



OFFICE DE TOURISME DE LA CHÂTAIGNERAIE CANTALIENNE

BILAN D'ACTIVITÉS 2021

Assemblée Générale 2021 - 16 Juin 2022 - CAYROLS

04.71.46.94.82

28 av. du 15 Septembre 1945

15290 LE ROUGET-PERS

info@chataigneraie-cantal.com

www.chataigneraie-cantal.com



SOMMAIRE

L'ACCUEIL À L'OFFICE DE TOURISME	Page 2
LA PROMOTION	
• LES ÉDITIONS	Page 5
• VISITES COMMENTÉES - BILLETTERIE	Page 6
• SUPPORTS ET ANIMATION NUMÉRIQUES	Page 7
• RÉSEAUX SOCIAUX	Page 8
• LA PLATEFORME PARTIR ICI	Page 9
LES AUTRES MISSIONS	
• LA RANDONNÉE	Page 10
• L'OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE	Page 13
• LA TAXE DE SÉJOUR	Page 18
• LE CLASSEMENT DES MEUBLÉS DE TOURISME	Page 19
CONVENTIONS/PRESTATIONS DE SERVICE	
• ASSOCIATION PETITES CITÉS DE CARACTÈRE	Page 20
• PARTENARIAT EDF : VISITE DE BARRAGE À SAINT-ETIENNE CANTALES	Page 21
• ASSOCIATION BOOGIE WOOGIE LAROQUEBROU	Page 22
L'OFFICE DE TOURISME ACTEUR DU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE	Page 23
ADMINISTRATIF/GESTION DE LA STRUTURE	Page 24

L'équipe de l'office de tourisme



En 2021, l'équipe de l'Office de Tourisme était composée de :

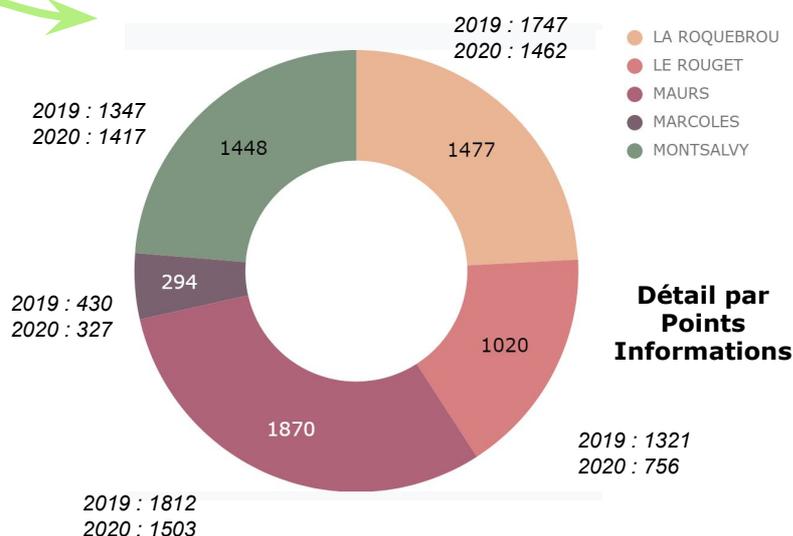
- Mme Séverine ANDURAND (Kit accueil, Taxe de Séjour, Petite Cité de Caractère, Classement), sandurand@chataigneraie-cantal.com
- M. Laurent BALMISSE (Directeur), direction@chataigneraie-cantal.com
- Mme Sandra BENOIT (Base de données, Editions, visites de ville et barrage) sbenoit@chataigneraie-cantal.com
- 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 (Réfèrent Digital, Editions, visite de ville), hteulade@chataigneraie-cantal.com
- 2 saisonnières : Julie Geneix et Mme Karine Malvezin

L'ACCUEIL à l'office de tourisme en 2021

CHIFFRES CLÉS :

- 4 Points Informations permanents + 1 saisonnier.
- Fréquentation physique : 6109 actes d'accueil.
- Accueil téléphonique : 2187 actes d'accueil.
- Accueil courrier : 375 demandes.
- Accueil sites web : 81102 visiteurs.
- Réseaux sociaux : 7362 abonnés

L'Office de Tourisme est ouvert tous les jours et toute l'année (sauf exceptions et jours fériés de novembre à mars). Après l'année 2020 perturbée par la covid, 2021 marque l'amorce du retour à la normale, malgré la fermeture de nos bureaux du 3 Avril au 10 Mai pour confinement..



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 demandes effectuées par ce biais

FRÉQUENTATION GLOBALE 2021

(guichet+téléphone+courrier) :

8671 actes d'accueil soit 20 910,5 personnes

7568 actes d'accueil réalisés en 2020

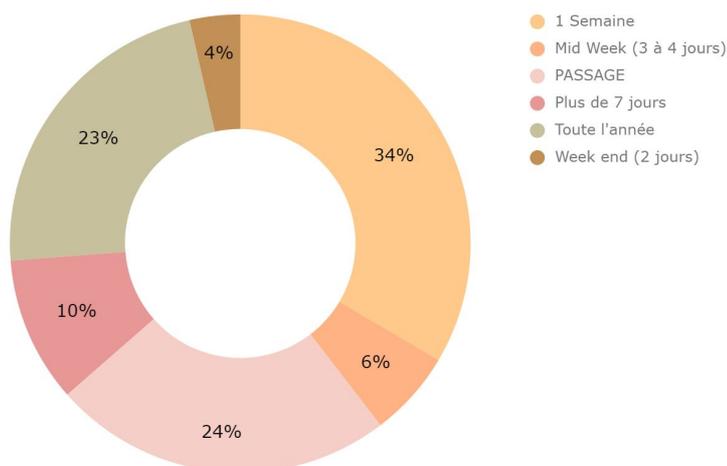
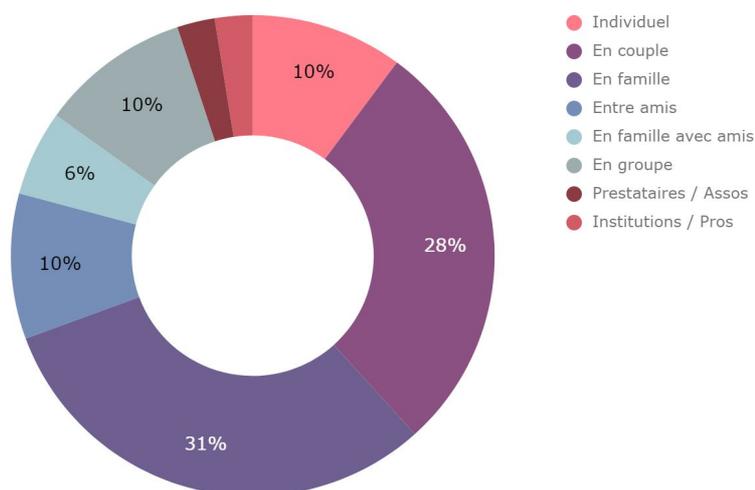
9463 actes d'accueil réalisés en 2019

L'ACCUEIL à l'office de tourisme en 2021

Le profil clientèle des visiteurs de l'OT.

