

# BILAN ACTIVITÉS 2020



Offices de  
Tourisme  
de France

CHÂTAIGNERAIE  
CANTALIENNE

OFFICE DE TOURISME DE LA  
CHÂTAIGNERAIE CANTALIENNE

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE 2020  
28 SEPTEMBRE 2021  
ST ETIENNE CANTALÈS



04 71 46 94 82

[chataigneraie-cantal.com](http://chataigneraie-cantal.com)



[pro.chataigneraie-cantal.fr](http://pro.chataigneraie-cantal.fr)



28 av 15 sept 1945

15290 LE ROUGET-PERS



[info@chataigneraie-cantal.com](mailto:info@chataigneraie-cantal.com)



# SOMMAIRE

<b>L'ACCUEIL À L'OFFICE DE TOURISME</b>	<b>Page 2</b>
<b>LA PROMOTION</b>	
• LES ÉDITIONS	<b>Page 5</b>
• AUTRES SUPPORTS DE PROMOTION	<b>Page 6</b>
• VISITES COMMENTÉES - BILLETTERIE	<b>Page 7</b>
• PRODUCTION	<b>Page 8</b>
• LES SUPPORTS NUMÉRIQUES	<b>Page 9</b>
• RÉSEAUX SOCIAUX	<b>Page 10</b>
<b>LES AUTRES MISSIONS</b>	
• L'ANIMATION NUMÉRIQUE DU TERRITOIRE	<b>Page 11</b>
• LA RANDONNÉE	<b>Page 13</b>
• L'OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE	<b>Page 15</b>
• TOURISME ET HANDICAP	<b>Page 19</b>
• LA TAXE DE SÉJOUR	<b>Page 20</b>
• LE CLASSEMENT DES MEUBLÉS DE TOURISME	<b>Page 21</b>
<b>CONVENTIONS/PRESTATIONS DE SERVICE</b>	
• ASSOCIATION PETITES CITÉS DE CARACTÈRE	<b>Page 22</b>
• PARTENARIAT EDF : VISITE DE BARRAGE À SAINT-ETIENNE CANTALES	<b>Page 23</b>
• ASSOCIATION BOOGIE WOOGIE LAROQUEBROU	<b>Page 24</b>
<b>ADMINISTRATIF/GESTION STRUTURE</b>	<b>Page 25</b>

## L'équipe de l'office de tourisme



En 2020, l'équipe de l'Office de Tourisme était composée de :

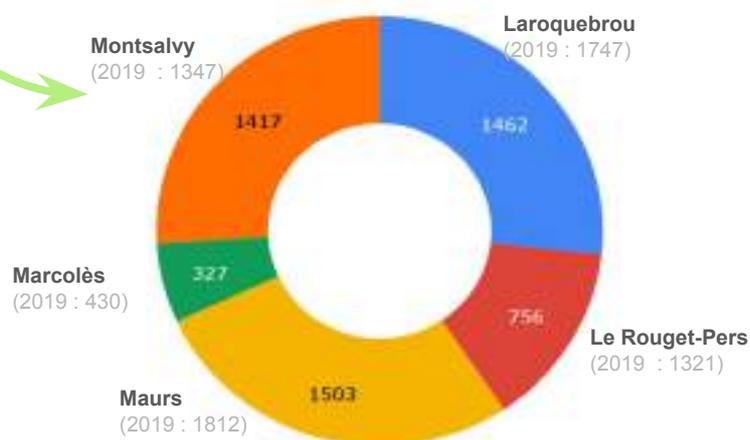
- Mme Séverine ANDURAND (Kit accueil, Taxe de Séjour, Petite Cité de Caractère, Classement), sandurand@chataigneraie-cantal.com
- M. Laurent BALMISSE (Directeur), direction@chataigneraie-cantal.com
- Mme Sandra BENOIT (Base de données, Editions) sbenoit@chataigneraie-cantal.com
- Mme Patricia CAPREDON (Responsable Administratif, Responsable Accueil & Promotion, Visite barrage), pcapredon@chataigneraie-cantal.com
- Mme Amélie CELIER (Base de données - Editions) acelier@chataigneraie-cantal.com
- Mme Lydie DEMAISON (Animation Numérique du territoire, Observatoire, Production) , ldemaison@chataigneraie-cantal.com
- M. Romain GABRIECK (Evènementiel Boogie Woogie, Randonnée, visites de ville et barrage) 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
- Mme Hélène Teulade (Référént Digital, Editions, visite de ville), hteulade@chataigneraie-cantal.com
- 1 saisonnière : Mme Karine Malvezin

# L'ACCUEIL à l'office de tourisme en 2020

## CHIFFRES CLÉS :

- sur 1 année : 6 412 heures d'ouvertures des Points Informations.
- 4 Points Informations permanents + 1 saisonnier.
- Fréquentation physique : 5465 actes d'accueil.
- Accueil téléphonique : 1874 actes d'accueil.
- Accueil courrier : 253 demandes.
- Accueil sites web : 32 220 visites.

L'Office de Tourisme est habituellement ouvert tous les jours et toute l'année (sauf exceptions et jours fériés de novembre à mars). En 2020, l'OT a vu son fonctionnement perturbé par la Covid et la fréquentation générale a connu une légère baisse par rapport à l'année 2019 sur les données enregistrées à l'OT. L'accueil téléphonique a baissé. Les visites sur le site internet ont 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 GLOBALE 2020 (guichet+téléphone+courrier) :**  
**7592 actes d'accueil** soit **19 467,5 personnes**  
9463 actes d'accueil réalisés en 2019 - **soit une baisse de 19,77% en 2020**

## ► autre comparatif possible par rapport à 2019

En 2020 des actes d'accueil habituellement réalisés sur le territoire n'ont pas pu avoir lieu :

- accueil physique fermé 3 mois et demi (*confinements de mi-mars à fin mai, et novembre*) et les dimanches de juin à fin décembre
- billetterie du Boogie Woogie non assurée et grands événements qualifiés à l'accueil annulés (Fête des Paniers, Léz'Arts de la Rue)

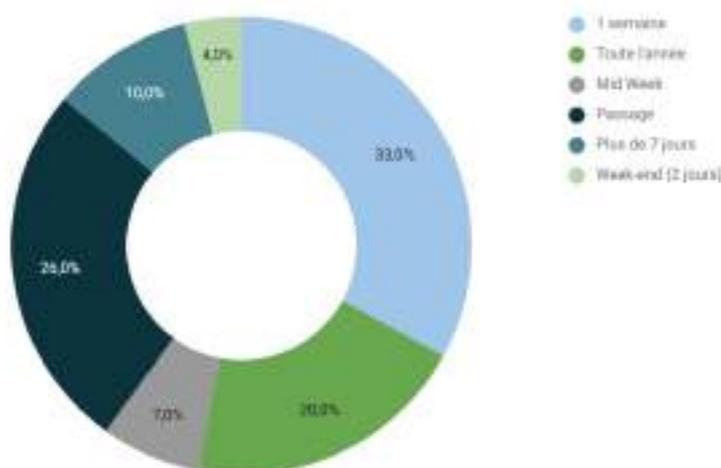
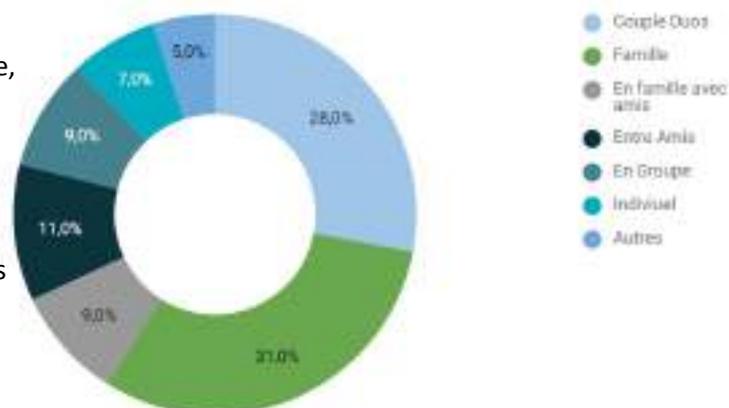
**Sur la base des mêmes conditions, si on déduit en 2019 les actes d'accueil cités ci-dessus, on obtient :**  
6730 actes d'accueil réalisés en 2019 sur la même base d'accueil - **soit une hausse de 12,81% en 2020**

