



RAPPORT D'ACTIVITÉS 2022

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|---|--------------|
| 1. Faits marquants de l'année | P. 4 |
| 1.1. Structuration de l'EPIC | P. 5 |
| 1.1.1. Mise en place administrative et financière de l'EPIC | |
| 1.1.2. Organisation du personnel | |
| 1.2. Continuité des missions de l'association | P. 5 |
| 1.2.1. Animation touristique | |
| 1.2.2. Démarches de labellisation | |
| 1.3. Remise en question de la stratégie de communication | P. 6 |
| 1.3.1. Diagnostic sur le positionnement | |
| 1.3.2. Réflexion sur les futurs axes de communication | |
| 1.4. Travail sur la performance économique | P. 6 |
| 1.4.1. Réflexion sur les ventes | |
| 1.4.2. Refonte de la boutique | |
| 1.4.3. Mise en place du paiement par CB | |
| 1.5. Participation aux projets de développement touristique et culturel de la CCSA | P. 7 |
| 1.5.1. Tourisme | |
| 1.5.2. Culture | |
| | |
| 2. État des effectifs du personnel | P. 8 |
| | |
| 3. Étude de la fréquentation touristique | P. 10 |
| 3.1. Fréquentation annuelle des bureaux d'accueil touristique | P. 11 |
| 3.2. Flux de fréquentation sur le territoire | P. 12 |
| 3.3. Statistiques web et numériques | P. 12 |
| | |
| 4. Projets 2023-2024 | P.14 |
| 4.1. Stratégie de communication 2023-2024 | P. 15 |
| 4.1.1. Guides de séjour 2023 | |
| 4.1.2. Nouvelle carte touristique | |
| 4.1.3. Étude de positionnement et nouvelle identité | |
| 4.1.4. Refonte des supports de communication | |
| 4.1.5. Refonte du site internet et des bornes interactives | |
| 4.1.6. Renouvellement de la banque d'images | |

- 4.2. Mise en place d'un dispositif de partenariat à destination des acteurs du tourisme local** **P.17**
 - 4.2.1. Embauche d'une chargée des partenariats
 - 4.2.2. Démarchage auprès des acteurs du tourisme local et rencontres
 - 4.2.3. Mise en place d'une meilleure communication interne auprès des partenaires
 - 4.2.4. Mise en place d'audits web personnalisés
 - 4.2.5. Accompagnement sur la montée en gamme des hébergements et la labellisation
 - 4.2.6. Renouvellement des sets de table et des kits d'accueil
- 4.3. Création de circuits patrimoniaux** **P.18**
- 4.4. Évolution des effectifs du personnel** **P.19**
 - 4.4.1. Évolution du poste de Sonia Madelaine
 - 4.4.2. Embauche Chargée des relations avec les partenaires
 - 4.4.3. Embauche de deux techniciens cycles polyvalents saisonniers

1. Faits marquants de l'année

1.1. Structuration de l'OTSA

1.1.1. Mise en place administrative et financière de l'EPIC

Par délibération du Conseil communautaire, le 29 novembre 2021, la forme statutaire de l'office de tourisme communautaire a été modifiée à travers la création d'un EPIC.

Le 1^{er} février 2022, les activités de service public exercées par l'association « Office de Tourisme de Sumène Artense » et son personnel ont été transférés à la nouvelle structure.

Cette transformation de l'office de tourisme a induit une reprise des accords, contrats et conventions existantes, mais aussi la mise en place d'un certain nombre de procédures administratives et financières.

- Mise en place de la comptabilité publique M4
- Mise en place du logiciel des paies
- Création d'une régie
- Organisation des comités de direction
- Création des documents administratifs et officiels : délibérations, notes de synthèse, procès-verbaux, arrêtés, etc.

1.1.2. Organisation du personnel

Par délibération du 1^{er} février 2022, le comité de direction de l'EPIC a adopté le tableau des effectifs suivant :

| Emplois | Catégorie | Effectif | Type de contrat | Durée hebdomadaire de travail |
|---|-----------|----------|-----------------|-------------------------------|
| Directeur | 3 | 1 | Cdi | 35 heures |
| Conseillers en séjour | 1 | 2 | Cdi | 35 heures |
| Webmaster animateur numérique de territoire | 2 | 1 | Cdi | 35 heures |
| Saisonniers | 1 | 4 | Cdd | 35 heures |

Le contrat de Sonia Madelaine, conseillère en séjour, a été transféré à l'EPIC le 1^{er} février 2022, sous les mêmes conditions. Son poste est amené à évoluer vers l'échelon 2, puisqu'elle remplit désormais des missions de gestion administrative et financière.

