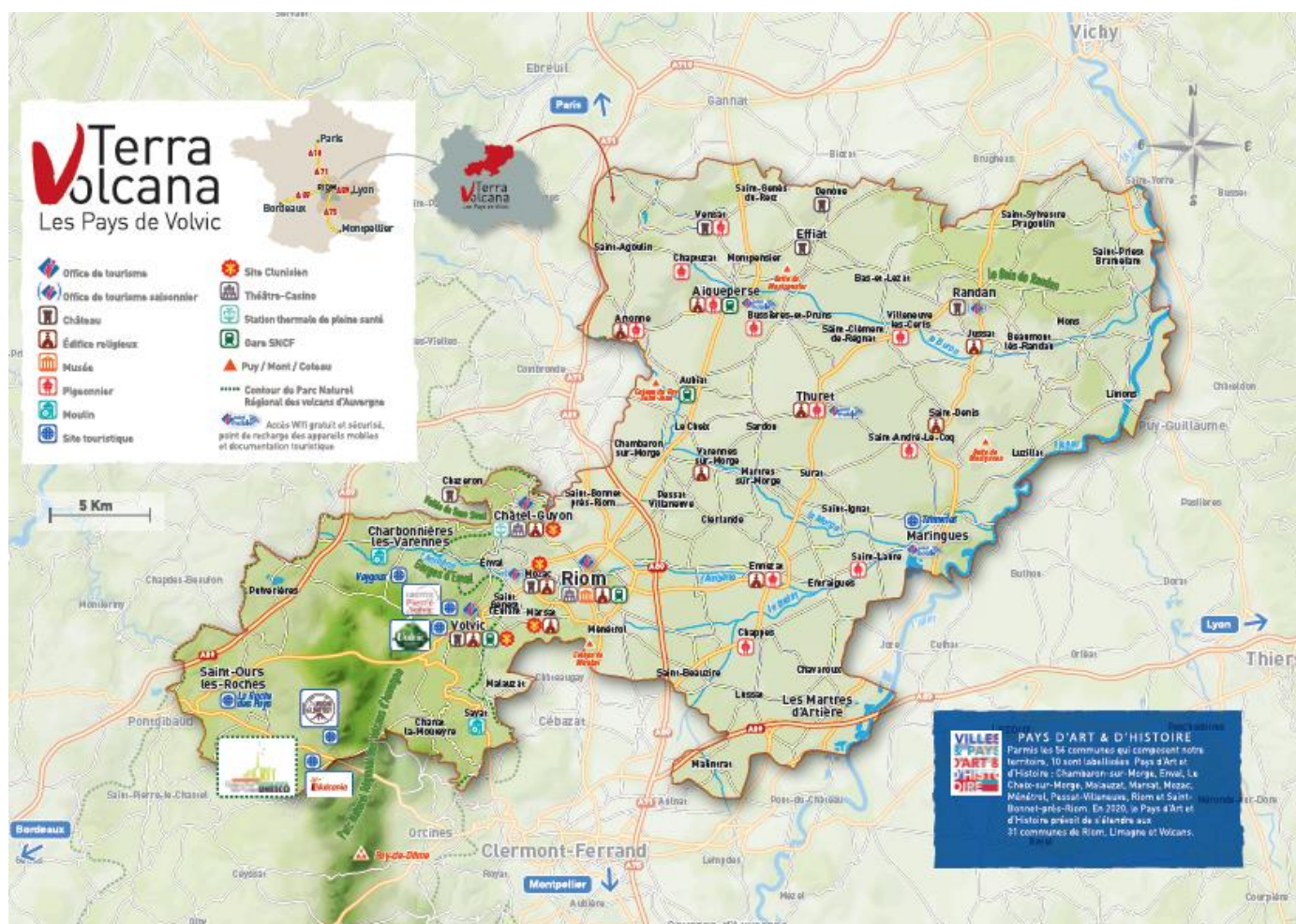


Rapport d'activités 2021

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



SOMMAIRE



P.3 Gestion de la relation client

P.12 Plan d'action marketing

P.24 Gestion de la relation partenaires

P.28 Fonctionnement

Gestion de la relation client

Chiffres clés :

- **23 600 visiteurs renseignés** sur les 3 points d'accueil, **+10% vs 2020** (malgré crise sanitaire et ouverture contrainte des thermes)
- **Fréquentation stable sur l'été vs été 2020** (été record en termes de fréquentation)
- **Chiffre d'affaires boutique/billetterie : + 16 % vs 2020**

Adaptation à la crise sanitaire :

- **6 mois avec des conditions d'accueil dégradé** : 1,5 mois de fermeture administrative + restriction des déplacements
- **Annulation de 100% des événements prévus au printemps 2021**
- **1^{er} OT du Puy-de-Dôme à rouvrir au printemps 2021** après la 3^{ème} période de confinement nationale

1. Accueil : améliorer notre qualité d'accueil

Démarche qualité et classement en catégorie I :

Le travail de préparation des **deux dossiers**, engagé fin 2019, s'est poursuivi tout au long de l'année 2021 :

- o **Amélioration des outils de gestion qualité** (mise en place et suivi des process internes...) **et des techniques d'accueil** (journée d'échanges internes)
- o **Consolidation du travail de récolte et d'analyse des avis clients** dans nos bureaux d'accueil et sur les plateformes d'avis en ligne.
- o **Mise en place du groupe de travail « destination d'excellence »** en décembre 2021, permettant de faire ressortir 4 axes de travail pour 2022 : la pleine nature et la gestion des itinéraires de randonnées ; l'accueil des clientèles camping-caristes ; la station thermale de Châtel-Guyon (mobilité, dynamique culturelle et économique, l'amélioration de l'accueil des clientèles thermales) ; l'amélioration de la méthode de recueil d'expérience clients sur le territoire. Les différents outils mis en place par l'OT courant 2021 (Fairguest, Avizi...) viendront nourrir le travail mené par ce groupe, l'objectif étant de partir des remontées clients.
- o **Réalisation de l'audit blanc en décembre 2021** sur l'ensemble des bureaux d'accueil (audits mystères + audit du fonctionnement interne). **Plus de 300 critères ont ainsi été passés au crible par l'auditeur**, révélant un pourcentage de satisfaction de 64 %. Dès la communication des résultats, l'OT a travaillé sur les différents axes de progression relevés, pour atteindre la note minimum (85%) lors des audits réels qui seront réalisés de mars à novembre 2022.

Suivi des avis en ligne :

Aujourd'hui, plus que les classements traditionnels en étoile ou via des labels, les clients consultent avant tout les sites d'avis en ligne pour affiner leurs choix avant ou pendant leur séjour, et y déposer leurs avis pendant ou après leur séjour.

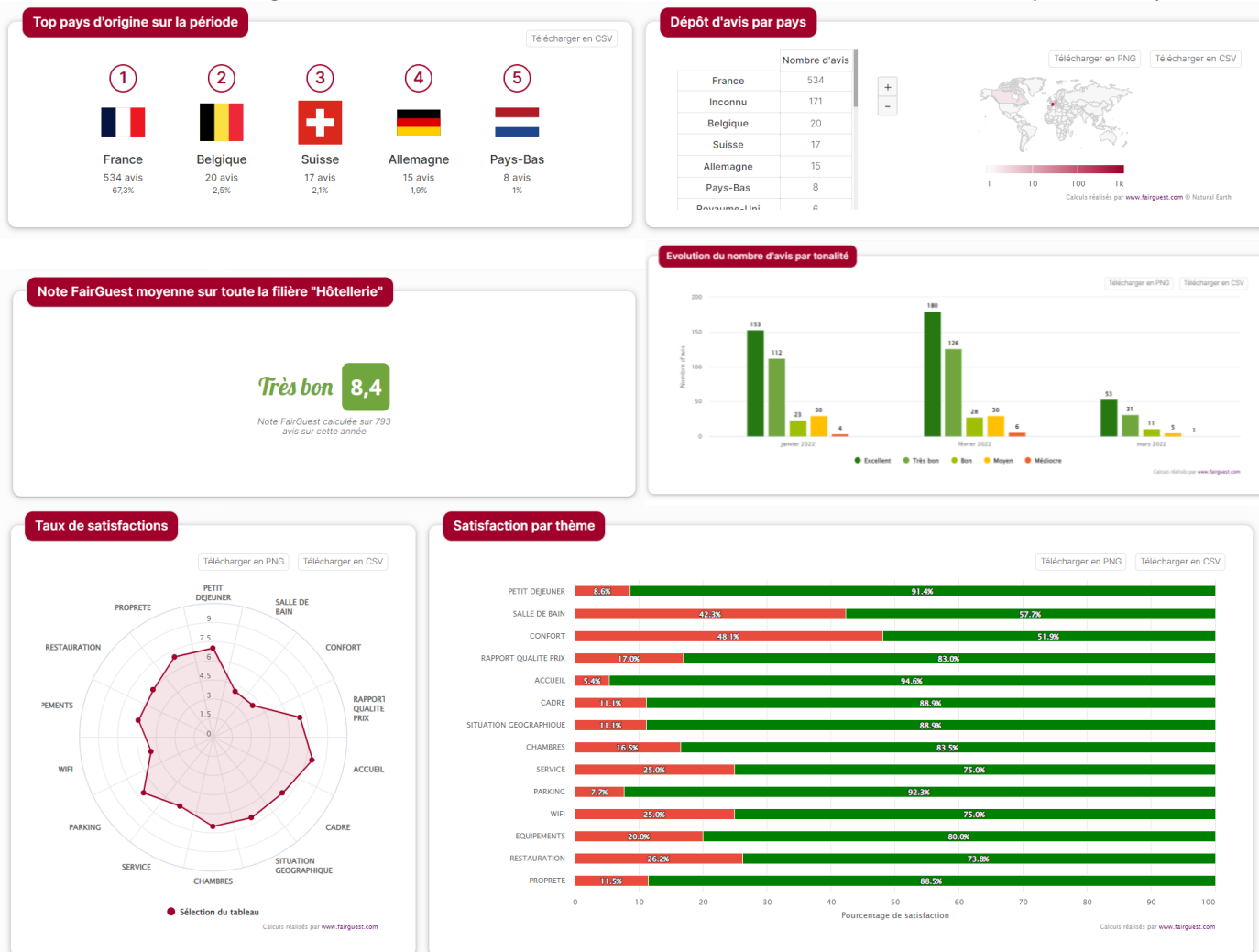
Aussi, afin d'avoir un meilleur suivi de ces (nombreux) sites, et en lien avec le travail engagé sur la démarche qualité, **l'OT s'est doté au printemps 2021 de l'outil Fairguest et l'a entièrement paramétré sur le 2eme semestre 2021** pour qu'il soit opérationnel dès le mois de janvier 2022.