# L'ACCUEIL à l'office de tourisme en 2020

## 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.

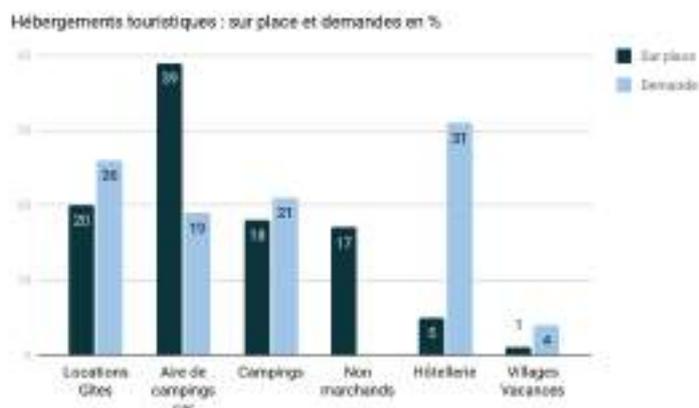
En 2020, les données révèlent que le type de visiteurs le plus renseigné à l'accueil concerne la "Famille" à 31%, "Couple/Duos" à 28% puis les "Entre Amis" à 11%. Les "Groupes" et "Famille avec amis" sont représentées à 9%. L'item "Autres" à 5% correspond aux prestataires, professionnels, associations...



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.

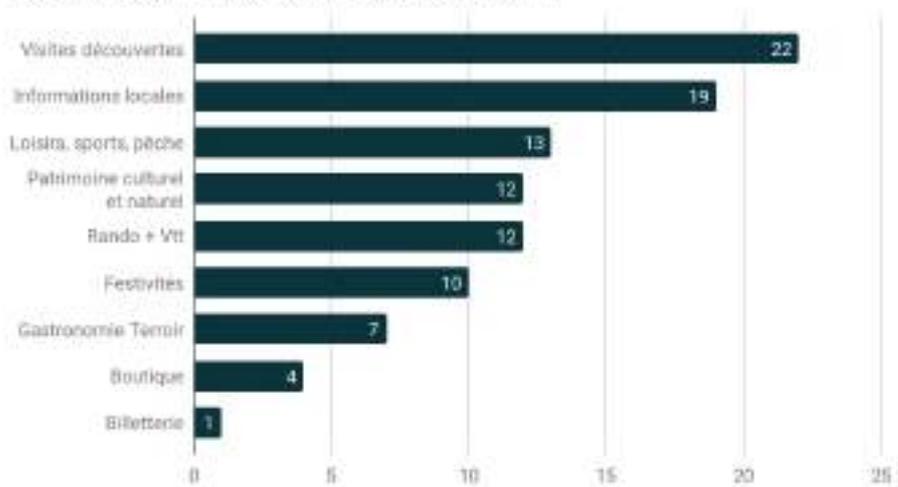
Le type d'hébergement sur place (uniquement calculé sur l'accueil physique, lors du face à face client), est représenté à 39% pour les aires de camping-car, 20% pour les locations / gîtes, les campings à 18%, les non marchands (résidences secondaires, chez amis ou famille) à 17%, l'hôtellerie (hôtels et chambres d'hôtes) à 5%, les hébergements groupes et villages vacances à 1%.

La demande en hébergements est plus importante sur l'hôtellerie (hôtels et chambres d'hôtes) à 31%, les locations / gîtes à 26%, les campings à 21%, les aires de camping-cars à 19% et les autres hébergements à 4%.



# L'ACCUEIL à l'office de tourisme en 2020

Les demandes formulées à l'accueil par les visiteurs en %



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

- Les visites découvertes 22%
- Les informations locales 19%
- Les loisirs sportifs et la pêche 13%
- Le patrimoine culturel et naturel 12%
- La randonnée pédestre et cyclo/vtt 12%
- Les Festivités 10%
- Gastronomie / terroir 7%
- Boutique 4%
- Billetteries - wifi 1%

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

- Aveyron, Corrèze, Lot 48,5%
- Cantal 51,5%



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

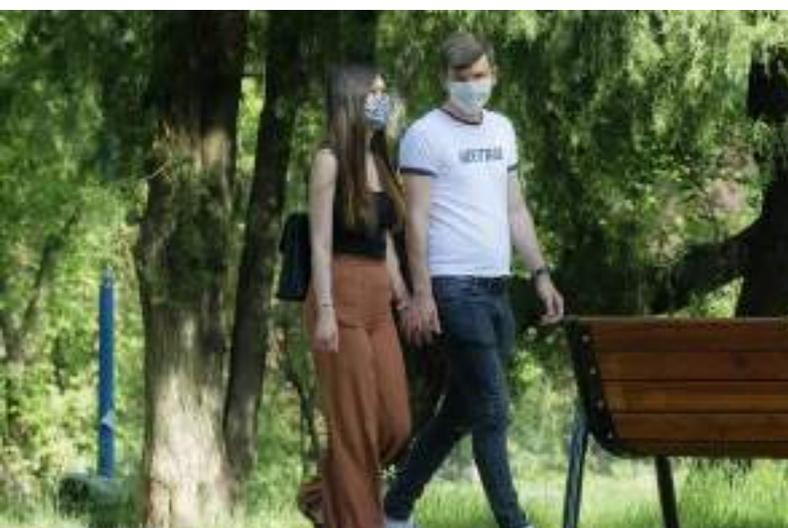
### Top 3 - Régions françaises :

- AURA 44%
- Occitanie 13%
- Ile de France 11%

### Top 3 - Pays étrangers :

- Belgique 48%
- Royaume Uni 16%
- Pays Bas 17%

En 2020, la fréquentation de la clientèle étrangère a largement baissé, liée au contexte sanitaire.



# LA PROMOTION

## 1. Les éditions

Compte tenu de la crise sanitaire, le nombre de brochures imprimées a été réduit

### 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 **10 000** 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. Les guides sont disponibles en téléchargement sur le site internet. Il est édité à **1000** exemplaires.

### CARTE TOURISTIQUE :

Elle est éditée à **5 000** exemplaires et présente l'ensemble des informations touristiques et les 4 cités médiévales du territoire.

### GUIDE PRATIQUE ET ANIMATIONS :

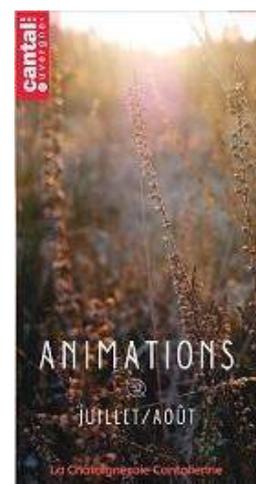
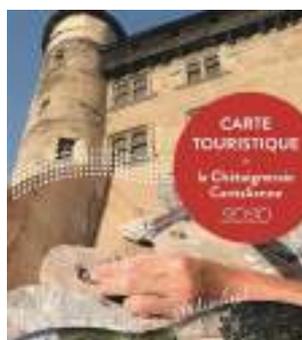
Collecte des manifestations proposées par les associations et intégration dans le guide Pratique et la base de données. Travail en collaboration avec les municipalités du territoire pour la mise à jour de la liste des associations (nom du président et adresse) et du listing des commerçants et artisans du territoire. Charte graphique revue en 2020. Pas d'envoi dans les boîtes aux lettres du fait de la crise sanitaire - Édition à **5 000** exemplaires.

