

Rapport d'activité



EXERCICE 2023



SOMMAIRE

Cliquez sur les titres pour atteindre directement la page souhaitée

1. **Contexte, stratégie et organisation de l'Office de tourisme**
 - a. Rôle et missions de Hautes Terres Tourisme – Volcan Cantal
 - b. Stratégie de développement touristique de Hautes Terres Communauté
 - c. Plan d'actions 2022 – état de réalisation des actions
 - d. Organisation de Hautes Terres Tourisme
 - e. Organigramme de Hautes Terres Tourisme

2. **Accueil et services aux visiteurs / habitants**
 - a. La formation des agents
 - b. La rencontre avec les prestataires
 - c. L'heure du bilan
 - d. La fréquentation des points d'information
 - e. Typologie des demandes de visiteurs
 - f. Origines des visiteurs
 - g. Bilan de l'activité commerciale des points d'information
 - h. Qualité tourisme

3. **Communication et promotion**
 - a. Le site internet de destination www.hautesterrestourisme.fr
 - b. Fréquentation du site internet
 - c. Bilan « social media »
 - d. Bilan des éditions
 - e. Bilan des salons



SOMMAIRE

Cliquez sur les titres pour atteindre directement la page souhaitée

4. **Commercialisation et conception de produits touristiques**
 - a. Conception de produits touristiques
5. **Événementiels à Allanche**
 - a. Bilan de la Fête de l'Estive 2022
 - b. Bilan du Marché des Potiers et de la Foire Antiquité Brocante
6. **Services aux professionnels**
 - a. Refonte de l'information aux pros / Newsletters
 - b. Gestion du Système d'information touristique APIDAE
 - c. Classement des meublés de tourisme
7. **Gestion des équipements de Hautes Terres Communauté**
 - a. Espace Cézallier
 - b. Mémorial des Déportés
 - c. Location des VTT à assistance électrique
8. **Contribution aux projets de développement de Hautes Terres Communauté**
9. **Relations et partenariats extérieurs**
10. **Gouvernance**



CONTEXTE, STRATEGIE ET ORGANISATION DE L'OFFICE DE TOURISME



Rôle et missions de Hautes Terres Tourisme – Volcan Cantal

L'Établissement Public Industriel et Commercial (EPIC) dénommé « Hautes Terres Tourisme – Volcan Cantal » s'est vu confier la responsabilité de développer la fréquentation touristique sur la zone touristique de la Communauté de communes de Hautes Terres par délibération du Conseil communautaire en date du 9 février 2017 ; il doit notamment :

- assurer l'**accueil et l'information touristique** et de loisir auprès des visiteurs et des résidents,
- assurer la **promotion du territoire** de la Communauté de communes, en **coordination** avec le comité départemental, le comité régional du tourisme et les autres partenaires privés ou publics de son écosystème touristique,
- contribuer à **coordonner les interventions des divers partenaires** du développement touristique local,
- participer à l'**élaboration et à la mise en œuvre de la politique locale** du tourisme et des programmes locaux de développement touristique portés par Hautes Terres Communauté, notamment dans les domaines de l'élaboration des services touristiques, de l'exploitation d'installations touristiques et de loisirs, des études, de l'animation des loisirs, de l'organisation de fêtes et de manifestations culturelles,
- **féderer les acteurs locaux** du tourisme autour du projet touristique local,
- **favoriser l'adaptation de l'offre touristique** aux exigences des clientèles locales, de proximité ou plus lointaine, qu'elles soient françaises et étrangères, en particulier par la création de nouveaux produits,

- accroître les **performances économiques** de l'outil touristique,
- centraliser les **données statistiques de l'Observatoire local** de l'économie touristique,
- administrer, alimenter et **mettre à jour le Système d'information touristique** de manière exhaustive,
- **participer à la réalisation d'événementiels** destinés à renforcer la notoriété du territoire de Hautes Terres communauté, gérer et exploiter des services et infrastructures pour le compte de Hautes Terres Communauté.

Par ailleurs, l'**EPIC est autorisé à commercialiser des prestations de services touristiques et des séjours.**

L'EPIC est obligatoirement consulté pour avis sur les projets d'équipements collectifs touristiques au sein de son périmètre de compétence.





Rôle et missions de Hautes Terres Tourisme – Volcan Cantal

Hautes Terres Tourisme anime directement ou mutualise six bureaux d'information répartis sur l'ensemble du territoire de Hautes Terres Communauté :

1. **Bureau d'information touristique de Murat** (siège de Hautes Terres Tourisme)
2. **Bureau d'information touristique du Lioran** (en cogestion avec l'Office de tourisme du Carladès)
3. **Hautes Terres Service & Découvertes – Allanche** (mutualisé avec France Service, cogéré avec le Pôle « Services à la population » de Hautes Terres Communauté)
4. **Hautes Terres Service & Découvertes – Massiac** (mutualisé avec France Service, cogéré avec le Pôle « Services à la population » de HTC)
5. **Marcenat** (mutualisé avec la médiathèque et cogéré avec la commune)
6. **Neussargues-en-Pinatelle** (mutualisé avec France Service et la médiathèque communale, cogéré avec le Pôle « Services à la population » de HTC et la commune).

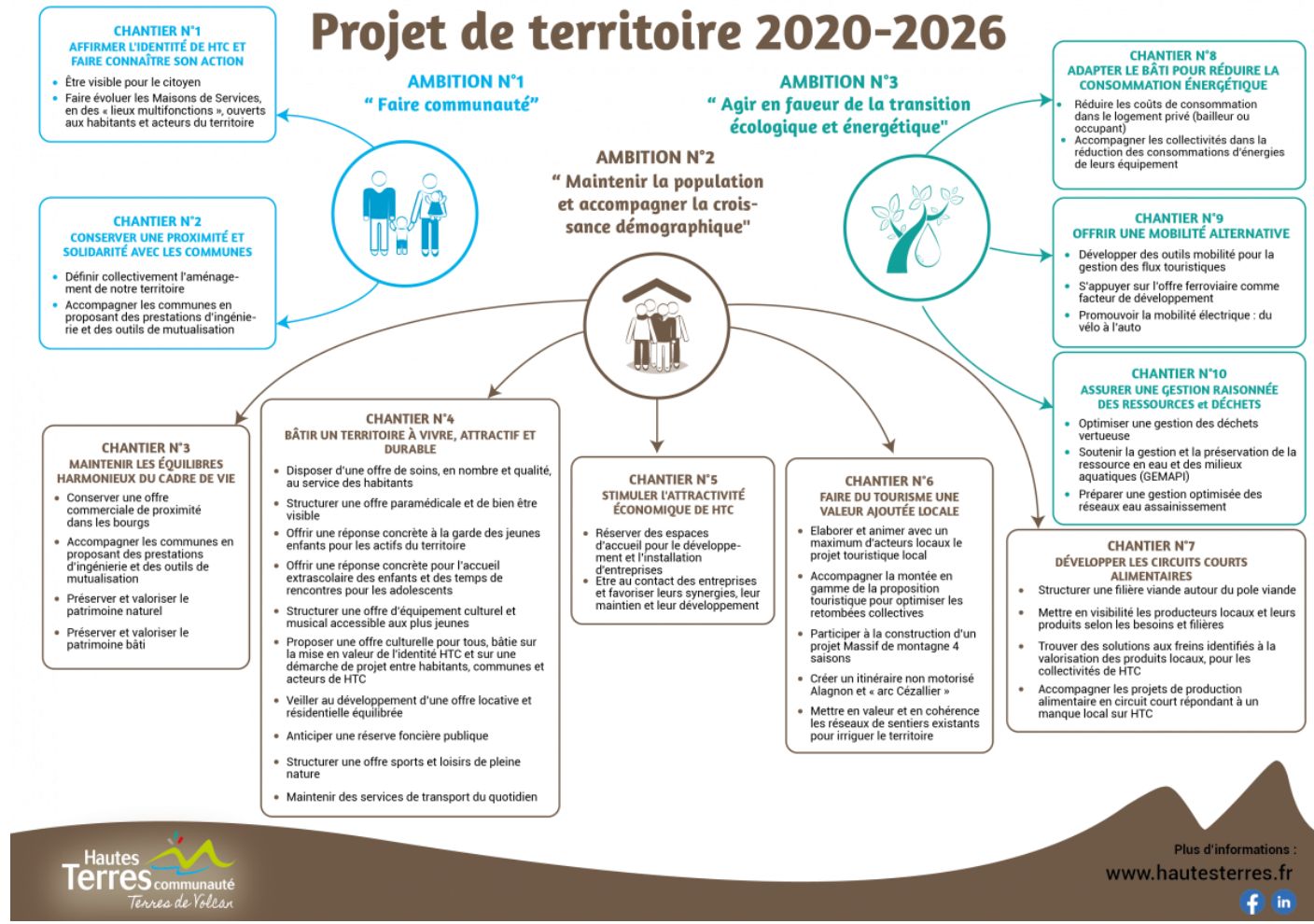
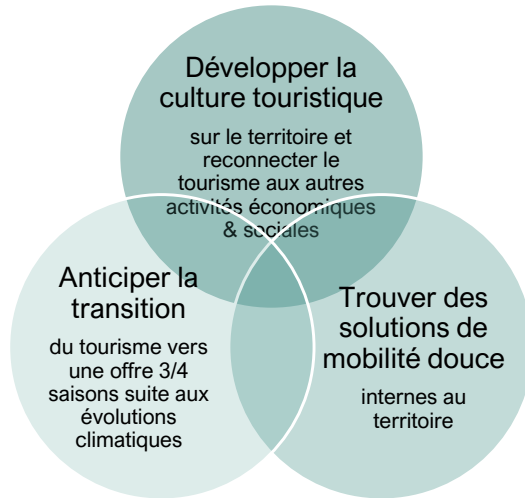


Stratégie de développement touristique de Hautes Terres Communauté

La stratégie de développement touristique de Hautes Terres Communauté, présentée ci-après, s'inscrit dans la suite de la définition du Projet de territoire de la collectivité, notamment le **chantier n°6 « Faire du tourisme une valeur ajoutée locale »**.

Plusieurs objectifs ont été définis dans le Projet de territoire, comme **l'élaboration de la stratégie locale avec un maximum d'acteurs locaux**.

Les défis enjeux ci-dessous ont été identifiés comme préalables à la construction de la stratégie de développement touristique.





Stratégie de développement touristique de Hautes Terres Communauté

A partir des enjeux, quatre défis ont été identifiés pour construire une nouvelle destination touristique :

1. Le premier consiste à porter **une vision élargie du tourisme comme levier d'amélioration du cadre de vie et de l'attractivité territoriale** : le développement touristique ne sert pas que le visiteur et doit servir l'habitant. Il doit aussi amener à un développement de l'attractivité territoriale, notamment vis-à-vis des potentiels porteurs de projet ou de nos futurs habitants.
2. Le second défi consiste à **transformer la notion d'accueil touristique à celle – plus large - d'hospitalité**, pour inclure sans distinction celles et ceux qui fréquentent, vivent ou se projettent sur notre territoire.
3. Le troisième défi identifié est la nécessité urgente d'**intégrer les enjeux du développement durable à toutes les actions menées** : la demande touristique étant de plus en plus exigeante sur ce point.
4. Le quatrième et dernier défi est celui de **la collaboration avec les acteurs locaux**. Le manque de lien entre la collectivité et les entrepreneurs touristiques du territoire est régulièrement cité. Il convient de consulter, concerter, partager, accompagner et informer davantage.

Porter une vision élargie du
tourisme comme levier
d'amélioration du cadre de
vie et de l'attractivité
territoriale

Élargir la notion d'accueil
touristique à celle
d'hospitalité,

pour inclure sans distinction celles et ceux
qui fréquentent, vivent ou se projettent sur
notre territoire

Intégrer les enjeux du
développement durable à
toutes nos actions

Associer le maximum
d'acteurs locaux aux
actions du projet touristique
local

(acteurs du tourisme, de l'agriculture et de
l'économie, responsables associatifs,
habitants, élus, agents...)



Stratégie de développement touristique

Le 9 décembre 2021, le **Conseil Communautaire a approuvé la stratégie de développement touristique pour la période 2022-2024.**

Ces orientations stratégiques permettent à au **Pôle « Tourisme » de Hautes Terres Communauté** et à **Hautes Terres Tourisme** de cadrer leurs actions.

Un plan d'action annuel découle de cette stratégie. Il est proposé au Conseil Communautaire et au Comité de Direction de l'Office de tourisme lors du vote du budget, au sein d'une « **annexe opérationnelle et financière** » à la Convention d'objectifs et de moyens pluriannuelle qui lie Hautes Terres Communauté et Hautes Terres Tourisme.

ACTIONS FONDATRICES

- A. Définir et déployer un positionnement marketing différenciant pour notre territoire
- B. Evaluer l'activité touristique et notre performance
- C. Gérer, utiliser et mutualiser la DATA territoriale

AXE N°1 : ACCOMPAGNER les acteurs locaux, élus et porteurs de projet vers la création d'un territoire touristique

- D. Tisser et resserrer les liens entre les acteurs locaux et la collectivité, et entre les acteurs locaux
- E. Développer une offre de services personnalisés pour les acteurs locaux et porteurs de projet touristiques
- F. Développer la culture touristique du territoire et construire une véritable destination touristique
- G. Accompagner vers la commercialisation

AXE N°2 : DEVELOPPER DE NOUVELLES PROPOSITIONS TOURISTIQUES entre innovation et authenticité

- H. Favoriser la rencontre entre innovation et authenticité
- I. Structurer une offre d'activités touristiques de pleine nature expérientielle 4 saisons en lien avec l'identité du territoire
- J. Placer au cœur de l'expérience du visiteur la découverte gastronomique, culturelle, patrimoniale et du bien-vivre
- K. Labéliser et mettre en réseau notre destination

AXE N°3 : ACCUEILLIR tous nos publics et viser l'excellence

- L. Définir une stratégie d'accueil multi-publics : résidents, visiteurs et futurs résidents
- M. Mieux diffuser l'information
- N. Développer des services spécifiques aux visiteurs
- O. Innover en matière d'organisation de l'accueil

AXE N°4 : PROMOUVOIR notre territoire auprès de nos publics-cibles

- P. Structurer les canaux d'acquisition, de transformation et de fidélisation - Développer notre audience
- Q. Définir et mettre en œuvre une stratégie de contenus multimédia et multi-canal
- R. Diffuser nos contenus par tous les moyens possibles

GOUVERNANCE

- S. Transformer Hautes Terres Tourisme en un véritable « Organisme de Gestion de la Destination »
- T. Intégrer le tourisme responsable dans la continuité de nos missions, par nos choix et notre fonctionnement interne
- U. Développer les liens et partenariats avec l'écosystème touristique du Cantal



Plan d'actions 2022 – état de réalisation des actions

Une annexe opérationnelle annuelle s'intègre dans la Convention pluriannuelle d'objectifs et de moyens conclue entre Hautes Terres Communauté et Hautes Terres Tourisme. Elle permet de définir de manière détaillée **les objectifs opérationnels confiés à l'Office de tourisme** par la collectivité pour l'année.

La section suivante propose **un bilan du plan d'action prévisionnel 2022** à travers l'état de réalisation des actions (« réalisée » vs « non-réalisée » ou « en cours de réalisation »).

Le détail des actions réalisées est développé dans les pages suivantes du présent rapport d'activité. Les actions non-réalisées sont reportées à 2024

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



Plan d'actions 2022 – état de réalisation des actions

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 (cafés des commerces, petits-déjeuners-débat, apéro-conférences, éductours, ...) – en lien avec l'Animatrice économique de HTC.	Initiée en 2022 et toujours en cours
13	Valoriser les circuits d'approvisionnement locaux auprès des entreprises touristiques (circuits-courts)	Non réalisée, prévue en 2025 (supports existants)
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 2024
19	Mettre en place une veille marketing, économique et juridique et la diffuser régulièrement auprès des acteurs touristiques – Action menée par l'Animatrice économique de HTC.	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



Plan d'actions 2022 – état de réalisation des actions

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) – en lien avec l'Animatrice économique de HTC.	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	Initiée en 2023 et toujours en cours
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)	Initiée en 2023 et toujours en cours
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	Initiée en 2023 et toujours en cours
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



Plan d'actions 2022 – état de réalisation des actions

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



Plan d'actions 2022 – état de réalisation des actions

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"	Initiée en 2022, adoption plan vélo en 2023 et toujours en cours
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



Plan d'actions 2022 – état de réalisation des actions

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, ...)	Initiée en 2023 et toujours en cours
71	Assurer la diffusion des plannings de chasse auprès des autres usagers des espaces naturels	Non réalisée, prévue en 2024
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



Plan d'actions 2022 – état de réalisation des actions

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



Organisation de Hautes Terres Tourisme

Collectivité de tutelle et financeur



Assemblée délibérante composée
d'élus de Hautes Terres Communauté
et de socio-professionnels

Comité de Direction de l'EPIC,
présidé par M. Gilles CHABRIER
et deux vice-présidents M. Philippe SARANT et M. Philippe LEBERICHEL
avec 28 membres titulaires, élus ou nommés,
dont 10 représentants des professionnels et 6 organismes partenaires

Equipe de techniciennes & de techniciens,
salarié.e.s de Hautes Terres Tourisme

Directeur de l'EPIC
+ une équipe de 11 salarié.e.s
répartie sur 5 sites

Position de l'EPIC – Office de tourisme

Acteurs locaux
du tourisme

nomme les représentants
élus (la majorité des
membres : 12 / 22)

désignent les
représentants socio-
pros par corporation
(10 membres / 22)

Conseil communautaire de Hautes Terres Communauté

Direction Générale des Services

Direction Générale Adjointe
« Ingénierie »

Pôle
« Développement »

Pôle
« Tourisme »

Stratégie et aménagements
touristiques

EPIC Office de tourisme

Comité de direction de
l'EPIC
(assemblée délibérante)

délibère sur l'ensemble du
fonctionnement de l'EPIC

M. Gilles CHABRIER, Président de l'EPIC Hautes Terres Tourisme, est aussi le Vice-président en charge du tourisme pour Hautes Terres Communauté.

Comme son élu référent, le directeur de l'EPIC a aussi une « double casquette » : il suit les dossiers « tourisme » portés par Hautes Terres Communauté et assure dans le même temps la gestion de l'Office de tourisme Hautes Terres Tourisme.

Cette organisation permet une meilleure **fluidité** dans les relations entre l'Office de tourisme et la collectivité, tout en **optimisant et mutualisant les compétences** des équipes en place.

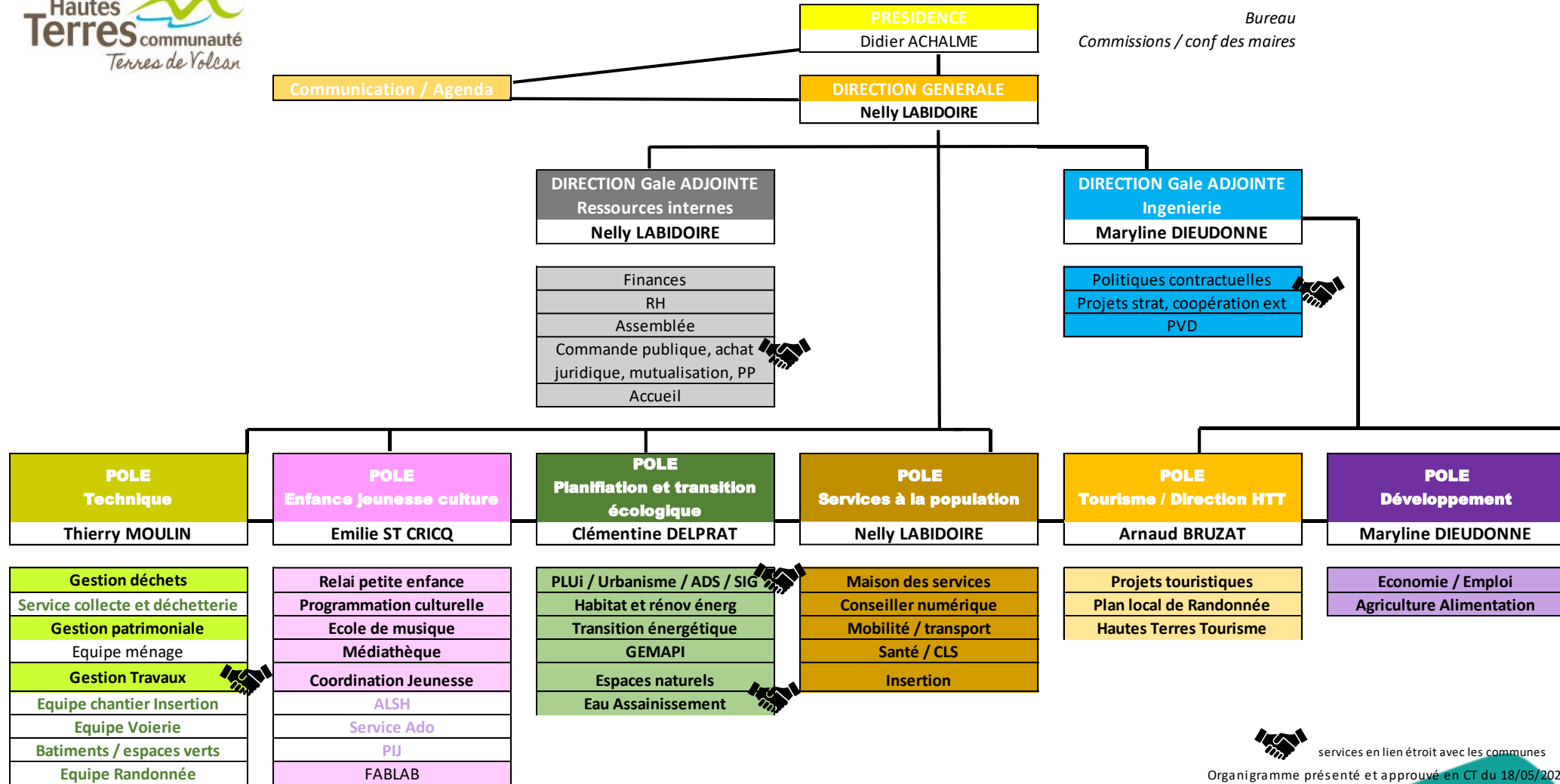


Position dans l'organisation générale de HTC

ORGANISATION DES SERVICES DE HAUTES TERRES AU 01 07 2023 - ORGANIGRAMME SIMPLIFIE



Conseil communautaire
Bureau
Commissions / conf des maires

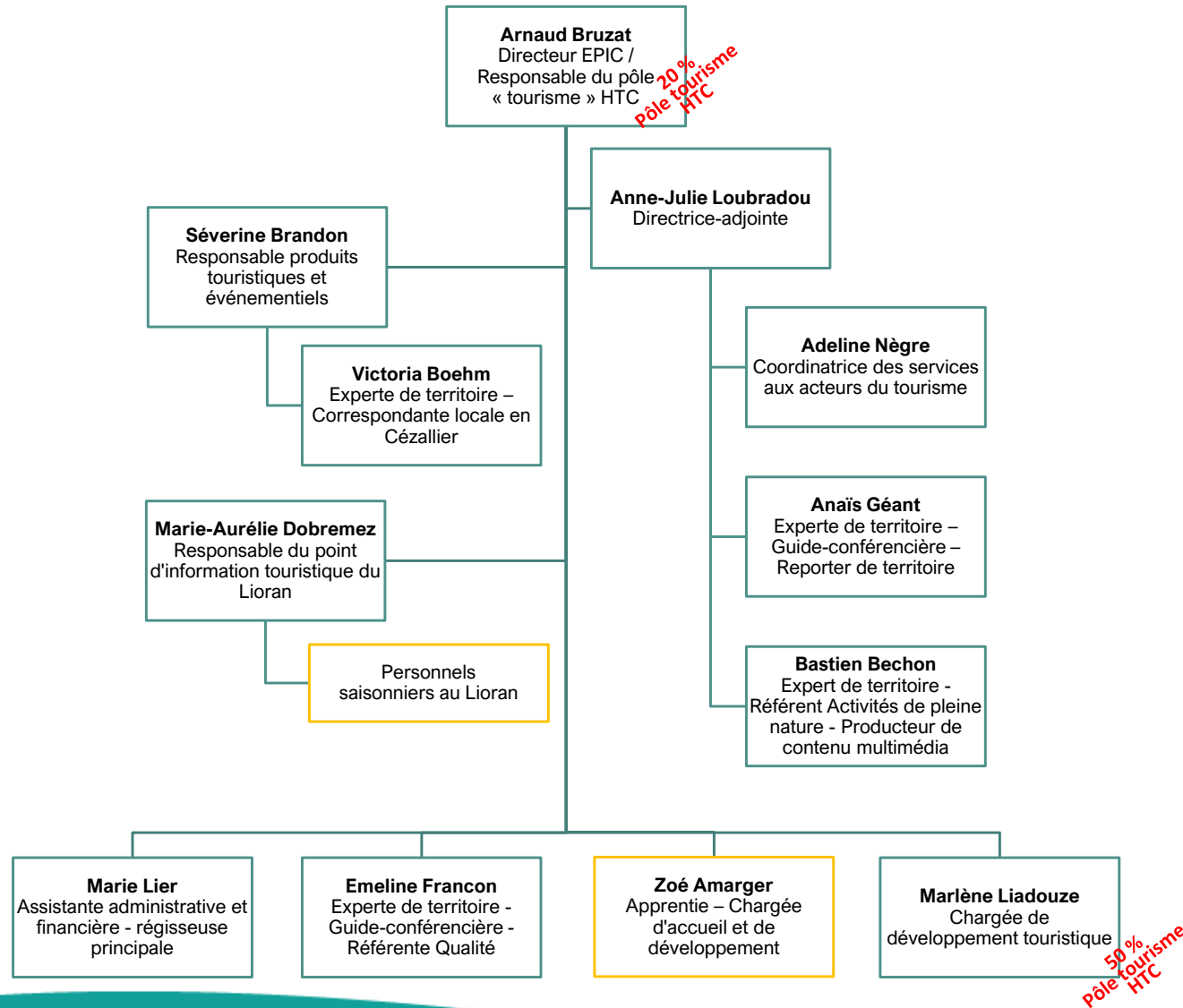


services en lien étroit avec les communes

Organigramme présenté et approuvé en CT du 18/05/2022



Organigramme hiérarchique



Légende :



Salariés / agents HTT



Service civique, apprenti ou saisonniers

*XX%
HTC*

Temps de travail* sur HTC
dans les conventions de mise à disposition
ou dans les fiches de poste
* réalisé 2023



