



L'ACTU

numéro 22 • novembre / décembre 2014

Lettre d'information
du Comité Régional de Développement
Touristique d'Auvergne
pro.auvergne-tourisme.info



L'Auvergne, 5^{ème} région en termes de notoriété touristique sur le web

Le cabinet CoManaging développe un baromètre de notoriété des territoires basé sur l'analyse des mots tapés spontanément par les internautes sur le moteur de recherche Google. Le CRDTA a commandé une analyse sur les thématiques de l'économie et du tourisme pour la région Auvergne.

L'analyse de ce baromètre permet d'identifier d'une part, les territoires qui sont moteurs pour l'attractivité touristique de la région et d'autre part, les domaines clefs de cette attractivité grâce à un regroupement sémantique des **mots tapés spontanément par les Français sur Google**. Les données utilisées pour ce travail sont issues des requêtes formulées sur Google entre mai 2013 et mai 2014.

Le tourisme se révèle un domaine favorisant l'attractivité économique de l'Auvergne du fait d'un nombre de requêtes sur Google plus nombreuses que pour les autres territoires de France.

L'Auvergne bénéficie, selon cette analyse, d'une véritable identité touristique puisqu'elle est la 5^{ème} région en France à être la plus associée aux mots liés au tourisme après la Corse, la Bretagne, l'Alsace et l'Île-de-France.

D'après les résultats de l'enquête sur l'attractivité touristique de l'Auvergne sur internet, le champ sémantique des activités de pleine nature représente le plus gros volume de recherches. A ce titre, les activités vélo apparaissent comme un atout fort de l'attractivité touristique de l'Auvergne. Les activités hivernales, équestres et bien sûr pédestres distinguent l'Auvergne d'autres destinations françaises. L'autre grande spécificité de l'Auvergne tourne autour de la gastronomie, et notamment les produits du terroir qui participent à la notoriété touristique de l'Auvergne.

Sans surprise, la culture avec les châteaux et les visites de ville sont des thématiques très demandées pour notre territoire régional. Les musées sont des éléments plutôt recherchés à l'échelle des villes de la région. Plus surprenant, les recherches sur le géocaching sont fréquemment associées à l'Auvergne. **La pleine nature, la gastronomie et la culture sont donc les trois portes d'entrée essentielles pour l'Auvergne touristique.**

L'Auvergne est aussi davantage vue comme une destination de vacances que de week-end. Les hébergements les plus recherchés sur le web sont les campings, les gîtes et les aires de camping-car. Les hôtels ressortent davantage à l'échelle des villes auvergnates.

Si les forces issues de cette étude sont des éléments connus (la nature, la culture), les domaines pouvant nous distinguer des autres territoires (la gastronomie, le géocaching) sont des pistes intéressantes à explorer.

La synthèse des résultats de ce travail est disponible sur le site pro du CRDTA : pro.auvergne-tourisme.info.



L'Allemagne, un marché prioritaire pour l'Auvergne



Premier pays émetteur de touristes pour la France, l'Allemagne représentait en 2012, 84,2 millions de nuitées, soit 12,2 millions de séjours. Marché touristique à fort potentiel, il est en hausse constante depuis ces cinq dernières années, au niveau national et régional.

L'objectif principal des actions conduites par le CRDTA est d'accroître la notoriété de l'Auvergne auprès de la clientèle allemande et de l'inciter à venir séjourner dans notre région.

En Auvergne, la clientèle allemande représente 10% des nuitées réalisées par les clientèles étrangères (12% au niveau national) et se place en 4^{ème} position de nos marchés étrangers, derrière les Pays-Bas, la Belgique et le Royaume-Uni. Ce marché a connu une évolution constante, à l'instar du niveau national, à l'exception de 2013 où la clientèle allemande a été observée en net recul dans la région. Selon l'INSEE, l'Auvergne a accueilli en 2013, 43 000 séjours d'Allemands (en hôtels et campings), soit plus de 80 000 nuitées. Celles-ci ont engendré près de 4 millions d'euros de dépenses.

Parmi les tendances du marché, on note une amplification du tourisme des seniors et une augmentation de la fréquence des séjours, notamment dans les campings haut de gamme. Plus des trois-quarts des nuitées sont réa-

lisées dans des établissements 3, 4 et 5*.