Le directeur, Mathieu Hot, a été nommé le 1^{er} mars 2022, sous contrat de droit public pour 3 ans.

Céline Kientzy, Chargée de communication et d'animation numérique du territoire, a été recrutée le 2 mai 2022, en CDI 35 heures.

Un employé saisonnier a été recruté pour les vacances de printemps (2 semaines). Trois autres saisonniers ont été recrutés pour les vacances d'été (2 mois).

Enfin, deux stagiaires ont été accueillies au sein de l'équipe, Fiona Cafferini, du 15 avril au 15 juillet (3 mois) et Garielle Rasolofoson, en stage rémunéré de six mois, du 1^{er} mai au 30 octobre.

1.2. Continuité des missions de l'association

1.2.1. Animation touristique

Année de transition et de mise en place de l'EPIC, 2022 n'a pas connu de grand renouvellement en termes d'animation touristique. Le programme d'animations estival s'est donc basé sur celui des années précédentes reprenant :

- Les visites guidées du patrimoine, avec une nocturne et une théâtralisée

- Les sorties géologie
- Les animations Pavillon Bleu
- Les p'tites virées du Parc (en partenariat avec le Pnr des Volcans d'Auvergne)
- Les animations pêche (en partenariat avec la Fédération de Pêche du Cantal)

Seule nouveauté en 2022 : les Échappées hydroélectriques en Sumène Artense ont été proposées, tout l'été, en covoiturage au départ de Champs-sur-Tarentaine.

1.2.2. Démarches de labellisation

Comme chaque année, l'office de tourisme a porté la candidature de la plage de Lastioules pour le Pavillon Bleu et a accueilli, sur site, l'auditrice-conseil pour la visite annuelle. Résultat du jury : obtention du label pour l'année 2023.

L'office de tourisme a également participé à la demande de labellisation Tourisme et Handicap pour la plage de Lastioules et à l'accueil de l'auditrice sur site. Résultat du jury : obtention du label pour les quatre handicaps.

1.3. Remise en question de la stratégie de communication

1.3.1. Diagnostic sur le positionnement

Partant du constat que l'office de tourisme manquait d'une vraie stratégie identitaire, permettant d'affirmer une identité collective forte et claire, un diagnostic de positionnement a été réalisé en interne. Celui-ci a mis en exergue une communication inadaptée, se caractérisant par la confusion des messages et des noms de destination, un manque de cohérence visuelle, un manque de pertinence dans le choix des images et des actions coûteuses sans retombées réelles et/ou quantifiables.

1.3.2. Réflexion sur les futurs axes de communication

Ce diagnostic a mis en évidence la nécessité de retravailler, en profondeur, la stratégie identitaire de la destination.

Le comité de direction a donc décidé de réaliser une étude de positionnement identitaire qui permettra de définir le(s) cœur(s) de cible de la destination, d'apporter des préconisations pour la future stratégie et d'harmoniser tous les futurs supports de communication. Prévues en 2022, cette étude a été reportée en 2023, par manque de temps.

1.4. Travail sur la performance économique

1.4.1. Réflexion sur les ventes

Se basant sur le chiffre d'affaires de la boutique de l'OTSA des années précédentes, le comité de direction a opté pour une démarche vers plus de retombées économiques. Pour cela, la boutique a été entièrement repensée. Le mobilier de l'office de tourisme a aussi été réorganisé pour donner plus de visibilité à la nouvelle boutique.

1.4.2. Refonte de la boutique

La boutique de l'association ne proposant que quelques produits, souvent « vieillots » et sans marge intéressante, il a été décidé de la repenser totalement. Des produits porteurs d'image et générateurs de ventes ont été commandés auprès de la marque Cantal Shop, dont la notoriété n'est plus à prouver dans le département. L'office de tourisme propose, depuis cet été, des t-shirt enfant, homme et

femme, à l'effigie de la tête de vache Salers incrustée du chiffre 15, des casquettes adulte et enfant, des sacs cabas en toile de jute colorée, des chaussettes, des bâtons de marche, des mugs, des couteaux, des stickers ou encore des stylos de la même marque.

