

## Éditorial

Le Conseil régional d'Auvergne a voté en juin 2005 le Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs 2005-2010. Il en a confié la mise en œuvre au Comité Régional de Développement Touristique d'Auvergne (C.R.D.T.A.), dont les missions et les effectifs ont été renforcés.

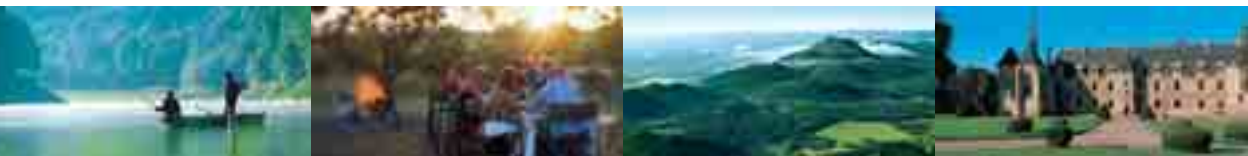
A l'instar de l'ensemble des politiques et actions menées par le Conseil régional d'Auvergne, nous vous proposons dans ce document de synthèse le **bilan à mi-schéma** de l'engagement de la collectivité régionale en faveur de l'économie touristique.

Au-delà de la nécessité **d'informer** les citoyens et les professionnels du tourisme régional, cette évaluation de l'action du Conseil régional d'Auvergne permet de mieux prendre conscience du poids du secteur du tourisme dans l'économie régionale (7,5 % du PIB) et des investissements engagés. Retenons que les aides du Conseil régional d'Auvergne auront permis d'engendrer 200 millions d'investissements en 3 ans dont plus de la moitié par des porteurs de projets privés. La totalité des investissements touristiques réalisés en 3 ans auront permis la création d'environ 1 100 emplois en Auvergne.

Grâce à l'action de tous, collectivités, opérateurs, particuliers, l'Auvergne renforce chaque jour un peu plus son attractivité touristique et économique.

**René SOUCHON**  
Président du Conseil régional d'Auvergne  
Président du C.R.D.T.A.

**André CHAPAVEIRE**  
Vice-Président du Conseil régional d'Auvergne  
en charge du tourisme et du thermalisme  
Président délégué du C.R.D.T.A.



# Sommaire

## ACTE I : Soutenir l'amélioration de l'offre touristique ..... p. 4

- Hôtellerie et restauration ..... p. 4
- Hôtellerie de plein air ..... p. 8
- Villages de vacances ..... p. 10
- Centres d'accueil pour enfants et jeunes ..... p. 11
- Offre touristique d'hébergement innovante ..... p. 13
- Meublés de tourisme (Gîtes de France/ Clévacances..) ..... p. 15
- Aires de services pour camping-cars ..... p. 17

## ACTE II : Organiser le développement du tourisme ..... p. 19

## ACTE III : Promouvoir la destination ..... p. 22

- Le marché français ..... p. 23
- Les marchés étrangers ..... p. 25

## ACTE IV : Développer et aménager les territoires touristiques ..... p. 27

- Fonds régional d'Intervention Touristique (FRIT) ..... p. 27
- Concours des Villes et Villages Fleuris ..... p. 29
- Aide à la mise en tourisme des villages auvergnats ..... p. 31

## ACTE V : Soutenir les grands projets identitaires et structurants ..... p. 35

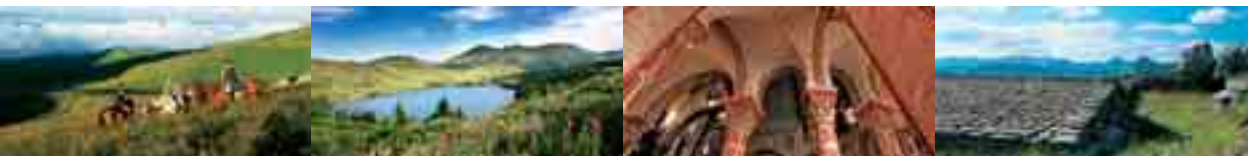
- Plan cyclable ..... p. 35
- Grands projets - grands sites touristiques ..... p. 38

## ACTE VI : Redynamiser et diversifier l'offre des stations thermales ..... p. 40

## ACTE VII : Organiser et soutenir l'offre de formation professionnelle ..... p. 44

## ACTE VIII : Créer et financer des fonds de solidarité ..... p. 46

- Tourisme & Handicap ..... p. 46
- Tourisme durable ..... p. 48



# Sommaire

## ACTE IX : Développer de nouveaux outils ..... p. 50

- Les plates-formes de services du C.R.D.T.A. .... p. 50
- Développer de nouveaux partenariats ..... p. 52
- Auvergne Convention Bureau ..... p. 54
- ALTA – Agence des Labels Touristiques d’Auvergne ..... p. 56
- Le groupement pour la Qualité en Auvergne ..... p. 57