### SEMAINIER :

Présentation d'un programme d'activités à la semaine en juillet et août. Nouveauté 2020, au verso la promotion des activités destinées aux enfants. Edition à **2500** exemplaires.

### PASSEPORT DÉCOUVERTE MULTI-ACTIVITÉS :

En partenariat avec Cantal Destination et les Offices de Tourisme du Cantal, un passeport recensant des sites de visites (châteaux, musées...) aux côtés de prestataires d'activités et de loisirs a permis aux visiteurs de bénéficier d'offres avec des tarifs préférentiels consentis par rapport aux tarifs publics en vigueur.



# 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 (Feux d'Artifice du 14 juillet, Journées du Patrimoine..)

Certains évènements ont été annulés du fait de la crise sanitaire. Aussi, ce service a été interrompu durant l'année 2020 (confinement)

### Guides Touristiques et Supports Départementaux :

- Carte Cantal - Puy de Dôme
- Cantal Avenir (Agenda)
- Pas de mise à jour de guides touristiques nationaux en 2020

### Salons de promotion touristique en 2020 (dans le cadre du Fond Commun de Promotion) :

- [Salon International du Tourisme](#) à Nantes du 24 au 26 janvier 2020 en partenariat avec Village Vacances La Châtaigneraie
- [Salon des Vacances](#) à Bruxelles du 6 au 9 février 2020 en partenariat avec Cantal Destination
- [Salon du Randonneur](#) à Lyon du 20 au 22 mars 2020 en partenariat avec Les Bains du Rouget : **Annulé à cause du confinement.**

### Sacs en toile de jute et présentoir Châtaigneraie



Sacs toile jute faisant la promotion du site internet de la destination

Présentoir permettant de mettre en avant la documentation touristique : distribué auprès des commerçants adhérents



# LA PROMOTION

## 3. Visites commentées

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

Malgré les mesures sanitaires en place, les visites commentées ont pu être maintenues avec une **jauge de 10 personnes par groupe.**

#### MAURS

- **Visites individuelles :**

6 visites individuelles en juillet et août : 27 inscrits

- **Groupes limités à 9 personnes**

Aucune visite de groupe, du fait de la Covid-19.

#### LAROQUEBROU

- **Visites individuelles :**

7 visites individuelles en juillet et août : 43 inscrits



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.

Cette visite nocturne aux lampions de Laroquebrou, très convoitée par les familles, a été revue cette année de manière plus ludique. En effet, afin de stimuler l'interaction avec le public et notamment les plus jeunes, des devinettes sont posées tout au long du parcours (quelle taille ? quel poids ? le saviez-vous ? etc..), des anecdotes sont régulièrement citées et le public est invité à participer activement à la découverte du patrimoine de la Cité en recherchant des éléments sur les façades par exemple (un cadran solaire, un petit personnage sculpté...).

**En 2020, 70 personnes ont participé à des visites commentées organisées par l'OT.**

## 4. Billetteries

Pour le compte de **3 associations, pour un total de 200 inscriptions et/ou billets**

- Les Ateliers Pêche proposés par la Fédération de Pêche du Cantal : 10 ateliers 122 inscrits
- Le vide grenier de Saint Mamet le 13 septembre : 50 inscrits Association Famille Rurale
- Les visites du Château de Naucaze à St Julien de Toursac : 28 inscrits (2 dates) Association de Sauvegarde de Naucaze



# LA PROMOTION

## 5. Production d'offres touristiques



Le contexte particulier vécu en 2020 a demandé une adaptation de l'offre proposée habituellement sur nos supports de communication.

La clientèle "**GROUPES**" a été inexistante, nous avons orienté la production d'offres vers la clientèle "**INDIVIDUELLE**" et "**LOCALE**".

Ces offres sont présentées dans la rubrique "**ACTUS**" sur la page d'accueil du site principal (et relayé sur les réseaux sociaux) :

- Mise en avant des offres des partenaires ayant mis en place un **protocole sanitaire** dans l'article "Vacances sereines" :

<https://chataigneraie-cantal.com/vacances-sereines/>

- Mise en avant des activités à pratiquer dans le **périmètre des 100 kms** :

<https://chataigneraie-cantal.com/tout-pres-de-chez-vous/>

- Mise en avant d'**idées cadeaux** pour les fêtes de fin d'année, en valorisant l'artisanat local et les producteurs locaux :

<https://chataigneraie-cantal.com/idees-cadeau>

- Mise en avant des **restaurateurs et traiteurs** pour les menus à emporter pour les fêtes de fin d'année :

<https://chataigneraie-cantal.com/restaurants-chez-vous>

- Publication de quiz pour faire re-découvrir la Châtaigneraie à ses **habitants** lors du 1er confinement :

<https://chataigneraie-cantal.com/quiz>

Les idées séjours présentées dans la rubrique "**FORFAITS & SÉJOURS**" sur la page d'accueil du site ont été mises à jour pour 2020 :

- Séjour individuel : Randonnées Bien être au Rouget
- Séjour scolaire : Le Jardin Conté / Barrage de St Etienne Cès
- Excursions journées groupe : Cités médiévales / Gastronomie / Musées thématiques / Patrimoine
- Bons plans / idées cadeaux

# 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 2020



**Fréquentation Globale  
Année 2020 :  
22 041 visiteurs**

La fréquentation annuelle du site principal est en bonne progression, fruit du travail de référencement et de rédaction de contenu régulier.

L'espace Pro a connu une meilleure fréquentation.

Le site dédié à la rando se maintient malgré le manque de mise à jour de contenu (développement d'une rubrique Randos sur le site principal).

### Le site web principal :

#### CHIFFRES CLÉS :

- 2,11 pages lues par session
- 1'46" durée moyenne des sessions

#### PAGES LES PLUS CONSULTÉES :

1. Page d'accueil
2. Lac de St Etienne Cantalès
3. Randonnées
4. Foires Chevalines à Maurs
5. Locations de vacances

#### NAVIGATION :

- **57% via un smartphone**
- **35,53% via un ordinateur (hausse due au confinement)**
- **7,47% via une tablette**

#### ORIGINE DES VISITEURS :

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

#### SOURCES DE TRAFIC :

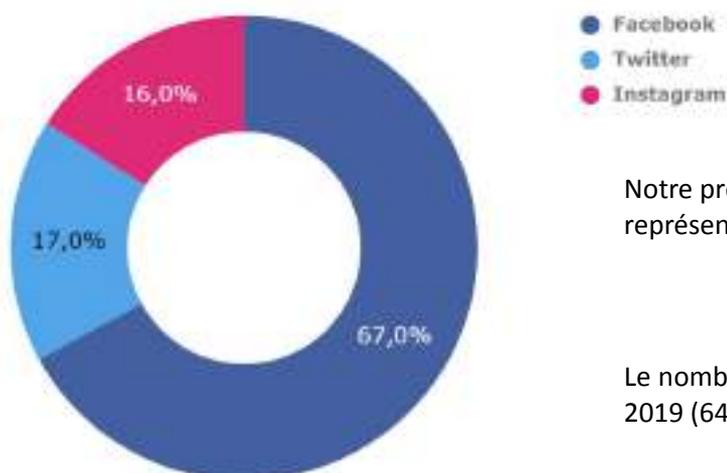
- Requêtes : "maurs", "marcoles", "laroquebrou", "lac saint etienne cantales", "renac plage"...
- Sites émetteurs : facebook.com, rando.cantal.fr, caba.fr, boogie-laroquebrou.com, auvergne-destinations-volcans.com, ...

# 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 2020 :

**7029 abonnés**

Le nombre d'abonnés a augmenté de 9 % par rapport à 2019 (6474 personnes en décembre 2019).

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" et "commentaires"

La création de visuels et **posts engageants** permet de les rendre visibles au maximum de contacts directs ou indirects, d'augmenter la portée en les partageant dans les groupes locaux.