1.4.3. Mise en place du paiement par CB

Jusqu'en 2022, l'office de tourisme ne disposait pas de terminal de carte bancaire. Une expérience avait été tentée au cours de l'été 2021 avec la société SumUp, qui propose des terminaux mobiles via une connexion smartphone. L'expérience ne pouvait être renouvelée en 2022, car le système n'est pas compatible avec la comptabilité publique.

Par ailleurs, ces terminaux ne disposent pas de l'empreinte bancaire. Or, cette dernière est indispensable pour la location de vélos (caution). En effet, les touristes ne prennent pas forcément leur chéquier avec eux en vacances et les étrangers ne disposent, pour la plupart, pas de chéquier.

En 2022, il a donc été décidé de mettre en place le paiement par carte bancaire avec empreinte, pour générer plus de ventes et permettre d'encaisser la caution via la CB.

1.5. Participation aux projets de développement touristique et culturel de la CCSA

1.5.1. Tourisme

En tant qu'organisme local du tourisme, chargé de l'accueil, de la promotion et de la fédération des acteurs du tourisme local, l'office de tourisme travaille en lien étroit avec le service tourisme de la communauté de communes sur divers dossiers :

- La stratégie de développement touristique des lacs de l'Artense
- La gouvernance du site de Val
- Le fonctionnement et la gestion de la base nautique de Lastiouilles
- La randonnée : les sentiers du Tact et de Val-La Siauve, le tour de pays Sumène Artense
- La labellisation : Pavillon Bleu, Tourisme & Handicap, Territoire Vélo
- L'offre vélo : tarifs de location, renouvellement du parc, projets autour de la piste verte
- Le développement des activités de pleine nature
- Le schéma de développement des aires de service pour camping-car
- La montée en gamme des hébergements touristiques

1.5.2. Culture

En 2021, la commission culture patrimoine de la communauté de communes a décidé de réfléchir à la mise en place de circuits patrimoniaux à l'échelle intercommunale, afin notamment de valoriser et d'exploiter les données de l'outil de découverte des patrimoines. Pour mener à bien ce projet, elle a souhaité confier à l'EPIC office de tourisme de Sumène Artense cette mission par le biais d'une convention de prestation de service.

De mai à novembre 2022, l'office de tourisme a bénéficié du travail de Garielle Rasolofoson, stagiaire en Master II Technologie de l'Information et de la Communication appliquée au développement des territoires touristiques. Mandatée sur cette mission, elle a réalisé un diagnostic et un inventaire des éléments du patrimoine. Pour réaliser ce diagnostic, elle a réuni des outils déjà existants (diagnostic des patrimoines de 2010, outil moderne de valorisation des patrimoines) et de nombreuses ressources documentaires, mais aussi rencontré des élus et des personnes ressources telles que Véronique Genevois, pédologue, Francis Humbert, Président du Groupe de Recherche Historique et Archéologique de la Vallée de la Sumène ou encore Pascale Chappot, guide conférencière.

2. État des effectifs du personnel

Tableau des effectifs de l'année 2022 (classement par date d'entrée)

| Nom de l'employé(e) | Poste | Échelon | Type de contrat | Base horaire | Date d'entrée | Date de sortie |
|----------------------|---|---------|--------------------|--------------|---------------|----------------|
| Sonia Madelaine | Conseillère en séjour | 1.3 | CDI | 35 h | 01/02/2022 | |
| Mathieu Hot | Directeur | Cadre A | CDD 3 ans | 35 h | 01/03/2022 | |
| Élise Valentin | Conseillère en séjour | 1.1 | CDD saisonnier | 22 h | 11/04/2022 | 29/04/2022 |
| Fiona Cafferini | Conseillère en séjour stagiaire | - | Stage non rémunéré | 35 h | 15/04/2022 | 15/07/2022 |
| Céline Kientzy | Chargée de communication et d'animation numérique du territoire | 2.2 | CDI | 35 h | 02/05/2022 | |
| Garielle Rasolofoson | Assistante de direction stagiaire | - | Stage rémunéré | 35 h | 02/05/2022 | 02/11/2022 |
| Clara Salesse | Conseillère en séjour | 1.1 | CDD saisonnier | 35 h | 01/07/2022 | 31/08/2022 |
| Hugo Rougerie | Conseiller en séjour polyvalent | 1.1 | CDD saisonnier | 35 h | 08/07/2022 | 31/08/2022 |
| Élise Valentin | Conseillère en séjour | 1.1 | CDD saisonnier | 22 h | 08/07/2022 | 28/08/2022 |

3. Étude de la fréquentation touristique

Malgré une saison exceptionnelle à l'échelle nationale, régionale et départementale, la destination Sumène Artense semble avoir connu une nette baisse de fréquentation en 2022 si on en croit certains outils statistiques à disposition de l'office de tourisme. Pourtant, une étude approfondie permet de nuancer ce constat inquiétant.