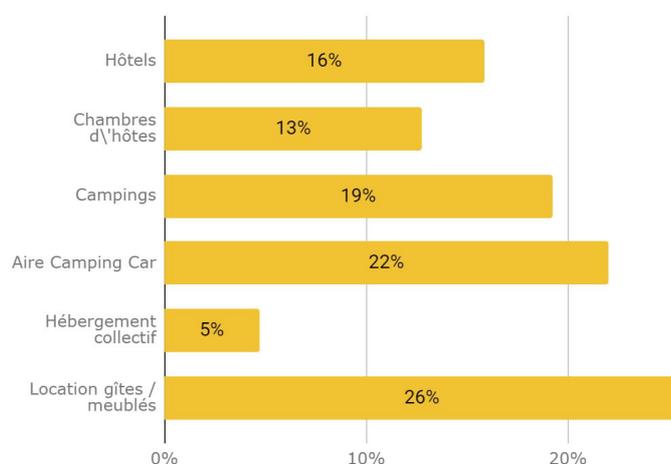
Les visiteurs de l'OT sont qualifiés selon leur typologie, leur demande, leur durée de séjour, leur type d'hébergement sur place et leur origine géographique.

En 2021, les données révèlent que le type de visiteurs le plus renseigné à l'accueil concerne la "Famille" à 31%, "Couple/Duos" à 28%. En 3ème position, nous retrouvons les "individuels", "amis" et "groupes organisés" à 10% chacun.

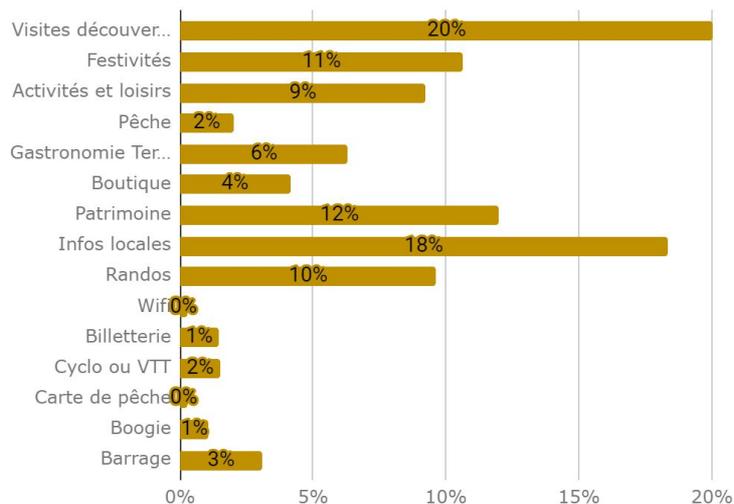


La **durée de séjour** la plus représentée est "1 semaine", suivi de "passage" pour la clientèle excursionniste. "Toute l'année" arrive en 3ème position, ce qui démontre que la population locale est bien présente dans les visiteurs de l'Office de Tourisme.

La demande des visiteurs en hébergements est plus importante sur les locations / gîtes à 26%, les aires de camping car à 22%, et les campings à 19%.



L'ACCUEIL à l'office de tourisme en 2021



Les visiteurs se rendant à l'Office de Tourisme expriment les **demandes en informations** particulièrement sur les domaines suivants :

Les visites découvertes 20%

Les informations locales 18%

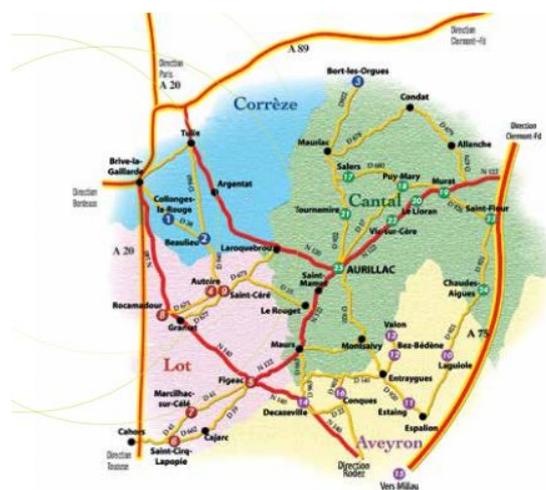
Le patrimoine culturel et naturel 12%

Les festivités 11%

Les randonnées pédestres 10%

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

- Aveyron, Corrèze, Lot 56%
- Cantal 44%



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

Top 3 - Régions françaises :

- AURA 47%
- Occitanie 12%
- Ile de France 10%

Top 3 - Pays étrangers :

- Belgique 37%
- Pays Bas 23%
- Royaume Uni 15%



LA PROMOTION

1. Les éditions : Les guides sont disponibles en téléchargement sur le site internet

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. Il est édité à **1000** exemplaires.

CARTE TOURISTIQUE :

Elle est éditée à **10 000** 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. Envoi dans les boîtes aux lettres - Édition à **13 000** exemplaires.

SEMAINIER / GUIDE ENFANTS:

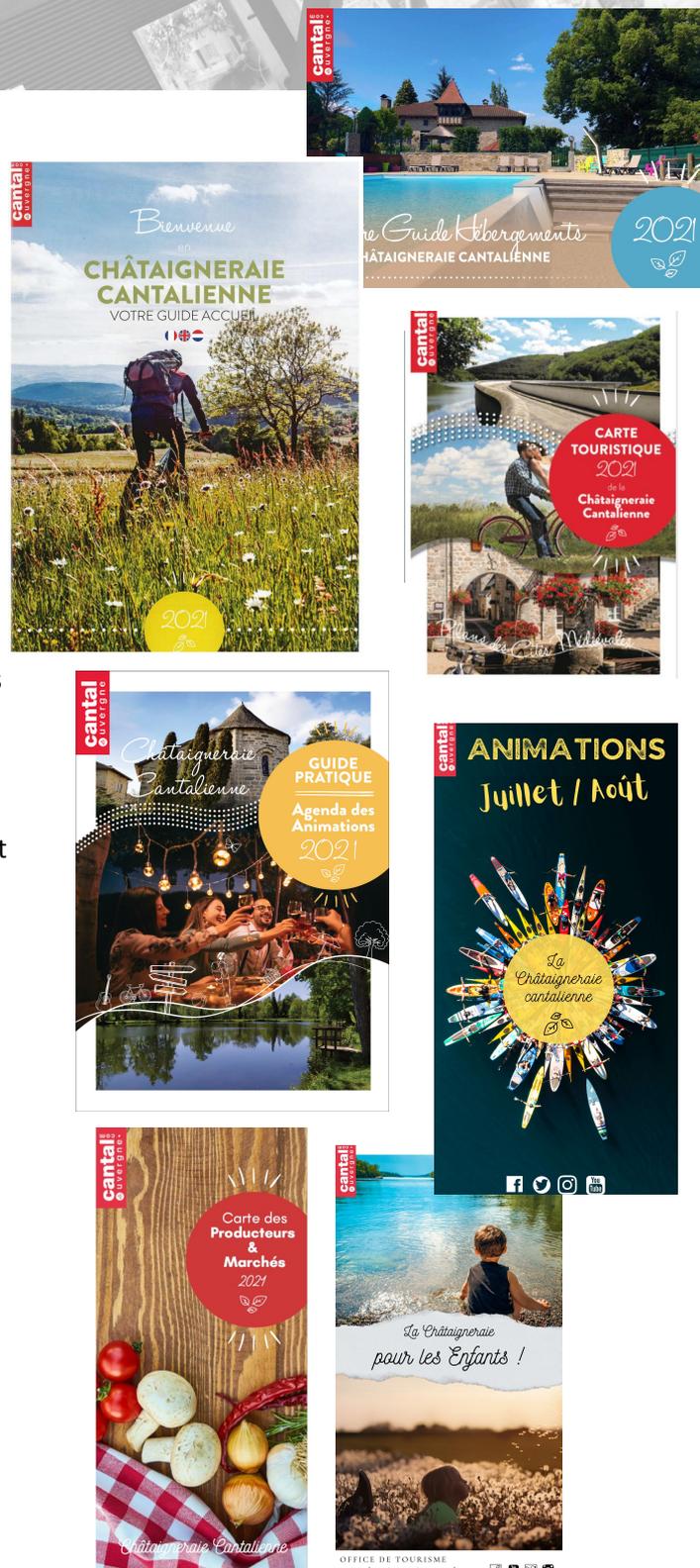
Présentation d'un programme d'activités à la semaine en juillet et août. Au verso la promotion des activités destinées aux enfants. Edition à **3500** exemplaires.

