



L'ACTU

numéro 13 • mai / juin 2013

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



L'Auvergne à la pointe de l'observation économique touristique : Actiscope[®] Tourisme

Le tourisme est un acteur incontournable dans le développement économique de l'Auvergne. Dans l'optique d'une meilleure analyse de ce secteur, UCCIMAC-MACEO (réseau des Chambres de Commerce et d'Industrie du Massif central) a conçu un nouvel instrument de mesure de l'activité économique touristique à disposition des professionnels : Actiscope[®] Tourisme.

Pour les prestataires, Actiscope[®] Tourisme est avant tout un **outil de gestion et d'analyse de marché** qui permet aux professionnels d'améliorer la performance de leur entreprise. Il offre à chaque prestataire la possibilité de :

- > mesurer ses **résultats** d'activité ;
- > bénéficier d'indicateurs de **performances** de son entreprise ;
- > évaluer l'**évolution** de son activité ;
- > se comparer à ses **concurrents** ;
- > affiner sa **politique** tarifaire.

Pour les partenaires de l'économie touristique, Actiscope[®] Tourisme offre l'opportunité de **disposer pour la première fois en Auvergne de données économiques pour l'ensemble des filières touris-**

tiques marchandes (hébergement, restauration et prestation d'activités). Les territoires ayant développé un large réseau de panélistes pourront alors bénéficier de résultats personnalisés et ainsi se positionner à l'échelle régionale.

Actiscope[®] Tourisme est **facile d'utilisation et totalement gratuit** pour les professionnels qui souhaitent intégrer le dispositif.

Chaque mois, ceux-ci sont invités à se connecter à leur compte Actiscope[®] Tourisme, sécurisé par un login et un mot de passe, afin de saisir anonymement les données de leur activité (**3 à 7 chiffres maximum** selon l'activité). Cet

outil leur permet instantanément de visualiser les éléments de la performance économique de leur entreprise (calcul de ratios économiques et comparatif avec l'année précédente). Les professionnels peuvent également confronter leurs résultats à ceux de plusieurs cibles de référence (niveau de classement, territoire, label/marque...).

Ce service est géré régionalement par la CCI Auvergne avec l'appui des CCI locales. **Le CRDTA a été choisi comme interlocuteur privilégié pour le déploiement de l'outil Actiscope[®] Tourisme** auprès des professionnels du tourisme auvergnat. Cet engagement est intégré dans la convention cadre, signée par les présidents René Souchon et Bernard Schoumacher le 14 Mars 2013. A ce titre, le déploiement d'Actiscope[®] Tourisme est une priorité du plan d'actions observation 2013 du CRDTA. **L'ambition du CRDTA et de la CCI Auvergne est d'ouvrir l'accès à cet outil à 100% des prestataires.**

Actiscope[®] Tourisme, un outil pour doper sa performance économique

« Avec Actiscope[®] Tourisme, la CCI Puy-de-Dôme a pu accompagner un groupe d'établissements hôteliers indépendants dans l'analyse de la performance économique de leur structure. Actiscope[®] Tourisme permet l'observation de ratios économiques clés comme le taux d'occupation (TO), le revenu moyen par chambre disponible (REVPAR) ou le prix moyen chambre (PMC).

Ainsi, la CCI a constaté que la politique tarifaire était inadaptée, pour la majorité de ces hôtels. Ils étaient trop chers lorsque l'établissement était inoccupé et pas assez lorsqu'il était complet. L'introduction d'une politique tarifaire différenciée suivant les saisons a ainsi permis de doper la fréquentation de ces établissements et de retrouver un niveau de REVPAR plus satisfaisant.

