



Offices de
Tourisme
de France

CHÂTAIGNERAIE
CANTALIENNE

BILAN ACTIVITÉS 2018

OFFICE DE TOURISME DE LA
CHÂTAIGNERAIE CANTALIENNE

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE 2018

JEUDI 6 JUIN 2019 - 18H

SALLE POLYVALENTE

TEISSIERES LES BOULIES



04 71 46 94 82



chataigneraie-cantal.com

pro.chataigneraie-cantal.fr



28 av 15 sept 1945



15290 LE ROUGET-PERS

info@chataigneraie-cantal.com

SOMMAIRE

L'ACCUEIL À L'OFFICE DE TOURISME

Page 3

LA PROMOTION

- LES ÉDITIONS Page 7
- AUTRES SUPPORTS DE PROMOTION Page 8
- PRODUCTION Page 9
- VISITES COMMENTÉES - BILLETTERIE Page 11
- LES SUPPORTS NUMÉRIQUES Page 12
- SITES OT ET RÉSEAUX SOCIAUX Page 13

LES AUTRES MISSIONS

- L'ANIMATION NUMÉRIQUE DU TERRITOIRE Page 15
- LA RANDONNÉE Page 17
- L'OBSERVATOIRE ECONOMIQUE Page 18
- LA TAXE DE SÉJOUR Page 21
- LE CLASSEMENT DES MEUBLÉS DE TOURISME Page 22

CONVENTIONS/PRESTATIONS DE SERVICE

- ASSOCIATION PETITES CITÉS DE CARACTÈRE CANTAL Page 23
- ASSOCIATION PETITES CITÉS DE CARACTÈRE CHÂTAIGNERAIE Page 24
- PARTENARIAT EDF : VISITE DE BARRAGE ENCHANET Page 25
- PARTENARIAT EDF : VISITE DE BARRAGE À SAINT-ETIENNE CANTALES Page 25
- ASSOCIATION BOOGIE WOOGIE LAROQUEBROU Page 26

ADMINISTRATIF/GESTION STRUTURE

Page 27

L'équipe de l'office de tourisme



En 2018, l'équipe de l'Office de Tourisme était composée de :

- Mme Séverine ANDURAND (Kit accueil, Taxe de Séjour, Petite Cité de Caractère, Classement), sandurand@chataigneraie-cantal.com
- M. Laurent BALMISSE (Directeur), direction@chataigneraie-cantal.com
- Melle Sandra BENOIT (Base de données, Editions) sbenoit@chataigneraie-cantal.com
- Mme Patricia CAPREDON (Responsable Administration, Responsable Accueil et Promotion, Visite barrages), pcapredon@chataigneraie-cantal.com
- Melle Amélie CELIER (Base de données - Editions) acelier@chataigneraie-cantal.com
- M. Marc DELBORT (Responsable Animation Numérique de territoire, Webmaster), mdelbort@chataigneraie-cantal.com
- Mme Lydie DEMAISON (Animation Numérique du territoire, Observatoire, Production), ldemaison@chataigneraie-cantal.com
- M. Romain GABRIECK (Evènementiel Boogie Woogie, Randonnée) rgabriECK@chataigneraie-cantal.com
- Mme Nadine MAGNE (Agent d'entretien au Rouget),
- Mme Geneviève MARQUET (Administration, Gestion de la Boutique, Taxe de Séjour), gmarquet@chataigneraie-cantal.com
- 4 saisonniers : Mme Hélène Teulade, Mme Karine Malvezin, Mme Emma Chancel et Mme Camille Gaillard

L'ACCUEIL

à l'office de tourisme en 2018

CHIFFRES CLÉS :

- sur 1 année : 11 132 heures d'ouvertures des Points Informations.
- 4 Points Informations permanents + 1 saisonnier.
- Fréquentation physique : 6948 actes d'accueil.
- Accueil téléphonique : 2781 actes d'accueil.
- Accueil courrier : 293 demandes.
- Accueil sites web : 18 499 utilisateurs.

L'Office de Tourisme est ouvert tous les jours et toute l'année (sauf exceptions jours fériés de novembre à mars).

En 2018, la fréquentation générale a connu une légère baisse par rapport à l'année 2017 sur les données enregistrées à l'OT. L'accueil téléphonique a augmenté.

Les données sont exprimées :

- Sites web en nombre d'utilisateurs distincts (1 visiteur unique peut effectuer plusieurs visites).
- Fréquentation en acte d'accueil (1 acte d'accueil peut concerner plusieurs personnes selon sa typologie).
- Téléphone en acte d'accueil (1 acte d'accueil peut concerner plusieurs personnes selon sa typologie).
- Courrier/Email en nombre de réponses effectuées par ce biais et nombre de brochures envoyées par courrier

Fréquentation des Points Informations :

6948 actes guichet en 2018

contre 7195 en 2017
(247 actes d'accueil en moins soit -3,5%)

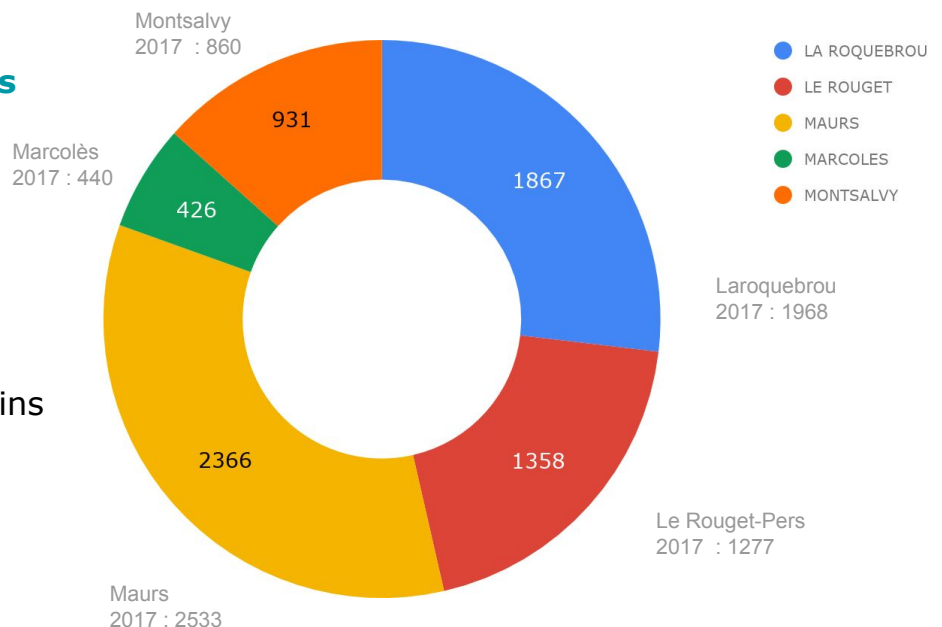
Fréquentation Globale en 2018 :

9824 actes d'accueil

(guichet + téléphone)

soit **22366,5** personnes

(9652 actes d'accueil (guichet + téléphone) en 2017)



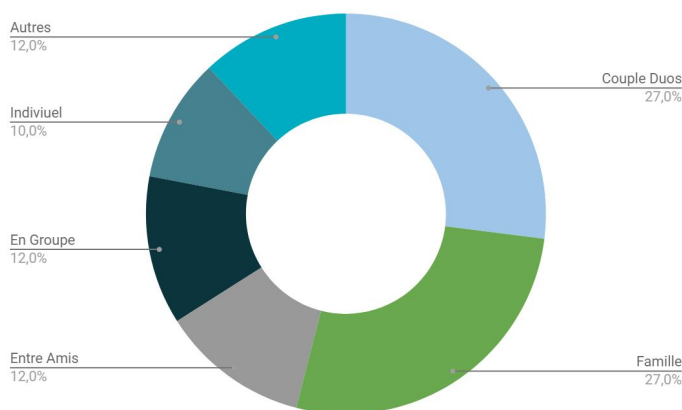
L'ACCUEIL à l'office de tourisme en 2018

Le profil clientèle des visiteurs de l'OT.