CARTE DES PRODUCTEURS :

Carte de la Châtaigneraie présentant les producteurs locaux, commerces de bouche et marchés du territoire. Editions en interne.

Programmes des animations :

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



LA PROMOTION

2. Visites commentées

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

MAURS

- Visites individuelles :

7 visites individuelles en juillet et août : 111 inscrits

- Visites de groupes :

4 groupes organisés : 150 personnes

LAROQUEBROU

- Visites individuelles :

6 visites en juillet et août : 127 inscrits

- Visites de groupes :

2 groupes organisés : 29 personnes

Les groupes pour les visites individuelles des cités médiévales organisées par l'office de tourisme sont limitées à 25 personnes.



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.

3. Billetteries

Pour le compte de **4 associations, pour un total de 322 inscriptions et/ou billets**

- Les Ateliers Pêche proposés organisés par la Fédération de Pêche du Cantal : 10 ateliers 129 inscrits
- Le vide grenier de Saint Mamet le 12 septembre : 62 inscrits organisé par l'Association Famille Rurale de Saint-Mamet
- Les visites du Château de Naucaze à St Julien de Toursac :66 inscrits (6 dates - limitées à 20 personnes) organisées par l'Association de Sauvegarde de Naucaze
- Concert à Laroquebrou le 30 juillet organisé par l'Association Savalaure d'Arnac : 65 inscrits



LA PROMOTION

4. Supports et Animation Numériques

Notre site web - www.chataigneraie-cantal.com

Il est alimenté principalement par la base de données régionale **Apidae** et il présente l'**ensemble de l'offre touristique du territoire**. La page d'accueil et ses visuels sont régulièrement mis à jour en fonction des événements, des saisons et des actualités du moment à mettre en avant.

Apidae est un outil de travail utilisé quotidiennement par une partie de l'équipe pour :

- la **saisie** quotidienne des animations et festivités organisées par les associations locales
- les **mises à jour** régulières des informations des partenaires : professionnels du tourisme (hébergeurs, activités, sites de visites etc...), commerçants et artisans, collectivités...
- la **gestion** des projets alimentant notre site web en collaboration avec l'agence Z-Index à Aurillac
- les **exports** divers : liste des animations hebdomadaires, programme des vacances scolaires, liste des expositions, liste mensuelle pour le Cantal Avenir...



Notre site touristique en quelques chiffres



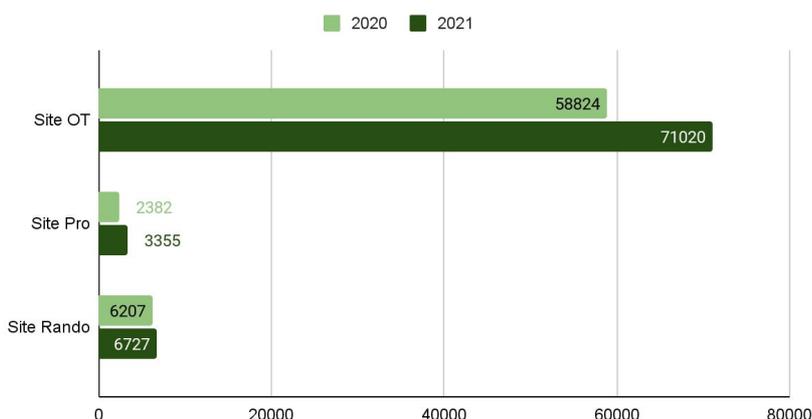
Notre site d'information pour les pro - www.pro.chataigneraie-cantal.com

Alimenté à la manière d'un **blog**, il est dédié aux professionnels et collectivités de la Châtaigneraie. Il présente les comptes rendus de réunion, nos activités, des articles issus de la veille numérique... Chaque trimestre, une **lettre d'info** permet de faire le lien avec les derniers articles publiés via ce site.

Notre site rando - www.rando-chataigneraie.fr

Créé initialement afin de valoriser l'**offre randonnée** et les nombreux sentiers du territoire, il ne sert actuellement qu'au **référencement** de notre site internet chataigneraie-cantal.com tout en contribuant à **alimenter son flux de visiteurs**. Ainsi, nous le maintenons malgré le manque de mise à jour de contenu. En effet, l'offre rando a finalement été davantage recentrée et développée sur notre site principal via une **rubrique dédiée** (rando pédestre, cyclo et VTT), afin de ne pas en démultiplier l'information.

Comparaison nombre d'utilisateurs 2020-2021



Marge de progression générale observée (évolutions graphiques apportées, améliorations de l'expérience utilisateur, restructuration générale de l'arborescence et partage intensif sur les réseaux sociaux).

LA PROMOTION

4. Réseaux Sociaux

Fréquentation des réseaux sociaux

Notre mission est d'optimiser annuellement notre présence sur nos **2 réseaux sociaux de référence** et notamment en fédérant les différentes communautés d'internautes autour de la destination Châtaigneraie Cantal. En effet, quotidiennement, nous utilisons **Facebook et Instagram** ; les publications Facebook étant automatiquement relayées sur **Twitter**.



71 909
visiteurs ont vu
l'un des
contenus de
notre page en
2021

La page
Facebook a été
visitée 3538
fois

La page a été
aimée 279 fois
de plus qu'en
2020

4787 abonnés
en 2021 contre
4675 en 2020
(soit 50,5% de
femmes et 49,5%
d'hommes)



2776 visiteurs
ont vu l'une de
nos publications
en 2021

La compte
Instagram a été
visité 1708 fois

Il y a eu 145
nouveaux
abonnés

1378 abonnés
en 2021 contre
1161 en 2020
(soit 59,2% de
femmes et 40,8%
d'hommes)

Nos actions sur ces réseaux consistent à publier régulièrement du **contenus et des médias de qualité** ayant vocation à créer un **engagement** de type "j'aime", "partage" et "commentaire" de la part des abonnés.

La création de **visuels et posts engageants** nous permet de toucher une plus large audience, notamment en fidélisant nos abonnés autour de publications intéressantes et attractives tout en augmentant la portée digitale.

Le calendrier des publications est **mis à jour toutes les semaines**, selon les saisons, les festivités, les grands moments et suivant des thématiques variées : devinettes / initiatives locales / quizz / programme des vacances / animations hebdomadaires / activités estivales / saison culturelle / disponibilités de dernière minute / etc...

