

# Rapport d'activités 2020

Office de Tourisme et de Thermalisme Terra Volcana, les Pays de Volvic



AUVERGNE ..... LIMAGNE - CHAÎNE DES PUYs ..... [terravolcana.com](http://terravolcana.com)





# Gestion de la relation client

Accueil : améliorer notre qualité d'accueil et s'adapter au contexte

- **Réaménagement des espaces d'accueil et des espaces boutique de Châtel-Guyon et Volvic** (cf photos ci-dessous) afin d'améliorer le parcours client, faciliter la recherche d'informations et augmenter le chiffre d'affaires des boutiques : **augmentation de la fréquentation de 20% sur l'été + résultats boutique en forte progression + 154 % entre 2019 et 2020** (cf. tableau p. 3)
- **Formation de l'ensemble du personnel aux nouvelles méthodes de ventes et d'accueil** en février et mars 2020, objectif : remettre à niveau l'approche clients et optimiser les temps d'accueil : au total sur l'année, **plus de 25 000 visiteurs** ont passé la porte de l'Office de Tourisme. Les conseillers en séjour ont répondu à **plus de 15 000 demandes par téléphone**. Pour rappel, l'OT maintient ouvert à l'année 3 points d'accueil permanents et a ouvert 3 points d'accueil saisonniers durant l'été (Randan, Mozac, et le Goulet).
- **Déploiement de l'opération « cadeau de bienvenue »** (achats groupés de produits par l'OTTI, revendus à prix coutant aux socioprofessionnels souhaitant proposer un geste d'accueil à leurs clients). Au total, **plus de 350 packs ont été vendus** aux partenaires de l'OTTI intéressés.
- **Démarche qualité et classement en catégorie I** : le travail de préparation des dossiers, engagé au dernier trimestre 2019, s'est poursuivi tout au long de l'année 2020 avec une amélioration des outils de gestion et des techniques d'accueil. L'objectif étant de finaliser les dossiers et d'entamer les phases d'audit courant 2021.

- **+25 000 visiteurs renseignés**
- **+ 20% de fréquentation sur l'été**
- **Chiffre d'affaires boutique + 154%**
- **1<sup>er</sup> OT du Puy-de-Dôme à rouvrir après les 2 périodes de confinement**

**Réaménagement des espaces d'accueil de Volvic et Châtel-Guyon :**



(avant)

(après)



(avant)

(après)

## Adaptation à la crise sanitaire :

- **9 mois avec des conditions d'accueil restreint**, dont 3 mois de fermeture administrative (dont les vacances de Pâques et les ponts de mai, particulièrement favorables en 2020)
- **Annulation de 90% des événements prévus en 2020** + ouverture réduite et décalée d'Aiga resort
- **1<sup>er</sup> OT du Puy-de-Dôme à réouvrir suite aux 2 périodes de confinement**
- **Mise en place d'un protocole sanitaire** au sein des espaces d'accueil : parcours clients fléchés, limitation du nombre de personnes, achat de matériel de protection pour les salariés...

## Boutique / billetterie

Malgré le contexte, l'activité boutique a pu être maintenue à un bon niveau grâce à une fréquentation exceptionnelle des bureaux en juillet/ aout.

Un relooking boutique a également été mené début 2020 (achat de mobilier, décoration, mises en avant saisonnières) sur les 3 bureaux, ces changements ont contribué à l'augmentation du panier moyen notamment sur le bureau de Volvic.

On notera une augmentation des ventes importante des billetteries (Vulcania, Lemptegy / grotte de la Pierre) et les débuts prometteurs du Pass Terra Volcana.

	TV	CHATEL	RIOM	VOLVIC
CA Généré 2019	14 685,00 €	11 574,00 €	1 741,00 €	1 338,00 €
CA Généré 2020	<b>37 291,00 €</b>	21 223,00 €	6 570,00 €	9 497,00 €
Nombre tickets 2019	1367	923	234	210
Nombre tickets 2020	<b>2861</b>	1671	694	496
Panier moyen 2019	10,74 €	12,56 €	7,44 €	6,42 €
Panier moyen 2020	<b>13,03 €</b>	12,70 €	9,47 €	19,15 €
Billetterie 2019	1 863,20 €	1 530,60 €	277,00 €	55,60 €
Billetterie 2020	<b>15 594,00 €</b>	6 855,00 €	2 270,00 €	6 468,00 €

## FOCUS Tour De France



Lors du passage du tour de France le 11 Septembre 2020, **un dispositif d'accueil spécifique a été mis en place :**

- **Les espaces d'accueil et les boutiques étaient déployées à l'extérieur** des Offices de Tourisme de Riom et de Châtel-Guyon afin d'être au plus près des flux.
- Les équipes étaient mobilisées sur différents points : **2 équipes sur les parvis des Offices de Tourisme de Châtel-Guyon et de Riom + 1 agent "volant" au cœur du village** départ pour suivre en direct l'évènement + **1 équipe dans l'espace VIP du village ASO + 1 équipe à Volvic.**

- Sur l'Espace VIP du village départ, entre 9h et 12h l'OT a noué une centaine de contacts, notamment avec des médias français (Europe 1 notamment) et étrangers (Radio Canada, chaîne TV tchèque). Des goodies ont aussi été distribués incluant des friandises en lien avec l'événement fournies par la chocolaterie Mathieu, des affiches 2020 de Châtel-Guyon, et des éditions de l'Office de tourisme.



Parallèlement, et en amont de l'événement, l'Office de Tourisme a travaillé dès le début de l'année 2020 à promouvoir l'événement tant sur le local, que le national et l'international :

- **Campagnes réseaux sociaux :**



**+ 40 000 personnes atteintes**

- Communication progressive tout au long de l'année

- Jeu concours et posts sponsorisés J-30

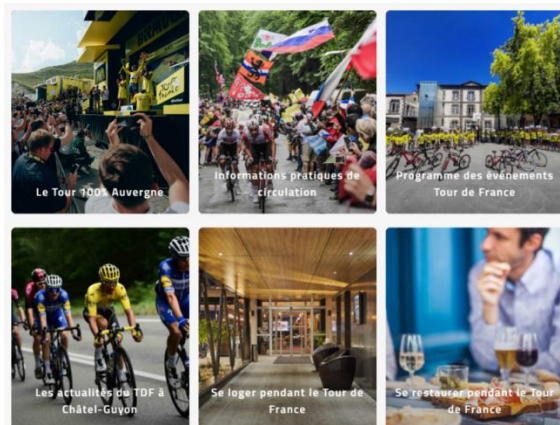
- Communication live le jour J

- **Mise en place d'un site internet dédié [www.letourarlv2020.com](http://www.letourarlv2020.com) :**

**+ 27 000 visiteurs uniques**

**Top 3 des pages les + visitées :**

- Infos pratiques
- Evénements autour du Tour
- Actualités



- **Relations presse :**



**+ d'une vingtaine d'articles/reportages** dans des médias locaux, nationaux et internationaux à forte portée

## Observation : suivre l'activité touristique du territoire et connaître nos clients

- Poursuite du travail opérationnel sur la **construction d'un observatoire touristique commun** aux territoires de Clermont-Ferrand, Vichy, Mond'Arverne et Terra Volcana :
  - Préparation et réalisation de 5 **enquêtes de conjoncture** sur les mois de mai, juin, juillet, août et septembre\*.
  - Suite à la crise sanitaire, **l'enquête client** initialement prévue pour mieux connaître les profils et parcours clients a été reportée à 2021.
  - Harmonisation et mise en place des **nouveaux critères APIDAE** (destinés à récupérer des données communes pour en extraire des ratios économiques).
  - Poursuite du travail de suivi et d'analyse des données clientèles recueillies via l'outil **de Gestion de la Relation Client** sur les différents espaces d'accueil de l'OT \*
  - Réalisation d'enquêtes de conjoncture par l'équipe de l'Office de Tourisme en avril et en octobre pour mesurer l'impact de la crise sanitaire sur l'activité des professionnels du tourisme et adapter les services de l'OT à leurs besoins.