Organisation du Pôle tourisme

Stratégie et
Aménagements
touristiques

Administra-
tion /
Services
généraux
EPIC

Promotion –
Communi-
cation

Commer-
cialisation –
Evènemen-
tiels

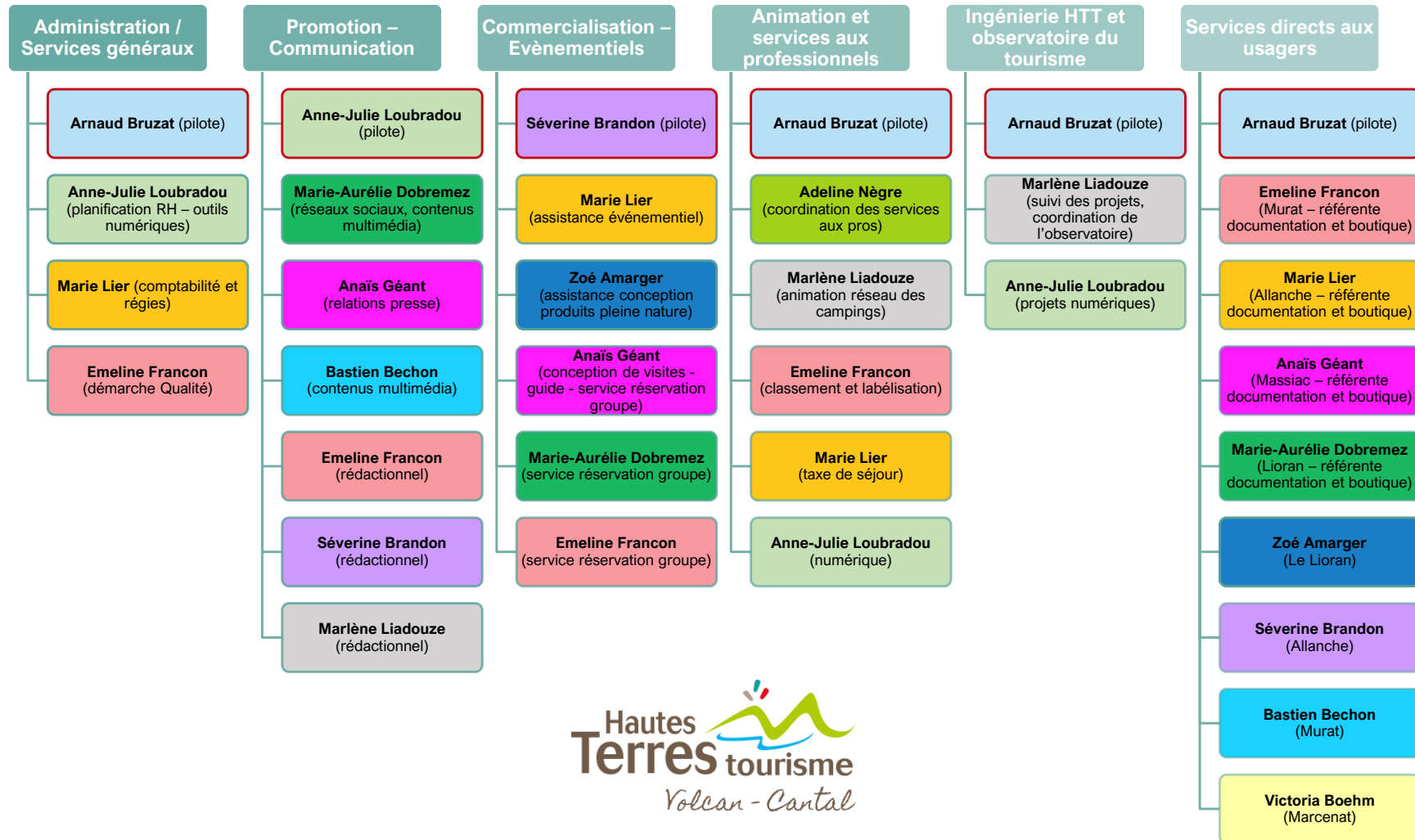
Animation
et services
aux profes-
sion-
nels

Ingénierie
HTT et
obser-
vatoire du
tourisme

Services
directs aux
usagers



Détail de l'organisation par service





ACCUEIL ET SERVICES AUX VISITEURS / HABITANTS

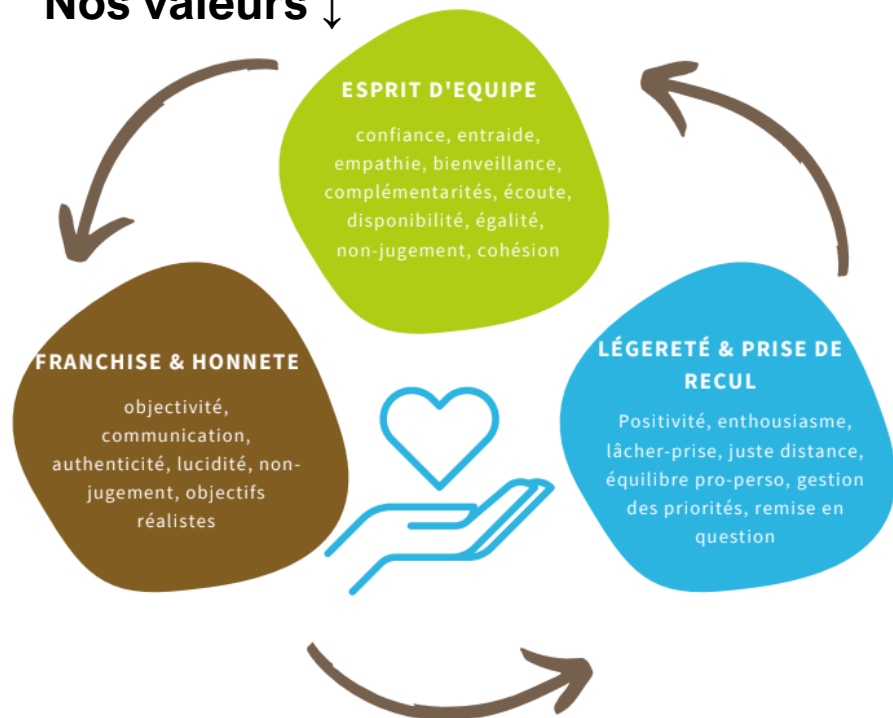


La formation des agents

▪ Formation collective HAPPYPERF (4 demi journées au printemps)

L'ensemble de l'équipe a participé à un atelier dirigé par Happyperf. Durant cette formation, l'équipe a établi son identité et les valeurs fondamentales qui la motivent. Cette démarche a permis de reconnaître la contribution de chaque membre, de renforcer l'unité et de préparer le terrain pour l'apprentissage des techniques de vente.

Nos valeurs ↓



Notre missions ↓





La rencontre avec les prestataires





L'heure du bilan

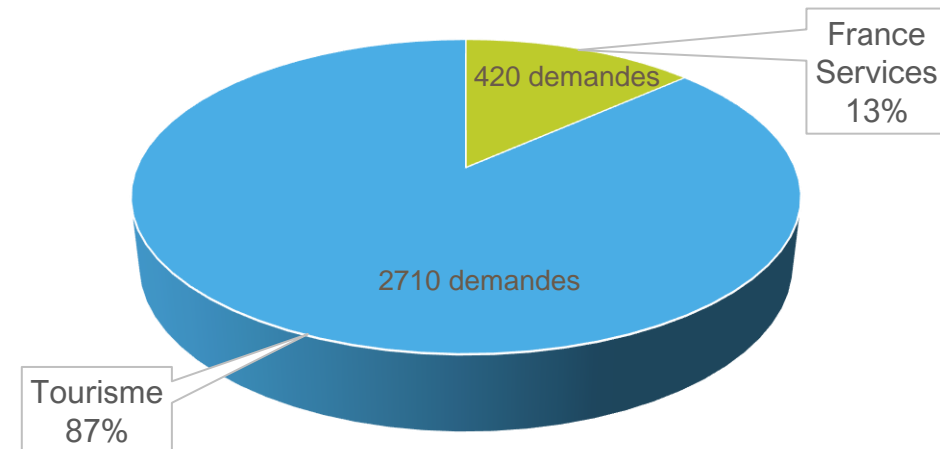
Hautes Terres Services & Découvertes – à Allanche

▪ Rappel des services proposés au sein du bâtiment

- l'accompagnement pour effectuer des démarches administratives
- des permanences d'organismes publics
- un espace informatique
- un espace d'accueil touristique
- un espace boutique
- la mise à disposition d'une table numérique d'immersion sur les sentiers de randonnée
- un espace scénographique valorisant le Cézallier



Répartition des actes d'accueil sur l'année Source AVIZI



Par téléphone ou en accueil physique, les demandes concernent très majoritairement le tourisme.

A noter que 29 % des demandes sont liées aux événementiels.



L'heure du bilan

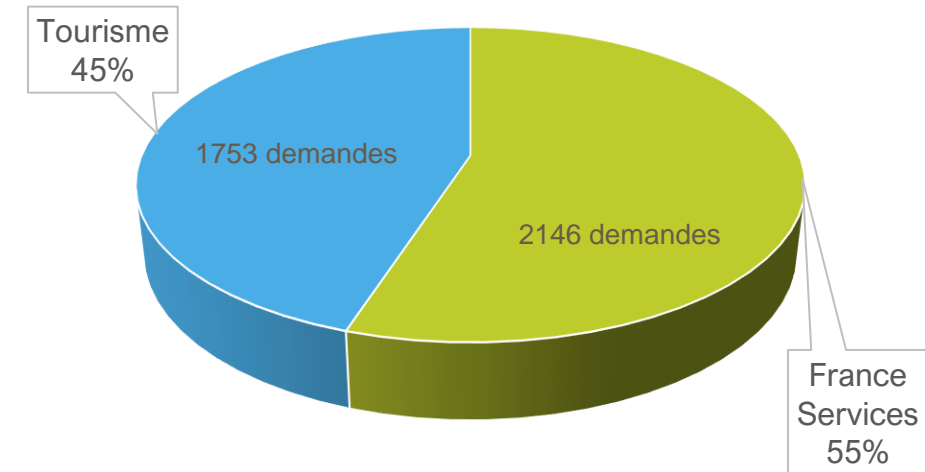
Hautes Terres Services & Découvertes – à Massiac

▪ Rappel des services proposés au sein du bâtiment

- l'accompagnement pour effectuer des démarches administratives
- des permanences d'organismes publics
- un espace informatique
- un espace d'accueil touristique
- un espace boutique
- la mise à disposition d'une table numérique d'immersion sur les sentiers de randonnée
- La présence d'organismes au sein du bâtiment: SIGAL, CRPF, syndicat des eaux de la Grangeoune



Répartition des actes d'accueil sur l'année *Source AVIZI*



Par téléphone ou en accueil physique, les demandes sont partagées entre tourisme et France services.



L'heure du bilan: la gestion du bureau du Lioran

	Heures d'ouverture	Jours d'ouverture	Heures de travail
2022	2408h	306 jours	3 871h
2023	1547h	212 jours	2212h15



Liste des salariés dédiés au bureau d'info:

- Marie-Aurélié DOBREMEZ, Responsable du bureau d'information (salariée permanente HTT)
- Katia SWIATKOWSKI, Zoé AMARGER (saisonniers hiver)
- Zoé AMARGER, Apprentie depuis juin 2023
- Thibaud LABIDOIRE (saisonnier été)





L'heure du bilan: la gestion du bureau du Lioran

- Mise en place d'une commission avec les acteurs de la station, 2 sessions en 2023

Ordres du jour

JANVIER

- Bilan 2022
- Horaires 2023
- Budget prévisionnel 2023

- 212 jours d'ouverture
- 1547 heures d'ouverture

9h-10h	Bureau ouvert et remontées mécaniques fonctionnelles
9h-17h	Bureau ouvert et fermeture des remontées mécaniques
Ferme	Bureau fermé
	Renforts saisonniers x 1
	Renforts saisonniers x 2

Janvier		Février		Mars		Avril		Mai		Juin		Juillet		Août		Septembre		Octobre		Novembre		Décembre	
1 D	9h-10h	1 M	9h-17h30	1 M	9h-10h	1 S	Ferme	1 L	10h-17h30	1 J	Ferme	1 S	10h-10h	1 M	10h-10h	1 V	10h-10h	1 D	Ferme	1 M	Ferme	1 V	Ferme
2 L	9h-17h30	2 J	9h-17h30	2 J	9h-10h	2 D	Ferme	2 M	Ferme	2 V	10h-17h30	2 D	10h-10h	2 M	10h-10h	2 S	10h-10h	2 L	Ferme	2 J	Ferme	2 S	Ferme
3 M	9h-17h30	3 V	9h-17h30	3 V	9h-10h	3 L	Ferme	3 M	Ferme	3 S	10h-17h30	3 L	10h-10h	3 J	10h-10h	3 D	10h-10h	3 M	Ferme	3 V	Ferme	3 D	Ferme
4 M	9h-17h30	4 S	9h-10h	4 S	9h-10h	4 M	Ferme	4 J	Ferme	4 D	10h-17h30	4 M	10h-10h	4 V	10h-10h	4 L	10h-10h	4 M	Ferme	4 S	Ferme	4 L	Ferme
5 J	9h-17h30	5 D	9h-10h	5 D	9h-10h	5 M	Ferme	5 V	Ferme	5 L	10h-17h30	5 M	10h-10h	5 S	10h-10h	5 M	10h-10h	5 J	Ferme	5 D	Ferme	5 M	Ferme
6 V	9h-17h30	6 L	9h-10h	6 L	9h-17h30	6 J	Ferme	6 S	10h-17h30	6 M	10h-17h30	6 J	10h-10h	6 D	10h-10h	6 M	10h-17h30	6 V	Ferme	6 L	Ferme	6 M	Ferme
7 S	9h-17h30	7 M	9h-10h	7 M	9h-17h30	7 V	Ferme	7 D	10h-17h30	7 M	10h-17h30	7 V	10h-10h	7 L	10h-10h	7 J	Ferme	7 S	Ferme	7 M	Ferme	7 J	Ferme
8 D	9h-17h30	8 M	9h-10h	8 M	9h-17h30	8 S	Ferme	8 L	10h-17h30	8 J	Ferme	8 S	10h-10h	8 M	10h-10h	8 V	10h-17h30	8 D	Ferme	8 M	Ferme	8 V	Ferme
9 L	9h-17h30	9 V	9h-10h	9 J	9h-17h30	9 D	Ferme	9 M	Ferme	9 V	10h-17h30	9 D	10h-10h	9 M	10h-10h	9 S	10h-17h30	9 L	Ferme	9 J	Ferme	9 S	9h-17h30
10 M	9h-17h30	10 V	9h-10h	10 V	9h-17h30	10 L	Ferme	10 M	Ferme	10 S	10h-17h30	10 L	10h-10h	10 J	10h-10h	10 D	10h-17h30	10 M	Ferme	10 V	Ferme	10 D	9h-17h30
11 M	9h-17h30	11 S	9h-10h	11 S	9h-17h30	11 M	Ferme	11 J	Ferme	11 D	10h-17h30	11 M	10h-10h	11 V	10h-10h	11 L	Ferme	11 M	Ferme	11 S	Ferme	11 L	Ferme
12 J	9h-17h30	12 D	9h-10h	12 D	9h-17h30	12 M	Ferme	12 V	Ferme	12 L	10h-17h30	12 M	10h-10h	12 S	10h-10h	12 M	Ferme	12 J	Ferme	12 D	Ferme	12 M	Ferme
13 V	9h-17h30	13 L	9h-10h	13 L	9h-17h30	13 J	Ferme	13 S	10h-17h30	13 M	10h-17h30	13 J	10h-10h	13 D	10h-10h	13 M	Ferme	13 V	Ferme	13 L	Ferme	13 M	Ferme
14 S	9h-17h30	14 M	9h-10h	14 M	9h-17h30	14 V	Ferme	14 D	10h-17h30	14 M	10h-17h30	14 V	10h-10h	14 L	10h-10h	14 J	Ferme	14 S	Ferme	14 M	Ferme	14 J	Ferme
15 D	9h-17h30	15 M	9h-10h	15 M	9h-17h30	15 S	Ferme	15 L	Ferme	15 J	Ferme	15 S	10h-10h	15 M	10h-10h	15 V	Ferme	15 D	Ferme	15 M	Ferme	15 V	9h-10h
16 L	9h-17h30	16 J	9h-10h	16 J	9h-17h30	16 D	Ferme	16 M	Ferme	16 V	10h-17h30	16 D	10h-10h	16 M	10h-10h	16 S	10h-17h30	16 L	Ferme	16 J	Ferme	16 S	9h-10h
17 M	9h-17h30	17 V	9h-10h	17 V	9h-17h30	17 L	Ferme	17 M	Ferme	17 S	10h-17h30	17 L	10h-10h	17 J	10h-10h	17 D	10h-17h30	17 M	Ferme	17 V	Ferme	17 D	9h-10h
18 M	9h-17h30	18 S	9h-10h	18 S	9h-17h30	18 M	Ferme	18 J	10h-17h30	18 D	10h-17h30	18 M	10h-10h	18 V	10h-10h	18 L	Ferme	18 M	Ferme	18 S	Ferme	18 L	9h-10h
19 J	9h-17h30	19 D	9h-10h	19 D	9h-17h30	19 M	Ferme	19 V	10h-17h30	19 L	10h-17h30	19 M	10h-10h	19 S	10h-10h	19 M	Ferme	19 J	Ferme	19 D	Ferme	19 M	9h-10h
20 V	9h-17h30	20 L	9h-10h	20 L	Ferme	20 J	Ferme	20 S	10h-17h30	20 M	10h-17h30	20 J	10h-10h	20 D	10h-10h	20 M	Ferme	20 V	Ferme	20 L	Ferme	20 M	9h-10h
21 S	9h-17h30	21 M	9h-10h	21 M	Ferme	21 V	Ferme	21 D	10h-17h30	21 M	10h-17h30	21 V	10h-10h	21 L	10h-10h	21 J	Ferme	21 S	Ferme	21 M	Ferme	21 J	9h-10h
22 D	9h-17h30	22 M	9h-10h	22 M	Ferme	22 S	Ferme	22 L	Ferme	22 J	Ferme	22 S	10h-10h	22 M	10h-10h	22 V	Ferme	22 D	Ferme	22 M	Ferme	22 V	9h-10h
23 L	9h-17h30	23 J	9h-10h	23 J	Ferme	23 D	Ferme	23 M	Ferme	23 V	10h-17h30	23 D	10h-10h	23 M	10h-10h	23 S	10h-17h30	23 L	Ferme	23 J	Ferme	23 S	9h-10h
24 M	9h-17h30	24 V	9h-10h	24 V	Ferme	24 L	Ferme	24 M	Ferme	24 S	10h-17h30	24 L	10h-10h	24 J	10h-10h	24 D	10h-17h30	24 M	Ferme	24 V	Ferme	24 D	9h-10h
25 M	9h-17h30	25 S	9h-10h	25 S	Ferme	25 M	Ferme	25 J	Ferme	25 D	10h-17h30	25 M	10h-10h	25 V	10h-10h	25 L	Ferme	25 M	Ferme	25 S	Ferme	25 L	9h-10h
26 J	9h-17h30	26 D	9h-10h	26 D	Ferme	26 M	Ferme	26 V	Ferme	26 L	10h-17h30	26 M	10h-10h	26 S	10h-10h	26 M	Ferme	26 J	Ferme	26 D	Ferme	26 M	9h-10h
27 V	9h-17h30	27 L	9h-10h	27 L	Ferme	27 J	Ferme	27 S	10h-17h30	27 M	10h-17h30	27 J	10h-10h	27 D	10h-10h	27 M	Ferme	27 V	Ferme	27 L	Ferme	27 M	9h-10h
28 S	9h-17h30	28 M	9h-10h	28 M	Ferme	28 V	Ferme	28 D	10h-17h30	28 M	10h-17h30	28 V	10h-10h	28 L	10h-10h	28 J	Ferme	28 S	Ferme	28 M	Ferme	28 J	9h-10h
29 D	9h-17h30			29 M	Ferme	29 S	10h-17h30	29 L	10h-17h30	29 J	Ferme	29 S	10h-10h	29 M	10h-10h	29 V	Ferme	29 D	Ferme	29 M	Ferme	29 V	9h-10h
30 L	9h-17h30			30 J	Ferme	30 D	10h-17h30	30 M	Ferme	30 V	10h-17h30	30 D	10h-10h	30 M	10h-10h	30 S	Ferme	30 L	Ferme	30 J	Ferme	30 V	9h-10h
31 M	9h-17h30			31 V	Ferme			31 M	Ferme			31 L	10h-10h	31 J	10h-10h			31 M	Ferme			31 D	9h-10h



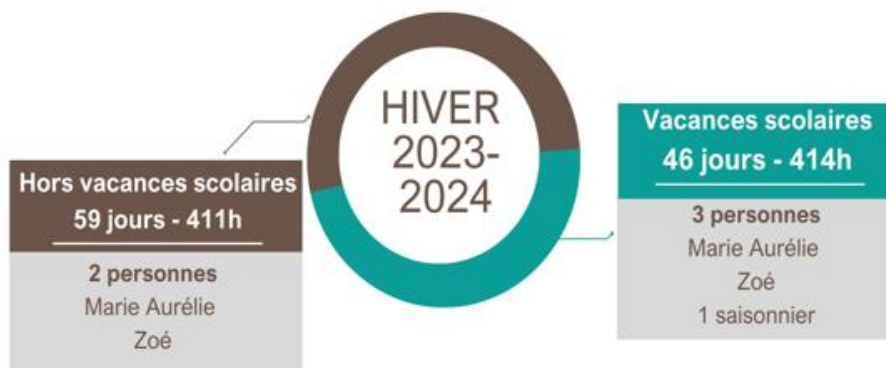
L'heure du bilan: la gestion du bureau du Lioran

- Mise en place d'une commission avec les acteurs de la station, 2 sessions en 2023

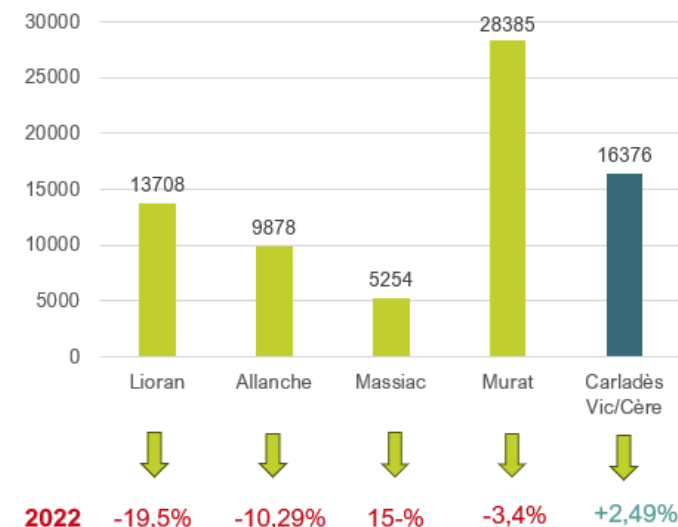
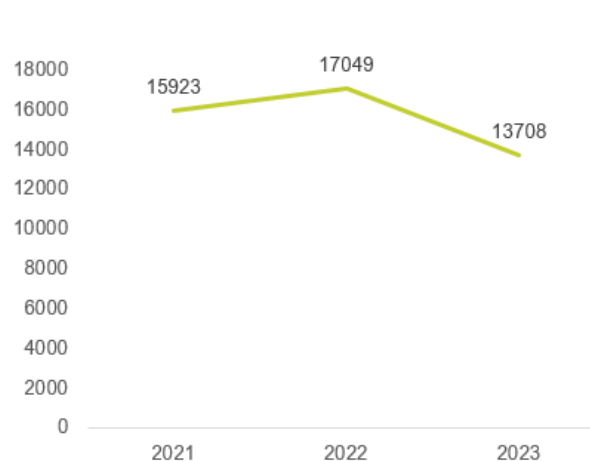
Ordres du jour

OCTOBRE

- Bilan saison printemps/été 2023 du Bureau
- Organisation hiver 2023-2024



- Du 1^{er} mai au 24 septembre 2023, le bureau d'information a accueilli 13 708 personnes, soit une baisse de **19,5%** par rapport à 2022 et **- 13,9%** par rapport à 2021.





L'heure du bilan: la gestion du bureau du Lioran

La mise en place de panneaux saisonniers affichés à l'extérieur du point d'information du Lioran :

- un en été
- un en hiver

Objectifs :

- informer sur les événements phares sur la station et en vallées,
- indiquer les solutions de mobilités,
- faire la promotion de l'agenda des animations
- booster la billetterie de Hautes Terres Tourisme

Les panneaux sont renouvelés chaque année.



■ Quelle utilisation et acquisition en 2023 ?

Gestion de la demande « visiteurs »

- 3 584 mails traités
- 307 courriers traités
- 16 959 demandes traitées en direct (face à face)
- 191 demandes enregistrées via les Api (formulaire de contacts en ligne)

Commande de brochures – Diffusion des offres

- 519 cartes d'activités pleine nature *Massif Cantalien* envoyées via Avizi (mail-courrier)
- 533 cartes touristiques *Massif Cantalien* envoyées via Avizi (mail-courrier)
- 231 plans de villes *Murat-Allanche-Massiac* envoyés via Avizi (mail-courrier)
- 118 601 fiches Apidae = **118 601 offres touristiques** émanant de notre Base de Données ont été envoyées et/ou imprimées en réponse à des demandes / Dont 55% d'offres évènements-animations et 30% d'offres hébergements

Acquisition de la Data Clients

- 5 715 contacts collectés
- 473 mails collectés en opt-in à des fins d'Emailing via nos bureaux d'information

Avizi c'est aussi un outil qui nous permet :

- De concevoir et d'envoyer nos campagnes d'Emailing (mail et/ou SMS)
- De mesurer le profil de nos visiteurs, leurs demandes et leurs comportements
- De diffuser des offres touristiques via un système d'accueil personnalisé
- De collecter et de retranscrire les disponibilités de nos hébergeurs
- De concevoir et d'envoyer des enquêtes



Rappel



La gestion de la relation client a été repensée à l'échelle départementale au printemps 2022 avec l'acquisition de la solution de CRM* Avizi.
*Customer Relationship Management (outil GRC)



L'heure du bilan: **welogin**

♦ 26 partenaires ont intégrés leurs offres sur la billetterie en ligne

Activités nature (Ecole vtt, Fédération de pêche, Département ENS, Parc, accompagnateurs montagne, SMDTEC, Rando Cantal, : 8

Artisans / Producteurs : 10

Spectacle / concerts, Atelier chants : 4

Activités autour de l'eau / Bien-être : 3

Atelier cuisine : 1

Hautes Terres Tourisme prend une commission de 10%

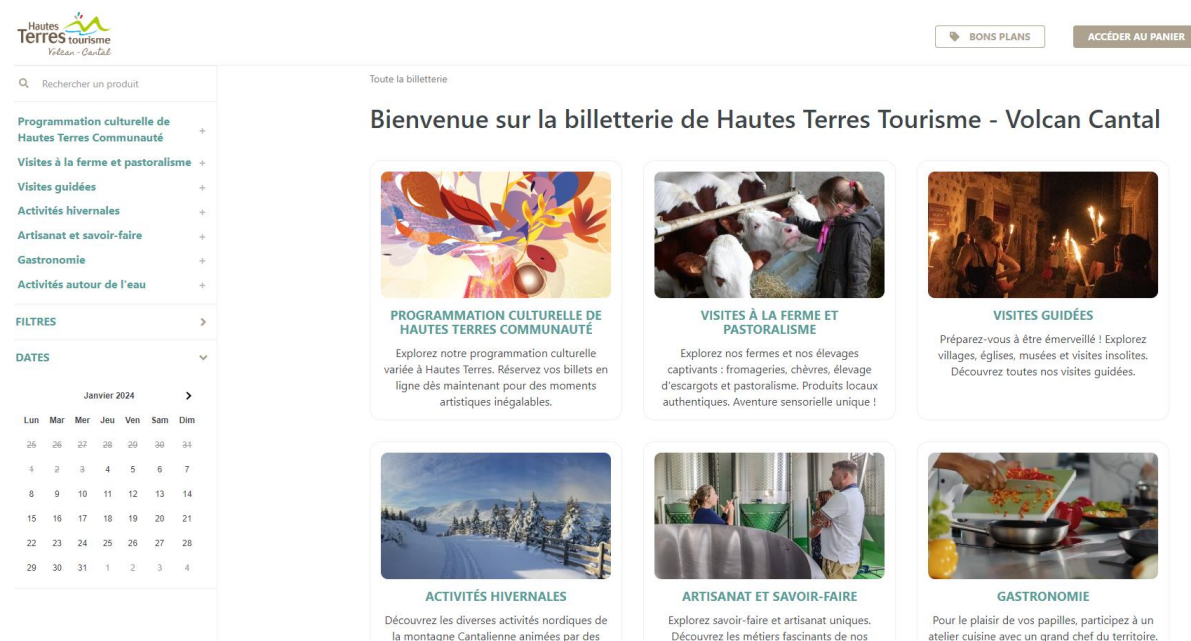
♦ Produits partagés avec le Carladès.



