



PLAN D'ACTION

OFFICE DE TOURISME DU PAYS D'AURILLAC

2023

Franck REY

Directeur

directeur@iaurillac.com

04 71 48 46 97

06 07 56 08 98

Catherine VIPREY

Responsable accueil / Régisseuse

Conseillère en séjour

c.viprey@iaurillac.com

04 71 48 46 58

Sandrine SERRE

Secrétaire comptable - RH

Taxe de séjour

Commercialisation groupe

secretariat@iaurillac.com

04 71 48 46 95

Emilie CASSAN

Conseillère en séjour / Guide

Responsable de l'édition "Hébergements & restauration" / Référente "Qualité"

e.cassan@iaurillac.com

04 71 48 46 58

Isabelle PIC

Conseillère en séjour

Responsable du "Guide d'Accueil"

Référente statistiques

i.pic@iaurillac.com

04 71 48 46 24

Sarah LAVAL

Chargée de projet E-Tourisme - Communication

Référente numérique

Guide-conférencière

sa.laval@iaurillac.com

04 71 48 43 45

L'ÉQUIPE PERMANENTE





FONCTIONNEMENT DE L'OFFICE DE TOURISME

GESTION DES COÛTS DE FONCTIONNEMENT

Frais généraux des locaux, assurances, entretien, cotisations, fournitures, frais de déplacement et de réception, frais téléphoniques.

PERSONNEL : MASSE SALARIALE ET FORMATION PROFESSIONNELLE

La masse salariale sera révisée après la saison estivale pour correspondre à des critères d'ancienneté et de missions réalisées pour l'Office.

Un plan de formation professionnelle a été établi pour avoir une équipe qualifiée dans chaque domaine de compétence.



POINTS D'ACCUEIL

AURILLAC

Ce point d'information accueille chaque année plus de 30 000 visiteurs (touristes et locaux) pour des renseignements ou la distribution de documentation - du lundi au samedi, toute l'année et sept jours sur sept en période estivale.

Pour se faire, trois membres de l'équipe permanente se relaient pour répondre à la demande. Des renforts saisonniers sont nécessaires en juillet et août (deux ou trois personnes sur une base de 35h / semaine).

Afin d'être plus visible et attirant, une rénovation de la vitrine extérieure et l'ajout d'une enseigne seront réalisés avant la saison estivale, en tenant compte de la nouvelle charte graphique et en anticipant le futur déménagement (notamment pour l'enseigne).

Enfin, l'Office restera en veille sur l'avancement du Projet Européen.

POINT D'INFO DU PUECH DES OUILHES

Un chalet est installé chaque année à proximité de la plage du Puech des Ouilhes, sur la commune de Lacapelle-Viescamp.

Un renfort saisonnier sera recruté pour renseigner les touristes et donner de la documentation touristique.

Pour la saison 2023, l'antenne sera ouverte du 09 juillet au 26 août, de 13h à 19h, du mercredi au dimanche, soit 30h.

Cette année, une participation sur le pot d'accueil du camping de la presqu'île pourrait être mise en place, ainsi que sur le marché nocturne.

POINT D'INFO DE MANDAILLES-SAINT-JULIEN

Comme depuis plusieurs années, l'Office mutualise - avec le Grand site du Puy Mary - l'embauche d'une personne sur 35h / semaine afin de promouvoir l'offre touristique de notre territoire et la pratique de la randonnée.

Le recrutement est réalisé par le Grand Site du Puy Mary mais la formation de l'employé est assurée par l'équipe de l'Office de Tourisme, dans l'objectif d'utiliser des outils identiques pour réaliser des statistiques de fréquentation.

Pour l'ensemble des points d'information, le recrutement est assuré par le directeur. La formation sera assurée la semaine du 03 au 07 juillet 2023 pour l'ensemble des renforts saisonniers (y compris ceux du Rocher de Carlat).



RECLASSEMENT ET QUALITÉ

RECLASSEMENT

En 2024, l'Office de Tourisme du Pays d'Aurillac devra renouveler son classement. Depuis 2019, la classification des OT est soit de "niveau 1" (2 langues parlées = label Qualité), soit de "niveau 2" (anglais uniquement).

Une préparation de cette classification sera menée dès le printemps afin d'avoir un dossier complet et mettre en place les éléments déterminants.

LABEL QUALITÉ TOURISME

L'objectif est de prétendre à l'obtention de la marque *Label Qualité Tourisme*. En parallèle de la reclassification, l'Office travaillera sur l'audit de cette marque. Le directeur et Emilie Cassan auront la charge de ce dossier.