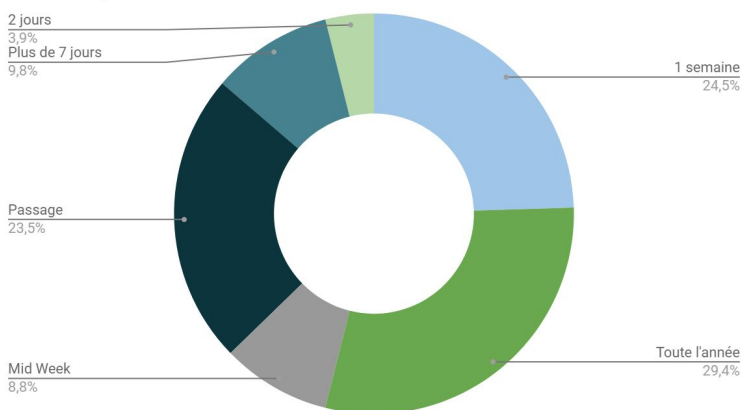
Les visiteurs de l'OT sont qualifiés selon leur typologie, leur demande, leur durée de séjour, leur type d'hébergement sur place et leur origine géographique.

En 2018, les données révèlent que le type de visiteurs le plus renseigné à l'accueil concerne le "Couple / Duo" et "La Famille" à 27%, puis les "En Groupe" et "Entre Amis" à 12%. Les "Individuels" sont représentés à 10%. L'item "Autres" à 12% correspond aux prestataires, professionnels, associations...

Répartition par type de visiteurs



Durée de séjour des visiteurs

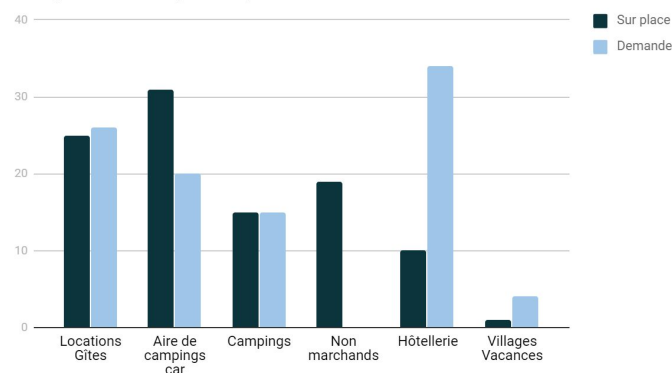


La **durée de séjour** la plus représentée est "1 semaine", suivi de "Toute l'année", ce qui démontre que la population locale est bien présente dans les visiteurs de l'Office de Tourisme.

Le critère "Passage" est en augmentation sur notre territoire, par rapport aux données 2017.

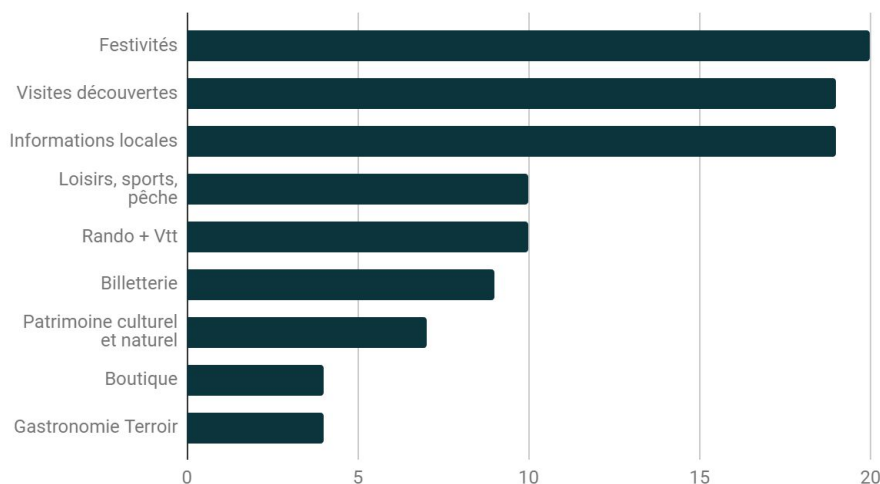
Le type d'hébergement sur place (uniquement calculé sur l'accueil physique, lors du face à face client), est représenté à 25% pour les locations / gîtes, les aires de campings car à 31%, les campings à 15%, les non marchands (résidences secondaires, chez amis ou famille) à 19%, l'hôtellerie (hôtels et chambres d'hôtes) à 10%, les hébergements groupes et villages vacances à 1%.

Hébergements touristiques : sur place et demandes



L'ACCUEIL à l'office de tourisme en 2018

Les demandes formulées à l'accueil par les visiteurs



Les visiteurs se rendant à l'Office de Tourisme expriment les **demandes en informations** qui sont réparties selon les critères suivants :

Les festivités 20%

Les visites découvertes 19%

Les informations locales 19%

Les loisirs sportifs et la pêche 10%

La randonnée pédestre et cyclo/vtt 10%

Le patrimoine culturel et naturel 9%

Billetteries 7%

Boutique 4%

Gastronomie / terroir 4%

Notre situation géographique nous amènent souvent des demandes concernant les **autres territoires** :

- Aveyron, Corrèze, Lot 50%
- Cantal 49%
- Auvergne Rhône Alpes 1%



La provenance **géographique** de nos visiteurs est semblable aux années précédentes

Top 3 - Régions françaises :

- AURA 55%
- Occitanie 11%
- Ile de France 7%

Top 3 - Pays étrangers :

- Royaume Uni 25%
- Pays Bas 22%
- Belgique 16%



LA PROMOTION

1. Les éditions

GUIDE ACCUEIL :

Présentation des activités touristiques de la Châtaigneraie : activités, visites, circuits de découverte, producteurs locaux, artisanat d'art et restaurants. Il est édité à **17 500** exemplaires édités en version française incluant une traduction en anglais et néerlandais.

GUIDES DES HÉBERGEMENTS :

Travail en croisé avec le suivi de la taxe de séjour : mise à jour de la liste exhaustive des hébergements de la Châtaigneraie. T. Les guides sont disponibles en téléchargement sur le site internet. Il est édité à **1000** exemplaires.

CARTE TOURISTIQUE :

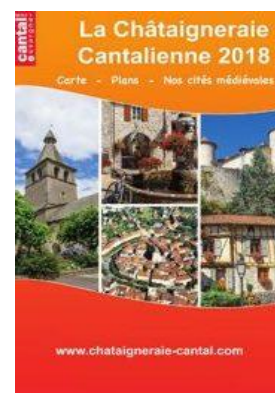
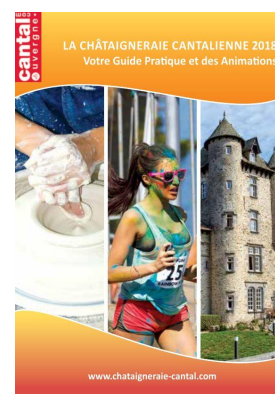
Elle est éditée à **15 000** exemplaires et présente l'ensemble des informations touristiques et les 4 cités médiévales du territoire.

GUIDE PRATIQUE ET ANIMATIONS :

Collecte des manifestations proposées par les associations et intégration dans le guide Pratique et la base de données départementale et régionale. Travail en collaboration avec les municipalités du territoire pour la mise à jour de la liste des associations (nom du président et adresse) et du listing des commerçants et artisans du territoire. Envoi postal dans tous les foyers de la Châtaigneraie (près de 9000 boîtes aux lettres) Édition à **15 000** exemplaires.

SEMMAINIER :

Présentation d'un programme d'activités à la semaine en juillet et août édité à **2500** exemplaires



LA PROMOTION

2. Autres supports de promotion

Programmes des animations :

- Programme hebdomadaire (envoyé à la Presse et par e-mailing 400 contacts)
- Vacances scolaires
- Evénements (Journées du Patrimoine, Feux d'Artifice du 14 juillet, Marchés de Noël...)