L'observation touristique de l'office de tourisme se base sur deux outils statistiques principaux :

- Avizi, logiciel de GRC (Gestion de la relation client) partagé par tous les offices de tourisme du Cantal depuis avril 2022. Cet outil répertorie toutes les personnes pénétrant dans les bureaux d'accueil, établit leur profil, leur demande, leurs centres d'intérêts, la durée de leur séjour, etc. Cet outil est très fiable s'il est consciencieusement utilisé. Il remplace Tourinsoft, logiciel utilisé jusqu'en mars 2022. La comparaison d'une année sur l'autre est valable si, et seulement si, les enregistrements des personnes sont réalisés de la même manière.
- Flux Vision, partagé par tous les offices de tourisme du Cantal et le département depuis 2019. Piloté par l'opérateur téléphonique Orange, cet outil mesure l'attractivité d'une destination, définit la provenance des visiteurs/touristes ainsi que leurs profils socio-démographiques, via le traçage des téléphones mobiles Orange. Tous les téléphones Orange n'étant pas « visibles » par la maison mère et tous les visiteurs/touristes n'étant pas clients Orange, l'opérateur procède ensuite à des « redressements des biais spatio-temporels » puis à des « redressements à la population globale » pour fournir des statistiques « repensées ». Même si cet outil d'observation des flux est intéressant – et coûteux – il est nécessaire de garder à l'esprit que les algorithmes possèdent leur marge d'erreur.
- La Plateforme d'information, de déclaration et de paiement de la taxe de séjour de la Communauté de Communes Sumène Artense. Celle-ci permet, en fin de période ou en fin d'année d'avoir une vision fiable du remplissage des hébergements marchands et donc de la fréquentation de la destination, en termes de nuitées (dans le cas où tous les hébergeurs déclareraient l'intégralité des séjours).

3.1. Fréquentation annuelle des bureaux d'accueil touristique

La fréquentation des bureaux d'accueil est gérée par le logiciel de GRC AVIZI, que toute l'équipe de l'office de tourisme maîtrise. Chaque permanent ou saisonnier reçoit une formation à l'utilisation du logiciel qui permet d'enregistrer tous les visiteurs et sollicités à l'accueil.

Mis en place en avril 2022, il est très intuitif et facile d'utilisation. Chaque visiteur enregistré correspond à une unité. Sauf oubli de la part d'un(e) agent d'accueil, tous les visiteurs sont enregistrés. Dès lors, les chiffres restitués en fin d'année correspondent à la fréquentation réelle de l'office de tourisme, à quelques unités près.

Une brève étude comparative entre l'année 2022 et les années précédentes montre une baisse de la fréquentation en 2022. Le tableau comparatif ci-dessous illustre bien cette baisse (fréquentation totale des quatre bureaux d'accueil en juillet et en août) :

| Année | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|---------------------|--------|-------|-------|-------|------|
| Nombre de visiteurs | 11 997 | 9 451 | 6 900 | 6 414 | 5867 |
| Évolution | | -22% | -27% | -7% | -8% |

Cependant, outre les chiffres nationaux et régionaux au beau fixe en 2022, deux détails viennent mettre le doute sur ces chiffres.

D'abord, la participation aux animations estivales, qui avait connu une sévère baisse en 2020 et en 2021 a retrouvé, en 2022, des taux d'avant covid (2018-2019). L'animation estivale en Sumène Artense ne s'est jamais aussi bien portée qu'en 2022 ! La réservation et le paiement de la participation aux animations s'effectuant toutes au bureau de Champs-sur-Tarentaine-Marchal, il serait normal de retrouver cette augmentation dans les chiffres de la fréquentation de l'office de tourisme. Or, d'après les outils statistiques il n'en est rien.

