



# L'ACTU

numéro 26 • juillet / août 2015

Lettre d'information  
 du Comité Régional de Développement  
 Touristique d'Auvergne  
[pro.auvergne-tourisme.info](http://pro.auvergne-tourisme.info)



## L'Auvergne à moto fait peau neuve

Le CRDTA a choisi en 2015 de renouveler la plupart des outils dédiés à la moto, pour aller encore plus loin dans la notoriété de la région sur cette filière qu'il soutient depuis 2008. Nouveau site internet, film promotionnel déjà plébiscité sur les réseaux sociaux et tout nouveau module « Itinérance » de réservation en ligne : tout est pensé pour séduire et faciliter l'activité des touristes à moto en Auvergne.

### Module de réservation en ligne, L'Auvergne à la pointe de l'innovation

En 2013, 84% des Français ont utilisé Internet pour préparer ou réserver leurs vacances d'où l'importance évidente de prévoir les outils facilitant leur recherche. Pour ce faire, le CRDTA est le premier à proposer sur un site internet dédié à la moto, une **réservation en ligne des hébergements**. Au-delà des parcours et des road-books gratuits, les internautes peuvent désormais **choisir leurs étapes**, voir tous les hébergements moto alentours, ceux disponibles et réservables en ligne. Au fur et à mesure de leurs étapes, les choix d'hébergement alimentent leur panier d'achat, permettant ainsi de construire leur **séjour clef en main**. Une première dans le monde du tourisme à moto !

### Une meilleure connaissance des hébergements

Les touristes à moto ont des besoins spécifiques dans leur hébergement telle que la présence d'un garage sécurisé ou encore un minimum de matériel d'entretien. C'est pourquoi le CRDTA a créé une **grille de critères spécifiques** qui permet de vérifier si les hébergements potentiels sont bien adaptés pour accueillir cette clientèle et de valider leur présence sur le site internet et le module de réservation.

### Le site internet de L'Auvergne à moto : une nouvelle version, plus simple et plus pratique

Plébiscité par les motards, le site dédié de L'Auvergne à moto a été repensé sur la base des ingrédients qui ont fait son succès ([www.auvergne-moto.fr](http://www.auvergne-moto.fr) en 2014, c'est 54 000 visiteurs, 88% d'accès direct et 10,8% de taux de rebond). Une analyse de l'ancien site a mis en évidence le fait que les internautes consultaient principalement les pages des parcours à moto et des informations pratiques - garages, concessionnaires, clubs. La nouvelle arborescence fait donc la part belle aux **parcours et road-books** ainsi qu'au **nouveau module Itinérance** qui intègre directement la page d'accueil. Le choix a également été fait d'utiliser au mieux le **film promo-**

**tionnel** : l'internaute le visionne dès son arrivée sur le site pour ensuite naviguer sur les rubriques séjours, informations pratiques et informations touristiques. Ces dernières ont été allégées pour ne garder que les sites majeurs.

### Film promotionnel, une invitation au voyage

L'Auvergne à moto, en parler c'est bien, la montrer c'est mieux ! C'est pourquoi le CRDTA a fait réaliser en 2014 un film promotionnel pour **alimenter les actions de promotion**. Présenté aux festivals de l'invitation au voyage de Concarneau du 24 au 26 avril et au « Films and companies » du 27 au 30 mai à la Baule, il illustre un week-end à moto en Auvergne.

Ce film se décline en une version longue de 2'30 environ et un teaser de 30" plus facilement utilisable sur le web. Publié sur Youtube et Vimeo, la version longue compte dans son premier mois de lancement **8 630 vues** et bénéficie de commentaires très positifs !

### Un plan de promotion conséquent

La sortie de l'ensemble de ces nouveaux outils alimente le plan de promotion 2015. Le partenariat historique avec **Volcom Media** (créateur des road-books) a été reconduit. Dans ce cadre, l'enseigne **Dafy Moto** est partenaire de L'Auvergne à moto. La

carte papier remaniée en 2015 est distribuée dans les **150 magasins** en France. Les magazines de printemps et d'automne du catalogue Dafy Moto sont illustrés d'une page de publicité qui présente les séjours de L'Auvergne à moto.

Le film promotionnel est diffusé sur la page Facebook de Moto Journal, 400 000 motards, Moto et Motards et Mx2k, permettant ainsi de toucher plus de **1 000 000 de fans**. Pendant une semaine un **jeu concours** sur ces mêmes pages Facebook renverra sur le site internet de L'Auvergne à moto afin de générer du trafic ! La page Facebook, toujours très active, permet de conforter et de voir évoluer continuellement le nombre de fans.

Ce dispositif s'accompagne de l'envoi d'un **e-mailing** ciblé sur la base de données de Moto Journal, leader de la presse moto, soit 50 000 adresses qualifiées. Un **mailing papier** sera envoyé au mois de septembre sur les clubs des régions Ile-de-France et Rhône-Alpes.

Grâce à de nouveaux outils, L'Auvergne continue d'asseoir sa réputation de région privilégiée pour le tourisme à moto. Pour aller plus loin, les équipements dédiés doivent aussi être développés notamment dans les sites de visite.