Guides Touristiques et Supports

Départementaux :

- Carte Cantal
- Cantal Avenir (Agenda)
- Guide du Routard
- Guide Vert...

Promotion de proximité :

- Participation à la Foire de la Châtaigne à Mourjou
- La communauté de Communes offre un châtaignier aux 113 enfants nés en Châtaigneraie en 2017

Foires et Salons :

Dans le cadre du fond commun de promotion, participation au

- Salon des Destinations Nature à Paris du 15 au 18 mars 2018
- Salon du Randonneur à Lyon les 23, 24 et 25 mars 2018
- Foire de Montereau (77) du 20 au 23 avril 2018 : le Cantal était invité d'honneur

Dans le cadre de l'appartenance au comté du Carladès (Vic-sur-Cère, Mur-de-Barrez, Calvinet (Puycapel) et Carlat), participation aux

- Rencontres des Sites historiques de Monaco les 23 et 24 juin 2018 à Monaco

La Bourse d'échange de documents :

- en 2018, bourse d'échanges départementale
- une vingtaine de prestataires de la Châtaigneraie.

Les Kit Accueil :

Il s'agit un panier composé de produits identitaires du Cantal et de la Châtaigneraie.

- 539 kits distribués
- 18 prestataires « hébergeurs » ou « associations »

“Une semaine en Châtaigneraie”

Exemple dans La Montagne : Toutes les semaines, élaboration du programme des animations du territoire sous la rubrique



LA PROMOTION

3. Production de séjours



CLIENTÈLE GROUPES

7 journées de découverte de la Châtaigneraie proposées en partenariat avec les prestataires touristiques

Promotion :

sur notre site internet (rubrique Forfait / Séjours)

e-mailing auprès de clubs, autocaristes de proximités.

- Une journée au coeur de la Châtaigneraie avec la Maison de la Châtaigne, Auberge de la Normandie et la Vallée des Daims.
- Découverte du Pays de Montsalvy avec le Musée du Veinazès, Restaurant Le Pichet Mignon et Visite de Montsalvy
- Une journée autour de Marcolès avec Visite de Marcolès, Auberge de la Tour et Visites des anciens ateliers de Marcolès
- Une journée en Vallée du Lot avec Terra Olt, Repas croisière Bateau Olt et Visite de St Santin de Maurs, village double,
- A la découverte de Maurs la Jolie avec Visite de Maurs, Restaurant La Châtaigneraie, Ferme Lamalpapoché,
- Journée autour de Laroquebrou avec Musée de l'Accordéon, Restaurant Le Teulet, Visite commentée de l'usine EDF et de Laroquebrou, Gaec Cambon.
- Journée autour du Lac de St Etienne Cantalès avec Rénacland, Rénacaventure, Asv'Olt, Visite de l'usine EDF du Barrage et de Laroquebrou pour les scolaires.

En 2018, nous avons répondu à 9 demandes de groupes, représentant environ 255 personnes

- Club rando St Côme d'Olt (12)
- Rallye de Voitures Anciennes (03)
- Les Vieux Volants du Carladez (12)
- Autocars OUVRIER (15)
- Autocars MOULS (12)
- 3 Groupes Handicap
- Collèges et Lycées (15)

Nous mettons également en avant les séjours groupes proposés par le **Village de Vacances de la Châtaigneraie** sur notre site internet :

- Séjour groupes "Randonnées", "Découvertes et Gastronomie", "Séjour Printemps, Automne"...

LA PROMOTION

4. Production de séjours

CLIENTÈLE D'INDIVIDUELS

Les séjours des prestataires touristiques de la Châtaigneraie à destination des individuels sont mis en avant sur notre site internet :

- Séjour Détente et Calme à l'Auberge de la Tomette - Vitrac
- Gourmandise et Détente à la Tomette - Vitrac
- Packages Bien-être aux Bains du Rouget
- Soirée "Mets et Vins" à l'Hôtel du Lac - Lacapelle Viescamp

Les Offres spéciales, présentées sur la page "Forfaits et Séjours" du site internet, avec publication sur les réseaux sociaux, emailing :

- Bons plans "Printemps" avec Gîte Eden du Lac, Village Vacances La Gineste.
- Offrez du Cantal à votre Valentin(e) avec Institut Spa Côté Jardin, Les Bains du Rouget, Les Jardins de Sothys, Auberge de la Tomette
- Idées cadeaux pour Noël avec Auberge de la Tour, Hôtel de la Terrasse, Auberge Fleurie, Village Vacances La Gineste, Safaraid Dordogne, Camping Moulin de Chaules, Institut Spa Côté Jardin, La Poterie du Tilleul, Le Don du Fel, La Boutique de l'Office de Tourisme.

Forfaits et Séjours

Les bons plans du moment !
Surveillez ou cliquez sur les images pour afficher les détails...

Tous **Groupes** Idées Cadeaux Sorties Scolaires



LA PROMOTION

5. Visites commentées

Les visites des Cités médiévales : ville de Maurs et de Laroquebrou

MAURS

Visites individuelles :

7 Visites individuelles en juillet et août : 91 inscrits

Visites groupes :

5 groupes en collaboration avec le Village Vacances de la Châtaigneraie pour un total de 188 personnes

LAROQUEBROU

Visites individuelles :

5 Visites individuelles en juillet et août : 103 inscrits

Visites groupes :

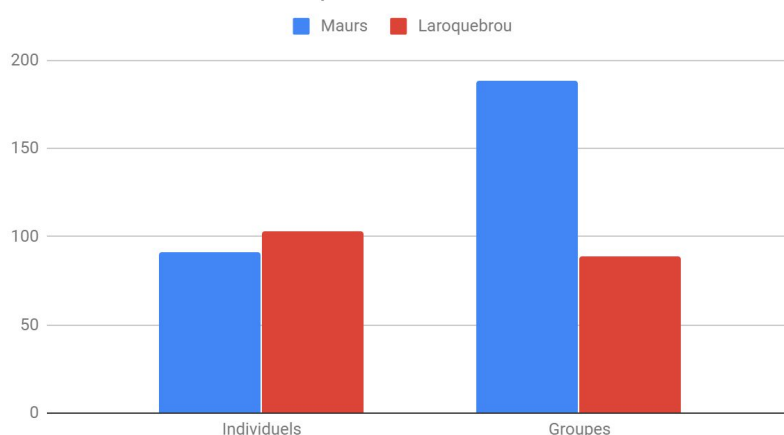
6 groupes pour un total de 99 personnes

En 2018, 481 personnes ont participé à des visites commentées organisées par l'OT.



Des visites audio-guidées sont également disponibles: accessible grâce à un QRCode et en lien sur notre site internet. Conçues exclusivement par l'Office de Tourisme : commentaires, enregistrement et code numérique. Les cités médiévales peuvent aussi être découverte par le biais de l'application CIRKWI.

Visites de Maurs et Laroquebrou



6. Billetteries

Pour le compte de **5 associations**, pour un total de **265 inscriptions et/ou billets**

- Le concert Haendel à Montsalvy le 17 juin : 21 tickets
Paroisse Saint-Joseph/Amis de l'abbatiale
- Les nuits de Marcolès du 18 au 21 juillet : 23 tickets
Comité Animation Culturelle de Marcolès
- Randonnée des Gorges de la Cère le 1er août : 26 inscrit
Communauté de Communes Châtaigneraie cantalienne et Association des Gorges de la Cère
- Le vide grenier de Saint Mamet le 9 septembre : 100 inscrits
Association Famille Rurale
- Les visites de Ferme Pays de Maurs : 95 inscrits (6 dates)
GVA de Maurs



LA PROMOTION

6. Supports et Animation numériques

Site web d'information touristique du territoire :

Alimenté principalement par la base de données régionale, le site présente l'ensemble de l'offre touristique du territoire. La page d'accueil est régulièrement mise à jour en fonction des événements, des saisons et des actualités à mettre en avant.

