

PLAN D'ACTION 2009

www.cantal tourisme.fr

UNE
PAUSE
DÉVELOPPEMENT
DURABLE OFFERTE PAR
LA RÉGION AUVERGNATE
PAR LE DÉPT. QUI FÊTE SES 150
ANS ET L'ENTREPRISE
CANTALIENNE FLORI-
NAND À AURILLAC.



Activité économique à part entière, le tourisme génère des retombées substantielles.

Dans le Cantal, le tourisme est un véritable pilier de développement, créateur d'emplois. Le plan d'action départemental 2009/2011 du Conseil Général

en fait, à juste titre une mission prioritaire.

Valoriser ce potentiel, c'est d'abord bien connaître la réalité de nos atouts. En cohésion avec le schéma départemental du tourisme, en harmonie avec la nature et les aspirations du territoire, avec sa dimension humaine et conviviale, le Plan 2009 de Cantal Tourisme s'appuie sur cette connaissance approfondie. Valoriser ce potentiel, c'est ensuite se donner les moyens d'atteindre ses objectifs. C'est ce qu'a entrepris Cantal Tourisme en déployant une stratégie orientée sur la mise en marché des opérateurs touristiques et l'utilisation des nouvelles technologies.

Cette démarche se professionnalise dans un souci d'efficacité pour ouvrir le département et renforcer l'image "Nature et Convivialité" du Cantal.

S'appuyant sur un bilan 2008 solide et constructif, ce plan 2009 affiche la cohérence d'une démarche structurée qui a l'ambition d'affirmer l'activité touristique comme un élément clé du développement durable et innovant du territoire.

Vincent DESCŒUR
Député du Cantal
Président du Conseil Général.

Avec des séjours de plus en plus courts et des réservations de dernière minute où Internet prend de plus en plus d'importance, le problème du pouvoir d'achat, le contexte économique sont autant de facteurs que nous devons prendre en compte.

Il convient donc de se concentrer en France sur une clientèle de plus en plus de proximité et à l'étranger sur une clientèle qui correspond à notre offre.

Nous avons, ainsi, redéfini notre com-

munication avec, comme objectif, d'intégrer pleinement "la relation humaine" et "une nature active".

Pour optimiser cette communication, nous avons mis en place des actions ciblées pour répondre à chaque marché et à chaque cible client.

Nous avons choisi comme signature commune "Cantal, le voyage naturellement tendance" et "donnez du sens à votre voyage" associée à la marque **Cantal Auvergne. Cette marque a été créée et lancée, il y a 12 ans par Cantal tourisme.**



Véritable activité touristique, le tourisme doit se gérer comme tel. Cantal Tourisme et l'ensemble des prestataires doivent donc prendre en compte la conjoncture économique et adapter leurs offres et actions.

Au delà de la fréquentation, la consommation touristique reste le principal enjeu. Nous pouvons espérer que le retour, déjà constaté durant ces vacances hivernales, à un tourisme hexagonal et une recherche d'un meilleur qualité prix se poursuivent.

Bien positionné, le Cantal doit pouvoir bénéficier de cette tendance. Toutefois, il convient d'être actif et visible sur le marché. L'environnement économique doit donc nous conduire à être encore plus imaginatif, tout en optimisant nos budgets.

Le Bilan 2008 et le Plan d'Actions 2009 qui vous sont présentés dans ce document montrent que Cantal Tourisme affiche une action volontariste et novatrice sur les marchés touristiques. Que ce soit en matière de missions commerciales, d'utilisations des nouvelles technologies ou encore de la thématique du développement durable, nous devons plus que jamais considérer que le tourisme est un véritable produit de consommation.

Fédérer, mobiliser, s'adapter et innover sont les maîtres mots pour répondre à un marché sans cesse en mouvement.

Bruno FAURE
Président de Cantal Tourisme.

15% du PIB départemental.
420 millions d'euros de retombées touristiques.
Environ 6 000 prestataires touristiques
et des milliers d'emplois directs et indirects.
Artisanat, Commerces, Agro-alimentaire, Culture,
Patrimoine, Sport, Economie...
Qu'est-ce qui les rassemble ?

Le Tourisme

Celle-ci vient d'être transférée au Conseil Général afin qu'elle devienne une marque territoriale pour l'ensemble des secteurs d'activités du Cantal.

Nous ne pouvons donc que nous féliciter du succès initié par Cantal Tourisme.