La clientèle allemande déclare avoir découvert la destination Auvergne à partir de canaux privilégiés : la presse et les magazines. Internet reste cependant le vecteur le plus utilisé pour planifier son séjour. 9 Européens sur 10 sont influencés par les commentaires et avis des sites internet tels que TripAdvisor, Google, Booking, et Holidaycheck plus spécifique aux Allemands.

Contrairement aux Français, les Allemands ne pratiquent pas de réservation de dernière minute. Le prix reste le premier critère de choix avec en seconde position la présence d'un lieu de baignade.

La formule tout « compris » les attire. Ce pourquoi le taux d'intermédiation reste élevé sur ce marché (44%) alors que 63% de la clientèle européenne réserve en direct.

Le séjour type de la clientèle allemande en Auvergne est de 10 jours, en formule locative, pour un budget total de 1200 euros. Les touristes apprécient le charme des villes et villages, la diversité des sites touristiques, le patrimoine culturel, la gastronomie et l'art de vivre à la française. La clientèle allemande se tourne désormais vers le cyclotourisme, la mobilité douce et le tourisme durable.

ACTIONS DU CRDTA SUR CE MARCHÉ EN 2014

Côté presse

En Allemagne, les articles de presse bénéficient d'une forte crédibilité en matière de tourisme, et demeurent l'une des plus importantes courroies de transmission de l'information aux différents publics. Suite au médiatour réalisé en février sur les villes de Berlin, Hambourg, Cologne, Francfort et Munich, le CRDTA a accueilli 19 journalistes depuis mars 2014. Les résultats sont plus qu'encourageants avec une CVP (contre-valeur publicitaire) qui atteint déjà pour cette année 580 000€ pour 32 articles parus.

Côté professionnels

Le CRDTA a accueilli au mois de mars une délégation de 18 personnes du plus grand grossiste allemand, spécialiste de la destination France, « La Cordée Reisen ». Cet éductour a été réalisé en partenariat avec le CRT Rhône Alpes, afin de faire découvrir les atouts de notre territoire et de mieux vendre la destination. Un des clients de « La Cordée

Reisen » a depuis organisé un séminaire de travail en Auvergne pour 120 personnes !

2014 a été également marqué par l'accueil en Auvergne du workshop international « Rendez-vous en France » et dans ce cadre, plusieurs opérateurs allemands tels que Siegl Reisen, « Bonjour la France Reisen », Holzhauser, Tui et Thomas Cook, Gebeco, 100 Prozent Frankreich... ont découvert l'Auvergne en pré-tours et ont montré un grand intérêt pour notre destination. Des programmations sont déjà en catalogue en 2015, en souhaitant qu'elles séduisent de nombreux Allemands.

Côté grand public

Depuis plusieurs années, le CRDTA participe à la campagne multimédia d'Atout France. Cette année, 40 offres produits ont été mises en avant sur le site de campagne « Urlaub ist Frankreich ». Celle-ci permet d'avoir une belle visibilité sur internet et motive les touristes germanophones à visiter notre région.

Par ailleurs, afin de sensibiliser cette clientèle à l'offre pleine nature de notre territoire, le CRDTA a participé au salon Tour Natur à Düsseldorf, qui a eu lieu du 5 au 7 septembre. Près de 500 visiteurs rencontrés et intéressés par notre région et plus de 1 800 documents touristiques distribués au cours de ces trois jours. Un résultat encourageant et prometteur, de bonne augure pour la fréquentation touristique allemande en Auvergne en 2015.

En conclusion, nous constatons que le poids économique de ce pays positionne naturellement ce marché au cœur des actions du CRDTA. L'Auvergne demeure cependant encore trop méconnue. Aussi, 2015 sera marqué par une campagne d'image de plus grande envergure auprès du grand public, afin d'améliorer la notoriété de notre région dans ce pays.

LE MARCHÉ ALLEMAND EN AUVERGNE

- 4^{ème} pays étranger émetteur
- 10% des nuitées étrangères
- 80 000 nuitées
- 66% des nuitées en haut de gamme
- 10 jours : durée moyenne de séjour
- 1200€ : budget moyen par séjour
- 44% des séjours vendus par un intermédiaire



Carnet du Développement n°5 : clientèles étrangères

Dans sa collection des Carnets du Développement, le CRDTA réalise un nouveau guide technique spécifiquement dédié aux clientèles étrangères pour aider les acteurs du tourisme auvergnat à mieux les appréhender et les conquérir.