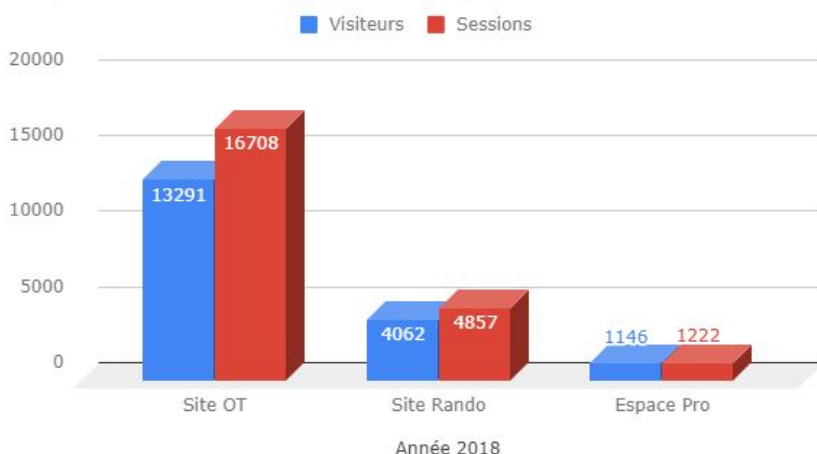
Site d'information dédié aux professionnels et collectivités :

Le "blog" destiné aux professionnels et collectivités de la Châtaigneraie est un site présentant les comptes rendus de réunion, l'activité de l'office de tourisme, des articles issus de la veille numérique... Chaque trimestre environ, une lettre d'infos permet de recevoir les derniers articles publiés.

Site dédié à la filière randonnées pédestres :

Ce site permet la valorisation des sentiers de randonnées du territoire. Les GR sont également détaillés. Il est même possible de commander des fiches et le topoguide par le biais du site.

Fréquentation de nos supports numériques - Année 2018



**Fréquentation Globale
Année 2018 :
18499 visiteurs**

Les fréquentations annuelles du site principal et du site rando ont baissé par rapport à 2017.

L'espace Pro a connu une meilleure fréquentation en terme de visiteurs cette année.

Le site web principal :

CHIFFRES CLÉS :

- 2,92 pages lues par session
- 2'40" durée moyenne des sessions

PAGES LES PLUS CONSULTÉES :

1. Page d'accueil
2. Locations
3. Randonnées
4. Agenda
5. sites nature

NAVIGATION :

- 60% via un ordinateur
- 30% via un smartphone
- 10% via une tablette

ORIGINE DES VISITEURS :

- Auvergne Rhône Alpes / Ile de France / Occitanie
- Belgique / Pays Bas / Royaume Uni

SOURCES DE TRAFIC :

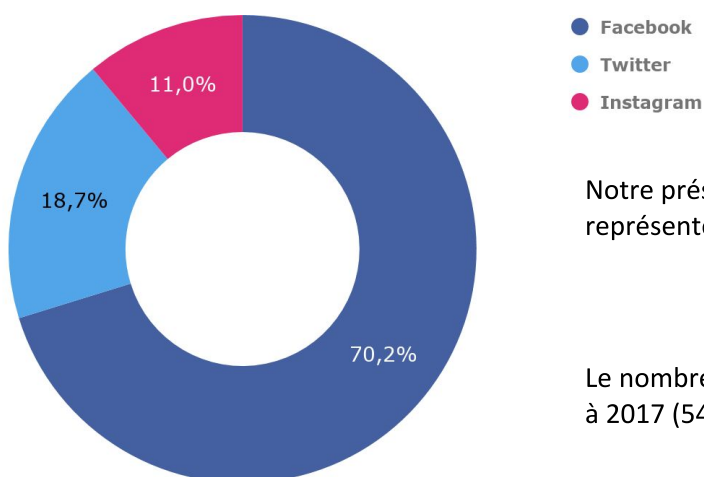
- Requêtes : "châtaigneraie cantalienne", "foire du livre laroquebrou", "la châtaigneraie cantal", "fête de la châtaigne mourjou 2018", "fête de la noix senezergues 2018"...
- Sites émetteurs : facebook.com, rando.cantal.fr, cantal-destination.com, boogie-laroquebrou.com, châtaigneraie15.fr, laroquebrou.fr, ville-maurs.fr, marcoles.fr ...

LA PROMOTION

7. Réseaux Sociaux

Fréquentation des réseaux sociaux :

Notre mission continue d'améliorer sa présence sur les réseaux sociaux durant cette année et s'applique à fédérer des communautés d'internautes autour de la destination Châtaigneraie Cantal.



Notre présence sur Facebook, Instagram et Twitter représente au 31 décembre 2018 :

5935 abonnés

Le nombre d'abonnés a augmenté de 8,3 % par rapport à 2017 (5477 personnes en décembre 2017).

Nos actions sur les réseaux sociaux consistent en publications régulières de contenus et de médias ayant vocation à créer un engagement de type "j'aime", "partages". Ainsi, nous nous efforçons de créer des posts engageants dont la portée permettra de les rendre visibles au maximum de contacts directs ou indirects.

Nous avons mis en place une charte éditoriale permettant l'application de notre stratégie de communication sur ces plateformes, afin d'uniformiser notre style rédactionnel et de créer une identité visuelle pour les lecteurs. Nous relayons des publications créées par les membres de nos communautés et plus précisément celles des acteurs du tourisme local. Nous mettons aussi en avant des médias sociaux relatifs à la destination mais produits par les locaux ou les touristes en séjour, ce qui participe à notre veille / curation d'informations.

Nous constatons cette année encore une évolution de l'utilisation des réseaux sociaux tendant vers la conciergerie numérique tant de la part des professionnels que des touristes.

En effet, ces réseaux et surtout Facebook (via Messenger et les commentaires de nos publications), sont de plus en plus régulièrement utilisés pour nous adresser diverses questions.

Nous nous appliquons à répondre quasi quotidiennement aux sollicitations via ces nouveaux canaux.

CHIFFRES CLÉS :



4168 fans



655 abonnés



1112 followers



et aussi sur Youtube, Pinterest et Google+

QUI SONT NOS ABONNES SUR FACEBOOK :

- 45 % Femmes / 51 % Hommes
- 35 - 54 ans
- 95 % France - 5 % Etranger

- www.chataigneraie-cantal.com
- <https://pro.chataigneraie-cantal.fr>
- www.rando-chataigneraie.fr

LA PROMOTION

8. Mission Animation Numérique

Engagés dans le soutien et l'accompagnement des prestataires touristiques du territoire depuis plusieurs années, notre effort se concentre sur le volet promotion et vente via les canaux numériques.

Notre souhait est de participer à l'amélioration de la notoriété de la Châtaigneraie cantalienne en favorisant la visibilité individuelle et collective des acteurs du secteur touristique en fédérant ceux-ci autour de la destination.

Mise à jour de la base de données d'informations touristiques, veille et curation de contenus, ateliers d'information et accompagnement, animation de communautés sur les réseaux sociaux ou encore recherches et développement de nouveaux outils de communication, nos actions relatives à la mission Animation Numérique de Territoire sont très variées.

Pour un bilan détaillé des actions réalisées dans le cadre de la Mission Animation Numérique, consultez notre document dédié.



CHIFFRES

1 MISSION

2 INTERLOCUTEURS

+ de 1 ETP

5 rencontres "Autour d'un café numérique"

Environ une trentaine de RDV et Réunions d'animation numérique

+ de 175 heures de formations, ateliers et réunions...