Par ailleurs, nous avons engagé une stratégie volontariste pour conquérir de nouveaux marchés (mission commerciale : Tourisme d'Affaires, Tours-Opérateurs, marchés individuels) parallèlement à la mise en place d'un dispositif unique de plate-forme d'information et de commercialisation. Nous pouvons souligner que l'initiative de Cantal Tourisme avec le déploiement de la vente en ligne "Open-System" soit maintenant reprise à

l'échelle de Tour-Massif (région Auvergne et Limousin). Les outils qui ont été mis en place par Cantal Tourisme pour les différents acteurs touristiques du Cantal permettent de répondre aux nouvelles exigences du marché.

L'Assemblée Générale de la FNCDT/SLA qui s'est tenue pour la première fois dans le Cantal en Auvergne, en présence d'Hervé Novelli, Secrétaire d'Etat au Tourisme, a été une vraie réussite. Celle-ci nous a permis de mettre en avant notre département et notamment notre savoir-faire sur le thème du développement durable.

Le second prix des "Trophées du Tourisme" obtenu par Cantal Tourisme délivré par snf.com montre que nos actions vont dans le bon sens.



CARTE D'IDENTITÉ : RÔLE ET MISSIONS DES CDT

Les Comités Départementaux du Tourisme exercent leurs missions dans le cadre de la loi du 23 décembre 1992. Ils sont regroupés au sein de la Fédération Nationale qui représente une force opérationnelle de 96 membres, avec 1 820 salariés, et un budget cumulé de l'ordre de 175 millions d'euros. Le CDT : une structure au service du développement touristique du département et du Conseil Général.

Cantal Tourisme : ses missions

Le Comité Départemental du Tourisme est le trait d'union entre les professionnels, les institutionnels, et le grand public.

Pour les professionnels : hôteliers, restaurateurs, Offices de Tourisme, agences de voyages, responsables de structures d'accueil et de loisirs, le CDT joue un rôle de relais et d'interlocuteur. Il met à leur disposition sa logistique, sa connaissance du terrain, ses études sur les marchés et les besoins de clientèles.

Pour les institutionnels : élus, administrations territoriales, chambres consulaires, le CDT assure une fonction d'expert et d'aide à la décision en matière de développement touristique.

Pour le grand public : le CDT propose une banque d'informations touristiques et de réservations pour la pleine réussite de leur séjour dans le Cantal.

Cantal Tourisme, au service du développement touristique du département et du Conseil Général :

**Une expertise, Une stratégie, Des outils
Une équipe de professionnels**

Nos missions :

Observatoire, expertise conseils, classement des meublés, label Clévacances, Tourisme et handicap, villes et villages fleuris, animation des Offices de Tourisme et des territoires, communications, éditions, relations presse, nouvelles technologies (base de données, Internet, vente en ligne), promotion nationale et internationale, mise en marché, plate-forme d'informations et de vente, centrale de réservation (individuelle et billetterie), commercialisation, tourisme d'affaires, groupes.

Organisation touristique sur le département

• 15 Offices de Tourisme et 2 Syndicats d'Initiative.

En 2006, création de 5 Agences Locales de Tourisme : organisation qui correspond à un territoire pertinent en matière d'offre touristique visant à la professionnalisation des acteurs pour être plus efficaces sur les marchés touristiques. C'est aussi une mutualisation des moyens en matière d'éditions de documentation, de fonctionnement, etc.

• ALT Les Pays de Saint-Flour. • ALT Massif Cantalien. • ALT du Grand Pays de Salers. • ALT Pays d'Aurillac. • ALT Châtaigneraie Cantalienne. Un schéma d'organisation a été signé entre le Conseil Général, le Comité Départemental du Tourisme et les Agences Locales de Tourisme pour mettre en œuvre une politique cohérente départementale.



Emmanuel Briant, Sylvie Favat, Christine Vidalenc, Delphine Palmier, Pascal Combelle, Delphine Giry



Hélène Gibert, Véronique Costes, Nadia Caldeyroux, Emilie Compigne, Claire Borel, M.-Claude Magne



Laurence Lescure, Nadia Tschanhenz, M.-Jeanne Cheymol

Services et personnel de Cantal Tourisme

Direction :

Emmanuel Briant : poste 85 09 - ebriant@cantaldeveloppement.fr

Service communication :

Relations presse : Sylvie Favat, responsable relations presse - poste 85 11 sfavat@cantaldeveloppement.fr

Christine Vidalenc : assistante presse, communication, gestion photothèque poste 85 12 - cvidalenc@cantaldeveloppement.fr

Service éditions :

Delphine Palmier : poste 85 07 - dpalmier@cantaldeveloppement.fr

Service promotion :

marchés individuels français et étrangers :