## Bilan de la saison touristique 2020 :

(\*chiffres obtenus suite enquêtes de conjoncture estivales et analyse de données Gestion de la Relation Clients)

- **La fréquentation du territoire sur l'été a été en hausse.**
- Cette saison 2020 est caractérisée par une **forte fréquentation française (97,1% pour les mois de juillet et août)**, notamment des clientèles de proximité.
- Les comportements des clientèles touristiques en cette période particulière se sont traduits par la **recherche des sites touristiques de fréquentation modérée** et le ressourcement au contact de la nature.
- **Les sites majeurs ont eu une saison fortement réduite par les contraintes sanitaires, ce qui explique une baisse de fréquentation conséquente.**
- Ces éléments corroborent les données récoltées par l'Office de Tourisme qui a reçu et renseigné au global sur l'année **plus de 25 000 visiteurs sur ses points d'accueil (soit -25% sur l'année, malgré une saison estivale qui a enregistré +20% de fréquentation).**
- La clientèle **duos/couples et familles** forment les 2 principales typologies de visiteurs reçues par l'OT, leurs principales demandes se concentrant autour des thématiques suivantes : sites de visite, patrimoine, demandes générales et pleine nature



# Gestion de la relation partenaires

Partenariat 2020 : soutenir nos socioprofessionnels face au contexte

La campagne d'adhésion lancée début décembre 2019 suivait deux principaux objectifs : **augmenter le nombre d'adhérents et diversifier leur typologie.**

Au final les 2 objectifs ont été atteints : **295 adhérents (+ 34%)** et davantage de restaurateurs et commerçants.

Pour y parvenir, **4 mois de campagne d'adhésion** ont été nécessaires (phoning, rendez-vous individuels...) et l'ensemble des services et outils de communication proposés par l'OT ont été revus pour mieux atteindre leurs cibles (nouveau guide du partenaire, services



- **295 adhérents (+ 34%)**
- **+ 25 000 € d'adhésions remboursées**
- **+ 2 500 visiteurs uniques sur le site pro**
- **+ 1000 fiches partenaires mises à jour sur la base de données APIDAE**

## Adaptation à la crise sanitaire :

- Lors du premier confinement, le Comité de Direction a fait le choix de proposer le **remboursement ou le report des adhésions 2020** à l'ensemble des partenaires.
- Au total, **120 socioprofessionnels ont opté pour un remboursement, soit plus 25 000 € reversés par l'OTTI.**
- Les autres, ont vu leur adhésion automatiquement reportée sur 2021, année pour laquelle, ils n'auront pas à payer de nouveau pour adhérer à l'OT.
- L'Office de tourisme a assuré la promotion de l'ensemble de ses partenaires sur toute l'année.
- **En partenariat avec RLV, 1180 pass commerces Maboutik de 25€ et 686 chèques de 50€ ont été distribués sur nos trois sites avec une fermeture retardée d'une heure en fin de journée pour faciliter la venue des gens travaillant, pour un montant total de 63800€ utilisés dans les commerces de proximité de RLV.**

## Programme d'accompagnement des partenaires : maintenir le lien

Malgré l'impossibilité de se rassembler sur plusieurs mois de l'année, et même si toutes les actions n'ont pu être maintenues, l'Office de Tourisme a adapté son programme d'accompagnement dédié aux partenaires :

- 5 ateliers numériques proposés en visioconférence
  - 1 educteur de découverte du territoire en jauge réduite (27 participants) organisé sur octobre
  - 1 journée dédiée aux artisans et producteurs, organisée le 8 août, au cours de laquelle la salle d'exposition de l'OT de Riom leur était réservée et accessible au public.
- 
- 14 partenaires accompagnés individuellement pour leur permettre de disposer de l'outil de réservation en ligne « Open System »

### Adaptation à la crise sanitaire :

- Afin de maintenir le lien avec ses partenaires, l'OT a par ailleurs organisé **plus d'une trentaine de visioconférences** afin d'échanger avec ses partenaires (visio campings, visio hôtels, visio sites de visite...) et leur présenter les actions en cours et à venir tout au long de l'année

## Mise à jour de l'information touristique du territoire : APIDAE

L'OTTI sollicite chaque année l'ensemble des prestataires du territoire pour obtenir et mettre à jour leurs informations touristiques (tarifs, nombre de chambres...) sur la base de données touristiques APIDAE qui alimentent à la fois le site internet de l'OT, du Conseil Départemental, du Comité régional du tourisme et d'autres interfaces numériques institutionnelles ou privées.

Afin d'améliorer le taux de récolte et faciliter la remontée de ces informations, l'OTTI a mené un travail important de **simplification et de renouvellement de sa méthode de diffusion des questionnaires APIDAE** sur le territoire durant l'année.

1. **En collaboration avec les Offices de Tourisme Vichy, Clermont-Ferrand, Mond'Arverne, Terra Volcana** a proposé de travailler à **des outils pédagogiques communs** permettant une meilleure appropriation par nos socioprofessionnels de l'outil APIDAE. Une vidéo motion commune a ainsi été éditée et diffusée par l'ensemble des partenaires des 4 territoires.














2. En 2020, 916 prestataires ont reçu les questionnaires APIDAE pour les mises à jour 2021. Plus de 1 000 fiches APIDAE ont été saisies par les équipes permettant ainsi la remontée des informations touristiques sur les différents supports de l'OTTI (site internet, brochures ...)
3. 226 FICHES APIDAE EVENT validées permettant ainsi d'alimenter la page "agenda des festivités", puis le contenu du guide estival.

## Communication BtoB : adapter nos contenus

**UN ESPACE DÉDIÉ AUX PROFESSIONNELS DU  
TOURISME EN TERRA VOLCANA**

**VOUS ÊTES PRESTATAIRE TOURISTIQUE SUR LA DESTINATION TERRA VOLCANA ?**

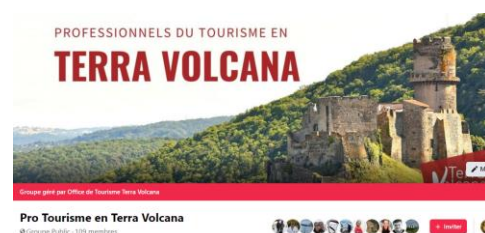
Recevez vos clients dans votre Office de Tourisme, tout au long de l'année !  
Cet espace vous est entièrement dédié : Retrouvez toutes les informations vous permettant d'être partenaire de l'Office de Tourisme Terra Volcana, les Pays de Volvic, les dernières actualités pour développer votre structure, accédez à sa ou ses nouvelles plateformes que vous organiserez...