1 Instameet

~100 visites/mois de l'espace pro

AUTRES MISSIONS

2. La Randonnée

RANDONNEE VTT :

CRÉATION D'UN RÉSEAU D'ITINÉRAIRES VTT

Afin de lancer le projet, l'Office de Tourisme a constitué un Comité de Pilotage composé de techniciens, de membres des associations locales de cyclisme et cyclotourisme et d'élus. L'Office de Tourisme a proposé de constituer des groupes de travail par secteur. afin d'identifier les potentialités existantes, en gardant à l'esprit la mise en valeur des 2 lacs, de la Vallée du Lot, des 3 Petites Cités de Caractère (Laroquebrou, Marcolès, Montsalvy) et de Maurs.

Chaque groupe de travail s'est ensuite réuni afin de présenter une sélection de circuits sur son secteur. Au final, 24 circuits ont été proposés, pour 646 km de chemins. Sur ces 24 circuits, **15 ont été sélectionnés pour 392 kms d'itinéraires, dont le projet du tour de lac de Saint-Etienne Cantalès qui sera traité à part. 26 communes impactées par au moins un circuit.**

L'Office de Tourisme a ensuite réalisé l'étude technique de chacun des circuits (tracé sur logiciel dédié, longueur, dénivelé) ainsi que tout le relevé foncier, afin d'identifier les différents types de tronçons (Environ 500 tronçons pour 800 parcelles dont 193 privées).

Après avoir élaboré chaque relevé foncier, des rendez-vous personnalisés au sein de chacune des 26 mairies impactées par au moins un circuit ont été effectués, afin de présenter le projet, présenter le ou les circuits concernés et finaliser puis faire valider à chaque maire le relevé (quelques modifications à la marge ont été effectuées à la suite de ces rencontres).

Un dossier est aujourd'hui distribué à l'ensemble des mairies impactées. Il comprends un dossier général du projet, un rétro-planning à étapes, le relevé foncier du ou des circuits concernés, un modèle de convention de passage pré-remplie à faire signer par les propriétaires privés concernés, priorité des communes avant la délibération en conseil municipal (dont un modèle a été transmis).

S'en suivra tout une phase administrative menée conjointement avec le conseil départemental, concernant l'inscription des circuits au plan départemental, l'adhésion à une fédération, puis une phase logistique importante avant mise en place des circuits.

RANDONNÉE PÉDESTRE

SUIVI QUALITATIF

En Châtaigneraie, ce sont

- 54 circuits de randonnées sur 51 communes
- pour un total de 478 km de circuits

Dès lors qu'un randonneur fait part à l'Office de Tourisme d'une remarque sur un sentier (problème de balisage, signalétique, problème d'entretien,...), celle-ci est automatiquement transmise par mail à la Communauté de Communes qui se rapproche ensuite des services techniques ou des mairies selon la nature des remarques afin de résoudre ces problèmes.

En 2018, l'Office a effectué le suivi de **14 remarques** faites auprès de ses services.

Un état des lieux de l'entretien et du balisage est effectué en avant saison avec la collectivité.

Dispos Services assure le balisage des sentiers pour l'ensemble de la Châtaigneraie. Afin de respecter les délais de faisabilité, le balisage est effectué tous les ans sur 2 secteurs en alternant une année sur 2.

RANDONNÉE PÉDESTRE

Tour du Lac de Saint-Etienne Cantalès

Suivi administratif :

L'Office de Tourisme a

- réalisé le relevé cadastral du circuit : 32 kilomètres
- vérifié la nature juridique des parcelles. 49 parcelles dont 28 privées

AUTRES MISSIONS

3. Observatoire économique



Chaque année, le bilan de l'activité touristique du territoire est établi. L'Office de Tourisme réalise une enquête auprès de ses prestataires :

- ❖ Enquête téléphonique
- ❖ Réalisée entre le 6 et le 24 octobre 2018
- ❖ Opinion des hébergeurs et prestataires d'activités
 - leur niveau de satisfaction sur les différentes périodes
 - leur activité (fréquentation et chiffres d'affaires) par rapport à celle de 2017 du Printemps à Septembre
 - leur avis sur une liste de facteurs pouvant influencer la saison
 - leur avis sur les services de l'Office de Tourisme
- ❖ Détail des prestataires
 - Panel des interrogés : 99 prestataires adhérents (sauf propriétaires de meublé, commerçants, artisans et associations)
 - Répondants à l'enquête : 88 prestataires
 - Taux de retour des interrogés : 89%

Le panel	Interrogés	Répondants	Exprimé en %
Camping	14	11	79%
Hébergements collectifs	2	2	100%
Villages Vac / Chalets	4	4	100%
Chambres d'hôtes	14	13	93%
Hôtel	9	9	100%
Activités / Loisirs	23	19	83%
Musées	7	7	100%
Sites de visites	14	13	93%
Producteurs/artisans	12	10	83%
TOTAL	99	88	89%

AUTRES MISSIONS

3. Observatoire économique

La saison vue par les hébergeurs

69% des propriétaires de camping sont satisfaits de la saison 2018, contre 54% en 2017. La météo a joué un rôle prépondérant dans la saison. La note donnée à la saison 2018 est de **6,6/10**, contre 6,1 en 2017.

Tout comme une 2017, un hébergement collectif sur deux est satisfait de cette saison. Les facteurs de satisfaction sont la fidélité et le calendrier des vacances scolaires. L'insatisfaction résulte principalement d'un manque de publicités. Les hébergeurs ont donné la note de **5/10** à la saison 2018, contre 6,5 l'an dernier.

Pour les villages vacances et les chalets, le Printemps et Août sont stables à 50%, alors que Juillet et Septembre connaissent une baisse notable. Les facteurs de satisfaction sont la météo et la communication. Les hébergeurs ont attribué **6,9/10** à cette saison, au lieu de 7,3 l'an dernier.

Comme l'an dernier, les avis sont partagés pour les propriétaires de chambres d'hôtes puisque 55% estiment leur saison bonne, contre 27% mauvaise et même 18% très mauvaise. La concurrence et le pouvoir d'achat sont des facteurs d'insatisfaction, tandis que la fidélité et les événementiels sont porteurs de satisfaction. Les propriétaires de chambre d'hôtes ont donné la note de **5,9/10** à leur saison, contre 5,8 en 2017.

En 2018, 78% des hôteliers sont satisfaits, grâce à la météo et la fidélité de la clientèle. Fréquentation et chiffre d'affaires se maintiennent, notamment grâce à la restauration. Le printemps et juillet sont marqués par une baisse et la saison semble décoller à partir du mois d'août suivi de septembre qui est majoritairement bon. Au final, les hôteliers ont attribué la note de **7/10** à leur saison, contre 6,5 en 2017.

La saison vue par les prestataires d'activités et de visite

Cette saison, 84% de prestataires sont satisfaits. C'est un gain de 14 points en terme de satisfaction entre les 2 saisons. La stabilité est de mise pour le Printemps (47%), alors que Juillet accuse une baisse (53%), Août est stable ou en hausse. En terme de note, les prestataires d'activités et de loisirs ont donné **6,4/10** (6,1 en 2017).

Si les musées estimaient à 87% que leur saison 2017 avait été bonne, ils ne sont plus que 50% à le penser pour 2018 ! C'est la seule branche d'activité qui baisse dans le niveau de satisfaction. Le Printemps se maintient voire progresse, tandis que Juillet est en baisse pour 67% des musées. Pour Août la tendance est mitigée et Septembre confirme puisqu'il est un bon mois pour 88% des musées. La satisfaction provient essentiellement d'une clientèle fidèle, du bouche à oreille et des événementiels. A contrario le manque de publicité a pu pénaliser quelques fois. La note donnée par les prestataires à cette saison est de **6,1/10** (6,8 l'an dernier).