En France, les clientèles étrangères représentent 33% de la fréquentation touristique contre seulement 15% en Auvergne. Un touriste étranger dépense 1,5 à 2 fois plus qu'un Français. Il privilégie les hébergements marchands et sa durée de séjour est globalement plus importante. L'attrait de nouvelles

clientèles étrangères et le gain de parts de marché sont donc stratégiquement incontournables. C'est pourquoi le gouvernement s'est fixé comme objectif d'accueillir 100 millions de touristes étrangers dans les prochaines années.

Mais pour conquérir ces nouveaux marchés, il est important de se poser certaines questions pour construire une stratégie marketing efficace : quels marchés cibler ? Quelles sont les attentes, le profil et les comportements des clientèles de ces marchés ? Quels outils pour les conquérir ? Comment se faire connaître sur ces marchés ?

Pour y répondre, le CRDTA édite un 5^{ème} **Carnet du Développement** qui met en lumière les **caractéristiques des clientèles étrangères**, notamment européennes, intéressées par la destination Auvergne. Le CRDTA a réalisé différentes études pour établir cet état des lieux. Ce dernier révèle le potentiel

touristique et économique des touristes étrangers dans un contexte plutôt morose, en partie dû au ralentissement du marché français. Les tour-opérateurs et les journalistes étrangers accueillis lors du salon « Rendez-vous en France » ont exprimé un fort intérêt pour l'Auvergne, une des raisons pour lesquelles la Région a fait du **développement des clientèles étrangères** l'une de ses priorités. La collaboration active de l'ensemble des acteurs du tourisme auvergnat permettra d'atteindre cet objectif.

Ce carnet a entre autres objectifs de fournir des préconisations concrètes et d'**accompagner les professionnels du tourisme** afin de répondre aux exigences des clientèles dans un environnement très concurrentiel et en perpétuelle évolution.

Téléchargement disponible prochainement sur www.pro.auvergne-tourisme.info

Le guide des formations 2015 vient de paraître

42 actions de professionnalisation seront proposées en 2015.

Dispensées sous forme de formations, journées techniques, forums et éductours, ces actions s'inscrivent dans la continuité des axes développés dans le schéma régional de développement du tourisme et des loisirs (Nattitude, Stations de Pleine Nature, accueillir et développer les clientèles françaises et étrangères...).

Contrairement aux années précédentes, les formations ne sont pas issues d'un recensement des besoins classiques (exemple : Avez-vous des besoins de formation en langues ?) mais d'un **état des lieux/diagnostic** des méthodes de travail et des clientèles accueillies (exemple : Accueillez-vous des clientèles étrangères ? Si oui, communiquez-vous avec vos hôtes dans leur langue durant leur séjour/visite lorsqu'ils ne parlent pas français ? Oui avec facilité, Oui mais difficilement, Non).

Cet état des lieux a mis en exergue **certaines faiblesses** dans plusieurs domaines auxquels devraient répondre les formations programmées en 2015 telles que les langues, Internet ou l'accueil du public handicapé.

Des **thématiques nouvelles** (montage vidéos, marketing clientèles familles, groupes et scolaires) sont associées à d'autres plus **récurrentes** (accueil, anglais) ou répondant à une **forte demande** (photos, réseaux sociaux, label Tourisme & Handicap...)

Toutes ces actions de formation bénéficient d'un **financement du CRDTA à hauteur de 30%** des coûts pédagogiques. Les OPCA du tourisme pourront **cofinancer jusqu'à l'intégralité des 70%** restants à la charge de l'employeur.

Envoyé fin octobre aux acteurs touristiques auvergnats, le programme est téléchargeable sur www.pro.auvergne-tourisme.info





L'Auvergne passe aux couleurs d'hiver !



Le CRDTA poursuit son partenariat avec l'office de tourisme du Sancy, la station du Lioran, Cantal Destination (CDT) et le Conseil général du Puy-de-Dôme dans le cadre de la campagne de communication « vacances à la neige ».

Cet hiver sera à nouveau l'occasion de travailler la notoriété de la région auprès de la clientèle francilienne, principal bassin émetteur pour l'Auvergne, en valorisant notamment ses principaux atouts concurrentiels : des activités variées et accessibles à tous.