Pascal Combelle : poste 85 05 - pcombelle@cantaldeveloppement.fr

Service Tourisme d'affaires et groupes : Delphine Giry - Responsable : poste 85 01 dgiry@cantaldeveloppement.fr

Chargée de mission : Hélène Gibert - poste 85 06 - hgibert@cantaldeveloppement.fr

Service nouvelles technologies :

Véronique Costes : Open-System - Base de données Infolive - poste 85 14 vcostes@cantaldeveloppement.fr

Nadia Caldeyroux : Sites Internet - poste 85 03 - ncaldeyroux@cantaldeveloppement.fr

Service observatoire et développement :

Emilie Compigne : Responsable - poste 85 02 ecompigne@cantaldeveloppement.fr

Claire Borel : chargée de mission, Administratif Clévacances et Meublés, animation des Offices de Tourisme, label Villes/Villages Fleuris - poste 85 25 - borel@cantaldeveloppement.fr

Marie-Claude Magne : Label Clévacances, label Tourisme et Handicap, classement meublés - poste 85 04 - mcagne@cantaldeveloppement.fr

Animation des territoires et classement des meublés :

Laurence Lescure - poste 85 19 - llescure@cantaldeveloppement.fr

Service administratif comptable :

Nathalie Tschanhenz : Responsable - poste 85 08 - ntschanhenz@cantaldeveloppement.fr

Marie-Jeanne Cheymol - Standard - Secrétariat - 04 71 63 85 00

mjcheymol@cantaldeveloppement.fr

Plate-forme d'informations touristiques et de réservation (prestataire sous-traitant)

Envoi de documentations sous 48 h - En 2008, plus de 7 000 demandes traitées par Internet, tél, fax, courrier.

Call-center ouvert 6j/7 de 8 h à 20 h 30 et le samedi de 8 h à 19 h

N° appel France : 0 826 96 15 15 (0,15€ TTC/mn)

N° appel étranger : 0033 471 605 821

Les chiffres-clés du tourisme dans le Cantal

Dans le Cantal, fin 2007 : (source SPOT Auvergne) :

41 227 lits marchands (23 % de l'Auvergne).

15% de nuitées étrangères.

60% des séjours ont une durée inférieure à 4 nuitées, et 25% des clientèles choisissent leur destination 3 jours avant leur départ.

Le mois de juillet couvre une activité touristique de 15 % et août de 25 % de l'année. Les 60 % se font sur le reste de l'année et la tendance est d'avoir un recentrage au cœur de l'été du 15 juillet au 15 août.

Qui sont nos clients ?

En terme de séjours : (Etude Sofres 2007)

• Clientèle Auvergne : 17,6 %.

• Clientèle Rhône-Alpes : 16,2 %.

• Clientèle Ile de France : 13,8 %.

Typologie de notre clientèle :

• Familiale (vacances scolaires).

• Senior (inter-saisons) : jeunes seniors/printemps (55-65 ans) et seniors/automne (65-70 ans).

Enfin, la première activité pratiquée dans le Cantal sont : la randonnée, la balade, les activités nature (telle que le ski), la culture et le patrimoine.

Origine de la clientèle étrangère par pays : (Spot Auvergne)

• Angleterre ; • Pays-Bas ; • Belgique • Espagne et Catalogne.

BILAN 2008 & PLAN D'ACTION 2009

Parce que nous devons mettre en œuvre nos actions avec un objectif d'efficacité, la stratégie de Cantal Tourisme a pris en compte l'évolution du marché touristique et les nouvelles attentes de la clientèle.

Le Cantal : Destination tourisme durable pour tous

Pour plus de 62 % de français le développement durable et l'éco-tourisme sont des valeurs auxquelles ils peuvent être sensibles dans le choix de leur destination de vacances.

Les problèmes liés au pouvoir d'achat sont d'actualité et l'activité touristique doit tenir compte de ces données. C'est pourquoi, nous souhaitons faire passer le message suivant : **“Dans le Cantal, le développement durable n'est pas synonyme de coût supplémentaire”**.

Animation des territoires

Outils d'accueils :

Kits terroirs :

Avec 10 000 kits terroirs distribués à nos clients en séjours dans notre département en 2008, cette action remporte un vrai succès et sera reconduite en 2009.

L'initiative de Cantal Tourisme en partenariat avec les Agences Locales de Tourisme permet de valoriser l'agro-alimentaire (39 producteurs locaux).

Nouveau : Mise en place d'un panier d'accueil destiné aux groupes, congressistes ou manifestations, partenariat avec Bienvenue à la Ferme, C.F.