 Devenez partenaire de l'OT	 Actions à la carte 2021	 Ressources Professionnelles Covid-19
 Développez votre activité commerciale	 Promotion de votre structure	 Nos actions d'accompagnement
 Disposez des chiffres clés du territoire	 Kit de communication à votre disposition	 Votre office de tourisme

Afin de mieux faire connaître son activité et mettre à la disposition de l'ensemble de ses partenaires ses ressources (données d'observation, présentation des labels, contacts utiles...), l'OTTI dispose d'un **espace pro dédié aux socio-professionnels du territoire**.

En 2020, son arborescence a été **entièrement revue** afin de faciliter l'accès à l'information. Sa fréquentation a ainsi fortement progressé en un an, **passant de 948 visiteurs uniques en 2019 à + 2 560 en 2020**.

L'OT a également mis en place un compte Twitter et Facebook pros (**+ 106 membres en 1 an**), ainsi qu'une newsletter pro envoyée régulièrement aux partenaires afin de les informer des différentes actualités de l'OTTI.



## Adaptation à la crise sanitaire :



➤ **L'OT a mis en place un centre de ressources « covid 19 »** lors du 1er confinement actualisé au fur et à mesure de l'évolution de la pandémie. Nos socioprofessionnels y retrouvent toutes les **informations pratiques** (fiches métiers, mesures d'urgence sanitaire, arrêtés préfectoraux, etc.) / liens vers les sites internet du ministère adaptés à chaque typologie de prestations. **Elle a été la 3<sup>e</sup> page la plus visitée du site pro en 2020.**

➤ Un formulaire intitulé "vos offres spéciales et vos services/horaires adaptés à la crise sanitaire" est également disponible sur cette page.

Le prestataire a la possibilité de compléter ce formulaire afin que nous puissions **relayer ensuite ces actualités sur nos différents supports de communication (site internet, réseaux sociaux) et via la presse pour en informer le grand public.**

### VOTRE OFFICE DE TOURISME RESTE MOBILISÉ À VOS CÔTÉS

Mis à jour le 8/12/2020

Chers prestataires et partenaires,

En cette période compliquée, nous pensons plus que jamais à vous et restons à votre contact.

L'Office de Tourisme a rouvert ses portes depuis le 1er décembre du lundi au vendredi de 9h30 à 12h et de 14h à 18h, ainsi que le samedi matin de 9h30 à 12h à Riom.

Notre équipe reste également disponible par téléphone et par mail durant toute la durée du confinement.

Cet article et les pages qui le composent seront mis à jour et complétés régulièrement.

Nous sommes là pour vous informer, répondre à vos questions liées à la crise conjoncturelle actuelle. Pour cela, posez votre question directement en cliquant sur le bouton ci-dessous :

POSEZ VOTRE QUESTION

### VOS INITIATIVES ET DISPOSITIONS

Afin de mettre en avant les initiatives/services adaptés (vente à emporter, horaires adaptés, condition d'annulation, contacts spécifiques, etc.) que certains mettent en place, nous vous invitons à prendre un instant pour compléter le formulaire ci-dessous.

VOS INITIATIVES

### VOUS ACCOMPAGNER

#### INFORMATIONS RELATIVES AUX DIFFÉRENTS SECTEURS D'ACTIVITÉS TOURISTIQUES

Afin de vous aider dans vos démarches, nous avons rassemblé différentes informations **pourront vous être utiles** : fiches métiers, procédures sanitaires, mesures d'urgence de la région, arrêtés préfectoraux, etc.

RESTAURATEURS

PRODUCTEURS - ARTISANS

COMMERCES - SERVICES

HÉBERGEURS

SITES DE VISITE - PRESTATAIRES D'ACTIVITÉS

#### INFORMATIONS RELATIVES AUX THERMES DE CHÂTEL-GUYON

CURES THERMALES

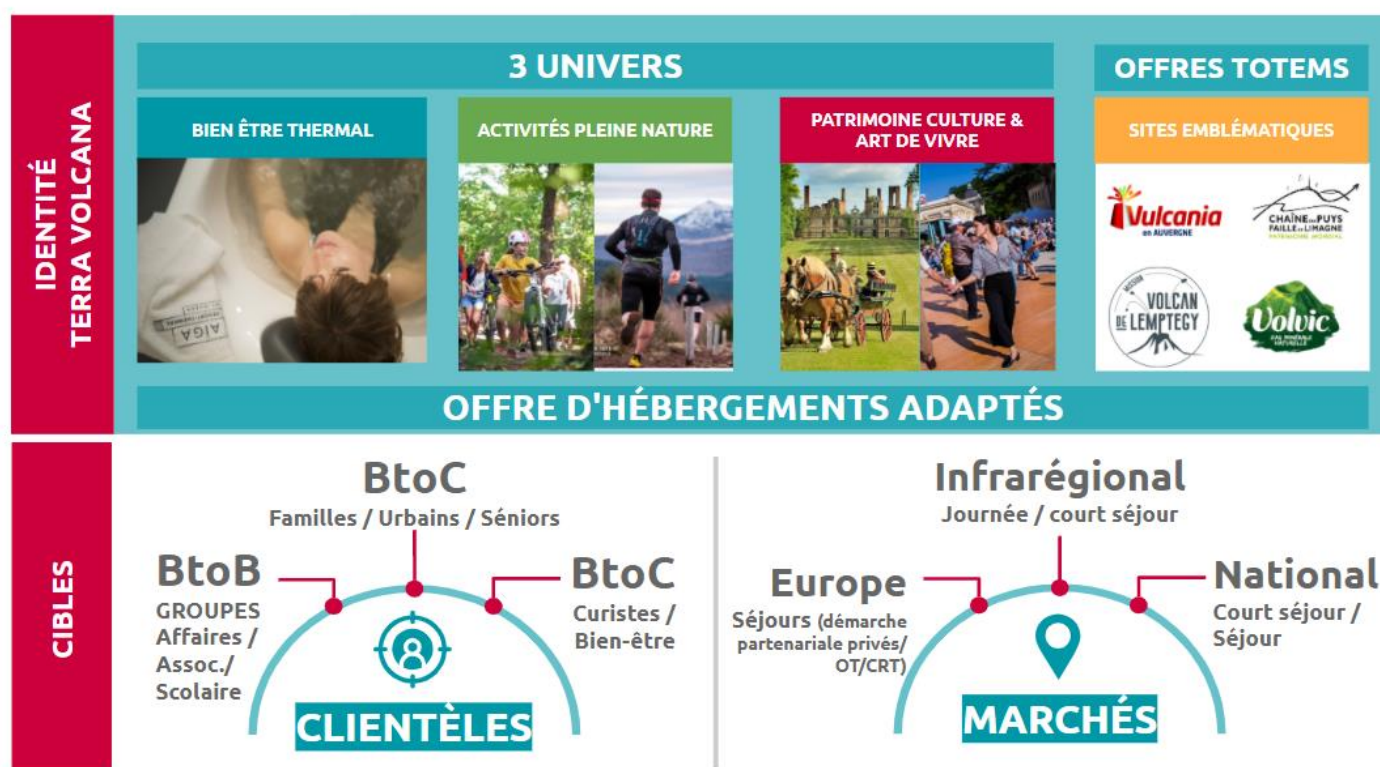
# Plan d'action marketing

L'OTTI s'est engagé à développer la notoriété de la destination en mettant en place des actions de promotion adaptées aux différentes cibles visées, aux zones géographiques stratégiques et aux périodes les plus propices.