## Signature du Contrat de destination

Le 12 juin dernier, René Souchon, président du Conseil régional d'Auvergne, Marc Ferrand, directeur régional des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi d'Auvergne (DIRECCTE) et les autres partenaires\* associés, ont officiellement signé le Contrat de destination, élaboré pour une période de 3 ans de 2015 à 2017 (Cf ACTU janvier-février).

Porté par le CRDTA, il couvrira l'ensemble de la région Auvergne et la notion de « naturalité » en sera l'épine dorsale au travers du



**patrimoine naturel et de l'éco-tourisme, des loisirs de pleine nature, de la santé et du tourisme de bien-être.** L'ensemble des acteurs du tourisme impliqués dans le Contrat de destination ont fait le choix de structurer et de promouvoir les thématiques retenues en direction des clientèles étrangères, et plus particulièrement européennes, sur les marchés allemand, néerlandais, belge et britannique.

Plus d'infos sur [pro.auvergne-tourisme.info](http://pro.auvergne-tourisme.info)

\*Les Conseils départementaux de l'Allier, du Cantal, de la Haute-Loire et du Puy-de-Dôme, les Parcs Naturels Régionaux des Volcans d'Auvergne et du Livradois-Forez, la Chambre de Commerce et d'Industrie Auvergne, les Comités départementaux du tourisme, Thermauvergne, la Fédération Régionale de l'Hôtellerie de Plein Air, l'Union Nationale des Associations de Tourisme (UNAT), les villages de vacances VVF Villages, Vulcania, le puy de Dôme et le puy Mary.

## L'Auvergne présente à l'Exposition Universelle à Milan

C'est dans le cadre de la future région Auvergne/Rhône-Alpes que le CRDTA a eu l'opportunité d'être présent, du 7 au 10 mai, et de promouvoir ainsi l'offre touristique auvergnate lors de l'Exposition Universelle à Milan.

Organisées par le CRT Rhône-Alpes, en étroite collaboration avec Atout France Italie, ces rencontres ont permis au CRDTA de promouvoir l'Auvergne auprès de 17 prescripteurs et de 24 journalistes et blogueurs. S'en sont suivies deux journées dédiées aux visiteurs internationaux. Des rencontres riches en promesses qui répondent notamment aux nouvelles attentes des Italiens.

L'Auvergne a pu bénéficier de la présence des « grands chefs étoilés » Régis Marcon puis Serge Vieira, qui proposent durant plus d'un mois et demi, un menu gastronomique au restaurant le « Café des Chefs » du pavillon France.



## Promotion de l'Auvergne sur les marchés lointains : déjà à l'heure de la nouvelle région

Le CRDTA a accueilli en mai dernier deux représentantes de Rhône-Alpes Tourisme (CRT Rhône-Alpes) : Rachel Gregoris, responsable des marchés lointains et Olivia Poncy, responsable promotion Amérique du Nord.

Depuis quatre années pour le **Canada** et deux pour le **Japon**, le CRDTA participe aux **workshops professionnels et presse** organisés par les bureaux d'Atout France au côté du **CRT Rhône-Alpes**. En 2015, la promotion de l'Auvergne sur ces deux marchés se fera déjà aux couleurs de la nouvelle région. Les chargées de missions du CRT Rhône-Alpes se déplaceront sur les opérations menées par Atout France sur ces mêmes marchés, le CRDTA s'attachant à organiser puis à accueillir en éducteur, les tour-opérateurs et la presse internationale.

Aussi, un programme de deux jours à la **découverte du patrimoine auvergnat** s'imposait afin que Rachel Gregoris puisse vanter les richesses de l'Auvergne, du 8 au 12 juin, sur le workshop japonais « **Sakidori** ».

Au programme, des visites de sites les plus en adéquation, à court terme, avec les marchés cités auxquels il convient d'ajouter les **États-Unis** : le Puy-en-Velay, Clermont-Ferrand, Vichy, en passant par Blesle, Chavaniac-Lafayette, Volvic et le puy de Dôme.

Les clientèles lointaines enregistrent une nette progression avec **+133% d'Américains** dans les hôtels auvergnats et **+86% de Japonais**. Avec 25 000 nuitées enregistrées essentiellement sur le département du Puy-de-

Dôme, **les États-Unis entrent dans le top 4 de la fréquentation étrangère d'un département auvergnat**. Pour la première fois, la part des marchés hors Europe de proximité atteint 15% (cf article page 7). Certes, quantitativement ces données peuvent paraître mineures mais elles démontrent **l'existence bien réelle de ces clientèles en Auvergne**, dont la progression sera assurée à l'avenir par les actions concertées des deux Comités Régionaux de Tourisme Auvergne-Rhône-Alpes.



## Focus sur le marché belge

### DONNÉES 2014

- 2<sup>ème</sup> clientèle étrangère en Auvergne, avec 12% de part de marché
- 95 925 nuitées dans les hôtels et campings

### OBJECTIFS DU CRDTA

- Renforcer la notoriété de l'Auvergne
- Accroître la part de fréquentation de la clientèle belge
- Deux cibles travaillées en 2015 : le grand public et la presse

### ZOOM SUR LES ACTIONS

- Campagne d'affichage
- Campagne online
- Salons grand public
- Relations presse

### Campagne d'affichage



- Affichage du 27 janvier au 23 février dans les **dix stations de métro** les plus fréquentées et les plus centrales de Bruxelles ainsi que sur les flans de trams des lignes centrales de la capitale flamande.

