



STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

2022-2026

HAUTES TERRES TOURISME
Place de l'Hôtel de Ville, 15 300 MURAT

PREAMBULE

La présente stratégie de l'Office de Tourisme s'inscrit dans un cadre global défini par la Communauté de communes Hautes Terres Communauté. Cette démarche stratégique découle d'une réflexion approfondie engagée dans le prolongement du Projet de territoire de Hautes Terres Communauté, notamment à travers le chantier n°6 intitulé "Faire du tourisme une valeur ajoutée locale". Ce cadre stratégique a été officiellement validé par le Conseil communautaire le 9 décembre 2021.

La Communauté de communes Hautes Terres Tourisme, en tant qu'instance définissant les grandes orientations du développement touristique du territoire, a établi des objectifs ambitieux. La stratégie locale, articulée autour de la maximisation de l'implication des acteurs locaux, constitue le fondement de cette approche. Notre Office de Tourisme, en tant que bras armé de la Communauté de communes sur les enjeux touristiques, se positionne comme un acteur clé dans la concrétisation de ces objectifs.

La présente stratégie de développement touristique s'inscrit dans une trame plus vaste, étroitement liée aux politiques sectorielles de Hautes Terres Communauté. Cette approche transcende les frontières du secteur du tourisme pour embrasser divers domaines tels que la mobilité, l'environnement, la culture, le développement économique, la randonnée, et l'agriculture. Hautes Terres Communauté adopte une vision transdisciplinaire, mettant en synergie les différentes facettes du développement territorial. La stratégie touristique s'intègre naturellement dans cette dynamique, capitalisant sur les complémentarités avec d'autres secteurs clés.

Le déploiement de cette stratégie par l'Office de Tourisme s'effectue dans un souci constant de respect du cadre stratégique défini par la Communauté de communes. Ce déploiement se déroule en plusieurs phases, chacune revêtant une importance cruciale dans la mise en œuvre effective de notre mission.

- *Phase 1 : Restructuration de l'Office de Tourisme – 2022-2023*

La première phase de notre stratégie se concentrera sur la restructuration interne de l'Office de Tourisme. Cela implique une analyse approfondie de nos structures, processus et ressources afin d'optimiser notre efficacité opérationnelle. Cette restructuration vise à renforcer notre capacité à répondre aux attentes évolutives du tourisme local et à mieux servir les intérêts de notre territoire, des habitants et des visiteurs.

- *Phase 2 : Développement de nos services – 2024-2026*

La deuxième phase englobera plusieurs volets stratégiques. Tout d'abord, le développement des services aux professionnels, visant à renforcer notre collaboration avec les acteurs locaux du tourisme. En parallèle, le déploiement de la stratégie de promotion permettra d'accroître la visibilité de notre territoire, attirant ainsi un public plus large. Enfin, le développement des services commerciaux sera une priorité, pour positionner l'Office de Tourisme en tant qu'apporteur d'affaires pour les entreprises touristiques du territoire.

SOMMAIRE

PARTIE 1 : DEMARCHE ET CONTEXTE DE LA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE TERRITORIAL

- 1. La démarche de définition de la stratégie de développement touristique5**
- 2. Enjeux et défis du développement touristique territorial.....6**

PARTIE 2 : LE CADRE STRATEGIQUE : ACTIONS FONDATRICES, AXES DE DEVELOPPEMENT ET ENJEUX DE GOUVERNANCE

- 1. Les actions fondatrices.....11**
 - ❖ 1. Définir et Déployer un Positionnement Marketing Différenciant..... 11
 - ❖ 2. Évaluer l'Activité Touristique et Notre Performance 11
 - ❖ 3. Gérer, Utiliser et Mutualiser la DATA Territoriale 11
- 2. Axe 1 : Accompagner les Acteurs Locaux, Élus et Porteurs de Projet vers la Création d'un Territoire Touristique12**
 - ❖ Objectif 1 : Tisser et Resserrer les Liens entre les Acteurs Locaux et la Collectivité, et entre les Acteurs Locaux 12
 - ❖ Objectif 2 : Développer une Offre de Services Personnalisés pour les Acteurs Locaux et Porteurs de Projet Touristiques..... 12
 - ❖ Objectif 3 : Développer la Culture Touristique du Territoire et Construire une Véritable Destination Touristique 12
 - ❖ Objectif 4 : Aider les Professionnels du Tourisme dans leur Commercialisation 13
- 3. Axe 2 : Développer de Nouvelles Propositions Touristiques entre Innovation et Authenticité.....14**
 - ❖ Objectif 1 : Favoriser la Rencontre entre Innovation et Authenticité 14
 - ❖ Objectif 2 : Structurer une Offre d'Activités Touristiques de Pleine Nature Expérientielle 4 Saisons 14
 - ❖ Objectif 3 : Développer d'Autres Filières Complémentaires 14
 - ❖ Objectif 4 : Labéliser et Mettre en Réseau Notre Destination 15
- 4. Axe 3 : Accueillir Tous nos Publics et Viser l'Excellence16**
 - ❖ Objectif 1 : Définir une Stratégie d'Accueil Multi-Publics : Résidents, Visiteurs et Futurs Résidents 16
 - ❖ Objectif 2 : Mieux Diffuser l'Information 16

❖	Objectif 3 : Innover en Matière d'Organisation de l'Accueil	16
5.	Axe 4 : Promouvoir notre Territoire auprès de nos Publics-Cibles	18
❖	Objectif 1 : Structurer les Canaux d'Acquisition, de Transformation et de Fidélisation.....	18
❖	Objectif 2 : Définir et Mettre en Œuvre une Stratégie de Contenu Multimédia et Multicanal	18
❖	Objectif 3 : Diffuser le Contenu Localement, Régionalement et Nationalement	18
6.	Enjeux de gouvernance	19
❖	Le positionnement de Hautes Terres Tourisme en tant qu'Organisme de Gestion de la Destination 19	
❖	L'intégration du tourisme responsable dans toutes nos actions.....	20
❖	La collaboration territoriale avec nos voisins, au sein d'une destination « Cantal » globale	20

PARTIE 3 : LE PLAN D'ACTION

1.	Les 100 actions pour le tourisme	22
2.	Etat d'avancement (mise à jour le 02 janvier 2024)	30

PARTIE 1 : DEMARCHE ET CONTEXTE DE LA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE TERRITORIAL

1. La démarche de définition de la stratégie de développement touristique

La démarche de refonte stratégique que nous entreprenons s'inscrit dans la continuité de la définition du Projet de territoire de Hautes Terres Communauté, en mettant particulièrement l'accent sur le chantier n°6 dédié à "Faire du tourisme une valeur ajoutée locale". Au sein de ce cadre global, plusieurs objectifs sont clairement énoncés, parmi lesquels figure en bonne place l'élaboration d'une stratégie locale favorisant la participation maximale des acteurs locaux.

La proposition de cadre stratégique que nous présentons aujourd'hui constitue une étape préliminaire, un point de départ délibérément ouvert à l'évolution et à l'enrichissement. Validée par le Conseil communautaire, cette base stratégique est soumise à un processus approfondi d'élaboration impliquant divers intervenants clés.