En 2023, Hautes Terres Tourisme et Carladès tourisme se sont partagés l'accès à certains produits de leur billetterie. C'est comme cela que Carladès Tourisme a pu vendre des visites guidées de Murat et inversement.

Carladès tourisme a partagé **20 produits en billetterie** à Hautes Terres Tourisme en vente uniquement au comptoir. Hautes Terres Tourisme a vendu pour **307,00€TTC**.

Hautes Terres Tourisme a partagé 12 produits en billetterie au Carladès qui a vendu pour **24,00€TTC**.



The screenshot shows the website interface for Hautes Terres Tourisme. At the top left is the logo. Below it is a search bar with the text 'Rechercher un produit'. A navigation menu on the left lists categories: 'Programmation culturelle de Hautes Terres Communauté', 'Visites à la ferme et pastoralisme', 'Visites guidées', 'Activités hivernales', 'Artisanat et savoir-faire', 'Gastronomie', and 'Activités autour de l'eau'. Below the menu is a 'DATES' section with a calendar for 'Janvier 2024'. The main content area is titled 'Bienvenue sur la billetterie de Hautes Terres Tourisme - Volcan Cantal' and features a grid of six activity cards. Each card has an image, a title, and a short description.

Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
26	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	1	2	3	4

PROGRAMMATION CULTURELLE DE HAUTES TERRES COMMUNAUTÉ
Explorez notre programmation culturelle variée à Hautes Terres. Réservez vos billets en ligne dès maintenant pour des moments artistiques inégalables.

VISITES À LA FERME ET PASTORALISME
Explorez nos fermes et nos élevages captivants : fromageries, chèvres, élevage d'escargots et pastoralisme. Produits locaux authentiques. Aventure sensorielle unique !

VISITES GUIDÉES
Préparez-vous à être émerveillé ! Explorez villages, églises, musées et visites insolites. Découvrez toutes nos visites guidées.

ACTIVITÉS HIVERNALES
Découvrez les diverses activités nordiques de la montagne Cantalienne animées par des

ARTISANAT ET SAVOIR-FAIRE
Explorez savoir-faire et artisanat uniques. Découvrez les métiers fascinants de nos

GASTRONOMIE
Pour le plaisir de vos papilles, participez à un atelier cuisine avec un grand chef du territoire.

Fréquentation des points d'information

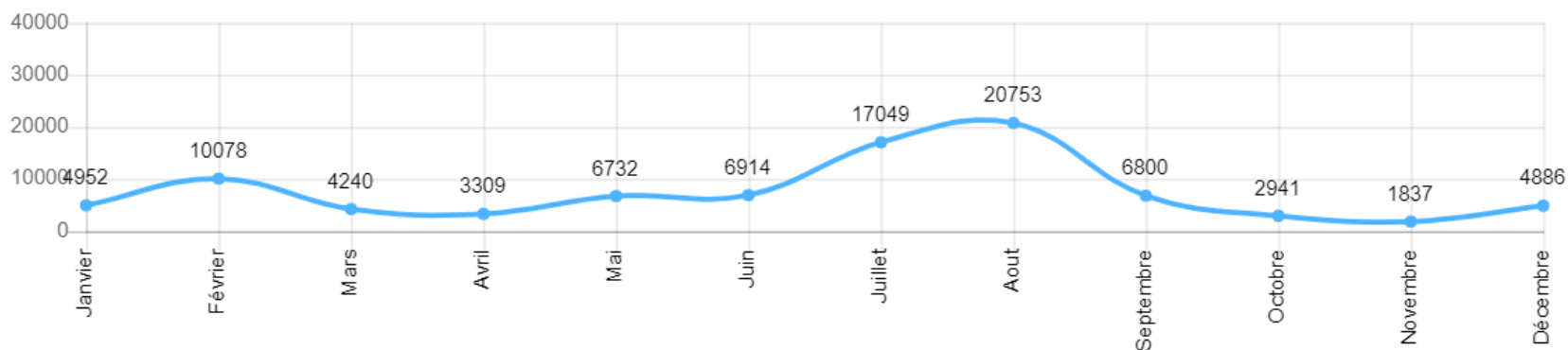
Sur l'année 2023, tous bureaux confondus, Hautes Terres Tourisme comptabilise **90 362 passages** sur les bornes de comptage installées à l'entrée des bureaux, une fréquentation qui a baissé de **- 5,5 % par rapport à 2022** (95 658 en 2022 et 80 528 en 2021).

On observe des **données en hausse sur les vacances de février, les ailes de saison sont légèrement en baisse et sur la période estivale la fréquentation est stable voir en baisse.**

On note une forte hausse en février avec +47% par rapport à 2022, des mois de mai- juin qui, cumulés, perdent 7,5% de fréquentation tout comme le mois de septembre qui perd 10% de fréquentation. Les mois de juillet et août sont en baisse avec respectivement -4,8% et -15 %.

Le mois d'octobre note la plus forte baisse de fréquentation avec -32,5% de fréquentation. Les mois d'octobre et novembre restent les moins fréquentés 2941 et 1837 passages (chiffres en baisse par rapport à 2022).

Sur la saison hivernale, **la fréquentation des bureaux de Murat et du Lioran est en baisse sur décembre, avec une baisse de - 12,8 %.** En février on note une **hausse de 47,7% sur le bureau de Lioran et une baisse de 7,9% sur celui de Murat.**



90 362 passages en 2023

dans l'ensemble des bureaux

- 5,5 % par rapport à 2022 (+13% vs 2021 et -17% vs 2019.)

41,8 % de la fréquentation concentrée sur juillet et août

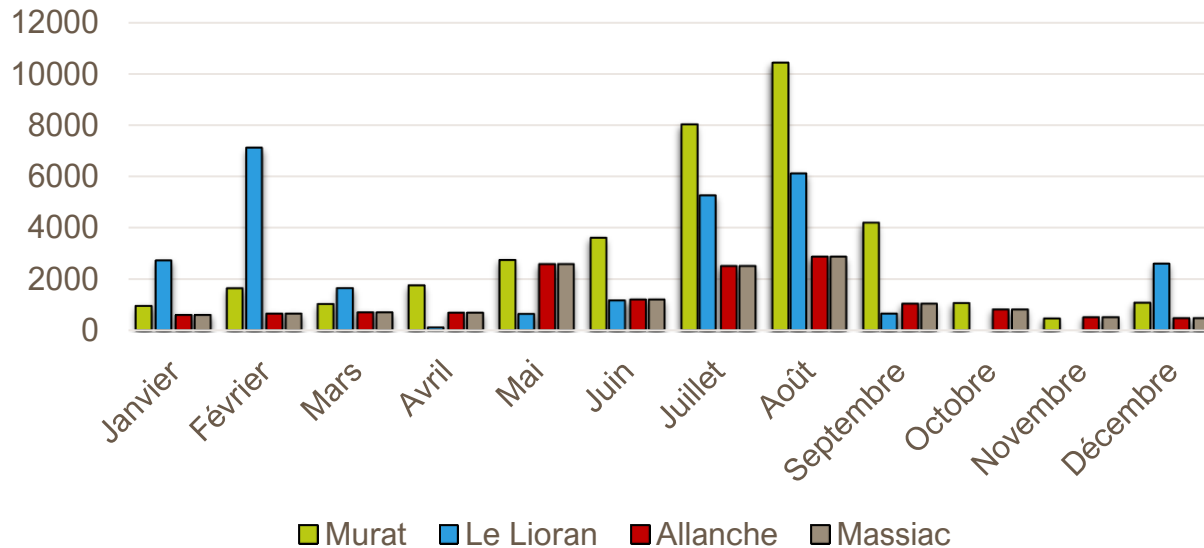
les mois d'hiver (de déc. à mars) représentent 26,7 % de la fréquentation

Fréquentation des points d'information

Sur la période hivernale, le bureau de tourisme du Lioran comptabilise le plus de passages, sur décembre, janvier et février, on cumule 12 364 passages soit 44,3% de sa fréquentation annuelle, une hausse de 17% vs 2022, +13% vs 2021 et -17% vs 2019.

Par ailleurs, tout bureau confondu, c'est sur le bureau de Murat que l'on enregistre le plus de passage.

Fréquentation par bureau d'information par mois - 2023



Nombre d'entrées par mois - 2023	Bureau de Murat	Bureau du Lioran	Bureau d'Allanche	Bureau de Massiac	TOTAUX
Janvier	942	2705	601	704	4952
Février	1636	7081	651	710	10078
Mars	1024	1638	693	885	4240
Avril	1741	116 2j ouverts	686	766	3309
Mai	2736	634	2572	790	6732
Juin	3598	1155	1191	970	6914
Juillet	7997	5223	2497	1332	17049
Août	10403	6073	2854	1423	20753
Septembre	4185	646	1028	941	6800
Octobre	1064	fermé	804	1023	2891
Novembre	459	fermé	515	784	1758
Décembre	1070	2578	475	763	4886
TOTAUX	36855	27849	14567	11091	90362
MOYENNE PAR MOIS	3071	2321	1214	924	7530

En vert, le chiffre le plus haut de la colonne ; en rouge, le chiffre le plus bas de la colonne.

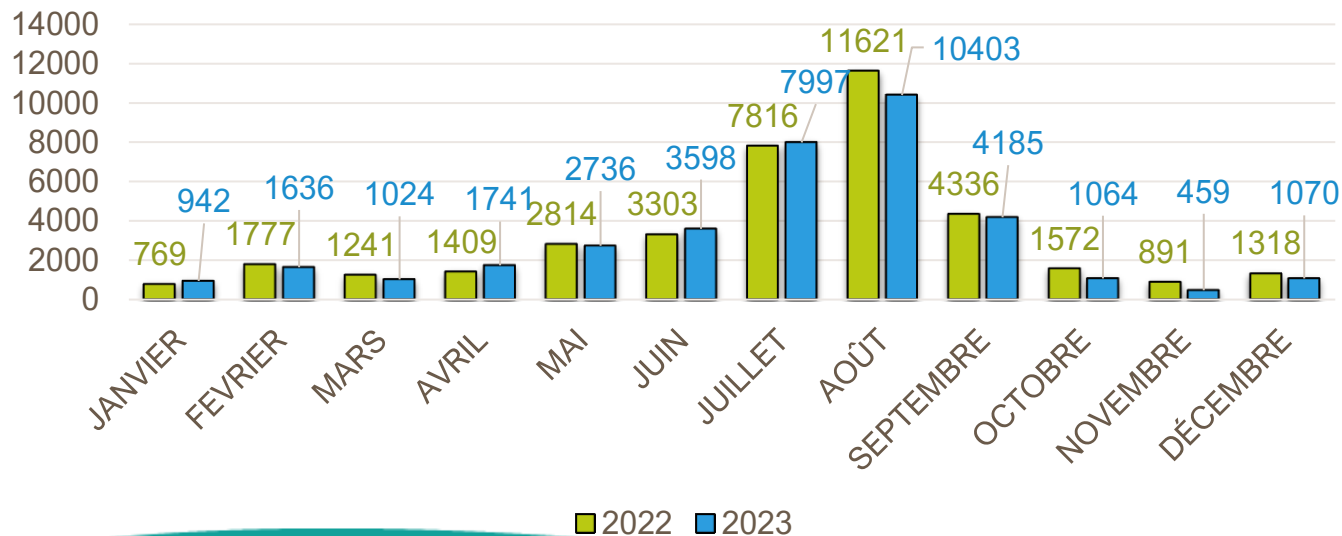
Fréquentation du bureau de Murat

Globalement sur l'année 2023, on note **une baisse de fréquentation de - 5 %** face à l'année précédente, passant de 38 867 passages en 2022 à 36 855 en 2023 (une donnée qui reste en hausse par rapport à 2021). Sur l'année, **le nombre de passage à Murat représente 40,7% de la fréquentation totale des bureaux**. Les **pics de fréquentation** sont recensés sur les mois de **juillet** et **août** avec respectivement 7 997 passages et 10 403 passages en août, une fréquentation stable pour juillet mais une baisse de 10 % sur août par rapport à l'année 2022.

Concernant les ailes de saison, **sur le printemps, cumulée d'avril à juin, la fréquentation est légèrement en hausse**. En **automne, la fréquentation est stable sur septembre**, qui a bénéficié d'une météo très favorable et notamment le jour de la fête des Cornets qui a connu à nouveau en franc succès, par contre **en baisse sur octobre**, il faut rappeler que la 2^e quinzaine d'octobre a cumulé de nombreuses précipitations et que la travaux de la place de l'hôtel de ville ont également beaucoup gêné l'accès au centre-ville et au bureau de tourisme sur octobre et la vacances de la toussaint.

La fréquentation sur les **vacances d'hiver a quant à elle était stable** par rapport à 2022 mais toujours en dessous des chiffres de fréquentation récoltés sur les ailes de saison.

Evolution de la fréquentation Bureau de Murat



36 855 passages en 2023

dans le bureau de Murat

- 5 % par rapport à 2022 (+9,7% vs 2021, -8,8% vs 2019)

40,7 % de la fréquentation

de l'ensemble des bureaux Hautes Terres Tourisme

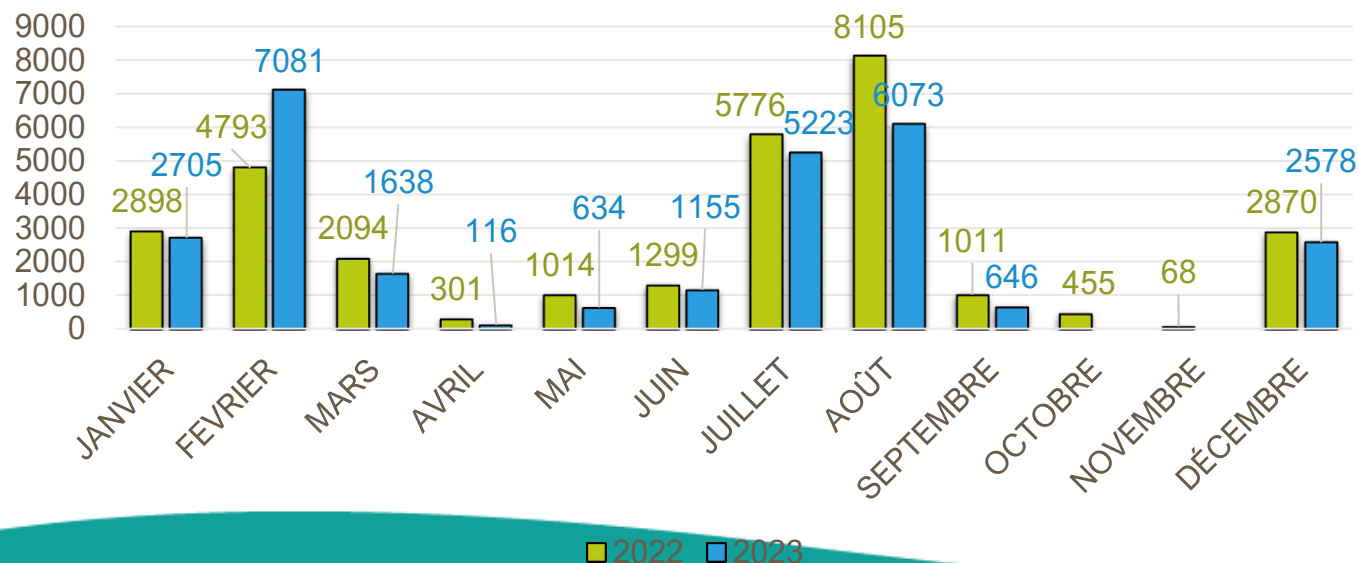
Fréquentation du bureau du Lioran

Le bureau d'accueil du Lioran enregistre cette année son pic de fréquentation durant les vacances d'hiver avec 7081 passages comptabilisés en février, une hausse de 47% par rapport à 2022. Ensuite, c'est en juillet et août que l'on note la fréquentation la plus importante avec 5223 et 6073 passages, des données en baisse, qui s'expliquent notamment par une météo capricieuse qui n'a pas toujours permis l'ouverture des infrastructures sur la station.

Par ailleurs, la baisse de fréquentation sur les ailes de saison, -27% au printemps et -58% à l'automne, est à corréliser avec les choix pris quant à la baisse de l'amplitude d'ouverture du bureau. Pour rappel, en 2023 le bureau était fermé en avril, octobre et novembre, ouvert seulement les ponts en mai et les 10 premiers jours de septembre ainsi que les week-ends.

Sur la fréquentation globale annuelle, le bureau du Lioran est en baisse avec 27 849 passages enregistrés soit une baisse de - 9 % par rapport à 2022. Sur l'année, le nombre de passage au Lioran représente 30,8% de la fréquentation totale des bureaux, il est le 2^e bureau le plus fréquenté.

Evolution de la fréquentation Bureau du Lioran



27 849 passages en 2023

dans le bureau du Lioran

- **9 %** par rapport à 2022 (-8% vs 2021, -33% vs 2019)

30,8 % de la fréquentation

de l'ensemble des bureaux Hautes Terres Tourisme

Fréquentation du bureau d'Allanche

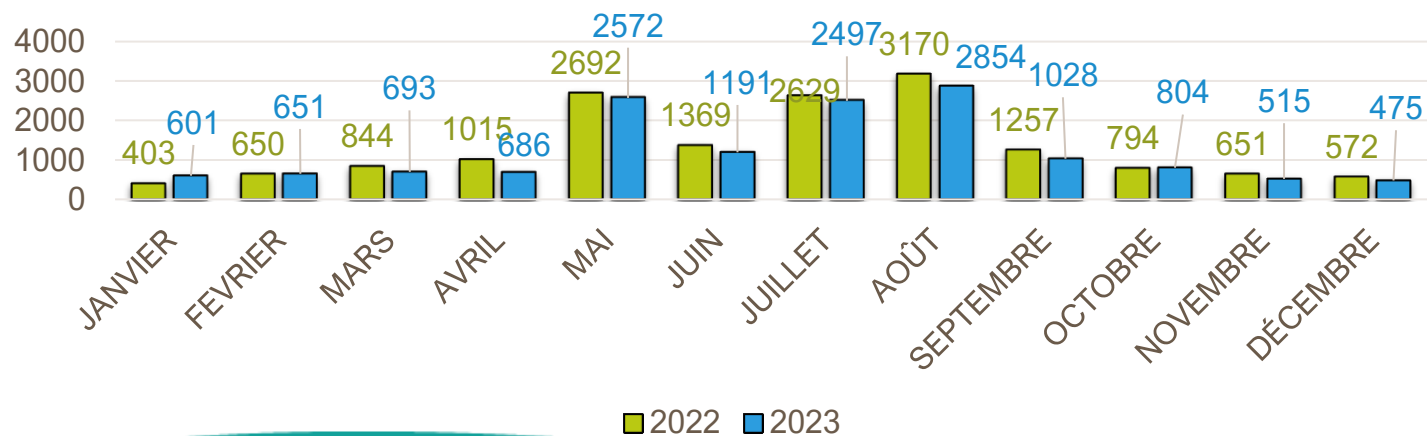
Sur la fréquentation globale annuelle, le **bureau d'Allanche enregistre 14 567 passages** soit une baisse de – 9 % par rapport à 2022. Il est à noter qu'en 2022 a eu lieu le déménagement du bureau dans le nouveau bâtiment qui avait beaucoup suscité la curiosité et ainsi engendré une fréquentation importante.

Sur le bureau d'accueil d'Allanche, on note également **une fréquentation plus élevée sur les mois de juillet et août** avec 2 497 et 2 854 passages comptabilisés, une fréquentation en baisse par rapport à 2022.

C'est également **en mai que le bureau enregistre la fréquentation la plus importante** avec 2572 passages due à la Fête de l'Estive et toute la semaine d'activités dédiées qui la précède.

Sur les ailes de saison on note une baisse de fréquentation qui semble assez générale sur le territoire. Sur l'année, le nombre de passage à Allanche représente **16% de la fréquentation totale des bureaux**.

Evolution de la fréquentation Bureau d'Allanche – Hautes Terres Services et Découvertes



14 567 passages en 2023

dans le bureau d'Allanche

- 9 % par rapport à 2022 (+36% vs 2021, +17,8% vs 2019)

16 % de la fréquentation

de l'ensemble des bureaux Hautes Terres Tourisme

Fréquentation du bureau de Massiac

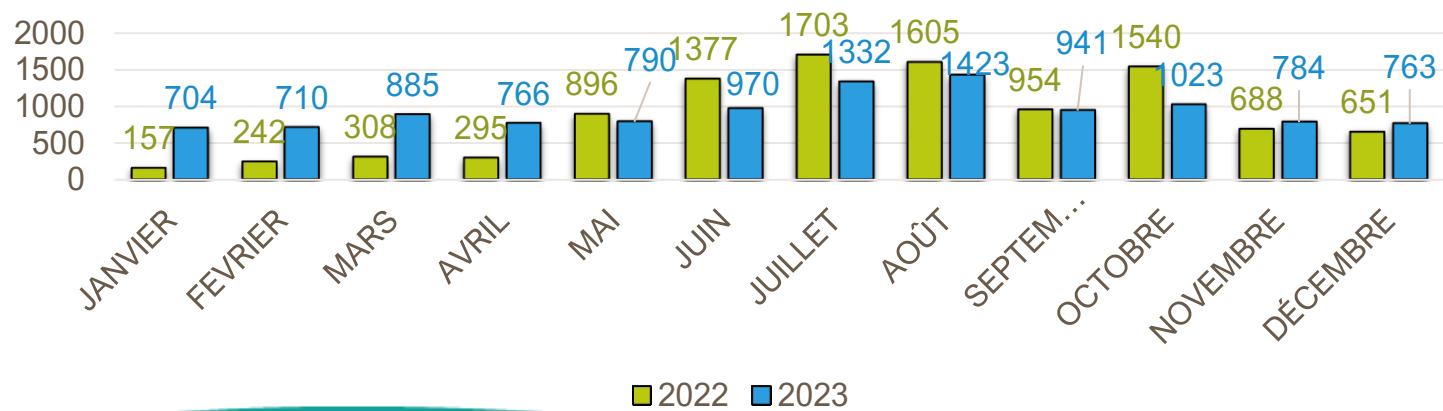
Sur la fréquentation globale annuelle, **le bureau de Massiac enregistre 11091 passages soit une hausse de + 6% par rapport à 2022.**

Sur le bureau d'accueil de Massiac et davantage que sur les autres, **on peut noter une certaine stabilité en terme de fréquentation sur l'année** qui s'explique par un public régulier avec des demandes France Services (accompagnement administratif, etc). On note un pic de fréquentation sur la période estivale mais avec des chiffres de fréquentation moins importants que sur les 3 autres sites avec 1 332 et 1 423 passages en juillet et août. Une fréquentation en baisse par rapport à 2022.

On note une forte hausse en saison hivernale avec des données qui ont triplés face à 2022 et une fin d'année en hausse également sur novembre, décembre avec + 15,5%, une donnée qui peut s'expliquer par l'effort fait sur le bureau pour mettre en valeur sa vitrine et ainsi les produits en boutique, d'ailleurs sur ces mois le CA a été multiplié par 2,5 par rapport à 2022.

Sur l'année, le nombre de passage à **Massiac représente 12,2 % de la fréquentation totale des bureaux.**

Evolution de la fréquentation Bureau de Massiac – Hautes Terres Services et Découvertes



11 091 passages en 2023

dans le bureau de Massiac

+ 6 % par rapport à 2022 (chiffres x2 vs 2021, -23% vs 2019)

12,2 % de la fréquentation

de l'ensemble des bureaux Hautes Terres Tourisme

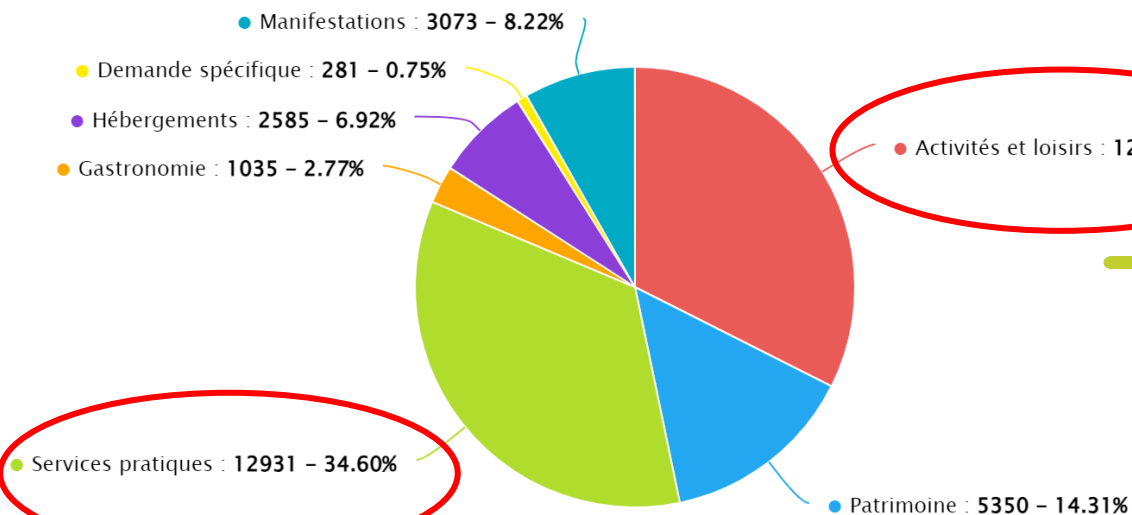
Typologie des demandes de visiteurs

L'outil de gestion de la relation client AVIZI (déployé en mai 2022), permet de **comptabiliser chaque acte d'accueil** réalisé par les membres de l'équipe présents dans les bureaux de tourisme. **Ces actes d'accueil sont qualifiés** comme des demandes et une demande peut comptabiliser plusieurs personnes puisque l'objectif de la part de l'agent d'accueil est d'indiquer le nombre de personnes présentes lors de l'acte d'accueil. Un couple venant demander des informations sur des hôtels, compte pour 1 demande et 2 personnes.

En 2023, sur l'ensemble des bureaux nous avons enregistré **27 743 actes d'accueil (physique, mail, téléphone, messenger)**.