Ensuite, le protocole sanitaire imposait en 2020 et 2021 des règles sanitaires très strictes, notamment le port du masque et la limitation des entrées dans les lieux public. Par exemple, à l'office de tourisme, en 2021, seules deux personnes pouvaient entrer en même temps dans un bureau d'accueil. Le relâchement de ces contraintes en 2022 aurait dû induire une augmentation de la fréquentation, même légère. Seule une désertion de la destination aurait pu expliquer une telle baisse entre 2021 et 2022. Or, au regard de la participation aux animations et du taux de remplissage des hébergements (cf. point 3.2.), ce n'est pas du tout le cas, bien au contraire.

Les chiffres de la fréquentation n'étant, apparemment, pas comparables aux années précédentes, il serait intéressant de prendre l'année 2022 comme référence, pour la comparer aux années à venir.

3.2. Flux de fréquentation sur le territoire

Comme précisé en introduction, les chiffres fournis par Flux Vision sont intéressants mais surtout à ne pas considérer comme vérité absolue.

Les Chiffres annoncés pour la Destination Sumène Artense présentent une baisse de 18% des nuitées touristiques entre l'été 2021 et l'été 2022.

Au contraire, la plateforme de déclaration de la taxe de séjour montre une augmentation des nuitées de 7 % entre les deux mêmes périodes.

Les deux outils statistiques affichent une différence de 25% ...très perturbante !

Les statistiques de la plateforme de déclaration de la taxe de séjour se basant sur le nombre réel de personnes ayant séjourné, il serait intéressant de les coupler avec la fréquentation réelle des sites majeurs du territoire pour avoir une vision plus précise et plus fiable de la fréquentation globale de la destination.

3.3. Statistiques web et numériques

Le nombre de visites sur le site internet et sur les bornes tactiles sont stables. Le nombre d'utilisateurs des bornes a connu une très faible hausse en 2022 – qui vient en contradiction avec la baisse observée pour la fréquentation de l'office de tourisme. L'évolution du nombre d'utilisateurs de la borne et les visiteurs de l'OT devraient pourtant être sensiblement la même.

En comparatif, les tableaux ci-dessous présentent les statistiques des deux supports numériques pour les deux dernières années :

Site internet www.tourisme-sumene-artense.com

| | | |
|----------------------------|-------|-------|
| Année | 2021 | 2022 |
| Nombre de visiteurs | 30287 | 29892 |
| Évolution | | -1,4% |

Bornes tactiles de la destination Sumène Artense:

| | | |
|--|------|-------|
| Année | 2021 | 2022 |
| Nombre d'utilisateurs (Champs) | 871 | 836 |
| Nombre d'utilisateurs (Saignes) | 1551 | 1581 |
| Nombre d'utilisateurs (Val) | 430 | 445 |
| Nombre d'utilisateurs (Vendes) | 954 | 1074 |
| Total | 3806 | 3936 |
| Évolution | | +3,4% |

4. Projets 2023-2024

4.1. Stratégie de communication 2023-2024

4.1.1. Guides de séjour 2023

En attendant la nouvelle stratégie identitaire, la destination Sumène Artense a besoin d'une documentation touristique « de transition » pour la saison estivale 2023. Celle-ci devra apporter une plus-value esthétique et pratique à la version précédente, tout en présageant la future charte graphique.

Cette documentation répondra à plusieurs objectifs :

- cultiver une image positive et qualitative du territoire
- donner envie au public de parcourir et de séjourner sur le territoire
- donner au grand public l'information la plus complète possible sur l'ensemble du territoire
- promouvoir les prestations de nos partenaires

En 2023, la communication éditoriale de l'office de tourisme s'appuiera sur deux documents principaux : un GUIDE PRATIQUE, bilingue en Français-Anglais et un GUIDE DES HEBERGEMENTS, unilingue, diffusé aux touristes sur les sites de l'OT et chez les partenaires.

Le guide pratique se présentera sous la forme d'un « carnet du voyageur » avec, comme ligne éditoriale : le dépaysement, présage de la future stratégie de communication. La brochure « Destination Sumène Artense, dépaysante par nature » déclinera la présentation du territoire via les axes les plus marquants de notre identité : « Terre de lacs », « Terre de sciences », Terre d'eaux vives », « Terre d'Histoire », « Terre sauvage » et « terre d'aventure ». La brochure détaillera ensuite, par chapitre, les activités de pleine nature telles que la randonnée pédestre, le vélo, la pêche, les plaisirs de l'eau, l'escalade, et le cheval. D'autres chapitres détailleront les autres activités de loisirs, les lieux de visite culturelle, les producteurs du terroir, les restaurants et les commerces et services. Visuellement, ce carnet du voyageur marquera un réel tournant dans la communication de l'office de tourisme et présentera une réelle originalité dans le monde du tourisme réceptif auvergnat.