Territoires :

Pilotage d'une réflexion sur l'harmonisation des services rendus ou cotisations des Offices de Tourisme mais aussi sur l'harmonisation de la taxe de séjour sur l'ensemble du département.

Journée tourisme : automne 2009 - présentation stratégie de Cantal Tourisme- prix du tourisme cantalien.

COMMUNICATION - PROMOTION

Communication/Presse/Éditions

Nous souhaitons communiquer autour de la base "Line" **Donner un sens à vos vacances**, systématiquement associée à la marque **Cantal Auvergne**.

Notre objectif est de généraliser l'utilisation de la marque Cantal Auvergne afin que celle-ci soit mise en avant par un maximum d'opérateurs touristiques.

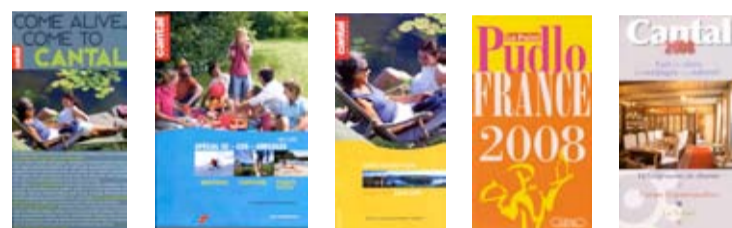
Éditions

Carte touristique : 130 000 ex. - 1 seul document, une face patrimoine et culture, et l'autre dédiée aux activités nature (nouveau), associée à une carte inter-active.

Brochure commerciale : Participation à l'édition d'un document spécial Cantal "Auvergne-Tourisme" avec plus de 50 offres.

Tiré-à-part Comités d'Entreprises : Edition d'un document Spécial CE : 2 000 ex., avec plus de 40 offres.

Médias



Actions Presse : 1,7 million de retombées directes et plus de 2 millions d'euros de contre-valeurs publicitaires estimés.

Une présence cantalienne sur les écrans TV : Une démarche volontaire en direction des TV internationales, nationales et régionales dans la continuité des contacts déjà établis a permis une représentation du Cantal en terme touristique aux niveaux national et international (TV allemande, belge...).

Presse étrangère : le CDT du Cantal est l'un des plus dynamiques au regard de sa taille et de ses moyens. Au delà d'un accompagnement appuyé aux accueils réalisés par le CRDT Auvergne et Tour Massif, des opérations spécifiques sont organisées avec l'Entente Vallée du Lot notamment en Angleterre et en Irlande (conférences de presse organisées à Londres et Dublin en 2008) et dans le cadre de l'opération "Corazon verde de la Francia" avec les départements de l'Aveyron et de la Lozère pour la presse espagnole.

Dossiers de presse sur mesure pour les salons professionnels : le salon Deptour.

Le Cantal dans les guides touristiques : • La mise à jour du Guide du Routard Auvergne ; • Le Pudlo, guide de Gilles Pudlowski ; • En 2009, le Petit Futé Cantal (partenariat).

Data Presse : un outil pour communiquer professionnellement. Déjà des résultats ! Un planning de diffusion de communiqués a été établi pour communiquer sur des informations touristiques générales, des séjours, des offres commerciales mais aussi sur des thèmes particuliers.

Photothèque : De nouveaux reportages vont être commandés en 2009 après une année de repositionnement.

2009 : accompagner les évènements cantaliens : Une communication autour des évènements cantaliens est déjà réalisée depuis plusieurs années avec un accompagnement plus ciblé comme pour la "Légendaire". Les manifestations cantaliennes seront mises en avant au niveau de la presse mais l'effort sera plus conséquent dans le prolongement d'une stratégie commerciale. L'évènement de l'année sera bien entendu "Merrel Oxygen Challenge" au Lioran, du 21 au 24 mai 2009, pour lequel un appui du CDT au niveau des relations presse.

Promotion/Thématiques

France :

2009 :

Continuité de nos opérations :

• CE : Lyon (4 et 5 mars 2009), Bordeaux (2 et 3 avril), Montpellier (29 et 30 septembre), avec édition d'une brochure : "Quoi de 9 en 2009", 2 000 exemplaires

• e-mailing : Ile de France (10 000 ex.), France (25 000 ex.)

• Partenariat financier et technique d'un Eductour CE sur le Massif Cantalien.

• Salon de l'Agriculture, salon de la Randonnée à Lyon.