### Campagnes online



- Campagne de **référencement payant** sur les réseaux Google ad-words, adsense et You Tube dont les objectifs de clics et de vues

sur les trois supports ont été atteints et dépassés à fin mai.

- **Partenariat** sur l'année avec le journal de l'évasion (Reiswereld Magazine en flamand), unique média de voyage en ligne belge avec 65 000 visiteurs par mois et plus de 30 000 abonnés à la newsletter.

- **Post mensuel** sur la page Facebook d'Atout France.

### Relations presse

En parallèle aux opérations destinées au grand public, des **actions de promotion** de la destination sont menées auprès de la presse belge. En 2015, le CRDTA a souhaité élargir sa collaboration avec le bureau d'**Atout France** dans le domaine de la presse tout en poursuivant son partenariat avec l'agence belge **CB Communication**.

Ainsi, le 20 janvier dernier, le CRDTA a participé pour la première fois au **workshop presse** organisé par Atout France Belgique pour présenter l'Auvergne aux journalistes (majoritairement des « freelance »). Une participation qui a également permis de programmer l'organisation d'un **accueil de presse groupe** prévu début octobre.

La collaboration avec le **Cluster Nature** d'Atout France suscite pour la première fois l'**accueil de blogueurs** dont le nombre est

### Salons grand public



- Valorisation de la **filière pleine nature** lors du salon **Rando Aventure** du 15 au 18 janvier à Charleroi. Le CRDTA était accompagné de l'Office de Tourisme intercommunautaire des Gorges de l'Allier et de l'agence réceptive La Pèlerine.

- Présence du 5 au 9 février au **salon des Vacances de Bruxelles**, le plus important salon du tourisme en Belgique, accueillant cette année plus de 97 000 visiteurs. Aux côtés du CRDTA, trois partenaires présents pour promouvoir l'Auvergne : Vulcania, Le Panoramique des Dômes et l'hôtel des Puys à Clermont-Ferrand.

encore faible en Belgique :

- **CheeseWeb**, du 6 au 13 juin. Le plus grand blog de voyage en Belgique compte entre 15 000 et 70 000 visiteurs par mois de plusieurs nationalités mais avec une majorité de Belges.

- **Mel loves Travel**, du 17 au 21 septembre. Un blog récent (3 ans) centré sur le voyage au féminin (3 000 visiteurs par mois).

Outre des demandes d'aides techniques habituelles notamment pour des revues de grandes audiences préparant les vacances estivales (Femmes d'aujourd'hui, Ciné Télé Revue...), **des accueils presse se poursuivront à l'automne**. Des supports tels que Moto 80, De Standaard, Deuzio sont pressentis.

Contact CRDTA : Anissa Guenfoud - 04 73 29 49 43  
anissa.guenfoud@crdt-auvergne.fr

### DES FICHES PRATIQUES POUR S'OUVRIRE À L'INTERNATIONAL

Dans la continuité de la parution du Carnet du Développement « Clientèles étrangères », le CRDTA propose aux professionnels du tourisme auvergnat, désireux de travailler les marchés étrangers, une série de fiches pratiques par nationalité. Chacune d'elles rassemble les informations client pour enrichir la réflexion avant de se lancer sur un marché étranger : Qui sont-ils ? Que font-ils ? Pourquoi, quand et comment achètent-ils ? Que dépensent-ils ? Qu'attendent-ils ?

Ce jeu de « fiches marché » permet de construire une offre adaptée, d'optimiser la prospection et l'organisation d'actions commerciales mais aussi de proposer un accueil adapté.

En téléchargement à mi-août sur [www.pro.auvergne-tourisme.info](http://www.pro.auvergne-tourisme.info)

### LE CITY FAIR À LONDRES : LES TO EUROPÉENS EN LIGNE DE MIRE

Première participation du CRDTA au City Fair à Londres le 15 juin dernier dans le cadre du partenariat avec l'**European Tour Operators Association (ETOA)** qui compte plus



de 700 membres et dont l'objectif principal est de positionner l'offre en adéquation avec la demande, via des workshops professionnels. Parmi ses membres, on recense aussi bien de gros porteurs du monde

entier, que des voyageurs plus intimistes proposant des séjours thématiques pour une clientèle ciblée à forte valeur ajoutée, tous prescripteurs de voyages en Europe. Le workshop, de format traditionnel, a permis au CRDTA de rencontrer **19 acheteurs** (et 2 blogueurs) dont les multiples et forts intérêts pour l'Auvergne (pleine nature, accueils de groupes et d'individuels, hébergement haut de gamme...), laisse présager de **futurs programmations**.



## La place de marché régionale poursuit sa progression

Internet, est le premier canal de distribution du tourisme qui touche tous les segments de clientèle quel que soit l'âge.

L'enjeu pour les organismes locaux, dans le cadre du développement touristique de leurs territoires, réside dans leur capacité à donner de la visibilité sur le web via une offre touristique structurée et réservable.