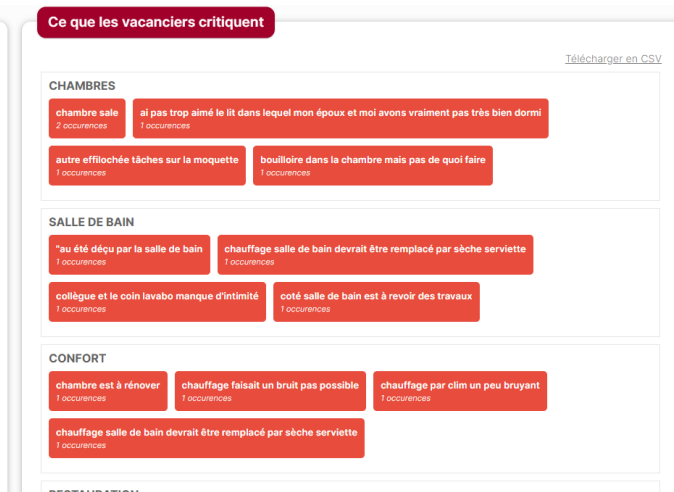
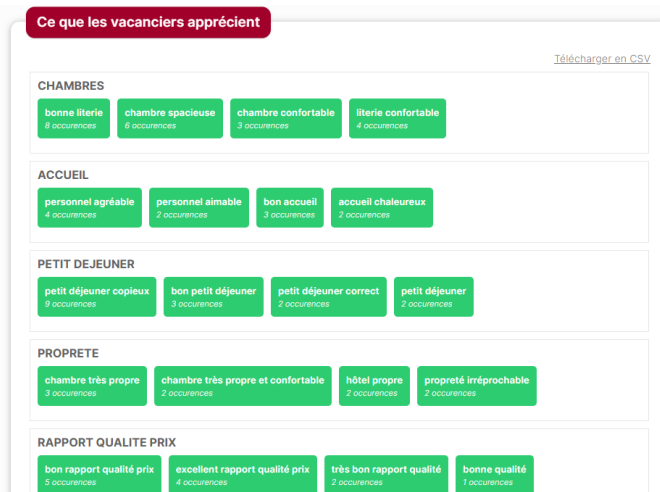
Ce-dernier lui permet désormais de :

- **Disposer d'un suivi global de la satisfaction clients sur le territoire** (plus de 300 prestataires toute catégorie confondue ont ainsi été intégrés à l'outil)
- **Disposer d'un suivi par typologie de prestataires** (restaurants, hébergeurs, sites de visite...)
- **Proposer à ses partenaires en 2022 une analyse personnalisée et mensuelle** de l'expérience client dans leur établissement

Ce même outil permettra également de **nourrir les réflexions de l'OT sur l'amélioration de l'accueil des clientèles sur l'ensemble de la destination.**

Ex. tableaux de bord Fairguest de suivi des avis sur les hôtels du territoire au 1^{er} trimestre 2022 paramétré par l'OT :





L'OT surveille et répond également aux avis en ligne le concernant.

Exemple avis Google 2021 :

Office de Tourisme Terra Volcana - Bureau de Riom



Site Web Itinéraire Enregistrer Appeler

4,2 ★★★★★ 69 avis Google

Personnalisation de l'acte d'accueil :

L'OT s'est doté au 1^{er} trimestre 2021 de l'outil **EditSelect** qui permet désormais aux conseillers en séjour **d'éditer des documents individuels et adaptés aux demandes des clients** (accueil/mail/téléphone). Désormais le client ayant une demande précise ne repart plus avec le guide regroupant toutes les activités/prestataires du territoire sans distinction, mais la liste des activités/prestataires adaptés à sa demande.

En plus d'apporter un service personnalisé, cet outil a permis de réduire de 30% les déchets de documentations touristiques de l'OT et permet une meilleure gestion des stocks d'édition.

Poursuite de l'amélioration de nos espaces d'accueil et accueil hors les murs :

- Renouvellement et investissement dans divers supports décoratifs (windflag, fanions, fleurissement, décorations saisonnières) pour rendre nos espaces plus attrayants et plus visibles de l'extérieur.
- Mise en place de corners d'accueil au sein du hall des thermes et du Domaine Royal de Randan (+ 1 500 guides de l'OT diffusés via ces corners)
- Présence sur les événements de l'automne 2021



Ex. présence OT cross Volvic automne 2021

2. Boutique / billetterie : développer notre autofinancement

Malgré le contexte, l'activité boutique a poursuivi son développement.

Cela s'explique notamment par 3 éléments :

- **L'amélioration de l'aménagement et la thématisation de nos 3 espaces boutique** (décoration saisonnière, espace randonnée, espace thermal, espace produits locaux...)
- **La mise en place des TPE au printemps 2021. + de 68 % des ventes réalisées en 2021 l'ont été en carte bancaire.**
- **La mise en place de la vente en ligne à l'été 2021**, permettant notamment aux clients de réserver leurs activités en dernière minute lorsque la météo était incertaine (+ 50 % des visites guidées ont été réservées en ligne)



A noter :

- **La progression importante des ventes d'entrée pour les sites de visite partenaires** nous ayant délégués une partie de leur vente de billetterie (Vulcania, Lemptegy, Grotte de la Pierre, Panoramique des Dômes)
- **La progression importante des ventes du pass Terra Volcana** (456 pass vendus en 2021 vs 120 en 2020)

	Terra Volcana	CHATEL	RIOM	VOLVIC
Chiffre d'affaires 2020	37 291,10	21 223,10 €	6 571,00	9 497,00
Chiffre d'affaires 2021	43 285,20	22 306,40 €	10045,80	10933
Tickets vendus 2020	2861	1671	694	496
Tickets vendus 2021	3276	1628	932	716
Panier moyen 2020	13,03 €	12,70 €	9,47 €	19,15 €
Panier moyen 2021	13,21€	13,70 €	10,78 €	15,27 €
Billetterie 2020	15 593,00 €	6 855,00 €	2 270,00 €	6 468,00 €
Billetterie 2021	24 879,00 €	12 669,10 €	5285,60 €	6925,00 €

3. Observation : suivre l'activité touristique du territoire

Poursuite du travail opérationnel sur la **construction d'un observatoire touristique commun** aux territoires de Clermont-Ferrand, Vichy, Mond'Arverne et Terra Volcana :

- Réalisation de **4 enquêtes de conjoncture** sur les mois de juin, juillet, août et octobre
- **L'enquête client** initialement prévue pour mieux connaître les profils et parcours clients a été reportée à 2022, suite aux incertitudes liées au contexte sanitaire.
- Poursuite du travail d'harmonisation et de mise en place de **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. Fin 2021, l'office de tourisme a investi dans un nouveau logiciel GRC (Avizi) pour, en partie, perfectionner ses analyses clientèles (cf p.8).

Bilan de la saison touristique 2021* :

(*suite enquêtes de conjoncture estivales et analyse de données GRC de l'OT)

- **La fréquentation du territoire sur l'été est quasi stable par rapport à l'été 2020** (année record pour la fréquentation estivale).
- Cette saison 2021 est caractérisée, comme en 2020 par une **fréquentation majoritairement française** (86% pour le mois d'août).
- Les clientèles internationales de retour sur l'été mais de façon très limitée (elles représentent 10% des clientèles sur le mois d'août avec une majorité de clientèles belges, allemandes et néerlandaises).
- Forte réduction des annulations à la dernière minute par rapport à 2020, et un panier moyen en hausse.
- **Nos principaux sites de visite affichent de meilleurs résultats que sur la saison 2020 malgré des contraintes de jauge toujours présentes.**
- Ces éléments corroborent les données récoltées par l'Office de Tourisme qui a reçu et renseigné au global sur l'année **plus de 23 600 visiteurs sur ses points d'accueil (soit +10% sur l'année sur les 3 bureaux d'informations permanents, avec une fréquentation estivale similaire à 2020).**
- Les clientèles **individuelles, duos/couples et familles** forment les 3 principales typologies de visiteurs reçues par l'OT, leurs principales demandes se concentrant autour des thématiques suivantes : infos pratiques, sites de visite, pleine nature, culture/patrimoine, et animations.



Tous les chiffres clés générés par les outils de l'OT sont mis en ligne sur son site pro pour les mettre à disposition des partenaires privés et institutionnels : <https://www.terravolcana.com/espace-pro/observatoire-touristique/>

4. GRC : mieux connaître ses clients pour mieux les cibler

Parallèlement, l'OT a poursuivi son travail sur la thématique de la gestion de la relation client (GRC), en se fixant 4 objectifs :

- **Disposer de davantage de données sur les clients** intéressés par la destination Terra Volcana ou en séjour sur place (provenance, type de demandes, type de visites effectuées sur le territoire, coordonnées, dates de séjour...)
- **Faire venir la clientèle intéressée**
- **Faire revenir la clientèle ayant déjà séjourné sur le territoire**
- **Personnaliser l'accueil**

Pour y parvenir, l'OT a défini en 2021 sa stratégie GRC et mis en place plusieurs actions :

- **Mise en place du nouvel outil GRC « AVIZI » fin 2021 :**

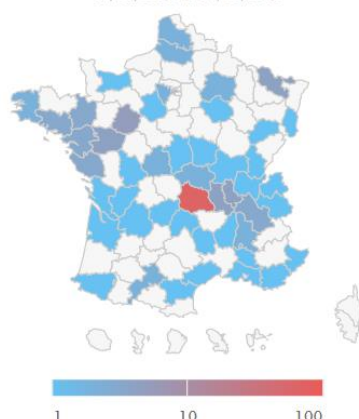
Ce nouveau logiciel permet :

- Un suivi de la fréquentation et des demandes clients (en front office, au téléphone, ou via nos interfaces numériques) plus précis et plus clair
- La gestion de bases de données distinctes entre clients particuliers et clients pros tout en respectant le RGPD
- La gestion des brochures
- L'envoi de newsletters et de campagnes marketing ciblées
- Une meilleure analyse statistique des données
- D'être connecté avec nos autres logiciels (Apidae, Aloa) à travers des passerelles et API pour collecter la data client sur une seule et même base
- D'être relié avec notre site internet via des widgets pour capter plus facilement de la data client et permettre son exploitation rapidement

Le logiciel a été **entièrement paramétré en interne sur novembre et décembre 2021**, et 100% des collaborateurs ont été formés courant décembre 2021, de sorte que son déploiement puisse se faire dès janvier 2022.