Pour y parvenir, la méthode est simple : **géolocaliser les actions sur l'Ile-de-France et s'appuyer sur des supports de communication à forte notoriété** pour toucher le plus grand nombre de clients potentiels. C'est le cas notamment au travers des insertions et dossiers spéciaux prévus dans des magazines tels que « Version Femina », « A Nous Paris », « L'Express Mag » spécial hiver et son équivalent web lexpress.fr qui permettront de valoriser des offres commerciales liées aux fêtes de fin d'année et aux vacances scolaires. C'est également le cas dans le cadre de la campagne « Stop les vacances, il est temps de repartir en voyage » au cours de laquelle un **clip court spécial hiver** sera également produit et diffusé dès mi-novembre sur Facebook et Youtube.

Le site www.auvergne-neige.info bénéficiera quant à lui d'une **campagne de promotion on-line** (achats de mots clefs, campagne display sur Facebook...) et sera également mis à jour régulièrement (offres

de séjours, agenda des festivités, nouveautés...).

Parallèlement, l'actualité de nos montagnes sera de nouveau relayée par le blogueur François Lesca, guide de haute montagne, via le **blog live.auvergne-tourisme.info**. Deux articles hebdomadaires le lundi et le vendredi accompagnés d'une vidéo et/ou de photos permettront de suivre l'état d'enneigement, les conseils sécurité, les différentes pratiques et idées de sorties...

Fort de son succès, le **blog affiche des résultats très positifs** :

- 32 676 visiteurs en 4 mois (une moyenne de 350 visiteurs par jour)
- 18 vidéos produites, 30 articles écrits, produits et postés sur le site avec photos et vidéos,
- 39 000 vues (plus de 5 000 fois pour l'une d'entre-elles)
- Provenance des visiteurs : 44% Auvergne / Ile-de-France 12% / Rhône Alpes 10%

Enfin, pour parfaire son travail de réseau et maintenir la place du massif auvergnat parmi les principaux massifs français, le CRDTA adhère à l'association France Montagnes, unique organisme de promotion nationale et internationale des vacances à la montagne en France.

Au-delà des actions de communication nationale (conférence de presse, workshop, événementiels été et hiver), cette adhésion permettra au CRDTA et à ses stations partenaires, de renouveler leur présence à l'événementiel « Saint-Germain des Neiges » à Paris, du 27 au 30 novembre pour présenter l'ensemble du potentiel régional à la presse et au grand public.

Contact : Caroline Chouvy – 04 73 29 28 26
caroline.chouvy@crdt-auvergne.fr

NOUVELLE ÉDITION DES CHIFFRES CLÉS DU TOURISME EN AUVERGNE

Le CRDTA vient de publier l'édition 2014 des chiffres clés du tourisme.

Ce livret synthétise dix études et données diverses qui permettent de mieux prendre conscience du **poids du tourisme** dans l'économie régionale mais aussi d'apprécier la **place de l'Auvergne sur l'échiquier national** .

Ce document rassemble en effet l'essentiel des statistiques en termes d' **offre** , de **fréquentation** , de **typologies de clientèles** , de **retombées économiques** avec des focus sectoriels.

Cette publication a aussi pour ambition d'apporter un éclairage sur les **principaux indicateurs de l'économie touristique régionale** et intègre également des données départementales.

Le poids économique du tourisme auvergnat et son positionnement par rapport à l'environnement des autres régions françaises sont résumés en 12 pages.





L'animation du réseau des offices de tourisme se poursuit

Pour cette fin d'année, une journée technique et un éducteur sont au programme des actions destinées aux offices de tourisme (OT) et agences locales de tourisme (ALT) de la région.

JOURNÉE TECHNIQUE : développer de nouvelles ressources financières pour son office de tourisme

Pour clôturer le cycle de rencontres thématiques organisées depuis le début de l'année, une dernière journée technique a eu lieu fin septembre. Elle posait la problématique des ressources financières des offices de tourisme.

L'objectif était d'apporter des solutions et de nouvelles idées à des structures éprouvant de plus en plus de difficultés quant aux financements en cette période de contraintes budgétaires.

Cette journée a été l'occasion d'étudier de nouvelles pistes de diversification et de faire intervenir de nouveaux offices de tourisme extérieurs à l'Auvergne :

- Comment optimiser la récolte de la taxe de séjour sur son territoire ? Jeremy HACHE, Directeur de l'OT du Val d'Albret (47)

- Développer une gestion fine de sa structure grâce à la comptabilité analytique. Bruno ALLEIN, Directeur de l'OT de Cauterets (65)

- Gestion d'équipements : quelles retombées et charges pour mon OT ? Jean SIEFFERT-OSTERMANN, Directeur de l'OT de Nérès-les-Bains (03) et Anne Tichit, Directrice de l'OT des Cheires (63)