Depuis 2012, l'implication des différents acteurs institutionnels et réseaux du tourisme ont permis de structurer et d'accompagner les prestataires touristiques pour améliorer leur visibilité sur Internet.

29 Offices de Tourisme, les 4 Départements, les regroupements de professionnels touristiques tels que la Fédération Régionale de l'Hôtellerie de Plein Air et le Club Hôtelier de Riom se sont mobilisés et engagés dans le déploiement de l'outil. À l'heure actuelle, **40 « marques blanches » revendent l'offre touristique auvergnate.**

Deux nouvelles solutions sont mises à disposition des territoires afin de rendre encore plus performant le processus de réservation des internautes.

- **L'Open Site** : mini site en format web responsive design permettant d'agrèger l'offre touristique de son territoire en toute autonomie. Il est ainsi possible de mixer des textes de présentation du territoire et de l'offre, des visuels et un scénario de réservation. <http://reservation.tourisme-combrailles.fr/>

- **Kit widget direct et API de disponibilités** : intégration totale de la réservation au sein du site internet. Les partenaires restent totalement autonomes dans la gestion de leur site via Tourinsoft et transitent sur le tunnel d'achat personnalisé Open System. <http://www.vacances-livradois-forez.com/>

### L'OPEN TOUR FAIT SON RETOUR !



Du 1<sup>er</sup> juillet au 31 août la Région Auvergne, la SNCF et le CRDTA renouvellent l'opération Open Tour. Destinée aux jeunes de 15 à 25 ans, elle a pour objectif de promouvoir les transports

en TER sur la région (trains et autocars) via un tarif très préférentiel qui permet de circuler sur tout le réseau TER régional (hors trains intercity à réservation obligatoire) durant 7 jours (15€) ou 31 jours (45€).

Afin d'informer les jeunes sur toutes les activités (canoë, accrobranches...) et manifestations (Sancy Outdoor, Théâtre de rue d'Aurillac...) qui se déroulent en Auvergne durant l'été, une page Facebook est dédiée et co-animée par le CRDTA et le service communication de la Région.

Données observées du 01/01 au 31/05/15

	2014	2015	Évolution
Volume d'affaires	470 756	716 492	+52%
Nombre de contrats	2 158	3 356	+55%
Panier moyen	218	213	-2,30%

Contact CRDTA : Aurore Rodde - 04 73 29 49 44 - aurore.rodde@crdt-auvergne.fr

## Bilan des formations 2015 à mi-parcours

Les professionnels du tourisme se sont mobilisés pour participer aux différentes actions de professionnalisation proposées par le CRDTA au cours du premier semestre 2015.

Le service formation a enregistré **362 participations sur les 20 actions** qui se sont déroulées entre janvier et mai 2015 :

- 13 formations (108 stagiaires)
- 2 formations/accompagnements pour les Offices de Tourisme (13 stagiaires)
- 3 journées techniques - Supports de communication / Meublés de Tourisme / Numérique (131 participants)
- 2 forums - Tourisme & Handicap / Stations de Pleine Nature (110 participants)

Sur les 18 formations programmées, 13 ont été maintenues, 4 sont reportées au 2<sup>ème</sup> semestre et 1 a été annulée (Oser parler en allemand). Ce taux de réalisation couplé au taux de remplissage plutôt élevé (85%) confirme l'intérêt des acteurs du tourisme pour les formations proposées. Les thématiques affichées correspondent bien à leur problématique.

7 organismes de formation ont dispensé ces actions. 95% des stagiaires ont été satisfaits à la fois des formateurs (pédagogie, maîtrise

du sujet, mises en situation et cas concrets) et du format des formations (durée et lieu). Il est à noter que 2 actions ont été délocalisées dans le Cantal pour répondre à des demandes locales spécifiques.

Plus de **75% du public travaille au sein d'une institution touristique** (principalement en Offices de Tourisme), 16% au sein d'une collectivité territoriale ; 7% sont des hébergeurs et 2% sont des prestataires d'activités touristiques.

### AGENDA DE LA RENTRÉE

Face au succès de certaines thématiques à l'instar d'« Être au top dans son accueil », le CRDTA proposera une nouvelle session les 12 et 13 octobre prochains.

La formation « Adapter son accueil et ses services aux personnes déficientes visuelles » aura lieu le 7 décembre à Clermont-Ferrand.

« Assurer un suivi clientèle via Internet » se tiendra le 8 septembre à Clermont-Ferrand.

Les 2 formations en néerlandais seront quant à elle programmées les 1<sup>er</sup> et 2 octobre (niveau débutant) et les 10 et 11 décembre (niveau élémentaire).

**Pour rappel, le CRDTA finance 30% du coût pédagogique des formations dispensées** par des organismes de formation grâce à la subvention globale du Conseil régional d'Auvergne qui lui est attribuée et dont une partie est dédiée au Schéma Régional de Professionnalisation.