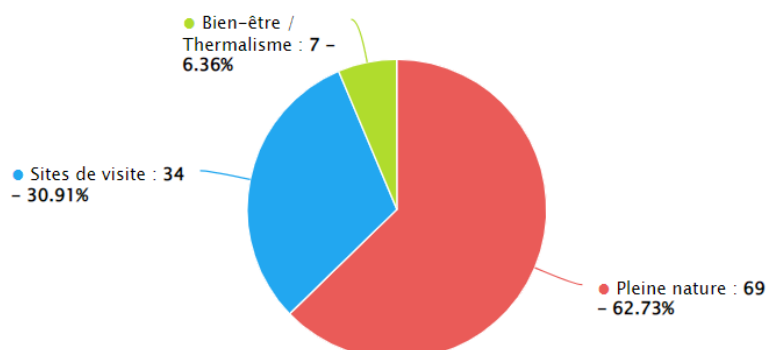
Demandes par départements

Source : Office de Tourisme Terra Volcana, Les Pays de Volvic (Tous les points d'accueil) du 01/03/2022 au 31/03/2022



Demandes par sous-thématiques : activités et loisirs

Source : Office de Tourisme Terra Volcana, Les Pays de Volvic (Tous les points d'accueil) du 01/03/2022 au 31/03/2022



- **Mise en place d'une stratégie « data clients » :**

L'OT a mis en place plusieurs actions/outils lui permettant de récolter de la donnée clients ou de mieux informer les clients intéressés par la destination à différents moments de sa prise d'information (avant ou pendant le séjour) :

- Sur son site internet :
 - Mise en place de **cases opt-in sur la billetterie en ligne Open System** : dès qu'une vente s'effectue sur le site de l'OT, de la donnée clients est récupérée sur les acheteurs.
 - **Idem lors des téléchargements de documents spécifiques** (brochures, tracés de randonnée...)
 - **Idem sur les demandes d'inscription à notre newsletter**
 - **Tracking des URL clés**
 - **Suivi statistique du trafic du site internet**
- Sur ses réseaux sociaux :
 - A l'occasion de **jeux concours ou autres animations** mises en place par l'OT, des filtres permettent de récupérer de la donnée clients.
- Au sein de ses accueils physiques :
 - Mise en place de **tablettes tactiles à disposition des clients** pour accéder à des informations rapides sans passer par un conseiller en séjour (envoi par mail d'informations spécifiques en l'échange de collecte de data client : animations de la semaine, itinéraires de randonnée, questionnaires de satisfaction, jeux concours...)
 - Mise en place de **nouveaux scénarii d'accueil** pour améliorer la récolte de data client
- Lorsqu'un agent de l'OT est hors les murs :
 - L'OT s'est doté d'outils numériques mobiles lui permettant de capter de la donnée lorsqu'il est sur des salons ou présent sur des événements ou autres lieux
 - Développement de **QR codes tracés sur nos brochures d'appels, carte touristique**
 - **Mise en place d'animations/jeux concours avec lots** mais obligation de s'inscrire via un formulaire permettant de récupérer de la donnée

Objectif : bénéficier d'une base de données clients qualifiée de 5 000 à 10 000 contacts d'ici fin 2022

Ex. interface saisie lors des accueils physique via AVIZI :

The screenshot shows a web interface for data entry. At the top, there are four tabs: 'Objet de la demande', 'Contact', 'Qualif+', and 'Panier'. Below the tabs, the interface is divided into several sections. On the left, there is a vertical sidebar with icons for 'DASHBOARD', 'DEMANDE', 'GESTION DES DEMANDES', 'STATISTIQUES', 'CONTACTS', and 'ADMIN'. The main content area is split into two columns. The left column contains 'PROFIL' with tabs for 'Privé', 'Organisation', and 'Pro', and a grid of country flags for 'PAYS D'ORIGINE'. The right column contains 'IDENTITÉ' with fields for 'Civilité', 'Nom', 'Prénom', 'Adresse', 'Code postal', 'Ville', and 'Pays'. Below these are sections for 'MODE DE CONTACT' and 'MODÈLE DE RÉPONSE'.

Objet de la demande Contact Qualif+ Panier

DURÉE DE SÉJOUR

- De passage
- 1 à 3 nuitées
- 4 nuitées et +
- Cure thermale courte
- Cure thermale longue

AGES CLIENTS (CHOIX MULTIPLE)

- 0 - 12 ans
- 12 - 18 ans
- 18 - 60 ans
- 60 ans et +

CATÉGORIE D'USAGERS

- Touriste
- Résident Terra Volcana
- Touriste de proximité (Puy-de-Dôme/Allier)
- Nouvel arrivant
- Prestataire touristique
- Autres

Note complémentaire

PLEINE NATURE

- Patrimoine naturel
- Randonnée
- GR


Exemple de filtre GRC utilisé lors des demandes de brochures sur le site internet @ de l'OT :

PRÉPAREZ VOTRE SÉJOUR GRÂCE À NOS ÉDITIONS

Grâce aux brochures de Terra Volcana, découvrez à quoi ressemblera votre prochain séjour !


Vous avez la possibilité de télécharger chaque brochure, de les lire sur écran et si vous souhaitez les versions papiers, n'hésitez pas à nous les commander (envoi gratuit).

En cas de problème avec le formulaire de commande de brochures, vous pouvez adresser votre demande à accueil@terravolcana.com



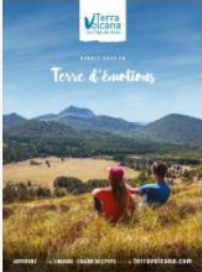
Guide Restaurants Commerces 2021

- Version PDF
- Lecture écran





Guide Hébergements 2021 Terra Volcana

- Version PDF
- Lecture écran



Rendez-vous en Terre d'Émotions 2021

- Version PDF
- Lecture écran

Vous souhaitez affiner votre recherche et obtenir des informations complémentaires ? Prenez contact avec nos conseillers en séjour ici :

Nom*

Prénom*

Code postal*

Pays*

France

Email*

Téléphone*

Votre demande

Parlez-nous de vous :

Connaissez-vous les dates précises de votre séjour ?

Du :

Au :

Viendrez-vous en Terra Volcana ?*

- Seul
- En duo/couple
- En groupe
- En famille
- Entre amis
- Sénior

J'autorise l'Office de Tourisme à me contacter ? (répondre par oui ou par non)

Oui

Non

En répondant 'oui', vous autorisez l'Office de Tourisme à vous contacter par mail pour répondre à votre demande ou vous envoyer des informations touristiques. En application de la loi 'Informatique et Libertés' n° 78-17 du 6 janvier 1978 (art. 34), vous disposez d'un droit d'accès, de modification, de rectification et de suppression des données qui vous concernent. Vous êtes informés que le secret des correspondances transmises sur le réseau Internet n'est pas garanti. Les informations qui vous concernent sont destinées à l'éditeur du site.

Les champs marqués du symbole * sont obligatoires.

ENVOYER

- **Définition de la stratégie marketing GRC :**

Avec l'ensemble de ces données, l'objectif pour l'OT est **d'améliorer sa qualité de service et d'accueil en personnalisant davantage ses messages** (contenu, timing d'envoi, offres commerciales) **en les adaptant à chaque catégorie de clientèles repérée et aux 3 moments d'un séjour :**

- Phase de préparation = avant
- Phase de découverte = pendant
- Phase de souvenirs = après

En termes d'actions, l'OT a travaillé au déploiement dès le 1^{er} trimestre 2022 :

- D'une **newsletter envoyée chaque trimestre en fonction des centres d'intérêts et du secteur géographique des clients :**
 - Nationaux (hors 63 et 03)
 - Résidents Terra Volcana et départements 63 et 03
- **De campagnes marketing ciblées en fonction des centres d'intérêts suivants :**
 - Activités pleine nature
 - Bien-être & Thermalisme
 - Culture & Patrimoine
 - Animations & Manifestations
 - Séjour en famille
 - Séjour en camping-car
- **De campagnes marketing automatisées en fonction du profil client** (pour les clients dont nous connaissons les dates de séjour) :
 - Mail ou sms de bienvenue envoyé à J-7 avant l'arrivée sur le territoire (infos météo, événements, offres liées aux centres d'intérêts du client...)
 - Mail ou sms pendant le séjour pour les détenteurs du Pass Terra Volcana
 - Questionnaire de satisfaction envoyé à J+3 après la fin du séjour