Tous les contenus se rapportant à cette journée sont en ligne sur www.pro.auvergne-tourisme.info

Ce dernier trimestre sera également l'occasion de faire un bilan sur cette deuxième année d'animation du réseau régional des OT/ALT afin de préparer 2015 dans de bonnes conditions. Pour cela, les directeurs et directrices en débattront avec le CRDTA début novembre. Objectif : leur permettre de faire un point avec leurs équipes, avant de transmettre leurs souhaits et besoins en matière d'échange à la Commission des Organismes Locaux de Tourisme. De ces attentes émergeront ainsi les thématiques traitées lors des prochaines journées techniques. Toutes ces actions seront ensuite validées lors du prochain comité de pilotage des organismes locaux de tourisme qui se tiendra courant décembre et qui officialisera le plan d'action 2015.

Nous en profiterons également pour faire un rendu de l'enquête menée auprès de tous les offices de tourisme en 2014, afin de mettre en évidence les 20 données clés du réseau, à partir desquelles nous analyserons son évolution d'une année sur l'autre.



UN ÉDUCTEUR dans le Nord-Est de la France

En complément de cette journée technique, un éducteur sera organisé courant novembre. Il sera l'occasion d'aller à la rencontre d'offices de tourisme situés hors région Auvergne, ayant su mettre en place des actions innovantes et réussies en lien direct avec les thématiques abordées au cours des journées techniques 2014.

Toutes ces actions suivent une même ambition : faciliter la mutation des offices de tourisme vers l'office de tourisme du futur et fournir un cadre stratégique de décisions à chaque niveau territorial.

Contact : Cédric Corre - 04 73 29 49 35
cedric.corre@crdt-auvergne.fr

Il est temps de repartir en voyage... pour les hébergements Nattitude



Le CRDTA propose deux éducteurs pour les hébergements Nattitude : les 6 et 7 novembre dans le Puy-de-Dôme et l'Allier et du 17 au 19 novembre en région bordelaise.

Organisés depuis trois ans, les éducteurs ont pour objectifs de renforcer la dynamique de réseau et de s'inspirer d'idées intéressantes en découvrant des offres d'hébergements

innovantes, originales ou bien développées autour d'une thématique forte telle que le vin et le bien-être lors du voyage d'études à Bordeaux. En Auvergne, ce sera l'occasion pour une trentaine de professionnels de découvrir les offres du territoire des Combrailles : Le bois basalte à Manzat et l'hôtel Spa Thermalia à Châtel-Guyon ainsi que de visiter et de déguster la cuisine de Jacques Décoret, chef étoilé à Vichy. Encore de belles adresses à découvrir et des moments d'échange instructifs en perspective.

Contact : Céline Coudouel - 04 73 29 49 96
celine.coudouel@crdt-auvergne.fr



E-tourisme

Au-delà des rencontres et des échanges fructueux que sont les rencontres nationales du e-tourisme à Pau, la reconnaissance du métier « chargé de projet e-tourisme » marquera cette fin d'année 2014.

10^{èmes} rencontres nationales du e-tourisme

Les Rencontres nationales du e-tourisme institutionnel sont l'événement professionnel incontournable en matière de e-tourisme. Elles ont eu lieu à Pau du 7 au 9 octobre. Leur objectif premier est **d'accompagner et d'orienter** les gestionnaires de destination dans l'évolution de leurs métiers face aux nouvelles technologies et au numérique. Le programme était cadencé entre des plénières sur les grandes tendances et des ateliers thématiques : collaboratif, contenu, management, marketing, mobile, relation client, social. Les participants ont pu également échanger avec les entreprises réparties sur une trentaine de stands dans le cadre du Forum de l'innovation autour des solutions dédiées au secteur du e-tourisme.

La première journée de ces rencontres était consacrée à l'**Animation Numérique de Territoire**. Près de 1100 Animateurs Numériques de Territoire (ANT), Managers Numériques de Destination et Reporters de Territoire/Reporters Numériques ont été formés ou sont encore en formation dans 21 régions. L'Auvergne, sous la conduite du CRDTA, a formé **24 ANT** au cours de deux sessions de formation. Trois d'entre eux ont participé à la journée #ANT4 au cours de laquelle les problématiques rencontrées au niveau national ont été abordées, avec pour objectif de co-construire des méthodes et des outils pour faire face aux grands enjeux de demain.