Le calendrier des publications est **mis à jour tous les ans**, selon les saisons, avec des thématiques variées : devinettes / initiatives locales / fenêtre sur la France / programme des vacances / animations hebdomadaires / activités estivales / saison culturelle / disponibilités de dernière minute / etc...

Notre communication s'appuie sur une **charte éditoriale** permettant d'uniformiser notre style rédactionnel et de créer une identité visuelle pour les internautes. 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, publiés 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 (commentaires ou messages directs), auquel nous répondons quotidiennement.

### CHIFFRES CLÉS :



4675 fans



1161 abonnés



1193 followers



et aussi sur Youtube, Pinterest et Tripadvisor

### QUI SONT NOS ABONNES SUR FACEBOOK :

- 49,9 % Femmes / 50,1 % Hommes
- 35 - 54 ans
- 91,9 % France - 8,1 % Etranger

- [www.chataigneraie-cantal.com](http://www.chataigneraie-cantal.com)
- <https://pro.chataigneraie-cantal.fr>
- [www.rando-chataigneraie.fr](http://www.rando-chataigneraie.fr)

# AUTRES MISSIONS

## 1.1 Mission Animation Numérique

### ACTIONS

- 1 mission variée :
  - accompagnement des prestataires (rendez-vous individualisés (visio et / ou téléphonique) pas d'atelier collectif en raison du contexte sanitaire
  - communication web (recherches et développement de nouveaux outils de communication web et print),
  - reporter numérique (optimisation régulière de la photothèque et vidéothèque),
  - community management (publications et animations communautés),
  - veille et curation de contenus
  - gestion et mise à jour de la base de données d'informations touristiques
- 2 interlocuteurs : 1 chargé d'animation numérique et 1 référent digital (cursus "Réfèrent Digital" proposé par le Campus CCI 15 a été suivi et validé par Hélène Teulade qui a rejoint la mission ANT cette année).
- environ 800 heures de travail sur la mission en 2020
- participation à de nombreux webinaires pendant les confinements → télétravail
- participation aux rencontres nationales du tourisme à Pau en octobre (conférences, ateliers, exposants...)



## ZOOM sur Apidae

L'INFORMATION TOURISTIQUE

*Apidae Tourisme est un réseau d'informations touristiques hébergé sur une plateforme sous la forme d'une base de données. Cette plateforme permet de saisir, stocker et exploiter les données des prestataires pour renseigner les clients sur l'offre des destinations des membres du réseau. Cette information est diffusée à l'accueil, par téléphone ou par email, et/ou est utilisée pour alimenter les projets numériques des membres de la communauté (sites web et mobiles, bornes interactives, panneaux d'informations, éditions...)*

Apidae est un outil de travail utilisé **quotidiennement** par une partie de l'équipe. Plus de **1400 fiches** sont gérées sur la plateforme, et représentent plus de **750 heures** de travail effectuées en 2020.

- saisie quotidienne des animations et festivités organisées par les associations locales
- mises à jour régulières des informations des partenaires : professionnels du tourisme (hébergeurs, activités, sites de visites etc...), commerçants et artisans, collectivités...
- gestion des projets alimentant le site web [www.chataigneraie-cantal.com](http://www.chataigneraie-cantal.com) // Agence Z-Index Aurillac
- exports divers : liste des animations hebdomadaires, programme petites vacances, liste des expositions, liste mensuelle pour le Cantal Avenir, liste des vide-greniers,

En 2020, un travail de fond a été mené sur la base de données, accentué pendant le télétravail :

- optimisation des fiches des partenaires : ajout de **photos/videos**, mise à jour des **coordonnées des communes**, saisie des **descriptifs traduits** en anglais et néerlandais...
- mise en avant des partenaires ayant mis en place le **protocole sanitaire** dès la fin du confinement #1 (envoi d'un formulaire pour la récolte d'infos, relances, critérisation des fiches, création d'un widget pour la remontée des offres sur le site...)
- participation à de nombreux webinaires sur les nouveaux services proposés sur la plateforme : qualifications des images, outils tierces, extranet de traduction, annuaires des professionnels...

# AUTRES MISSIONS

## 1.2 Animation numérique : Mise en application de la formation “Référént Digital”

La formation de “Référént Digital” en contrat de professionnalisation suivie par Hélène Teulade, de Décembre 2019 à Novembre 2020, a permis grâce aux connaissances acquises, d’**optimiser la présence numérique** de l’Office de Tourisme.

Ainsi, en complément du cursus “Chargée de Projets Etourisme” validé précédemment par Lydie Demaison, de nouvelles pistes de réflexions et d’études ont pu être envisagées conjointement, en rapport avec le développement numérique et digital de la structure de l’Office de Tourisme et ce, afin de **promouvoir la destination** et de **répondre aux besoins des clientèles**.

Pour cela, nous avons travaillé sur différentes thématiques, en lien les unes avec les autres :



- **L'état des lieux de la présence web** de l'OT au moyen de l'analyse SWOT (forces, faiblesses, opportunités et menaces) pour le site en ligne ainsi que pour les réseaux sociaux sur lesquels notre structure est active (Facebook, Instagram).
- **La requalification de la ligne éditoriale ainsi que de la charte graphique** de l'OT afin d'établir une cohérence de fond et de forme harmonieuse dans les modes de rédaction et de diffusion web (et print).
- **La diversification et l'attractivité des publications en fonction des réseaux utilisés** : contenus ludiques (quizz, devinettes), expérientiels (articles de blog), visuels et valorisants pour le territoire (photographies et vidéos) afin de susciter l'intérêt lors de notre communication multi-canal.
- **La recherche des “Personas” et du coeur de cible** de l'OT au moyen d'un questionnaire en ligne, publié durant plusieurs semaines et encourageant notre Communauté Facebook à participer à ce sondage ; recherche utile et propice à la proposition ainsi qu'à la diffusion d'offres ciblées.
- **L'optimisation de l'expérience utilisateur** du site internet de l'OT via **la recherche de pistes d'améliorations et l'interprétation des résultats observés**.

# AUTRES MISSIONS

## 3. La Randonnée

### RANDONNÉE VTT :

#### CRÉATION D'UN RÉSEAU D'ITINÉRAIRES VTT

**15 circuits ont été sélectionnés pour ce projet, dont le projet du tour de lac de Saint-Etienne Cantalès qui sera traité à part par la Communauté de communes. 26 communes impactées par au moins un circuit.**

Un dossier a été distribué en Juin 2019 à l'ensemble des mairies impactées. Il comprend 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).

En Décembre 2019, une phase de terrain a été décidée puis effectuée au printemps 2020 par les moniteurs et guides VTT de l'école MCF Volcan du Cantal. Celle-ci a consisté à repérer les anomalies, faire un relevé terrain complet du tracé, de ses besoins en balisage, en aménagements, ainsi que de la cotation de sa difficulté et sa carte d'identité (kilométrage, dénivelé, revêtement...), des 6 circuits administrativement complets **(PHASE 1)** :

### CIRCUITS DE LA PHASE 1

**La boucle de Marcolès 15,2 kms**

**Au coeur des Châtaigniers 35 kms**

**De Montsalvy à la vallée du Goul 19 kms**

**Balcon sur Maurs 15,5 kms**

**Les rives d'Enchanet 17,3 kms**

**Ronde en Ségala 29,1 kms**

### RANDONNÉE PÉDESTRE

#### SUIVI QUALITATIF, REQUALIFICATION COMPLÈTE ET RÉVISION DU BALISAGE

**L'offre de randonnée pédestre en Châtaigneraie cantalienne :**

- **53 circuits de randonnées sur 51 communes**
- **pour un total de 472 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. En 2020, l'Office a effectué le suivi de **10 remarques** faites auprès de ses services (forte baisse logique). Un état des lieux de l'entretien (Dispo Services) est effectué en avant saison avec la collectivité. **En 2019 et 2020, un renouvellement des sentiers a été lancé via la requalification de l'existant.** Ce projet a nécessité le renouvellement de l'ensemble des conventions de passage privées (signées en 2009 et valables 10 ans). A ce jour, l'ensemble des tracés sont renouvelés à l'exception du sentier du Ségala pour lequel des conventions de passages n'ont pas été signées.