« Finalement, Actiscope[®] Tourisme s'avère également être un outil permettant de « vendre au bon prix » ! »

Michel Boulais
Conseiller Tourisme -
CCI Puy-de-Dôme

NOUVEAUX CAHIERS D'IDÉES POUR LES HÉBERGEURS

Quatre nouveaux cahiers d'idées permettront à tous les hébergeurs qui font le choix d'un positionnement marketing sur une clientèle dite « cœur de cible », **d'adapter les aménagements et les services de leur hébergement** à leurs attentes spécifiques. **Les filières concernées** : pleine nature, patrimoine et art de vivre, bien-être, moto. Un **cinquième cahier d'idées** sera mis à disposition des hébergements qui souhaitent qualifier leur offre pour l'accueil des clientèles familiales. Ces cahiers d'idées sont autant d'outils supplémentaires mis à disposition des hébergeurs pour **augmenter le degré de satisfaction de leurs clientèles** et donc, **d'accroître le taux de fidélisation**.

PREMIÈRE JOURNÉE TECHNIQUE DES OLT

50 participants ont échangé le 3 avril dernier sur les **services qu'un Office de tourisme doit apporter aux prestataires et à la population locale** : des prestataires qui s'éloignent souvent de leur office lorsque les services proposés ne leur apportent pas de vraie plus-value. Il faut donc trouver les moyens d'y remédier et inventer de nouvelles relations entre ces différents acteurs de l'économie locale. Plusieurs pistes ont été présentées : Nationale, au travers de la démarche « Metteurs en scène de territoire » portée par Offices de Tourisme de France ; Régionale, avec une présentation des outils Actiscope, Open System, et de la formation Animateur Numérique de Territoire ; Locale, en donnant la parole aux Offices de tourisme pour partager leurs expériences (« ambassadeurs de territoire » / OT Riom-Limagne, « accompagnement des prestataires » / OT des Gorges de l'Allier, « diagnostic numérique » / OT de la Châtaigneraie cantalienne...)

Open System : la « place de marché » régionale en constante progression avec 3200 hébergements offrant la réservation en ligne et plus de 16% d'augmentation du chiffre d'affaires en 2012.

A ce jour, plus de **3000 offres** d'hébergements remontent sur « la place de marché » régionale. **Quinze offices ou agences locales de tourisme** possèdent leur propre marque blanche territoriale. Sept nouveaux organismes locaux du tourisme (OLT) seront équipés d'ici la fin de l'année. Un déploiement **renforcé et collaboratif** avec tous les acteurs du tourisme s'est mis en place. Le CRDTA et les départements accompagnent les OLT et les prestataires touristiques afin qu'ils s'approprient l'outil.

L'Open System en 2013 : cinq objectifs à atteindre.

- **Équiper un maximum de prestataires touristiques à un**

outil de réservation en ligne. L'offre « diffuse » (non reliée à une marque) représente seulement 3 % de l'offre présente sur la « place de marché ». Les outils spécifiques métiers « open pro meublés, campings et chambres d'hôtes » proposent une solution simple et facile d'utilisation de gestion de réservation en ligne pour les prestataires touristiques auvergnats.

- **Augmenter la visibilité** de l'offre touristique régionale en multipliant les marques blanches territoriales.

- **Élargir la « place de marché » sur les sites internet en langues étrangères du CRDTA,**

afin de proposer la réservation en ligne aux internautes étrangers.

- **Dynamiser les ventes,** avec les outils mis à disposition, tels que les widgets de promotion, « marketer » l'offre avec des thématiques en adéquation avec les filières du plan marketing du CRDTA.

- **Animer le réseau des partenaires actifs,** les former aux nouveaux outils, les accompagner au bon déploiement de l'Open System sur le territoire.

La « place de marché » devrait ainsi contribuer à un déploiement significatif de la commercialisation de l'Auvergne au niveau national et international.

Focus sur la Belgique

Avec **11 millions d'habitants,** la Belgique constitue un marché très important pour la France et l'Auvergne.