Plan d'action marketing

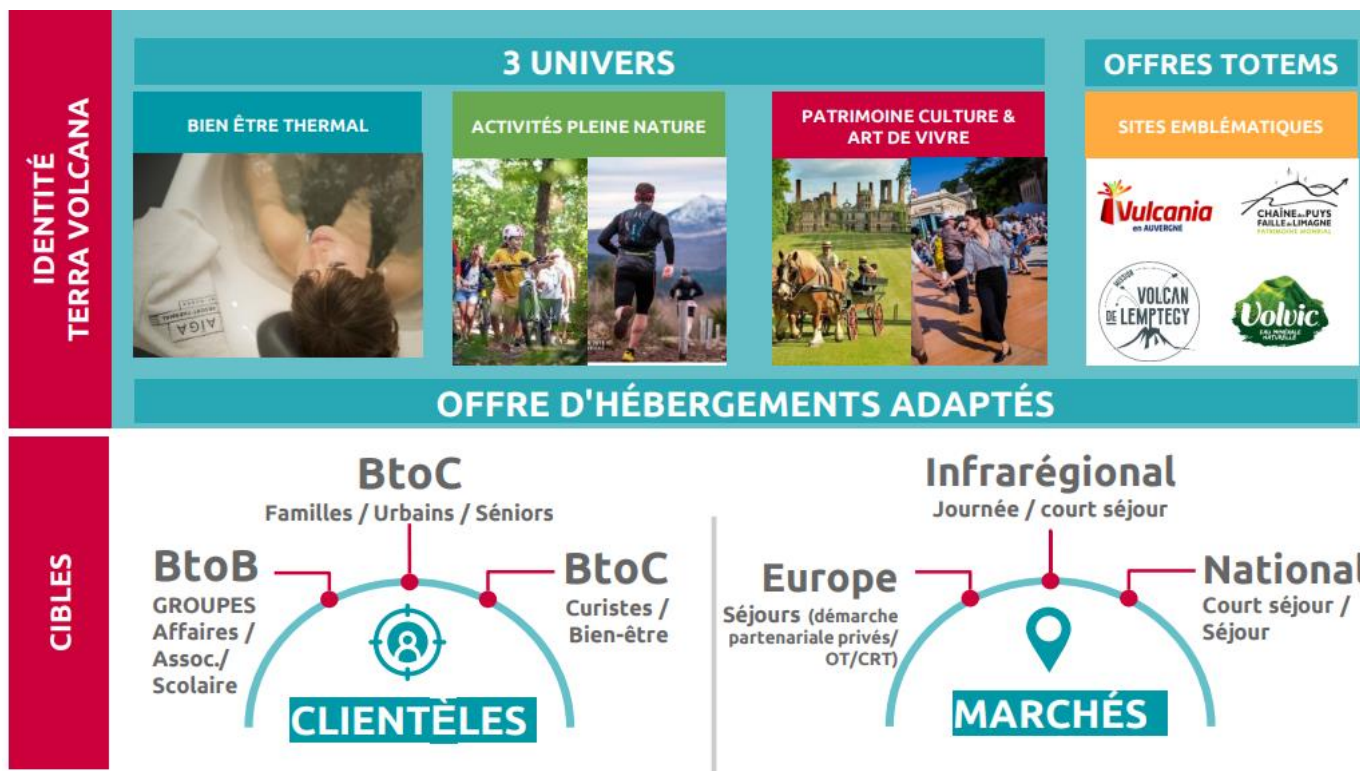
Chiffres clés :

- + de 183 000 visiteurs uniques sur terravolcana.com (+ 22 % de trafic vs 2020)
- Croissance de 59% de nos communautés sur les réseaux sociaux vs 2020
- + de 50 articles/reportages obtenus et 70 partenaires mis en avant au travers du travail de relations presse
- 4 fois de plus de pass Terra Volcana en 2021 vs 2020

L'OT 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'OT 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 bien-être
- Les principaux sites touristiques



Actions digitales : utiliser des leviers performants et des contenus pertinents

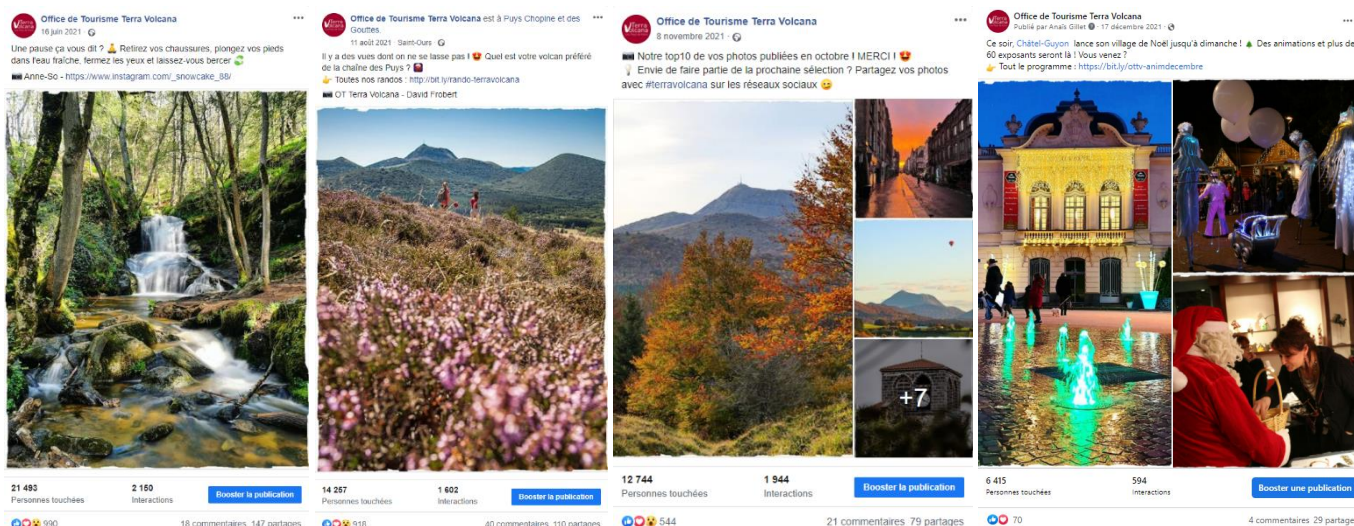
Le digital est aujourd'hui LA porte d'entrée de n'importe quelle destination touristique. Les recherches des touristes s'effectuant en très grande majorité depuis le web (ordinateur/tablette/smartphone), l'OT a développé une stratégie multi-interfaces numériques à 4 niveaux :

- 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 quotidien mené sur nos réseaux sociaux, dont la page Facebook grand public pour en améliorer les performances et la portée organique, mais également pour récupérer de la donnée client :

- Passage de 22 000 fans fin 2020 à 35 000 fin 2021 (+ 59%)
- Audience et impressions doublées (+ de 40 000 touchées par nos publications en moyenne)
- Mise en place de 5 jeux concours (Saint-Valentin, Pâques, rentrée, Halloween, calendrier de l'aveut) permettant de valoriser des partenaires via leurs lots et de récupérer de la donnée clients (plus de 5 800 participants et 1 500 contacts clients récupérés).



Des campagnes webmarketing sur Facebook et Instagram pour les partenaires ayant choisi cette offre à la carte lors de leur adhésion.

Le principe : 2 semaines de mise en avant avec une accroche, un visuel, une cible et un ou plusieurs liens adaptés au partenaire.

Bilan : 4 sites de visite, 5 campagnes, 650 000 personnes atteintes, 12 000 clics uniques sur les liens renvoyant vers les sites des partenaires.



Un travail sur notre site internet pour en améliorer les performances :

- **Développement de la fréquentation du site** via 3 principaux leviers :
 - Des **publicités Facebook ciblées** par typologie (familles, couples, seniors) et par centres d'intérêts (randonnée, patrimoine, bien-être...) : **3 578 754 personnes atteintes**
 - Des **partenariats ciblés avec Auvergne tourisme** sur Facebook : **3 089 792 personnes atteintes.**
 - Le travail sur le **référencement du site internet** (= trafic organic) : 85 678 visiteurs **(+34,5 % vs 2020)**
- **Amélioration de l'expérience utilisateur du site terravolcana.com** : en 2021, l'équipe digitale a repensé l'organisation du site internet dans l'objectif de faciliter la navigation de nos internautes mais également pour en améliorer le référencement naturel :
 - **Les menus et pages ont été repensés pour réduire le nombre de clics**
 - **Les boutons « call to action » ont été repositionnés de façon plus efficiente**
 - **Nos prestataires réservables en ligne davantage mis en avant.**
 - **Nos pages ont été reconstruites dans l'optique de faciliter la recherche d'informations** et la transformation du visiteur en client pour nos prestataires.

Ex. de repositionnement des boutons call to action

À la fin de la Seconde Guerre Mondiale, le site est choisi pour l'extraction de ses scories volcaniques dans le souci de reconstruire des villes défigurées par le conflit. Grâce à cette activité industrielle et à la participation du monde scientifique, la structure interne du volcan de Lemptégny est dévoilée au grand public.



UNE VISITE DE VOLCAN INTERACTIVE

Accompagné d'un animateur, **observez de l'intérieur le volcan** de Lemptégny et ses curiosités géologiques... Vous pourrez même prélever de vraies roches volcaniques.

Au passage, vous profiterez de **magnifiques panoramas** sur la Chaîne des Puys et ses quelques 80 volcans au milieu desquels ce site naturel est situé. Vous pourrez même, en fin de parcours, découvrir les anciennes machines d'exploitation industrielle : scalpeur, cribles, trommel et autres broyeur.

Revivez 60 ans d'exploitation de la pouzzolane !

HORAIRE ET TARIFS

TOUT SAVOIR SUR LES GÉANTS D'AUVERGNE, LES VOLCANS

Découvrez les mystères fascinants de la Planète Terre, à commencer par le volcanisme. Avec **Premier envol**, accompagnez l'exploration d'un aigle royal dans le ciel auvergnat sur un écran à 180° pour mieux mesurer l'étendue de la Chaîne des Puys. Assistez au réveil de ces volcans, pourtant si paisibles, avec le **Réveil des géants d'Auvergne**. Plongez-vous dans les légendes liées au volcanisme avec **Volcans sacrés**, animation comprenant de nombreux effets spéciaux.

Le saviez-vous ? La majorité des volcans terrestres sont sous-marins. L'animation **Abyss Explorer** vous propose une immersion dans ce monde fascinant, dans les ténèbres, là où des espèces animales encore méconnues évoluent.

RÉSERVER MES BILLETS

De son côté, l'animation **Volcano Drones** nous montre toute l'aide que les drones apportent aux volcanologues... sans pour autant négliger le spectacle ! Surprises en perspective ! Un tout nouvel atelier au **Coin des expériences, Les drones et les volcanologues** permet d'ailleurs de mieux comprendre la réalité de ce métier avec tout ce que les technologies d'aujourd'hui lui apportent.

Enfin, nouveauté majeure en 2020, **Mission Vulcania – Opération sauvetage**, propose aux visiteurs une aventure rocambolesque et volcanique aux côtés de Matt l'explorateur et du Professeur Yapadrisk à la recherche de Pitoufeu. Toute la famille va adorer... avec en bonus les voix d'Aldebert, d'Ours et d'Élodie Frégé !

Ces animations côtoient une **Exposition Chaîne des Puys** que les animateurs scientifiques du Parc se feront un plaisir de vous commenter.

Car apprendre en s'amusant, voilà la véritable ADN du Parc Vulcania !



Bilan global : ces actions ont permis de générer 183k visites sur l'année 2021 soit une hausse de +22% versus 2020 (vs 49 000 visiteurs en 2019).