Notre communication s'appuie sur une **charte éditoriale repensée** permettant d'uniformiser notre style rédactionnel sur l'ensemble des réseaux utilisés et de créer une identité visuelle forte et facilement reconnaissable 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 en lien avec la destination, publiés par les acteurs locaux ou les touristes en séjour, ce qui participe à notre veille / curation d'informations.

Nous constatons cette année encore une évolution nouvelle de l'utilisation des réseaux sociaux tendant vers la **conciergerie numérique** tant de la part des professionnels que des touristes (commentaires ou messages directs via le chat auxquels nous répondons quotidiennement).



LA PROMOTION

4. Supports et Animation Numériques

“Partir Ici - Auvergne Rhône Alpes” - www.partir-ici.fr

Auvergne Rhône-Alpes Tourisme a lancé depuis octobre 2021 un guide de sorties collaboratif pour inciter les **habitants** à (re)découvrir leur région. Cette plateforme s’appelle : **Partir Ici**.

L’objectif de cette Web App est de proposer un catalogue d’offres issues de la mouvance du **tourisme durable et bienveillant**.

Le site “Partir Ici” ne diffuse aucune offre d’hébergement. En effet, dans cette démarche de promotion d’un tourisme local et durable, l’idée est avant tout de découvrir sa région, d’inciter encore plus les Auralpins à partir tout près de chez-eux.

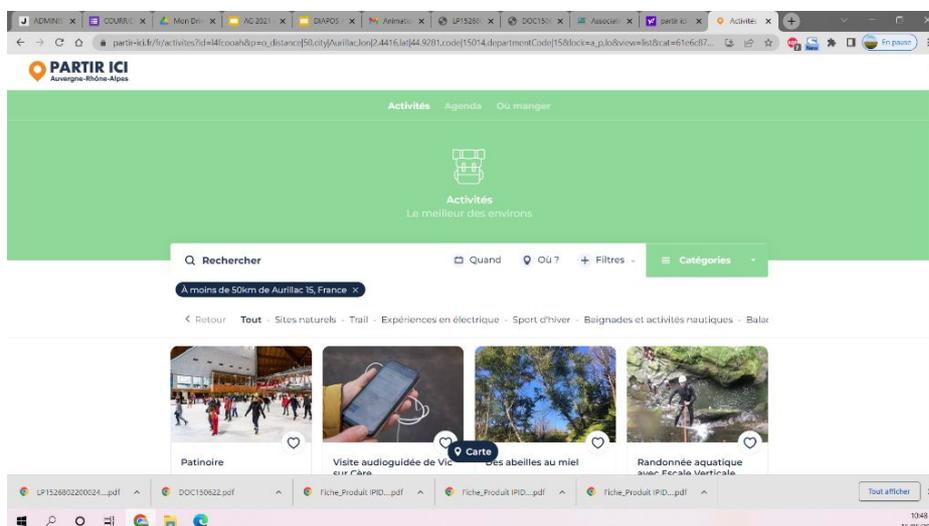
L’Office de Tourisme de la Châtaigneraie cantalienne a intégré le projet.

A l’échelle du territoire du territoire, une quarantaine de prestataires ont été retenus pour faire partie de l’aventure en fonction d’une présélection effectuée par l’Office de tourisme.

12 à ce jour ont rejoint la démarche et 29 fiches Apidae ont été validées pour figurer sur le site “Partir Ici” : restauration, activités, évènements. Une relance va être faite rapidement afin d’intégrer le plus possible de prestataires à la plateforme.

Pour l’intégrer, il suffit de répondre à un questionnaire, envoyé par l’OT, basé sur 3 thématiques (écologique, économique et sociales) comprenant chacune une quinzaine de questions.

Cette nouvelle plateforme se voit également enrichie “d’éclaireurs” (l’équivalent des Greeters), ces locaux qui ajoutent du contenu riche et expérientiel à la manière d’articles de blog, de stories ou d’avis.



AUTRES MISSIONS

1. La Randonnée

RANDONNÉE VTT :

CIRCUITS DE LA PHASE 1 balisés et officialisés depuis Juillet 2021 :

- 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

CIRCUITS DE LA PHASE 2 (en cours) :

- Marcolès, Vitrac
- Roannes Saint-Mary
- Siran
- Laroquebrou, Saint-Gérons, Saint-Etienne Cantalès
- Boisset
- Maurs, Boisset, Leynhac, Saint-Antoine, Puycapel

A ce jour, après 2 passages sur le terrain de l'école MCF Volcan du Cantal (guides VTT), 4 de ces 6 circuits sont prêts à être balisés :

- Marcolès, Vitrac
- Laroquebrou, Saint-Gérons, Saint-Etienne Cantalès
- Roannes Saint-Mary
- Siran

Les 2 autres circuits (Boisset et Maurs) nécessitent des modifications importantes car ils possèdent de gros points noirs relevés sur le terrain par les guides VTT en charge de la rédaction des roadbook, cotation difficulté, besoins en aménagements et en balisage, dénivelé, revêtements etc...

Balisage des 4 premiers circuits prévu dès cet été par l'école MCF

Commandes de tous les éléments effectuées et validation définitive des noms de chaque circuit en cours

RANDONNÉE PÉDESTRE

SUIVI QUALITATIF, REQUALIFICATION COMPLÈTE ET RÉVISION DU BALISAGE, CRÉATION DE CIRCUITS

L'offre de randonnée pédestre en Châtaigneraie cantalienne :

- 55 circuits de randonnées
- pour un total de 488 kms 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 2021, l'Office a effectué le suivi de 8 remarques** faites auprès de ses services (chiffre similaire à 2021). 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).**

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

La création de 2 nouveaux circuits pédestres sur Ladinhac et Leucamp est confirmée et validée. Leur balisage est également prévu pour cet été (Comité départemental de randonnée pédestre via Communauté de communes).

AUTRES MISSIONS

1. La Randonnée (suite)

RANDONNÉE VTT

RETROPLANNING CRÉATION D'UN RÉSEAU D'ITINÉRAIRES VTT

Durant l'année 2021, le travail de l'Office de tourisme a consisté à :

- **Janvier 2021 à Juillet 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 autres circuits de la Phase 2 (rdv mairies, points terrain...)

- **Septembre à Décembre 2021** : Affinage et modification de l'offre de la phase 2 (abandon de certains circuits, créations de nouveaux en réflexion avec les mairies), afin d'aboutir à l'offre actuelle (vue précédemment) de 6 nouveaux circuits au sein de la phase 2. Communication numérique sur les 6 premiers circuits officiels (Sites OT, applis rando...)

- **Missions en cours :2022** Passages sur le terrain des guides MCF, validation et balisage (commande et mise en place) des circuits de la phase 2 confirmés par les guides soit 4 circuits (Marcolés/ Vitrac, Roannes Saint-Mary, Siran, Saint-Gérons/ Saint Etienne Cantalès/Laroquebrou.