Enrichissement des Propositions avec les Acteurs Concernés :

1. **Membres du Comité de Direction de l'Office de Tourisme** : La collaboration étroite avec les membres du Comité de Direction de l'Office de Tourisme est primordiale. Leur expérience opérationnelle et leur connaissance approfondie des enjeux locaux contribuent à affiner la stratégie et à garantir son alignement avec les objectifs spécifiques de notre structure.
2. **Acteurs Locaux du Tourisme** : Les acteurs locaux du tourisme, même ne siégeant pas au Comité de Direction de l'Office de Tourisme, ont l'opportunité de faire valoir leurs perspectives. Leur implication enrichit le processus de concertation, favorisant une approche inclusive et une représentation complète des parties prenantes locales.
3. **Agents, Salariés et Partenaires Institutionnels** : La dernière étape de cette démarche implique la consultation des agents, salariés et partenaires institutionnels. Leur expertise et leur compréhension des réalités opérationnelles contribuent à la formulation de propositions concrètes et réalistes.

À l'issue de cette phase de concertation, émergeant de la collaboration étroite avec ces différents acteurs, nous avons le privilège de proposer "100 mesures pour le tourisme". Ces mesures reflètent notre engagement commun à développer et promouvoir notre territoire de manière responsable, durable et en adéquation avec les aspirations de notre communauté.

2. Enjeux et défis du développement touristique territorial

La stratégie de développement touristique que nous entreprenons repose sur une compréhension approfondie des enjeux cruciaux au sein de notre territoire, donnant naissance à des défis ambitieux pour construire une destination touristique moderne et résiliente.

Les Enjeux :

1. **Culture Touristique Commune** : L'impératif de développer une culture touristique commune émerge comme un enjeu fondateur. Il s'agit de transcender la vision traditionnelle du tourisme en tant qu'activité isolée pour la replacer au cœur des dynamiques économiques et sociales locales. La création d'une culture partagée renforcera les liens entre le tourisme et d'autres secteurs, favorisant ainsi une intégration plus harmonieuse et bénéfique pour l'ensemble de la communauté.
2. **Mobilité Durable** : L'enjeu de la mobilité durable se profile comme une nécessité impérieuse. Actuellement limitée, l'offre de mobilité sur notre territoire doit évoluer vers des solutions bas carbone. Ce défi nous pousse à repenser notre infrastructure de transport, à promouvoir des modes de déplacement respectueux de l'environnement, et à accroître l'accessibilité tout en préservant notre patrimoine naturel.
3. **Transition Écologique** : La transition écologique s'affirme comme le troisième enjeu majeur. Au-delà de la nécessité de diversifier les offres touristiques pour dépasser la saisonnalité, ce défi engage notre territoire dans une transformation profonde. Il s'agit de créer des expériences touristiques alignées sur des principes de durabilité, d'améliorer notre compétitivité et de préparer nos infrastructures à anticiper les évolutions climatiques futures.

Les Défis :

1. **Vision Élargie du Tourisme** : Le premier défi consiste à adopter une vision élargie du tourisme, le positionnant comme un levier d'amélioration du cadre de vie et de l'attractivité territoriale. Il ne s'agit pas seulement de servir le visiteur, mais de contribuer au bien-être des habitants et de renforcer l'attrait du territoire pour de futurs résidents et porteurs de projets. Cette vision holistique guide notre stratégie vers des bénéfices durables et partagés.
2. **Transformation de l'Accueil en Hospitalité** : Le deuxième défi repose sur la transformation de l'accueil touristique en une notion plus large d'hospitalité. Au-delà de la simple réception des visiteurs, il s'agit de créer une atmosphère accueillante qui inclut sans distinction ceux qui fréquentent, vivent ou envisagent de s'installer sur notre

territoire. Cette approche inclusive contribue à forger des liens durables et positifs avec l'ensemble de la communauté.

3. **Intégration des Enjeux du Développement Durable** : Le troisième défi revêt une urgence particulière : l'intégration systématique des enjeux du développement durable à toutes les facettes de nos actions. La demande touristique évolue vers une conscience environnementale plus prononcée, exigeant de notre part une réponse proactive. Notre stratégie doit refléter notre engagement en faveur d'un tourisme durable, respectueux des ressources naturelles et culturelles.
4. **Collaboration avec les Acteurs Locaux** : Enfin, le quatrième défi met en lumière l'impératif de renforcer la collaboration avec les acteurs locaux. Surmontant le déficit de lien entre la collectivité et les entrepreneurs touristiques, nous devons intensifier nos efforts de consultation, de concertation, de partage d'informations et d'accompagnement. Cette collaboration accrue favorisera un développement touristique plus cohérent, en harmonie avec les aspirations et les besoins de notre écosystème touristique locale.

PARTIE 2 : LE CADRE STRATEGIQUE : ACTIONS FONDATRICES, AXES DE DEVELOPPEMENT ET ENJEUX DE GOUVERNANCE

Le cadre stratégique que nous vous présentons se structure autour de trois éléments fondamentaux, chacun contribuant à ériger les bases solides de notre stratégie de développement touristique. Ces éléments se déclinent ensuite en quatre axes de développement, chacun porteur d'objectifs spécifiques, ainsi qu'une composante essentielle dédiée à la gouvernance.

1. Actions Fondatrices :

Les actions fondatrices se posent comme les piliers essentiels, les fondements sur lesquels édifierons notre vision et déploierons nos ambitions. Ces actions préliminaires revêtent une importance cruciale, façonnant le socle solide sur lequel reposera l'ensemble de notre démarche. Structurées autour de trois objectifs stratégiques, ces actions s'inscrivent dans une démarche proactive visant à créer un territoire touristique dynamique, différencié et pérenne.

2. Axes de Développement :

Ces axes de développement définissent les actions stratégiques pour concrétiser notre vision :

Axe 1 : Accompagner les Acteurs Locaux, Élus et Porteurs de Projet vers la Création d'un Territoire Touristique

L'accompagnement des acteurs locaux, élus et porteurs de projet constitue le premier pilier. Nous cherchons à fédérer et orienter les énergies locales vers la création d'un territoire touristique dynamique. Cela implique la mise en place de dispositifs de soutien, de formation et de partenariats pour renforcer l'expertise locale et favoriser l'émergence de projets innovants.

Axe 2 : Développer de Nouvelles Propositions Touristiques entre Innovation et Authenticité

Le deuxième axe vise à dynamiser notre offre touristique en conjuguant innovation et authenticité. Nous nous engageons à encourager la création d'expériences touristiques uniques, exploitant notre identité authentique tout en intégrant des éléments innovants pour répondre aux attentes évolutives des visiteurs.

Axe 3 : Accueillir Tous nos Publics et Viser l'Excellence

L'accueil constitue le troisième axe stratégique. Nous aspirons à transformer la notion d'accueil en une hospitalité inclusive et de qualité. Cela implique l'amélioration des services d'accueil, la formation du personnel, et la création d'expériences chaleureuses pour tous nos publics.

Axe 4 : Promouvoir notre Territoire auprès de nos Publics-Cibles

Le quatrième axe est dédié à la promotion active de notre territoire. À travers des campagnes de communication ciblées et une présence accrue sur les canaux numériques, nous visons à accroître la visibilité de notre territoire auprès de nos publics-cibles.

3. Enjeux Essentiels de Gouvernance :

Enfin, la dernière partie de notre stratégie se consacre aux enjeux de gouvernance. Ces aspects définissent la manière dont nous coordonnerons et gérerons la mise en œuvre de notre stratégie, garantissant ainsi une exécution cohérente et efficace de nos actions. Ces enjeux incluent la coordination des acteurs, la communication interne et externe, la gestion des partenariats et l'adaptation continue de notre stratégie en fonction des évolutions du contexte.

La définition du cadre stratégique s'érige ainsi comme un plan ambitieux, fondé sur des actions concrètes et des orientations claires, visant à positionner notre territoire comme une destination touristique de choix.