Digitalisation des randonnées du territoire

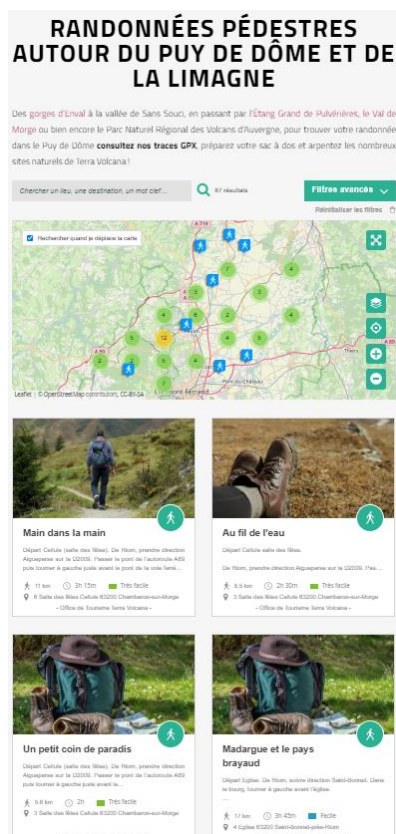
- **Cirkwi : la plateforme de référencement des randonnées pédestres et VTT en Terra Volcana**

Suite au travail de balisage des randonnées, réactualisation des circuits, création et vérification de traces GPX ... effectué par les 2 EPCI (RLV et Plaine Limagne), **l'Office de Tourisme a intégré ces données sur la plateforme dédiée à la randonnée CIRKWI.fr**. Elles remontent ainsi sur le site terravolcana.com mais également sur le site du département et de la région.



Plus de 120 randonnées du territoire ont ainsi été référencées par l'OT sur Cirkwi.fr :

- 20 circuits VTT
- 13 circuits multimédia (dont 6 dédiés aux déficiences sensorielles)
- 87 circuits pédestres



Au total, les fiches randonnée ont été :

- **Affichées 672 903 fois (+ 36% vs 2020)**, dont 520 407 fois sur terravolcana.com
- **Les traces GPX ont été téléchargées 1 619 fois (+ 12% vs 2020)**, dont 892 fois sur terravolcana.com
- **Les pdf ont été téléchargés 4 439 fois (+ 160% vs 2020)**, dont 2 730 fois sur terravolcana.com

Concernant les pages dédiées sur le site internet, ce sont :

- 8 700 visites sur notre page de randonnées **pédestres (+ 22% de visiteurs vs 2020)**
- 4 787 visites sur notre page de **randonnées VTT (+ 18% de visiteurs vs 2020)**

Parallèlement, en 2020 deux topoguides de randonnées pédestres « Sources et Volcans » et « Limagne et rivières » ont été édités par les deux communautés de communes

Au total, **1 318 topoguides ont été vendus par l'OT en 2021, soit une progression des ventes de 36 % vs 2020.**

Editions 2021 : inspirer et séduire

En parallèle du travail sur le volet digital, l'OT Terra Volcana a fait évoluer le contenu de ses brochures en l'adaptant aux besoins de ses prospects et clients. Déclinant le guide de marque, les brochures 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'OT (hébergeurs, commerces, services, événements...).

Prenant en compte le contexte particulier de l'année 2021 et misant sur la séduction, ces éditions ont mis un accent particulier tant sur les incontournables du territoire que sur nos « pépites touristiques », d'Aïga Resort à Châtelguyon en passant par nos espaces naturels remarquables jusqu'aux particularités gourmandes et patrimoniales de nos villes et villages.

Elles ont reçu un accueil très favorable auprès du grand public et de nos partenaires qui y voient une présentation idéale du territoire notamment lors de salons professionnels.

La brochure d'appel à même dû être rééditée sur le dernier trimestre 2021 pour faire face aux demandes des partenaires et visiteurs.

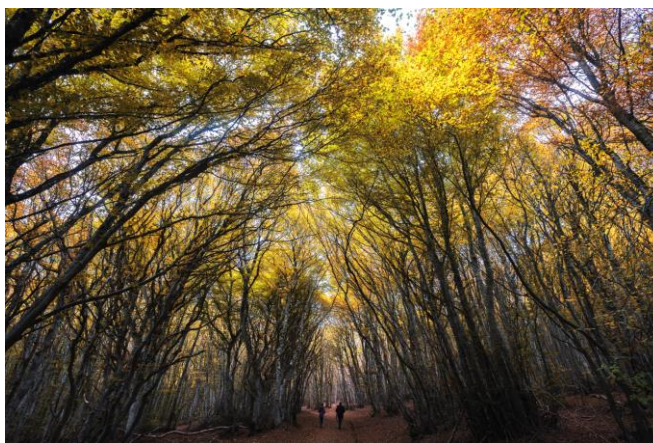
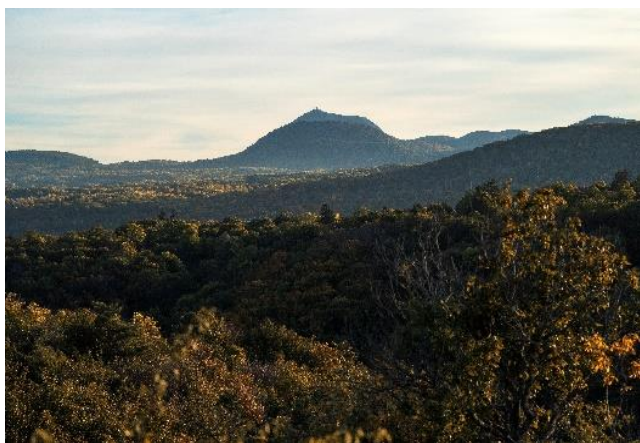
Une fois de plus, la méthode de diffusion a été optimisée : points d'accueil permanents et saisonniers, hébergeurs, partenaires privés et institutionnels, corners adaptés à Aïga Resort et au Domaine royal de Randan...



Au total, plus de 20 000 brochures ont été diffusées en 2021.

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

La photothèque a également été complétée par 2 reportages photos réalisées durant l'automne, nous permettant de disposer de clichés du territoire en toutes saisons.



Un suivi est réalisé tout au long de l'année :

- Suppression de fichiers trop anciens
- Tri et harmonisation de l'appellation des fichiers
- Alimentation des dossiers via des reportages photo/vidéo et récupération de visuels des prestataires/institutions

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.

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'OT a :

- Poursuivi sa collaboration avec l'agence presse spécialisée Fluxus Communication
- Maintenu un **lien régulier avec les principaux partenaires** (CRT, CD, autres OT limitrophes...)
- Mise en place un **partenariat avec les OT du Sancy et de Clermont-Ferrand pour travailler la presse européenne.**
- Adhéré au **Club de la presse des Offices de tourisme de France** et au **Club de la presse Auvergne.**

Objectifs : construire sur le long terme un réseau de journalistes au niveau national et international et assurer une belle présence médiatique sur l'année 2021.

En termes d'actions :

- Participation au **Workshop "Tournée médiatique Suisse"** en distanciel dédiés aux médias suisses les 2 et 3 février. Là aussi **une quinzaine de contacts ont été noués** avec des médias presse et des blogueurs.
- Participation au **Workshop "Explore France"** en distanciel dédié aux médias hollandais les 11 et 12 février. **Une quinzaine de contacts** qui nous ont permis de travailler la notoriété de la destination.
- Participation à l'**IMM, workshop en distanciel dédié aux médias britanniques** les 17 et 18 mai. Au programme **25 rencontres avec des médias prestigieux** comme la BBC, The Guardian, Wanderlust, Lonely Planet, The Independent et des retombées probables sur 2022.
- Participation au **workshop "S'évader en France"**, organisé par le Club presse des OT de France, le 1er juin 2021 à Paris avec des journalistes nationaux, ayant permis des échanges avec **une vingtaine de médias nationaux**.
- Envois de **communiqués de presse** réguliers et édition d'un **dossier de presse** diffusé à tous nos contacts dans les rédactions, bureaux Atout France, partenaires institutionnels.



Parallèlement, l'OT a également initié des **opérations de promotion géolocalisées** avec des stations de radio aux **audiences fortes** pour des coûts très réduits :

- Entre mai et juin la destination a ainsi été présente pendant **2 semaines sur l'antenne de Radio Scoop**, 1ère radio musicale sur Lyon
- Entre mai et juin toujours, pendant **2 semaines sur l'antenne Gironde de France Bleu**.

Dans les 2 cas une dotation était offerte et la destination a largement été présentée à l'antenne et en digital sous toutes ses composantes.

- En outre l'OT a été présent **sur les 2 mois estivaux** 3 fois par semaine sous forme de **chroniques sur l'antenne Loire de France Bleu** mettant en avant chaque facette de la destination (pleine nature, sites de visite et d'activités, artisanat d'art...)



En termes de résultats :

- **Plus d'une cinquantaine d'articles et reportages / pastilles radio** dont plusieurs médias à forte portée : TF1, France Inter, France 3 Auvergne Rhône-Alpes, Europe 1, France Bleu ...
- **Plus de 70 partenaires mis en avant** au travers des articles/reportages.
- **La contre-valeur publicitaire de nos actions presse est estimée à plus de 600 000 €, soit 1 euro dépensé pour 32 € générés** (valeur des articles/reportages obtenus avec un budget relations presse inférieur à 20 000€ en 2021). Une contre-valeur publicitaire obtenue alors que les médias nationaux se sont bien moins intéressés aux destinations françaises qu'en 2020.



