne (Open Pro ou tout autre outil compatible) peuvent être réservés directement sur le site de l'Office de Tourisme.

Cela permet d'avoir un site plus professionnel mais aussi encourage à la réservation grâce à un environnement plus rassurant pour le client. Néanmoins, la réservation en ligne sur le site de l'OT reste anecdotique, avec un total de 847 € en 2020.

Cette année peu d'activités ont été réservées sur le site de l'Office de Tourisme, et ce malgré le contexte particulier de la pandémie. Très peu d'hébergements sont réservés sur le site de l'Office de Tourisme, ce qui est compréhensible face à la dominance du marché par les grandes plateformes de réservation.

En 2021, le travail d'accompagnement de l'Office de Tourisme devra davantage s'axer sur les prestataires d'activités, afin de les encourager à proposer de la réservation en ligne. En effet, cette action n'ayant pu être menée en 2020, il va être primordial de le faire rapidement, notamment avec le nouvel outil Addock et l'Open Expérience proposés par la région.

5.3- AUTRES ACTIONS DE COMMUNICATION DE L'OFFICE DE TOURISME

APPLICATION CIRKWI

L'Office de Tourisme travaille déjà depuis plusieurs années avec l'application Cirkwi. Cette application a 2 avantages : elle permet de promouvoir les randonnées auprès du grand public, puisqu'elles sont accessibles et téléchargeables sur leur mobile, à travers l'application gratuite. De plus, Cirkwi permet grâce à des modules d'afficher les randonnées sur le site web de l'Office de Tourisme.

Depuis 2019, le travail de l'Office de Tourisme avec ses ambassadeurs a permis d'amorcer une nouvelle évolution de l'usage de cette application par l'Office de Tourisme, en créant des parcours audioguidés, des circuits voiture...

Le nombre de consultations de fiches circuit indiquent que ces modules sont très utilisés : plus de 6700 itinéraires consultés sur le site web de l'Office de Tourisme et plus de 20000 sur le site et l'application Cirkwi.

BROCHURES LOCALES

- un carnet d'aventures : destiné aux familles en séjour, il constitue un parcours ludique sur le Carladès à la recherche de réponses aux énigmes et jeux proposés. Cela permet à la fois de proposer un support de découverte adapté aux familles avec de jeunes enfants, mais également de les inciter à circuler sur l'ensemble du territoire. Enfin un lien est fait à chaque page vers des idées de balades ou de visites familiales, invitation à se renseigner auprès des conseillères en séjour.
- un plan de Vic : permet également de faire la visite historique de Vic sur Cère
- un flyer spécifique pour valoriser l'ENS du Pas de Cère
- une brochure des animations de l'OT et de ses ambassadeurs.





RAPPEL PLAN D' ACTIONS BOUTIQUE

OBJECTIFS :

- satisfaire la demande de la clientèle de passage à l'OT (produit souvenir, produits locaux...)
- véritable vitrine des productions locales et renvoi vers les artisans et producteurs locaux
- ressource financière supplémentaire à l'OT, en valorisant la force de vente des conseillères en séjour,
- passer du conseil à la vente, non seulement pour la partie boutique, mais également pour « vendre » davantage les activités, les restaurants, etc.
- respecter la charte de la boutique

ACTIONS :

- soigner la présentation attractive des produits et des vitrines, l'étiquetage, l'affichage de la provenance locale des produits, la décoration saisonnière de l'espace boutique
- poursuivre réactivité et force de proposition pour valoriser certains produits en fonction d'évènements (paniers cadeaux, mise en avant...)
- récolter les avis des clients et s'en servir dans le bilan annuel pour renouveler les gammes de produits,
- étoffer l'offre de produits à destination des enfants et en lien avec la randonnée
- échanger en équipe sur l'argumentaire de vente, et créer un book pour valoriser les producteurs
- mettre à jour régulièrement l'affichage des CGV, mettre en place des outils pour une gestion rigoureuse des DLC, tarifs et achalandage

INDICATEURS :

- Diversité des gammes de produits
- Etat des ventes de produits et activités

GESTION INTERNE

La gestion de la boutique s'est professionnalisée grâce à la formation du personnel dans les domaines de l'aménagement de l'espace boutique et des moyens pour passer du conseil à la vente, grâce à l'informatisation de la vente et de la gestion (TPE, vente à distance, empreinte bancaire).

Les produits sont présentés de façon attractive, les gammes sont variées, et les fournisseurs sélectionnés sont des producteurs locaux pour lesquels la boutique de l'OT représente une véritable vitrine et une invitation à aller à la rencontre de leur activité.