Même si les classements et la marque Qualité n'ont que peu d'importance dans la fréquentation et les actions de l'OT, ils sont déterminants dans leur rôle fédérateur de tous les acteurs du tourisme de notre territoire.



LES PARTENAIRES

Après deux années difficiles en raison de l'épidémie, en 2023, l'Office de Tourisme mettra au cœur de son action ses partenaires et aura pour mission d'augmenter leur nombre.

EDUCTOUR ET ATELIERS

En 2023, le retour de l'Eductour est programmé pour le début du mois de juin. La matinée sera consacrée à un échange autour du rôle des missions au sein de la structure. Un déjeuner sera pris en commun avant de mettre en avant les prestations/visites de l'OT (viel Aurillac, Street Art, Piganiol). Le programme est à affiner dans les prochains mois.

L'Office de Tourisme proposera également des ateliers à l'attention des professionnels du tourisme sur différents sujets (communication digitale, RSE, taxe de séjour, Open System...).

COMMUNICATION

Les partenaires seront au cœur de la communication, avec notamment une nouvelle rubrique "Expérience", un storytelling pour faire découvrir des activités ou événements du territoire.

En fonction de la saison, des offres seront relayées via les supports digitaux de l'Office.

RENCONTRES

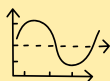
Toute l'équipe de l'Office partira à la rencontre des partenaires tout au long de l'année pour échanger et connaître leurs produits ou services. Cela est indispensable pour assurer la promotion.

QUESTIONNAIRE DE FIN DE SAISON

Afin d'obtenir une tendance de la saison estivale, un questionnaire sera réalisé par notre équipe et soumis aux partenaires courant du mois d'octobre. Celui-ci aura pour objet : la fréquentation, la satisfaction, les relations avec l'Office...

NEWSLETTER

Une newsletter trimestrielle sera adressée aux partenaires afin de présenter l'actualité et les missions de l'Office de Tourisme. Le programme d'animations hebdomadaire sera disponible sur notre site internet ainsi qu'à l'OT.



OBSERVATION DE LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

POINTS D'INFORMATION

Sur l'ensemble de nos trois points d'information, la fréquentation sera insérée et qualifiée dans notre outil GRC AVIZI. L'objectif est de réaliser des fichiers thématiques avec la raison de la venue du touriste (événement, activité, documentation...) pour pouvoir les utiliser sur la mise en avant de produits touristiques.

À Aurillac, une tablette équipée d'un widget AVIZI permettra de récupérer l'adresse email des visiteurs.

ENQUÊTES DE NOS PARTENAIRES

Comme précisé précédemment, une relation plus étroite avec les partenaires permettra d'avoir une tendance de la fréquentation.

FLUX VISION

En partenariat avec le Club Tourisme Cantal, l'Office de Tourisme a souscrit à l'outil d'observation "Flux Vision" qui permet - via géolocalisation et le bornage des mobiles - d'étudier la présence des flux de personnes sur le territoire. Ce dispositif sera utilisé sur les grands événements et en complément de nos statistiques annuelles.

Pour le Festival Eclat, comme l'an passé, une étude particulière sera commandée afin de pouvoir comparer deux années.

TAXE DE SÉJOUR

En progression en 2022, son chiffre est une donnée essentielle de la fréquentation touristique de notre territoire.

Son montant représente plus de la moitié de nos recettes, nous devons donc être vigilant sur sa collecte.

Un outil "Liwango" permet de contrôler l'activité réalisée par les plateformes. L'Office devra s'en munir.



COMMUNICATION

Indispensable dans la mission de promotion du territoire, la communication sera renforcée, notamment sous forme digitale.

Un plan de communication sera en complément de ce plan d'action.

CHARTRE GRAPHIQUE

L'Office de Tourisme lancera une consultation pour réaliser une identité visuelle. Un logo, un slogan, des couleurs, une typographie, auront pour objectifs de démarquer l'Office dans sa communication et sur l'ensemble de ses supports.

La vitrine et l'enseigne seront revues en fonction de cette charte.

Plusieurs réunions de travail permettront de définir les "marqueurs" du territoire avant de passer la commande.

L'objectif est de lancer le logo et l'utilisation de cette identité pour la saison estivale 2023.