L'ensemble des articles et reportages obtenus en 2021 sont consultables sur notre site pro : <https://www.terravolcana.com/espace-pro/promotion-de-votre-structure/revue-de-presse/revue-de-presse-2021/>

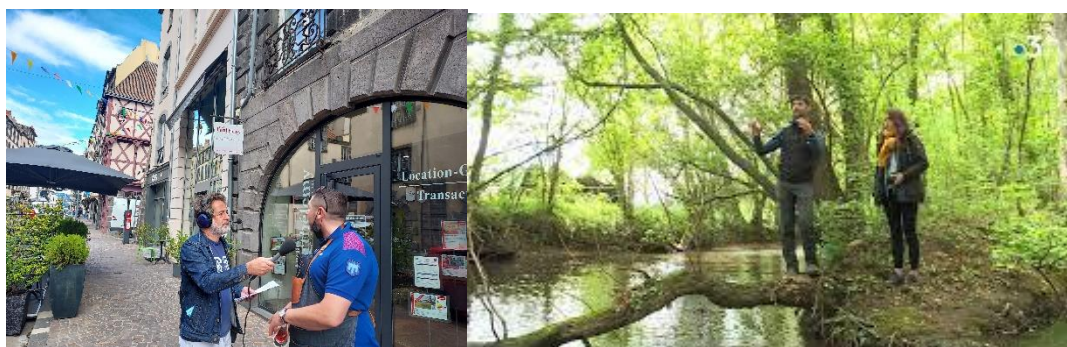
Nos relations presse au niveau local

En 2021 l'OT a fait perdurer **un partenariat fort avec des médias locaux incontournables comme France Bleu Pays d'Auvergne, La Montagne, France 3 Auvergne.**

Ainsi ce sont **13 émissions et reportages d'1h à 1h30** qui ont été montées en lien avec France Bleu Pays d'Auvergne sur des thématiques tourisme et gourmandises et à des heures de grande écoute (10-11h, 11h-12h30). Tout le territoire en a profité de Riom à Randan, en passant par Artonne, Aigueperse et Volvic. **Une quarantaine de partenaires de l'Office de tourisme ont ainsi été mis en avant.**

L'OT a aussi rendu possible **3 reportages nature "Hors Sentiers" sur l'antenne de France 3 Auvergne** à Riom, Volvic et Artonne. 3 reportages qui ont permis de mettre en lumière nos espaces naturels remarquables en collaboration avec les accompagnateurs montagne du territoire.

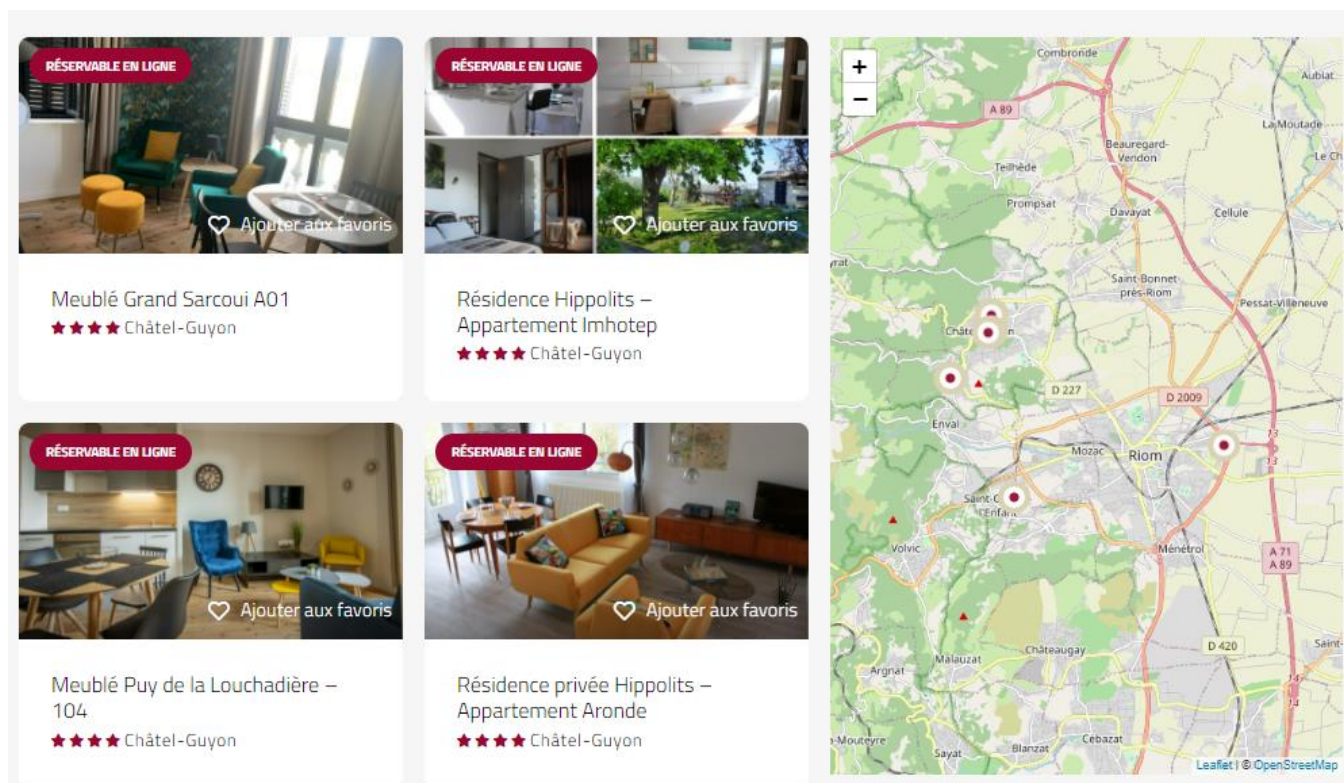
Enfin l'OT a aussi permis à ses partenaires de faire remonter leurs actualités grâce à nos discussions régulières avec **"La Montagne"**. Des entretiens qui ont rendus possibles **plusieurs reportages** en fin d'année 2021 sous la forme d'articles.



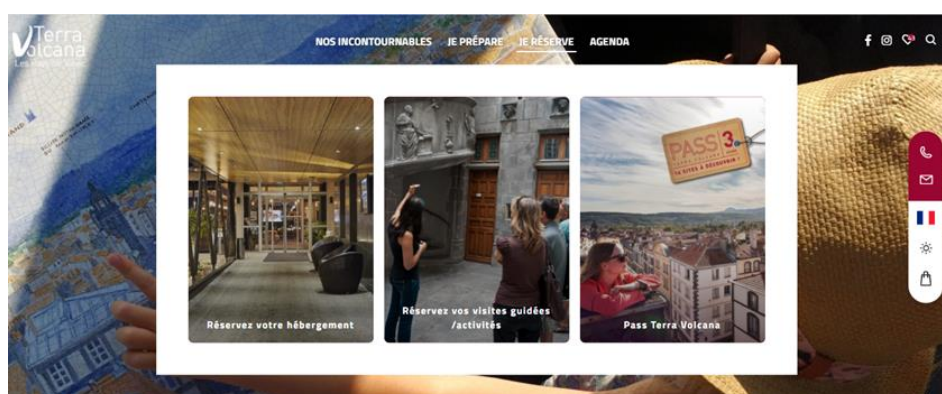
Commercialisation BtoB et BtoC : soutenir l'activité de nos partenaires

En matière de commercialisation l'OT joue un **double rôle d'apporteur d'affaires et de revendeur**. En 2021, cela s'est concrétisé par :

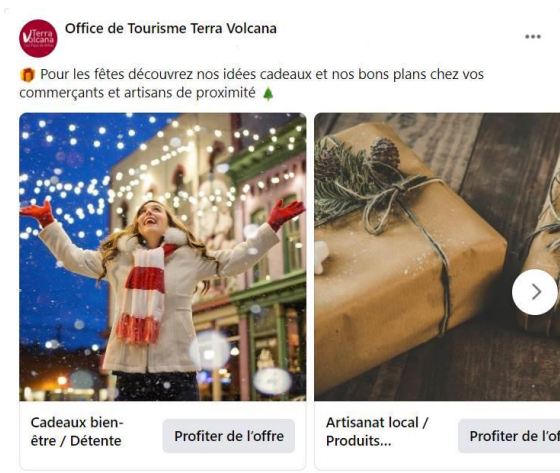
- La poursuite du **déploiement de l'outil de réservation en ligne Open System** sur le territoire : **76 hébergements ont ainsi été dotés de cet outil** qui permet à leurs clients de réserver directement en ligne leur chambre depuis le site internet du prestataire ou depuis le site internet de l'OT. Au total, le **chiffre d'affaires** réalisé par ces hébergeurs via cet outil est de **40 100 € dont 17 158 € en 2021**.



- **La vente en ligne à l'été 2021 des prestations commerciales proposées par l'OT (visites guidées + pass Terra Volcana)** permettant ainsi aux touristes de réserver leur prestation en toute liberté et avec plus de facilité. Une passerelle avec le logiciel de caisse ALOA a été mise en place pour gérer un stock unique de billets et pour permettre de connaître le stock exact de billets restants que la prestation soit vendue au comptoir ou en ligne. Au total, **plus de 60% des réservations ont été faites après 18h ou entre 12h et 13h, et plus de 50% des réservations de visites guidées ont été faites via le site internet de l'OT**.



- La mise en d'un calendrier d'**animation commerciale** sur terravolcana.com et via les réseaux sociaux. En 2021, **39 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 25 décembre 2021, le but étant de générer du flux sur notre site internet pour générer des actes d'achat : **+ de 23 000 personnes ont vu la publicité, générant + de 915 clics uniques sur les différentes offres**.



- Le renouvellement du **Pass Terra Volcana** en le proposant cette fois-ci en deux versions : 3 et 5 jours déclinées pour les adultes et les familles.

Son achat permettait d'accéder à une vingtaine de sites/visites et de bénéficier de remises. Il inclue les activités incontournables du territoire comme le Volcan de Lemptégy, la Grotte de la Pierre mais aussi le Domaine Royal de Randan et l'entrée aux musées de Riom et de Volvic.

Le Pass adulte 3 jours a été vendu au prix de 29€ et le Pass adulte 5 jours au prix de 39€.

En 2021, **4 fois plus de Pass ont été vendus qu'en 2020**. Le Pass a été commercialisé au comptoir mais aussi via le site internet Terra Volcana en version click and collect. Enfin, une dizaine d'hébergeurs ont été associés pour proposer le Pass à leur clientèle en direct.

De juin à fin octobre, plus de **450 Pass** ont été vendus et ont permis de générer pour nos partenaires plus de **1 950 visites**.

Les Partenaires du Pass ont été questionnés sur les 14 répondants, tous souhaitent participer à nouveau au dispositif pour 2022. Une note de satisfaction du Pass de 4/5 a été donnée par les prestataires.

	PASS 3 jours	PASS 5 jours*
ADULTE	3 ACTIVITÉS = PASS RENTABILISÉ	4 ACTIVITÉS = PASS RENTABILISÉ
ENFANT	2 ACTIVITÉS = PASS RENTABILISÉ	3 ACTIVITÉS = PASS RENTABILISÉ

*dans la limite de 8 prestations

- **La création d'un jeu de piste** comprenant 4 parcours (2 sur les communes de RLV et 2 sur les communes de Plaine Limagne) en collaboration avec le service du patrimoine et les musées.