4.1.2. Nouvelle carte touristique

Parallèlement au guide de séjour, l'office de tourisme prévoit une refonte de la carte touristique, qui sera intégrée dans la brochure, mais aussi déclinée sur différents supports.

Entre autres supports, l'office de tourisme prévoit de rééditer le set de table en deux versions :

- Une version à destination des restaurateurs partenaires, avec une face présentant la nouvelle carte touristique et l'autre face présentant une page de jeu pour enfants sur la thématique « volcans d'Auvergne »
- Une version à l'usage des bureaux d'accueil de l'office de tourisme, avec une face présentant la nouvelle carte touristique et l'autre face présentant la carte de situation des départs de randonnée (avec listing de toutes les randos, leur point de départ, leur temps de parcours/leur distance et leur dénivelé)

4.1.3. Étude de positionnement et nouvelle identité

Le nouveau projet identitaire de l'office de tourisme ne verra le jour qu'après la saison estivale 2023, voire en début d'année 2024. Cependant, le travail de fond doit être engagé avant la saison avec l'agence de communication. Ce travail devra pallier aux faiblesses identitaires de la destination, à savoir l'hétérogénéité du territoire, une notoriété anecdotique, dans l'ombre de celles de grandes destinations (monts du Cantal, Sancy-Mont Dore, Corrèze) et l'absence de réelle identité.

L'agence de communication sera chargée de se concentrer autour d'un seul message, vecteur d'une image marquante, originale et rassembleuse. Cette image devra être évocatrice et révélatrice d'une réelle singularité. Elle devra être porteuse de rêve, de dépaysement et de promesses. De cette nouvelle identité, seront déclinés un logo et une charte graphique.

4.1.4. Refonte des supports de communication papier

La nouvelle stratégie identitaire de l'office de tourisme induira une refonte de tous les supports de communication en 2024. En termes d'édition papier, la charte graphique induira une adaptation des guides de séjour et hébergements (même si l'édition 2023 est sensée s'en approcher de très près), de même qu'une refonte de la brochure « piste verte » et du set de table. Les circuits patrimoine, dont une première partie devraient voir le jour en début d'année 2024 seront édités sous forme de fiches, qui seront, elles aussi adaptées à la charte graphique.

D'une manière générale, c'est tous les supports papier qui s'adapteront à la charte graphique : programmes d'animations, affiches, etc.

4.1.5. Refonte du site internet et des bornes interactives

En début d'année 2024, la destination Sumène Artense disposera un nouveau site internet :

- Plus moderne
- Simplifié et plus intuitif (pour une facilité d'utilisation)
- Entièrement adaptable aux smartphones et tablettes
- Adapté à la nouvelle charte graphique
- Avec un CMS plus pratique pour l'équipe (de type Wordpress)
- Avec intégration d'une carte interactive pour toutes les pages pratiques (activités, restaurants, hébergements, etc.)
- Avec un module des disponibilités locatives
- Avec un meilleur référencement

En attendant cette refonte complète, l'office de tourisme prévoit quelques évolutions du site internet actuelles (dont certaines sont déjà en cours de réalisation) :

- Réorganisation de l'arborescence du site internet (pour plus d'intuitivité)
- Réécriture de pages (adaptation à la nouvelle ligne éditoriale)
- Intégration du module Cirkwi, qui permet d'afficher une carte interactive avec tous les circuits de randonnée sur les pages Randonnée pédestre et vélo
- Intégration d'un module des disponibilités locatives

Suite au nombreux retours négatifs d'utilisateurs et de l'équipe de l'office de tourisme, la société Kalkin qui a développé l'application pour les bornes interactives prévoit, en 2023, l'évolution du logiciel, sans coût supplémentaire pour l'office de de tourisme, considérant que notre structure est un client historique. Cette évolution comprendra :

- La modification du design de l'application
- Une cartographie 3D avec intégration des randonnées provenant d'Apidae
- L'ajout d'un écran de veille
- Une arborescence plus intuitive
- L'ajout de filtre module agenda (date et type d'événement)

4.1.6. Renouvellement de la banque d'images

La nouvelle stratégie identitaire nécessitera le renouvellement de la banque d'images dont dispose l'office de tourisme. Ce dernier se doit de disposer d'une photothèque adaptée, représentative de l'identité de la destination et des valeurs qu'elle véhicule. Par ailleurs, la communication exige, à l'heure actuelle, de présenter des images de qualité professionnelle, qui invitent au dépaysement et à la découverte, au travers du regard artistique des photographes.