SITE INTERNET

Vitrine de l'Office avec près de 100 000 visiteurs par an, le site internet doit être mis à jour régulièrement. Son contenu sera amélioré avec notamment les rubriques "Événements" et "Expériences". Une réflexion sur sa refonte pour 2024 sera menée.

APIDAE reste le moteur de notre site internet. La qualité de saisie des fiches et leur pertinence permettront un meilleur référencement naturel du site.

RÉSEAUX SOCIAUX

L'Office de Tourisme possède une page Facebook et un compte Instagram. Le compte Twitter sera supprimé ou mis en veille. L'ouverture d'un compte TikTok sera à l'étude. L'ensemble de ces outils permettra de couvrir les différents publics.

Des stories, des lives/directs seront organisés régulièrement en juillet et août.

Les partenaires seront au cœur de la ligne éditoriale de cette communication au travers de portraits, d'événements, de présentations d'activités.

CONFÉRENCE DE PRESSE

Une conférence de presse se déroulera avant la saison d'été pour présenter les services proposés par l'Office, qui souhaite l'organiser au cours de l'Eductour et l'associer à la présentation du nouveau logo.

BROCHURES / PLANS / FLYERS

En 2023, l'Office de Tourisme sortira ses outils traditionnels de promotion : Guide d'Accueil, Guide des Hébergements, Restauration et Bars ainsi que le Plan de la ville d'Aurillac.

Pour 2024, les documents seront revus notamment avec la nouvelle charte graphique mais aussi dans leur format ou parution.

Un flyer sur les prestations proposées l'été sera réalisé.

SUPPORTS DE COMMUNICATION

Un équipement visuel devra être acheté pour marquer la présence de l'Office à chaque fois qu'elle interviendra sur le territoire (bannière, flamme, kakemono...).

L'ensemble de l'équipe portera une tenue identique sur la saison estivale (teeshirt, polo, gilet).

NEWSLETTER

Une newsletter trimestrielle sera en direction des partenaires. L'Office pourra aussi réaliser des newsletters thématiques afin de mettre en avant des produits ou activités du territoire à destination de notre base de données AVIZI.

APPLICATION "RANDO ATOUR D'AURILLAC"

Afin de dynamiser l'application de randonnée de notre territoire, un volet *gaming* et *géocaching* est en cours de construction.

Le flyer sera revisité en lien avec le service communication de la CABA.

Le document de visite du centre historique d'Aurillac à destination des enfants sera remplacé.

Les sentiers pédestres de l'application seront mis à la disposition des mairies au format PDF, ceci permettra de couvrir les zones blanches ou de répondre à une demande des randonneurs non connectés.



PROMOTION DU TERRITOIRE

PARTICIPATION AU FONDS COMMUN DE PROMOTION CANTAL DESTINATION

Avec le recul d'Auvergne Destination, l'Office de Tourisme participera à un plan d'action commun avec les différents acteurs du département. Une réunion est prévue fin avril.

PARTICIPATION AU CLUB TOURISME CANTAL

Depuis le début de l'année, l'Office participe au Club Tourisme Cantal qui rassemble les OT, le CDT et le service tourisme du département. Un plan d'action a été établi avec notamment les opérations suivantes : photothèques, formation du personnel, mutualisation de logiciels.

BOURSE DÉPARTEMENTALE

L'Office mettra en avant son territoire au travers de brochures, à l'occasion de la bourse aux documents, début mai. Elle facilitera la distribution de supports à ses partenaires.

BROCHURES ET PLANS

Au travers de ses traditionnels supports (Guide d'Accueil : 12 000 ; Guide Hébergements & restauration : 10 000 ; plan d'Aurillac : 15 000), l'Office de Tourisme assure la promotion du territoire et de ses acteurs touristiques.

En 2023, l'Office sera partenaire de la nouvelle carte du lac de Saint-Etienne Cantalès et s'associera au service communication de la CABA pour la parution de l'Agglo-Mag estival.

PRÉSENTER LE TERRITOIRE AUX NOUVEAUX ARRIVANTS

L'Office participera à l'accueil de nouveaux arrivants sur le territoire et le département pour présenter ses partenaires. Cette mission pourra aussi s'effectuer auprès des étudiants à la rentrée de septembre.

PRÉSENCE

L'Office organisera et/ou participera à des "pots d'accueil" (hébergeurs par exemple), des salons, des marchés ou des événements, pour faire la promotion du territoire.



COMMERCIALISATION

L'Office de Tourisme a un rôle commercial. Il doit vendre des prestations et faire fonctionner sa boutique mais également être apporteur d'affaires pour les professionnels du tourisme.