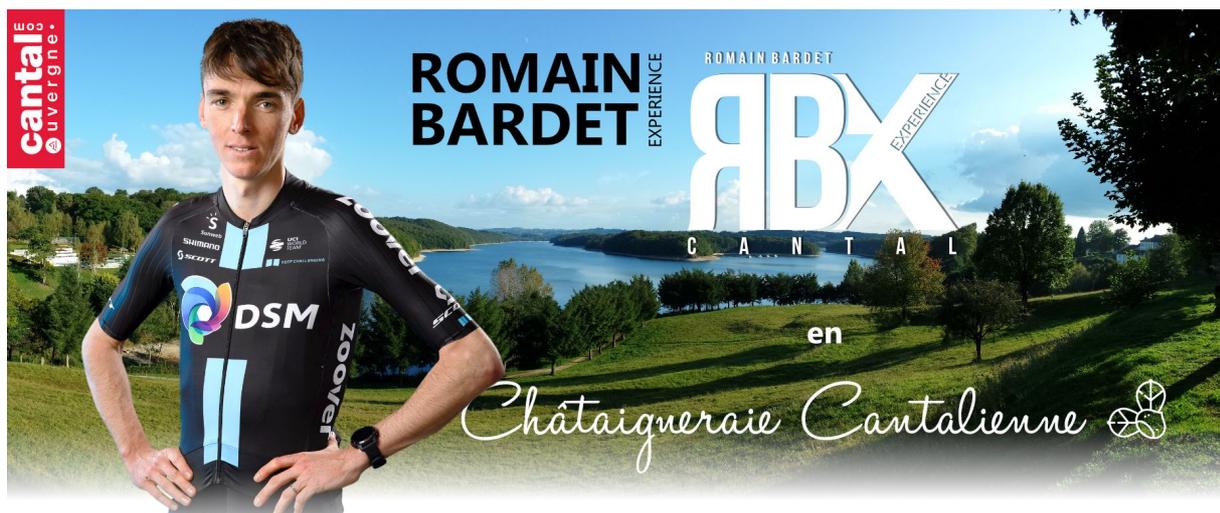
- **Missions à venir** : Poursuite de la réflexion pour les circuits de Maurs et Boisset, réflexion sur la promotion de l'offre VTT



AUTRES MISSIONS

1. La Randonnée (suite)

LE CYCLOTOURISME



- **Création en 2020 et 2021 des circuits RBX (Romain Bardet expérience) à l'échelle départementale :**

2 circuits de cette offre sont en châtaigneraie cantalienne : Le circuit des Lacs et le circuit de la vallée du Lot

L'itinéraire "vallée du Lot" est aujourd'hui le seul circuit balisé et fléché du département. Ces aménagements ont été réalisés par le Conseil départemental.

- **Labellisation "accueil Vélo" :**

Dans le cadre du label "accueil vélo" (référentiel national) visant à identifier des prestataires touristiques bénéficiant des outils nécessaires à l'accueil des cyclotouristes, nous avons identifié et labellisé plusieurs prestataires ayant une présence géographique à moins de 5 kms d'un axe officiel "cyclotouriste" :

- **2021 : Sur le circuit "GT2V" (Grande traversée du volcan à vélo 165 kms) :** De Port d'Agrès (vallée du Lot au Val d'Allier (Brioude) en passant par Maurs, la vallée de la Rance, jusqu'à Aurillac et le Puy Mary :

Sont labellisés "accueil vélo" en châtaigneraie : A Saint-Constant, le camping du moulin de Chaules, le restaurant Relais de Saint-Constant", le gîte "la maison d'Adèle". A Maurs, le camping "Le Vert", le village vacances de la Châtaigneraie, la brasserie "Le Parisien", le Point d'informations de l'Office de tourisme. A Saint-Etienne de Maurs, le camping du moulin de Chaules. A Leynhac, le camping "Le Vert". A Marcolès, le camping municipal. A Vitrac, l'auberge de la Tomette.

- **2022 : Sur le circuit "Vallée du Lot à vélo" d'Aiguillon à Lacanourgue (430 kms):**

Sont labellisés "accueil vélo" en châtaigneraie : A Vieillevie, l'hôtel de la terrasse et la base Asv'Olt. A Cassaniouze, le camping de Coursavy.

AUTRES MISSIONS

2. Observatoire économique

- Enquête téléphonique réalisée en octobre 2021
- Opinion des hébergeurs et prestataires d'activités

Du fait de la Covid19, le questionnaire a de nouveau évolué et a été simplifié. Ont été demandés aux partenaires :

- leur **niveau de satisfaction** (printemps, juillet, août et septembre)
- **leur activité (fréquentation et chiffres d'affaires) par rapport à celle de 2020**
- leur avis sur une liste de facteurs pouvant influencer la saison, de manière positive ou non
- **l'impact ou non sur le chiffres d'affaires de la mise en place du Pass sanitaire**
- **leur activité par rapport à celle de 2019 (avant Covid)**
- leur avis sur **la typologie et les comportements clientèle** leur avis sur **les services de l'Office de Tourisme et le territoire**

Le panel	Interrogés	Répondants	Exprimé en %
Campings	17	14	82 %
Hébergements collectifs	4	4	100 %
Chambres d'hôtes	6	4	67 %
Hôtels	8	8	100 %
Activités / Loisirs	22	19	86 %
Musées	6	5	83 %
Sites de visites	14	14	100 %
Producteurs/artisans	12	11	92 %
TOTAL	89	79	89 %

Panel des interrogés :

- 89 prestataires adhérents (sauf propriétaires de meublé, restaurateurs, commerçants, artisans et associations)
- Répondants à l'enquête : 79 prestataires
- Taux de retour des interrogés : 89 %

Tendances générales . Prestataires d'activités



Activités & loisirs

Note 2021 :

6,8/10

2020 = 7.4
2019 = 7



Maintien clientèle française
Fidélité clientèle
Bouche à oreille
Attractivité région

Météo
Crise sanitaire

Les prestataires d'activités ont été **satisfaits** de leur saison à **74%**, même si la note générale reste en dessous de celle des autres années.

Le **printemps** est mitigé en fonction des prestataires, oscillant entre forte hausse, stabilité et forte baisse.

Juillet enregistre la plus forte baisse de fréquentation, du fait de la météo.

Une hausse, à l'inverse, est à noter pour **août** pour la majorité.

Septembre reste de manière générale assez stable.

Les touristes étaient présents, avec une saison un peu plus "classique", tout en gardant une marge de progression.



Sites de visite

Note 2021 :

7.2/10

2020 = 6
2019 = 6.9



Maintien clientèle française
Attractivité région
Bouche à oreille

Manque de groupes & clients étrangers
Météo

Les sites de visite ont été **satisfaits voire très satisfaits** de leur saison, à **86%**. Pour la majorité, la fréquentation est en hausse ou stable par rapport à 2019.

Le **printemps** a été positif pour les sites ouverts à cette époque.

Juillet est mitigé en fonction des sites, ceux en extérieur ayant subi la météo.

Août a été très satisfaisant pour la majorité, stable pour les autres.

Septembre est mitigé pour les sites ouverts, avec une prédominance stable.

La variété des sites de visite est bien représentée par la diversité des niveaux de satisfaction de fréquentation. Et la clientèle française et locale rattrape le manque de clientèle groupes et étrangers.



Musées

Note 2021 :

4.4/10

2020 = 3.8
2019 = 6.4



Manque de groupes
Manque de publicité
Crise sanitaire

Les musées sont, comme pour l'année précédente, ceux qui subissent le plus la crise sanitaire, avec la fréquentation des groupes toujours très timide. Leur saison a été **mauvaise à très mauvaise** pour **80%** d'entre eux.

Le **printemps** a été mauvais du fait de l'absence des groupes.

Juillet est mitigé, entre hausse et baisse.