Pour cela, l'OTTI a établi un plan marketing annuel valorisant les principaux axes de l'économie touristique locale : les activités de pleine nature ; le patrimoine/la culture/l'art de vivre ; le thermalisme et le mieux-être (il viendra en relais de l'établissement thermal en matière de promotion en direction de la clientèle curiste et en assurera l'accueil sur le territoire) ; les principaux sites touristiques ; le tourisme d'affaire.

- 149 500 visiteurs uniques sur terravolcana.com (vs 49 000 en 2019)
- + 600 K€ de contre-valeur publicitaire obtenues grâce au travail de relations presse
- + 22 000 € de chiffre d'affaires généré pour nos partenaires depuis terravolcana.com

## Stratégie Marketing



L'OTTI a également travaillé en synergie avec les acteurs institutionnels et partenaires territoriaux afin de renforcer sa présence sur les marchés locaux et régionaux et de s'affirmer sur des marchés internationaux, difficilement atteignables seul.



## Actions digitales : utiliser des leviers performants et des contenus pertinents

Le digital est aujourd'hui LA porte d'entrée de n'importe quelle destination touristique. Les recherches des touristes s'effectuant en très grande majorité depuis le web (ordinateur/tablette/smartphone), l'OT a développé une stratégie multi-interfaces numériques à 4 niveaux :

- Amélioration du parcours client
- Renvois entre les différentes interfaces (réseaux sociaux, sites internet...)
- Adaptation du contenu aux différentes cibles (typologies + zonages géographiques)
- Augmentation du trafic.

Cela s'est traduit notamment par les actions suivantes :

- Un travail de fond sur le site internet **terravolcana.com** sur le 2<sup>ème</sup> semestre afin d'en analyser les points forts et les points faibles, et de mettre en place les actions correctives dès fin 2020 pour une mise en ligne au printemps 2021.
- Un travail de fond mené également sur notre **page Facebook grand public** pour **en améliorer les performances et la portée organique**, mais également pour récupérer de la données client : **passage de 10 000 fans fin 2019 à + de 22 000 fin 2020** ; hausse du taux d'interaction de 8% à 9,15% fin 2020 ; mise en place de **jeux concours** (chasse aux œufs numérique, Halloween, calendrier de l'aveut) **permettant de valoriser des lots de partenaires, au total, près de 4 000 participants et contacts clients récupérés.**

Office de Tourisme Terra Volcana  
Publié par Anais Gillet · 27 octobre 2020 ·

[Jeu concours 🎁] Des bonbons ou un sort ? Jusqu'au 31 octobre, tentez votre chance pour Halloween : <https://shkr.cc/39v82>  
🍪 À gagner : 5 lots de friandises 🍪 avec Boulangerie Pâtisserie BELIN & BELIN, Mathieu Chocolatier Pâtissier MOZAC, La Ruche des Puy

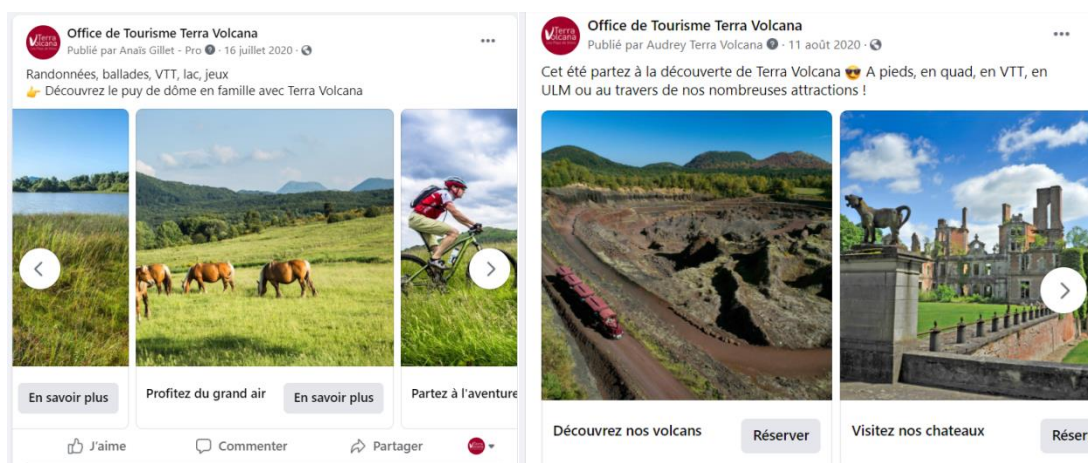


Office de Tourisme Terra Volcana  
Publié par Anais Gillet · 1 décembre 2020 ·

[Jeu 🎁] Ho ho ho ! Vous avez dû être sages, le Père Noël nous a apporté une hotte pleine de cadeaux : <https://shkr.cc/3dg8g>  
Tentez votre chance chaque jour du 1er au 25 décembre 🙌  
🎁 À gagner : plus de 1000€ de lots offerts par nos partenaires !



- **Des campagnes sponsorisées sur Facebook** afin de mettre en avant nos partenaires et renvoyer du trafic vers notre site internet auprès d'une clientèle famille/urbaine/séniors actifs : **3 339 000 personnes atteintes sur le 2<sup>ème</sup> semestre 2020**

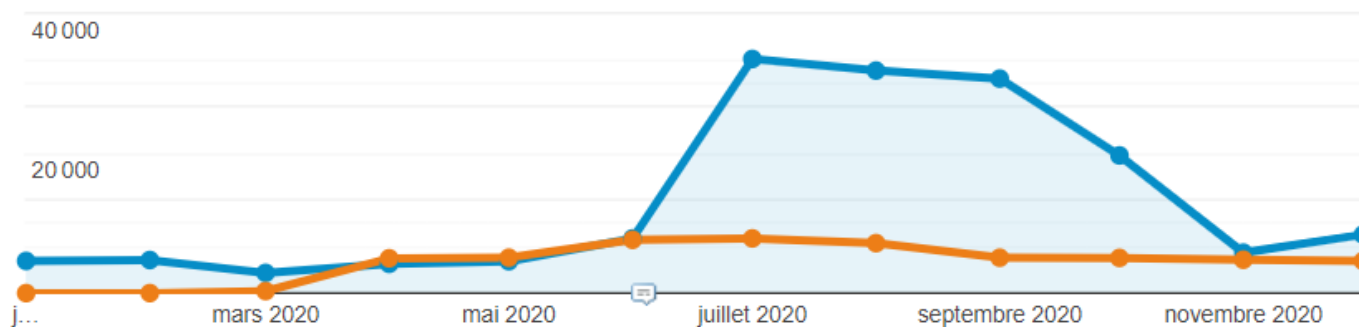


- **Un partenariat avec La Montagne, ayant permis d'atteindre 119 000 personnes** depuis leur application.