La signalétique et l'étiquetage sont soignés afin de mettre en évidence la provenance des produits locaux, de créer une décoration saisonnière, et d'intégrer l'espace boutique dans le cheminement des visiteurs à l'OT. Les choix de produits, leur mise en valeur, les argumentaires de vente, sont discutés en équipe car la boutique fait partie intégrante de la démarche d'accueil du visiteur.

Ainsi, en fin de saison estivale, un premier bilan général est présenté par la responsable boutique à l'équipe afin :

- de donner les chiffres sur les meilleures ventes de l'année (par CA/Quantité/Marge) ;
- d'échanger sur les différentes difficultés rencontrées sur le fonctionnement et la gestion de la boutique ;
- d'échanger sur les remarques et les demandes des clients ;

Ce premier bilan permet de définir les orientations pour l'année suivante : diversification des produits, choix de nouveaux fournisseurs...et permet d'étoffer les gammes de produits pour répondre au mieux à la demande des visiteurs.

Les résultats financiers (chiffre d'affaire/marge) se maintiennent. Un bilan complet et détaillé permet de définir les orientations de l'année suivante.

Malgré la fermeture de l'office de tourisme pendant deux mois (mars et novembre) en raison des directives gouvernementales liées au COVID, et une fréquentation annuelle inévitablement en baisse en nombre de visiteurs, les chiffres de la boutique n'ont pas subi la perte attendue.

	2019	2020
CA BOUTIQUE	18 561 €	15 066 €
NOMBRE DE VISITEURS	23 691	17 883
NOMBRE DE CLIENTS BOUTIQUE	2292	1971
TAUX DE TRANSFORMATION	10 %	11 %
PANIER MOYEN	8,01 €	7,64 €

RELATION CLIENTS

Les clients passent autant de temps devant l'espace information (présentoirs, écrans) que devant les produits ; c'est, au même titre que la table tactile, les présentoirs de documentation ou les écrans, un espace qui leur permet de patienter dans les moments de forte affluence.

Si l'acte d'achat était jusque-là réalisé soit par la transformation de l'acte d'accueil en acte de vente ou par l'achat d'impulsion, il est maintenant fréquent que nos visiteurs, en début de séjour, s'assurent de nos horaires d'ouverture et de la disponibilité des produits pour venir faire leur achats souvenirs avant le départ.

Les statistiques détaillées pour 2020 en marge et quantité permettent d'évaluer les produits à ne pas renouveler, et les familles de produits à étoffer.

Par famille, les produits les plus vendus sont :

- en quantité = copie, gadgets produits gourmands, boissons, cartes
- en marge = gadgets, cartes, produits gourmands, boissons
- en chiffre d'affaires = produits gourmands, gadgets, boissons cartes

Les ventes et le chiffre d'affaires sont stables : (mise à jour des chiffres faite pour chaque année, pêche et/ou tennis déduits)

Boutique seule	Chiffre d'affaire annuel	Marge nette	
2018	15 904 €	5 352 €	33 %
2019	18 561 €	6 129 €	34 %
2020	15 066 €	5 470 €	36 %

Les produits vendus à l'accueil concernent la boutique mais également les activités organisées par l'OT ou par ses partenaires. On atteint ainsi un chiffre d'affaire global de 18 150 € pour une marge nette de 5 306 €, les animations étant globalement légèrement déficitaires.



ANNEXE

Listings des tableaux de bord de suivi d'activité

THEME ET NOM DU TABLEAU DE BORD	périodicité de mise à jour
1- MISSION ACCUEIL ET INFORMATION	
statistiques fréquentation : GRC actes d'accueil, qualification des clients, départements et compteur visiteurs	màj tous les mois des AA màj chaque saison des graphiques avant présentation en CODIR
stat des modes de contacts + des modes de réponses (tél, mails, courrier, contact web)	1 fois par an (+ bilan année civile)
stat de fréquentation des sites touristiques	1 à 2 fois par an (après l'été + bilan annuel)
Accueil hors les murs (salons, stands...)	après chaque évènement
Périodes et horaires d'ouverture de l'OT	validé en CODIR oct. pour année à venir
Editions, gestion de la documentation, suivi des exemplaires distribués, contenance cartons, lieux stockage...	à chaque nouvelle livraison + inventaire régulier à chaque fin de saison
Etat de disponibilité des hébergements	avant chaque vacances scolaires
Contacts accueil : association rando, CE, grand public pour news et opérations	au fur et à mesure
Stat de l'utilisation de la table rando et des bornes tactiles extérieures	1 fois par an
2- ANIMATION ET DEVELOPPEMENT	
STAT ANIMATIONS : stats fréquentation, billetterie, ventes	màj après chaque vacances bilan annuel avec graphiques
Accueil Gourmand - organisation	préparation 1 fois / an - MAI puis bilan dans les stats animation
Suivi des contacts annuels conventions partenariales / animations / accueil...	préparation 1 fois / an - FEVRIER
Fiche argumentaire des animations	préparation 1 fois / an - MAI
Bilan spécifique Balades contées dans le Pas de Cère (dépenses / recettes)	fin d'année
Suivi des expositions à la Maison du Tourisme	Prévisionnel puis suivi régulier
Suivi des missions réalisées avec / par les ambassadeurs	régulièrement, bilan 1 fois / an
Bilan QUALITE global intégrant tous les indicateurs : enquêtes satisfaction client (comptoir et distant), avis clients sur les réseaux sociaux et sites d'avis (au sujet de l'OT et de la destination sur les sites des prestataires ou lieux de visite), remarques et réclamations, enquêtes animations, enquêtes hébergeurs	extraction après chaque saison bilan annuel graph + powerpoint
Procédures QUALITE : fiche pro, tuto...	au fur et à mesure des besoins vérification générale 1 fois/an - JANVIER