La fréquentation est remontée en **août**, suivant la tendance générale.

Septembre a malheureusement le même bilan que le printemps.

Le monde de la culture n'a pas encore retrouvé ses visiteurs et son attrait d'avant Covid.



Producteurs & artisans

Note 2021 :

7.1/10

2020 = 7.6
2019 = 6.9



Maintien clientèle française
Fidélité clientèle
Bouche à oreille
Attractivité de la région



Météo
Crise sanitaire
Manque de pub

Les producteurs et artisans ont été à 100% **satisfaits voire très satisfaits** de leur saison. Pour la majorité, la fréquentation est en hausse ou stable par rapport à 2019.

Le **printemps** a été majoritairement en hausse.

Juillet a été en majorité stable, pour les autres cela oscille entre baisse et hausse.

Août a été plus positif de manière générale.

Septembre à contrario n'a pas été très positif, avec une rupture de la fréquentation à la fin de l'été.

Les producteurs et artisans sont depuis quelques années satisfaits de leur saison, d'où une satisfaction en majorité stable.

Tendances générales . Hébergements

Note 2021 :

6,9/10

2020 = 5.7
2019 = 6.4



Fidélité clientèle
Attractivité de la région
Bouche à oreille



Météo
Crise sanitaire
Pouvoir d'achat

Campings



Le **niveau de satisfaction est plutôt bon**, il dépasse même celui de 2019. Les campings privés sont à 100% satisfaits, là où les campings municipaux sont un peu plus nuancés (note de 7,3 pour le privé contre 6,4 pour le public).

Le **printemps** reste relativement stable ou en hausse. **Juillet** est très mitigé avec notamment une baisse assez marquée sur les campings privés, liée aux conditions météo défavorables. **Août** vient redonner le sourire aux campings puisqu'un seul d'entre eux déplore une baisse. **Septembre** est globalement positif.

Il est à noter que 43% des campings estiment que la fréquentation est en hausse par rapport à 2019, avant la crise sanitaire.

Note 2021 :

7,6/10

2020 = 7.1
2019 = 6.8



Fidélité clientèle
Attractivité de la région
Bouche à oreille



Manque clients étrangers
Crise sanitaire
Pouvoir d'achat

Hôtels



Le niveau de **satisfaction est très bon** puisqu'il dépasse celui de 2020 et même celui de 2019. A noter une augmentation significative de la durée de séjour en hôtellerie.

Le **printemps** est mitigé mais présente une tendance à la hausse et à la stabilité, avec une envie de se faire plaisir pour la clientèle. **Juillet** est très stable. **Août** est marqué par une baisse de fréquentation et de CA, fortement lié à la mise en place du pass sanitaire. **Septembre** se rééquilibre doucement au niveau de la fréquentation mais pas du CA.

Le bilan pourrait être encore meilleur mais le manque de personnel a fortement limité la progression avec le refus contraint de clients.

Note 2021 :

5/10

2020 = 4
2019 = 6.6



Maintien clientèle française
Fidélité clientèle
Attractivité de la région



Crise sanitaire

Hébergements collectifs



La **satisfaction est bonne dans les villages de vacances** et de chalets par rapport à 2020, mais reste encore bien en dessous de 2019. Pour les **hébergements collectifs, l'année est très mauvaise** comme en 2020.

Le **printemps** est très mitigé selon le type d'établissement. **Juillet** est globalement satisfaisant et montre les signes d'une reprise. **Août** vient confirmer, bien que la marge de progression soit limitée étant donné que ce mois connaît un taux de remplissage élevé tous les ans. **Septembre** continue sur cette tendance.

Les hébergements collectifs sont sans conteste les structures les plus impactées par la crise sanitaire. Cela tient à leur typologie même vouée à l'accueil de groupes.

Note 2021 :

6/10

2020 = 5.1
2019 = 6.5



Fidélité clientèle
Bouche à oreille
Maintien clientèle française
Attractivité de la région



Crise sanitaire
Météo
Manque clients étrangers
Pouvoir d'achat
Annulation de séjours

Chambres d'hôtes



La satisfaction est meilleure qu'en 2020, mais **ne retrouve pas encore le niveau de 2019**. Un propriétaire sur deux est mécontent de sa saison, bien que la fréquentation et le CA soient bons.

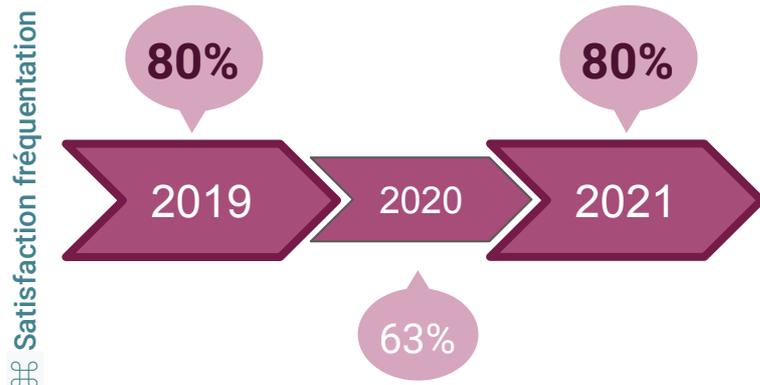
Le **printemps** a été prometteur avec une belle fréquentation, mais **Juillet** est venu mettre un petit coup de frein pour 25% des propriétaires, tandis que pour 50% il a été en forte hausse. **Août** semble se maintenir et même progresser, tout comme **Septembre**.

Globalement cette saison 2021 reste largement en dessous de celle 2019, ce qui vient expliquer le niveau de satisfaction modéré des propriétaires de chambres d'hôtes.

Bilan de l'été 2021 - Comparo avec bilan régional

Châtaigneraie

Taille de l'échantillon : 79 réponses
Enquête OT Châtaigneraie par téléphone



Evolution fréquentation

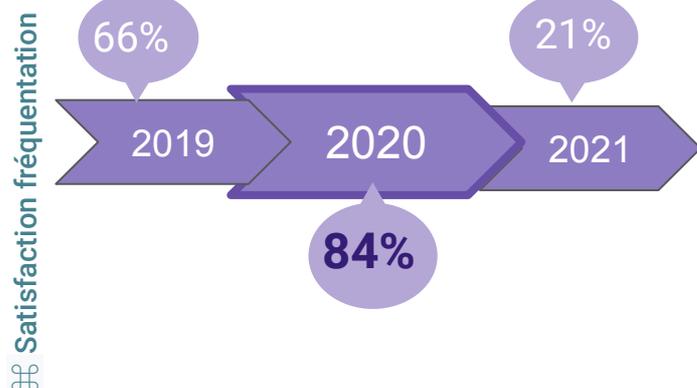
- par rapport à 2020 : **41%** ↑ 30% → 29% ↓
- par rapport à 2019 : **38%** ↑ 31% → 31% ↓

PASS Sanitaire

Sa mise en place a eu un impact sur votre CA :
oui 29% - non 71%
quand impact, perte CA estimée à 21%

Cantal

Taille de l'échantillon : 112 réponses
Enquête Novamétrie pour Aura tourisme par téléphone