Malgré un contexte économique difficile, les Belges ne renoncent pas à leurs vacances et privilégient d'autant plus la France, qui reste toujours LA destination par excellence pour les longs séjours et la première destination étrangère en courts séjours. Côté hébergement, les Belges ont une préférence pour l'hôtellerie puis l'hôtellerie de plein air, particulièrement sur le haut de gamme. Quant aux chambres d'hôtes et gîtes, ils attirent particulièrement des couples et des familles en quête de rencontres avec l'habitant pour les uns, et de complète autonomie pour les autres.

Avec 13% des nuitées étrangères, le marché belge occupe la 2^e place de la fréquentation étrangère en Auvergne. Il constitue donc un marché prioritaire pour lequel la promotion se fait à travers différentes actions réalisées par le CRDTA auprès du grand public, de la presse et des professionnels.

Zoom sur les actions menées en Belgique

Promotion de la destination :

- Reportage audiovisuel sur la RTBF (chaîne publique wallonne),
- Promotion à l'occasion de l'ouverture de la ligne RYANAIR Charleroi / Clermont-Ferrand,
- Accueils presse groupes et individuels,
- Référencement de l'offre auprès des prescripteurs et partenariats,
- Éductours prescripteurs,

- Mailing auprès des prescripteurs «moto».

Promotion de la filière pleine nature :

- Participation au Salon Rando Aventure à Tournai, 1^{er} salon franco-belge de la randonnée,
- Publi-rédactionnel dans le magazine « Mon sport ».

Promotion de la filière neige :

- Communication « vacances à la neige » auprès des Belges francophones : opération en partenariat avec VVF Villages.

Promotion de la filière patrimoine et art de vivre :

- Campagne en ligne sur la thématique « Gastronomie et art de vivre » : mini-site dédié, campagne de webvertising et promotion sur le site weekend-france.be.

RENDEZ-VOUS EN FRANCE 2013

Le CRDTA accompagné d'une dizaine de prestataires touristiques (hôtels, sites de visite, agences réceptives, offices de tourisme) n'a pas manqué ce rendez-vous professionnel incontournable fin mars à Toulouse, où près de **800 voyageurs et prescripteurs venus du monde entier** ont découvert et acheté des produits et destinations touristiques françaises. Le CRDTA a enregistré un nombre de contacts record, témoignant de l'intérêt croissant des prescripteurs de voyages français

et surtout étrangers pour la destination. Une hausse de participation de nouveaux exposants auvergnats cette année, est liée à la prise de conscience de la nécessité de travailler d'avantage les marchés étrangers et la tenue en 2014 de la 9^{ème} édition de ce salon professionnel à Clermont-Ferrand. Rendez-vous en France constituera une opportunité unique de faire découvrir les atouts touristiques de l'Auvergne aux nombreux Tour-opérateurs présents avec pour objectif de déclencher la programmation de

circuits touristiques : une aubaine pour l'hôtellerie clermontoise, dont les efforts significatifs en termes de rénovation ont été salués par Atout France lors de la visite d'étude de la candidature. Le CRDTA a déjà débuté un travail de sensibilisation auprès des hôteliers clermontois afin qu'ils contribuent au succès de la manifestation. De nombreux éductours seront organisés dans chaque département, en partenariat avec les Comités Départementaux du Tourisme et les organismes locaux de tourisme (ALT/OTSI).

UN NOUVEAU DISPOSITIF POUR CONNAÎTRE NOS CLIENTÈLES

Connaître ses clients est indispensable pour construire sa stratégie marketing. Apprécier leur niveau de satisfaction permet d'optimiser leur fidélisation et leur conquête. Il est primordial aussi d'être attentif à leurs comportements. Pour aider les prestataires de tourisme et de loisirs auvergnats à explorer les attentes de leurs consommateurs, le CRDTA développe un nouveau dispositif d'enquête de satisfaction en ligne. Un lien internet et un flash code seront diffusés aux touristes, excursionnistes et locaux au moyen de flyers, affiches...