1. Les actions fondatrices

Au cœur de notre stratégie de développement touristique, les actions fondatrices se posent comme les piliers essentiels, les fondements sur lesquels nous édifierons notre vision et déploierons nos ambitions. Ces actions préliminaires revêtent une importance cruciale, façonnant le socle solide sur lequel reposera l'ensemble de notre démarche. Structurées autour de trois objectifs stratégiques, ces actions s'inscrivent dans une démarche proactive visant à créer un territoire touristique dynamique, différencié et pérenne.

❖ 1. Définir et Déployer un Positionnement Marketing Différenciant

Le premier objectif nous entraîne dans la quête d'identité, à la recherche de la singularité qui fera de notre territoire une destination incontournable. L'établissement d'un positionnement marketing n'est pas seulement une question d'image, mais une immersion profonde dans l'essence même de notre communauté. C'est le trait distinctif qui séduira nos visiteurs, établira une connexion avec nos habitants, et guidera l'ensemble de nos actions. Nous ouvrons ainsi la voie à une redéfinition collective de notre territoire, où chaque participant contribuera à forger notre identité et à définir nos publics-cibles.

❖ 2. Évaluer l'Activité Touristique et Notre Performance

Le deuxième objectif nous invite à jeter un regard scrutateur sur notre activité touristique, à quantifier nos succès et à identifier nos zones d'amélioration. L'observatoire de l'économie touristique devient notre fenêtre sur la réalité du terrain, nous fournissant des données concrètes sur le nombre de visiteurs, les retombées économiques, et bien d'autres indicateurs cruciaux. Parallèlement, la définition d'indicateurs internes permettra à Hautes Terres Tourisme d'évaluer sa propre performance, créant ainsi des outils de mesure qui guideront nos décisions stratégiques.

❖ 3. Gérer, Utiliser et Mutualiser la DATA Territoriale

Le troisième objectif plonge au cœur de la révolution numérique et de la gestion intelligente de la donnée. La DATA, qu'elle soit liée à l'offre locale ou aux données clients, devient un actif stratégique. Le Système d'Information Touristique (SIT) et l'outil APIDAE deviennent les gardiens de notre offre locale, tandis que la gestion des données personnelles nous positionne comme des acteurs responsables, respectueux des normes éthiques. Cette maîtrise de la DATA s'impose comme une nécessité incontournable pour garantir notre performance dans un monde où l'information est une clé précieuse.

Ces trois objectifs, tels des fondations solides, tracent la voie vers une stratégie de développement touristique ancrée dans la réalité de notre territoire, dynamique dans son approche et ambitieuse dans ses aspirations. En s'attaquant à ces actions fondatrices, nous jetons les bases d'une transformation significative, insufflant une nouvelle énergie à notre territoire pour en faire une destination touristique mémorable et durable.

2. Axe 1 : Accompagner les Acteurs Locaux, Élus et Porteurs de Projet vers la Création d'un Territoire Touristique

L'axe stratégique "Accompagner" se dresse comme le pilier catalyseur de notre ambition de faire de notre territoire une destination touristique florissante. Cet axe s'ancre dans la nécessité impérieuse de fédérer les acteurs du tourisme autour d'une vision commune, telle que définie dans notre projet de territoire. Il vise également à guider et à soutenir le développement des entreprises touristiques, en leur offrant des solutions pour accroître leur visibilité sur les marchés, améliorer leur qualité de service, et optimiser leur commercialisation.

❖ Objectif 1 : Tisser et Resserrer les Liens entre les Acteurs Locaux et la Collectivité, et entre les Acteurs Locaux

Le premier objectif s'articule autour de la création de liens solides et collaboratifs entre les acteurs locaux, élus et porteurs de projet, ainsi qu'entre ces acteurs et la collectivité. Il s'agit de mettre en place des mécanismes de consultation, de concertation et d'information pour fédérer les forces vives autour de la stratégie touristique. Des rencontres régulières, telles que petits-déjeuners-débat, apéro-conférences et éductours, seront organisées pour encourager les échanges fructueux entre les acteurs du tourisme, de l'économie et de l'agriculture.

❖ Objectif 2 : Développer une Offre de Services Personnalisés pour les Acteurs Locaux et Porteurs de Projet Touristiques

Le deuxième objectif vise à soutenir les acteurs locaux et les porteurs de projet touristiques en développant une offre de services personnalisés. Cela englobe l'expansion de l'offre de services et d'accompagnement de Hautes Terres Tourisme destinée aux professionnels du secteur. Des services tels que l'accompagnement numérique, les reportages-photos et l'accompagnement Qualité seront renforcés. De plus, un parcours d'accompagnement personnalisé sera instauré, incluant des solutions d'hébergement locatif temporaire pour les porteurs de projet.

❖ Objectif 3 : Développer la Culture Touristique du Territoire et Construire une Véritable Destination Touristique

Le troisième objectif vise à instaurer une culture touristique commune et à bâtir une véritable destination touristique. Conscient de ne pas être une destination touristique mature, nous projetons de travailler activement pour le devenir. Cela implique le développement d'une culture touristique partagée entre les élus municipaux, communautaires, les relais d'opinion et les professionnels locaux. De plus, des actions seront entreprises pour labéliser et référencer les offres, notamment avec des labels environnementaux, Tourisme & Handicap, Accueil Vélo, Rando Accueil, Cheval Etape, Villes & villages fleuris, Village étape, Petite Cité de Caractère pour les communes.

❖ Objectif 4 : Aider les Professionnels du Tourisme dans leur Commercialisation

Enfin, le quatrième objectif de cet axe "Accompagner" vise à renforcer la capacité des professionnels du tourisme dans leur processus de commercialisation. Cela passe par l'immatriculation de l'Office de tourisme en tant qu'agence de voyage, lui conférant la capacité de construire et vendre des packages. Cette démarche stratégique permettra de créer des liaisons entre plusieurs prestataires touristiques, favorisant ainsi une approche intégrée et complète pour les visiteurs.

Cet axe s'impose comme un levier essentiel, dessinant la feuille de route pour un développement touristique harmonieux, basé sur la collaboration, l'innovation et le soutien actif à nos acteurs locaux. Par cette démarche, nous visons à renforcer l'écosystème touristique de notre territoire, créant ainsi une dynamique positive pour tous les acteurs impliqués.

3. Axe 2 : Développer de Nouvelles Propositions Touristiques entre Innovation et Authenticité

L'axe stratégique "Développer" incarne notre volonté de dynamiser l'offre touristique de notre territoire en créant une synergie entre innovation et authenticité. Si l'offre actuelle est marquée par des activités de plein air, il devient impératif de la structurer davantage. Le travail en cours sur le Plan Local de Randonnées en est un exemple concret, et nous anticipons des retours approfondis lors du prochain Conseil Communautaire. Toutefois, il est primordial d'élargir notre offre en associant d'autres activités, liées à la culture, au patrimoine, au bien-être, et à l'agritourisme. L'objectif est de proposer une offre complète et multithématique.

❖ Objectif 1 : Favoriser la Rencontre entre Innovation et Authenticité

Le premier objectif vise à démontrer que l'innovation et l'authenticité ne sont pas des concepts opposés. Cette conviction se matérialise à travers le projet de la "Fabrique de voyage", une initiative héritière du projet RECREATER. Cette Fabrique, en tant qu'espace de co-construction et incubateur d'expériences culturelles, cherche à harmoniser l'innovation tout en préservant l'authenticité. L'objectif global est d'établir une méthodologie de design des offres touristiques. Dans cette perspective, il est envisagé d'initier un projet touristique structurant autour de la forêt de la Pinatelle, en mettant l'accent sur l'environnement, l'itinérance douce et le bien-vivre, en étroite relation avec l'identité territoriale.