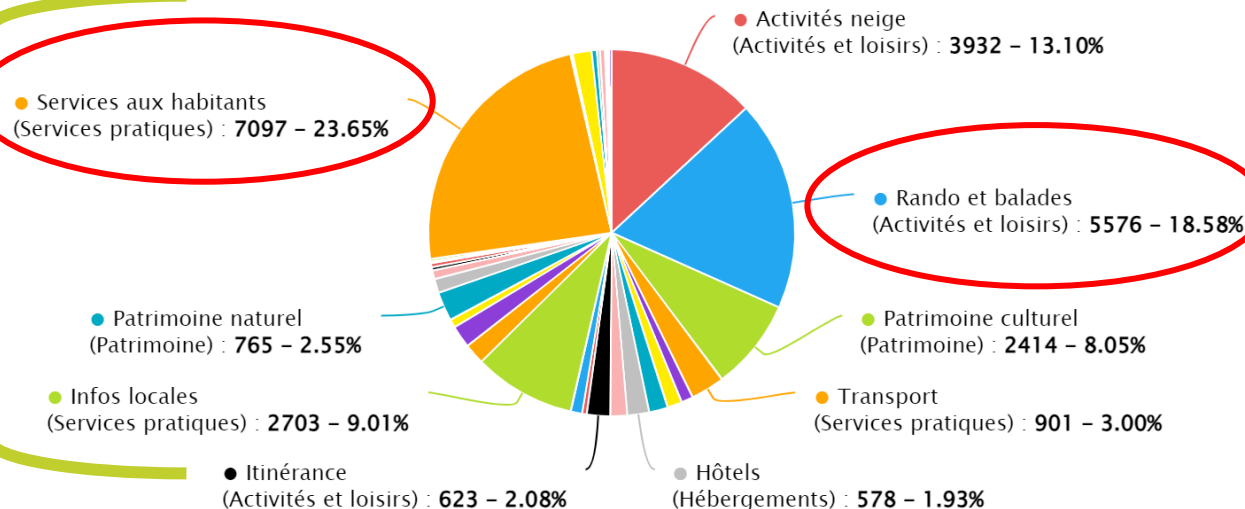
Thématique

Source : HAUTES TERRES TOURISME – Volcan Cantal (Tous les points d'accueil) du 01/01/2023 au 31/12/2023
Données : nombre de demandes



Sous thématiques

Source : HAUTES TERRES TOURISME – Volcan Cantal (Tous les points d'accueil) du 01/01/2023 au 31/12/2023
Données : nombre de demandes



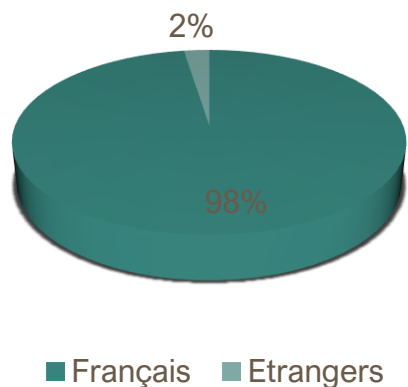


Origine des visiteurs

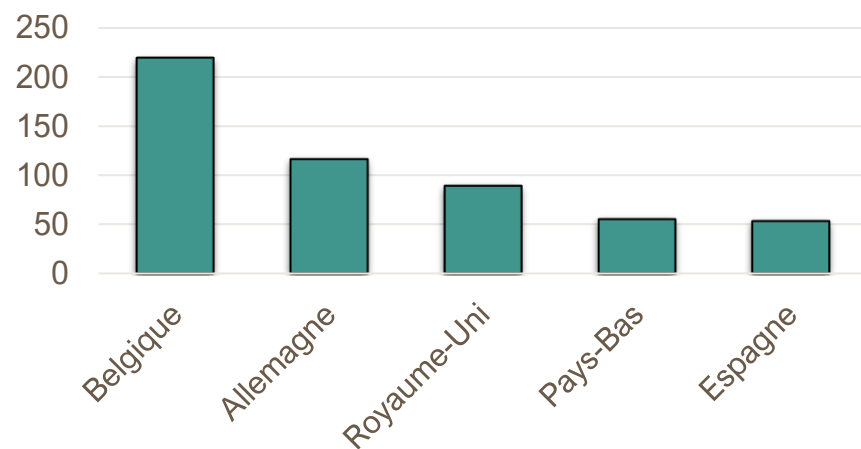
La **clientèle étrangère représente seulement 2 %** des actes d'accueil enregistrés. Au sein de nos visiteurs français, 1 sur 5 est originaire du Cantal ou du Puy-de-Dôme : la **part de la clientèle « de proximité » est importante** (baisse de 1% vs 2022). Cette baisse résulte d'un manque d'actions à destination du public étranger.

La **Loire-Atlantique, la Gironde, le Rhône, l'Aveyron, l'Ille et Vilaine, la Haute-Vienne, l'Hérault, le Maine-et-Loire et Paris** sont les principaux départements d'origine des visiteurs français « plus lointains ».

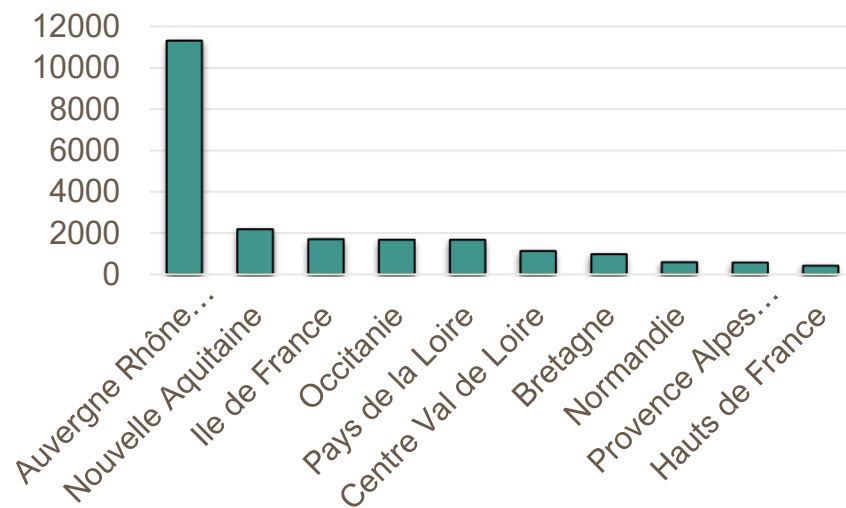
Répartition visiteurs Français et étrangers



[TOP 5] Provenance des visiteurs étrangers



[TOP 10] Provenance des visiteurs français



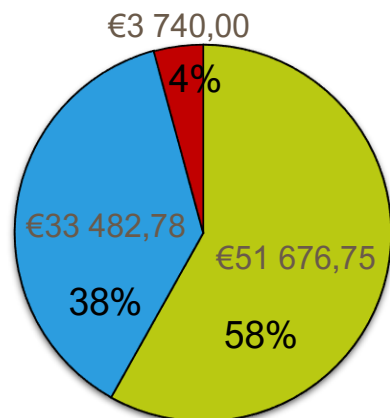


Bilan de l'activité commerciale des points d'info.

Chiffre d'affaires 2023 : 88 934,03 € H.T. soit 92 394,48€ TTC

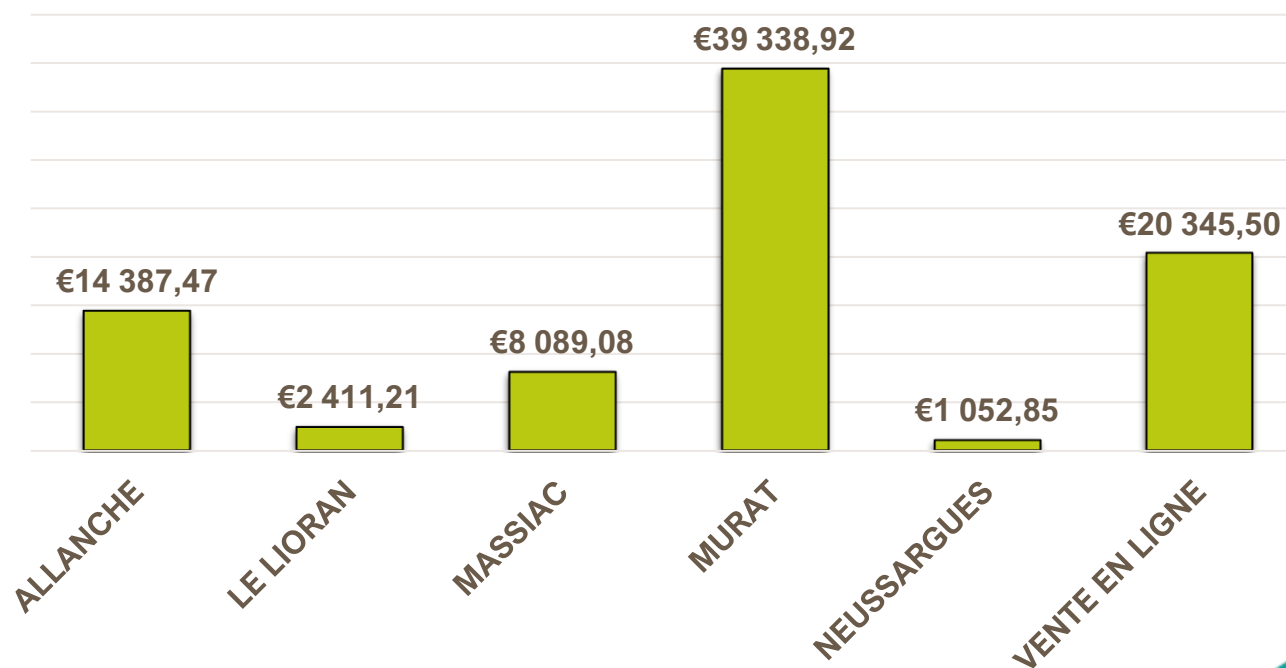
(du 1^{er} janvier au 31 décembre)

Répartition du chiffre d'affaires



■ Boutique ■ Billetterie ■ Services aux pros

CA H.T



NB : Les services aux pros ont été soustraits à ces données, ils sont facturés depuis Massiac mais concerne l'ensemble du territoire.



Bilan de l'activité commerciale des points d'info.

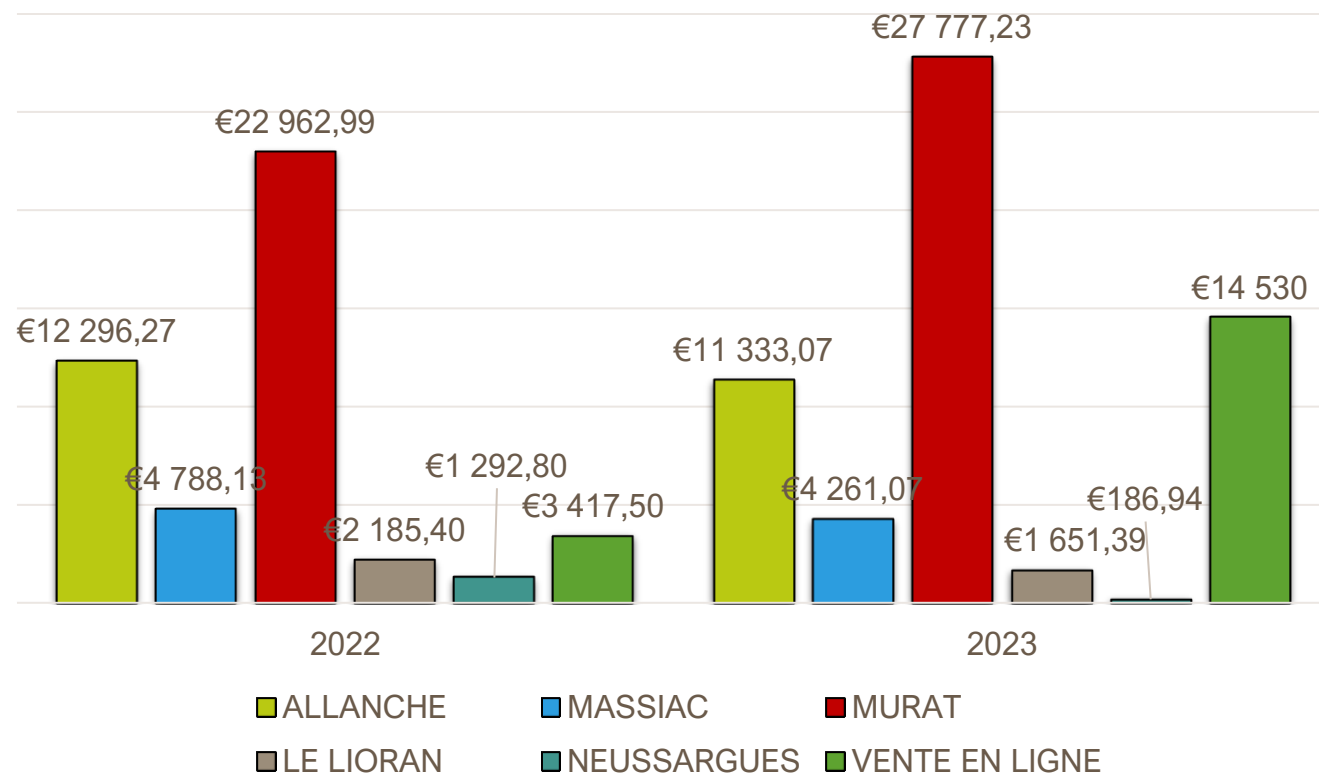
- Comparatif avec 2022 sur la même période:

1^{er} mai 2022 au 31 décembre 2022 =
50 449,76€ ht

1^{er} mai 2023 au 31 décembre 2023 =
61 273,70€ ht soit +21,4%.

Très forte progression de la **vente en ligne**, montant multiplié par 4. On constate une baisse légère de **-8%** sur les ventes du bureau d'**Allanche**, **-11%** sur celui de **Massiac** et **-25%** sur les ventes du bureau du **Lioran**. En revanche sur le bureau de **Murat**, c'est une augmentation de **+21%** que l'on observe.

Comparatif CA H.T 2022 vs 2023 sur 8 mois

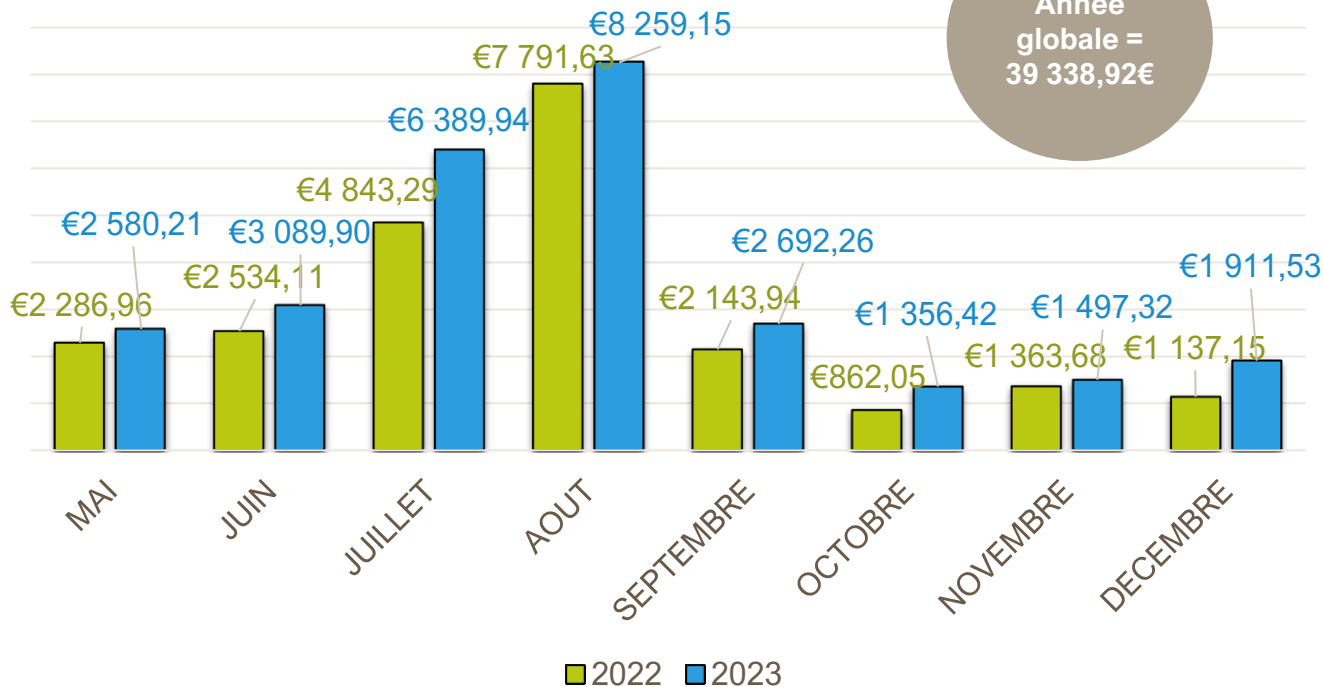




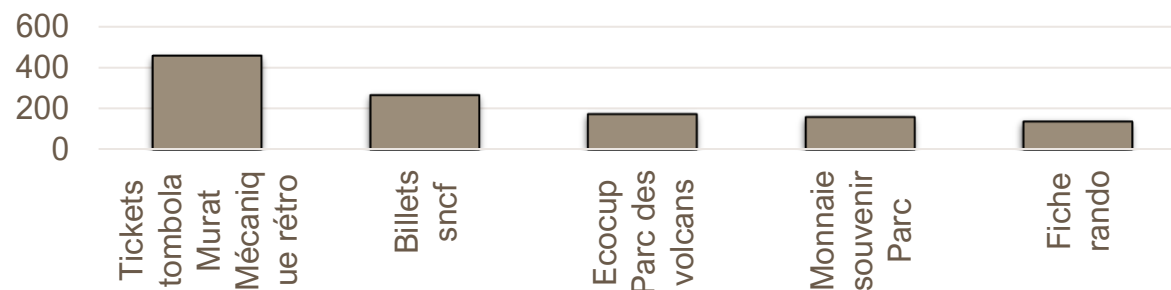
Bilan de l'activité commerciale des points d'info.

- Les ventes sur le bureau de Murat ont augmenté de 21% sur la période du 1^{er} mai au 31 décembre par rapport à 2022. On note une forte hausse sur le mois de juillet avec +32% mais aussi une belle progression sur l'automne qui peut s'expliquer par le réagencement de la boutique à la fin de l'été ainsi que l'ajout de nouveaux produits.

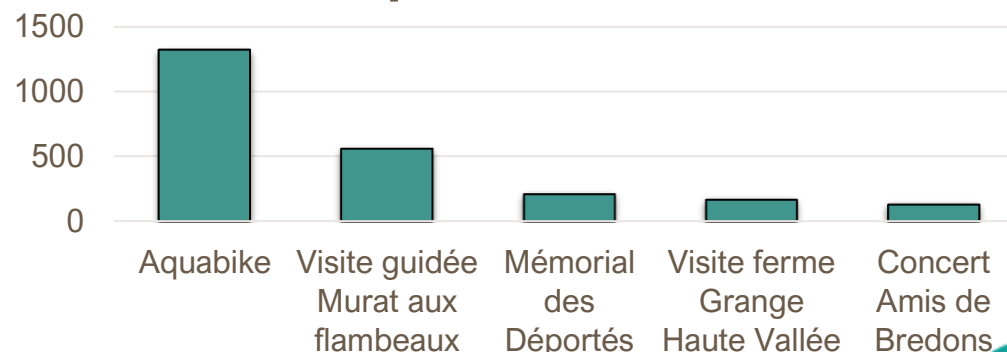
MURAT (CA H.T en €)



[TOP 5] Produits boutique les plus vendus



[TOP 5] Produits billetterie les plus vendus

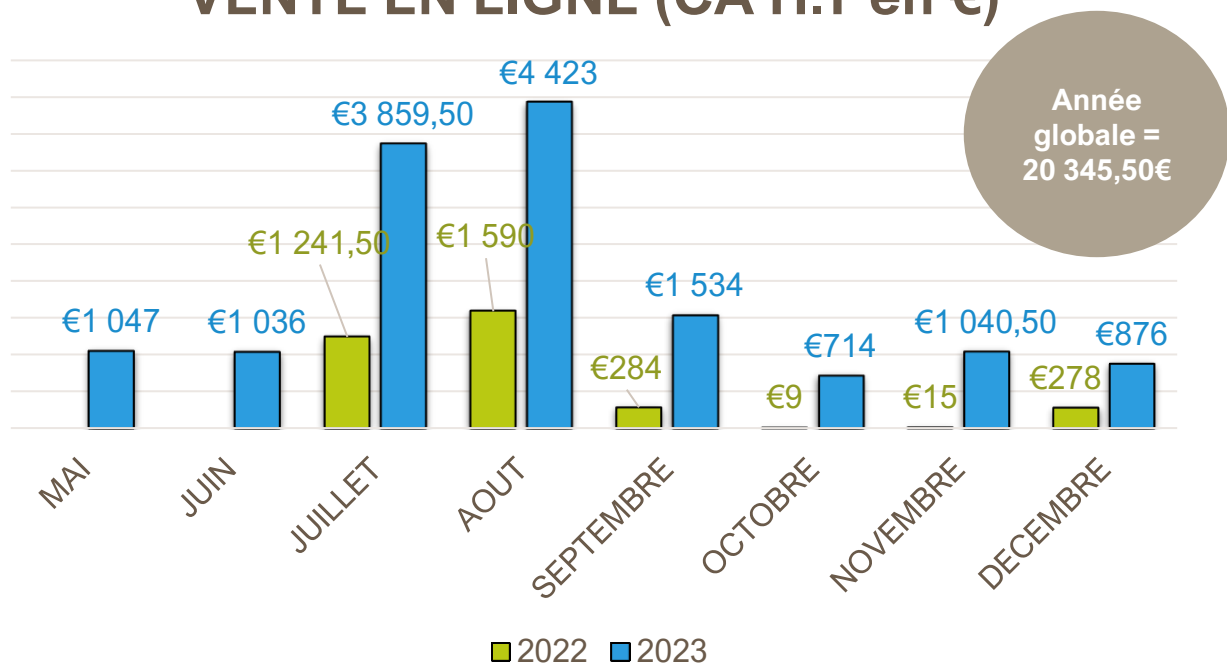




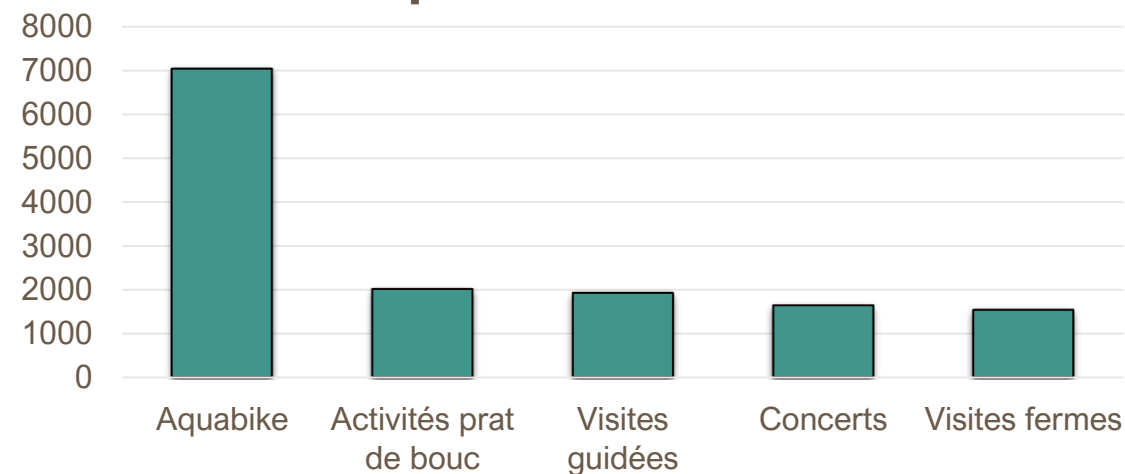
Bilan de l'activité commerciale des points d'info.

- Les **ventes en ligne ont été multiplié par 4 en 2023**. Plusieurs facteurs explique cela, la refonte de l'interface de vente en ligne du site internet mais surtout la communication sur différents supports de communication déployés en 2023 (kakémonos, flyers, affiches, sets de table, réseaux sociaux). Il faut préciser que **la vente en ligne en 2022 n'a été fonctionnelle qu'à partir du mois de juillet**.
- Le chiffre d'affaires le plus élevé est observé pendant la période estivale, un outil fortement apprécié des visiteurs pour réserver notamment les visites guidées des différents bourgs du territoire.

VENTE EN LIGNE (CA H.T en €)



[TOP 5] Produits billetterie les plus vendus

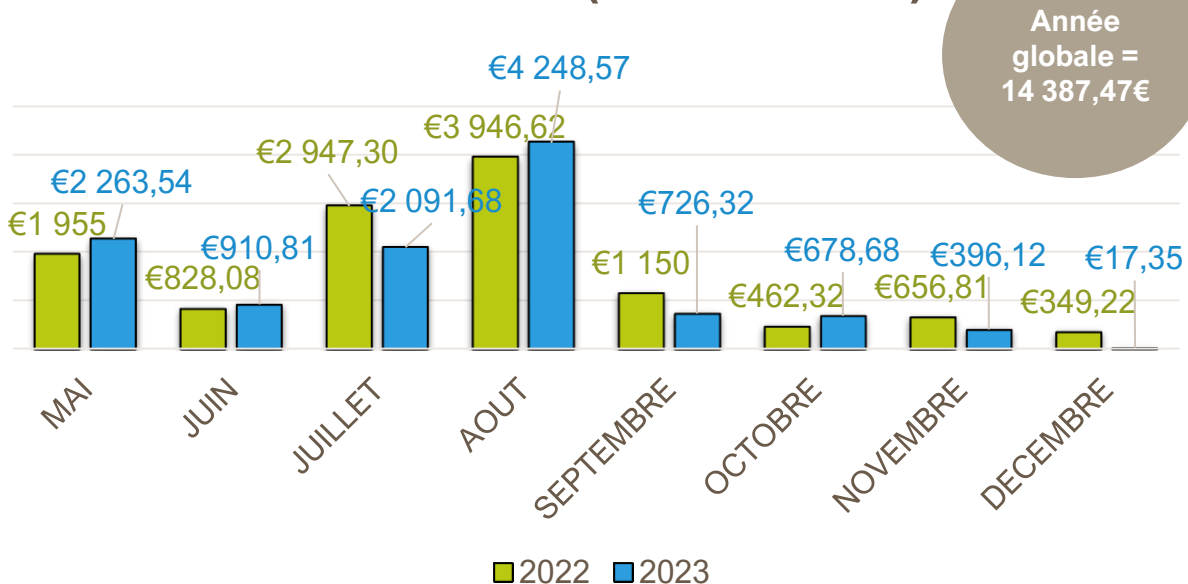




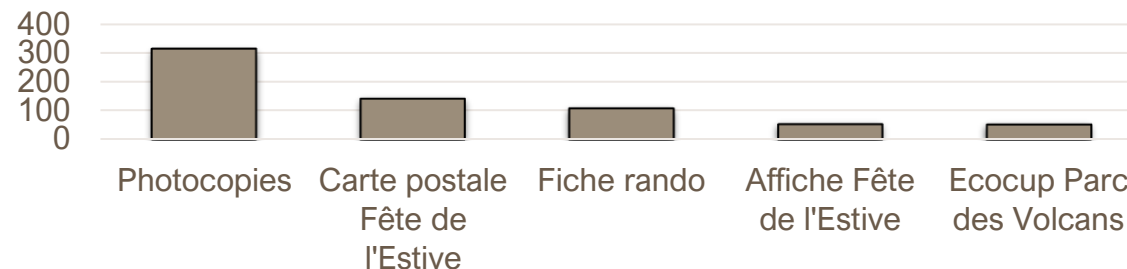
Bilan de l'activité commerciale des points d'info.