Une journée pour les Animateurs Numériques de Territoire en Auvergne

Les missions d'Animation Numérique de Territoire sont encore récentes et sont en constante évolution. La principale mission des ANT réside dans **l'accompagnement des prestataires et des opérateurs touristiques auvergnats** au regard des enjeux du numérique et de la manière d'appréhender ces nouvelles technologies dans leur quotidien. Il s'agit de leur apporter les méthodes et les outils afin de répondre efficacement aux clientèles de plus en plus connectées.

Le 23 octobre, les 24 ANT auvergnats se sont rencontrés à l'occasion **d'une journée dédiée, organisée à l'initiative du CRDTA**. L'objectif était de répondre au besoin de mise en réseau des territoires et de favoriser l'échange sur les problématiques communes, partager les expériences au service de l'intelligence collective.

Chargé de projet e-tourisme : un titre reconnu

C'est officiel ! La Commission Nationale de Certifications Professionnelles vient de reconnaître **un nouveau métier : « chargé de projet e-tourisme »**. Il s'agit d'un titre déposé par le réseau national Offices de Tourisme de France. Cette formation de 150 h, plus complète, prend la suite de la formation initiale ANT (70 h).

Quels sont les objectifs de la formation ?

Elle doit permettre au « chargé de projet e-tourisme » de :

- **Proposer** une stratégie numérique de territoire aux instances dirigeantes, au Conseil d'Administration et aux élus locaux et développer un plan d'actions en adéquation
- **Concevoir et produire** des contenus de promotion du territoire
- **Sensibiliser et accompagner** les acteurs du tourisme territoriaux afin d'améliorer leurs performances en matière d'e-tourisme
- **Animer** le partage d'informations
- **Concevoir** des outils numériques en vue de **valoriser** le territoire (blogs, sites Internet, application mobile, newsletter...)
- **Externaliser** le développement de projets ou services numériques - **mettre en place** une veille du numérique et de l'e-réputation
- **S'auto-former** et **informer** son équipe

À l'initiative du CRDTA, l'Auvergne se positionne d'ores et déjà pour mettre en œuvre **l'une des premières promotions de chargés de projets e-tourisme courant 2015**. Les modalités seront précisées ultérieurement.

Contact : Mathieu BRUC - 04 73 29 49 75
mathieu.bruc@crdt-auvergne.fr



Les jeunes au rendez-vous de l'Open Tour

L'opération Open Tour menée conjointement par la Région Auvergne et la SNCF a de nouveau remporté un vif succès auprès des jeunes de 15 à 25 ans.

3 686 forfaits ont en effet été vendus soit une **augmentation de 9%** par rapport à l'année dernière (3 359). Les 3409 formules à la semaine (2 986 en 2013) ont été privilégiées et ont compensé la baisse du nombre de forfaits mensuels délivrés : 277 (373 en 2013).

Ce bilan positif peut s'expliquer par le tarif très attractif du forfait hebdomadaire : 15€ (45€ pour un mois) et un plan de communication ciblé :

- Film promotionnel projeté dans huit cinémas de la région durant la fête du cinéma
- Plus de 1 000 spots radios diffusés sur trois radios (Virgin, RVA et NRJ)
- Près de 50 000 flyers distribués (Facultés, Points Info Jeunes, Services jeunesse, McDonalds)

Via la page Facebook dédiée à l'Open Tour, le CRDTA a également informé les jeunes sur les manifestations auvergnates, les activités à pratiquer et les sites touristiques à visiter, proches d'une gare SNCF (train et bus).

#UP ! Le forum

Le CRDTA et l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie (UMIH), participent le 6 novembre au forum #UP ! organisé par l'association Auvergne Nouveau Monde.

Destiné aux jeunes de 16 à 30 ans et plus particulièrement à ceux en difficultés, ce forum a pour objectif de les aider dans leurs démarches de recherche d'emploi, pour partir à l'étranger, pour s'engager dans l'associatif ou bien encore pour créer leur entreprise. Au travers d'un stand et de deux mini-conférences, le CRDTA s'attachera à démontrer l'importance du tourisme dans l'économie de la région (19 000 emplois directs). Ce temps d'échange sera l'occasion

de faire un état des lieux des **différents métiers liés au tourisme** mais aussi et surtout des **opportunités d'emploi** qu'offre ce secteur en Auvergne tant en termes de contrats (contrats de professionnalisation, d'apprentissage, saisonnier...), de structures que de localisation.