❖ Objectif 2 : Structurer une Offre d'Activités Touristiques de Pleine Nature Expérientielle 4 Saisons

Le deuxième objectif repose sur la volonté de capitaliser sur deux études en cours, à savoir le Plan local de randonnées et le Plan Vélo. Ces stratégies sectorielles seront intégrées dans la vision touristique globale, avec une emphase sur l'expérience de pleine nature. L'objectif est de structurer une offre d'activités touristiques expérientielles quatre saisons, en lien étroit avec l'identité du territoire.

❖ Objectif 3 : Développer d'Autres Filières Complémentaires

Le troisième objectif vise à diversifier notre offre touristique en explorant d'autres filières jusqu'ici peu présentes sur notre territoire. En complément des activités de plein air, nous souhaitons placer la découverte gastronomique, culturelle, patrimoniale, et du bien-vivre au cœur de l'expérience du visiteur. Cela se traduit par le développement des offres agritouristiques, favorisant ainsi la diversification des exploitations agricoles. De plus, nous ambitionnons de créer des expériences autour de la gastronomie pour enrichir l'expérience globale du visiteur.

❖ Objectif 4 : Labéliser et Mettre en Réseau Notre Destination

Enfin, le quatrième objectif consiste à labéliser et à mettre en réseau notre destination touristique. À moyen terme, nous visons l'obtention de plusieurs labels et reconnaissances territoriales, renforçant ainsi notre positionnement. Ces labels incluent, entre autres, le statut de Pôle de Pleine Nature, Territoire Vélo, Pays d'art et d'histoire, et Destination H+.

Cet axe de développement s'érige comme une plateforme pour créer une offre touristique riche, variée et en constante évolution, stimulant ainsi l'attrait de notre territoire pour un public diversifié. En alliant innovation et authenticité, nous construisons les bases d'une destination touristique dynamique, reflétant la richesse et la diversité de notre patrimoine et de notre identité territoriale.

4. Axe 3 : Accueillir Tous nos Publics et Viser l'Excellence

L'axe stratégique "Accueillir" incarne notre engagement à offrir des services d'accueil de qualité à tous nos publics, au-delà des seuls touristes. Cette approche inclusive vise à s'adresser aux habitants, aux porteurs de projet, aux futurs résidents, et à transformer le simple visiteur en véritable habitant du territoire. L'inauguration prochaine des Maisons des services et du tourisme à Allanche et Massiac marque une évolution significative de notre doctrine d'accueil, faisant de ces lieux de véritables portes d'entrée de Hautes Terres.

❖ Objectif 1 : Définir une Stratégie d'Accueil Multi-Publics : Résidents, Visiteurs et Futurs Résidents

Le premier objectif consiste à repenser notre approche en définissant une stratégie d'accueil englobant les résidents, les visiteurs et les futurs résidents. L'Office de tourisme ne se cantonnera plus à s'adresser uniquement aux visiteurs, mais s'efforcera également de communiquer avec les habitants, considérés comme les premiers ambassadeurs du territoire, et les futurs résidents. L'objectif ultime est de transformer le visiteur occasionnel en un habitant engagé. Des actions concrètes sont envisagées, notamment la construction d'un schéma d'accueil et de diffusion de l'information, permettant de définir le moment, le lieu et la manière de proposer la bonne information au bon interlocuteur.

❖ Objectif 2 : Mieux Diffuser l'Information

Le deuxième objectif vise à améliorer la diffusion de l'information, reconnaissant que nous disposons de données précieuses mais que leur transmission est perfectible. Il s'agit également de développer des services spécifiques pour les visiteurs, en favorisant ceux qui génèrent des nuitées par le biais de propositions d'animations à tarif préférentiel en collaboration avec des hébergeurs partenaires. Cette approche offre l'opportunité de renouveler les partenariats avec les hébergements, en proposant des services à valeur ajoutée pour leurs clients et en renforçant notre attractivité. De plus, nous envisageons de trouver des solutions de transport interne pour les visiteurs arrivant par le train, répondant ainsi à l'enjeu crucial de la mobilité sur notre territoire.

❖ Objectif 3 : Innover en Matière d'Organisation de l'Accueil

Enfin, le troisième objectif souligne la nécessité d'innover dans l'organisation de l'accueil, tirant parti de l'ouverture des Maisons des services et du tourisme d'Allanche et de Massiac. Ces nouvelles structures offrent l'opportunité d'expérimenter un service commun intégré entre HAUTES TERRES COMMUNAUTÉ et HAUTES TERRES TOURISME, capable de prendre en charge l'ensemble de nos publics, qu'ils soient touristes, habitants, porteurs de projet, élus locaux, responsables associatifs, acteurs du tourisme ou de l'économie. Cette initiative permettra de repenser l'accueil de manière plus globale. Par ailleurs, nous envisageons le développement d'une solution d'accueil itinérant, hors-les-murs et/ou en distanciel, afin d'atteindre un public plus large et diversifié.

Cet axe représente un virage significatif dans notre approche de l'accueil, avec pour ambition de créer des liens solides avec tous nos publics, renforçant ainsi l'identité et l'attractivité de notre territoire. En visant l'excellence, nous souhaitons offrir une expérience d'accueil mémorable, contribuant à la fidélisation de nos habitants et à l'essor de notre attractivité touristique.

5. Axe 4 : Promouvoir notre Territoire auprès de nos Publics-Cibles

L'axe stratégique "Promouvoir" incarne notre engagement à mettre en lumière les atouts, les talents et les richesses de notre territoire, tout en mettant en avant les femmes et les hommes qui en sont les acteurs principaux. Cette dimension promotionnelle s'articule autour de la valorisation des produits locaux, des paysages, du patrimoine naturel, des espaces naturels sensibles (ENS), des cœurs de bourg, des communes et du patrimoine bâti. Le tout, en parfaite cohérence avec les orientations définies dans le Projet de territoire.

❖ Objectif 1 : Structurer les Canaux d'Acquisition, de Transformation et de Fidélisation

Le premier objectif vise à développer notre audience en structurant les canaux d'acquisition, de transformation et de fidélisation. La refonte en cours de notre site internet www.hautesterrestourisme.fr représente une étape cruciale dans cette démarche. Parallèlement, nous mettrons en place une animation dynamique des réseaux sociaux, la création et la diffusion de newsletters qualitatives, des campagnes de communication digitales ciblées et multicanales, ainsi que la conception et la diffusion d'un magazine de destination. De plus, la création d'objets identitaires (goodies) destinés à être commercialisés dans les boutiques Hautes Terres Tourisme contribuera à renforcer notre visibilité.

❖ Objectif 2 : Définir et Mettre en Œuvre une Stratégie de Contenu Multimédia et Multicanal

Le deuxième objectif met l'accent sur la création et la diffusion d'un contenu multimédia et multicanal de qualité, visant à mettre en valeur notre territoire de manière unique. En tant qu'acteurs locaux, nous sommes les seuls à pouvoir créer ce contenu de valorisation locale. Ainsi, il est impératif de produire du contenu photographique, vidéo et rédactionnel captivant et authentique.

❖ Objectif 3 : Diffuser le Contenu Localement, Régionalement et Nationalement

Une fois le contenu créé, il est essentiel de le diffuser de manière large et ciblée. Cela inclut l'alimentation des partenaires départementaux et régionaux en contenu de promotion, afin d'atteindre la presse locale et nationale. Nous tirerons également parti du réseau d'ambassadeurs locaux et même de la diaspora auvergnate pour maximiser notre portée et notre influence.