- Les ventes sur le bureau d'Allanche sont légèrement en baisse avec **-8% observé**. Un pourcentage qui fait écho à la baisse de fréquentation de 9% sur le bureau.
- Cependant, sur les fortes périodes de fréquentation, le mois de mai et août, les chiffres sont en hausse avec respectivement **+16%** et **+8%**.

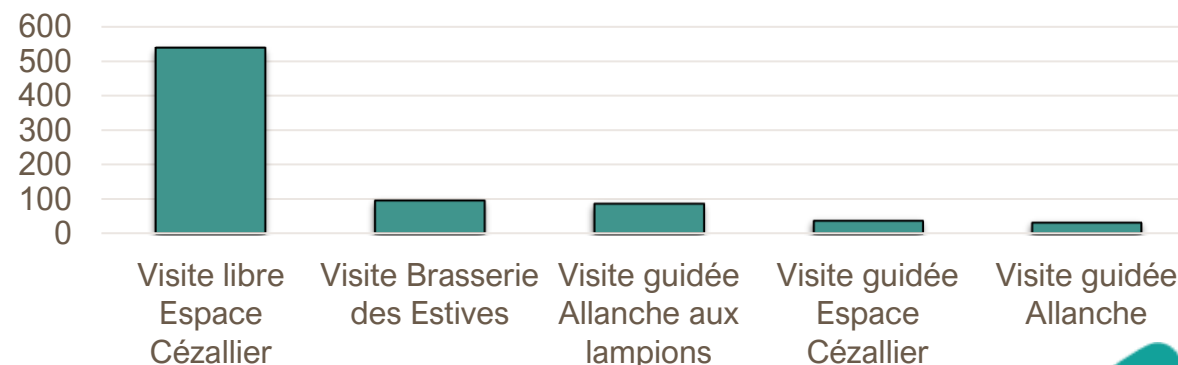
ALLANCHE (CA H.T en €)



[TOP 5] Produits boutique les plus vendus



[TOP 5] Produits billetterie les plus vendus

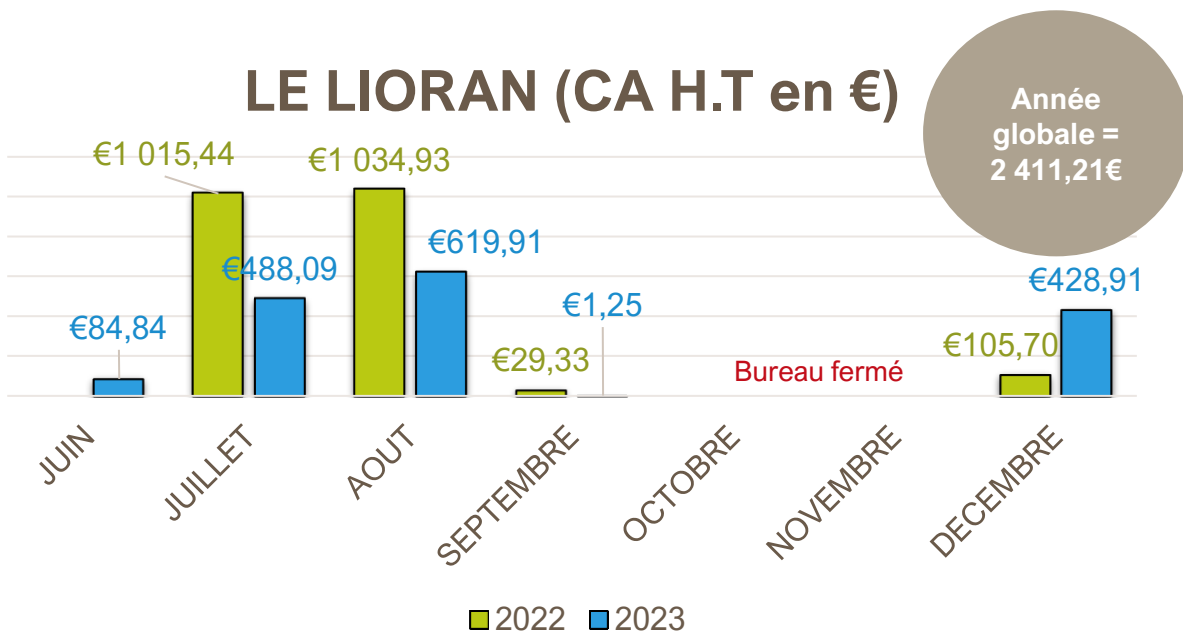




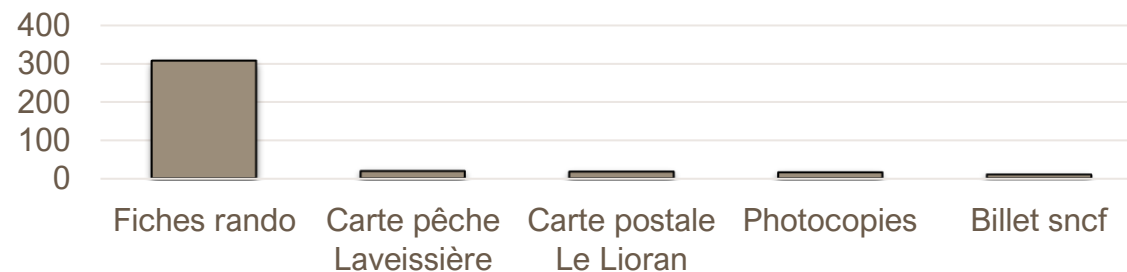
Bilan de l'activité commerciale des points d'info.

- Les ventes sur le bureau du Lioran sont également en baisse - **25% face à 2022** et cela malgré la réalisation de pots d'accueil en période hivernale les dimanche soirs et la création de panneaux saisonniers fixés sur la façade du bureau mettant en valeur notamment l'agenda des animations. Les chiffres de 2022 comprenaient l'encaissement du repas de la Fête de la montagne.
- Pour rappel, les locaux de ce bureau ne permettent pas d'y installer une boutique comme sur les autres sites.

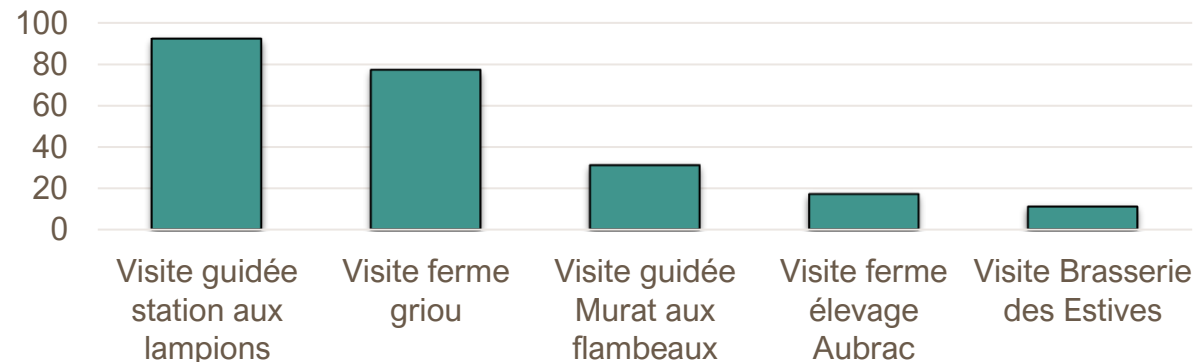
LE LIORAN (CA H.T en €)



[TOP 5] Produits boutique les plus vendus



[TOP 5] Produits billetterie les plus vendus

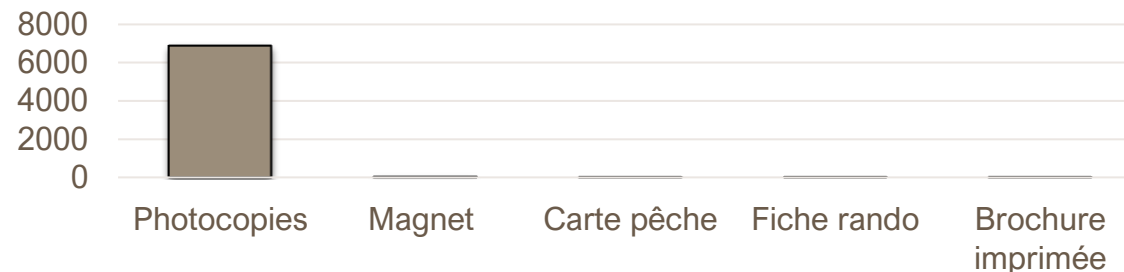




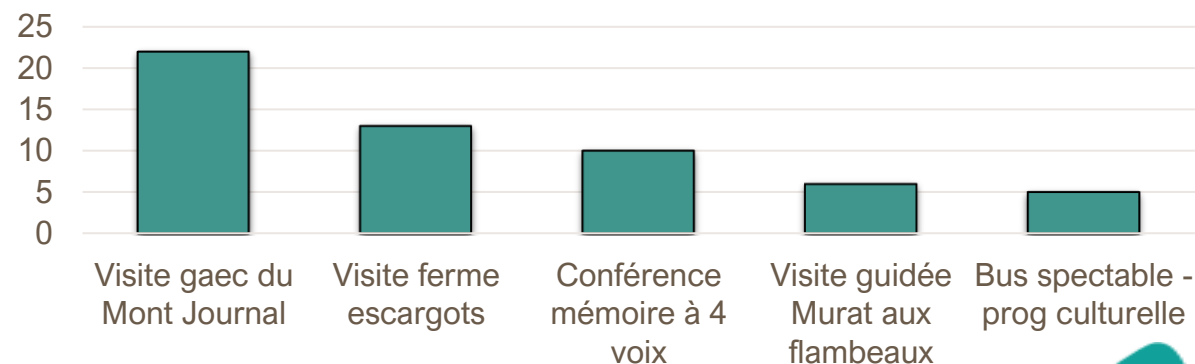
Bilan de l'activité commerciale des points d'info.

- Les ventes sur le bureau de Massiac sont également en baisse, -11% face à 2022 alors que la fréquentation du bureau est légèrement en hausse. Pour rappel, le public accueilli sur ce bureau est majoritairement intéressé par les services administratifs ce qui peut expliquer cette baisse et la hausse des ventes de photocopies.
- Il faut également préciser que sur 2023 d'importants dysfonctionnement du matériel sncf ont rendu impossible les ventes pendant plusieurs mois et les ventes de carte de pêche ont également fortement baissé sur le bureau.
- Le réaménagement de la boutique avec la mise en place de stocks et de nouveaux produits a été réalisé cet automne ce qui se ressent sur la hausse du CA sur la fin d'année.

[TOP 5] Produits boutique les plus vendus

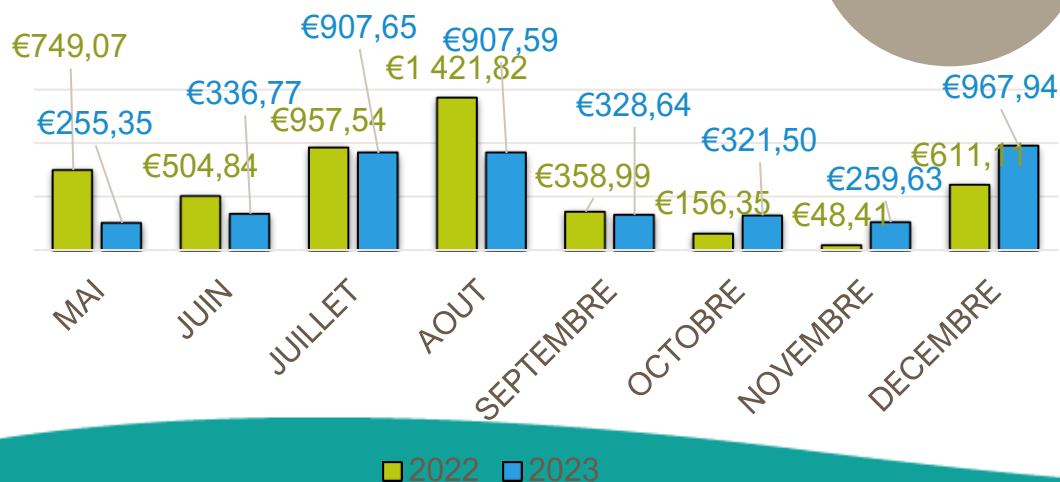


[TOP 5] Produits billetterie les plus vendus



MASSIAC (CA H.T en €)

Année globale = 8089,08€

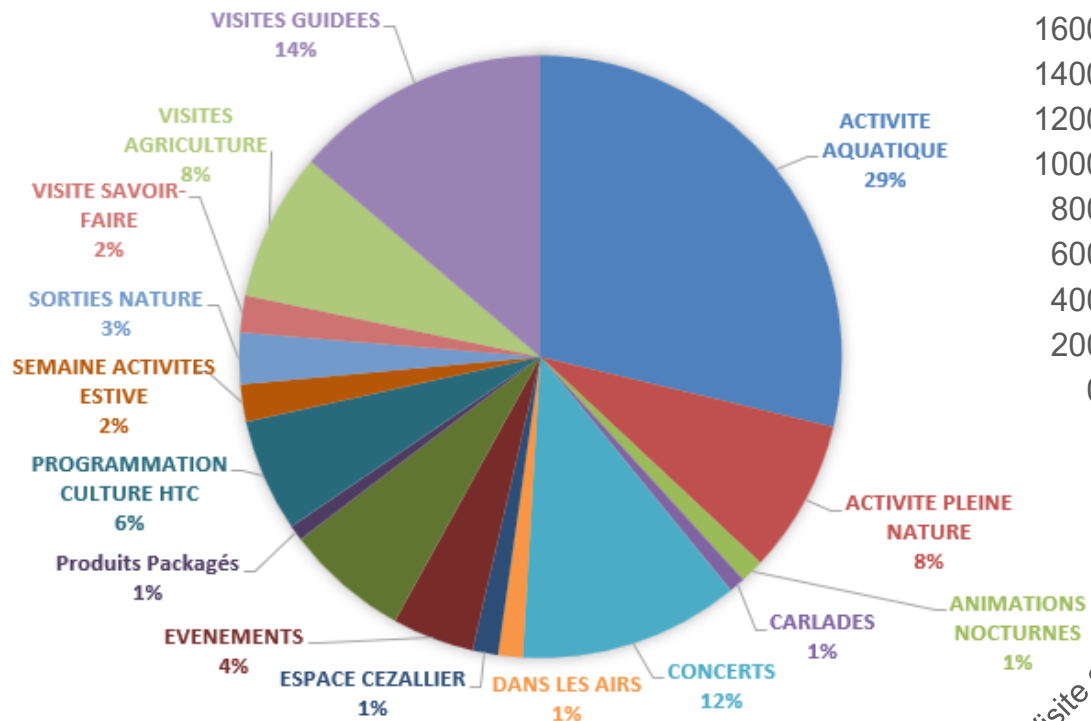




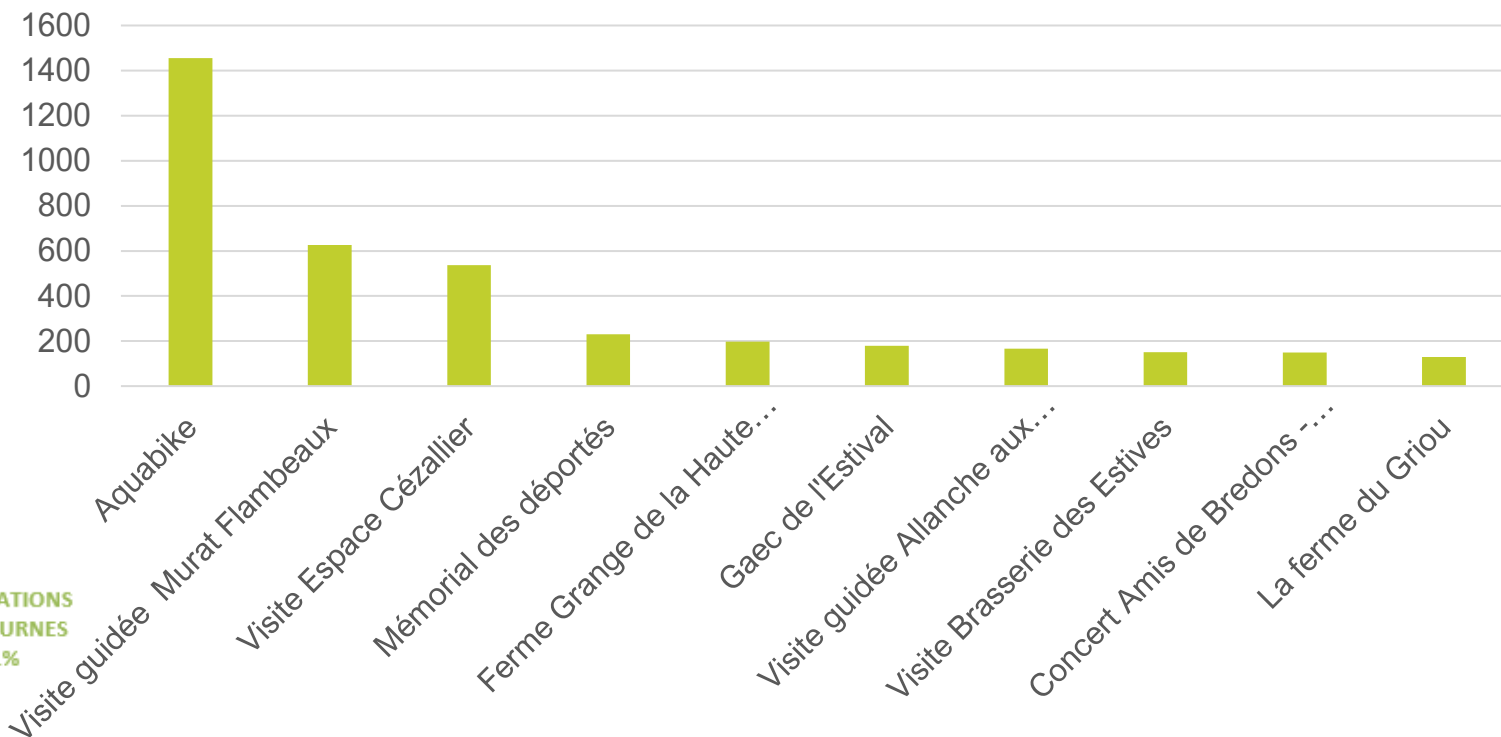
Bilan de l'activité commerciale des points d'info.

ZOOM BILLETTERIE

REPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES "BILLETTERIE"



TOP 10] Les produits "billetterie" les plus vendus en volume





Bilan de l'activité commerciale des points d'info.

Sorties proposées par les AMM				
Nombre de sorties	Nombre de billets programmés	Nombre de billets vendus	Taux de remplissage	CA TTC
163	2061	235	11%	1 860,00€
Visites de fermes				
Nombre de sorties	Nombre de billets programmés	Nombre de billets vendus	Taux de remplissage	CA TTC
84	1689	601	35%	2 413,00€
Activités Part de Bouc				
Nombre de sorties	Nombre de billets programmés	Nombre de billets vendus	Taux de remplissage	CA TTC
77	1036	300	28%	2 240,00€
Programmation culturelle				
Nombre de sorties	Nombre de billets programmés	Nombre de billets vendus	Taux de remplissage	CA TTC
9	636	295	46%	1 927,50€

Nouveauté en 2023: Hautes Terres Tourisme a géré la **billetterie des Accompagnateurs en Montagne du territoire**, de Prat de Bouc sur l'année ainsi que la programmation culturelle complète de HTC.

Rappel des conditions de ventes de la billetterie:

Prestation individuelle sèche (excursion, activité, visite seule) :

- **annulation plus de 48h avant la prestation : aucun frais retenu** et Hautes Terres Tourisme rembourse les sommes déjà versées.

- **annulation moins de 48 heures avant le début de la prestation :** 100% du prix total de la prestation reste dû à Hautes Terres Tourisme, **aucun remboursement** possible.

Un nombre de participants minimum est également appliqué.



Bilan de l'activité commerciale des points d'info.

Bilan des visites guidées proposées par Hautes Terres Tourisme

	Nombre de sorties	Nombre de billets programmés	Nombre de billets vendus	Taux de remplissage	CA TTC
VG Vieil Allanche	2	60	3	5%	4,00€
VG Allanche lampions	8	242	125	51%	606,00€
VG Vieux Murat	1	32	7	21%	28,00€
VG Murat flambeaux	23	802	614	76%	2 991,00€
VG Station Lioran	2	60	21	35%	81,00€
VG Lioran lampions	4	141	117	82%	480,50€
VG Massiac	2	60	0	0%	0,00€
VG Palhàs	3	90	5	5,5%	0,00€
VG Carrières/fossiles	2	22	19	86%	66,00€

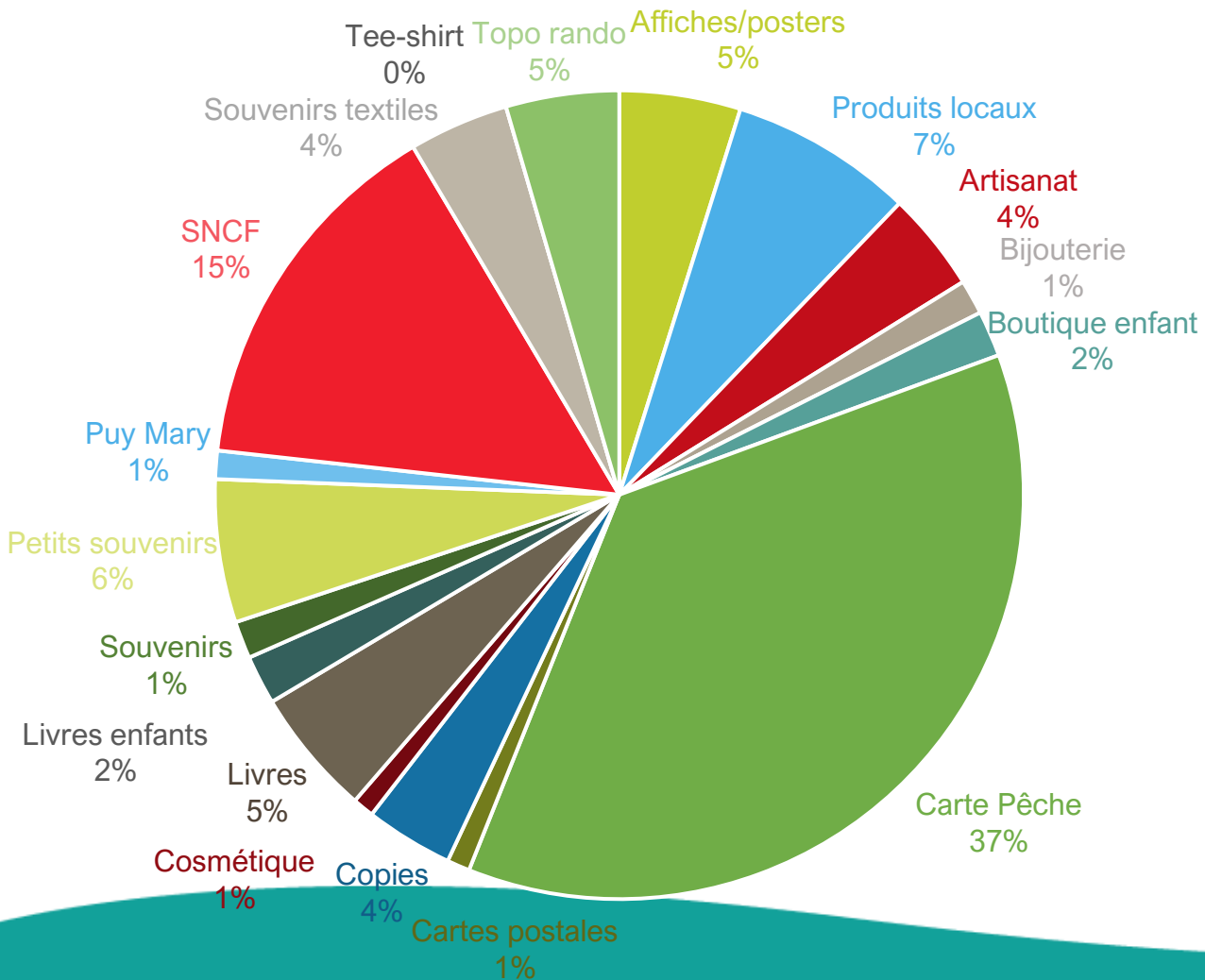
Cette année encore, les visites en nocturne, aux lampions ou flambeaux sont celles qui rencontrent le plus de succès.



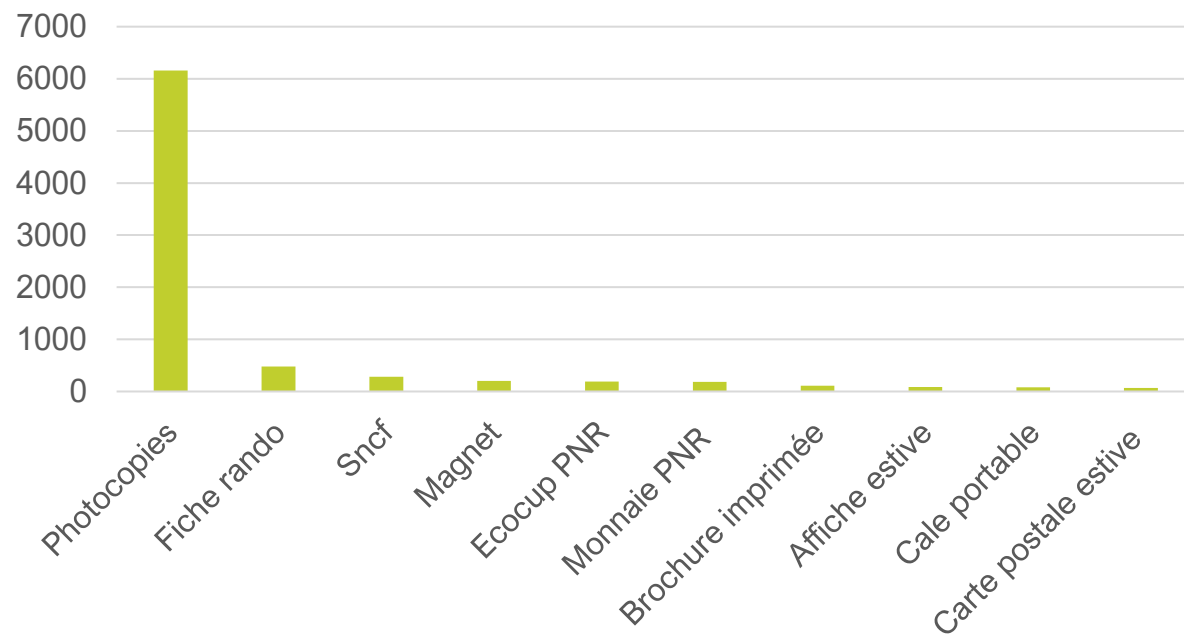
Bilan de l'activité commerciale des points d'info.