Contact :

Karel Chaucheprat - 04 73 29 49 67

karel.chaucheprat@crdt-auvergne.fr

LE SUCCÈS DES CHÈQUES-VACANCES EN AUVERGNE

Depuis début 2014, l'Auvergne a enregistré **335 nouveaux Points d'acceptation des chèques-vacances**, portant le total à près de **6 500** (12^{ème} rang national).

La sensibilisation conjointe des professionnels par le réseau de l'Association Nationale des Chèques-Vacances (ANCV) Rhône-Alpes Auvergne et le CRDTA n'est certainement pas étrangère à ce bon résultat. Par ailleurs, le volume d'émission de chèques commandés par l'ensemble des comités d'entreprise régionaux a été de près de 17 millions d'euros, soit une progression d'environ 1 million d'euros par rapport à 2013 (+6,3%).

L'ANCV s'inscrit désormais dans la démarche de dématérialisation des formalités administratives avec l'arrêt du conventionnement sous format papier à fin octobre. Les nouveaux Points d'acceptation pourront le faire en ligne à compter du 1^{er} novembre prochain.

Pour toutes informations, rendez-vous sur www.ancv.com

ACT : un dispositif performant pour évaluer la satisfaction de vos clients

Le CRDTA met gratuitement à disposition des professionnels du tourisme auvergnat un support d'enquête en ligne pour évaluer la satisfaction de leur clientèle.

Le CRDTA a développé cet outil ACT (Analyse des Clientèles Touristiques), afin de permettre aux prestataires touristiques de **mieux connaître leur clientèle** et de **suivre leur satisfaction**. Fini la gestion des questionnaires papier, cette enquête est exclusivement en ligne. De plus, ce pack est personnalisable : des questions spécifiques peuvent être ajoutées par le

prestataire au même titre que le message d'accueil et le logo. Cette enquête, traduite également en anglais, est diffusable par les professionnels auprès de leur clientèle soit pendant leur séjour via un QR code pour répondre sur leur smartphone, soit au retour de leur voyage par l'envoi d'un email.

Les professionnels diffusant cette enquête bénéficieront de **résultats détaillés** exclu-

sivement sur la **clientèle de leur établissement** (profil des clients, caractéristiques des séjours et satisfaction). Cet outil peut également être adapté et personnalisé pour un territoire ou un office de tourisme.

Contact :

Karen DIMIER-VALLET - 04 73 29 49 63

karen.dimier-vallet@crdt-auvergne.fr

445 000 nuitées étrangères

dans les campings en 2013 : focus sur les grandes tendances de fréquentation

L'hôtellerie de plein air est le modèle d'hébergement qui enregistre la plus forte part de fréquentation étrangère. Elle représente ainsi 26% des nuitées dans les campings en Auvergne contre 34% à l'échelle nationale.

Avec près d'un million d'emplacements, le camping est, en termes d'offre, le premier hébergement touristique en France qui s'affirme comme l'une des spécificités touristiques françaises. L'Auvergne compte 296 campings et occupe le 10^{ème} rang des régions françaises. L'offre locative dans les campings auvergnats affiche près de 3 000 unités mais n'occupe que 16% des emplacements contre 34% en moyenne en France. Avec 65 emplacements en moyenne par établissement, la taille des campings en Auvergne est nettement plus petite qu'au niveau national (109 emplacements) et classe la région au 12^{ème} rang en termes de capacité d'accueil. Les campings auvergnats s'attachent à rattraper ce retard avec une progression du nombre de locatifs de 40% en 5 ans.

Depuis 2008, le volume de nuitées étrangères dans les campings s'est accru de 8% en Auvergne (+6% en France) et ce malgré un parc en baisse de 6% en nombre de lits. De plus, la durée moyenne de séjour a progressé de 12%

en Auvergne sur cette même période. Cela démontre le gain de performance des campings auvergnats ces dernières années grâce à une offre plus qualitative favorisant des séjours plus longs. Toutefois, l'Auvergne marque un retard dans la commercialisation de son offre : seulement 5% des nuitées réalisées en 2013 ont été vendues par un tour-opérateur. Malgré un taux d'intermédiation en baisse, la part des voyages des Européens en France commercialisés via un tour-opérateur est 5 à 6 fois plus importante qu'en Auvergne. L'amélioration de la mise en marché est donc l'un des principaux enjeux des campings auvergnats pour les années à venir.