Evolution fréquentation

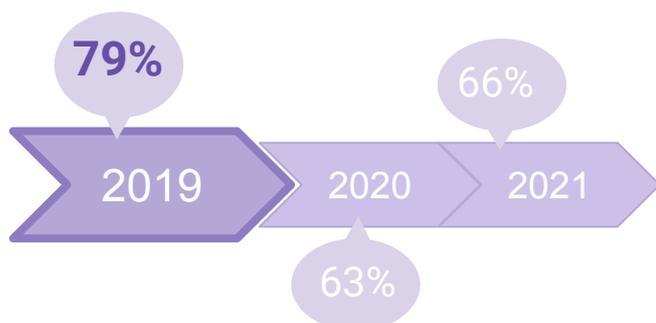
- par rapport à 2020 : → 23% ↓ **77%**
- par rapport à 2019 : ↓ **100%**

PASS Sanitaire

Sa mise en place a eu un impact sur votre CA :
oui 22% - non 78%
quand impact, perte CA estimée à 33%

AURA

Taille de l'échantillon : 890 réponses
Enquête Novamétrie pour Aura tourisme par téléphone



Evolution fréquentation

- par rapport à 2020 : 26% ↑ **43%** → 31% ↓
- par rapport à 2019 : 19% ↑ 21% → **60%** ↓

PASS Sanitaire

Sa mise en place a eu un impact sur votre CA :
oui 38% - non 62%
quand impact, perte CA estimée à 23%

AUTRES MISSIONS

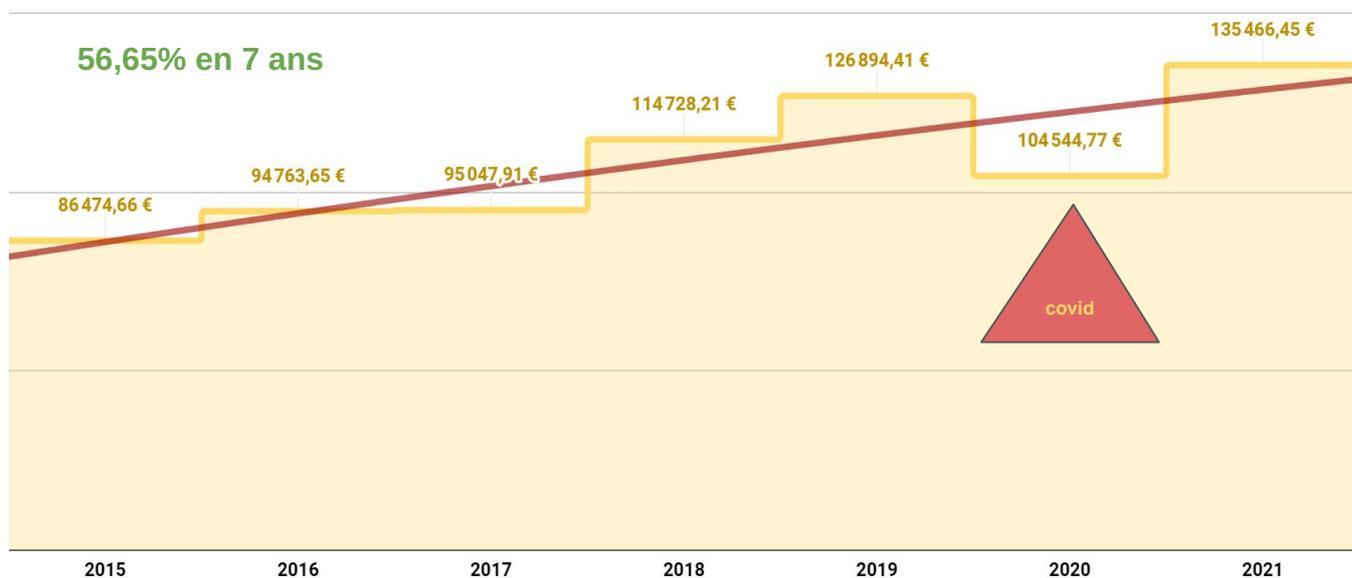
3. Taxe de Séjour

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 2021, au 1er Juin 2022 :

Pôle	SUM de TS CC année 2021	TAD année 2021	MONTANT TOTAL 2021	Nb de dossiers non clos
Cère & Rance	27 795,88 €	2 755,27 €	30 551,15 €	4
Entre 2 Lacs	34 161,52 €	3 392,93 €	37 554,45 €	4
Maus	28 690,36 €	2 603,52 €	31 293,88 €	9
Montsalvy	17 666,86 €	1 779,07 €	19 445,93 €	7
Plateformes hors GDF	27 151,83 €	2 572,07 €	29 723,90 €	0
Total général	135 466,45 €	13 102,86 €	148 569,31 €	24

Sommes collectées depuis 2015 (hors TAD) :



Les montants 2018 à 2021 sont susceptibles d'évoluer du fait des paiements tardifs.

AUTRES MISSIONS

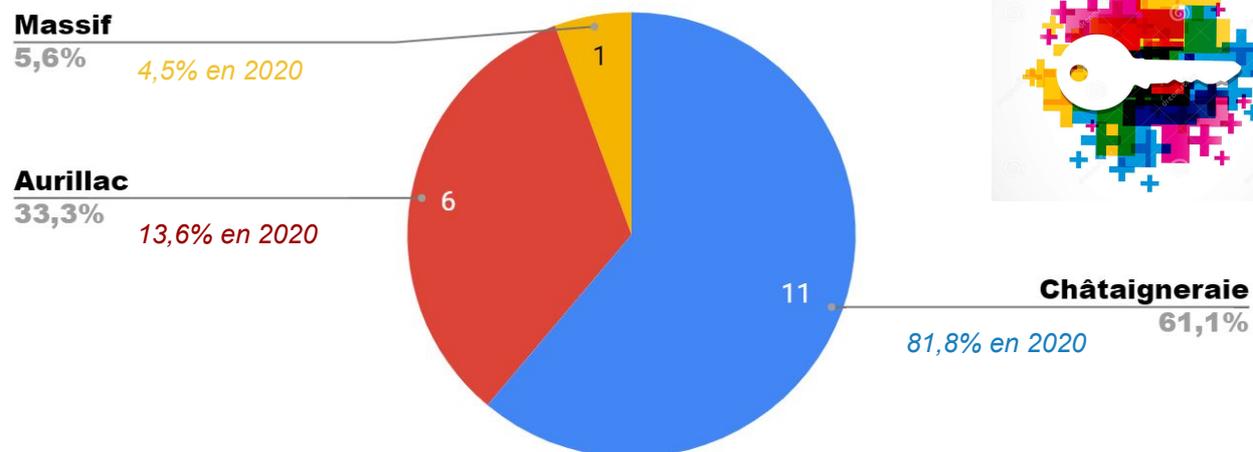
4. Classement de Meublés

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. Prochaine échéance en Juillet 2023.

Depuis 2019, dix organismes sont agréés dans le Cantal pour réaliser le classement. La zone d'intervention de l'Office concerne principalement la Châtaigneraie et le bassin d'Aurillac.

En 2021, nous avons réalisé 18 classements :

Arpajon sur Cère, Aurillac (4 classements), Boisset (2 classements), Cassaniouze, Junhac, Le Lioran, Maurs, Montvert, Saint Etienne Cantalès, Saint Cirgues de Jordanne, Saint Constant Fournoulès, Saint Gérons, Teissières les Bouliès, Vieillevie.