ZOOM BOUTIQUE

Répartition du chiffre d'affaires "BOUTIQUE"



[TOP 10] Les produits «boutique» les plus vendus en volume



Bilan de l'activité commerciale des points d'info.

ZOOM BOUTIQUE

▪ Produits les plus vendus :

❖ Cartes de pêche :

Nombre de cartes vendues = 459

CA TTC = 17 915,00€

- 11% par rapport à 2022

❖ Billets SNCF :

Nombre de billets vendus = 313

CA TTC = 7 199,70€

- 11,8% par rapport à 2022

La Fédération de Pêche a reversé 300€ à Hautes Terres Tourisme sur l'année soit une commission de **1,6%**.

Sur les produits SNCF, les commissions appliquées sont les suivantes:

1,5 % sur Grandes Lignes

4 % sur TER

Le matériel fourni par la SNCF sur les différents bureaux a connu de nombreux dysfonctionnement qui ont souvent empêché le service.



Qualité tourisme

- L'office de tourisme est engagé dans la Marque Qualité tourisme depuis de nombreuses années. Cette marque d'Etat comporte un certain nombre de critères à respecter sur divers services de l'OT (accueil, présence numérique, boutique, commercialisation, ...).
- **Un volet essentiel de la Marque porte sur l'écoute client.**
- Dans ce cadre là, l'OT met en place des indicateurs pour évaluer la satisfaction des visiteurs ce qui lui permet ensuite de mettre en place des actions concrètes pour améliorer ses services et ceux du territoire.



12 Réclamations écrites enregistrées dans les bureaux de tourisme

Les thématiques abordées sont les suivantes :

- Services mobilité / sncf
- Hébergements
- OT
- Station du Lioran

Chaque réclamation est transmise à l'acteur concerné et un retour est fait au réclamant.



82 Remarques orales enregistrées au comptoir des bureaux de tourisme

Les thématiques abordées sont les suivantes:

- Services mobilité
- Communication des sites de visites + station
- Qualité services des hébergements hôteliers, villages, sites de visites
- Signalétique urbaine



Qualité tourisme



A la suite de chaque visite guidée, des questionnaires de satisfaction sont aux clients :

Mémorial des Déportés

- 8 réponses
- 75% très satisfait par cette visite
- 60% très satisfait rapport qualité -prix
- 80% très satisfait par les modalités de réservation

Visite guidée appréciée mais manque la possibilité aussi d'une visite libre pour des questions de créneaux.

Visite guidée de Murat aux flambeaux

- 24 réponses
- 84% très satisfaits par cette visite
- 75 % très satisfait rapport qualité-prix

Visite appréciée car c'est une activité nocturne (peu d'offre comparables), les commentaires historiques des guides sont appréciés

Visite guidée d'Allanche

- 4 réponses
- 100% de satisfaction



Les avis google des bureaux de tourisme sont également pris en compte dans la démarche qualité :

Bureau de Murat :

- 76 avis
- Note de 4,4 / 5

Bureau du Lioran :

- 0 avis, page créée au printemps

Bureau d'Allanche :

- 48 avis
- Note de 4,2/5

Bureau de Massiac :

- 16 avis
- Note de 4.2/5



COMMUNICATION & PROMOTION



Le site internet de destination www.hautesterrestourisme.fr

Repensé en 2022, le site web constitue le **maillon central de notre écosystème** de promotion numérique. Au-delà d'une simple vitrine de destination, c'est un outil de travail transversal : de présence numérique, de visibilité, de valorisation de contenus, de recueil de données visiteurs et d'accueil.

Belle vitrine pour les professionnels du tourisme, **ce site rassemble l'exhaustivité de l'offre**, en réponse à l'abandon des partenariats payants adopté début 2022. Utilisation simple et pensée "mobile first" pour les utilisateurs, ce site web présente notamment l'avantage d'un moteur de recherche axé sur l'internet de séjour permettant un accès rapide aux contenus. **Ergonomie** revisitée, **contenus optimisés** valorisent les Hautes Terres dans leur globalité pour davantage de cohérence territoriale et une meilleure expérience utilisateur.

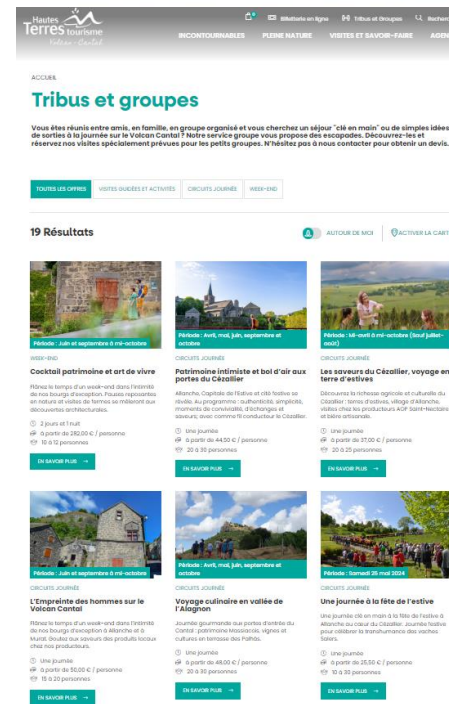
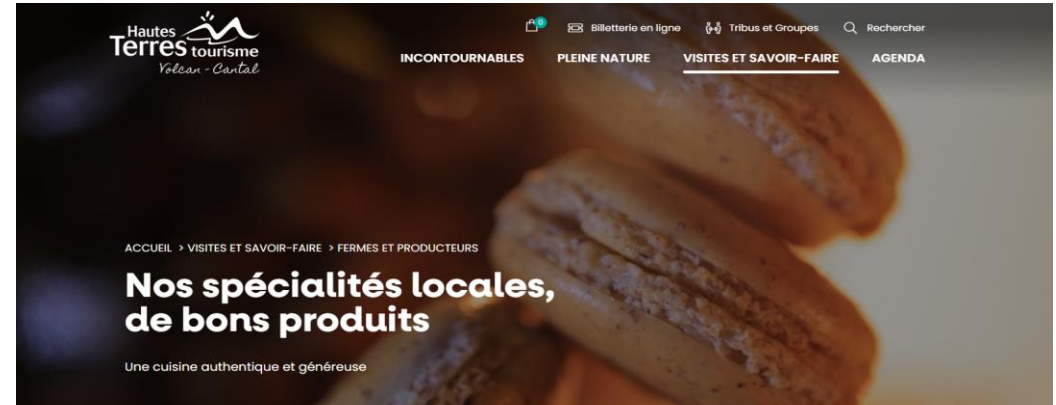


Nouvelles fonctionnalités déployées en 2023 :

- L'intégration d'un menu dédié à la **commercialisation** et aux produits "tribu et groupes" <https://www.hautesterrestourisme.fr/tribus-et-groupes/>
- La traduction du site en **anglais** <https://www.hautesterrestourisme.fr/en/>
- La possibilité de **télécharger des PDF** à partir de recherches Agenda, Activités de pleine nature, Hébergements, Restaurants, Commerces ...

... A venir en 2024 :

- La traduction du site en espagnol
- Une adaptation du positionnement marketing de Hautes Terres



PDF généré :

Télécharger le PDF



Fréquentation du site internet

En 2023 nous observons une augmentation assez significative du nombre de session* (+78% N-1) et une légère diminution du nombre d'utilisateurs uniques (-12% N-1). Ces chiffres indiquent une meilleure qualité de lectorat. La déclinaison de campagnes sponsorisées sur Facebook, le travail de référencement naturel (SEO), la multiplication des outils de promo faisant écho au site web (print et digital) permettent l'acquisition de plus de Traffic.

L'acquisition de fréquentation reste essentiellement via moteur de recherche (85% / Contre 70% l'an passé), ce qui permet de conforter notre stratégie éditoriale de rédactions de contenus chauds sur notre outil de blog, et ce de façon à proposer des articles pertinents, bien référencés et en adéquation avec l'actualité et les demandes des visiteurs.

69% des connexions s'effectuent via supports embarqués (tablette, smartphone), -3% versus 2022,

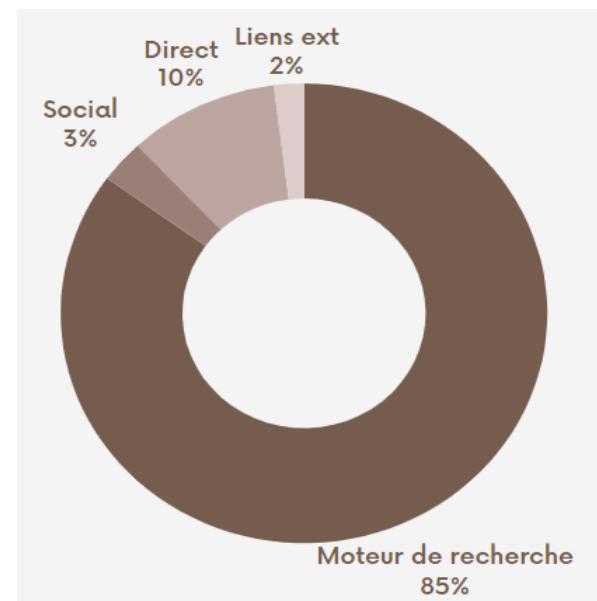
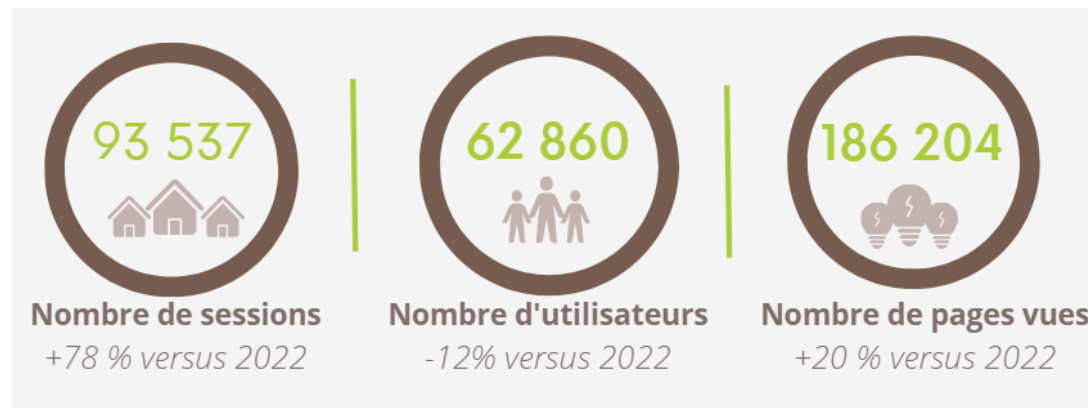
Le top 5 des pages les plus consultées :

- La randonnée pédestre : </pleine-nature/balades-et-randonnees/circuits/>
- L'agenda : </agenda/tout-agenda>
- Les hébergements – Locations de vacances : [hébergementements/gites-locations-de-vacances](/hebergements/gites-locations-de-vacances)
- Les circuits VTT : </pleine-nature/vtt-cyclo/circuits-vtt>
- La page incontournable Murat : </incontournables/murat-cite-medievale/>

Les pages de destination :

- [incontournables/murat-cite-medievale/](/incontournables/murat-cite-medievale/)
- [agenda/tout-agenda/](/agenda/tout-agenda/)
- [incontournables/gr400-tour-des-monts-du-cantal/](/incontournables/gr400-tour-des-monts-du-cantal/)
- [agenda/grands-evenements/fete-palhas-pommes-massiac](/agenda/grands-evenements/fete-palhas-pommes-massiac/)

Session : elle commence donc lorsque l'utilisateur arrive sur le site, et se termine au bout de 30 minutes d'activité : au cours des 30 dernières minutes, aucun nouvel "événement" ne doit avoir été déclenché.



Fréquentation du site internet

Les articles de blog:

- Mars-2023 – Diatomite, l'or blanc de Murat – 193 vues
- Mars-2023 – Les plus belles photos instagram 2023 – 1 vue
- Mars 2023 – WE printaniers ; faites le pont ! – 3 vues
- Avril 2023 – Mise en scène du patrimoine avec les évènements nationaux – 52 vues
- Avril 2023 – 10 spots photos pour instagrammer le volcan Cantal au printemps – 30 vues
- Mai 2023 – Nos meilleurs spots running et trail – 14 vues
- Juin 2023 – Je pars en vacances avec mon chien sur le volcan Cantal – 249 vues
- Août 2023 – Balade évocatrice et poétique en Cézallier – 96 vues
- Août 2023 – Balade gourmande à Massiac avec le Macaron de Massiac – 163 vues
- Septembre 2023 – Le cornet de Murat, la gourmandise aux portes des Monts du Cantal – 151 vues
- Septembre 2023 – Le Saint Esprit muratais, un bijou témoin de prospérité et de foi – 179 vues
- Septembre 2023 – Prêt à défier le volcan Cantal sur 2 roues ? – 47 vues
- Octobre 2023 – Dormir dans un hébergement insolite dans le Cantal – 55 vues
- Octobre 2023 – Les cultures en terrasses des Palhàs – 219 vues
- Novembre 2023 – Café des Puys, rencontre avec un artisan torréfacteur passionné – 28 vues
- Novembre 2023 – Le cadeau de Noël idéal sera made in Hautes Terres du Cantal – 110 vues
- Novembre 2023 – La cave à rhums : un parfum créole au cœur du Cantal – 75 vues
- Décembre 2023 – Dans les coulisses du domaine nordique Prat de Bouc Haute Planèze – 64 vues



publié le 7 décembre 2023
par Marie-Aurélie

A quelques jours de l'ouverture du domaine nordique Prat de Bouc Haute Planèze nous avons souhaité vous en dire plus sur la préparation de l'hiver: qui commence dès l'automne ! Journée type d'un pisteur, préparation du domaine, anecdotes, portrait de passionnés ; voici de quoi vous faire patienter en attendant de rechausser skis & raquettes !



L'automne sur le domaine

Quels préparatifs ?

Les équipes du **domaine nordique** entraînent les **pistes**, afin de pouvoir **glisser en toute sécurité** durant l'hiver.

- nettoyage de bornières devenues obsolètes,
- tonte des pistes,
- balisage et mise en place de la signalétique.

Tout cela dans le but d'**améliorer** la surface des pistes en forêt et de permettre l'**optimisation du damage** et ainsi la durée d'ouverture.

Le domaine nordique de Prat de Bouc est situé à 1302m, adossé au **Parc du Cantal** (100km). Au total **50 km de pistes tracées** **skating alternatif**, soit au total 15 pistes.

Une pratique variée pour un max de plaisir : des pistes en **forêt** du **secteur Prat de Bouc** (le Ché / Cézans) ou à **découvert** au pied du **Parc du Cantal**.

[EN SAVOIR PLUS SUR LE DOMAINE PRAT DE BOUC HAUTE PLANÈZE](#)



Portraits de passionnés

Fred Bancharel

Coordinateur technique, responsable sécurité (pisteur nordique 2e degré), observateur nivo-météo

La journée type d'un pisteur nordique :

- 08h : ouverture des pistes afin de vérifier que tout soit en place
- Travail en étroite relation avec le domaine qui a travaillé la neige soit tôt le matin soit la veille du soir, selon les conditions météo du moment
- Communication des ouvertures des pistes et de la météo via le bulletin neige. Ce dernier est ensuite transmis à tous les offices de tourisme afin de pouvoir diffuser l'information aux visiteurs.





Fréquentation du site internet

Le téléchargement des brochures

Documentation	Nombre de téléchargements	Nombre de lecture en ligne
Plan urbanisme hiver - Le Lioran	16	7
DOC - Tarifs hiver 2024 Le Lioran	6	9
PLAN - Ski alpin - Hiver 2022-2023	8	12
PLAN - Nordique Prat de Bouc - Hiver 2023-2024	14	4
Plans de villes - Murat - Allanche - Massiac	202	71
Carte randonnées pédestres - Massif Cantalien	342	179
Carte touristique Massif Cantalien	371	178
Carte trail - Massif Cantalien	49	22
Carte VTT Cyclo - Massif Cantalien	88	35
Le Lioran Prat de Bouc - Doc Hiver 2023-2024	4	4
Plan urbanisme été - Le Lioran	41	25
Mobilité Hiver 2023-2024 - Stations >< Vallées	4	1
Winter documentation - 2023-2024 - Lioran Prat de Bouc	2	5



Pour bien préparer votre séjour, voici une sélection de brochures mises à votre disposition dans l'ensemble de nos bureaux d'information touristique. Vous pouvez les télécharger afin de les consulter en ligne, les commander pour les recevoir via voie postale (frais d'envois postaux à votre charge) ou bien venir les retirer directement auprès de nos services une fois sur place !

Commandez et téléchargez nos brochures

Pour bien préparer votre séjour, voici une sélection de brochures mises à votre disposition dans l'ensemble de nos bureaux d'information touristique. Vous pouvez les télécharger afin de les consulter en ligne, les commander pour les recevoir via voie postale (frais d'envois postaux à votre charge) ou bien venir les retirer directement auprès de nos services une fois sur place !

Carte touristique Massif Cantalien

Commander la version papier
Télécharger la version numérique
Parcourir la brochure

Description : Le Massif Cantalien en un clin d'œil ! Toutes les curiosités, les principaux axes routiers, mais aussi des idées de circuits auto pour découvrir les trésors du cœur du Volcan Cantal.

Thématiques abordées : Activités et loisirs, Patrimoine

Plans de villes - Murat - Allanche - Massiac

Commander la version papier
Télécharger la version numérique
Parcourir la brochure

Description : Plans de villes recensant les infos pratiques pour bien se loger et trouver facilement toutes commodités. Circuits de visites de villes pour découvrir l'histoire et le patrimoine de nos principales bourgades.

Thématiques abordées : Patrimoine, Services pratiques

Carte randonnées pédestres - Massif Cantalien

Commander la version papier
Télécharger la version numérique
Parcourir la brochure

Description : Parcours schématisés de randonnées pédestres (Incontournables du Massif Cantalien) de la balade facile et familiale au circuit plus exigeant pour un public plus expérimenté, retrouvez l'ensemble de l'offre de randonnées pédestres.

Thématiques abordées : Activités et loisirs, Rando et balades

Carte VTT Cyclo - Massif Cantalien

Commander la version papier
Télécharger la version numérique
Parcourir la brochure

Description : Itinéraires VTT et cyclo matérialisés schématiquement sur une carte touristique. Informations pratiques VTTAB et VTT de occasion.

Thématiques abordées : Activités et loisirs, Cyclo, VTT

Carte trail - Massif Cantalien

Commander la version papier
Télécharger la version numérique
Parcourir la brochure

Description : Itinéraires trail matérialisés de manière schématique sur l'ensemble du Volcan Cantal.

Thématiques abordées : Activités et loisirs, Trail

Le Lioran Prat de Bouc - Doc Hiver 2023-2024

Commander la version papier
Télécharger la version numérique
Parcourir la brochure

Description : Ensemble des prestations présentes au Lioran et à Prat de Bouc : activités de pleine nature, restauration, commerces, locations de matériel, services.

Thématiques abordées : Activités neige

Mobilité Hiver 2023-2024 - Stations >< Vallées

Commander la version papier
Télécharger la version numérique
Parcourir la brochure

Description : Navettes et bus - Solutions de transport Lioran et Prat de Bouc

Thématiques abordées : Transport



Bilan social média - Facebook

Hautes Terres Tourisme agit sur quatre réseaux sociaux : **Facebook** et **Instagram** principalement, **YouTube** et **LinkedIn**. Les communautés sont en constante augmentation. L'attribution d'une CB par le Trésor Public dans le cadre d'une régie d'avance a permis en 2023 de **réaliser des contenus sponsorisés** auprès d'une audience ciblée pour les « ramener » vers notre site internet de vente en ligne (principalement).

Facebook

La page Hautes Terres Tourisme Volcan Cantal poursuit son évolution grâce aux actions menées : la régularité des posts et la pertinence des contenus postés en adéquation avec la communauté de fans (essentiellement des locaux). L'évolution du nombre de fans versus 2022 s'élève à **+ 9,3% d'acquisition**.

Le rythme de publication reste à hauteur de **2 à 3 publications par semaine** hors vacances scolaires et **1 publication par jour en période de vacances scolaires**. La page met en avant la destination dans sa globalité à travers des formats adaptés : textes courts, photos et plus rarement vidéos. L'agenda, photos Instagram et retour d'expériences sont les principales thématiques déclinées sur notre page.

AUDIENCE



FACEBOOK

- 57.9% femmes
- 42.1% hommes
- 35-54 ans
- Origine : Aurillac - Murat - Saint-Flour



INSTAGRAM

- 59.1% femmes
- 40.9% hommes
- 25-44 ans
- Origine : Aurillac - Clermont - Murat



3500

+9,3% 2022



2270

+16% 2022

Bilan social média - Facebook

Facebook reste un bon outil de communication auprès de nos locaux et nous permet de conserver un lien direct. Au regard des analyses statistiques des publications, le **taux d'engagement moyen de la page est de 10%** (contre 5,2% en 2022), soit une augmentation de 4,8%, signe que notre communauté continue à gagner en maturité et interagit de plus en plus avec nos contenus. L'utilisation des campagnes sponsorisées joue un rôle important dans notre visibilité et force de frappe en terme d'impressions et interactions.

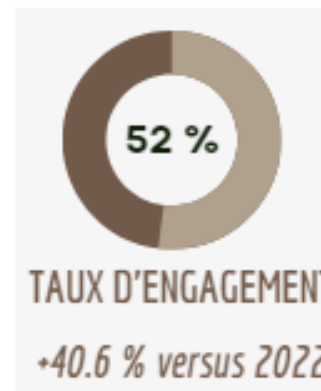
- **Fan base**
3500 j'aime (+ 9,3% *versus* 2022)
- **Profil des fans**
57.9% femmes et 42.1% hommes
Âges moyens : 35-54 ans
Origine des fans : essentiellement des locaux (Murat - Aurillac - Saint-Flour)
- **Portée des publications (nombre de personnes ayant vu nos publications)**
Couverture totale : 380 400 (+232% *versus* 2022)
Couverture payée : 76 816
- **Nombre de publications** : 554 (+ 97% *versus* 2022)
- **Taux d'engagement moyen** : 10% (+ 4,8% *versus* 2022)
- **Ventilation des publications par secteurs** :
Monts du Cantal (= ex pays de Murat) : 42%
Cézallier : 17%
Massiac et ses environs : 18%
Ensemble de la destination, dans sa globalité : 23%

Taux engagement : pourcentage de personnes ayant aimé, commenté ou partagé la publication (**Interactions**) ou ayant cliqué dessus, après l'avoir vu, au pro rata du nombre de vues (**Couverture**)

ACQUISITION



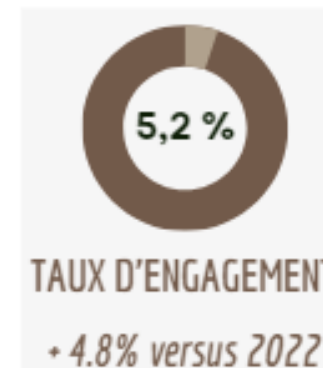
• 554 posts



INSTAGRAM



• 69 posts





Bilan social média - Facebook

• Top 10 des posts organiques les plus vus

1. 15-09-2023 – En direct des vendanges Massiac (*photo*)
2. 11-08-2023 – Kit pêche dans les bureaux des offices (*service de l'office tourisme*)
3. 17-08-2023 - M-1 fête du Cornet Murat (*agenda*)
4. 03-11-2023 – [En direct] Lioran premiers flocons (*photo*)
5. 11-10-2023 – Fête de la mûre à Neussargues (*agenda*)
6. 16-09-2023 – Sorties brame du cerf (*billetterie*)
7. 06-11-2023 – Soirée théâtre Murat (*billetterie*)
8. 03-08-2023 – Foire Antiquités Brocante Allanche (*agenda*)
9. 11-09-2023 – Idée rando Vallée de la Santoire (*photo*)
10. 27-10-2023 – On recrute ! Offre emploi saisonnier Lioran hautes Terres

• Top 10 des posts organiques les plus engagés

1. 03-11-2023 – [En direct] Lioran premiers flocons (*photo*)
2. 01-10-2023 - Été indien au lac du Pêcher (*photo*)
3. 08-11-2023 - [En direct] Premières neiges à Prat de Bouc (*photo*)
4. 17-08-2023 – M-1 fête du Cornet Murat (*agenda*)
5. 25-11-2023 – L'automne en Hautes Terres moulin de Chambeuil (*photo*)
6. 11-10-2023 – Fête de la mûre à Neussargues (*agenda*)
7. 11-09-2023 – Idée rando Vallée de la Santoire (*photo*)
8. 28-10-2023 – Fête de la pomme Massiac (*agenda*)
9. 16-09-2023 – Sorties brame du cerf (*billetterie*)
10. 17-09-2023 – Fête du cornet Murat lancement des festivités (*agenda*)

• Posts sponsorisés

- 22 campagnes publicitaires lancées en 2023
- Couverture totale des campagnes : 229 502 - Couverture moyenne : 10 431
- Nombre de clics moyens générés sur campagnes : 305
- 735 € dépensés en campagnes publicitaires

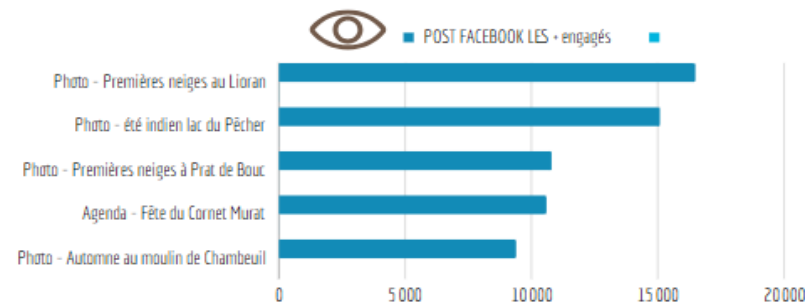
PUBLICATIONS



554 posts

69 posts

118 stories



Hautes Terres Tourisme - Volcan Cantal
Sponsorisé

Fête des Palhàs 📍 Massiac 20 au 29 octobre
Une fête chaque automne en vallée de l'Alagnon, à Massiac, porte d'entrée du Cantal

- ✓ Rencontres Occitanes : nombreuses animations : ateliers, contes, concerts, sorties : célébrez les vignes et les fruits de la tradition, la langue occitane...
- ✓ Fête de la pomme : samedi 28 et dimanche 29 octobre - Grand marché de producteurs & artisans - Nombreuses animations !

Fête des Palhàs. En savoir plus

Fête de la pomme

Hautes Terres Tourisme - Volcan Cantal
Sponsorisé

PRAT DE BOUC SE RACONTE --- Edition spéciale VELO 🚲

SAMEDI 09 SEPTEMBRE
Sorties VTC et VTT en assistance électrique, plateau vtt enfants, ciné-vélo, échanges avec des gardes natures du Parc des volcans d'Auvergne... Tout plein d'activités gratuites à venir tester sur le col !