L'AGENCE FRANÇAISE POUR LES INVESTISSEMENTS INTERNATIONAUX EN AUVERGNE (AFII)

Le CRDTA et l'ARDE, l'Agence Régionale de Développement Économique, ont accueilli 10 chargés d'affaires de l'AFII venus du monde entier afin de leur montrer les atouts économiques de la région. Avant de découvrir les richesses touristiques et culturelles régionales (Commission du Film d'Auvergne, L'Aventure Michelin, l'Hôtel de Paris à Moulins et le Centre National du Costume de Scène), une visite d'entreprise à capitaux étrangers a mis en évidence la qualité de l'accompagnement fourni par les institutions locales. L'objectif était de sensibiliser l'AFII à l'attractivité de l'Auvergne afin qu'elle sollicite la Région pour tout projet d'implantation en France et qu'elle la présente au mieux aux investisseurs étrangers.



DEUX NOUVELLES LIGNES AÉRIENNES POUR L'Auvergne

Depuis le 2 avril et jusqu'à fin octobre 2013, la compagnie **Ryanair** relie désormais la **Belgique** (Charleroi) et le **Portugal** (Porto) à l'Auvergne, au rythme de **plusieurs liaisons hebdomadaires**. Dans le cadre de la **promotion de ces nouvelles lignes**, le CRDTA réalise plusieurs actions auprès du **grand public**, de la **presse** et des **prescripteurs**.

En Belgique : L'Auvergne s'affiche à l'aéroport de Bruxelles - Charleroi du 1^{er} mars au 30 juin 2013 sous le slogan « Évadez-vous en Auvergne », ainsi que sur les trams et bus de Bruxelles et d'Anvers du 12 au 25 mars 2013. La promotion de la ligne est aussi réalisée sur les sites internet : www.auvergne-tourisme.be

et www.auvergne-toerisme.be ; une campagne s'est déroulée en avril auprès de la presse et des prescripteurs (tour-opérateurs, agences) avec pour objectif final de les accueillir en Auvergne.

Au Portugal : Tour-opérateurs et agences de voyages ont découvert les attraits touristiques de l'Auvergne lors du workshop professionnel, organisé par Atout France à Porto, le 14 février dernier. Des partenariats et échanges se mettent en place via la Mission des Relations internationales de la ville de Clermont-Ferrand. Enfin, sur ces deux marchés, des opérations de promotion de la ligne sont effectuées à travers des actions web et presse.

Au printemps, l'Auvergne s'affiche et renforce ses campagnes de promotion

Objectifs : coordonner le lancement d'opérations de communication spécifiques à chaque filière pour créer un temps fort de prise de parole, mutualiser les supports de communication et ainsi mieux promouvoir la région.

Quatre filières concernées :

« **Pleine nature** » : le CRDTA et les 12 partenaires de la filière mobilisent les professionnels des activités de pleine nature autour des week-ends « **Auvergne Outdoor** ». Du 27 avril au 7 juin, huit rendez-vous outdoor s'enchaînent, avec la possibilité de pratiquer de nouvelles activités à des tarifs promotionnels.

« **Ferme** » : sous l'impulsion des réseaux « Bienvenue à la Ferme » et « Accueil Paysan », de nombreuses fermes **ouvrent leurs portes** tout au long du



printemps autour d'événements pour faire découvrir leurs activités et produits.

« **Patrimoine et art de vivre** » : 5^{ème} édition des **journées des châteaux d'Auvergne** du 27 avril au 5 mai, organisée par la Route historique des châteaux d'Auvergne et **exposition photographique** en mai de la

Route des villes d'eaux du Massif Central.

« **Moto** » : lancement en mai d'une nouvelle boucle au cœur du Puy-de-Dôme.

Tous ces événements s'accompagnent d'un **plan média** conséquent sur des **supports spécifiques** à chaque filière : campagne radio, sites internet dédiés (auvergne-outdoor.fr ; auvergne-moto.fr), insertions publicitaires dans des magazines ciblés (Belles Régions, Femme Actuelle, Prima, En Auvergne...)... mais également sur des

supports communs pour créer une répétition de prise de parole, tout en montrant la diversité de l'offre touristique auvergnate : relais sur la page Facebook et la newsletter du CRDTA, campagne de bannières sur balado.fr, mailings sur plusieurs bases de données famille...