Avec 63% des nuitées étrangères réalisées dans les campings en Auvergne, le marché néerlandais est en position de quasi-monopole. Il a progressé de 10% depuis 2008 malgré une baisse sensible en 2013. Toutefois, ce sont les campings d'entrée de gamme (1 et 2*) qui ont le plus bénéficié de cette augmentation de fréquentation. La conjoncture économique n'est pas étrangère à ce phénomène mais cela traduit également une évolution du comportement des clientèles néerlandaises de plus en plus à la recherche de petits campings très « nature ».

Retrouvez la présentation détaillée de l'analyse des tendances d'évolution dans les campings sur pro.auvergne-tourisme.info

4 novembre – **Rencontres partenariales du CRDTA / Clermont-Ferrand** – Présentation du plan d'actions 2015 et workshop – échange sur les missions des offices de tourisme (réunion réservée aux directeurs et directrices d'offices de tourisme).

6 novembre – **Place aux Jeunes ! / Clermont-Ferrand** – #UP ! Le forum – Présentation des opportunités offertes en Auvergne au moment de l'entrée dans la vie active.

6 et 7 novembre – **Eductour Nattitude / Auvergne** – pour découvrir, de manière privilégiée, de nouveaux hébergements touristiques dans l'Allier et le Puy-de-Dôme.

du 13 au 15 novembre – **Accueil d'une délégation japonaise de la ville de Nasu Shiobara / Clermont-Ferrand** – Acteurs économiques et institutionnels de la ville de Nasu Shiobara au Japon qui s'intéressent particulièrement aux secteurs du tourisme, du thermalisme et des produits du terroir.

17 novembre – **Conseil d'administration du CRDTA / Aubière**

du 17 au 19 novembre – **Eductour Nattitude / Région bordelaise** – Rencontres entre professionnels avec visites d'hébergements touristiques autour de la thématique des vins, du bien-être et du design...

20 novembre – **Comité de pilotage du projet Interreg CesR (Coopératives d'Emploi et de Services en espace Rural) / Clermont-Ferrand** – Le projet CesR, mené depuis 2012 par le CRDTA et 7 partenaires européens, arrive à son terme.

du 24 au 28 novembre – **Enquête de conjoncture** – Bilan automne et perspectives hiver.

du 27 au 30 novembre – **Saint-Germain des Neiges / Paris** – L'ensemble des massifs français se mobilise pour faire découvrir le charme, la diversité et les richesses de la montagne française auprès des Parisiens.

4 et 5 décembre – **14^{èmes} Assises nationales des Villes et Villages Fleuris / Menton** – Analyse de l'impact du label et des démarches de valorisation paysagère sur l'attractivité touristique afin d'apporter des réponses stratégiques et de proposer des pistes d'actions aux territoires.

9 décembre – **Présentation de Nattitude lors de journées professionnelles / Bretagne**

12 décembre – **Assemblée générale du CRDTA / Cébazat**

TABLEAU DE BORD

Année 2014	juillet	août	septembre
Fréquentation des sites internet (en visiteurs uniques) Évolution / 2012-2013	192 624 +13%	151 995 -7%	94 562 -5%
Téléchargements de documentations via les sites internet Évolution / 2012-2013	8 731 +15%	8 018 +16%	3 585 +10%
Nombre d'appels téléphoniques (call center) Évolution / 2012-2013	755 -10%	515 -25%	492 -38%
Nombre de journalistes français et étrangers accueillis	19	3	25
Nombre d'articles recensés (France et étranger)	25	35	14
Contre-valeur publicitaire estimative*	345 000€	420 000€	200 000€

*Une contre-valeur publicitaire correspond au coût d'un spot ou d'un publi-rédactionnel non négocié.

PROJETS AIDÉS PAR LE CONSEIL RÉGIONAL D'Auvergne

(Commissions permanentes de juillet et septembre 2014)

Aménagement	1 031 605€
Hébergement (dont agritourisme)	572 268€
Aides au fonctionnement (ALT, associations régionales)	130 000€

L'ACTU • numéro 22

ISSN : 2116-4649

Directeur de la publication : André CHAPEVEIRE

Rédacteur en chef : Jean-François JOBERT

Secrétaire d'édition : Anne ANDRE

Crédits photo : CRDTA / Joël Damase / La Cordée

Reisen / Pierre Soissons / Anne-Sophie Latry

Création graphique : Claire MONARD

Tirage : 700 exemplaires

Impression : PORÇU, Cournon sur papier Cyclus Print