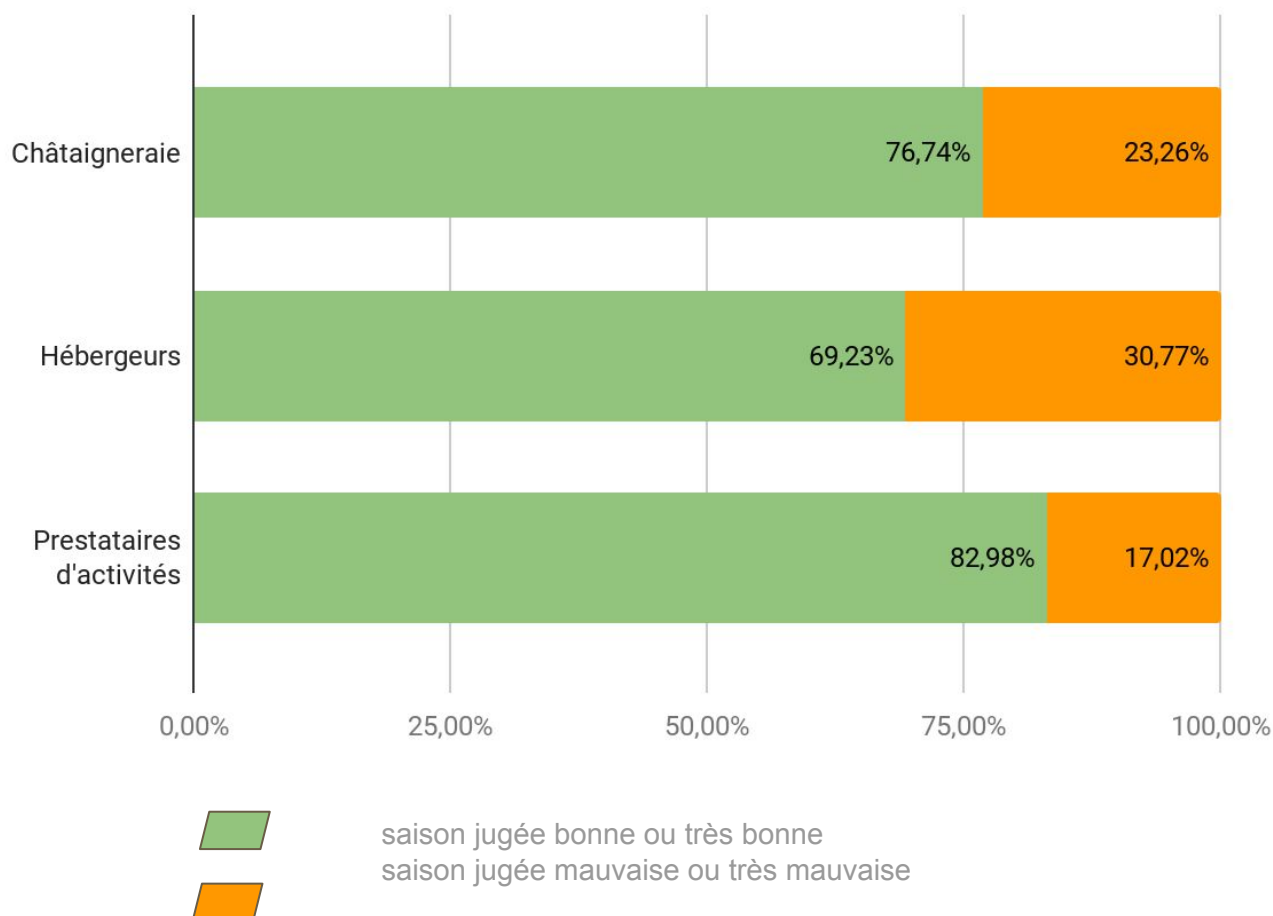
Le niveau de satisfaction a gagné 14 points entre 2017 et 2018, puisque 83% des sites de visites sont satisfaits. Le Printemps est stable. Si Juillet est plutôt en baisse (50%), Août est marqué par une hausse de fréquentation de 54%. La fidélité et le bouche à oreille sont jugés efficaces. Ces derniers ont attribué la note de **7,3/10**, au lieu de 6,4 en 2017.

Les producteurs et artisans jugent leur saison bonne à 100% contre 72% en 2017. Si la fréquentation laisse apparaître une baisse, notamment en juillet, le chiffre d'affaires reste stable voire à la hausse. Septembre reste la période qui a le moins de baisse de fréquentation. Pour ce qui est des facteurs de satisfaction, le bouche à oreille, la météo et la fidélité de la clientèle sont mis en avant. Au final, les producteurs et artisans donnent la note de **7,2/10** à cette saison 2018, au lieu de 6,9.

AUTRES MISSIONS

3. Observatoire économique

Niveau de satisfaction en Châtaigneraie



L'enquête d'opinion réalisée par l'Office de Tourisme de la Châtaigneraie Cantalienne indique que les acteurs du tourisme du territoire sont satisfaits de leur saison 2018, puisqu'ils gagnent 13 points de satisfaction par rapport à 2017 !

6,6/10 est la note donnée à cette saison (contre 6,4 /10 en 2017)

77% de prestataires satisfaits de la saison 2018 contre 64% en 2017

Cette enquête peut être jugée fiable étant donné que 89% des interrogés y ont répondu.

L'intégralité des données peuvent être consultable sur le site pro de l'Office de Tourisme :
<http://pro.chataigneraie-cantal.fr>

AUTRES MISSIONS

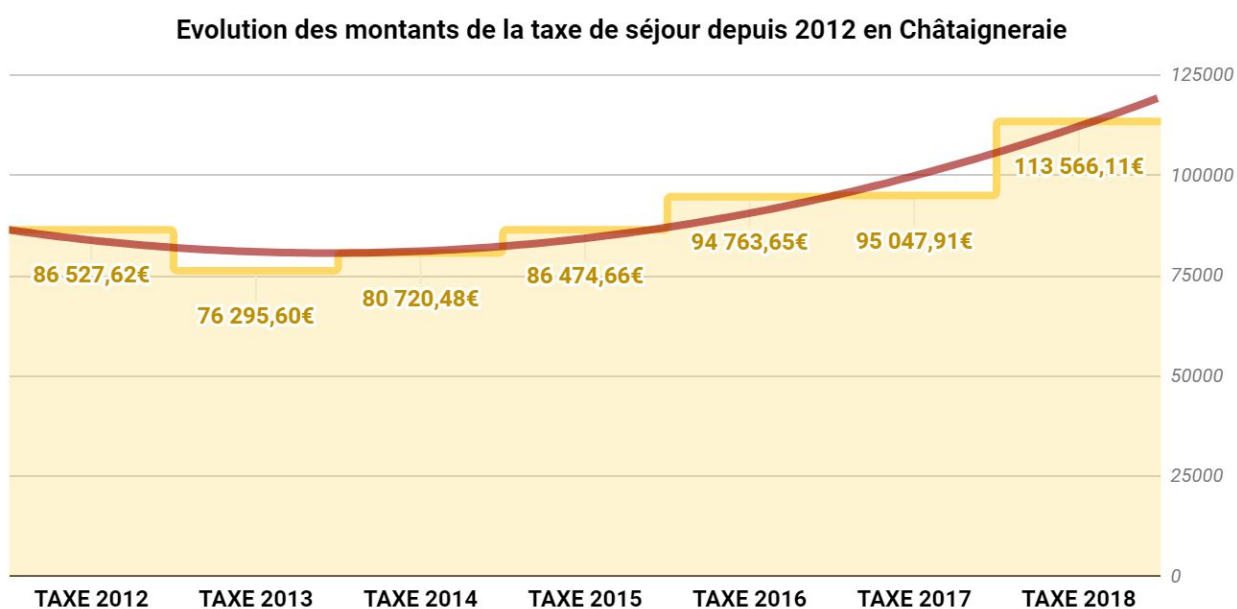
4. Taxe de Séjour

L'Office de Tourisme assure le suivi administratif de la perception de la taxe de séjour, en collaboration avec la Communauté de Communes.