Cette approche promotionnelle vise à positionner notre territoire comme une destination attractive et dynamique, tout en soulignant les aspects humains et authentiques qui le caractérisent. En renforçant notre visibilité et notre attractivité, nous contribuerons à susciter l'intérêt de nos publics-cibles et à positionner Hautes Terres Tourisme comme un acteur incontournable dans le paysage touristique.

6. Enjeux de gouvernance

❖ Le positionnement de Hautes Terres Tourisme en tant qu'Organisme de Gestion de la Destination

Dans cette dernière phase de notre stratégie, nous envisageons de réorienter l'Office de tourisme vers un modèle plus évolutif, celui d'un Organisme de Gestion de la Destination (OGD). Cette transformation vise à faire évoluer notre structure au-delà de son rôle traditionnel d'accueil et de promotion pour en faire un acteur central dans la gestion holistique de notre destination touristique.

Qu'est-ce qu'un OGD ?

Un Organisme de Gestion de la Destination est une évolution naturelle des Offices de tourisme. Alors que ces derniers se concentrent sur l'accueil, l'information, la promotion et la coordination des acteurs du tourisme, un OGD représente une approche plus complète et dynamique. Il agit en tant que référent local pour les partenaires du tourisme, contribuant à l'animation du territoire, à l'apport d'affaires et à la stimulation de la croissance.

Les Missions de l'OGD :

1. **Création et Diffusion de Contenu** : L'OGD devient un moteur de création de contenu, produisant des médias captivants et authentiques pour promouvoir notre destination. Il assure la diffusion stratégique de ce contenu à travers divers canaux pour maximiser l'impact.
2. **Accueil d'Excellence** : En tant qu'OGD, nous maintenons notre engagement envers l'accueil d'excellence, en élargissant notre champ d'action pour inclure non seulement les touristes mais également les résidents, les porteurs de projet et les futurs habitants.
3. **Développement de Nouvelles Offres** : L'OGD s'engage à être un catalyseur du développement touristique, favorisant l'innovation et la diversification des offres, notamment à travers des projets structurants et des partenariats stratégiques.
4. **Accompagnement des Professionnels du Tourisme** : En tant que partenaire des acteurs locaux, l'OGD offre un soutien continu aux professionnels du tourisme, les aidant à améliorer leur visibilité, leur qualité de service et leur commercialisation.

Maintien de la Structure et du Statut EPIC :

Cette réorientation ne nécessite pas de changement structurel ou statutaire. L'EPIC (Établissement Public Industriel et Commercial) reste notre cadre institutionnel, mais l'orientation de l'Office de tourisme évolue pour mieux répondre aux enjeux actuels et futurs de notre destination touristique.

Cette transition vers un OGD marque une nouvelle étape dans notre engagement envers l'excellence et l'efficacité, positionnant Hautes Terres Tourisme en tant que chef de file dans la gestion intégrée et dynamique de notre destination. En agissant comme un catalyseur du développement, l'OGD contribuera de manière significative à la prospérité de notre territoire et au bien-être de ses habitants.

Dans notre démarche stratégique, deux axes majeurs émergent pour pérenniser notre attractivité touristique : l'intégration du tourisme responsable dans nos missions et la promotion d'une collaboration territoriale étendue.

❖ L'intégration du tourisme responsable dans toutes nos actions

La nécessité d'adapter nos missions et notre fonctionnement interne aux principes du tourisme responsable découle de plusieurs impératifs stratégiques :

1. **Répondre à une Demande Exigeante** : Les touristes, de plus en plus sensibles aux enjeux environnementaux et sociaux, exigent des destinations touristiques une démarche responsable. Ignorer cette réalité pourrait entraîner une perte de compétitivité.
2. **Anticiper l'Évolution des Pratiques** : À l'image du phénomène "Yuka" dans la consommation, le secteur touristique est soumis à une évaluation transparente. En adoptant des pratiques responsables, nous nous positionnons en précurseurs plutôt qu'en réactifs.
3. **Stratégie Durable pour un Territoire Durable** : Le tourisme responsable ne se limite pas à une stratégie de compétitivité. Il contribue également au développement durable du territoire en préservant ses ressources naturelles, en favorisant l'économie locale et en renforçant son attractivité à long terme.

❖ La collaboration territoriale avec nos voisins, au sein d'une destination « Cantal » globale

1. **Dépasser les Frontières Administratives** : Notre destination touristique ne se confine pas aux limites des Établissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI). Adopter une vision décloisonnée est impératif, encourageant des synergies avec les territoires voisins.
2. **Coopération et Intelligence Collective** : Face à une compétence "tourisme" éclatée, la coopération et l'intelligence collective sont les clés du succès. La mutualisation des ressources, des idées et des efforts renforce la complémentarité des destinations.

PARTIE 3 : LE PLAN D'ACTION

1. Les 100 actions pour le tourisme

Axes de développement	Objectifs stratégiques		Objectifs opérationnels	
	N°	Intitulé	N°	Intitulé
LES ACTIONS FONDATRICES	A	Définir et déployer un positionnement marketing différenciant pour notre territoire	1	Définir collectivement le positionnement marketing du territoire (l'identité, la promesse et la signature) et définir nos publics-cibles
			2	Créer les éléments-cadres de la communication (charte graphique, charte éditoriale, ...)
			3	Créer et animer un réseau d'ambassadeurs du territoire
			4	Créer une "plateforme attractivité" (banque de contenus communs - textes, portraits, vidéos, photos... - où les acteurs puissent aller piocher, veille mutualisée sur les appels à projets pouvant intéresser l'EPCI et ses usagers, mise en avant des atouts et des talents locaux, suivi de réalisation des actions, ...)
			5	Accompagner l'appropriation et le déploiement du positionnement par les partenaires locaux, publics et privés
			6	Mettre en cohérence les actions de la stratégie avec le positionnement défini
	B	Evaluer l'activité touristique et notre performance	7	Créer un observatoire de l'économie touristique locale et publier régulièrement les chiffres du tourisme sur Hautes Terres
			8	Définir les indicateurs de performance de Hautes Terres Tourisme et mettre en place une solution d'évaluation pour l'ensemble de nos actions
	C	Gérer, utiliser et mutualiser la DATA territoriale	9	Alimenter et administrer une base de données locales mutualisée avec Hautes Terres Communauté (référencement de toutes les entreprises et offres du territoire)
			10	Construire un système de gestion de la relation usagers/publics/clients (fichier "visiteurs", fichier "nouveaux habitants, ...). conforme au RGPD
	AXE N°1 : ACCOMPAGNER les acteurs	D	Tisser et resserrer les liens entre les acteurs	11