Contact CRDTA : Karel Chauchepat - 04 73 29 49 67  
karel.chauchepat@crdt-auvergne.fr



## Poursuite des actions de promotion des séjours scolaires

Cofinancées par trois partenaires\* et réalisées en collaboration avec l'UNAT Auvergne, les opérations liées à cette filière sont conduites en étroite collaboration avec les centres d'hébergements pour enfants et jeunes, dont treize sont certifiés par une démarche régionale agréée « Qualité Tourisme », et les principaux sites de visites de la région.

\*Conseil départemental du Puy-de-Dôme, Espace Volvic, OT de Salers



### S'APPUYER SUR UNE OFFRE DE QUALITÉ

Cette année encore, en amont du plan de communication, le travail effectué auprès des prestataires pour les aider à mieux **répondre aux attentes de leurs clientèles** est maintenu et renforcé. Le référentiel uti-

lisé dans le cadre de la **démarche qualité** sera ainsi réactualisé à l'automne et permettra aux établissements déjà certifiés de **maintenir leur offre à niveau**. Il servira de base de travail à la poursuite du recrutement de nouveaux hébergements.

### PROMOTION CIBLÉE

Parallèlement, et pour mieux atteindre sa cible, le plan de communication scolaire s'appuie, comme les années précédentes, sur une stratégie multicanale ciblant des **supports à forte audience** parmi le corps enseignant : pass-education.fr, classe-découverte.info, magazine La Classe... Il s'adresse aux enseignants du primaire et du secondaire, principalement durant les périodes de préparation des séjours scolaires (printemps et rentrée scolaire).

En complément de ces actions, le CRDTA assure la promotion autour de cette filière via ses propres outils (communiqué de presse, site internet...). Une url dédiée, [www.auvergne-classe-découverte.fr](http://www.auvergne-classe-découverte.fr), rassemble en effet l'ensemble de l'**offre d'hébergements** spécialisés dans cette filière ainsi que **trente-deux séjours proposés par les centres certifiés « Qualité Tourisme »**. Elle bénéficie également d'une campagne de référencement payant afin d'en améliorer le trafic.

Toutes ces actions permettent aujourd'hui à l'Auvergne de disposer d'une **forte notoriété** auprès des enseignants et d'une **image très positive** tant pour la qualité de son offre pédagogique que pour ses lieux d'accueil.

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

## Réseau régional des OTSI : faire face aux enjeux de demain



La réforme territoriale en cours et les discussions en matière de

répartition des compétences entre les différents échelons territoriaux, impactent plus que jamais le quotidien des Offices de Tourisme.

Pour être au plus près des attentes du réseau régional, toutes les actions du Comité des Organismes Locaux de Tourisme (COLT créé au sein du CRDTA) convergent vers un seul et même objectif : **aider ces structures à répondre aux enjeux de demain**.

Pour y parvenir, trois axes de travail ont été retenus :

- **Aide à la structuration** : tous les Offices de Tourisme souhaitant se structurer à une échelle communautaire ou intercommunautaire bénéficient de l'aide technique du CRDTA et peuvent s'appuyer également sur les résultats de l'enquête annuelle menée

auprès du réseau régional pour se situer et établir leur stratégie (profil des structures, ventilation des budgets, offre de services...).

- **Accompagnement des managers**, deux nouveautés en 2015 : 4 comités de directrices/eurs permettront d'aborder des sujets propres à leur fonction (droit du travail, management...) et d'anticiper au mieux de potentiels changements. Parallèlement, tous les Offices de Tourisme souhaitant intégrer la démarche qualité nationale ou étant déjà marqués « Qualité Tourisme » bénéficieront également d'un suivi particulier pour être accompagnés au mieux dans cette démarche de progrès interne.

- **Coordination avec l'échelon national** : la participation aux actions nationales conduites par Offices de Tourisme de France telles que l'intégration aux commissions formation et « Relais Territorial » ainsi que la présence à son Conseil d'administration permettent quant à elles de dynamiser les relations entre le CRDTA « réseau régional » et Offices de Tourisme de France. C'est la possibilité de faire bénéficier les Offices de Tourisme auvergnats, de ces différents apports d'informations et d'expériences.

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

### L'Auvergne « EN LIVE », LE BLOG VERSION ÉTÉ

Dans la continuité du blog hiver, la version printemps/été du blog [live.auvergne-tourisme.info](http://live.auvergne-tourisme.info) donne la parole à trois blogueurs passionnés et pratiquants de sports outdoor :

- **Sylvain Bazin** : pratiquant de la randonnée et de la course à pied, journaliste, pèlerin, il fera quelques kilomètres sur les plus beaux GR auvergnats.
- **Céline et Frédéric Lacombe** : en famille ou en couple, ils testeront une dizaine d'activités en Auvergne.
- **Francois Lesca**, le blogueur de référence pour l'hiver apportera sa contribution avec trois nouveaux films. Du 19 mai au 29 septembre, un nouvel article hebdomadaire illustré de plusieurs photos et/ou vidéos permettra de partager les bons plans et les infos pratiques de l'une des 12 stations de pleine nature auvergnates. Un bon moyen pour valoriser le potentiel de chacun de ces territoires.