## ACTE X : Observer et analyser les politiques et l’économie touristiques régionales ..... p. 58

- SPOT Auvergne : observatoire régional du tourisme ..... p. 58
- Comment trouver les bonnes informations ? ..... p. 59
- Tableau de synthèse de la fréquentation en Auvergne ..... p. 60
- Subventions SPOT Auvergne ..... p. 61

## ACTE XI : Partager nos expériences ..... p. 62

- Le C.R.D.T.A. et le Conseil régional à la conquête de l’Europe ..... p. 62

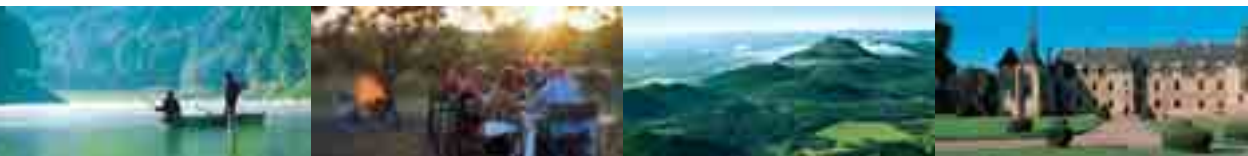
## ACTE XII : Innover par le développement touristique de l’Auvergne. .... p. 64

- Le projet *Nattitude* ..... p. 64

## Synthèse ..... p. 66

- Pour une nouvelle culture du tourisme en Auvergne ..... p. 66

## Annexes ..... p. 68



## ACTE I : Soutenir l'amélioration de l'offre touristique

### RAPPEL DE LA MESURE

L'action 1 du Schéma régional de Développement du Tourisme et des Loisirs a pour objectif de soutenir l'amélioration de la qualité des hébergements :

- pour mieux répondre aux nouvelles attentes de clientèles touristiques de plus en plus exigeantes en développant des hébergements touristiques novateurs, qualitatifs et identitaires,
- pour les rendre commercialement plus performants,
- pour développer la fréquentation de clientèles peu ou pas encore présentes en Auvergne par manque d'hébergements répondant à leurs attentes.

### → HÔTELLERIE ET RESTAURATION

3 types d'investissements sont concernés par cette aide régionale :

- **renovation d'hôtels-restaurants** classés 2\* à 4\*, **création** d'hôtels-restaurants classés 3\* et 4\* et d'Auberges de Pays et **création d'équipements complémentaires**,
- **renovation de restaurants**,
- **transmission-prise** de fonds de commerce en activité : Aide Régionale aux Fonds Propres (ARFP).

### RÉNOVATION ET CRÉATION EN HÔTELLERIE-RESTAURATION

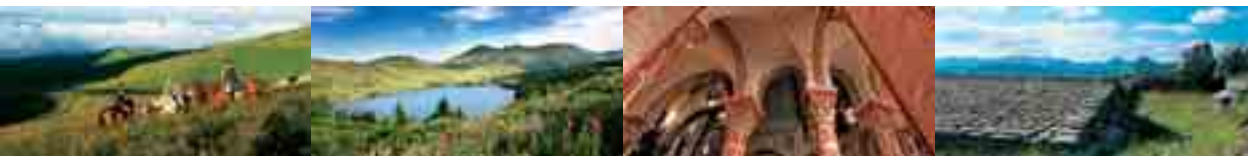
#### SITUATION EN 2005

Les constats qualitatifs de la fréquentation touristique de la région ont fait apparaître un déficit de la fréquentation de la clientèle étrangère, déficit qui place l'Auvergne au 21<sup>e</sup> rang des régions françaises.

L'un des axes prioritaires du Schéma régional de Développement touristique est l'augmentation de la fréquentation de la clientèle étrangère en Auvergne. L'une des attentes fortes de ces clientèles en termes d'hébergement marchand est l'hôtellerie haut de gamme.

Il s'agit donc d'inciter plus particulièrement au développement :

- des établissements 3\* et 4\*, fortement créateurs d'emplois,
- de la petite hôtellerie rurale de charme, bien ancrée dans son territoire (ex. Auberges de Pays),
- et également d'une offre de loisirs intégrée qui est la condition indispensable pour conforter et développer l'activité et les emplois dans les entreprises touristiques et augmenter la durée des séjours. Début 2005, seuls 10 % des hôtels d'Auvergne sont équipés de piscines.