Toutes ces actions ont permis de générer **149 569 visiteurs uniques sur l'année 2020 sur terravolcana.com** soit une hausse de **203%** vs 2019, grâce à un ciblage pertinent de nos publicités à destination des familles, des couples et des séniors en fonction de leurs intérêts pour les atouts de notre territoire (randonnée, nature, patrimoine, etc.).

1 janv. 2020 - 31 déc. 2020 : ● Utilisateurs

1 janv. 2019 - 31 déc. 2019 : ● Utilisateurs





## Adaptation à la crise sanitaire :

Malgré les différents confinements L'OT a maintenu le lien avec les internautes, **en mettant en place une communication à double niveau :**

- Au niveau **local** : transformer les contraintes de déplacements pour faire (re)découvrir aux habitants les richesses de leur territoire : mise en ligne d'une **page permettant de promouvoir les services adaptés proposés par nos partenaires** (click & collect, plats à emporter, chèques Maboutik, ou encore des idées cadeaux sur les fêtes de fin d'année...) + **campagnes réseaux sociaux pour promouvoir les attraits de la destination auprès des habitants** (randonnées, sites de visite...)
- Au niveau **national**, pour conquérir de nouveaux clients en les aidant dans la préparation de leurs séjours.

### COMMERÇANTS, RESTAURATEURS, HEBERGEURS ... ILS ADAPTENT LEUR ACTIVITÉ

Nos commerçants, hébergeurs, restaurateurs, sites de visite adaptent leurs services durant cette nouvelle période de confinement. Retrouvez toutes les informations utiles (nouveaux horaires, vente à emporter, livraison ...) mises à jour régulièrement ci-dessous.

- Informations Commerces
- Maboutik, mon commerce de proximité en ligne
- Restaurant à emporter / Click and Collect
- Informations Thermalisme
- Informations Hébergements
- Informations Sites touristiques

Office de Tourisme Terra Volcana  
Publié par Audrey Terra Volcana · 5 août 2020 · 🌐

Cet été, partez à la découverte de Terra Volcana ! 🇫🇷 #CetEtéJeVisiteLaFrance

Hébergements insolites Hébergements avec

Office de Tourisme Terra Volcana  
Publié par Audrey Terra Volcana · 30 novembre 2020 · 🌐

Restaurant à emporter ou en livraison, ouverture des commerces et marchés ?  
Retrouvez toutes les infos confinement sur Terra Volcana 🇫🇷



## Randonnées : retranscrire le travail terrain mené par les EPCI auprès du grand public

Suite au travail de balisage des randonnées, de réactualisation des circuits, et de création et vérification de traces GPX effectués par les communautés de communes, l'Office de Tourisme a assuré la promotion des randonnées sur différentes interfaces : [terravolcana.com](http://terravolcana.com), [cirkwi.com](http://cirkwi.com) ; [utagawavtt.com](http://utagawavtt.com).

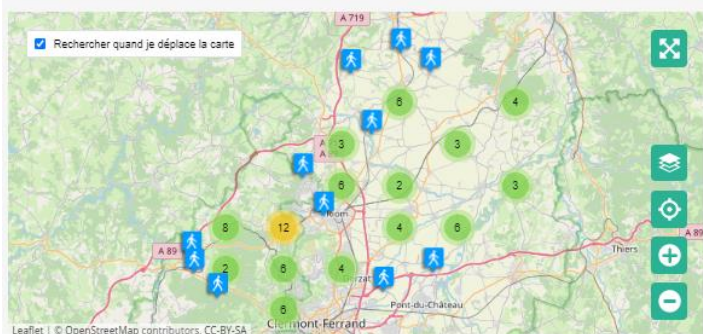
### AMATEURS DE PLEINE NATURE !

Des gorges d'Enval à la vallée de Sans Souci, en passant par l'Étang Grand de Pulvérières, le Val de Morge ou bien encore le Parc Naturel Régional des Volcans d'Auvergne, pour trouver votre randonnée dans le Puy de Dôme **consultez nos traces GPX**, préparez votre sac à dos et arpentez les nombreux sites naturels de Terra Volcana !

Chercher un lieu, une destination, un mot clef...

🔍 80 résultats

FILTRES



#### Main dans la main

Départ Cellule (salle des fêtes). De Riom, prendre direction Aigueperse sur la D2009. Passer le pont de l'autoroute A89 puis tourner à gauche juste avant le pont de la voie ferrée...

🚶 11 km ⌚ 3h15m 🟢 Facile  
📍 8 Salle des fêtes Cellule 83200 Chambaron-sur-Morge  
- Office de Tourisme Terra Volcana -



#### Au fil de l'eau

Départ Cellule salle des fêtes.  
De Riom, prendre direction Aigueperse sur la D2009. Pas...

🚶 8.5 km ⌚ 2h30m 🟢 Facile  
📍 3 Salle des fêtes Cellule 83200 Chambaron-sur-Morge  
- Office de Tourisme Terra Volcana -

**Au total, + de 100 randonnées ont été saisies par les équipes de l'OT sur les différentes interfaces :**

- 16 circuits VTT
- 13 circuits multimédia (dont 6 dédiés aux déficiences sensorielles)
- 76 circuits pédestres

Ces fiches randonnée ont été :

- **Affichées 491 592 fois, dont 408 330 fois sur terravolcana.com**
- **1 445 traces GPX ont été téléchargées, dont 996 sur terravolcana.com**
- **1 702 pdf ont été téléchargés, dont 1 210 sur terravolcana.com**

On constate que le pic de fréquentation s'est concentré sur l'été pour ces pages, correspondant au souhait de la clientèle de réaliser des activités en plein air et en autonomie afin de limiter les risques sanitaires.

Top 3 des fiches randonnée :

- Le tour de Chaumont : 20 358
- Bêchet et le Mont Chalusset : 13 505
- Visite de Mozac : 13 188

Parallèlement, les communautés de communes ont édité en 2020, deux topoguides de randonnées pédestres « Sources et Volcans » et « Limagne et rivières ». Au total, **966 topoguides ont été vendus par l'OT en 2020**, sur 1 440 en stock.

## Editions 2020 : Inspirer et séduire

En parallèle de nos efforts quant à notre stratégie digitale, l'OTTI Terra Volcana **a fait évoluer l'édition de ses brochures aux besoins de ses prospects et clients**. Déclinant le guide de marque, ces dernières ont valorisé l'ensemble de la destination au travers de ses principaux axes (pleine nature, thermalisme et bien-être, patrimoine/culture/art de vivre, sites de visite), ainsi que les partenaires adhérents de l'OTTI (hébergeurs, commerces, services, événements...).