## « Pavillon Bleu » 2015 : une 5<sup>ème</sup> plage labellisée en Auvergne

Le drapeau azur et blanc flottera cet été sur la plage de **Lastioules** dans le **Cantal**, comme sur les 396 sites de baignade distingués en France par le label « Pavillon Bleu ». Lastioules rejoint ainsi le cercle des sites d'excellence de **Vieure (03)**, du **Lac du Bouchet (43)**, d'**Aydat (63)** et de **La Tour d'Auvergne (63)** déjà labellisés en 2014.

Accueillie en Auvergne en 2014, la conférence de presse nationale d'annonce du palmarès « Pavillon Bleu » 2015 s'est tenue le 19 mai à Saint-Nazaire à l'occasion des **30 ans du label**. Au-delà de l'image favorable et dynamique que ce label présente dans 49 pays véhicule auprès des résidents et visiteurs français et étrangers, c'est un **travail de fond** qui est ainsi reconnu.

Car ce n'est pas tant la richesse de l'offre touristique qui importe, que les conditions dans lesquelles les communes distinguées ont décidé d'accueillir leurs clientèles. Elles ont fait le choix, par conviction et à l'échelle de leurs possibilités, de s'engager dans **une gestion durable de leur site touristique** et dans une **démarche de progrès** environnemental à long terme.

Modernisation du réseau d'assainissement, élimination des produits phytosanitaires, économies d'eau et d'énergie, transports doux, agriculture raisonnée sur le bassin versant, travail avec les écoles... toutes ces démarches bien souvent ne se voient pas mais concourent à la **préservation de la qualité de l'eau**. La plage et la bonne qualité sanitaire de son eau sont un témoin de ces efforts dans la durée que vient honorer le label, au bénéfice des habitants, des touristes et des générations futures.

Un site de baignade sain et préservé est un indice de qualité touristique et environnementale et un réel **facteur d'attractivité touristique** qui peut déterminer le choix d'une destination, surtout pour les familles. Le Conseil régional d'Auvergne a choisi pour cette raison, dans son Schéma Régional du Tourisme 2011-2015, d'accompagner tech-

niquement et financièrement 9 communes sélectionnées vers l'obtention du label. Une politique qui porte ses fruits avec les 5 sites labellisés en 2015.

Contact CRDTA : Dominique Bambier - 04 73 29 28 25  
dominique.bambier@crdt-auvergne.fr

### LES VILLES ET VILLAGES FLEURIS EN EXPERTISES

Les membres du jury régional mobilisé par le CRDTA expertiseront **49 communes** durant le mois de juillet. Les visites des réalisations se feront en présence des maires et des responsables des services espaces verts. Au terme de ces expertises, le jury régional établira le Palmarès 2015 qui sera adressé, pour validation, au Conseil National des Villes et Villages Fleuris puis dévoilé par le CRDTA.



## Chargé de projet e-tourisme : un métier enfin reconnu

Offices de Tourisme de France (OTF) a créé ce titre en 2014. Il répond à un nouveau métier accessible aux personnels des structures institutionnelles par la formation continue ou par la Validation des Acquis de l'Expérience (VAE).

### Pourquoi ce titre ?

Pour répondre aux nouveaux modes de consommation des touristes, les institutions touristiques et en particulier les Offices de Tourisme, doivent désormais intégrer le numérique dans leurs missions : accueil, communication (site web...), commercialisation (widget de réservation et de vente en ligne)...

### En quoi consiste-t-il ?

Il s'articule autour de quatre axes :

- **Promouvoir le développement touristique d'un territoire** à l'aide du numérique,
- **Animer et accompagner les professionnels** en vue du développement de l'économie touristique,
- **Concevoir et assurer le développement technique** des services ou projets numériques,
- **Mettre en œuvre une veille** du numérique et de l'e-réputation.

Il correspond à un **niveau II (Licence)** et à l'**échelon 2.3** de la convention collective des organismes de tourisme. Il fait notamment suite à la formation Animateur Numérique de Territoire (ANT).

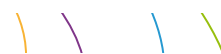
### Comment l'obtenir ?

Soit par le biais de la **formation continue** (durée minimum de 154h) ou par la **Validation des Acquis de l'Expérience (VAE)**. Un jury se réunit pour valider chaque dossier. **La VAE permet de faire valoir son expérience professionnelle et associative** (minimum 3 ans d'expérience). Deux livrets la composent, le premier est un **livret de receva-**

**bilité**. Il permet à l'organisme certificateur de s'assurer que le profil du candidat correspond au référentiel du titre. Après validation de ce livret par OTF, le candidat peut renseigner le **livret 2 qui est un livret de preuves**. Il doit y retranscrire toutes les missions en lien avec le titre qu'il réalise et le justifier.

Une expérience vient d'être menée au niveau national auprès de sept ANT. Ils ont été accompagnés par leur relais territorial. En Auvergne, le CRDTA épaulé par Trajectoires Tourisme (CRT Rhône Alpes) a accompagné Alexandra Chastenot de la Maison du Tourisme du Livradois-Forez et Marie Granger de la Maison du Tourisme de Haute-Loire. Elles ont brillamment obtenu le titre de chargé de projet e-tourisme avec les félicitations du jury ! Seul, un autre dossier a été validé. Le CRDTA adresse à Alexandra et Marie ses chaleureuses félicitations et se réjouit de voir que l'accompagnement effectué par Karel Chauchepat, associé aux compétences des deux lauréates, a porté ses fruits.