Nouveautés :

• Plan d'Action Régional Cyclotourisme et moto : participation de Cantal Tourisme :

• Cyclotourisme : réédition de la carte vélo, mailing et e-mailing ciblés, site Internet dédié, achat bannière pub.

• Moto : création d'une brochure d'appel, d'un site internet dédié, présence du CRDT Auvergne au salon.

• Opération "Temps Fort Printemps" du 14 avril au 31 mai 2009.

Une campagne presse média est prévue sur la PQR.

Cantal Tourisme/Loisirs Accueil propose :

• Offre famille : les enfants sont invités en chambres d'hôtes - locatif week-end 99 €.

• Offre « Cross avant saison » « Revenez à l'automne » avec un chèque de réduction.

• Opération Vente aux enchères de séjours touristiques sur e-bay

• Opération menus moins de 10 € en collaboration avec le Syndicat des Hôtelliers et Restaurateurs à partir du mois d'avril dans plusieurs restaurants cantaliens (avec truffade ou ailgot à volonté, jambon de pays, salade et dessert).

Projet 2009 :

• Une e-newsletter Cantal Tourisme destinée à nos clients sur www.cantaltourisme.fr sur abonnement gratuit.

• Jeu clic Cantal 2006 et 2008 lancement sur le fichier : plus de 60 000 contacts.

• Réflexion sur une opération "coup de poing" en octobre 2009 à Clermont-Ferrand.

Autres projets :

• Proposer aux associations, aux groupements et filières touristiques, un "kit de promotion" qui sera utilisé à l'extérieur du département.

Marchés étrangers :

Si la clientèle étrangère ne représente que 15 %, elle reste une clientèle intéressante qui séjournera plus longtemps et dépense plus. La promotion se fait aussi à travers Tour Massif (Auvergne-Limousin) et d'autres réseaux.

Marché espagnol : relations presse

Corazon Verde : Cantal, Aveyron, et la Lozère sur le marché catalan et l'Espagne.

Actions 2009 :

• Séminaire du Club Nature dans le Cantal - Maison de la France.

Entente Vallée du Lot :

• 1^{er} semestre 2009, à Dublin avec Maison de la France, Campagne on-line d'image Vallée du Lot sur Irlande eircom.net et 25 à 30 spots diffusés sur la radio nationale "Newstalk".

• 19 et 20 septembre, marché de la Vallée du Lot, à Bruxelles "Marché gascon".



Vallée de la Dordogne (à l'état de projet) :

• Conférence de presse et site Internet 100 % anglais.

Démarche Tours Opérateurs étrangers : Nous avons engagé une démarche pour mieux vendre les professionnels du Cantal auprès des Tours Opérateurs. Nous sommes aujourd'hui présents sur plus de 1 200 000 pages de T.O. étrangers (Belgique, Hollande), et le Cantal représente 50 % de référencement de marchés sur l'Auvergne. De nombreux contrats ont été signés avec des T.O. Partenariat exclusif Cantal Tourisme/JETAIR (valable 3 ans : 2008-2009-2010)

• Réseau de 1 500 agents de voyage.

• 1 page de publicité dans le catalogue "Vacances en voiture France" été 2009.

• Présence aux roadshows (en décembre 2008 : 3 roadshows à Bruxelles, Anvers et Gant).

• Stimulation des ventes auprès des agences de voyages (incentives, promotions spéciales...).

• Eductour RDV France fin mars 2009 : 5 T.O. en visite dans le Cantal.

• Salon RDV France 31 mars et 1^{er} avril 2009 à Paris : 800 acheteurs T.O. en provenance d'une cinquantaine de pays.

Nouvelles technologies :

• Plus de 40% des demandes d'informations ou de réservations se font aujourd'hui sur Internet. En 3 clic, vous avez la possibilité de réserver un séjour dans le monde entier. Le Cantal se doit d'être particulièrement novateur sur les nouvelles technologies.

Nouveau : 1^{er} en France

"Second Life" : plus de 15 millions d'internautes sont déjà inscrits sur ce site. Le Cantal est présent sur ce site avec une "île" dédiée (Conseil Général). Cantal Tourisme est aussi présent avec un bureau dédié. Les internautes pourront découvrir le Cantal sous toutes ses facettes : montagne, eau, ski, moto-neige, delta-plane, etc.... mais aussi visiter un lieu d'hébergement. Une borne sera dédiée et ils pourront être mis en relation avec les hôtesse du CDT pour réserver leur séjour et tout cela en image virtuelle. De même un espace congrès permettra d'organiser des séminaires en "visio" avec plus de 500 places. Lancement début février 2009.