<p>AXE N°1 : ACCOMPAGNER les acteurs locaux, élus et porteurs de projet vers la création</p>	<p>E</p>	<p>Développer une offre de services personnalisés pour les acteurs locaux et porteurs de projet touristiques</p>	<p>25</p>	<p>Disposer de locaux commerciaux pour donner la possibilité aux porteurs de projet de tester leur activité (ex: l'initiative "Ma boutique à l'essai)</p>
			<p>26</p>	<p>Proposer des solutions aux problématiques liées aux prestations "ménages" et "blanchisserie" dans les hébergements touristiques</p>
			<p>27</p>	<p>Proposer des solutions aux problématiques de recrutement dans le secteur touristique</p>
			<p>28</p>	<p>Développer les bonnes pratiques des hébergeurs sur la collecte de la taxe de séjour et informer sur l'affectation du produit de la taxe de séjour</p>
	<p>F</p>	<p>Développer la culture touristique du territoire et construire une véritable destination touristique</p>	<p>29</p>	<p>Proposer un accompagnement à la qualité des paysages aux exploitants agricoles et les sensibilises au développement touristique</p>
			<p>30</p>	<p>Développer une culture touristique commune entre élus municipaux/communautaires, relais d'opinion et professionnels sur notre territoire</p>
			<p>31</p>	<p>Augmenter le nombre de meublés de tourisme classés</p>
			<p>32</p>	<p>Développer la labélisation et le référencement des offres (Labels environnementaux, Tourisme & Handicap, Accueil Vélo, Rando Accueil, Cheval Etape et, pour les communes, Villes & villages fleuris)</p>
	<p>G</p>	<p>Accompagner vers la commercialisation</p>	<p>33</p>	<p>Immatriculer l'Office de tourisme en tant qu'agence de voyage</p>
			<p>34</p>	<p>Concevoir des produits packagés pour les groupes/tribus</p>
			<p>35</p>	<p>Proposer une solution de billetterie en ligne</p>
			<p>36</p>	<p>Favoriser les renvois de clientèle entre les acteurs du territoire</p>
			<p>37</p>	<p>Faciliter la commercialisation des séjours grande itinérance</p>
<p>38</p>			<p>Développer les actions de prospection commerciale partenariales avec des partenaires vis-à-vis de cibles de clientèles identifier collectivement</p>	

	G	Accompagner vers la commercialisation	39	Aider au développement de la place de marché et à la mise en place d'une solution de réservation en ligne (en lien avec la Région AURA)
			40	Aider au référencement des offres locales auprès d'opérateurs nationaux ou régionaux (notamment sur la plateforme partir-ici.fr)
AXE N°2 : DEVELOPPER DE NOUVELLES PROPOSITIONS TOURISTIQUES entre innovation et authenticité	H	Favoriser la rencontre entre innovation et authenticité	41	Créer et animer la "Fabrique de voyage" (espace de co-construction de nouvelles expériences culturelles à partir des activités de pleine nature), développer une méthodologie de design des offres
			42	Initier un projet touristique structurant autour de la forêt de la Pinatelle autour de l'environnement et du bien-vivre en lien avec l'identité territoriale
			43	Déployer une action de soutien à des hébergements innovants, réversibles, identitaires du Cantal
			44	Aider au développement d'une offre d'étape sur les sentiers de grande itinérance (bivouac, gîte d'étape, ...)
			45	Développer une solution numérique pour rendre accessible et ludique les balades, randonnées et visites-découvertes des centres-bourgs
	I	Structurer une offre d'activités touristiques de pleine nature expérientielle 4 saisons en lien avec l'identité du territoire	46	Développer l'offre de randonnées (lien avec le PLR)
			47	Développer l'offre vélo (lien avec le plan vélo) Pump track / Trail Center / écosystème vélo
			48	Diversifier l'offre estivale par la structuration des activités de pleine nature et soutenir les professionnels de l'outdoor dans le développement de leurs projets
			49	Participer activement à la diversification des sites emblématiques hivernaux (station du Lioran, domaines nordiques) et travailler à un rapprochement Lioran/Prat-de-Bouc pour une destination 4 saisons commune
			50	Amorcer une réflexion sur la création d'un lieu de baignade
			51	Participer à la création d'une offre événementielle sportive structurante

<p>AXE N°2 : DEVELOPPER DE NOUVELLES PROPOSITIONS TOURISTIQUES entre innovation et authenticité</p>	<p>J</p>	<p>Placer au cœur de l'expérience du visiteur la découverte gastronomique, culturelle, patrimoniale et du bien-vivre</p>	<p>52</p>	<p>Développer les offres agro-touristiques et promouvoir la diversification des exploitations agricoles</p>	
			<p>53</p>	<p>Développer les expériences autour de la gastronomique</p>	
			<p>54</p>	<p>Mettre en tourisme les patrimoines identitaires de manière vivante et innovante (savoir-faire, artisanat, système agricole unique - SIPAM, burons, ...)</p>	
			<p>55</p>	<p>Développer l'offre liée au tourisme de découverte économique</p>	
			<p>56</p>	<p>Développer une offre culturelle qualitative</p>	
			<p>57</p>	<p>Renouveler l'offre de visites guidées</p>	
			<p>58</p>	<p>Développer des activités permettant une reconnexion avec la nature et le ressourcement (animation nature, activités bien-être, déconnexion, sport-santé, ...)</p>	
			<p>K</p>	<p>Labeliser et mettre en réseau notre destination</p>	<p>59</p>
	<p>60</p>	<p>Devenir "Territoire Vélo"</p>			
	<p>61</p>	<p>Devenir "Pays d'art et d'histoire"</p>			
	<p>62</p>	<p>Être identifier comme "Destination H+"</p>			
	<p>AXE N°3 : ACCUEILLIR tous nos publics et viser l'excellence</p>	<p>L</p>	<p>Définir une stratégie d'accueil multi-publics : résidents, visiteurs et futurs résidents</p>	<p>63</p>	<p>Construire un Schéma d'accueil et de diffusion de l'information</p>
				<p>64</p>	<p>Définir des scénarios d'accueil adaptés et personnalisés à chaque catégorie d'usagers (habitants, visiteurs, porteurs de projet, professionnels, nouveaux habitants, ...)</p>
				<p>65</p>	<p>Former les équipes à "l'Accueil Par EXcellence" (APEX)</p>

AXE N°3 : ACCUEILLIR tous nos publics et viser l'excellence	M	Mieux diffuser l'information	66	Diffuser une information exhaustive et lisible par tous les canaux possibles (print & web), via les acteurs du tourisme
			67	Faciliter l'accès aux animations (newsletters "agenda" avec traitement éditorial)
			68	Transformer les "conseillers en séjour" en "experts de territoire" et faire des services de Hautes Terres Tourisme une porte d'entrée pour l'ensemble des services de Hautes Terres et des offres locales
			69	Concevoir et diffuser à la demande les guides des offres (hébergements, restaurants, activités, associations)
			70	Concevoir et diffuser les cartes de randonnées (pédestres, cyclotourisme, VTT, trails, ...)
			71	Assurer la diffusion des plannings de chasse auprès des autres usagers des espaces naturels
			72	Proposer un parcours de formation à tous les travailleurs saisonniers touristiques pour une meilleure connaissance de l'offre
	N	Développer des services spécifiques aux visiteurs	73	Favoriser les visiteurs qui génèrent de la nuitée par la mise en place de propositions d'animations à tarif préférentiel via des hébergeurs partenaires
			74	Trouver des solutions de transport interne pour les visiteurs qui arrivent par le train
	O	Innover en matière d'organisation de l'accueil	75	Construire un service commun Office de tourisme et Maison de Service à Massiac et Allanche
			76	Moderniser le point d'information de Murat
			77	Trouver le juste équilibre entre accueil physique et outil numérique dans les espaces "Accueil", toujours en plaçant l'humain au cœur de l'acte d'accueil
			78	Développer une solution d'accueil itinérant, hors-les-murs et/ou en distanciel
AXE N°4 : PROMOUVOIR notre territoire	P	Structurer les canaux d'acquisition, de	79	Refaire le site internet www.hautesterrestourisme.fr