4.2. Mise en place d'un dispositif de partenariat à destination des acteurs du tourisme locaux

L'évolution administrative de l'office de tourisme en EPIC impose des changements dans sa relation avec les acteurs locaux du tourisme, qui adhéraient autrefois à l'association moyennant une cotisation annuelle. Dès lors, le Comité de Direction a choisi de mettre en place, dès 2023, un dispositif partenarial intégrant des prestations de promotion et d'accompagnement destiné aux prestataires touristiques de la destination. Cette démarche traduit la volonté de l'office de tourisme d'augmenter l'efficacité promotionnelle de l'ensemble de la destination et de dynamiser la qualité de l'offre touristique.

Pour ce faire, l'office de tourisme recrute, en début d'année, une personne qui sera chargée de la relation avec les partenaires.

4.2.1. Embauche d'une chargée des partenariats

Fédératrice, la *conseillère en séjour chargée des relations avec les partenaires* animera le réseau des acteurs locaux du tourisme et participera activement au déploiement de la stratégie d'accompagnement des partenaires.

Par sa présence sur le terrain, la nouvelle recrue tissera des liens forts avec tous les partenaires de l'office de tourisme. Par sa connaissance de l'environnement touristique, des différents types de clientèles, des activités de loisirs, de la restauration, du secteur locatif et de l'hébergement en général, elle proposera la mise en place de nouveaux accompagnements et services proposés aux partenaires. Elle sera chargée, dans le cadre de sa mission de fédération des acteurs du tourisme local, d'aller à la rencontre des tous les partenaires de l'office de tourisme, mais aussi des prestataires non partenaires, afin de créer du lien, d'expliquer le rôle de l'office de tourisme, les avantages réciproques du partenariat, des réalisations en cours et des projets à venir.

Par ailleurs, l'office de tourisme prévoit au moins une rencontre annuelle avec tous les partenaires et des réunions d'information ou de travail sur certaines thématiques.

4.2.2. Mise en place d'audits web personnalisés

Conscient que certains acteurs du tourisme local ne sont pas encore dotés de tous les outils numériques nécessaires à une bonne communication et une bonne commercialisation de leur activité, l'office de tourisme proposera, dès janvier 2023, des audits web personnalisés. Il s'agira d'un rendez-vous, à la demande du partenaire, d'environ 1 heure, permettant de faire un état des lieux de la présence de celui-ci sur le web, de sa e-reputation et des outils de commercialisation à sa disposition.

4.2.3. Accompagnement sur la montée en gamme des hébergements et la labellisation

À partir de 2023, de Sumène Artense Communauté soutiendra les offres d'hébergements touristiques par l'octroi d'aides aux entreprises ou commerces de son territoire, dans le but de permettre la montée en gamme des hébergements.

Dans ce cadre, l'office de tourisme a proposé ses services à la communauté de communes pour faire la promotion du dispositif auprès des hébergeurs, être le relais de la communauté de communes et le premier interlocuteur des entreprises candidates. Le renfort du/de la chargé(e) des relations avec les partenaires évoqué précédemment permettra d'aller à la rencontre des hébergeurs, de les mettre en relation avec le service Commerce de la communauté de communes, d'effectuer les visites d'audit et de les aider à remplir les dossiers de candidature.

D'une manière générale le/la chargé(e) des relations avec les partenaires aura un rôle d'information et de conseil en termes de classement, de qualité et de labellisation.

4.2.4. Renouvellement des sets de table

Afin de proposer un set de table qualitatif aux restaurateurs de la destination, l'office de tourisme compte se baser sur la nouvelle carte touristique, qui présente un réel changement par rapport au visuel des années précédentes. Au dos de la carte sera imprimé un visuel récupéré auprès d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme. Il s'agit d'une planche ludique et éducative extraite d'un livret-jeu pour enfants. Celle-ci, par un dessin très attrayant, traite des volcans d'Auvergne et propose des petits jeux de type coloriage, mots mêlés et labyrinthe.