Prat de Bouc se raconte S'inscrire

VTC AE du Lac

Bilan social média - Instagram

En 2023, + **316 personnes se sont abonnées au compte Instagram**, soit une augmentation de + **16%** par rapport à 2022. L'adhésion de notre communauté à nos publications est plutôt bonne et encourageante avec un **taux d'engagement en hausse de plus de 40%**, versus 2022.

•Fan base

2270 j'aime (+ 16% versus 2022)

•Profil des fans

59.3% femmes / 40.7% hommes

Âges moyens : 25-44 ans

Origine des fans : essentiellement des Auvergnats (Aurillac - Clermont - Paris)



•Portée des publications (nombre de personnes ayant vu nos publications)

Couverture totale : 11 800

•Nombre de publications : 69

•Taux d'engagement moyen : 52% (+40% versus 2022)

•Ventilation des publications par secteurs :

Monts du Cantal (= ex pays de Murat) : 67%

Cézallier : 20%

Massiac et ses environs : 13%

•Top 5 des posts les plus vus

1. 10.02.2023 – Vidéo Prat de Bouc
2. 04-05-2023 – Jonquilles au pied du Puy Mary
3. 26-05-2023 – Meije Coste au Lioran
4. 31-12-2023 – Neige au Lioran
5. 08-05-2023 – Moulin de Drils à Dienne

•Top 5 des posts les plus engagés

1. 26-05-2023 – Meije Coste au Lioran
2. 31-12-2023 – Neige au Lioran
3. 04-05-2023 – Jonquilles au pied du Puy Mary
4. 08-11-2023 – Prat de Bouc premières neiges
5. 10.02.2023 – Vidéo Prat de Bouc

Bilan utilisateurs – Ecrans extérieurs

- Nombre de clics et nombre de visiteurs // comparatif années passées

	Nombre de clics 2023	Nombre de visiteurs 2023	Evolution au regard 2022 / 2021 en nombre de visiteurs uniques
Massiac	3379	1204	+1100 / +979 [Visiteurs uniques]
Murat	3171	957	+318 / +859 [Visiteurs uniques]
Allanche	2273	895	+700 / +739 [Visiteurs uniques]
Chalinargues	81	32	-211 visiteurs uniques / -66 [Visiteurs uniques]

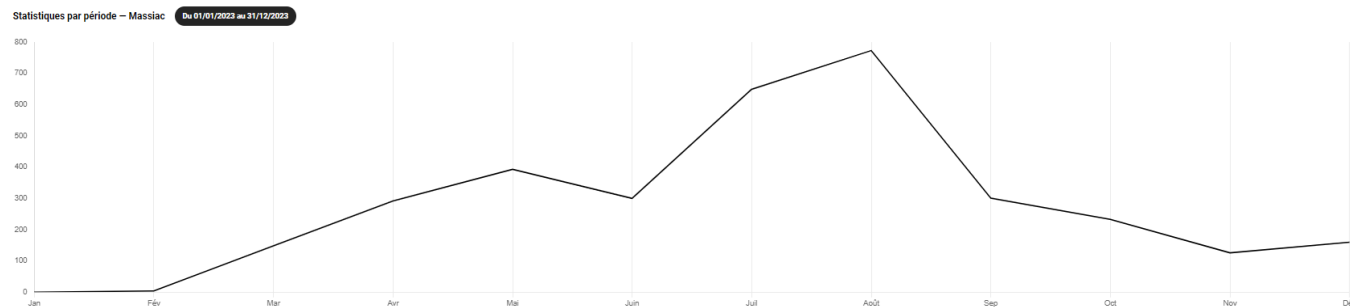
- Allanche et Massiac = déménagement des écrans fin Janvier 2023



Bilan utilisateurs – Ecrans extérieurs



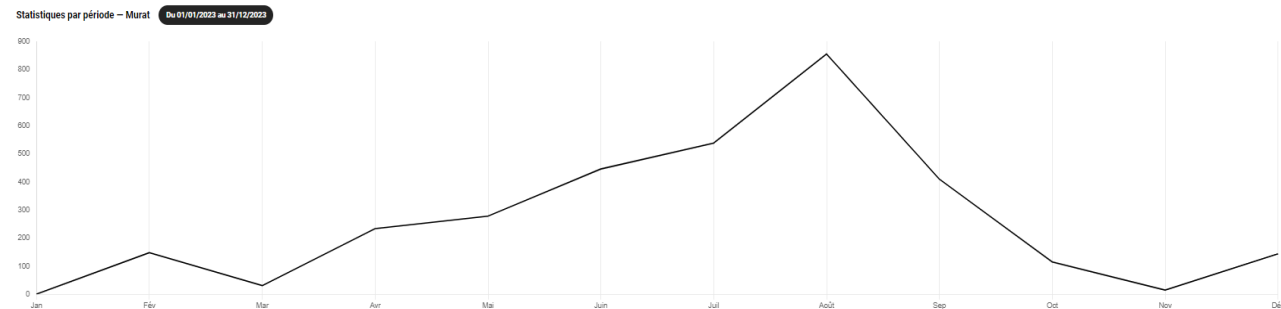
Pic d'utilisation de l'écran marquée en août



Bilan utilisateurs – Ecrans extérieurs



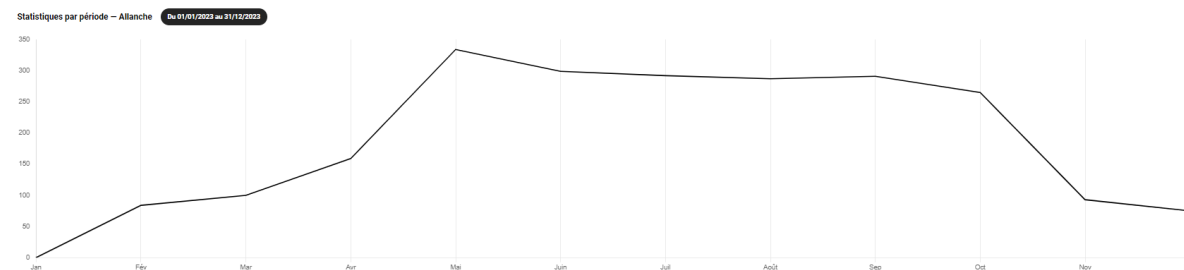
Pic d'utilisation de l'écran marquée en août



Bilan utilisateurs – Ecrans extérieurs



Utilisation de l'écran marquée en **mai** (Fête Estive) et **stable** jusqu'en octobre





Bilan utilisateurs – Tables numériques Activités Pleine Nature

- **Nombre de clics - Nombre de visiteurs (sessions) – Durée moyenne des sessions**

	Nombre de clics 2023	Nombre de sessions 2023	Durée moyenne des sessions 2023
Toutes tables	69 561	9 379	2 min 5 s
Le Lioran	16 324	2 347	1 min 46 s
Murat	9 526	1 617	2 min 27 s
Allanche	7 775	1 112	1 min 52 s
Massiac	2 388	388	1 min 44 s
Neussargues	337	92	1 min 26 s



Bilan utilisateurs – Tables numériques Activités Pleine Nature

▪ Parcours les plus consultés - TOP 5

	N°1	N°2	N°3	N°4	N°5
Toutes tables	Sentier des Burons 👁️ 550	Bois de Veyrière 👁️ 421	<i>Plomb du Cantal</i> 👁️ 396	<i>Font de Cère (Puy Griou)</i> 👁️ 336	<i>Boucle du Puy Mary</i> 👁️ 331
Murat	Boucle du Puy Mary	Plomb du Cantal	Bonnevie St Antoine	A/R Puy Mary Peyre-Arse	Les cascades
Le Lioran	Sentier des Burons	Bois de Veyrière	Rombière	Font de Cère (Puy Griou)	Font d'Alagnon
Allanche	Roche Grande	Puy Mathonière	Montagne Courbières	Cézerat	Au fil de la Sianne
Massiac	Chapelle Ste Madeleine	Château d'Aurouze	Pouzol	Suc de Védrines	Roche de Landeyrat
Neussargues	Sentier vieilles pierres	Bois des Fraux	Le gros hêtre	Lescure	Gorges Alagnon



Bilan des éditions

Cartes – Editions Massif Cantalien

L'ensemble des éditions cartes "Massif cantalien" a été réimprimé en 2023, à l'exception de la carte trail. Elles ont été actualisées sur la base de 2022, sans modification graphique.

- Carte touristique (11 000 exemplaires)
- Carte itinéraires randonnées pédestres (7 500 exemplaires)
- Carte itinéraires VTT et cyclo (1 000 exemplaires)



E-Brochures

Les informations relatives aux activités, fêtes et manifestations, sites de visite, producteurs, artisans, hébergements, restaurants... ont été diffusées via **l'édition et l'impression de brochures personnalisées** depuis nos outils de GRC dans l'objectif de répondre en temps réel aux besoins personnalisés du visiteur et de l'intégration de l'exhaustivité de l'offre. Des gabarits graphique type ont été déclinés par saison (printemps/été/automne – hiver et par typologie d'offres (Agenda, Activités encadrées et offres de séjour).



Editions produits Tribu et Groupe / produits packagés

Déclinaison des fiches produit suivantes :

- Visite sèche
- Séjour packagé
- Journée packagée

Autres éditions 2023 – Hautes Terres Tourisme

En complément, d'autres outils print de promotion ont été déclinés tout au long de l'année :

- Sets de table (80 000 exemplaires)
- Flyer « Annoncez votre événement en ligne » (5 000 exemplaires)
- Guide mobilité Lioran>vallées hiver 2023 (500 exemplaires)
- Kakémonos promo « billetterie en ligne » (6 exemplaires pour chaque BIT)
- Panneaux saisonniers au Lioran (printemps/été et hiver)
- Enquête de positionnement : kit de com (5 000 flyers et 500 affiches)
- Flyer « Suricate » dispositif signalement anomalies APN (2 000 exemplaires)
- Affiche animations Hiver au Lioran-Noël 2023 (200 exemplaires)

Bilan des salons / actions de promotion

Boutique éphémère du Centre Jaude – Février 2023

- Une opération test axée sur la promotion du Cézallier à renouveler avec plus d'anticipation
- Mise en avant du Cézallier + zoom sur 2 événements: **La Grave Gravel** et **la Foulée du Cézallier**
- 227 personnes accueillies

Salon du randonneur - Mars 2023

- Présence d'un Accompagnateur en Montagne du territoire pour représenter Hautes Terres
- 14 092 visiteurs sur le salon soit +5% versus 2022
- 3 jours de salon, 430 exposants, 129 stands

Roc d'Azur Fréjus - Octobre 2023

- 100 000 visiteurs sur le salon
- Type de demandes : 1- Cyclo et VTT, 2-Itinérance GTMC, 3-Bike Parc Lioran et Gravel, 4- Produits packagés
- Stand structuré avec AURA - Animation avec jeu-concours et présence ambassadeur Romain Bardet - campagnes digitales sponsorisées en amont et pendant le salon.
- Intéressant pour appréhender les tendances du marché, les retours d'expériences, la création de relations avec d'autres territoires

Origine Auvergne – Novembre 2023

- 1^{ère} édition
- 22 140 visiteurs, 320 exposants, 10 000m2 pour représenter les 4 départements auvergnats, 35 ateliers, 4 concerts et 67 tables rondes
- Contacts de qualité, clientèle de proximité avec un intérêt fort pour les sports de pleine nature
- Types de demande: 1-Rando, 2-VTT/Cyclo, 3- Sports d'hiver





COMMERCIALISATION ET CONCEPTION DE PRODUITS TOURISTIQUES

Conception de produits touristiques

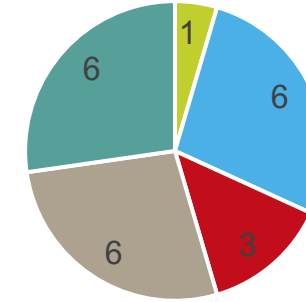
22 partenaires travaillent avec HTT pour la réalisation de produits groupe

- La Fabrique de Voyages, espace de co-construction de nouvelles offres touristiques, en cours de lancement.

Immatri-culation « en poche », Hautes Terres Tourisme a mis en place l'organisation, la méthodologie et les outils pour concevoir des produits touristiques packagés avec les professionnels du territoire.

Nombre de produits créés et réadaptés pour les groupes

- Ciblage de la clientèle groupe = marché porteur par rapport aux individuels et par rapport aux demandes faites auprès de l'office de tourisme.
- 5 journées ont été ainsi revues ou créées ainsi qu'un week-end = produits vitrine du territoire, modulables en fonction des demandes des groupes.



- Sites de visites
- Restauration
- Hébergement
- Activités
- Artisans/ producteurs

- Une journée « Patrimoine intimiste et bol d'air en Cézallier » (20 à 30 pers)
- Une journée « Saveurs du Cézallier, voyage en terres d'Estives » (20 à 30 pers)
- Une journée « L'Empreinte des hommes sur le volcan Cantal » (15 à 20 pers)
- Une journée « Voyage culinaire en vallée de l'Alagnon » (20 à 30 pers)
- Une journée « A la fête de l'Estive » (10 à 30 pers)
- Un week-end « Cocktail Patrimoine et art de vivre » (10 à 12 pers)

= 1 seule journée vendue en 2023 mais nombreux devis réalisés pour des packages visites de ferme + restauration, lancement d'une campagne de communication en décembre 2023 + reconduction en mars 2024 (newsletter auprès des autocaristes)

Un séjour VTAE pour les individuels :

- Formule 4 jours / 3 nuits dans les Hautes terres volcaniques du Cantal (Mini : 2, Maxi : 10 personnes).
- Séjour construit avec le cabinet Kipik conseil - Travail avec le CD15 à venir

Fiches produits à retrouver sur www.hautesterres-tourisme.fr



Conception de produits touristiques

◇ Bilan des visites de groupes

- Au total, ce sont **521 participants en groupe constitués** qui ont participé à des visites guidées de Murat, Allanche, Mémorial, Espace Cézallier, ou visites de fermes pour un montant **TTC net de 3 979€** avec une **marge nette** pour Hautes Terres de **2 412€**.
- Il est à noter :
 - Une demande sur la journée en Cézallier par l'agence Solotour pour un groupe d'agriculteurs (26 participants).
 - Une demande pour un groupe de scolaires pour le brame du cerf (6 participants) et pour des visites de fermes combinées avec des visites guidées de Murat ou Allanche (30 participants).
 - Une demande pour un groupe sur la journée de la fête de l'Estive pour 2024 (30 personnes).

La communication à ce jour a été faite seulement sur notre site internet dans la rubrique Tribus et groupes.

<https://www.hautesterrestourisme.fr/tribus-et-groupes/>

Hautes Terres tourisme
Volcan - Cantal

INCONTOURNABLES PLEINE NATURE VISITES ET SAVOIR-FAIRE AGENDA

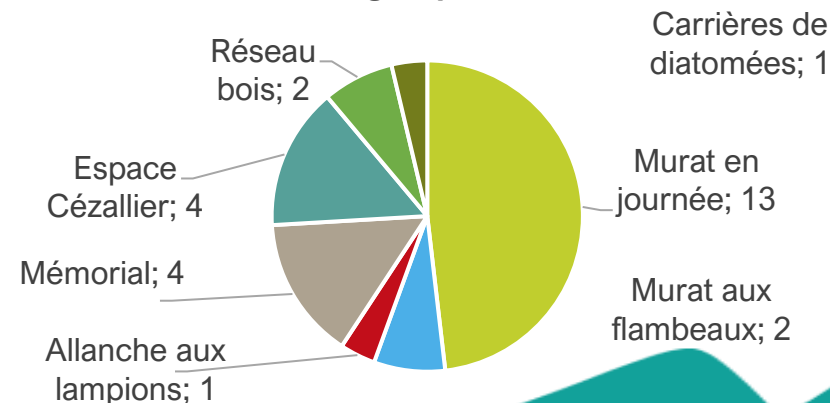
Allanche aux lampions
Période : Toute l'année
VISITES GUIDÉES ET ACTIVITÉS
Partez en excursion, dès la tombée de la nuit, à la découverte des bâtiments les plus emblématiques du vieil Allanche.
🕒 1h30
💰 165€ / 30 personnes
EN SAVOIR PLUS →

Murat aux flambeaux
Période : Toute l'année
VISITES GUIDÉES ET ACTIVITÉS
Murat à la tombée de la nuit. Avec des flambeaux c'est à la fois une visite guidée et un voyage dans le temps qui s'offrent à vous.
🕒 1h30
💰 165€ / 30 personnes
EN SAVOIR PLUS →

Palhàs de Molompize
Période : Toute l'année
VISITES GUIDÉES ET ACTIVITÉS
Espace Naturel Sensible du Cantal, le site des Palhàs de Molompize met en valeur le système de cultures en terrasses.
🕒 1h30
💰 125€ / 30 personnes
EN SAVOIR PLUS →

Demandez-nous

Détail des visites groupes vendues en 2023





Conception de produits touristiques

◇ Bilan prospection achats base de données + phoning

- Un achat de fichier de **3 000 adresses** d'agences autocaristes auprès de Promotion Tourisme.
- Une campagne de communication: réalisée par le service communication d'Hautes Terres Tourisme auprès du fichier d'autocaristes le **30 octobre 2023**.
- Une campagne de phoning : 02 et 03 décembre 2023, filtrage sur les zones limitrophes suivantes avec à l'appui un argumentaire de vente.
 - **Région Auvergne Rhône Alpes:** 74 contacts appelés - 11 agences à rappeler (produits à la journée pour les zones proches)
 - **Région Poitou Charente Limousin:** 41 contacts appelés - 5 agences à rappeler (produits adaptés ou à la journée pour les zones proches.)
 - **Région Midi-Pyrénées Languedoc:** 47 contacts appelés - 5 agences à rappeler (produits adaptés ou à la journée pour les zones proches.)
 - **Région Paca:** 14 contacts appelés - 1 agence intéressée (produits sur plusieurs jours)
 - **Région Centre:** 18 agences doivent être contactées
 - **Région Pays de la Loire:** 22 contacts appelés - 2 agences intéressées dont 1 qui souhaitent des produits pour les scolaires.
- Une **2^{ème} campagne de phoning** doit être programmée également **fin janvier-début février 2024 sur les agences intéressées.**
- Objectifs :
 - constituer **une base de données des clubs 3^{ème} âge** des départements limitrophes (pour produits patrimoine et gastronomie)
 - persévérer en ce sens et se faire connaître sur ce marché.



EVENEMENTIELS A ALLANCHE

Bilan de la Fête de l'Estive 2022

- Fréquentation du Bureau d'Allanche : **1712 entrées sur la semaine du 22 au 28 mai 2023**, **1830 entrées** sur la semaine du 20 au 30 Mai 2022. La fréquentation sur le bureau est en légère baisse en 2023, car l'Estive s'est déroulée sur le week-end de pentecôte (2 jours) alors qu'en 2022, elle avait eu lieu sur un week-end beaucoup plus long (ascension).
- **Bilan semaine d'activités de l'Estive :**
 - Visite d'un troupeau de vaches Aubrac (Gaec des Gardes) = 4 personnes
 - Visite d'un troupeau de vaches Salers (Gaec Gauthier) = 29 personnes
 - Visite de la brasserie des Estives = 47 personnes
 - Visite guidée du Vieil Allanche avec dégustation = 31 personnes
 - Visite guidée de l'Espace Cézallier = 14 personnes
 - Visite libre de l'Espace Cézallier = 39 personnes
 - Dégustation de produits locaux au bar des Mercoeurs : 30 personnes
- Nombre d'exposants :
 - Marchands ambulants : **55**
 - Marché de pays : **30**
- Nombre d'entrées au repas du soir : **585**
- Nombre d'entrées au bal : **427**
- Nombre camping-caristes : **284**
- Record de fréquentation sur l'évènement = **35 000 personnes** (*chiffres de la gendarmerie*)

Fréquentation
(données
mobiles orange –
Fluxvision):
16 000
personnes
(-12% vs 2022)





Bilan du Marché des Potiers et de la Foire Antiquité Brocante

Marché des potiers

- Fréquentation OT sur le Week-end du 15 et 16 juillet 2023 = **613 entrées** (en 2022 = 664 entrées)
- Nombre d'exposants : **31**
- Chiffre d'affaires moyen par potiers : **1 621€** (1 388€ en 2022)
- Bilan des organisateurs : « *Les potiers sont très satisfaits, le chiffre d'affaires moyen par potiers est en nette augmentation par rapport à 2022.* ».

Fréquentation
(données
mobiles orange
– Fluxvision):
**16/07 = 4 800
personnes**
(- 5% vs 2022)



Foire antiquités brocante

- Fréquentation OT sur le week-end des 04, 05 et 06 août 2023 : **353 entrées** (en 2022 = 381 entrées)
- Nombre d'entrées : **4 528 entrées sur les 3 jours**, en comparaison : 4 165 en 2022
- Nombre d'exposants Brocanteurs antiquaires : **100**
- Bilan des organisateurs : « *« Une belle fréquentation encore sur la 48ème édition avec une variété et une diversité au niveau des exposants. Cette année tous les stands ont été comblés grâce un démarchage assidu pour trouver de nouveaux exposants par deux membres de l'association.* »



Fréquentation
(données
mobiles orange
– Fluxvision):
**06/08 = 6 700
personnes**
(-8% vs 2022)



SERVICES AUX PROFESSIONNELS



L'information aux pros : les newsletters

La solution CRM Avizi acquise au printemps 2022 nous a permis de **professionnaliser** et de **structurer** les envois de newsletters. Un service sécurisé et conforme au RGPD en matière de collecte, de traitement et de conservation de la donnée personnelle nous assure une gestion sereine de l'exploitation des campagnes emailing. Ces campagnes ont débuté en juillet avec pour objectif principal de **maintenir le lien avec nos socios-professionnels**.

En comparaison avec 2022 (lancement du service à mi-2022), les taux d'ouverture et taux de clics sont en hausse en 2023. Cette hausse d'environ 8% du nombre d'ouvertures, et donc du nombre de clics, s'explique très certainement par des campagnes d'infos étoffées, en réponse aux demandes formulées par les professionnels; mais aussi par l'augmentation du ciblage qui permet un envoi à une base toujours plus enrichie. Le taux d'ouverture des campagnes d'emailing 2023 est bon, un taux d'ouverture moyen d'e-mail pour tous les secteurs confondus se situe autour de 20%.

L'abonnement aux campagnes de newsletter pro est automatique, à partir du moment où vous nous avez déclaré votre activité.

A noter que pour les contacts privés, l'abonnement à nos campagnes « Agenda » et « kit d'info » peut se faire de différentes manières : sur simple demande orale ou écrite auprès de l'Office de Tourisme ; mais aussi via le site Internet www.hautesterrestourisme.fr (3 widgets disponibles). Chaque contact doit valider numériquement son consentement (mail dédié à chaque ajout de contact intéressé).



Quelques chiffres

4 typologies de newsletters ont été envoyées aux professionnels en 2023 :

- Kit d'infos pratiques : un envoi à chaque période de vacances scolaires
Taux d'ouverture moyen 45% - Taux de clic moyen 40%
- Agenda : un envoi à chaque semaine de vacances scolaires
Taux d'ouverture moyen 40% - Taux de clic moyen 28%
- Enquête – Questionnaire aux pros : envoi variable selon les besoins de l'observatoire
Taux d'ouverture moyen 48% - Taux de clic moyen 25%
- Lettre d'infos pro : envoi variable selon l'actualité
Taux d'ouverture moyen 53% - Taux de clic moyen 33%
- Au total, **45 newsletters diffusées** à une moyenne de 900 mails destinataires
- Profils des contacts destinataires des newsletters :
 - ✓ Socio-professionnels des 35 communes de Hautes Terres Communauté
 - ✓ Associations, communes des 35 communes de Hautes Terres Communauté
 - ✓ Organismes du tourisme du Département
 - ✓ Presse
 - ✓ Agents de l'Office de Tourisme et de Hautes Terres Communauté
 - ✓ Elus : membres du Comité de Direction de Hautes Terres Tourisme
 - ✓ Elus : référents tourisme des communes de Hautes Terres Communauté
 - ✓ Elus : conseillers communautaires de Hautes Terres Communauté
 - ✓ Grand public : visiteurs / habitants (Agenda et kit infos uniquement)
- 94% adresses mails professionnelles
- 6% adresses mail opt-in grand public, cible essentiellement locale
- **Taux d'ouverture de 46,5 % en moyenne**
- **Taux de clic 31 % en moyenne**

L'information aux pros : les newsletters

Agenda



Agenda - Eté 2023 Les sorties pédestres nature accompagnées

Observation de la faune



Faune et ornitho au cirque de Chamalières

- Sorties 1/2 journée
- Les lundis
- 25€/personne
- A partir de 8 ans

Réserver



Les marmottes du Plomb du Cantal

- Sorties 1/2 journée
- Les vendredis
- 30€/personne
- A partir de 6 ans

Réserver



Les marmottes du Puy Mary

- Sorties 1/2 journée
- Jeudis (sauf le 17)
- 20€/personne
- A partir de 6 ans

Réserver

Kit infos



Vacances de Noël 2023-2024 Hautes Terres Tourisme vous accompagne



Mobilité hiver 2023-2024 Quels services de mobilité ces vacances ?

Vacances de Noël :

- Navettes intra-muros à la station du Lioran
- Train - Ligne Clermont-Ferrand > Aurillac

A venir >>> Vacances de février

- Bus des Neiges Neussargues > Le Lioran
- Bus Prat de Bouc : Le Lioran > Prat de Bouc
- Navettes intra-muros à la station du Lioran
- Train - Ligne Clermont-Ferrand > Aurillac

Télécharger le guide mobilité hiver
Les lignes de la montagne

Enquête

Madame, Monsieur,

Nous tenons à exprimer notre profonde gratitude à celles et ceux d'entre vous qui ont déjà pris le temps de répondre à l'enquête sur l'identité du territoire menée par Hautes Terres Communauté. Votre contribution est extrêmement précieuse et nous vous en sommes sincèrement reconnaissants.

Pour celles et ceux d'entre vous qui n'ont pas encore eu l'opportunité de participer, nous souhaitons vous rappeler qu'il vous reste jusqu'au 30 juin pour le faire.

Vos réponses joueront un rôle essentiel dans la définition de la future politique d'attractivité et dans sa communication.

Cette enquête a pour objectif de présenter une vision complète du territoire, à partir des points de vue et des ressentis des habitants. Votre participation active est donc vivement encouragée. Il vous suffit de suivre le lien ci-dessous pour accéder à l'enquête :

Répondre à l'enquête

<https://bit.ly/hautesterres>

Nous vous invitons aussi à partager le lien de cette enquête autour de vous.

Nous tenons une fois de plus à vous remercier chaleureusement pour votre soutien et votre engagement envers le territoire de Hautes Terres Communauté.

Bien cordialement,

Didier ACHALME
Président de Hautes Terres Communauté

Gilles CHABRIER
Président de Hautes Terres Tourisme



Lettre info



Madame, Monsieur,

L'Office de tourisme Hautes Terres Tourisme - Volcan Cantal, en collaboration avec sa fédération ADN Tourisme, souhaite vous informer sur les récentes évolutions concernant la loi de Finances 2024 et les mesures fiscales spécifiques aux meublés classés de tourisme.

Vous trouverez en pièce jointe un courrier ainsi qu'une note détaillée exposant nos positions et propositions concrètes en réponse aux enjeux de la crise du logement, tout en préservant l'équilibre essentiel avec le maintien de l'activité touristique, pilier indispensable à l'attractivité, à l'emploi et à l'économie des territoires.