Le but de ce dispositif était d'amener les locaux et les touristes à (re)découvrir le territoire de façon ludique et en famille.

Au total + de 200 jeux de piste ont été vendus entre début juillet et fin octobre (3 €) au comptoir et via le Pass.



- **L'accroissement du nombre de visites guidées durant l'été.**

Les sorties comprenaient :

- Les visites Théâtralisées sur le territoire de Plaine- Limagne
- Les P'tites Virées au lever et coucher de soleil sur la Chaîne des Puys en collaboration avec le Parc Naturel des Volcans d'Auvergne (avec collation de produits locaux à l'arrivée au sommet)
- Des excursions en bus pour la clientèle curiste les dimanches après-midi partant et revenant directement aux thermes pour faciliter la mobilité des curistes
- Des excursions à vélo pour découvrir le territoire

Au total, **46 dates ont été proposées sur l'été** (certaines ont dû être annulées du fait des conditions météo), et + de **300 personnes** ont participé à ces visites sur la saison (+ 9% vs 2020).

Visite patrimoine au départ des thermes



Randonnées au coucher de soleil



- La mise en place d'un « catalogue groupes » recensant 16 offres packagées par l'OT permettant de mettre en valeur les activités incontournables du territoire et de jouer le rôle d'agrégateur entre nos principaux sites. Une trentaine de devis ont été établis pour des demandes groupe, malheureusement la crise sanitaire a mis à mal l'activité groupes sur le premier semestre. Cependant, 8 séjours et visites ont pu être organisés sur le deuxième semestre représentant un chiffre d'affaires de plus de 20 400 € et une marge de plus de 3 500 €.



CONTACT SERVICE GROUPE

Clémence CHEVAUX
04 75 58 85 99

Lise AGUILO
04 75 53 28 27

sejour@terravolcana.com

Pourquoi nous contacter ?

- Pour l'organisation complète de votre séjour de la réservation à la destination
- Une sélection rigoureuse des partenaires touristiques
- Un interlocuteur unique pour l'organisation de votre séjour
- De nombreuses possibilités de personnalisation de votre séjour

Informations pratiques :

Les prix sont nets et calculés sur une base de 20 personnes (sauf contre-indication). Ils seront systématiquement confirmés lors de la réservation.

Tous les tarifs des formules annuelles, cantines, prestations ne sont pas révisibles toutes les semaines (nous consulter).

Cette brochure ne constitue pas un document contractuel et la responsabilité de Terra Volcana ne pourra être engagée suite à d'éventuelles variations de prix ou prestations.

COVID 19 :

Nous nous engageons à respecter les protocoles sanitaires en vigueur. Les excursions prévues dans cette brochure sont révisables sous réserve des mesures en vigueur au moment de la venue du groupe. Si l'excursion doit être annulée en raison de l'évolution de l'épidémie de COVID-19, nous nous engageons à vous proposer une alternative sans frais.

Office de Tourisme Terra Volcana
37 place de la Fédération - 63200 Clémence
Carré postal : 11 000 - 0475 58 85 99 - 0475 53 28 27
Région Auvergne-Rhône-Alpes - Clémence - 0475 58 85 99 - 0475 53 28 27
Région Alsace-Lorraine - Clémence - 0475 58 85 99 - 0475 53 28 27

SÉJOUR GROUPE EN AUVERGNE - OFFICE DE TOURISME TERRA VOLCANICA - DÉPART 2021 / 2022

JOURNÉE NATURE & VOLCANS

A partir de 50 pers. + enfants
Carré à la carte

Transport sur demande

58€ Plus TTC Par personne

Découvrez nos paysages de grande beauté et respirez une fois de plus l'air pur de la région d'Auvergne

JOURNÉE NATURE & VOLCANS RANDONNÉE ACCOMPAGNÉE JOURNÉE - PUY DE DÔME PAR LE TRAIN - REPAS - LECTURE DE PAYSAGE

Une journée au grand air pour découvrir les espaces naturels de Terra Volcana

Tout au long de votre journée, vous serez accompagnés par un guide accompagnateur agréé. Embarkage à bord de l'incontournable train à crémaillère du Parc National des Dômes et retour au sommet du plus célèbre puy d'Auvergne - le puy de Dôme. Découvrez une vue imprenable sur le climat des pays, un panorama qui ne s'oublie pas. Déjeuner régional.

Plaisance votre journée par une randonnée sur un volcan. Profitez de ce moment pour être au plus près de l'histoire volcanique et pour en apprendre davantage sur la trace et le filon. Possibilité de randonnée à thème sur demande.

Une parenthèse nature pour en apprendre plus sur les volcans d'Auvergne et les espaces naturels sensibles de notre région.

Le prix comprend :

- Les entrées muséales
- Le transport
- Les dépenses personnelles
- L'assurance annulation

Le prix ne comprend pas :

- Le train de retour
- Les dépenses personnelles
- L'assurance annulation

Services en + :

- Dévotion transport sur demande
- Hébergement sur demande

SÉJOUR GROUPE EN AUVERGNE - OFFICE DE TOURISME TERRA VOLCANICA - DÉPART 2021 / 2022

SÉJOUR VOLCANS

A partir de 20 pers. + enfants
Carré à la carte

Transport sur demande

202€ Plus TTC Par personne

Transport sur demande

2 jours / 1 nuit

SÉJOUR VOLCANS VOLCAN DE LEMPDES - PUY DE DÔME PAR LE TRAIN - VOLCANIA

Apprenez les Volcans au cœur de la Chaîne des Puys. Un séjour autour du découverte de volcanologie et celle du patrimoine local.

Partez en Terra Volcana pour découvrir les volcans sous toutes leurs couleurs.

Entrez à bord de l'un des trains de crémaillère pour découvrir l'intérieur d'un volcan. Une vue locale et unique qui vous transporte dans l'histoire volcanique et vous fait découvrir les secrets de nos volcans auvergnats. Continuez votre périple au sommet des parois qui se dressent au bord du Parc National des Dômes pour une vue imprenable sur les 80 volcans de la chaîne des puys.

Après le repas de votre journée volcanique, partez d'une journée découverte à l'histoire, votre découverte scientifique et animalière ludique.

Les volcans s'ouvrent plus de secrets pour vous.

Le séjour comprend :

- L'hébergement en hôtel - 1 nuit double
- Les entrées muséales de programme
- Les entrées locales
- Le transport sur demande
- Le déjeuner sur le site
- Le train de retour
- Le transport sur demande
- Les boissons personnelles
- L'assurance annulation

Services en + :

- Dévotion transport sur demande
- Hébergement sur demande

L'OT a enfin participé, avec les sites incontournables du territoire, à deux salons B2B pour toucher la clientèle groupe d'Auvergne Rhône-Alpes et d'Alsace-Lorraine. Grâce à une collaboration avec les autocaristes régionaux, ces salons ont permis de rencontrer 120 contacts qualifiés.

Gestion de la relation partenaires

Chiffres clés :

- **259 adhérents**
- **22 846 € d'adhésion récoltés en 2021**
- **2 406 visiteurs uniques sur le site pro**
- **+ de 1 700 fiches prestataires/événements saisies par l'OT sur notre base de données APIDAE : infos remontant ensuite sur les supports de communication (print/numériques) de l'OT, du département et de la région**

Adaptation à la crise sanitaire :

- Tous les partenaires n'ayant pas opté pour un remboursement de leur adhésion en 2020 ont été automatiquement considérés comme adhérents 2021 sans avoir à verser de nouveau une « cotisation » à l'OT (équivalent à un **soutien total de 25 000€ pour l'OT vis-à-vis de ses partenaires**)
- En soutien aux commerçants locaux, l'Office de Tourisme a **renouvelé son partenariat avec RLV et distribué dès que l'opération a été reconduite des chèques Mabouk** sur l'ensemble de ses points d'accueil en décalant d'une heure son horaire de fermeture habituel.
- **L'OT a actualisé tout au long de l'année son centre de ressources « covid 19 »** en mettant à jours les contenus : arrêtés préfectoraux, protocoles sanitaires, lien vers les centres de ressources nationaux ou corporatistes....

The screenshot displays a website interface with a header image of a town. The main content is divided into two columns. The left column is titled 'VOTRE OFFICE DE TOURISME RESTE MOBILISÉ À VOS CÔTÉS' and contains text about the office's availability and a 'POSEZ VOTRE QUESTION' button. The right column is titled 'INFOS, RECOMMANDATIONS, MESURES SANITAIRES' and features three buttons: 'INFO CORONAVIRUS', 'POINT DE SITUATION', and 'INFOS PASS SANITAIRE'. A 'VOS INITIATIVES ET DISPOSITIONS' section is also visible at the bottom left.