Une autre version du set de table, utilisée par le personnel d'accueil de l'office de tourisme, présentera la carte touristique au recto et une carte de situation des départs de randonnées au verso. À côté de cette carte un tableau récapitulatif présentera un résumé de toutes les randonnées, avec nombre de km, temps de parcours, difficulté, dénivelé et lieu de départ.

4.2.5. Intégration d'un module des disponibilités locatives sur le site internet

Le logiciel de la relation client (GRC) AVIZI dont dispose depuis 2022 l'office de tourisme prévoit un module des disponibilités locatives. Celui-ci, renseigné directement par les hébergeurs via un accès privé, pourra être intégré au site internet dans le courant de l'année 2023. Ce module permettra à toute personne d'avoir un état des disponibilités locatives, à tout moment de l'année, en temps réel. Il présente une vraie plus-value du partenariat proposé par l'office de tourisme aux hébergeurs.

4.3. Création de circuits patrimoniaux

Dans la continuité du travail réalisé en 2022 par Garielle Rasolofoson, stagiaire de mai à novembre, la communauté de communes et l'office de tourisme se sont rapprochés de l'association Guides Tourisme Auvergne, basée à Saignes pour la création des circuits patrimoniaux, dans le cadre d'un contrat de prestation de service. Dans un premier temps, l'association proposera un tracé de circuits (au moins un par commune), avec un ensemble de points d'intérêt et leur justification. Cette première phase devrait être réalisée avant la fin d'année 2023.

Dans un second temps, les circuits définitifs seront finalisés, avec rédaction des contenus, choix de supports multimédias existants, réalisations de fiches à destination des visiteurs et intégration des circuits sur le site internet de l'office de tourisme. Cette seconde phase verra le jour dès 2024.

4.4. Évolution des effectifs du personnel

4.4.1. Évolution du poste de Sonia Madelaine

En février 2022, le contrat de Sonia Madelaine, employée par l'association depuis 2019, a été transféré à l'EPIC nouvellement créé, sous les mêmes conditions : Conseillère en séjour (Grade : employé – Échelon : 1.3 – Niveau requis : IV).

Cependant, en l'absence de direction, dès janvier 2022, elle a assuré, seule, la continuité de la comptabilité et de l'administration de l'association. Elle a ensuite assisté la nouvelle direction dans la mise en place comptable et administrative de l'EPIC. Titulaire d'un BTS Comptabilité, elle gère aujourd'hui le service comptabilité-paie de l'office de tourisme en totale autonomie. Dès lors, au regard de sa qualification de technicienne, de son expérience de 21 ans comme Aide Comptable d'une entreprise de parfumerie corrézienne, de sa connaissance de l'office de tourisme et de son degré d'autonomie dans la mission, son poste va logiquement évoluer, dès janvier 2023, vers l'échelon 2.2 de la grille de qualification des agents de maîtrise et techniciens de la Convention collective nationale des organismes du tourisme – IDCC 1909.

4.4.2. Embauche d'une Conseillère en séjour chargée des relations avec les partenaires

Comme détaillé au point 4.2.1 (page 14), l'office de tourisme prévoit l'embauche d'une conseillère en séjour chargée des relations avec les partenaires.

Celle-ci aura pour missions principales d'assurer la gestion et le fonctionnement du service accueil, l'animation de l'équipe de conseillers(ères) en séjour, mais aussi le développement de la relation avec les partenaires et les prestataires de la destination touristique.

Le poste sera à pourvoir dès février, en CDI, sur une base horaire de 35 heures. De l'échelon 1.3, la qualification du poste sera évolutive, à termes vers l'échelon 2.

4.4.3. Embauche de deux techniciens cycles polyvalents saisonniers

Afin de répondre à un accroissement temporaire de son activité, l'office de tourisme prévoit de recruter deux technicien(ne)s cycles polyvalent(e)s, qui seront chargé(e)s d'assurer l'accueil du public, l'entretien et la réparation du parc de vélos durant la saison estivale, pour la gestion du pôle de location de vélos à Ydes.

L'office de tourisme a besoin de s'appuyer sur du personnel compétent en termes d'entretien et de réparation cycles pour faire face à l'accroissement d'activité l'été au pôle de location.