Chiffres de la Taxe de Séjour 2018, au 4 Avril 2019 :

Taxe de Séjour 2018	Montant perçu	Dossiers non Clos
Secteur MAURS	30 386,10 €	7
Secteur CÈRE & RANCE	23 910,55 €	5
Secteur MONTSALVY	17 491,28 €	12
Secteur ENTRE 2 LACS	29 574,44 €	10
Opérateurs Numériques	12 203,74 €	-
TOTAL	113 566,11 €	34

Sommes collectées depuis 2012 :



Les montants 2017 et 2018 sont susceptibles d'évoluer du fait des paiements tardifs.

AUTRES MISSIONS

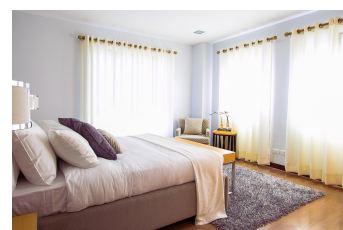
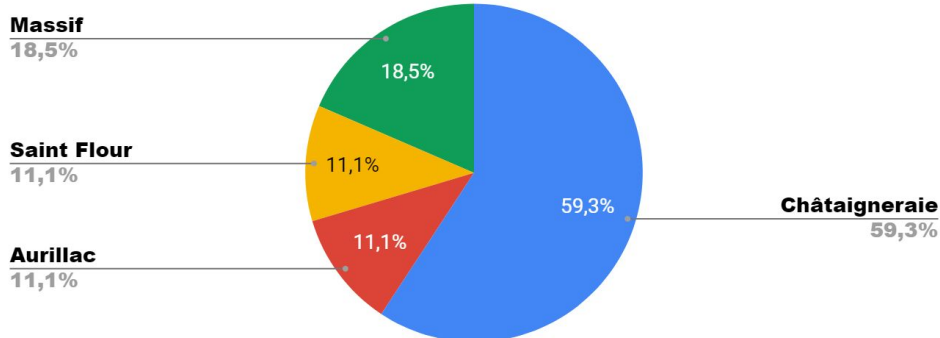
5. Classement de Meublés

Depuis Juillet 2013, l'Office de Tourisme de la Châtaigneraie cantalienne est agréé pour le classement des meublés de tourisme.

En 2018, cinq organismes étaient habilités à réaliser les classements. 27 classements ont été prononcés sur 4 territoires, majoritairement en Châtaigneraie. Les classements vont de 1 à 4*.

En 2017, nous avons réalisé 10 classements, principalement en Châtaigneraie.

- 1 étoile : 2 classements (Ladinhac, Talizat)
- 2 étoiles : 5 classements (Crandelles, Giou de Mamou, Le lioran (x2)), Massiac)
- 3 étoiles : 13 classements (Alleuze, Arnac (x4), Calvinet, Junhac (x2), Le Lioran (x2), Mourjou, Montmurat, St- Gérons)
- 4 étoiles : 7 classements (Lapeyrugue (x2), Le Lioran, Leynhac (x2), Mandailles, Vieillevie)



Nombre de logements selon le classement en étoiles



En 2018, AFNOR a effectué l'audit de contrôle de la bonne conformité des pratiques de travail et a renouvelé l'agrément à l'OT Châtaigneraie pour 5 ans, jusqu'en Juillet 2024 sur le département du Cantal

Il est à noter qu'en 2019, dix organismes sont désormais agréés dans le Cantal (Gîtes de France, Clévacances, Benet Immobilier, Thermauvergne, OT Saint Flour, OT Carladès, OT Gentiane, OT Salers, OT Hautes Terre et OT Châtaigneraie) contre 5 jusqu'à présent.

CONVENTIONS

1.1 Petites Cités de Caractère

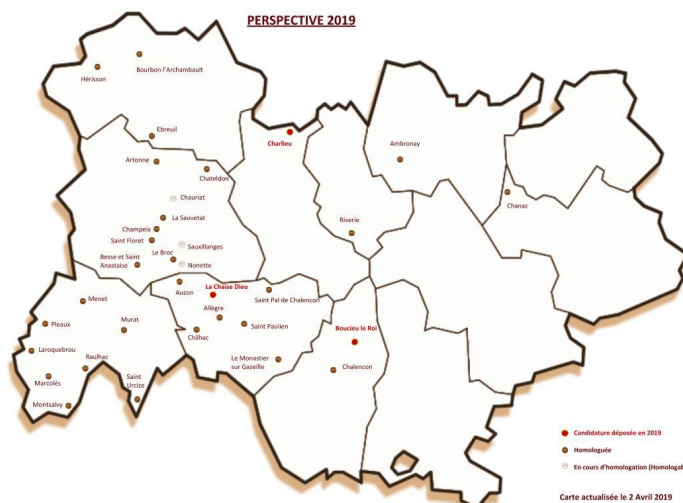
A la demande de l'association Petites Cités de Caractère® Cantal, l'Office de Tourisme a mis à disposition un personnel pour assurer le suivi administratif et l'animation du réseau.

Les temps forts de l'année 2018 :

- Suivi administratif de l'association, promotion, site web
- Inauguration de Menet
- Organisation des Rencontres Nationales en Châtaigneraie et à Murat
- Relais des manifestations partenaires avec PCC France : Fête de la Gastronomie à Montsalvy
- Film réalisé à Marcolès pour le congrès ANABF et la promotion nationale
- Déploiement du réseau vers Auvergne Rhône Alpes
- Partenariat avec la Région dans le cadre du dispositif "Villages Remarquables"
- Organisation des expertises dans les cités et suivi avec l'association nationale

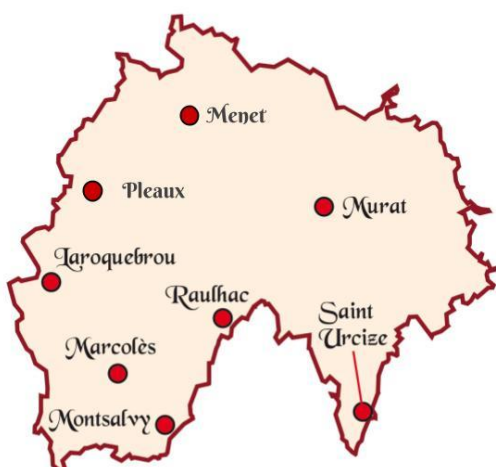


163 heures de travail
5 réunions en 2018



A ce jour, le Cantal compte 8 Petites Cités de Caractère dont 3 en Châtaigneraie : La Roquebrou, Marcolès, Montsalvy, Menet, Murat, Pleaux, Raulhac et Saint Urcize.

Petites Cités de Caractère® en Auvergne Rhône Alpes, c'est 31 communes. Il y en a 170 en France.



CONVENTIONS

1.2 PCC Châtaigneraie

Les cités médiévales de Montsalvy, Marcolès et Laroquebrou situées en Châtaigneraie Cantalienne (Sud Ouest du département du Cantal) ont participées à l'appel à projets "Démarche d'excellence patrimoniale et touristique – Catégorie 2 : patrimoine de caractère" lancé en 2016 par la région Auvergne dans le cadre du FEADER (Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural).



Leurs projets de valorisation du patrimoine s'accompagnent d'une dimension numérique alliant circuit de découverte sur site et médias de promotion informatiques.

Actions menées :

- Rédaction du cahier des charges relatif à la réalisation de vidéos
- Rédaction du cahier des charges relatif à la création d'une application mobile
- Soumission des cahiers des charges à un panel d'entreprises spécialisées et gestion des retours de propositions
- Suivi de la mise en oeuvre des projets (planning de tournage vidéos et rétro planning de conception de l'application)



APPLICATION MOBILE

L'application aura pour buts de permettre aux PCC (Petites Cités de Caractère) de la Châtaigneraie Cantalienne d'être visibles, de séduire à la fois touristes et locaux, de faciliter la visite des cités et convaincre les utilisateurs en vue de les fidéliser et d'en faire des ambassadeurs de la destination.