De Janvier à Avril 2021, l'ensemble du balisage a été revu par le comité départementale de randonnée pédestre via une convention avec la Communauté de communes.

# AUTRES MISSIONS

## 3. La Randonnée (suite)

### RANDONNÉE VTT

#### CRÉATION D'UN RÉSEAU D'ITINÉRAIRES VTT

Durant l'année 2020, le travail de l'Office de tourisme a consisté à :

- **Décembre 2019** : Validation par la communauté de communes du choix des professionnels retenus et vote d'une enveloppe de 20 000 €.
- **Avril-Mai 2020** : Phase de terrain réalisée par les moniteurs VTT de l'école MCF Volcan du Cantal sur les 6 circuits sélectionnés de la phase 1, et remise de tous les éléments à l'Office de tourisme.
- **Mai à Août 2020** : Phases d'inscription des circuits au PDIPR pour passage en commission départementale des sites et itinéraires, création du dossier répondant au cahier des charges Départemental comprenant les fiches projets, les relevés cadastraux, l'assemblage cadastral, la carte, les relevés de terrain, les conventions de passages privées et les délibérations des 6 circuits de la phase 1 (remise des dossiers au Conseil Départemental début Août 2020).
- **Décembre 2020 à Juin 2021** : Phase de commandes, de balisage et d'aménagement pour les six premiers itinéraires de la phase 1 (commandes réalisées en Décembre 2020 et Janvier 2021, réception du matériel en Mars et Avril 2021, balisage finalisé et mis en place en Juillet 2021). Phase de poursuite de la réflexion et modifications des 8 autres circuits de la Phase 2 (rdv mairies, points terrain...)



# AUTRES MISSIONS

## 4. Observatoire économique



- Enquête téléphonique réalisée en octobre 2020
  - Opinion des hébergeurs et prestataires d'activités
- Du fait de la Covid19, certaines questions ont évolué et d'autres sont venues compléter le questionnaire. Ont été demandés :
- leur **niveau de satisfaction** sur les différentes périodes
  - leur **activité (fréquentation et chiffres d'affaires)** par rapport à celle de 2019 de Juillet à Septembre
  - leur **perte de CA** lors du premier confinement
  - leur avis sur une **liste de facteurs** pouvant influencer la saison
  - leur avis sur la **consommation et les comportements clientèle**

Le panel	Interrogés	Répondants	Exprimé en %
Camping	15	12	80 %
Hébergements collectifs	2	2	100 %
Villages Vac / Chalets	4	4	100 %
Chambres d'hôtes	8	8	100 %
Hôtel	8	8	100 %
Activités / Loisirs	23	20	87 %
Musées	5	5	100 %
Sites de visites	15	14	93 %
Producteurs/artisans	7	4	57 %
<b>TOTAL</b>	<b>87</b>	<b>77</b>	<b>89 %</b>

# AUTRES MISSIONS

## 4. Observatoire économique

### La saison vue par les hébergeurs

Campings : 58% sont satisfaits en 2020, un chiffre inférieur à 2019 où la satisfaction s'élevait à 73%. La perte de CA liée au 1er confinement est estimée à 67,5%. Le mois de juillet est partagé avec une forte baisse pour 41% d'entre eux et une hausse ou forte hausse pour 42%. Août reste un bon mois pour la majorité. La note donnée à la saison 2020 est de **5,7/10**, contre 6,4 en 2019. Les campings privés s'en sortent mieux que les campings publics. Le niveau de satisfaction est de 6/10 contre 5,3/10 pour les structures publiques.

Les hébergements collectifs sont les grands perdants de cette saison puisqu'aucun n'est satisfait. La fréquentation et le Chiffre d'Affaires sont en forte baisse sur l'intégralité de la saison, avec même une perte estimée de CA de 95% au Printemps. Les hébergeurs ont donné la note de **1/10** à la saison 2020, contre 5 l'an dernier.

2020 voit 75% des Villages Vacances et Chalets satisfaits comme en 2019. La perte estimée du confinement est de 82,5%. La fréquentation est en hausse en Juillet et Août, ainsi que le CA qui est même en forte hausse pour 75% d'entre eux. A contrario, Septembre connaît une baisse. Les hébergeurs ont attribué **5,5/10** à cette saison, au lieu de 7,5 l'an dernier.

Les propriétaires de chambres d'hôtes qualifient leur saison de bonne pour 37% et 37% la juge stable. Ils étaient 88% à la juger bonne en 2019. Hormis en Juillet où la fréquentation connaît une baisse, Août reste stable et Septembre connaît même une hausse. Cependant le CA est en forte baisse pour 50% des hébergeurs ; les pertes du CA au Printemps sont estimées à 50%. Les propriétaires de chambre d'hôte ont donné la note de **5,1/10** à leur saison, contre 6,5 en 2019.

75% des hôteliers sont satisfaits de leur saison et 25% l'estiment stable par rapport à 2019 (78% de satisfaction en 2019). La fréquentation est en hausse pour 62% d'entre eux en Juillet, 75% en Août et on constate une tendance similaire mais plus mesurée en Septembre. La hausse de fréquentation est plus marquée au niveau du restaurant avec l'augmentation de la clientèle locale. Au final, les hôteliers ont attribué la note de **7,1/10** à leur saison, contre 6,8 en 2019.

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

Activités et Loisirs : 90% sont satisfaits (dont 50% très satisfaits) de leur saison, taux supérieur à l'année 2019 (84%). On note une très forte augmentation de la fréquentation pour les mois de juillet et août, le mois de septembre a été plus mitigé. Malgré la peur de la Covid19, le manque de groupe et de clientèle étrangère, les prestataires d'activités ont fait une excellente saison. En terme de note, ils ont donné **7.4/10** (7 en 2019).

Les musées considèrent tous leur saison comme ayant été mauvaise (contre 71% de satisfaction l'an dernier). En juillet et août, la fréquentation a été stable pour 40%, en baisse ou forte baisse pour les 60% restants. Septembre est en baisse. Les musées ont fortement subi le manque de groupes, La note donnée par les prestataires à cette saison est de **3.8/10** (6,4 l'an dernier).