### POINT FIN 2007

Les aides régionales, pour un montant de 4.797.535 € pour la période 2005-2007 ont permis la rénovation et la création de 1.991 chambres dont 161 classées 3\* et 4\* et de 9 Auberges de Pays soit 39 chambres.

87 établissements, soit 13 % du parc hôtelier régional classé, ont ainsi amélioré leur niveau de confort et la qualité de leurs aménagements. Le montant moyen d'investissement par projet est de 236.815 €, et par chambre de 16.500 €. Le taux moyen d'aide régionale par projet se situe à 14,5 %.

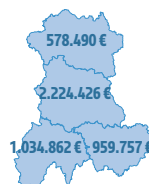
Au 31 décembre 2007, l'Auvergne compte 71 hôtels 3\* et 4\* soit une augmentation de 9 % du nombre des établissements en 3 ans.

On compte ainsi 6 créations d'hôtels-restaurants 3\* et 4\* (161 chambres) :

- deux 4\* dans l'Allier (16 chambres),
- un 3\* et un 4\* dans le Puy-de-Dôme (59 chambres 3\* et 50 chambres 4\*),
- un 4\* dans la Haute-Loire (15 chambres),
- un 4\* dans le Cantal (21 chambres).

### AIDES DE LA RÉGION DE 2005 À 2007

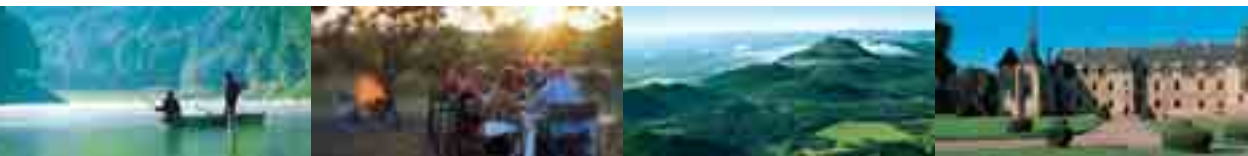
Départements	Investissements	Total subventions	Répartition subventions	Nombre de projets
03	3.443.312 €	578.490 €	12 %	7
15	4.611.606 €	1.034.862 €	21,6 %	19
43	5.381.743 €	959.757 €	20 %	18
63	14.981.056 €	2.224.426 €	46,4 %	43
<b>Total région</b>	<b>28.417.717 €</b>	<b>4.797.535 €</b>	<b>100 %</b>	<b>87</b>



Le parc auvergnat des hôtels 3\* et 4\* a connu une augmentation de sa capacité de 9 % en 3 ans.



Hôtel restaurant  
le Clos de Bourgogne  
(Moulins - Allier).  
Aide régionale : 135.000 €



## TRANSMISSIONS-REPRISES DE FONDS DE COMMERCE

### SITUATION EN 2005

Depuis 2000, année de mise en place de l'aide, elle a permis de faciliter la transmission de plus de 70 établissements pour un montant moyen d'aide par dossier de 40.000 €.

Elle a essentiellement pour objectif :

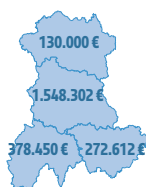
- d'avoir un effet de levier auprès des organismes financeurs, pour lesquels les interventions dans le secteur de l'hôtellerie-restauration sont dissuasives compte tenu de la lourdeur des immobilisations et du délai de retour sur investissement qui ne peut être qu'à long terme,
- d'accélérer la reprise-transmission des entreprises quand on constate que 49 % des chefs d'entreprises individuelles sont dans la tranche d'âge entre 51 et 60 ans (source SPOT Auvergne).

### POINT FIN 2007

En 3 ans, 58 transmissions-reprises supplémentaires ont été subventionnées ce qui représente plus de 6 % de l'hôtellerie régionale classée.

### AIDES DE LA RÉGION DE 2005 À 2007

L'aide régionale a permis 58 transmissions-reprises d'hôtels classés de plus en 3 ans.



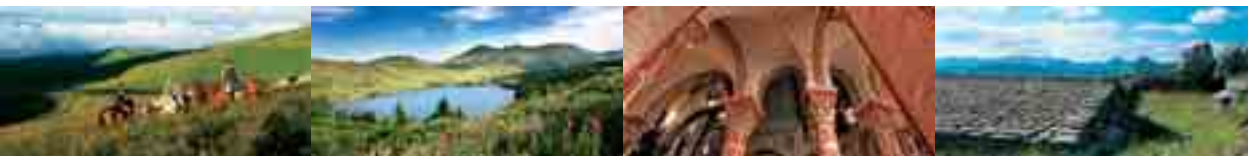
Départements	Total subventions	Répartition des subventions	Nombre de reprises
03	130.000 €	5,6 %	3
15	378.450 €	16,2 %	8
43	272.612 €	11,7 %	7
63	1.548.302 €	66,5 %	40
Total région	2.329.364 €	100 %	58

## MODERNISATION DES RESTAURANTS

### SITUATION EN 2005

L'Auvergne compte 1.899 restaurants dont 948 restaurants d'hôtels soit 188.500 places. On constate parallèlement une diminution du nombre de restaurants d'hôtels (- 10 %) qui n'est, par ailleurs, pas compensée par l'augmentation du nombre de restaurants purs (+ 3 %). Ce phénomène est identique dans les quatre départements d'Auvergne.