3- ORGANISATION INTERNE

Plannings équipe accueil	déc. jusque avril, avril jusque août, août jusque déc. : vision sur 4 mois
Suivi des missions du personnel Google Drive	Régulièrement toute l'année
Tableau de bord de suivi des missions du personnel mode projet & compil OT	extraction 1 fois / an - bilan annuel et entretiens du personnel
Plan de formation du personnel	discuté en entretien annuel février
Tableau de suivi unique des formations	après chaque formation - compil auto
Suivi des remboursements AFDAS / coût des formations	régulier / 1 bilan annuel
Planning des réunions d'équipe / sujets	avant chaque réunion
Suivi vote budget primitif + compte administratif + fonctionnement courant sans opération	mars présentation annuelle CODIR
Compte Administratif - suivi des dépenses	tous les 3 mois ou + si besoin
Programmation des thèmes et décisions récurrentes annuelles du Comité de Direction - délibérations, arrêtés	programmation générale annuelle + en préparation de chaque CODIR
Suivis des matériels, consommations et maintenances : inventaires et amortissement / EDF / Téléphonie / consommables (papeterie, encre, affranchissement, impressions...)	au fur et à mesure des factures
RGPD	à chaque changement + 1 MAJ/an octobre / destruction archives

4- ACCOMPAGNEMENT DES PRESTATAIRES

Suivi des encaissements Taxe de séjour - par commune et par type d'hébergement	au quadrimestre
suivi de l'offre hébergement – nombre de structures, de lits - hébergement marchand/non mar., qualification de l'offre par type d'hébergement	avril - 1 fois/an pour les bilans annuels
Tableau de bord de l'économie touristique	1 fois/an si besoin
Suivi du nombre de partenaires, packs services	1 fois/an après les adhésions
Suivi services fournis aux partenaires	au fur et à mesure des services fournis et bilan 1 fois/an
Suivi KIT Accueil pluriannuel	intermédiaire après distribution kit puis fin d'année
Bilan utilisation des chéquiers avantage	démarche départementale depuis 2020
Composition et valeur du panier	1 fois / an
Bilan Open system	1 fois / an
Suivi global ANT : nombre de participants aux ateliers et rencontres + RDV individuels prestataires	au fur et à mesure - bilan 1 fois / an
Guide du partenaire et tarifs des partenariats	septembre pour l'année suivante
Suivi des partenariats particuliers	au cours des adhésions annuelles
BASES DE DONNEES Partenaires & suivi des paiements partenariats	MAI - 1 fois/an & si nouveau partenaire
BASES DE DONNEES Associations	MAI -1 fois/an
BASES DE DONNEES Hébergements	MAI -1 fois/an & si nv hébg

5- COMMUNICATION ET PROMOTION

Site web OT : fréquentation, pages les + consultées, tracking, téléchargement	MAJ chaque semestre
Bilan Newsletter Pro	1 fois / an - JANVIER
Bilan Newsletter Grand public	1 fois / an - JANVIER
Lignes éditoriales + site web / articles blog et réseaux sociaux	1 fois / an - JANVIER
Calendrier éditorial site et réseaux sociaux	1 fois / an - JANVIER et réajusté en F° de l'actu
Bilan des publications facebook - engagement, portée	janvier - tous les mois
Plan d'actions communication numérique	Février- 1 fois / an
Bilan consultation Cirkwi	1 fois / an - JANVIER
Plan communication presse	au printemps
Bilan presse - articles et Com	régulier - bilan PDF OT annuel

6- BOUTIQUE MAISON DU TOURISME

SUIVI global Régie : boutique & animation, stats par famille	1 fois / an
SUIVI STATS BOUTIQUE	1 fois / an
Bilan Boutique Ecart de stock	1 fois / an
Liste des produits & tarifs	au fur et à mesure
Bilan annuel et plan d'actions année suivante	1 fois / an
Charte Boutique	MAJ 1 fois / an si besoin