			94	Proposer aux communes une solution mutualisée et personnalisable pour la refonte de leur site Internet (ou celui de leur camping) et de leur bulletin municipal
GOUVERNANCE			95	Créer un véritable Organisme de Gestion de la Destination (ODG)
			96	Intégrer le tourisme responsable dans la continuité de nos missions, par nos choix et notre fonctionnement interne
			97	Créer un service transversal dédié à l'attractivité à Hautes Terres Communauté
			98	Développer les liens et partenariats avec l'écosystème touristique du Cantal (donner du contenu à l'ALT Massif Cantalien, capitaliser sur la dynamique AMI, collaborer avec les Offices de tourisme du Cantal, les services du Conseil départemental et Cantal Destination)
			99	Intégrer davantage les acteurs du tourisme local à la gouvernance et proposer un budget participatif pour une partie de l'affectation du produit de la taxe de séjour
			100	Certifier Hautes Terres Tourisme avec la certification AFNOR NF Service - Offices de tourisme

2. Etat d'avancement (mise à jour le 02 janvier 2024)

48 % des actions prévues ont été **réalisées** ou sont **en cours de réalisation**
52 % des actions prévues n'ont **pas encore été réalisées**

Objectifs opérationnels		Etat de réalisation
1	Définir collectivement le positionnement marketing du territoire (l'identité, la promesse et la signature) et définir nos publics-cibles	En cours, finalisation en février 2024
2	Créer les éléments-cadres de la communication (charte graphique, charte éditoriale, ...)	Non réalisée, prévue en 2024
3	Créer et animer un réseau d'ambassadeurs du territoire	Non réalisée, prévue en 2024
4	Créer une "plateforme attractivité" (banque de contenus communs - textes, portraits, vidéos, photos... - où les acteurs puissent aller piocher, veille mutualisée sur les appels à projets pouvant intéresser l'EPCI et ses usagers, mise en avant des atouts et des talents locaux, suivi de réalisation des actions, ...)	Non réalisée, prévue en 2024
5	Accompagner l'appropriation et le déploiement du positionnement par les partenaires locaux, publics et privés	Non réalisée, prévue en 2024
6	Mettre en cohérence les actions de la stratégie avec le positionnement défini	Non réalisée, prévue en 2024
7	Créer un observatoire de l'économie touristique locale et publier régulièrement les chiffres du tourisme sur Hautes Terres	Non réalisée, prévue en 2024
8	Définir les indicateurs de performance de Hautes Terres Tourisme et mettre en place une solution d'évaluation pour l'ensemble de nos actions	Réalisée en 2023
9	Alimenter et administrer une base de données locales mutualisée avec Hautes Terres Communauté (référencement de toutes les entreprises et offres du territoire)	Non réalisée, prévue en 2024
10	Construire un système de gestion de la relation usagers/publics/clients (fichier "visiteurs", fichier "nouveaux habitants, ...) conforme au RGPD	Réalisée en 2022

11	Fédérer les acteurs locaux autour de la stratégie touristique (consulter, concerter et informer)	Initiée en 2022 et toujours en cours
12	Organiser des rencontres régulières entre les acteurs du tourisme, de l'économie et de l'agriculture (petits-déjeuners-débat, apéro-conférences, éductours, ...)	Non réalisée, prévue en 2024
13	Valoriser les circuits d'approvisionnement locaux auprès des entreprises touristiques (circuits-courts)	Non réalisée, prévue en 2025
14	Refondre le site Internet de Hautes Terres Tourisme dédié aux professionnels	Réalisée en 2023
15	Editer et diffuser un guide du partenaire de l'Office de tourisme	Non réalisée, prévue en 2024
16	Développer l'offre de services et d'accompagnement de Hautes Terres Tourisme destinée aux professionnels du territoire (accompagnement numérique, reportages-photos, accompagnement Qualité, ...)	Non réalisée, prévue en 2024
17	Proposer une offre de formation multithématique et de proximité aux acteurs du tourisme en partenariat avec la CCI du Cantal	Non réalisée, prévue en 2025
18	Référencer et informer sur les aides financières pour la transition énergétique auprès des acteurs touristiques	Non réalisée, prévue en 2025
19	Mettre en place une veille marketing, économique et juridique et la diffuser régulièrement auprès des acteurs touristiques	Non réalisée, prévue en 2025
20	Assurer les prestations de conseil et d'appui technique aux communes concernant leurs projets de développement d'offres culturelles, sportives et touristiques, et dans la gestion et la modernisation des équipements touristiques (hébergement de plein-air, gîtes d'étape et de groupe, ...)	Initiée en 2023 et toujours en cours
21	Accompagner les communes dans la gestion des flux camping-cars	Initiée en 2023 et toujours en cours
22	Structurer le service d'appui à l'organisation des événements destiné aux communes ou aux associations et accompagner la création de nouveaux événements	Non réalisée, prévue en 2024
23	Proposer un parcours d'accompagnement personnalisé aux porteurs de projet touristique (dont des solutions d'hébergement locatif temporaire)	Non réalisée, prévue en 2024
24	Référencer les offres foncières et immobilières adaptées à la création d'offres touristiques et les offres de cessions et de reprises des activités caractéristiques du tourisme	Non réalisée, prévue en 2025

25	Disposer de locaux commerciaux pour donner la possibilité aux porteurs de projet de tester leur activité (ex: l'initiative "Ma boutique à l'essai)	Non réalisée, prévue en 2025
26	Proposer des solutions aux problématiques liées aux prestations "ménages" et "blanchisserie" dans les hébergements touristiques	Non réalisée, prévue en 2025
27	Proposer des solutions aux problématiques de recrutement dans le secteur touristique	Réalisée en 2023
28	Développer les bonnes pratiques des hébergeurs sur la collecte de la taxe de séjour et informer sur l'affectation du produit de la taxe de séjour	Initiée en 2022 et toujours en cours
29	Proposer un accompagnement à la qualité des paysages aux exploitants agricoles et les sensibiliser au développement touristique	Non réalisée, prévue en 2025
30	Développer une culture touristique commune entre élus municipaux/communautaires, relais d'opinion et professionnels sur notre territoire	Initiée en 2022 et toujours en cours
31	Augmenter le nombre de meublés de tourisme classés	Initiée en 2022 et toujours en cours
32	Développer la labélisation et le référencement des offres (Labels environnementaux, Tourisme & Handicap, Accueil Vélo, Rando Accueil, Cheval Etape et, pour les communes, Villes & villages fleuris)	Initiée en 2022 et toujours en cours
33	Immatriculer l'Office de tourisme en tant qu'agence de voyage	Réalisée en 2022
34	Concevoir des produits packagés pour les groupes/tribus	Réalisée en 2023
35	Proposer une solution de billetterie en ligne	Réalisée en 2022
36	Favoriser les renvois de clientèle entre les acteurs du territoire	Non réalisée, prévue en 2024
37	Faciliter la commercialisation des séjours grande itinérance	Non réalisée, prévue en 2024
38	Développer les actions de prospection commerciale partenariales avec des partenaires vis-à-vis de cibles de clientèles identifier collectivement	Réalisée en 2023