ADN Tourisme a défendu activement le dispositif fiscal spécifique aux meublés de tourisme. Cependant, la loi de Finances pour 2024 finalement promulguée le 29 décembre et publiée le 30, a conservé, par erreur, un amendement du Sénat abaissant davantage l'abattement fiscal que ne l'envisageait initialement le Gouvernement dans son projet de Loi de Finances retenu en 1ère lecture. Le montant de l'abattement fiscal dont bénéficie la location de meublés de tourisme pourrait cependant être revu dans le cadre d'une loi de finances rectificative afin de corriger cette erreur.

Nous tenons à vous assurer que ADN Tourisme mène des actions fermes pour corriger cette erreur, notamment à travers :

1. Une rencontre avec la Cheffe de cabinet de Madame la Ministre déléguée au tourisme, Mme. Olivia Grégoire, le 18 décembre, pour rappeler la position de notre Fédération.
2. Une réunion avec nos principaux partenaires engagés sur le sujet en fin de semaine, afin de renouveler une position commune (l'ANETT, l'ANEM, l'ANEL, l'ANSM notamment).
3. L'envoi prochain de courriers aux ministres des Finances, du Tourisme, du Logement et de la Cohésion des territoires, signés du Président d'ADN Tourisme M. François de Canson, pour leur faire part de notre position et solliciter une réunion sur le sujet.
4. Un rendez-vous est prévu avec les Députés Annaïg Le Meur et Marina Ferrari, chargées par la Première Ministre d'une mission sur la fiscalité locative. Nous vous invitons à prendre connaissance du courrier et de la note en pièce jointe pour plus de détails sur nos actions et nos propositions.

Nous vous remercions de votre attention et restons à votre disposition pour toute question ou information complémentaire.

Cordialement,

L'équipe de l'Office de Tourisme

L'information aux pros : les newsletters

- Également, des campagnes ciblées à des publics spécifiques



Le Volcan Cantal
Au programme de vos séjours 2024



- Estampillée territoire pleine nature, où les 4 saisons riment avec enchantements à la fois uniques et multiples.
- Avec des marqueurs paysagers forts : les Monts du Cantal, le Grand Site de France Puy Mary, les estives et haut plateau du Cézallier.

CIBLE Groupe

- Autocaristes et Agences de Voyage
- Envoi à 1 855 contacts uniques
- 26,7% d'ouverture
- Promotion du service commercial
- Mise en avant des offres de produits packagés
- Relance commerciale téléphonique post campagne d'Emailing – En cours hiver 2023-2024



NOUVEAU ! Samedi 22 juillet 2023
Un trail au coeur du Volcan Cantal, au Lioran

- Au départ de la station du Lioran, au pied du Plomb du Cantal
- Hébergements et restauration possibles [sur place](#) ou à proximité, en [vallée](#)
- Dans le cadre grandiose du Parc Naturel Régional des Volcans d'Auvergne
- Trail, suivi le lendemain, dimanche 23 juillet, de la [Fête de la Montagne](#)

6 défis trail possibles :

- La Course Reine - 4x1800 - 32 kms - 1900mD+
- La Course du Plomb - 12km - 900mD+
- La 4x1800 Relais - 21km - 11km
- Le Trail des crêtes - 20km - 1000mD+
- La Vert'garde - 0,65km - 150D+
- Les Pitchounettes - 1,5km - 70D+ et 3km - 140D+

S'inscrire

CIBLE Traileurs

- Contacts acquis sur salon des Templiers
- Envoi à 570 contacts uniques
- 38,5% d'ouverture
- Promotion du trail 4x1800
- Mise en avant des inscriptions en ligne



▪ Apidae, une plateforme de gestion et de diffusion de l'offre touristique

Apidae est le 1er réseau national de gestion de l'information touristique. C'est une base de données dans laquelle chaque territoire (office de tourisme) référence l'ensemble de son offre (hébergements, activités, restaurants, manifestations, commerces, équipements...). Apidae alimente ainsi chaque jour de nombreux outils de diffusion d'information touristique (sites internet des offices de tourisme, des départements, de la région, applications touristiques mais aussi presse papier).

A ce jour, la base de données Apidae nous permet l'alimentation et le suivi de 7 projets numériques pour Hautes Terres Tourisme :

- Site Internet www.hautesterrestourisme.fr
- Site Internet espace trail - www.massifcantalien.com
- Site Internet cirkwi - www.cirkwi.com
- Tables numériques Kalkin
- Écrans d'information extérieurs
- CRM Avizi - Gestion de la Relation Client
- Générateur de E-Brochures - Edit Your Self

La donnée de l'offre des Hautes Terres saisie dans Apidae, permet également d'alimenter d'autres supports numériques à l'échelle intercommunale (widgets aux socio-professionnels), départementale, régionale (site web Auvergne Destination / application Kalkin...) et nationale (Open data).

Les offres présentent sur APIDAE sont celles tous les partenaires qui ont répondu à nos sollicitations et qui ont réalisé les mises à jour sur leurs fiches Apidae (ensuite validées par nos soins).

Nombre de fiches « partenaires » mises à jour en 2023 = 3022 fiches (+41% vs 2022)

Nombre de fiches de la base au 31 décembre 2023 = 5715 fiches (+16% vs 2022)



Utilisation du nouveau logiciel Hôtentic – Open Edit

Hôtentic est un éditeur de logiciels spécialisé dans le secteur du tourisme. Il **conçoit pour et avec les professionnels du tourisme des solutions numériques simples, efficaces, évolutives et durables pour promouvoir et faire vivre leurs destinations.**

La **solution Open Edit** proposée par Hotentic est un outil permettant de **réaliser des campagnes de collecte d'informations permettant d'alimenter la base de données APIDAE.** Avant il était nécessaire d'envoyer un mail à chaque prestataire, aujourd'hui un seul envoi interroge l'ensemble des prestataires.

Hautes Terres Tourisme a été précurseur dans le département à utiliser ce logiciel (développement en cours dans les autres OT du Cantal.)

Les campagnes sont organisées à partir de la base de données régionale Apidae


Fin août 2023 : 1ère campagne de mise à jour Hiver pour les partenaires du Lioran : mise à jour des jours et horaires d'ouverture + des tarifs.

Octobre 2023 : 2ème campagne pour la mise à jour de tous les partenaires du territoire pour l'année 2024 : vérification complète des informations

Novembre 2023 : 3ème campagne pour les menus de fêtes : ouverture, menus et tarifs de ces menus

D'autres campagnes brèves, prévues en cours d'année, consistent à partager des informations auprès des visiteurs comme les jours et horaires d'ouverture des restaurants pendant les vacances par exemple.

?oe_token=Vpm4nnrdKN9Ziu4RgyRB4q_ZK-TvNJ_TertQs8Qlg8g

 Aux Globe Trotters

Description

Nom de l'offre*

Descriptif court*

Descriptif détaillé*

Moyens de communication

Téléphone*

Email*

Site web

Informations

Moyens de paiement* Carte bancaire/crédit Chèque Chèque-Vacances Classic Espèces Virement Cliquez pour ajouter un critère

Animaux

Animaux acceptés* Oui Non



▪ Utilisation du nouveau logiciel Hotentic – Open Edit



Avantages:

- 1 mail par catégorie, possibilité de **programmer des relances** mail = gain de temps
- Possibilité de faire des **campagnes brèves et régulières** qui prennent peu de temps à répondre (5 min) pour les partenaires
- Meilleur **suivi des réponses et des retours** avec copie conservée et validation automatique des autorisations de diffusion des informations



Améliorations:

- Nécessité de **faire du phoning pour ceux n'ayant pas de mails**
- Des relances téléphoniques sont encore nécessaire mais moins nombreuses
- Des ajustements à voir sur la structure des formulaires (certains n'étaient pas bien adaptés à certaines catégories).



Gestion du Syst. d'info. touristique APIDAE

HEBERGEMENTS

- Avant la gratuité en 2021, nous avions 121 hébergements référencés dans la base
- A partir de 2022, avec l'abandon des partenariats payants et intégration des prestataires du Lioran : **282 partenaires « hébergements »**
- En 2023, on comptabilise **312 partenaires** hébergements soit + 10 % vs 2022.

Partenariats payants	2021	Gratuité du « partenariat »	2022	2023
HOTELS	9	HOTELS	14	16
CHAMBRES D'HOTES	13	CHAMBRES D'HOTES	16	17
CAMPINGS	11	CAMPINGS	11	10
GITES ETAPES	12	AIRES CAMPING CAR	11	10
RESIDENCES DE TOURISME	2	GITES ETAPES	13	15
INSOLITES	4	RESIDENCES DE TOURISME	4	5
MEUBLES	70	INSOLITES	6	9
4*	3	MEUBLES	207	230
3*	35	4*	3	5
2*	27	3*	64	71
1*	4	2*	59	68
ECCL	1	1*	14	14
TOTAL PARTENARIATS	121	ECCL	10	18
		NC	57	54
		TOTAL PARTENARIATS	282	312



Gestion du Syst. d'info. touristique APIDAE

▪ RESTAURANTS

En 2021 : 19 partenaires

En 2022 : 55 offres référencées et mises à jour (sur 88 offres)

En 2023 : 59 partenaires

▪ ACTIVITES

843 fiches créées sous Apidae

▪ EVENEMENTS / MANIFESTATIONS

Gestion et mises à jour régulières de **771 fiches Apidae « Evènements »** en 2023

Nom	Identifiants	Type	Département	Terroire	Commune	Complément 1	Complément 2	Verru ou date de validation	DMAJ
@ Café by J' Sports	4703843	RES	15	Le Lioran	Restaurant	Restauration rapide		27/09/2022	
« Debout », performance chorégraphique aux tourbières de Bnjalaine	6076197	EVE	15	Murat	Périodes périmées			23/07/2022	
" La Rencontre " par Jean-Philippe VERSELIN	6306106	EVE	15	Massiac	Périodes périmées	Exposition		26/01/2023	
« Samuel, un garçon extraordinaire ! »	6076234	EVE	15	Massiac	Périodes périmées	Conférence / Débat / Rencontre		07/04/2022	
10 ans du Loup d'Azou et 10 ans de la Librairie	5272291	EVE	15	Massiac	Périodes périmées	Siècles de dédicaces		21/04/2019	
10e anniversaire de la Ferme Bonafoux - Journée Portes ouvertes	6087706	EVE	15	Ragnade	Périodes périmées			11/04/2022	
18ème journée du Sommeil	6947632	EVE	15	Murat	Périodes périmées	Conférence / Débat / Rencontre		27/11/2018	
1er Salon de la bière artisanal	5077995	EVE	15	Murat	Périodes périmées				Hautes Terres Tourisme

Sites de visites – Patrimoine culturel

En 2021 : 19 partenaires

En 2022 : 8 offres référencées et mises à jour sur une base de 17 offres

En 2023: 18 dont 9 hors HTC

Artisans d'art

En 2021 : 9 partenaires

En 2022 : 15 offres référencées et mises à jour sur une base de 27 offres

En 2023: 14 partenaires

Producteurs

En 2021 : 23 partenaires

En 2022 : 20 offres référencées et mises à jour sur une base de 58 offres

En 2023: 28 partenaires

Activités pleine nature

En 2021 : 43 partenaires

En 2022 : 47 offres référencées et mises à jour sur une base de 60 offres

(9 acc montagne ; 1 vélorail ; 4 activités équestres ; 2 activités chiens de traîneaux ; 5 sports sensations ; 16 équipements sportifs ; 10 activités bien être)

En 2023: 44 partenaires



Classement des meublés de tourisme

▪ Un agrément pour 5 ans

Novembre 2023 :

Deux agents évalués sur les méthodes de contrôle des meublés de tourisme par l'AFNOR.

Accréditation pour poursuivre la mission obtenue pour 5 ans.

▪ Classements réalisés

En 2019 : 53 classements

En 2020 : 22 classements

En 2021 : 46 classements

En 2022: 43 classements

En 2023 : 23 classements réalisés, soit 2 720€ de CA

23 classements dont :

- 16 nouveaux classements à 120€
- 7 renouvellements de classements à 120€
- 1 à 80 € (réduction sur le classement du 2^{ème} meublé appartenant au même propriétaire)

Répartition par catégorie de classement =

Classement n'ayant pas abouti = 1 meublé

1* = 1 meublé

2* = 10 meublés

3* = 10 meublés

4* = 1 meublé





GESTION DES EQUIPEMENTS DE HAUTES TERRES COMMUNAUTE



Espace Cézallier

Hautes Terres Tourisme gère l'Espace Cézallier à Allanche pour le compte de Hautes Terres Communauté.

Ouvert en 2022, l'espace Cézallier s'ouvre sur un espace peu lumineux, comme dans l'ancienne buanderie de l'hôtel Bonnal. De grandes nappes semblent y sécher. Elles portent des images colorées, des photos et des textes, et font ainsi écho aux caractéristiques du Cézallier via différentes séquences thématiques : les estives, les burons, les fromages, les marchands de toiles, le façonnage des paysages, mais aussi l'eau avec ses lacs, cascades, tourbières. L'espace est rythmé par plusieurs éléments mobiliers faisant appel aux 4 sens : la vue, l'ouïe, l'odorat, le toucher... **C'est une invitation au voyage. Emotions et plaisirs garantis.**



Nombre visiteurs	CA TTC	Fréquentation vs 2022
537	507,00€	+ 7%

Visites Guidées	Nombre de sorties	Nombre de billets programmés	Nombre de billets vendus	Taux de remplissage	CA TTC
	19	243	52	21%	220,00€



Mémorial des Déportés

Hautes Terres Tourisme gère le Mémorial des Déportés à Murat pour le compte de Hautes Terres Communauté.

Le mémorial des Déportés de Murat perpétue la mémoire des 121 Muratais arrêtés par l'armée allemande les 12 et 24 juin 1944. Plongés dans l'obscurité, en prise directe avec les lieux dès leur arrivée et guidés par un son et lumières, les visiteurs sont invités à revivre en images la Résistance, la Déportation, la survie dans les camps.

Pour rappel, le Mémorial a subi un dégât des eaux cette année ce qui a contraint sa fermeture pendant environ 1 mois et demi, nous n'avions également pas de guide pour assurer son fonctionnement de janvier à mars.

En comparaison avec 2022, sur la même période soit de mai à décembre, le nombre de visiteurs a **augmenté de 9%**.



Nombre de sorties	Nombre de billets programmés	Nombre de billets vendus	Taux de remplissage	CA TTC
51	510	238	46%	704,00€

(des gratuités sont comprises dans ce total)



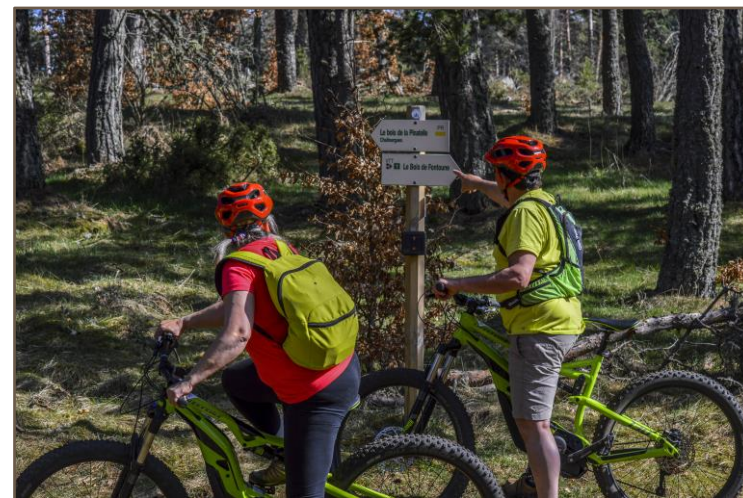
Location des VTT à assistance électrique

Hautes Terres Tourisme gère **une flotte de 15 VTT AE** à Allanche pour le compte de Hautes Terres Communauté.

En 2022, ce service a évolué pour **répondre aux difficultés d'exploitation** relevées par l'équipe de l'Office de tourisme, concernant la maintenance du matériel notamment.

Les tarifs : à partir de 40 € la demi-journée de location et jusqu'à 285 € pour 6 jours de location consécutifs.

Un **contrat de maintenance a été signé** avec l'entreprise MIKA BIKE, qui se déplace sur site pour assurer la maintenance du matériel dès que 5 VTT ont été loués au moins 4 fois



Nombre de locations	Détail des locations	Recettes	Coûts maintenance	Résultat
31	13 demi-journées et 18 journées	1 588,00€	369€	+ 1219,00€



CONTRIBUTIONS AUX PROJETS DE DEVELOPPEMENT DE HAUTES TERRES COMMUNAUTE



Contribution aux projets de Hautes Terres Communauté

Les agents et salariés de Hautes Terres Tourisme ont participé en 2023 au développement des projets de Hautes Terres Communauté, pour le compte de l'Office de tourisme ou au sein du Pôle « Tourisme » de Hautes Terres Communauté :

▪ Modernisation des campings de HTC

HTC a souhaité conduire un projet de restructuration et de repositionnement des campings de son territoire afin de renforcer le potentiel d'accueil des clientèles de l'hôtellerie de plein air afin de contribuer à la dynamique touristique en termes d'attractivité, de fréquentations et de consommation des offres. Cette mission, financée par l'ANCT (Agence Nationale de la Cohésion Territoriale), a été menée par le bureau d'étude Alpa Conseil. Au terme de cette mission, un réseau des campings de HTC sera animé par HTT.

▪ Aménagement d'aires de camping-car multiservices

Répondant à un réel besoin sur le territoire, ce projet vise à professionnaliser l'accueil du public de camping-caristes en créant un véritable réseau d'aires de camping-car permettant de satisfaire les visiteurs et de gagner en visibilité. Le projet consiste à aménager 3 nouvelles aires de camping-car sur l'ensemble du territoire qui répondraient à un cahier des charges commun : aire de vidange et de plein d'eau, accessibilité facile, cadre agréable et sécurisant. **La première aire a été implantée à Dienne en 2020, une autre est en projet sur Allanche et verra le jour en mai 2024** et la dernière sera installée au Lioran.

▪ Prat de Bouc

Les Offices de tourisme de St-Flour Communauté et de Hautes Terres Communauté, participe depuis la création de la Maison de Prat de Bouc, avec leur collectivité de tutelle, à la promotion et à l'animation du site. En 2023, Hautes Terres Tourisme a mis à disposition un salarié sur la période estivale et a notamment contribué aux actions de communication qui ont été déployées.

▪ Le Lioran

Hautes Terres Tourisme participe aux divers projets menés sur la station du Lioran tel que l'étude Lioran 2050 et le travail mené sur la problématique des logements saisonniers.





Contribution aux projets de Hautes Terres Communauté

▪ DSP Vélorail du Cézallier

Hautes Terres Communauté est compétente pour l'**exploitation du tronçon de voie ferrée entre Lugarde et Neussargues-en-Pinatelle** via des vélorails. Ce service est géré via un prestataire dans le cadre d'un contrat de délégation de service public. La nouvelle DSP a été conclue en mars 2023 avec la SAS Compagnie des Chemins de Fer du Cantal. L'Exploitant assure la promotion, la commercialisation et l'animation des produits affectés à l'exploitation touristique de la ligne. En 2023, le vélorail a été ouvert 167 jours.

▪ Etude de Positionnement HTC

Une étude stratégique d'attractivité du territoire de Hautes Terres Communauté a été initiée au printemps 2023, le rendu final de cette démarche se tiendra le lundi 29 janvier 2024.

Au cours de cette étude, le bureau ATEMIA a travaillé sur plusieurs points dont:

- l'Identité du territoire de Hautes Terres

- la création d'un **Récit commun** et fédérateur développé pour rendre lisibles et cohérents les projets et actions portés par Hautes Terres Communauté.

▪ Jobs dating

En 2023, Hautes Terres Communauté a organisé **2 jobs dating**, l'un pour les jobs d'été en avril, 35 structures étaient présentes et une 20aine de recruteurs et l'autre pour les jobs d'hiver en octobre qui a été copiloté par Campus formation CCI où l'on retrouvait une dizaine de recruteurs. A chaque fois, **Hautes Terres Tourisme y était présent en tant que recruteur** pour les postes de saisonniers et participe à la promotion de ces journées.

▪ Petit Patrimoine

Hautes Terres Communauté a débuté les travaux de rénovation et de valorisation de son petit patrimoine en mai 2021. Ce programme a pour objectif de **préserver et valoriser le patrimoine vernaculaire** identitaire des communes, dynamiser l'économie locale et renforcer l'attractivité du territoire. **En 2023, de premières réflexions ont débutées concernant les actions de valorisation** de ce patrimoine.





RELATIONS ET PARTENARIATS EXTERIEURS

Partenariats et relations extérieures

▪ Club Tourisme Cantal

Dans le cadre de la création du Club Tourisme Cantal qui rassemble les Offices de Tourisme du Cantal, le service tourisme du Conseil Départemental et Cantal Destination (CDT) et qui permet de mieux coordonner leur action au service d'une meilleure efficacité, d'une plus grande lisibilité de l'action institutionnelle, de l'émergence de nouvelles actions, **un Séminaire des OT a eu lieu le jour le 30 mars 2023.**

L'ensemble des agents des Offices de tourisme étaient présents. La journée a commencé par une présentation des actions du club tourisme, des petits ateliers de réflexion sur le story-board d'une vidéo de promotion sur le Cantal et ensuite **l'organisation d'ateliers sur les thématiques suivantes** : APIDAE, Observatoire/ veille, Design de l'offre, Accompagnement des pros, Social media/ contenu, Entreprise et découverte, Autres sujets : hotentic, open system, etc.

▪ Cantal Attractivité - « A la hauteur de vos projets »

Une dynamique pour le Cantal : se fédérer pour l'accueil de nouveaux habitants

Relever le **défi** de l'attractivité du territoire dans le but d'un regain démographique est l'une des grandes priorités du Cantal. Adopté il y a 2 ans, le Projet pour le Cantal 2030 vise une population atteignant les 150 000 habitants, soit un peu plus de 5 000 habitants supplémentaires en 15 ans. Pour atteindre cet objectif, il convient de miser sur **un Cantal attractif** pour inciter de nouvelles populations à venir s'installer.

Hautes Terres Communauté est pleinement intégrée dans la démarche, au sein du syndicat mixte « Cantal Attractivité », structure qui regroupe au total 11 acteurs de l'attractivité dans le Cantal, et qui porte les initiatives ambitieuses, transversales et générales. Une **stratégie territoriale**, déclinée en 4 thèmes et 27 actions est en cours de déploiement, parmi lesquelles : *la création d'un nouveau site web, la participation à des événements, l'animation de réseaux sociaux, la mise en place d'un jeu-concours, la gestion et l'animation d'une conciergerie territoriale, le déploiement d'outils d'observatoire économique... Etc.*



À la hauteur de vos projets



GOUVERNANCE



Le Comité de direction

En 2023, le Comité de Direction s'est réuni 5 fois, les sujets abordés étaient les suivants:

▪ **31 janvier 2023**

Rapport d'activité 2022
Débat d'orientation budgétaire 2023
Convention de partenariat et de répartition des missions entre la SAEM Super Lioran Développement et les Organismes de gestion de la destination compétents sur le périmètre de la station du Lioran

▪ **23 mars 2023**

Budget primitif 2023
Annexe opérationnelle et financière 2023 à la Convention d'objectifs et de moyens entre Hautes Terres Communauté et Hautes Terres Tourisme

▪ **27 juin 2023**

Actualités de l'Office de tourisme (juridique et sociale, formation, ...)
Point sur l'organisation de la saison estivale 2023
Création d'un réseau de référent(e)s « tourisme » au sein des Conseils municipaux

▪ **14 novembre 2023**

Constitution du groupe Qualité
Assujettissement de l'Office de tourisme à la TVA (à partir du 01/01/24)
Bilan de la saison estivale 2023

▪ **15 décembre 2023**

Autorisation pour la sous-traitance des paies à partir de 2024
Orientations politiques et budgétaires de l'Office de tourisme à mi-mandat

Les membres titulaires du Comité de direction

Représentants de Hautes Terres Communauté (12 sièges) : Gilles CHABRIER (Président), Philippe SARANT (Vice-président), Philippe LEBERICHEL (Vice-président), Didier ACHALME, Xavier FOURNAL, Alain GRIFFE, Thierry MATHIEU, Daniel MEISSONNIER, Jean-Pierre PENOT, Magali CRAUSER, Djuwan ARMANDET et Claire ANDRIEUX JANETTA.

Représentants des acteurs du tourisme (10 sièges) : Clément FOURIÉ (Le Bufadou), Dominique DAVOUST (Location meublé "Chalet Gérard"), Béatrice THOMAS (La Maison de Béatrice) et Franck RAYMOND (Le Saporta - Location de meublés de tourisme), Mathias DAUB (Accompagnateur en montagne), Stéphane SERRE (Accompagnateur en montagne), Jérôme CAZANAVE (Le Jarrouset), Fabienne AIGUEPARSES (Ferme de Condeval), Céline LEPAGE (Céline Lepage Broderie d'Art) et Philippe GLAIZE (les Amis du Vieil Allanche).

Partenaires institutionnels associés non-votants : le Parc Naturel Régional des Volcans d'Auvergne, la SAEM Super Lioran Développement, Cantal Destination, le Service Tourisme du Conseil départemental, le Syndicat-mixte du Puy-Mary et l'Agence Locale de Tourisme « Massif Cantalien ».



Les Référents Tourisme des communes

- **En 2023, Hautes Terres Tourisme a souhaité identifier des Référents Tourisme dans chaque commune.**

Le rôle du référent "tourisme" au sein des communes consiste à établir une liaison étroite entre la commune, l'Office de tourisme, et les services touristiques locaux. En tant qu'interlocuteur privilégié de l'équipe de l'Office de tourisme, le référent remplit plusieurs fonctions clés :

- 1. Liaison entre la commune et l'Office de Tourisme :** Le référent facilite la communication et la coordination entre la commune et l'Office de tourisme, favorisant ainsi une promotion du tourisme locale cohérente et efficace.
- 2. Représentation de la commune :** En tant que représentant de la commune au sein du réseau de référents "Tourisme", le référent s'assure que les intérêts spécifiques de sa commune sont pris en compte dans les actions touristiques.
- 3. Participation aux réunions du réseau de référents "Tourisme" :** Le référent assiste aux réunions organisées pour échanger des informations, discuter des stratégies touristiques, évaluer les saisons passées et planifier les activités à venir.
- 4. Collaboration pour le développement touristique local :** En travaillant étroitement avec l'Office de Tourisme et les services touristiques, le référent contribue au développement d'une offre touristique diversifiée, complémentaire, cohérente et de qualité, tout en préservant le patrimoine naturel et culturel de la commune.
- 5. Appui à la planification et à l'évaluation des actions touristiques :** Le référent participe à la planification des actions touristiques en fonction des ressources disponibles et contribue à l'évaluation des saisons touristiques passées, permettant ainsi d'améliorer les stratégies futures.



Ont participé à la rédaction du présent rapport :

Marlène LIADOUZE, Anne-Julie LOUBRADOU, Emeline FRANCON, Séverine BRANDON, Adeline NEGRE, Arnaud BRUZAT

Document approuvé par le Comité de direction le 30 janvier 2024