Contact CRDTA : Karel Chauchepat - 04 73 29 49 67  
karel.chauchepat@crdt-auvergne.fr



## BILAN 2014 : une progression des séjours marchands et de la fréquentation étrangère

L'Auvergne a enregistré en 2014 plus de séjours qu'en 2013 mais les clients en ont raccourci la durée. Le nombre total de nuitées est estimé à 34 millions, soit un léger tassement par rapport à 2013 dû à la baisse de la fréquentation en hébergement non marchand (parents, amis, résidences secondaires).

La **clientèle française** conserve des comportements économes pour limiter la facture des vacances et saisit tous les « bons plans ». Néanmoins on assiste cette année à une **progression significative du secteur marchand** sur ce marché (+18% de

nuitées), tandis que le non marchand recule (-10%) et se rapproche de son niveau d'avant crise. Les grands gagnants sont les locations et les chambres d'hôtes et dans une moindre mesure les campings.

**Dans les campings**, le nombre de nuitées progresse pour la troisième année consécutive et atteint 1,76 million de nuitées (+1%). L'intérêt croissant de la clientèle française (+3%) compense le recul des clientèles étrangères (-4%), principalement marquée par la baisse de clients néerlandais. Le **succès des formules locatives** ne se dément pas (+11%), renforcé par la météo maussade du début de la saison 2014 et la progression des clientèles étrangères (+28%). La durée des séjours se raccourcit (6,3 jours au lieu de 6,4 en 2013 et 6,5 en 2012) mais l'exigence de confort, de services et de qualité s'accroît. Pour maîtriser son budget, le client est prêt à raccourcir son séjour à condition que la qualité soit là (+13% en hébergement 3, 4 et 5\*).

**Dans les hôtels**, un transfert s'effectue entre la clientèle fran-

çaise qui opte pour d'autres types d'hébergements et les clientèles étrangères pour lesquelles on observe le mouvement inverse. Mais la **hausse des clientèles étrangères** (+7%) ne parvient pas à combler le recul des clients français (-5%). En 2014, l'hôtellerie auvergnate enregistre un solde négatif de 120 000 nuitées (-3%) malgré une durée de séjour en légère hausse.

**Les clientèles étrangères**, en progression en Auvergne, viennent de **plus loin et séjournent plus longtemps**, ce qui accroît les recettes dégagées par ce marché. La durée des séjours continue de s'allonger en 2014 (+3%) alors que la France et l'Auvergne sont souvent qualifiées, à tort, de territoires de « transit ». Comme dans la moitié des régions françaises, le marché néerlandais prédomine et génère 36% des nuitées. Mais les clientèles lointaines marquent une forte augmentation cette année (+75%), tandis que le marché européen de proximité se contracte (-2%). Pour la première fois, la part des marchés hors Europe de proximité atteint 15% (dont 8% pour les marchés lointains).

On assiste notamment à une belle progression des États-Unis (+133%) dans l'hôtellerie. **Les actions engagées pour « ouvrir » la destination payent.**

La progression du secteur marchand combinée à l'augmentation des clientèles étrangères permet à l'Auvergne d'enregistrer **une hausse de 5% des recettes touristiques** (hébergement, transport et loisirs).

Le bilan 2014 laisse envisager une reprise de l'économie touristique et la fin de la période la plus difficile. Toutefois la crise aura opéré des **changements dans les comportements de voyage des clientèles** qui risquent de perdurer : moins loin, moins longtemps, offres spéciales, réductions, hébergements alternatifs ou encore limiter les dépenses une fois sur place. Il faudra en tenir compte en proposant des séjours plus intenses avec moins de routine, plus de personnalisation et plus d'expérience. Après être passé d'une logique « produit » à une stratégie de « service », le tourisme évolue vers la mise en scène d'expériences.



### Chiffres clés à retenir

- 600 700 lits
- 34 millions de nuitées
- 12,5 millions de nuitées marchandes (+17%) > l'Auvergne au 10<sup>ème</sup> rang des régions
- 3,42 millions de nuitées dans les hôtels
- 1,76 million de nuitées dans les campings
- 1,69 million de nuitées dans les hébergements collectifs

Sources : Insee en partenariat avec la DGE et des partenaires territoriaux / enquête EFH / enquête EFHPA, TNS Sofres, MLV Conseil.

## +5% d'intentions de recrutement dans les métiers du tourisme

L'enquête sur les « Besoins en main d'œuvre\* » dénombre 31 476 projets de recrutement en Auvergne contre 29 575 en 2014, soit une progression de 6%.

Les métiers du tourisme concentrent 17% des besoins de la région, soit **5 232 emplois potentiels**. Ces intentions d'embauche concernent principalement les professionnels de l'animation socioculturelle, les serveurs de cafés, de restaurants, les aides, apprentis, employés polyvalents de cuisine et les employés de l'hôtellerie.

**Pour la seconde année consécutive les intentions de recrutement dans le tourisme progressent de 5% en Auvergne.** Les plus fortes progressions sont enregistrées pour les professionnels de l'animation socioculturelle, les chefs cuisiniers et les techniciens des transports et du tourisme.