VIDÉOS DE PRÉSENTATION

Il s'agit de concevoir trois films (un par cité) qui auront chacun pour vocation d'être diffusés "in situ" à Laroquebrou, Montsalvy et Marcolès.

Ces 3 films seront déclinés en un ou plusieurs clips thématiques de courte durée à vocation de teasing, et dont la diffusion se fera majoritairement sur le web et les réseaux sociaux.

CONVENTIONS

2. Visites Barrage EDF Enchanet

Visites mises en place en partenariat avec EDF.

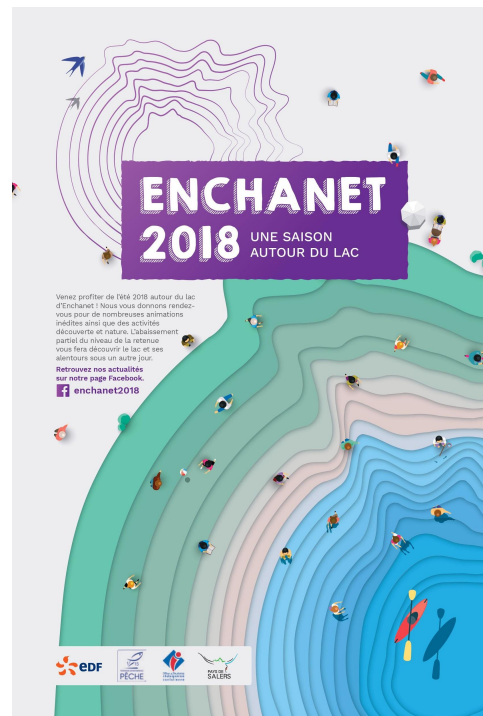
L'objectif : découvrir le complexe hydroélectrique d'Enchanet par l'extérieur et expliquer les travaux et l'abaissement associé.

Durant la période estivale en juillet et août :

Visite pour les individuels. Tous les mercredis matins de juillet et août de 9h00 à 12h00. Visites gratuites et couplées avec celles organisées par le Village Vacances La Gineste à Arnac (visites de la mièlerie à Pleaux). Chaque mercredi, ce sont 1 ou 2 groupes de 11 à 25 personnes maximum qui ont pu participer à ces visites .

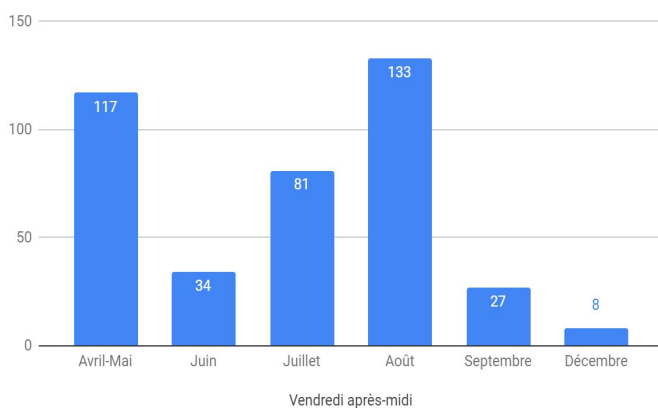
- **13 visites pour 290 personnes**

Enchanet 2018 : c'était tout un programme d'animations autour du lac. Une page facebook a donc été créée pour les promouvoir. L'animation de cette page a été confiée à l'Office de Tourisme de la Châtaigneraie cantalienne.



3. Visites Barrage EDF St-Etienne Cantalès

Nombre de visiteurs



32 visites réalisées et 400 personnes qui ont participé à la visite de l'Usine hydroélectrique du barrage EDF de Saint Etienne Cantalès

En collaboration avec EDF et la Communauté des Communes Châtaigneraie cantalienne

VISITES POUR LES INDIVIDUELS de juin à septembre

Tous les vendredis après-midi. Ces visites de 2 ou 3 groupes de 15 personnes maximum sont gratuites.

- **23 visites pour 275 personnes**

VISITES POUR LES GROUPES toute l'année

Mise en place de journées pédagogiques à l'attention des établissements scolaires " Visite Usine EDF + Activités autour du lac de St-Etienne Cantalès"- Contact par e-mailing aux lycées et collèges de l'académie de Clermont-Ferrand et de Toulouse.

- **9 visites pour 125 personnes**
 - 6 groupes du collège Gerbert à Aurillac
 - 2 groupes du Collège de La Tronquière dans le Lot
 - 1 groupe du Lycée Emile Duclaux à Aurillac

PARTENARIATS

5. Boogie Woogie Laroquebrou

AIDE LOGISTIQUE À L'ORGANISATION DU FESTIVAL

- Accueil physique et téléphonique des festivaliers au quotidien selon les jours d'ouverture des Point Accueil de l'OT jusqu'à la fin du Festival
- Traitement de la messagerie de l'association (boogie-laroquebrou@orange.fr) ainsi que du courrier postal
- Edition et mise à jour des fichiers festivaliers, partenaires et presse (gestion : collecte des retours non distribués, fichiers mailing et postal avec ajout de l'année de présence des festivaliers)
- Paramétrage et impression des étiquettes pour publipostage suivant fichiers festivaliers réalisé par les organisateurs et mailings
- Envoi et diffusion du flyer au quotidien via le compte ouvert à la Mairie de Laroquebrou et dans les Points Accueil de l'OT du dépliant de la manifestation fourni par l'Association
- Mise à jour site Internet Ot (dépliant, affiches et autres, liens directs avec le site de l'association)
- Collecte et le traitement des renseignements concernant les artistes
- Gestion des réservations hôtelières pour les artistes. Organisation du transport des artistes
- Personnalisation et envoi des contrats de prestations
- Réalisation d'un dossier d'accueil pour les artistes
- Actions de communication
- Contacts Assos
- Réalisation d'un bilan de la manifestation
- Mise à jour du plan de salle
- Billetterie des concerts du soir et du Gospel



Chiffres clés du Festival

- 2671 billets vendus
- soit 1347 forfaits
- et 703 actes de billetterie
- Billets en vente durant 11 semaines
- Réservations : 59% téléphone - 37% au Guichet - 5% par courrier
- 35% des festivaliers sont du Cantal
- 915 heures dédiées

ADMINISTRATIF

GESTION STRUCTURE

GESTION DU PERSONNEL :

- Planning du personnel (entre 9 et 12) multi-sites
- Modulation temps de travail
- Planification des congés
- Gestion des absences
- Gestion des éléments de paies
- Gestion de la formation : élaboration du plan, mise en œuvre et gestion des différents dispositifs d'accès à la formation
- Veille sociale
- Suivi convention collective
- Recrutement des saisonniers

GESTION DU BUDGET :

- Elaboration et suivi du budget de la structure
- Tenu des éléments comptables en collaboration avec le cabinet comptable
- Supervision de l'élaboration de situations et bilans comptables
- Suivi relationnel avec banque, commissaires aux comptes et cabinet juridique

GESTION ADMINISTRATIVE :

- Traitement des demandes de documentations
- Intendance générale
- Relation fournisseurs
- Facturation
- Conseils d'administration et Assemblée Générale (préparation, rédaction compte rendu et diffusion de l'info)

RÉUNIONS DIVERSES :

- Assemblées Générales : Association Critérium Cycliste, Association Via Ligure, Campus du Vallon, Base de Canoë Asv'Olt, Association Boogie Woogie, Clévacances, Gîtes de France, Maison de la Châtaigne, Petites Cités de Caractère du Cantal, Petites Cités de Caractère Auvergne Rhône Alpes
- Congrès Offices de Tourisme de France à Lyon
- Autres : Commissions Tourisme Communauté de Communes de la Châtaigneraie cantalienne, Commissions Leader (3), Cantal Destination pour le Fond Commun de Promotion, Participation aux réunions pour la création de l'Association Site du Goût en Châtaigneraie ...



Offices de
Tourisme
de France

CHÂTAIGNERAIE
CANTALIENNE

2018