39	Aider au développement de la place de marché et à la mise en place d'une solution de réservation en ligne (en lien avec la Région AURA)	Initiée en 2022 et toujours en cours
40	Aider au référencement des offres locales auprès d'opérateurs nationaux ou régionaux (notamment sur la plateforme partir-ici.fr)	Initiée en 2022 et toujours en cours
41	Créer et animer la "Fabrique de voyage" (espace de co-construction de nouvelles expériences culturelles à partir des activités de pleine nature), développer une méthodologie de design des offres	Non réalisée, prévue en 2024
42	Initier un projet touristique structurant autour de la forêt de la Pinatelle autour de l'environnement et du bien-vivre en lien avec l'identité territoriale	Non réalisée
43	Déployer une action de soutien à des hébergements innovants, réversibles, identitaires du Cantal	Non réalisée, prévue en 2025
44	Aider au développement d'une offre d'étape sur les sentiers de grande itinérance (bivouac, gîte d'étape, ...)	Non réalisée, prévue en 2025
45	Développer une solution numérique pour rendre accessible et ludique les balades, randonnées et visites-découvertes des centres-bourgs	Non réalisée, prévue en 2025
46	Développer l'offre de randonnées (lien avec le PLR)	Non réalisée, prévue en 2024
47	Développer l'offre vélo (lien avec le plan vélo) Pump track / Trail Center / écosystème vélo	Non réalisée, prévue en 2024
48	Diversifier l'offre estivale par la structuration des activités de pleine nature et soutenir les professionnels de l'outdoor dans le développement de leurs projets	Non réalisée, prévue en 2024
49	Participer activement à la diversification des sites emblématiques hivernaux (station du Lioran, domaines nordiques) et travailler à un rapprochement Lioran/Prat-de-Bouc pour une destination 4 saisons commune	Initiée en 2022 et toujours en cours
50	Amorcer une réflexion sur la création d'un lieu de baignade	Non réalisée, prévue en 2024
51	Participer à la création d'une offre événementielle sportive structurante	Non réalisée
52	Développer les offres agritouristiques et promouvoir la diversification des exploitations agricoles	Initiée en 2022 et toujours en cours

53	Développer les expériences autour de la gastronomie	Initiée en 2022 et toujours en cours
54	Mettre en tourisme les patrimoines identitaires de manière vivante et innovante (savoir-faire, artisanat, système agricole unique - SIPAM, burons, ...)	Initiée en 2023 et toujours en cours
55	Développer l'offre liée au tourisme de découverte économique	Initiée en 2023 et toujours en cours
56	Développer une offre culturelle qualitative	Non réalisée
57	Renouveler l'offre de visites guidées	Non réalisée, prévue en 2024
58	Développer des activités permettant une reconnexion avec la nature et le ressourcement (animation nature, activités bien-être, déconnexion, sport-santé, ...)	Non réalisée, prévue en 2024
59	Devenir "Pôle de Pleine Nature"	Non réalisée
60	Devenir "Territoire Vélo"	Non réalisée
61	Devenir "Pays d'art et d'histoire"	Non réalisée
62	Etre identifier comme "Destination H+"	Non réalisée
63	Construire un Schéma d'accueil et de diffusion de l'information	Initiée en 2023 et toujours en cours
64	Définir des scénarios d'accueil adaptés et personnalisés à chaque catégorie d'usagers (habitants, visiteurs, porteurs de projet, professionnels, nouveaux habitants, ...)	Initiée en 2023 et toujours en cours
65	Former les équipes à "l'Accueil Par EXcellence" (APEX)	Non réalisée, prévue en 2025

66	Diffuser une information exhaustive et lisible par tous les canaux possibles (print & web), via les acteurs du tourisme	Initiée en 2022 et toujours en cours
67	Faciliter l'accès aux animations (newsletters "agenda" avec traitement éditorial)	Initiée en 2022 et toujours en cours
68	Transformer les "conseillers en séjour" en "experts de territoire" et faire des services de Hautes Terres Tourisme une porte d'entrée pour l'ensemble des services de Hautes Terres et des offres locales	Réalisée en 2022
69	Concevoir et diffuser à la demande les guides des offres (hébergements, restaurants, activités, associations)	Réalisée en 2022
70	Concevoir et diffuser les cartes de randonnées (pédestres, cyclotourisme, VTT, trails, ...)	Réalisée en 2022
71	Assurer la diffusion des plannings de chasse auprès des autres usagers des espaces naturels	Non réalisée
72	Proposer un parcours de formation à tous les travailleurs saisonniers touristiques pour une meilleure connaissance de l'offre	Non réalisée, prévue en 2024
73	Favoriser les visiteurs qui génèrent de la nuitée par la mise en place de propositions d'animations à tarif préférentiel via des hébergeurs partenaires	Non réalisée, prévue en 2024
74	Trouver des solutions de transport interne pour les visiteurs qui arrivent par le train	Initiée en 2023 et toujours en cours
75	Construire un service commun Office de tourisme et Maison de Service à Massiac et Allanche	Réalisée en 2022
76	Moderniser le point d'information de Murat	Non réalisée
77	Trouver le juste équilibre entre accueil physique et outil numérique dans les espaces "Accueil", toujours en plaçant l'humain au cœur de l'acte d'accueil	Réalisée en 2022
78	Développer une solution d'accueil itinérant, hors-les-murs et/ou en distanciel	Non réalisée, prévue en 2024
79	Refaire le site internet www.hautesterrestourisme.fr	Réalisée en 2022

80	Structurer et animer les réseaux sociaux	Réalisée en 2022
81	Créer et diffuser des newsletters qualitatives	Réalisée en 2022
82	Elaborer des campagnes de communication digitales ciblées et multicanales	Réalisée en 2022
83	Concevoir et diffuser un magazine de destination	Non réalisée, prévue en 2024
84	Créer des objets identitaires (goodies) à commercialiser dans les boutiques Hautes Terres Tourisme	Non réalisée, prévue en 2024
85	Former des membres de l'équipe OT à la création de contenu multimédia dans une logique "Reporter de territoire"	Réalisée en 2022
86	Mettre en avant les talents, les hommes et les femmes, qui incarnent la vie sur le territoire, ses valeurs et son avenir	Initiée en 2022 et toujours en cours
87	Mettre en avant les produits locaux	Initiée en 2022 et toujours en cours
88	Valoriser les paysages, le patrimoine naturel et les ENS, les cœurs de bourg et le patrimoine bâti	Initiée en 2022 et toujours en cours
89	Valoriser le site de Prat-de-Bouc	Initiée en 2022 et toujours en cours
90	Faciliter prioritairement l'accès des consommateurs aux offres écologiques ou respectueuses de l'environnement	Non réalisée, prévue en 2025
91	Réaliser et partager des kits de communication en lien avec le positionnement	Non réalisée, prévue en 2024
92	Alimenter les partenaires départementaux et régionaux en contenu de promotion, notamment pour atteindre la presse locale et nationale	Initiée en 2022 et toujours en cours

93	S'appuyer sur la diaspora auvergnate pour communiquer	Non réalisée, prévue en 2024
94	Proposer aux communes une solution mutualisée et personnalisable pour la refonte de leur site Internet (ou celui de leur camping) et de leur bulletin municipal	Non réalisée, prévue en 2025
95	Créer un véritable Organisme de Gestion de la Destination (ODG)	Initiée en 2022 et toujours en cours
96	Intégrer le tourisme responsable dans la continuité de nos missions, par nos choix et notre fonctionnement interne	Initiée en 2022 et toujours en cours
97	Créer un service transversal dédié à l'attractivité à Hautes Terres Communauté	Non réalisée
98	Développer les liens et partenariats avec l'écosystème touristique du Cantal (donner du contenu à l'ALT Massif Cantalien, capitaliser sur la dynamique AMI, collaborer avec les Offices de tourisme du Cantal, les services du Conseil départemental et Cantal Destination)	Initiée en 2023 et toujours en cours
99	Intégrer davantage les acteurs du tourisme local à la gouvernance et proposer un budget participatif pour une partie de l'affectation du produit de la taxe de séjour	Réalisée en 2022
100	Certifier Hautes Terres Tourisme avec la certification AFNOR NF Service - Offices de tourisme	Non réalisée, prévue en 2026