### Des difficultés de recrutement dans l'hôtellerie-restauration

Les employeurs auvergnats s'attendent à une grande difficulté pour le recrutement des métiers d'agents de maîtrise de l'hôtellerie, management du personnel d'étage, cuisiniers et chefs cuisiniers. Chef cuisinier compte parmi

les 15 métiers, tous secteurs confondus, rassemblant le plus grand nombre de difficultés en France en 2015. Le métier le moins difficile à recruter en Auvergne reste comme en 2014 agent d'accueil et d'information, standardiste. Ces difficultés pressenties sont principalement liées à l'inadéquation du profil ou à la pénurie des candidats, aux conditions de travail difficiles ou encore à un déficit d'image.

### Progression des recrutements saisonniers

72% des projets tourisme de la région sont saisonniers, soit 8 points de plus qu'en 2014. Les plus saisonniers pour 2015 sont les agents d'accueil et d'information, les standardistes et les professionnels de l'animation socioculturelle. 3 métiers saisonniers en 2014 comptent 100% de projets permanents cette année : techniciens des transports et du tourisme, maîtrise de l'hôtellerie, management du personnel d'étage et cadres en hôtellerie et restauration.

\*Résultats de la vague 2015 de l'enquête « Besoins en main-d'œuvre » (BMO), initiative de Pôle emploi, réalisée avec l'ensemble des directions régionales et le concours du CRÉDOC, pour la région Auvergne. L'enquête porte sur l'ensemble des employeurs hors administrations de l'État (Ministères, Police, Justice...) et entreprises publiques (Banque de France...). Cette définition correspond à 33 855 employeurs interrogés cette année. Près de 10 500 établissements ont répondu au questionnaire. Les résultats ont été redressés pour être représentatifs de l'ensemble des employeurs de la région.

## TABLEAU DE BORD

Année 2015	mars	avril	mai
Fréquentation des sites internet (en visiteurs uniques) Évolution 2015/2014	148 265 +21%	134 604 +13%	150 354 +9%
Fréquentation des sites mobiles	41 429	43 312	51 669
Téléchargements des applications	511	836	1 194
Téléchargements ou visualisation de documentations via les sites internet	5 632	6 421	7 867
Ventes Open System via la « place de marché » + marques blanches prestataires + marques blanches territoires Évolution 2015/2014	127 170€ +33%	158 585€ +76%	154 178€ +50%
Nombre de journalistes français et étrangers accueillis	-	15	5
Nombre d'articles recensés (France et étranger)	9	15	7
Contre-valeur publicitaire estimative*	67 200€	874 400€	300 800€

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

## NATTITUDE au 30 juin 2015

Établissements évalués	345	Équivalents lits touristiques	7 132
Établissements intégrés au groupe Nattitude	152	Établissements intégrés à la démarche de progrès	86

1<sup>er</sup> juillet – **Commission des relais territoriaux** – Paris – Réflexion autour de la structuration des relais territoriaux et de la représentativité des Offices de Tourisme en France.

du 1<sup>er</sup> juillet au 31 août – **Opération #MANGEZMOI** – Auvergne Nouveau Monde propose une aventure culinaire unique qui met à l'honneur les produits labellisés d'Auvergne pour les auvergnats et les touristes.  
Plus d'infos sur <http://www.auvergne-nouveau-monde.fr/mangezmoi>

du 1<sup>er</sup> juillet au 31 août – **Open Tour** – La région Auvergne, le CRDTA et la SNCF renouvellent pour la 10<sup>ème</sup> année, leur partenariat et proposent aux 15-25 ans, deux forfaits attractifs pour découvrir l'Auvergne touristique en train.

du 7 au 30 juillet – **Expertise des 49 communes engagées dans la démarche de labellisation « Villes et Villages Fleuris »**.

du 27 au 29 juillet 2015 – **Enquête de conjoncture** – Bilan juillet et perspectives août.

du 24 au 27 août 2015 – **Enquête de conjoncture** – Bilan été, perspectives automne.

du 4 au 6 septembre – **Salon Tour Natur** – Düsseldorf – Salon grand public orienté tourisme vert, tourisme nature, activités outdoor, patrimoine et gastronomie.

du 5 au 8 septembre – **Accueil presse du magazine néerlandais Kampeer & Caravan Kampioen** sur le thème de la route des fromages en vélo électrique.

du 17 au 21 septembre – **Accueil de la blogueuse Melissa Monaco rédactrice de « Mel loves travel »**, le blog belge du voyage au féminin.

24 septembre – **Conseil d'administration Offices de Tourisme de France** à Dijon.

du 25 au 26 septembre – **Congrès national Offices de Tourisme de France** à Dijon.

### L'ACTU • numéro 26

ISSN : 2116-4649  
Directeur de la publication : André CHAPAVEIRE  
Rédacteur en chef : Jean-François JOBERT  
Secrétaire d'édition : Anne ANDRE  
Crédits photo : K.H. Daams / CRDTA / J.Damase / P. Soissons  
Création graphique : Claire MONARD  
Tirage : 700 exemplaires  
Impression : PORÇU, Cournon sur papier Cyclus Print