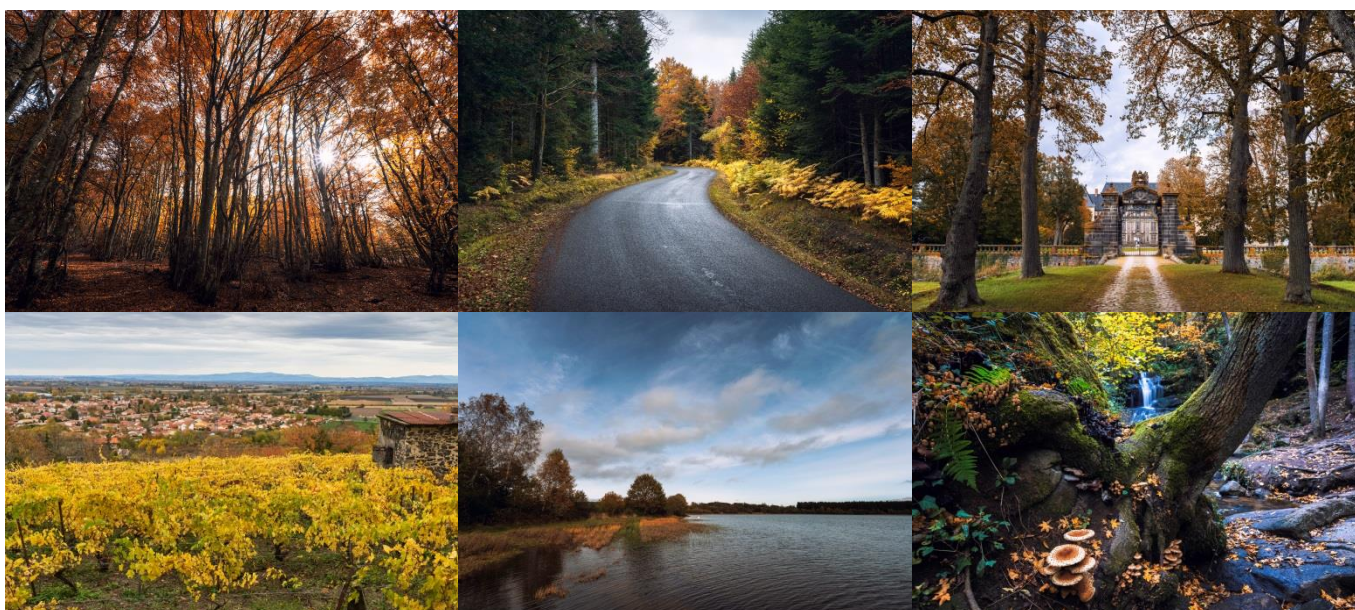
Prenant en compte le contexte particulier de l'année 2020 et misant sur la séduction ces éditions ont en outre fait la part belle **aux nouveautés et événements majeurs de l'année**, en particulier l'ouverture d'**Aïga Resort** à Châtel-Guyon ou le **Tour de France**. Elles ont reçu un accueil très favorable auprès de la presse et du grand public.

Même si l'OTTI n'a pas pu les diffuser en 2020 lors des salons professionnels qu'il avait fléchés, la méthode de diffusion a pour autant été optimisée : points d'accueil permanents et saisonniers, hébergeurs, partenaires privés et institutionnels...



## Photothèque et vidéothèque : séduire par l'image et l'expérience

La photothèque a également été complétée durant l'automne, nous permettant de disposer de clichés du territoire en toutes saisons.



Un travail de tri important a été réalisé :

- Suppression de fichiers trop anciens ou pas assez qualitatifs
- Réorganisation de l'arborescence
- Harmonisation de l'appellation des fichiers à poursuivre en 2021

Pour rappel, les droits d'utilisation des visuels sont négociés en amont par l'OT pour les mettre à disposition de nos partenaires privés et institutionnels.

## Salons BtoC : atteindre les cibles affinitaires

L'OTTI a participé en 2020 à 2 salons « Grand Public » en lien avec le thermalisme et la cible curistes :

- Les **Thermalies** Paris (23 au 26/01) et Lyon (14 au 16/02) aux côtés d'Aïga Resort.



# Relations presse/influenceurs : renforcer la notoriété de la destination

Afin d'accroître la notoriété de la destination et de **renforcer sa stratégie relations presse**, l'OTTI a :

- Travaillé en collaboration avec l'agence spécialisée Fluxus Communication.
- Maintenu un **lien régulier avec les principaux partenaires (CRT, CD...)**
- Adhéré au **Club de la presse des Offices de tourisme de France et au Club de la presse Auvergne.**

Objectifs : **développer un réseau durable de journalistes au niveau national et assurer une belle présence médiatique sur l'année 2020.**

En termes d'actions :

- Participation au **Workshop "Explore France"** à Bruxelles le 14 janvier. Les retombées furent immédiates avec la **venue en février de la RTBF**, radio et TV belge publique.
- Participation au **workshop France** le 06 mars à Paris avec des journalistes nationaux, ayant permis une quinzaine de rencontres fructueuses avec des médias tels que Arte, Météo à la carte France 3, Version Fémina...
- Envois de **communiqués de presse** et édition d'un **dossier de presse diffusés à tous nos contacts dans les rédactions, bureaux Atout France, partenaires institutionnels.**



- Plusieurs **accueils presse** ont également été organisés donnant lieu à des retombées tant lors de l'année 2020 que prochainement, en 2021 : Version Femina, Routard.com, Pleine Vie, Télé Star, le Progrès ...
- Parallèlement, l'OTTI a également acheté plusieurs **espaces publicitaires auprès d'une dizaine de supports print** en phase avec le positionnement et permettant d'en accroître la visibilité sur les périodes et bassins clés (de mai à août et début d'automne ; Auvergne-Rhône-Alpes et Ile-de-France) : Zap, QLF, Version Femina, Vivre Lyon, Lyon City Crunch, Geo ...





## En termes de résultats :

- **Plus d'une quarantaine d'articles et reportages / pastilles radio** dont plusieurs médias à forte portée : Le Monde, BFM TV, France Info TV, Europe 1, Arte, Le Figaro ...
- **Plus d'une cinquantaine de partenaires mis en avant** au travers des articles/reportages.
- **La contre-valeur publicitaire de nos actions presse est estimée à plus de 600 000 €** (valeur des articles/reportages obtenus avec un budget relations presse inférieur à 20 000€ en 2020).



## Adaptation à la crise sanitaire :

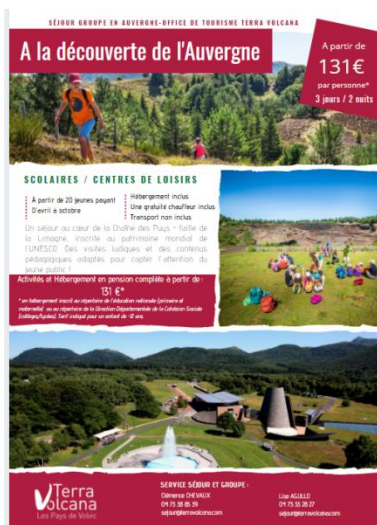
- Durant l'année 2020 si difficile pour nos adhérents, restaurateurs et commerçants notamment, de **nombreuses actions avec la presse locale ont été entreprises** dont un partenariat fort avec France Bleu Pays d'Auvergne pour de vrais résultats : **10 passages et émissions de radio** ont ainsi été enregistrés pour promouvoir les offres de Noël des commerçants, artisans, producteurs et restaurateurs de Terra Volcana. **Une trentaine d'entre eux ont ainsi été mis en avant**. Il est à souligner que ces actions ont généré de vraies retombées chez chacun d'entre eux.