Nombre de logements selon le classement en étoiles



Nouveauté : au 1er février 2022, une nouvelle grille de classement a vu le jour au niveau national. Le niveau d'exigences a été relevé, et le nombre de critères à respecter est passé de 112 à 133, avec une meilleure prise en compte du développement durable.

CONVENTIONS

1. Petites Cités de Caractère

A la demande de l'associations Petites Cités de Caractère® Cantal, et en lien avec 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 2021 :

- Suivi administratif de l'association Cantal
- Réunions (liens avec la démarche écoquartier, signalétique CAUE)
- Réunions de travail du réseau Cantal
- Renouvellement de Saint Urcize et de Murat
- Stage de 5 semaines de Paul pour dresser un bilan "7 ans de PCC dans le Cantal"
- Journée du Réseau à Pleaux avec atelier thématique sur le parcours du patrimoine et moment d'échanges et de convivialité entre les élus.
- Signature d'une convention de partenariat avec le CAUE du Cantal

155
heures de
travail

Signature de la convention de partenariat avec le CAUE du Cantal



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 2022.

Petites Cités de Caractère® c'est un peu plus de 200 communes en France.

atelier thématique destiné aux élus :



CONVENTIONS

2. Visites Barrage EDF St-Etienne Cantalès

En collaboration avec EDF et la Communauté de Communes Châtaigneraie cantalienne

32 visites réalisées et 445 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, les visites ont débuté le 11 juin. Possibilité de 3 groupes par vendredi en juillet et août (sauf 2 juillet), avec 15 personnes maximum.

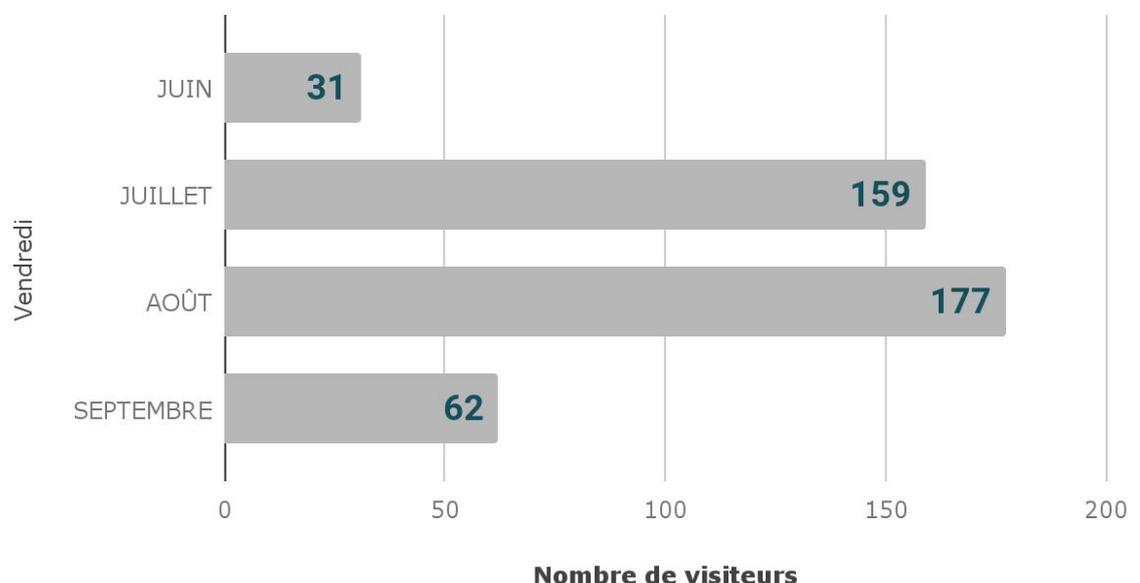


VISITES POUR LES GROUPES toute l'année

L'accueil de groupes a connu une activité réduite en 2021 :

**4 ddes de visite de groupes en 2021 -
1 seule réalisée 30 camping-caristes
(Eure)**

VISITES DU BARRAGE EDF 2021



**2021 : 445 inscrits - 32
visites**

2020 : 265 inscrits - 35 visites
(4 visites au lieu de 3 par vendredi
pour 8 pers maxi)

2019 : 395 inscrits - 30 visites

2018 : 392 inscrits - 31 visites

2017 : 342 inscrits - 28 visites

CONVENTIONS

3. Boogie Woogie Laroquebrou

EDITION 2021 ANNULÉE EN RAISON DU COVID-19

La décision a été prise par les organisateurs, d'annuler définitivement cette édition en Avril 2021.

De ce fait, les seuls travaux de logistique effectués par l'Office de tourisme en 2021 ont été :

- En Janvier 2021, les pré-réservations hôtelières pour l'hébergement des artistes
- A la mi-Janvier 2021, l'envoi des voeux à l'ensemble de la base de données du fichier Mailing (environ 1600 entrées).

A noter que l'édition 2022 aura bien lieu du 11 au 14 Août 2022 (billetterie, logistique artistes, communication en cours).



L'Office de Tourisme, acteur de développement touristique

Au cours de l'année 2021, l'office de tourisme à accompagné plusieurs porteurs de projets publics ou privés et réalisé des dossiers de demandes de financement pour leurs comptes.

Dans le cadre du PROGRAMME LEADER "Pays d'Aurillac"

- **Communauté de communes de la Châtaigneraie cantalienne : Création de 6 circuits VTT**
Coût de l'opération : 33 216 € - Financement LEADER obtenu : 26 573 € (80%)
Participation com com : 6 643 €
- **Commune de Teissières Les Bouliès : Création, valorisation d'un sentier du patrimoine**
Coût de l'opération : 14 550 € - Financement LEADER obtenu : 11 640 € (80%)
Participation commune : 2 910 €
- **Office de Tourisme : Création, édition d'un topoguide des activités de pleine nature**
Coût de l'opération : 37 457€ - Financement LEADER obtenu : 29 965 € (80%)
Participation Office de Tourisme : 7 491 €
- **Office de tourisme : Création / édition d'une carte touristique du lac de Saint-Etienne Cantalès**
Coût de l'opération : 12 000 € - Financement LEADER obtenu : 9 600 € (80%)
Participation Office de tourisme : 2 400 €
- **Cantal E-Bike Loc : Acquisition de VTT électriques à la location sur la commune de Laroquebrou**
Coût de l'opération : 39 936 € - Financement LEADER obtenu : 12 779 € (32%)
Financement com com : 3 195 € (8%) - Autofinancement : 23 926 € (60%)
- **Rénac Land : Diversification de l'activité (achat de VTT électriques, Paddles, Jets ski)**
Coût de l'opération : 72 519 € - Financement LEADER obtenu : 20 800 € (29%)
Financement com com : 5 200 € (8%) - Autofinancement : 46 519 € (63%)

Par ailleurs l'Office de tourisme à apporté sa contribution à :

- Comités de pilotage du programme LEADER
- Projet ASTER
- DLA maison de la châtaigne
- Projet Grand site de Conques
- Projet véloroute "vallée du Lot"
- Projet véloroute "la grande traversée du volcan à vélo"
- Réunions attractivité département du Cantal
- Réunions attractivité Chambre de commerce et d'industrie du Cantal
- Commissions Tourisme de la communauté de Communes
- Réflexion Tour du lac de Saint-Etienne Cantalès
- Réunions Site du Goût

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
- Relation fournisseurs
- Facturation
- Conseils d'administration et Assemblée Générale (préparation, rédaction compte rendu)

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

2021