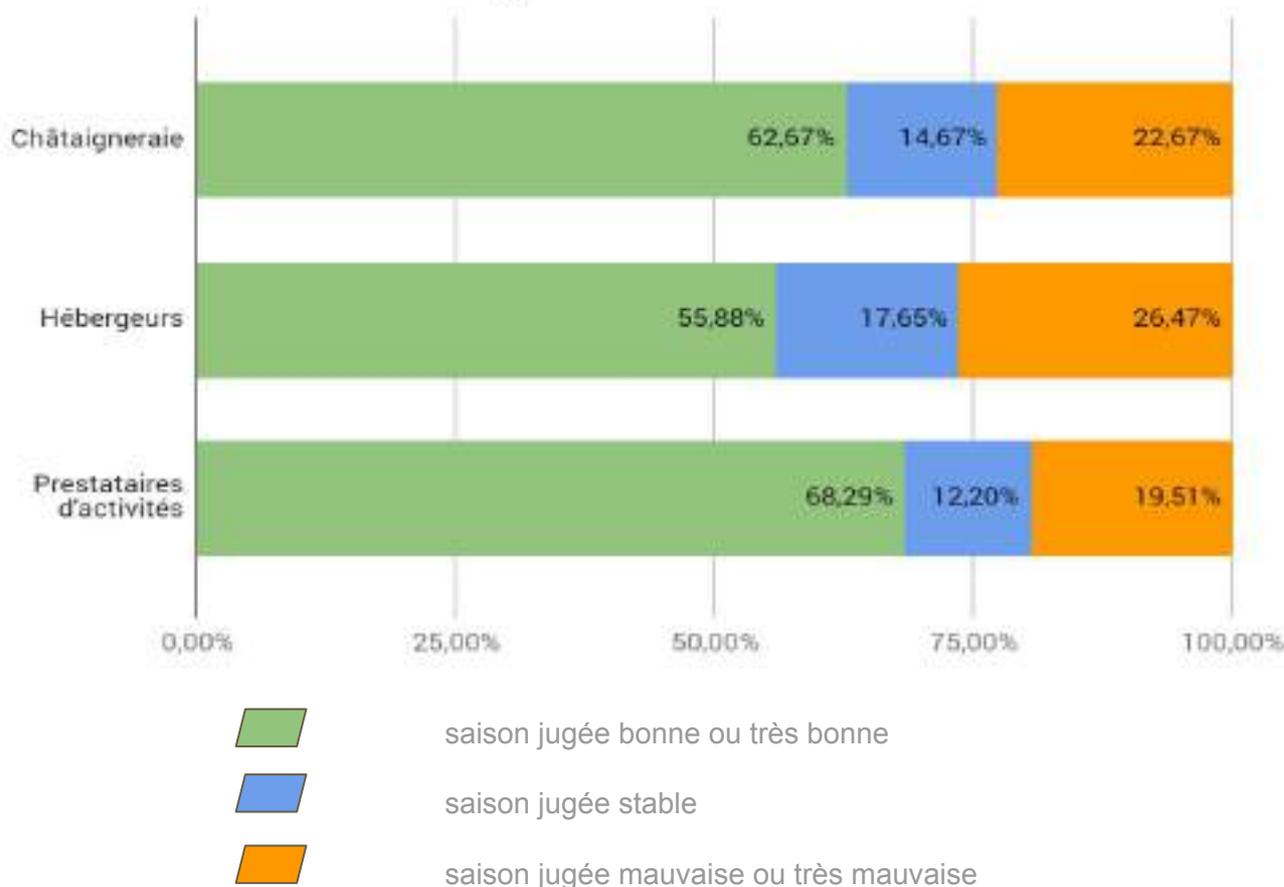
Sites de visite : Le niveau de satisfaction est juste dans la moyenne puisque 54% sont satisfaits (73% en 2019), 31% stable et 15% insatisfaits. Juillet et août sont mitigés (autant en hausse qu'en baisse),. Sur le mois de septembre, la baisse de fréquentation s'est encore accentuée. Certains sites ont pu bénéficier du repli de la clientèle française et de l'attractivité de la région. D'autres ont fortement subi le manque de clientèle groupe. Les sites de visite ont attribué la note de **6/10** au lieu de 6.9 en 2019.

Les producteurs et artisans jugent leur saison bonne à 75% (contre 100% en 2019), dont 50% très satisfaisante. La fréquentation a été au rendez-vous en juillet-août, mais en baisse en septembre. Le chiffre d'affaire se maintient (voire en hausse) l'été, mais en nette baisse à l'automne. Le repli de la clientèle française a fortement joué dans cette hausse, Les producteurs et artisans donnent la note de **7.6/10** à cette saison 2020, au lieu de 6.9.

# AUTRES MISSIONS

## 4. Observatoire économique

Niveau de satisfaction en Châtaigneraie



Sans surprise en cette année de Covid19 et après 2 bonnes années (selon les enquêtes réalisées en 2018 et 2019), l'enquête d'opinion réalisée par l'Office de Tourisme de la Châtaigneraie Cantalienne indique que les acteurs touristiques du territoire sont mitigés quant à la **satisfaction de leur saison, puisqu'ils perdent 17.3 points de satisfaction par rapport à 2019 !**

Les grands perdants sont les prestataires dépendants des groupes. A contrario, les prestataires recevant principalement une clientèle individuelle a vu sa fréquentation augmenter en Juillet et Août.

Néanmoins, cette fréquentation estivale jamais égalée n'a pas pu compenser les pertes du Printemps (estimées à 70% pour les hébergeurs, et à 55% pour les prestataires d'activité), ni les pertes à venir du 2ème confinement ...

**6/10 est la note donnée à la saison 2020 (contre 6,8 en 2019 et 6,6 /10 en 2018)**

**62,67% des prestataires sont satisfaits de leurs saison contre 80% de prestataires satisfaits en 2019 et contre 77% en 2018**

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. Observatoire économique

### niveau Châtaigneraie

**62.7%**

de prestataires  
satisfaits de la  
saison 2020  
contre 80% en 2019

**6/10**

est la note donnée à  
cette saison par les  
acteurs du tourisme en  
Châtaigneraie  
(6,8 en 2019)

### niveau départemental et régional

Source : Baromètre régional - Auvergne Rhône Alpes Tourisme - Enquête été 2020

#### Tendances observées auprès des clientèles :

- Respecte le protocole sanitaire mis en place 82%
- Recherche de sites touristiques à fréquentation modérée 83%
- Recherche à se ressourcer au contact de la nature 88%
- Consomme prioritairement en circuit court 62%
- Réserve plus en ligne 56%



niveau Cantal

**84%**

de professionnels  
satisfaits de la  
fréquentation de  
la saison 2020

**63%**

de professionnels  
satisfaits de la  
fréquentation de  
la saison 2020



niveau Auvergne Rhône Alpes

#### Tendances observées auprès des clientèles :

- Respecte le protocole sanitaire mis en place 91%
- Recherche de sites touristiques à fréquentation modérée 71%
- Recherche à se ressourcer au contact de la nature 79%
- Consomme prioritairement en circuit court 60%
- Réserve plus en ligne 54%

# AUTRES MISSIONS

## 5. Tourisme et Handicap



L'Office de Tourisme est sensibilisé à l'accueil des personnes ayant des déficiences depuis plusieurs années. Cela s'est traduit en 2009 par la labellisation Tourisme et Handicap du bureau de La Roquebrou (4 handicaps : auditif, mental, moteur et visuel) puis du bureau de Maurs en 2015 et enfin en 2020 du bureau de Montsalvy. En 2020, la marque a été renouvelée pour les bureaux de Laroquebrou et Maurs et obtenue pour le bureau de Montsalvy ; elle est valable pour une durée de 5 ans.

La marque Tourisme et Handicap garantit un accueil adapté en fonction des 4 handicaps. Dans les faits, cela se traduit par :

- Un personnel formé à l'accueil des personnes en situation de handicap (12 et 13 mars 2020)
- Des locaux adaptés (déplacement, circulation, sécurité, accès aux informations)
- Une boucle magnétique (amplification du son) mise à disposition dans tous les bureaux
- Des guides touristiques disponibles en gros caractères
- Des guides touristiques disponibles en braille
- Des guides touristiques Facile à lire et à comprendre (Document FALC)
- Une page dédiée à l'accueil des personnes en situation de handicap sur le site internet de la destination <https://chataigneraie-cantal.com/handicap/>
- Un guide touristique recensant des offres labellisées Tourisme et Handicap et les offres accessibles du territoire complété des informations pratiques sur les commerces, services adaptés.