## Commercialisation BtoB et BtoC : soutenir l'activité de nos partenaires

En matière de commercialisation l'OTTI joue un triple rôle :

- **Revendeur** : en se concentrant principalement sur les clientèles affaires et groupes au travers notamment de la mise en place de « séjours d'appel » pour toucher la clientèle groupe (CSE/scolaire/affaire/associations).
- **Apporteur d'affaires** : via son site internet ou le pass Terra Volcana en relayant les offres commerciales des partenaires et en mettant un place un calendrier des offres spéciales calqué sur les temps forts commerciaux annuels (St Valentin, offres de fin d'année...).
- **Facilitateur** : en facilitant l'accès à la plateforme de revente en ligne régionale (Open System) aux socioprofessionnels intéressés et en donnant la possibilité à ceux déjà dotés d'un outil de réservation en ligne d'être réservables directement depuis le site internet de l'OT.

Cela s'est concrétisé en 2020 par :



- La création de “séjours d’appel” permettant de mettre en valeur les **activités incontournables** du territoire, et de jouer le rôle d’agrégateur entre nos principaux sites. **Une quarantaine de devis ont été établis** pour des demandes de groupes, mais le contexte sanitaire n’a pas permis leur concrétisation, cependant des reports des séjours sont envisagés sur l’année 2021

- La création d’un **Pass Terra Volcana 3 jours** pour toucher la clientèle individuelle estivale et pour générer des entrées chez les partenaires du dispositif.

Il a été vendu dans les 3 bureaux d’informations au prix de **26 €**.

Son achat **permettait d’accéder à 14 visites/activités et de bénéficier d’une trentaines de remises**. Il incluait les activités incontournables du territoire comme la visite du Volcan de Lemptégy ou de la Grotte de la Pierre mais il intégrait aussi l’entrée aux musées de Riom et Volvic ou la visite de la Ruche des Puys par exemple.

De mi-juillet à fin septembre **118 pass** ont été vendus. Ils ont permis de générer plus de **450 visites** pour les partenaires.



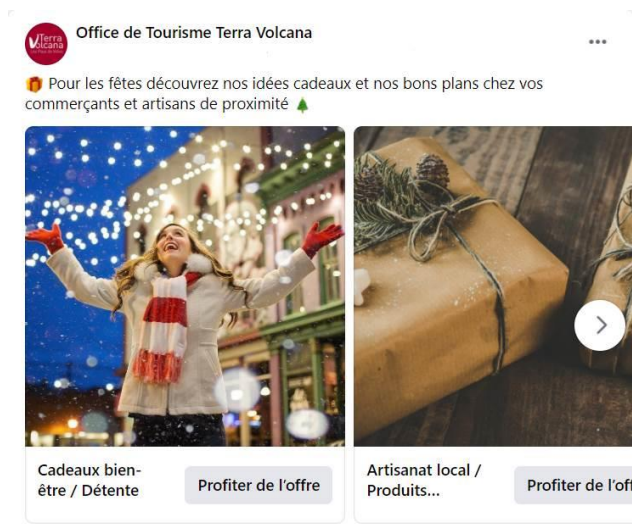
- L’OT a également renforcé son offre à destination de la clientèle individuelle en proposant **une programmation estivale renforcée**.

En plus des **visites théâtralisées** couvrant le territoire de Plaine-Limagne. L’OTTI a **collaboré avec le Parc des Volcans d’Auvergne et 3 accompagnateurs de moyenne montagne du territoire pour proposer des sorties nature lever et coucher de soleil** assorties d’une collation à base de produits locaux.

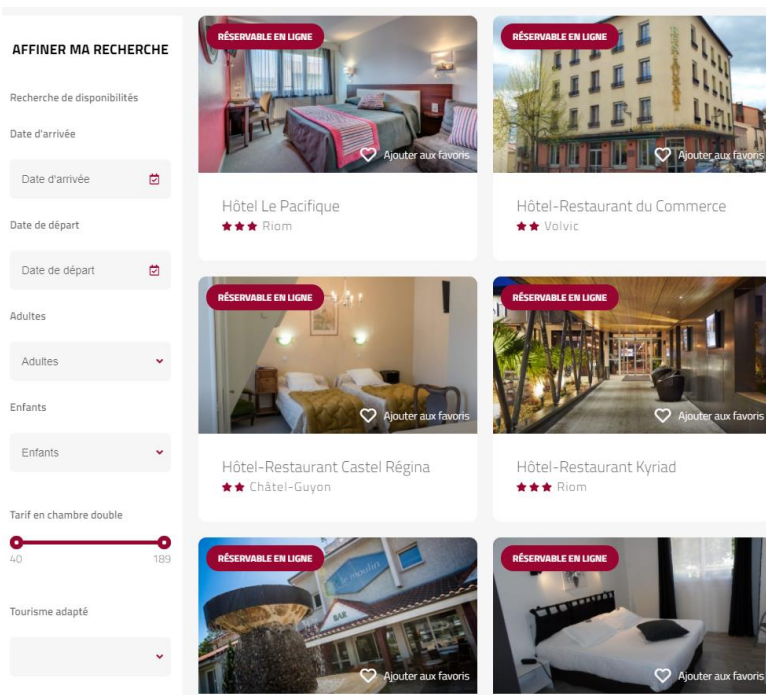
Au total **une trentaine de visites** ont été proposées sur l’été et ont rencontré un grand succès particulièrement les sorties nature qui ont affiché “complet” sur la majorité des dates attirant également la clientèle locale (**+ 200 participants**).

- Tout au long de l'année, l'OT a veillé à créer de l'**animation commerciale** sur son site internet et via les réseaux sociaux. Sur l'année 2020, **65 offres promotionnelles ont ainsi été relayées sur le digital**.

Une campagne promotionnelle spécifique a également permis de valoriser sur les réseaux sociaux les offres de fin d'année de nos partenaires locaux. La campagne a été réalisée du 10 au 22 décembre 2020, le but étant de générer du flux sur notre site internet pour générer des actes d'achat : + de **67 000 personnes ont vu la publicité au moins une fois, générant + de 2 200 clics sur les différentes offres**.



- Le **déploiement de l'Outil de réservation en ligne Open System** sur le territoire: **l'OT a accompagné gratuitement 14 nouveaux prestataires** à se doter de cet outil de réservation en ligne. Un CA réalisé sur le site internet depuis le lancement de **22 900€**. La typologie des partenaires réalisant le plus de vente sur notre site internet est le locatif (meublés de tourisme) puisqu'elle représente **84%** du CA total. Avec un **panier moyen de 407€ par vente**, le site Terra Volcana se classe **n°1** parmi les OT du département.