1 • Internet

L'accès d'internaute se fait sur la toile soit : en accès direct (Google/Lien) soit par comparateur. Il convient d'avoir une stratégie de référencement très efficace.

• 1 957 564 : record de fréquentation enregistré en juillet 2008. Entre 2008/2009, + 37 % de visiteurs.

2009 :

Meilleure cohérence au niveau graphique avec la stratégie de communication. Refonte graphique du site Cantal Tourisme, et intégration de la base de données Infolive dans le site Internet

• 1^{er} trimestre 2009. Mise en place d'un jeu, d'un blog, et page dédiée à des vidéos.

2 • Open-System : (Système de vente en ligne sur Internet)

Programme de formations suivies par plus de 300 prestataires touristiques de notre département.

• Chiffre d'affaires réalisé : 30 000 € la 1^{ère} année, et 125 000 € la 2^e année.

• Auquel il faut ajouter les ventes qui ont été faites directement avec les professionnels (estimation 100 000 € au minimum).

Evolution 2009 :

Nouveauté :

A partir de mi-février 2009, Cantal Tourisme paramètrera gratuitement les offres des prestataires qui souhaitent adhérer au système. Seule une assistance pour la mise à jour du planning leur sera apportée.

3 • Base de données :

OPEN INFOLIVE Avec une seule saisie, au lieu de 3, la nouvelle base de données permettra aux prestataires d'être sur les bases de données des Offices de Tourisme, des Agences Locales de Tourisme, du Comité Départemental du Tourisme et du Comité Régional de Tourisme Auvergne. Cantal Tourisme a formé tous les Offices de Tourisme du département. La base de données est un fichier informatique qui reprend l'ensemble des informations touristiques du département.

• Déploiement de la nouvelle base de données départementale sur le site de Cantal Tourisme et sur les sites des Offices de Tourisme.

BASE DE DONNÉES D'INFORMATIONS TOURISTIQUES

SRIT – Système Régional d'Informations Touristiques Site Internet du CRDTA – Information par téléphone



PROMOTION DES VENTES ET COMMERCIALISATION

Cantal Tourisme a une autorisation de vente de produits touristiques sur l'ensemble du département. Nous proposons les services d'une centrale de réservations aussi bien pour les particuliers que pour les groupes.

Nouveau :

Cantal Réservation : centrale de Réservations de la Station du Lioran avec n° téléphone spécial.

Marchés individuels :

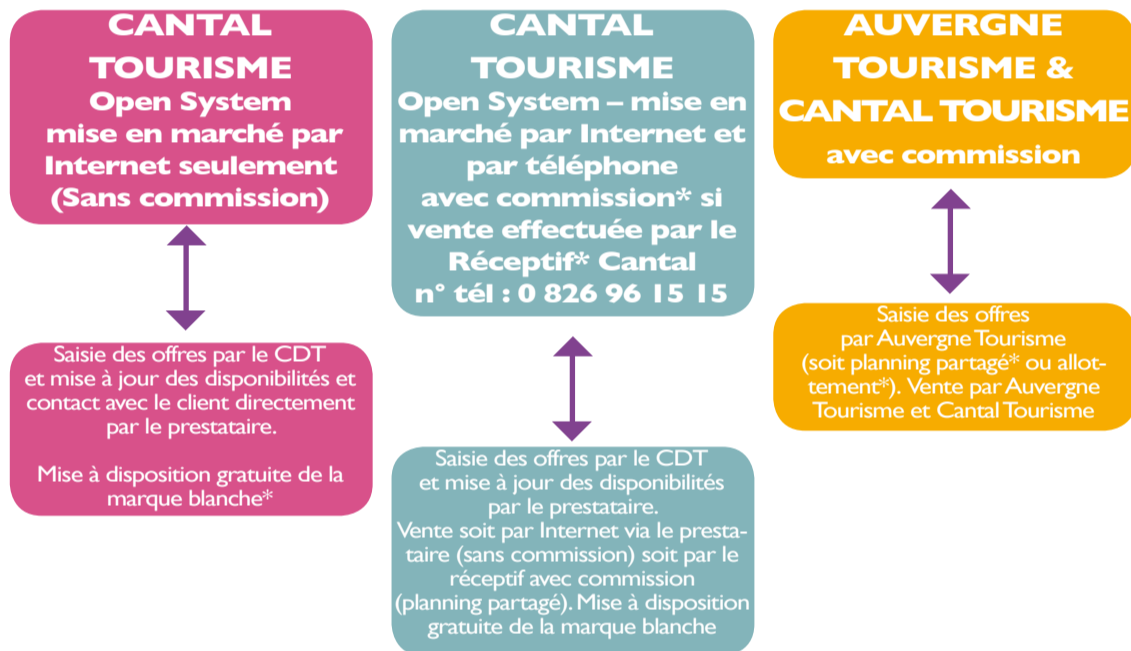
- Editions d'une brochure Cantal 15 000 ex.
- Un seul contrat pour être vendu par la plate-forme de réservations départementale et régionale avec un taux de commissionnement de 10 % à 20 % .
- Edition brochure commerciale Auvergne (spécial Cantal : 5000 exemplaires) + brochure commerciale Cantal en téléchargement sur Internet.
- Brochure Visit France et site Internet "Voyages en Ecologie", référencement d'un séjour Cantal : la Hutte Perchée du Lioran.
- Billetterie (festivals Eclat et Boogie-Woogie) : 2 possibilités :
 - Vente par téléphone avec paramétrage fait par Cantal Tourisme (commissionnement 5 %)
 - Vente par Internet (pas de commissionnement).
- Coffrets cadeaux (7 offres Cantal) , distribués par les Grandes et Moyennes surfaces France,
- Internet, hébergements commercialisés par Cantal Tourisme/Loisirs Accueil.
- Weekentour : 4 produits Cantal : 2 dans la formule "Univers gastronomique", 1 dans la formule "Univers culture et patrimoine", 1 dans la formule "Univers nature" ..
- Dakota : 3 produits Cantal :
 - 1 dans la formule "Week-End Découverte en France".
 - 1 dans la formule "Escapades en famille".
 - 1 dans la formule "Délices du terroir".