**L'Office de Tourisme de la Châtaigneraie cantalienne est le seul Office de Tourisme du Cantal a bénéficier de la marque Tourisme et Handicap (3 bureaux sur 4 labellisés)**

# AUTRES MISSIONS

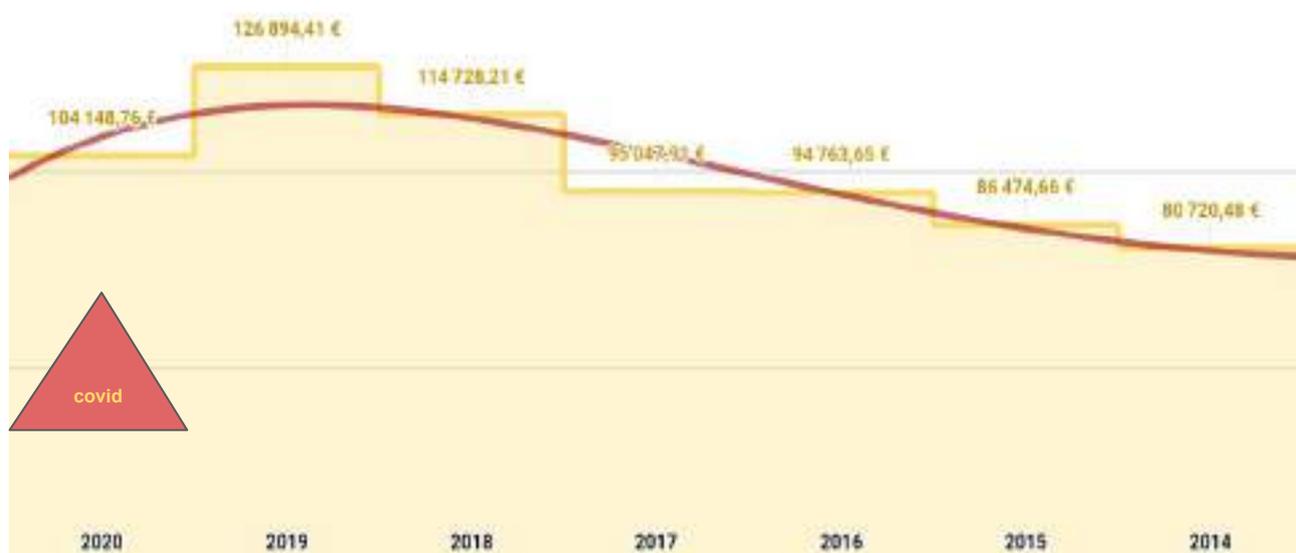
## 6. Taxe de Séjour

L'Office de Tourisme assure le suivi administratif de la perception de la taxe de séjour, en collaboration avec la Communauté de Communes. En 2020, la Taxe Additionnelle Départementale (TAD) a été mise en place à la demande du Conseil Départemental (10% de la taxe collectée).

### Chiffres de la Taxe de Séjour 2020, au 15 Septembre 2021 :

Pôle	SUM de TS CC année 2020	TAD année 2020	MONTANT TOTAL 2020	Nb de dossiers non clos
Cère & Rance	23 133,66 €	2 179,37 €	<b>25 313,03 €</b>	5
Entre 2 Lacs	25 104,20 €	2 417,48 €	<b>27 521,68 €</b>	6
Mauris	23 644,94 €	1 549,14 €	<b>25 194,08 €</b>	7
Montsalvy	15 311,29 €	1 390,50 €	<b>16 701,79 €</b>	9
Plateformes hors GDF	16 954,67 €	1 477,52 €	<b>18 432,19 €</b>	0
<b>Total général</b>	<b>104 148,76 €</b>	<b>9 014,02 €</b>	<b>113 162,77 €</b>	<b>27</b>

### Sommes collectées depuis 2014 (hors TAD) :



Les montants 2018 à 2020 sont susceptibles d'évoluer du fait des paiements tardifs.

# AUTRES MISSIONS

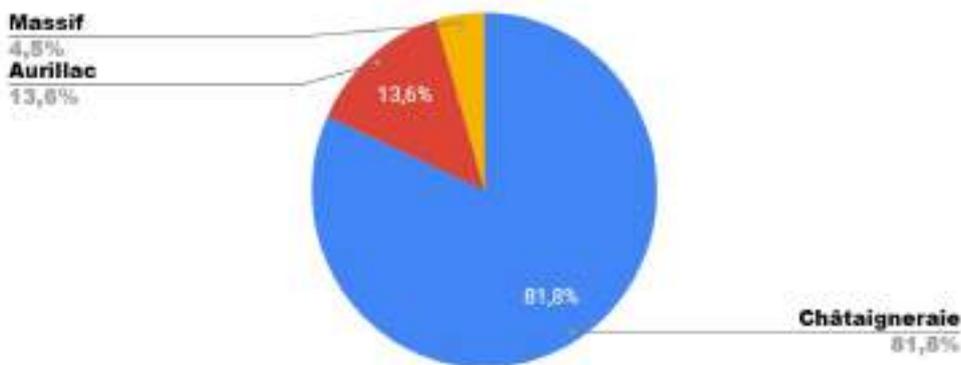
## 7. Classement de Meublés

Depuis Juillet 2013, l'Office de Tourisme de la Châtaigneraie cantalienne est agréé pour le classement des meublés de tourisme. Classement renouvelé par AFNOR en 2018, suite à l'audit de contrôle de la bonne conformité des pratiques de travail.

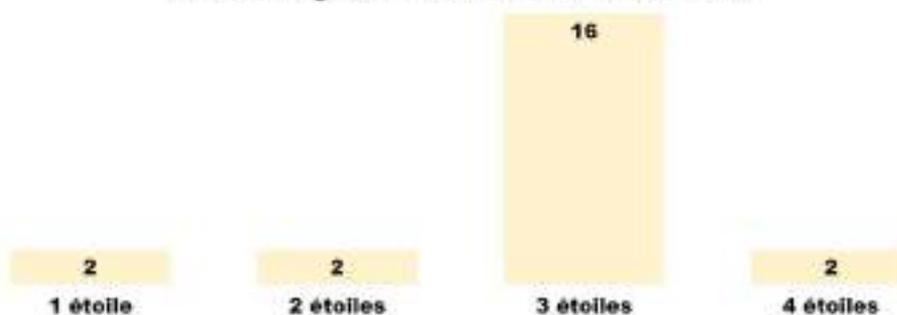
La zone d'intervention de l'Office concerne principalement la Châtaigneraie et le bassin d'Aurillac.

En 2020, nous avons réalisé 22 classements, principalement en Châtaigneraie.

- 1 étoile : 2 classements (Saint Cirques de Jordanne)
- 2 étoiles : 2 classements (Aurillac, Saint Santin de Maurs)
- 3 étoiles : 16 classements (Cassaniouze, Cayrols, Le Rouget, Le Lioran, Montmurat, Saint Antoine, Saint Santin de Maurs, Veillevie)
- 4 étoiles : 2 classements (Leynhac, Montmurat)



Nombre de logements selon le classement en étoiles



Il est à noter qu'à partir 2019, dix organismes ont été agréés dans le Cantal pour réaliser le classement contre cinq les années précédentes (Gîtes de France, Clévacances, Benet Immobilier, Thermauvergne, OT Saint Flour, OT Carladès, OT Gentiane, OT Salers, OT Hautes Terre et OT Châtaigneraie).

# CONVENTIONS

## 1. Petites Cités de Caractère

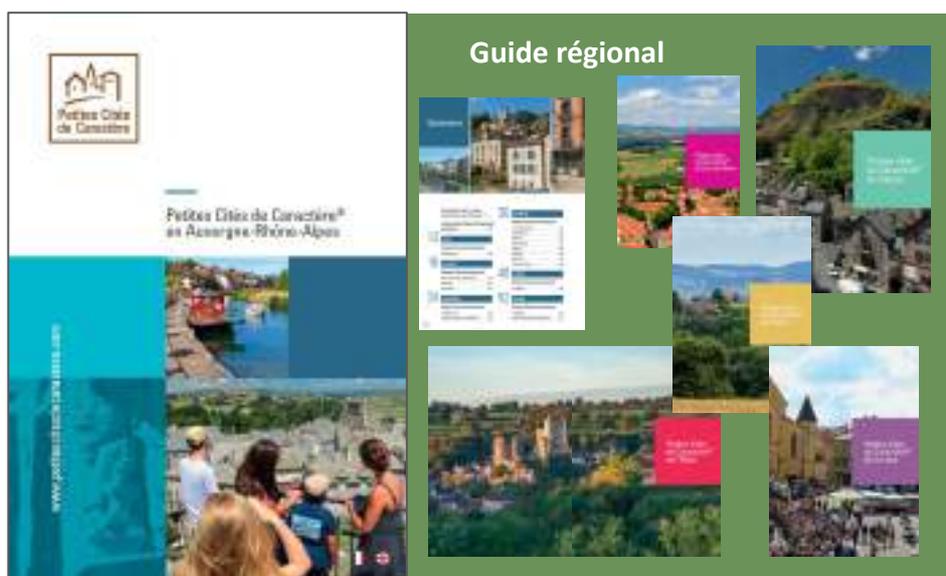


A la demande des associations Petites Cités de Caractère® Cantal et Petites Cités de Caractère® en Auvergne Rhône Alpes (PCC Aura), l'Office de Tourisme a mis à disposition un personnel pour assurer le suivi administratif et l'animation du réseau.