# FONCTIONNEMENT

## Adaptation à la crise sanitaire :

- **Une réouverture sécurisée** : l'OT ayant été le premier à réouvrir en mai dans le département, un **protocole sanitaire de 18 fiches a été élaboré** pour sécuriser et rassurer le personnel lors du 1<sup>er</sup> déconfinement. Il rappelle les règles à respecter pour la sécurité de tous à son poste, dans les zones privées et à l'accueil des clients, comme dans l'usage du véhicule de fonction ou lors des réunions, mais aussi la gestion des déchets, l'attitude en cas de contamination, etc. Ce protocole COVID a d'abord été **transmis à la Médecine du Travail pour validation** puis mis à disposition de l'ensemble du personnel.
- **Gestion des espaces d'accueil adaptée** : des **parcours clients ont été mis en place et balisés** dans les espaces d'accueil, les gestes barrière rappelés à la clientèle par des affichages, et du **matériel destiné à protéger le personnel** a été acheté et installé dans les différents points d'accueil.  
Coût (équipements et produits pour gestes barrières et protection du personnel comme des clientèles) : + 4 000€
- **Télétravail optimisé** : mis en place dès le mois de mars et en dehors de l'été jusqu'à la fin de l'année. Il a engendré une nouvelle organisation avec la **mise en place d'outils de collaboration à distance** (réseau commun, système de visio, messagerie instantanée...).
- **Activité partielle** : l'OT est parvenu à **limiter l'usage de l'activité partielle** à une seule personne et sur quelques jours du fait de l'impossibilité pour elle de faire garder ses enfants. Pour l'ensemble du personnel, l'activité a été maintenue à 100% et a permis d'avancer sur les dossiers et la structuration de l'entreprise.

- **Budget réalisé en 2020 : 841,5 K€**
- **Taux d'exécution budgétaire : 94%**
- **Mise en place d'un protocole sanitaire dès le mois de mai**



## Ressources humaines : accompagner la montée en compétences de l'équipe

En 2020, l'équipe de l'OT était composée de 13,65 ETP :

- 13 salariés permanents dont 1 mi-temps thérapeutique, 1 formation FONGECIF de 7 mois, 1 recrutement effectué fin juin suite au départ d'une salariée en janvier 2020.
- 5 saisonniers / CDD de remplacements (ouverture de 3 points saisonniers + remplacements arrêts maladie)
- 2 stagiaires

Afin de répondre à ses obligations en matière de formation professionnelle, accompagner la montée en compétences de l'équipe, et faire en sorte que cette dernière soit en adéquation avec les objectifs de la structure, l'OT a mis en place le plan de formation suivant :

- **1 formation de l'ensemble de l'équipe** en début d'année sur les techniques d'accueil et de vente
- **17 formations individuelles** dont 80% prises en charge par l'OPCO
- 1 congé formation de 7 mois pour accompagner une réorientation professionnelle pris en charge à 100% par le FONGECIF. La salariée concernée a débuté un nouvel emploi en janvier 2021 dans une nouvelle structure.
- Une cinquantaine de formations en webinaire gratuites organisées par Trajectoires Tourisme lors des 2 confinements.

## Présentation des comptes 2020 de l'Office de Tourisme

Sytnhèse budgétaire :

Dépenses	Fonctionnement	Actions	Masse salariale	investissements	Amortissements	Total
<b>BP 2020</b>	122 K€	198 K€	525 K€	33,6 K€	30,6 K€	<b>909,2 K€</b>
<b>Budget réalisé</b>	106 K€	165K€*	503 K€**	30,5 K€	37 K€	<b>841,5 K€</b>

\* Certaines actions du printemps et de l'arrière saison ont dû être annulées

\*\*exonération 39K€ Urssaf obtenue suite covid

Recettes	BP 2020	Budget réalisé
Report à nouveau	78 K€	92 K€
Autofinancement	100 K€	93 K€
Sub. de fonctionnement	467 K€	517 K€
Taxe de séjour	200 K€	126,5 K€
Sub. investissement	33,6 K€	30,5 K€
Amortissements	30,6 K€	37,5 K€
<b>Total</b>	<b>909,2 K€</b>	<b>896,5 K€</b>

Il en ressort :

- **Un taux d'exécution de 94%** : dépenses 841 409,66 € / recettes 896 565,21 €
- Un report de **55 155,55 € sur l'exercice 2021**
- Des **dépenses de fonctionnement maîtrisées** : surcoûts engendrés par le covid contrebalancés par la baisse de certaines charges (électricité, gaz, entretien, affranchissement, frais de déplacements)
- **995 opérations comptables** : 590 mandats (+14,5%/2019) ; 300 titres de recette (- 3,5%/2019, cf. baisse de l'activité commerciale dûe COVID) ; 19 annulations/réductions de mandat (=2019) ; 86 réductions/annulations de titres (+850% /2019) \*remboursement de l'adhésion 2020 ; 1 783 pièces jointes adressées à la Trésorerie (1 379 en 2019)

Après échanges et contrôle de la Trésorerie Publique, les comptes de l'exercice 2020 ont été clôturés début 2021 et présentés au Comité de Direction le 22 février 2021.

### Compte de gestion validé par la Trésorerie Publique

	SECTION D'INVESTISSEMENT	SECTION DE FONCTIONNEMENT	TOTAL DES SECTIONS
<b>RECETTES</b>			
Prévisions budgétaires totales (a)	58 976,26	870 326,26	929 302,52
Titres de recettes émis (b)	54 230,10	769 602,73	823 832,83
Réductions de titres (c)		19 456,73	19 456,73
Recettes nettes (d = b - c)	54 230,10	750 146,00	804 376,10
<b>DÉPENSES</b>			
Autorisations budgétaires totales (e)	58 976,26	870 326,26	929 302,52
Mandats émis (f)	44 631,16	841 873,70	886 504,86
Annulations de mandats (g)	504,34	44 590,86	45 095,20
Dépenses nettes (h = f - g)	44 126,82	797 282,84	841 409,66
<b>RÉSULTAT DE L'EXERCICE</b>			
(d - h) Excédent	10 103,28		
(h - d) Déficit		47 136,84	37 033,56

### RÉSULTATS D'EXÉCUTION DU BUDGET PRINCIPAL ET DES BUDGETS DES SERVICES NON PERSONNALISÉS

	RÉSULTAT À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE PRÉCÉDENT : 2019	PART AFFECTÉE À L'INVESTISSEMENT : EXERCICE 2020	RÉSULTAT DE L'EXERCICE 2020	TRANSFERT OU INTÉGRATION DE RÉSULTATS PAR OPÉRATION D'ORDRE NON BUDGÉTAIRE	RÉSULTAT DE CLÔTURE DE L'EXERCICE 2020
I - Budget principal					
Investissement			10 103,28		10 103,28
Fonctionnement	92 189,11		-47 136,84		45 052,27
<b>TOTAL I</b>	92 189,11		-37 033,56		55 155,55
II - Budgets des services à caractère administratif					
<b>TOTAL II</b>					
III - Budgets des services à caractère industriel et commercial					
<b>TOTAL III</b>					
<b>TOTAL I + II + III</b>	92 189,11		-37 033,56		55 155,55



OFFICE DE TOURISME

# Terra Volcana

Les Pays de Volvic

OUVERT TOUTE L'ANNÉE



**BUREAU D'INFORMATION  
DE CHÂTEL-GUYON**

1 avenue de l'Europe  
63140 Châtel-Guyon  
Tél. 04 73 86 01 17



**BUREAU D'INFORMATION  
DE RIOM**

27 place de la Fédération  
63200 Riom  
Tél. 04 73 38 59 45



**BUREAU D'INFORMATION  
DE VOLVIC**

Place de l'Eglise  
63530 Volvic  
Tél. 04 73 33 28 31

.....○ [terravolcana.com](http://terravolcana.com) ○.....