Weekentour et Dakota sont présents sur **plus de 800 réseaux** de distribution.

Projets 2009 :

- Coffret cadeau "Cœur du Sud-Ouest" avec les départements 09, 12, 15, 19, 24, 32, 46, 47, 31, 65, 81, 82.

MISE EN MARCHÉ ET COMMERCIALISATION PAR TÉLÉPHONE ET/OU INTERNET (3 POSSIBILITÉS)



- * **Réceptif** : Agence de réservation départementale.
- * **Commission** : (de 10 à 20 %) de la somme du séjour payé par le client, gardé par le service Réservation, lors d'une vente en particulier par téléphone.
- * **Planning partagé** : la gestion des disponibilités de l'hébergement se fait par l'hébergeur, ce qui implique une gestion rigoureuse. Le réceptif vendra l'hébergement que si les disponibilités remontent dans le planning.
- * **Allotement** : l'hébergeur accepte de "donner" des chambres ou des lits durant toute l'année ou sur une période déterminée avec l'agence de réservation qui les gère pour son compte. Ce système permet à l'hébergeur de donner sa gestion au réceptif et de ne plus s'occuper des réservations.
- * **Marque blanche** : Mise à disposition gratuitement d'un lien informatique qui propose la pré-réservation jusqu'au paiement en ligne pour vos hébergements ou activités.

TOURISME D'AFFAIRES ET GROUPES

Mise en place début 2008, cette nouvelle mission pilotée par Cantal Tourisme est financée par Cantal Tourisme, le Crédit Agricole Centre France, la Chambre de Commerce et d'Industrie du Cantal et le Comité Interprofessionnel des Fromages.
Taux de commissionnement 8 % (hébergements, activités).
Depuis qu'il est opérationnel (avril 2008), le service Séminaires et Groupes a déjà réalisé un Chiffre d'Affaires de plus de 50 000 €.
28 chartes d'engagement "Cantal Séminaires" ont été signées et 70 prestataires référencés.

Communication

- Réunir : Référencement dans le guide papier 2010 (diffusion auprès d'une base qualifiée de 20 000 abonnés à partir de sept 2009) et sur www.reunir.com
- Participation à l'Auvergne Convention Bureau.
- Relations presse, insertions pub.

Prospection commerciale

E-mailing, phoning et RDV : agences et entreprises.

Opérations commerciales

- Organisation d'Eductours au printemps 2009.
- En partenariat avec l'Auvergne Convention bureau :
- Salon Bedouk (Paris) : 4 et 5 février 2009, 6 750 visiteurs (principaux décideurs et prescripteurs du marché du tourisme d'affaires : 58% entreprises, 35% agences, 7% associations).
- Salon Réunir (Paris) : septembre 2009, 4500 visiteurs.

Groupes 2009

- Référencement des produits groupes existants, élaboration de nouveaux produits.
- Intégration à la Commission Groupes de Loisirs Accueil.
- Référencement dans la brochure nationale groupes SLA 2010 (10 000 ex.).
- Mise en commun des fichiers clients (6 000 adresses).