### Les temps forts de l'année 2020 :

- Suivi administratif de l'association Cantal
- Réunions Cantal et Aura, participation au réseau Aura et France
- Promotion Cantal sur la page Facebook de PCC Aura
- **Conception du tout premier guide régional Petites Cités de Caractère® en Auvergne Rhône Alpes** en collaboration avec la coordinatrice régionale. Ce guide, édité à 20 000 exemplaires et distribué en Région, est venu compléter la collection nationale. Travail nécessaire à l'élaboration de ce guide : contact avec les 36 PCC Aura, photothèque, rédaction des textes, respect de la charte nationale, suivi imprimeur, traduction en anglais. Le guide sera également diffusé au Salon du Patrimoine à l'Automne 2021 au Carroussel du Louvres.

222 heures de travail  
dont 172 pour AURA



### Réseau PCC Cantal

Le Cantal compte 8 Petites Cités de Caractère dont 3 en Châtaigneraie : La Roquebrou, Marcolès, Montsalvy, Menet, Murat, Pleaux, Raulhac et Saint Urcize. De nouvelles candidatures sont annoncées pour 2021.

Petites Cités de Caractère® en Auvergne Rhône Alpes, c'est 36 communes. Il y en a environ 200 en France.

### Au niveau de la Châtaigneraie

Trois films (un par cité) ont été réalisés par Léomédiás, avec pour vocation d'être diffusés "in situ" à Laroquebrou, Montsalvy et Marcolès.

Ces 3 films sont déclinés en un ou plusieurs clips thématiques de courte durée sous forme de teasing, et la diffusion se fera majoritairement sur le web et les réseaux sociaux. Le tournage des 3 spots ont été réalisés au cours de l'été 2020.



# CONVENTIONS

## 2. Visites Barrage EDF St-Etienne Cantalès

En collaboration avec EDF et la Communauté de Communes Châtaigneraie cantalienne

35 visites réalisées et 265 personnes qui ont participé à la visite de l'Usine hydroélectrique du barrage EDF de Saint Etienne Cantalès



### VISITES POUR LES INDIVIDUELS de juillet à septembre

Tous les vendredis après-midi, gratuit. Cette année, du fait de la Covid-19, les visites ont débuté le 10 juillet. Possibilité de 4 groupes par vendredi en juillet et août, avec 8 personnes maximum.

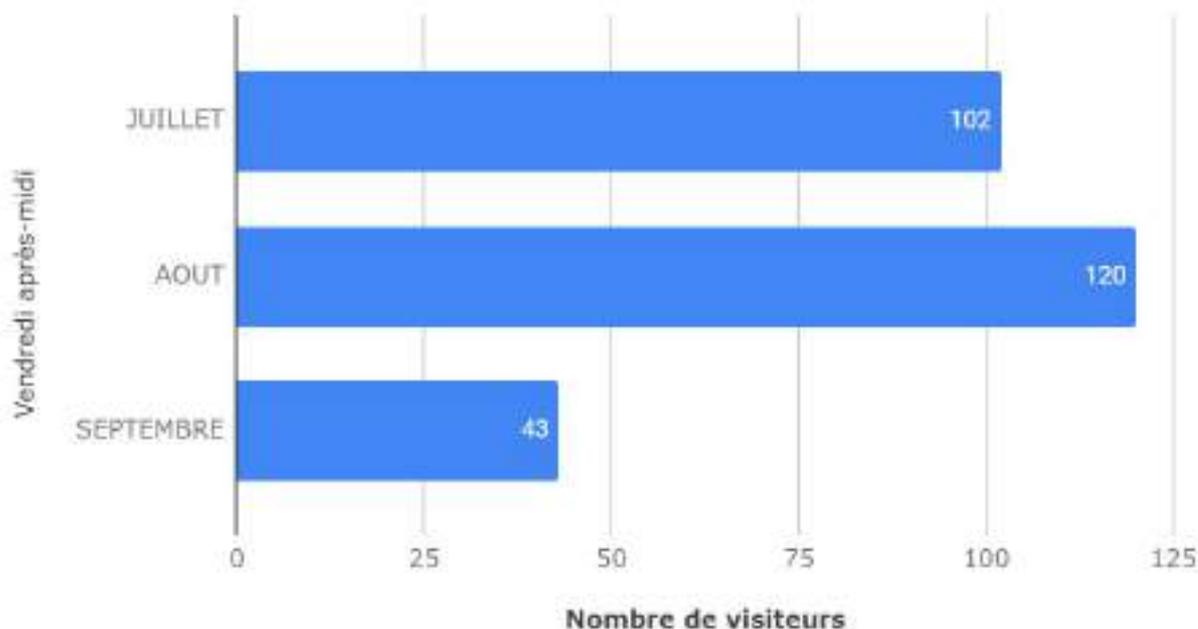
- **35 visites pour 265 personnes**

### 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.

- **5 visites pour 26 personnes (durant l'été, avec individuels)**
  - 3 groupes Les volants du Ségala
  - 2 groupes Ecole de la 2ème Chance Aurillac

### VISITES DU BARRAGE EDF



# CONVENTIONS

## 3. Boogie Woogie Laroquebrou

### EDITION 2020 ANNULÉE EN RAISON DU COVID-19

La décision a été prise par les organisateurs, d'annuler définitivement cette édition à la fin Mars 2020.

De ce fait, les seuls travaux de logistique effectués par l'Office de tourisme en 2020 ont été :

- En Janvier 2020, les pré-réservations hôtelières pour l'hébergement des artistes
- A la mi-Janvier 2020, l'envoi des voeux habituelles, à l'ensemble de la base de données du fichier Mailing (environ 1600 entrées).

Au préalable, un bilan de l'édition précédente (2019) avait été effectué de Septembre à Octobre 2019.

L'absence de la billetterie du Festival de Boogie Woogie et l'annulation du Festival a eu un impact direct sur la fréquentation du territoire.

A noter que l'édition 2021 a également été annulée.



# ADMINISTRATIF

## GESTION STRUCTURE

### GESTION DU PERSONNEL :

- Planning du personnel multi-sites
- Modulation temps de travail
- Activités partielle
- 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
- En 2020, rédaction du DUERP (Document Unique d'Evaluation des Risques Professionnels) en collaboration avec le cabinet QHSE Concept
- Relation fournisseurs
- Facturation
- Conseils d'administration et Assemblée Générale (préparation, rédaction compte rendu et diffusion de l'info)

### GESTION BOUTIQUE & DOCUMENTATION :

Boutique : divers produits (sur la rando, textiles, ..... ) le plus possible à l'effigie de La Châtaigneraie ou du Cantal

- Suivi comptable achat et vente : le logiciel Prestashop nous permet un suivi des produits.
- Un inventaire des produits est demandé 2 fois par an dans chaque Points Infos.
- Gestion du stock dans les bureaux de l'Office de Tourisme ; Suivi fournisseurs

Gestion de la documentation

- Gestion de la documentation du territoire, du cantal et des départements limitrophes
- Contacts avec les prestataires pour organiser les échanges de documentation





Offices de  
Tourisme  
de France

CHÂTAIGNERAIE  
CANTALIENNE

2020