L'ANIMATION RÉGIONALE DU RÉSEAU DES OFFICES DE TOURISME SE CONCRÉTISE

Afin d'établir un diagnostic national précis de l'évolution et du rôle des OTSI pour mieux les accompagner, **Jean Burtin, Président d'Offices de Tourisme de France a fait étape à Clermont-Ferrand** le 13 mars et a pu rencontrer les présidents et techniciens des relais et les directeurs d'OT sur le thème des services attendus d'un relais territorial. Dans le cadre du **nouveau classement**, le CRDTA organise des **journées d'information et d'accompagnements** des OTSI en situation de renouvellement de classement :

- Une journée d'information a réuni, le 27 mars dernier, 25 OTSI. Les 40 personnes présentes ont pu mieux comprendre le contexte de ce nouveau clas-

sement et mieux cerner chaque critère. L'intervention de Romain Le Pemp, en charge de ce dossier au sein d'Offices de Tourisme de France, a été à cet égard très bénéfique.

- 15 OTSI seront accompagnés dans le montage de leur dossier de classement
- 6 OTSI bénéficieront de deux journées supplémentaires pour prétendre à la marque Qualité Tourisme ;
- 6 OTSI seront aussi accompagnés sur la démarche qualité durant quatre jours.

Ces accompagnements ont été possibles grâce au soutien financier d'AGEFOS PME Auvergne à hauteur de 43 000 €.

75% des professionnels du tourisme des périmètres à neige satisfaits de la saison hiver 2012-2013.

Le chiffre d'affaires est aussi estimé stable ou en hausse par rapport à l'an passé chez 70% des professionnels, grâce au **bon niveau d'enneigement** et à une **politique tarifaire adaptée**. Les **remontées mécaniques** des stations de Besse-Super-Besse, du Mont-Dore et du Lioran sont en passe de **dépasser la saison d'exception 2008-2009** en se situant autour des **18 millions d'euros** de chiffre d'affaires au total. Celui des **domaines nordiques** devrait avoisiner les **500 000€**, un montant largement supérieur aux résultats des deux dernières années, sans toutefois atteindre un record.

Le début de saison a été marqué par une bonne performance des **vacances de Noël** qui affichent un **taux de satisfaction de 76%**. Sur cette période, les meilleurs taux de satisfaction sont affichés par les **hébergements collectifs** (87%) et les locations de **meublés et gîtes** (83%) qui ont affiché complet

un à deux jours de plus que la moyenne. La **prime «qualité»** est particulièrement marquée pour les vacances de Noël avec un **taux de satisfaction de 80%** pour les établissements Nattitude. Les performances du haut de gamme s'améliorent encore. Quant à l'entrée de gamme, il tire son épingle du jeu spécialement avec les clientèles des vacances d'hiver. L'image de **L'Auvergne** en tant que **destination hiver** se concrétise pour **plus de la moitié des professionnels interrogés**.

Les touristes pratiquent des **activités neige** telles que les raquettes, la luge, les chiens de traîneau (76%) **avant les activités de glisse** (52%) en particulier le ski alpin. Les activités de détente / loisirs (49%) et culturelles (7%) viennent compléter leurs séjours. La clientèle est quasi **exclusivement française**. 9 professionnels auvergnats sur 10 accueillent moins de 5% de clients étrangers. Les clientèles de Bretagne, Île-de-France et Pays de la Loire représentent la moitié de la fréquentation, celles des **régions de proximité** : Centre, Rhône-Alpes et Auvergne **un tiers**.

Sources : Enquête d'opinion réalisée par e-mailing du 18 au 22 mars 2013 auprès des acteurs touristiques situés dans les périmètres à neige auvergnats (414 répondants : 317 hébergeurs, 58 restaurateurs, 39 prestataires de loisirs). Montagnes Massif Central, Remontées mécaniques de Besse-SuperBesse, du Mont-Dore et du Lioran.