CONSULTEZ LE PLAN D'ACTION DÉTAILLÉ DE CANTAL TOURISME AVEC VIDÉOS-TÉMOIGNAGES, RUBRIQUE CANTAL PRO SUR WWW.CANTALTOURISME.FR



SERVICE DÉVELOPPEMENT ET OBSERVATOIRE

Service qui conseille et aide de nombreux porteurs de projets touristiques (plus de 45 par an privés ou publics) ; c'est un véritable centre de ressources qui permet à travers l'Observatoire de donner régulièrement des indicateurs sur l'activité touristique du Cantal.

Depuis le début de l'année 2008, le Comité Départemental du Tourisme gère le classement des meublés, l'animation des réseaux des Offices de Tourisme et Clévacances.

D'autre part, le service Développement a également comme mission la gestion du label Tourisme et Handicap et le concours des Villes et Villages Fleuris.

2009



- Label Clévacances : création d'un site Internet départemental dédié, animation d'un réseau de 200 propriétaires, nouvelles classifications "Affaires" et "Environnement".



- Label Tourisme et Handicap : développement et animation du label avec 20 à 30 visites de labellisation et de conseils, participation à l'édition régionale d'une brochure de recensement des sites labellisés (envoi à plus de 5 000 contacts).

- Classement des meublés de tourisme (parc de 990 meublés) : visites de nouveaux classements et visites quinquennales.



- Concours des Villes et Villages Fleuris : organisation du jury et de la tournée, organisation de la remise des prix.

Observation de l'activité du tourisme

- Suivi de l'offre quantitative et qualitative, de la fréquentation et de la clientèle touristique dans le Cantal.
- Publication des chiffres clés du département (lettre d'info Donne-nous de tes nouvelles, site Internet, presse, etc.).

FOCUS

Engagement Cantal Tourisme - Eco-Tourisme - Développement durable

2009

- Intégration d'un étudiant en Master Tourisme Durable (stage de 6 mois).
- Etude stratégique/diagnostic sur la mise en place d'une démarche responsable et durable au sein de Cantal Tourisme.
- Recommandations et mise en place d'actions en interne et vis-à-vis de l'extérieur.

Exemples d'actions :

- Mise en place d'une démarche de gestion environnementale au sein du CDT : recyclage du papier, économie d'énergie...



- Mise en place d'une gestion environnementale au niveau des éditions : utilisation de supports durables, collaboration avec imprimeries labellisées Imprim'vert.
- Remplacement d'une partie de notre parc autos de service par des véhicules respectant l'environnement.

• Mise en place d'un panier/cadeau d'accueil départemental "eco-durable" en partenariat avec Bienvenue à la Ferme et le Comité Interprofessionnel des Fromages.

> Cibles : les groupes et séminaires accueillis par Cantal Tourisme, et toutes les manifestations et congrès ayant lieu dans le Cantal.

> Modalités : plusieurs types de paniers proposés à différents prix

> Communication : conférence de presse pour le lancement de ce nouveau service

- Elaboration de produits touristiques (individuels et groupes) et coffrets cadeaux sur la thématique du tourisme durable.

EVALUATION DES ACTIONS DE CANTAL TOURISME

Nous avons mis en place un "tableau de bord" avec des indicateurs pour nous permettre de suivre tous les trimestres les actions que nous entreprendrons.

Les résultats seront à la disposition des acteurs touristiques du département et paraîtront dans la lettre "Donne-nous de tes nouvelles".

	2007				2008			
	Trim. 1	Trim. 2	Trim. 3	Trim. 4	Trim. 1	Trim. 2	Trim. 3	Trim. 4
Visiteurs du site www.cantal-tourisme.fr visiteurs uniques (adresses IP)	28 037	33 326	35 807	21 904	37 017	49 199	48 036	28 028
Demandes de documentation par téléphone/courrier/fax En nombre - Traitées par le 1515.fr			238	151	416	422	327	164
Demandes de documentation par mail En nombre - Traitées par le 1515.fr	985	675	654	219	1 215	1 406	1 046	438
Contre-valeur publicitaire des actions presse En millions d'euros			1,6			1,7		
Ventes Open System En € - Chiffre d'affaires			23 743	3 575	29 319	48 896	35 682	9 964
Ventes de séminaires et séjours groupes Nombre de contrats					10 (pour 30 devis effectués)			
					Chiffres d'affaires 50 000 € Début de la mission : avril 2008			