ROCHER DE CARLAT

L'Office a la gestion déléguée de l'exploitation du site touristique du Rocher de Carlat. Le recrutement de deux renforts saisonniers permettra une ouverture sur la saison estivale du mercredi au dimanche. Les horaires ont été revus afin d'essayer d'améliorer la fréquentation. Dans le même esprit, un programme d'animations sera coconstruit avec différents acteurs (service tourisme et service communication de la CABA, association de Carlat, mairie...). La communication et ses supports seront de fait, revisités.

La visite de Carlat devra être intégrée dans des projets "packages individuels ou groupes"

Un après-midi portes ouvertes en juin devra sensibiliser les hébergeurs pour en faire des prescripteurs.

LA PÉLERINE

Le produit itinérant de randonnée sera reconduit avec une étape aurillacoise au début du parcours. Le produit ira d'Aurillac à Mandailles-Saint-Julien, en 7 jours et 6 nuits.

VISITES DE L'OFFICE

L'Office propose deux visites d'Aurillac durant l'année : la Visite du Viel Aurillac et l'Aurillac Secret.

Pour la saison estivale, uniquement deux visites seront proposées chaque semaine, les mardis et vendredis, de 10h à 12h, en y ajoutant une dégustation de produits locaux à l'arrivée.

Plusieurs visites seront à l'étude toute l'année 2023 (seul ou avec des partenaires). L'Office souhaite mettre en place une visite "terroir" dès l'été, avec notamment des visites de producteurs de fromage.

BOUTIQUE DE L'OFFICE

La boutique propose des goodies et des brochures de randonnée. La nouvelle charte graphique et la formation du personnel devrait permettre de proposer de nouveaux produits pour 2024 et de dynamiser son résultat financier.

BILLETTERIE

L'Office propose un service billetterie avec plusieurs partenaires. Des conventions avec l'Association Eclat, la Maison Piganiol, la Fédération de Pêche, le CPIE et l'Association 10e Art (Street-Art) seront reconduites.

Les associations du territoire pourront confier leur billetterie à l'Office avec une commission de 15%.

PACKAGE À LA JOURNÉE

Une réflexion sera menée pour élaborer des produits touristiques à la journée, incluant différentes options et thèmes (activités, visites, restauration, transports).

PACKAGE SÉJOUR

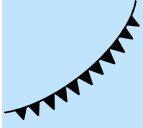
L'Office travaillera à la réalisation de plusieurs packages thématiques sur des durées maximales de 3 jours / 2 nuits. Il mettra en synergie les acteurs mais travaillera aussi sur la distribution du produit, notamment en identifiant des tours opérateurs (TO) spécialisés.

SÉJOUR GROUPES

L'Office continuera de réaliser des séjours groupes sur mesure, à la demande. Il pourra aussi centraliser des réservations d'activités, de prestations, d'hébergements, sur demande.

LES CAMPINGS COMMUNAUTAIRES

L'Office participera à la promotion et à la commercialisation des campings communautaires.



ÉVÉNEMENTIEL

L'Office de Tourisme jouera un rôle majeur dans la communication autour des événements sur ses différents supports.

CONCOURS DES GOUDOTS GOURMANDS

L'édition 2023 des Goudots Gourmands mettra en avant le concours organisé par l'Office de Tourisme. Comme chaque année, l'Office et l'équipe de bénévoles prépareront ensemble cet événement devenu incontournable sur le territoire.

La vigilance sur le gaspillage et le tri des déchets sera mis en place. Afin de déterminer la fréquentation de ce rendez-vous, l'Office étudiera en interne, les flux de population.

FESTIVAL ECLAT

C'est l'événement phare de l'année dans le département. Comme chaque année, l'Office de Tourisme sera mobilisée via la billetterie, la boutique et l'accueil des festivaliers.

Comme l'an passé, une étude Flux Vision sera commandée. En complément, l'Office questionnera ses partenaires sur les retombées de cette manifestation, via le questionnaire post-saison.

ÉVÉNEMENTS DU TERRITOIRE

L'Office relayera l'ensemble des manifestations de la CABA via son agenda en ligne ou la rubrique "Actualités" de son site internet. Un programme d'animations sera réalisé sur les vacances. Chaque événement fera l'objet de la création d'une fiche APIDAE.

Les manifestations les plus importantes seront mises en avant sur les différents supports. Des *lives* ou reportages seront réalisés pour certaines.