TABLEAU DE BORD

Année 2013	janvier	février	mars
Fréquentation des sites internet (en visiteurs uniques) Évolution / 2012	108 078 +26%	104 494 +41%	84 705 -8%
Téléchargements de documentations via les sites internet Évolution / 2012	3 220 +14%	3 485 +1%	3 506 -13%
Nombre d'appels téléphoniques (call center) Évolution / 2012	676 -36%	690 -33%	779 -20%
Nombre d'articles recensés (France et étranger)	13	5	15
Contre-valeur publicitaire estimative*	72 187€	9 918€	4 465€

*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 des 11 mars et 15 avril 2013)

Aménagement	943 493€	Aides au fonctionnement*	10 000€
Hébergement (dont agritourisme)	11 251€	Aides aux études, audits et expertises	25 474€

*ALT, associations régionales, manifestations touristiques, aide à l'emploi

14 mai - Londres - **French Press Awards** - Organisée par Atout France, cette cérémonie récompense les auteurs des meilleurs articles parus dans le cadre de la campagne France 2012.

15 mai - Saint-Angel (63) - **Journée technique Nattitude** « Reconnaissance et utilisation des plantes dans la cuisine ».

du 17 au 19 mai - **Accueil presse « L'Humanité Dimanche »** sur le thème de la gastronomie du Forez.

du 17 au 20 mai - **Accueil presse « Motosport Suisse »** - un journaliste du magazine dédié à la moto accompagnera un groupe de motards suisses en Haute-Loire et dans le Cantal.

22 mai - **Réunion du jury régional du concours Villes et Villages Fleuris** (préparation de la campagne d'évaluations 2013).

du 24 au 27 mai - **Accueil TO et autocaristes belges et luxembourgeois** sur le thème du patrimoine, de la gastronomie et du terroir.

28 mai - Paris - **Colloque FNCR** au Sénat.

du 4 au 8 juin - **Éductour Tour-opérateurs néerlandais** sur le thème « insolite haut de gamme en Auvergne ».

7 juin - **Palmarès national du label Pavillon Bleu**.

du 7 au 10 juin - **Accueil presse groupe Grande-Bretagne** sur le thème « Les gourmandises d'Auvergne en Haute-Loire ».

jusqu'au 9 juin - **« Auvergne Outdoor »** - mobilisation des professionnels de la pleine nature autour de huit rendez-vous « outdoor ».

du 10 au 15 juin - **Accueil presse RTBF** - pour le tournage de l'émission « En voyage », sur le thème de l'eau en Auvergne.

mi-juin - **Journée technique Nattitude** sur la thématique de la Biodiversité.

17 juin - **Parution du Carnet du Développement** « bilan touristique de l'année 2012 ».

du 25 au 26 juin - Paris - **Journées partenariales Atout France** - deux journées pour travailler les plans d'actions 2014 avec les 36 bureaux d'Atout France.

26 juin - **Lancement du dispositif mobile régional et présentation du Cahier de l'Ingénierie «M-Tourisme»**.

26 juin - **Journée technique des Offices de tourisme sur l'accueil numérique dans les OTSI et présentation du Cahier de l'Ingénierie « Radioscopie des Offices de Tourisme d'Auvergne »**.

fin juin - **Journée technique** « Aller plus loin dans la qualification d'un site de baignade ».

L'ACTU • numéro 13

ISSN : 2116-4649

Directeur de la publication : André CHAPAVEIRE

Rédacteur en chef : Jean-François JOBERT

Secrétaire d'édition : Anne ANDRE

Crédits photo : CRDTA, J.Damase, UCCIMAC/

MACEO, Phovoir

Création graphique : Claire MONARD

Tirage : 650 exemplaires

Impression : PORÇU, Cournon

sur papier Cyclus Print