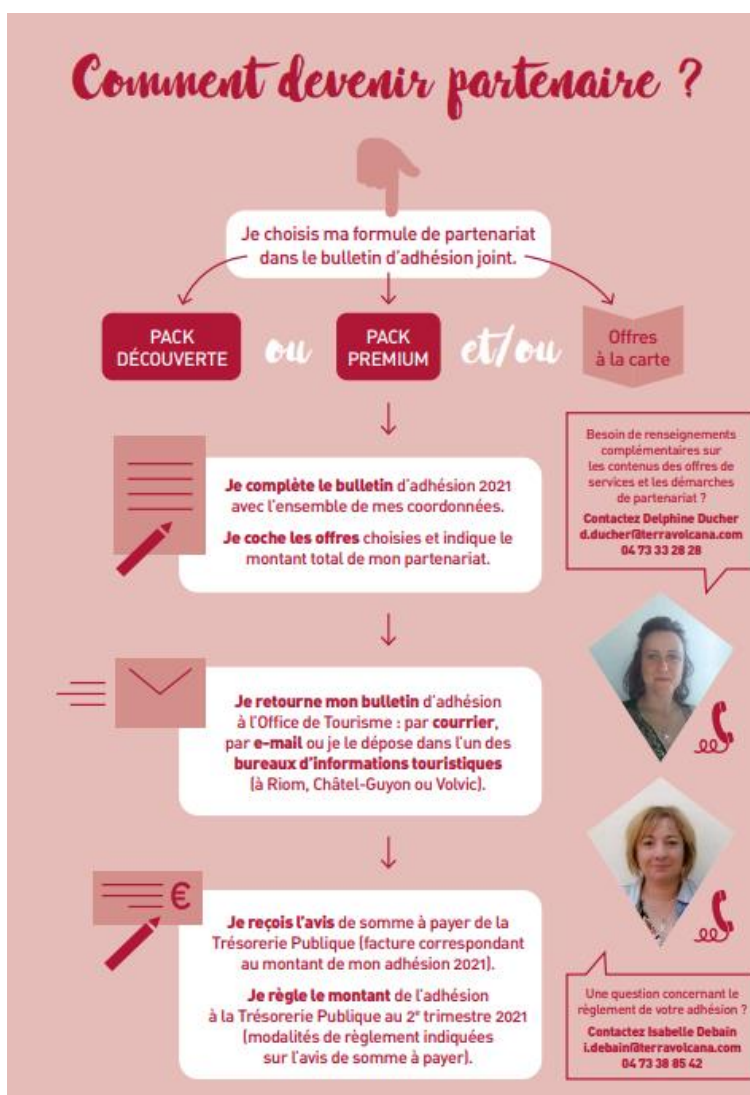
Partenariat 2021 : soutenir nos socioprofessionnels

La campagne d'adhésion lancée fin octobre suivait deux objectifs : **maintenir le nombre d'adhérents et diversifier leur typologie.**

Au vu du contexte de crise sanitaire, l'OT a été confronté à une baisse du nombre de ses adhérents : **259 adhérents pour l'année 2021 (-12% vs 2020).** Certains ont en effet fait le choix de limiter leurs dépenses ne sachant pas quel niveau d'activité ils allaient avoir en 2021, et d'autres ont mis entre parenthèse leur activité.

Quatre mois de campagne d'adhésion ont été nécessaires (phoning, rendez-vous individuels...) et l'ensemble des services et outils de communication ont été revus pour mieux atteindre leurs cibles (nouveau guide du partenaire...).

Enfin, pour donner un coup de pouce supplémentaire à la trésorerie de ses partenaires, **l'OT n'a encaissé l'argent des adhésions qu'au 2^{ème} semestre 2021, tout en assurant leur promotion dès janvier 2021.**



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 :

- **Sur plus de 10 dates estivales, l'OT a mis à disposition gratuitement ses espaces accueils à ses partenaires artisans pour qu'ils puissent exposer et vendre leurs productions.**
- **5 ateliers numériques** ont été proposés en visio-conférence
- **Une journée dédiée à la thématique "Vendre au prix juste sa prestation touristique" a été organisée en novembre** avec l'intervention de David Blanchard de Logitourisme. L'après-midi s'est terminée par une visite des thermes avec l'ensemble des participants.

Ex. Belle de Savon exposant au sein du BIT de Riom



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

L'OT 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.

Fin 2021, lors de l'audit de la base de données APIDAE, l'OT Terra Volcana affichait :

- **Plus de 1 700 fiches prestataires/événements saisis au cours de l'année**
- **100% de mises à jour effectuées**

Afin d'améliorer le taux de récolte et faciliter la remontée de ces informations, l'OT a mené un travail important sur le 4^{ème} trimestre 2021 avec la mise en place du nouvel outil « Open Edit » permettant à chaque prestataire de mettre à jour directement en ligne les informations de leur structure et d'adhérer en payant en ligne.

L'outil a été entièrement paramétré sur le dernier trimestre 2021 pour être opérationnel dès janvier 2022.

Mettez à jour les informations de votre structure

En répondant à ce questionnaire

Comment ça marche ?



Pour quoi faire ?



Communication BtoB : adapter nos contenus

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

VOUS ÊTES PRESTATAIRE TOURISTIQUE SUR LA DESTINATION TERRA VOLCANA ?

Rejoins nous avec votre Office de Tourisme, tout secteur de Commerce !
Cet espace vous est entièrement dédié ! Diffusez toutes les actualités vous permettant d'être partenaire de l'OT de Terra Volcana, les Pays de Volvic, les dernières actualités pour développer votre structure, annoncez le ou les manifestations que vous organisez...

Dessinez 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 disposition de l'ensemble de ses partenaires ses ressources (données d'observation, présentation des labels, contacts utiles...), l'OT dispose d'un **espace pro dédié aux socio-professionnels du territoire**.

En 2021, son niveau de fréquentation a quasiment été stable vs 2020 (2 404 visiteurs uniques en 2021 vs 2 562 en 2020).

L'OT a parallèlement vu le nombre de partenaires augmenter sur son compte twitter pro (de 500 à + de 700 abonnés) et Facebook pro (de 100 à 129 membres)

PROFESSIONNELS DU TOURISME EN
TERRA VOLCANA

Groupe géré par Office de Tourisme Terra Volcana

Pro Tourisme en Terra Volcana
 Groupe Public · 109 membres

+ Inviter

FONCTIONNEMENT

Chiffres clés :

- **Budget réalisé en 2021 :**
 - **Dépenses : 783 K€**
 - **Recettes : 818 K€**

- **Taux d'exécution budgétaire : 96%**

Adaptation à la crise sanitaire :

- **6 mois réalisés dans un contexte d'accueil du public dégradé :** 1,5 mois de fermeture administrative + restriction des déplacements au niveau national

- Une réouverture sécurisée : **l'OT a de nouveau été le premier à réouvrir en mai** dans le département. Le même **protocole sanitaire créé en 2020 par l'OT a été appliqué** pour sécuriser le 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.

- Télétravail optimisé : appliqué dès lors que les directrices nationales l'exigeaient. Les outils de travail et de suivi de l'activité à distance mis en place en 2020 ont permis d'assurer la continuité du service (réseau commun, système de visio, messagerie instantanée...).

- **Activité partielle** : l'OT n'a pas eu recours au dispositif d'activité partielle en 2021. Le temps de fermeture administrative ayant été utilisé pour finaliser la préparation de l'été 2021 + assurer l'accueil téléphonique et numérique avec de nombreux appels de curistes.

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

En 2021, l'équipe de l'OT était composée de 12 ETP :

- 12 salariés permanents dont 1 recrutement effectué fin juillet suite au départ d'une salariée début juillet
- 3 saisonniers (1 sur 3 mois, 1 sur 2 mois et 1 sur 1 mois)
- 1 stagiaire

Une équipe à votre service



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 :

- **14 formations individuelles** dont plus de 80% prises en charge par l'OPCO
- **Plus d'une vingtaine de webinaires, eductours, journées d'échanges** dont une partie organisée par l'Office de Tourisme (pour que les agents d'accueil aient une meilleure connaissance du territoire) et l'autre mis en place par différents partenaires (CRT, APIDAE, etc.).

Ex. présentation de l'exposition Gaïa par l'équipe du Muset Mandet à l'équipe de l'OT :



Présentation des comptes 2021 de l'Office de Tourisme

Synthèse budgétaire :

Dépenses	BP 2021	Budget réalisé
Fonctionnement	101 K€	107 K€
Actions	118K€	158 K€*
Masse salariale	524 K€	481,5 K€**
Investissements	18 K€	6,5 K€
Amortissements	21 K€	25 K€
Provision	0	5 K€
Total	782 K€	783 K€

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

**exonérations Urssaf obtenues suite covid

Recettes	BP 2021	Budget réalisé
Report à nouveau	45 K€	55 K€
Autofinancement	66 K€	104,5 K€
Sub. de fonctionnement	520 K€	475 K€
Taxe de séjour	112 K€	152 K€
Sub. investissement	18 K€	6,5 K€
Amortissements	21 K€	25 K€
Total	782 K€	818 K€

Il en ressort :

- **Un taux d'exécution budgétaire de 96%**
- Un report de **34 K€ sur l'exercice 2022** (- 37,4% vs report début 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)
- **Une hausse de l'autofinancement** générée par l'activité commerciale de l'OT (boutique + vente séjours groupes)

Synthèse de l'activité comptable :

- **838 opérations comptables** : 585 mandats ; 226 titres de recette ; 11 annulations/réductions de mandat ; 16 réductions/annulations pour remboursements
- **1 835 pièces jointes** adressées à la Trésorerie (1 783 en 2020)

Plus d'1 opération par heure de mission (télétravail inclus) de la fonction support

Après échanges et contrôle de la Trésorerie Publique, les comptes de l'exercice 2021 ont été clôturés début 2022 et présentés au Comité de Direction le 22 février 2022.

Compte de gestion validé par la Trésorerie Publique

	SECTION D'INVESTISSEMENT	SECTION DE FONCTIONNEMENT	TOTAL DES SECTIONS
RECETTES			
Prévisions budgétaires totales (a)	28 629,71	773 731,98	802 361,69
Titres de recettes émis (b)	19 091,27	749 436,03	768 527,30
Réductions de titres (c)		5 684,30	5 684,30
Recettes nettes (d = b - c)	19 091,27	743 751,73	762 843,00
DÉPENSES			
Autorisations budgétaires totales (e)	28 629,71	773 731,98	802 361,69
Mandats émis (f)	19 256,47	767 037,64	786 294,11
Annulations de mandats (g)	165,20	2 648,47	2 813,67
Dépenses nettes (h = f - g)	19 091,27	764 389,17	783 480,44
RÉSULTAT DE L'EXERCICE			
(d - h) Excédent			
(h - d) Déficit		20 637,44	20 637,44

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

	RÉSULTAT À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE PRÉCÉDENT : 2020	PART AFFECTÉE À L'INVESTISSEMENT : EXERCICE 2021	RÉSULTAT DE L'EXERCICE 2021	TRANSFERT OU INTÉGRATION DE RÉSULTATS PAR OPÉRATION D'ORDRE NON BUDGÉTAIRE	RÉSULTAT DE CLÔTURE DE L'EXERCICE 2021
I - Budget principal					
Investissement	10 103,28				10 103,28
Fonctionnement	45 052,27		-20 637,44		24 414,83
TOTAL I	55 155,55		-20 637,44		34 518,11
II - Budgets des services à caractère administratif					
TOTAL II					
III - Budgets des services à caractère industriel et commercial					
TOTAL III					
TOTAL I + II + III	55 155,55		-20 637,44		34 518,11

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



RLV
RIOM LIMAGNE
& VOLCANS
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION


Offices de
Tourisme
de France

**Plaine
Limagne**
COMMUNAUTÉ « COMMUNES