L'offre de restauration rapide, connaît quant à elle, un « boom » depuis 2001 puisqu'elle progresse de 23 % alors que le nombre de places assises en restauration traditionnelle diminue de 6 %.



### POINT FIN 2007

En 2007, l'Auvergne compte 2 021 restaurants dont 854 restaurants d'hôtels soit une diminution de 10 % du nombre de restaurants d'hôtels et une augmentation de 6 % du nombre global d'établissements de restauration. L'évolution constatée en 2005 s'amplifie : le nombre d'hôtels sans restaurant augmente de façon constante : 17,5 % des établissements hôteliers ne proposent pas de prestation restaurant alors qu'ils étaient 15 % en 2005.

L'offre de restauration rapide continue son « boom » puisqu'en 2 ans, elle a encore progressé de 25 %. Par ailleurs, le nombre d'établissements et de places assises en restauration traditionnelle reste stable.

### AIDES DE LA RÉGION DE 2005 À 2007

Départements	Investissements	Total subventions	Répartition subventions	Nombre de projets
03	1.661.942 €	272.255 €	27,5 %	7
15	600.164 €	103.482 €	10,5 %	2
43	378.000 €	69.589 €	7 %	5
63	1.983.078 €	545.721 €	55 %	15
Total région	4.623.184 €	991.047 €	100 %	29



82 % des investissements dans le secteur de la restauration ont été réalisés dans les départements du Puy-de-Dôme et de l'Allier qui représentent à eux deux 70 % du parc de restaurants. Le montant moyen des investissements par projet est de 159.400 € et le taux moyen de subvention de 21.4 %.

82 % des investissements dans la restauration ont eu lieu dans l'Allier et dans le Puy-de-Dôme entre 2005 et 2007.

### Ce qu'ils en pensent

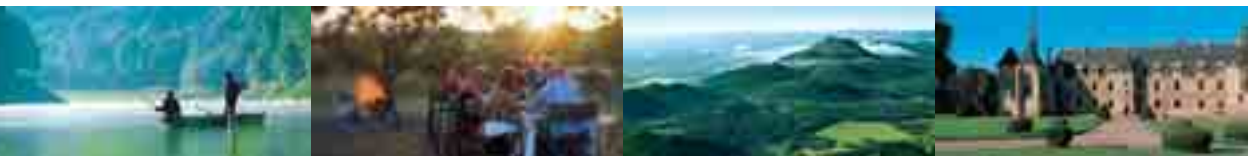
Valérie et Guillaume CHAZOT, propriétaires, Hôtel-restaurant 3\* « Le Bel Horizon » 43400 Le Chambon-sur-Lignon - <http://www.belhorizon.fr> - Tél. 04 71 59 74 39

« Depuis que nous avons repris Le Bel Horizon en 1995, nous investissons régulièrement. Dernièrement, nous avons construit 10 chalets de haut confort (Wifi, télé écran plat, douches italiennes à jet, salon avec cheminée). Nous avions en tête cette création, mais elle a été « boostée » par l'accueil de l'équipe nationale du Portugal lors de la Coupe du monde de rugby 2007. Nous avons, de fait, adapté les aménagements et donc le développement futur de notre hôtel aux séminaires et groupes de sportifs de haut niveau.

Les aides régionales, étaient la condition sine qua non pour monter le dossier et mobiliser les banques. »

Bernard CHANDIOUX, propriétaire, hôtel-restaurant 4\* « Le Clos de Bourgogne » 03000 Moulins - <http://www.closdebourgogne.fr> - Tél. 04 70 44 03 00

« Monter un dossier d'investissements pour de l'hôtellerie haut de gamme a été beaucoup plus difficile et plus long que ce que je pensais. Sans accompagnement et surtout sans aides financières publiques, notre projet n'aurait pas vu le jour surtout en raison des choix d'aménagements et d'équipements de qualité. Exploité par mon fils en cuisine et son épouse, l'établissement a intégré la chaîne des Châteaux-Hôtels de France début 2007. »



## POUR MIEUX FAIRE

Une « destination touristique » s'organise et se conjugue au travers de filières de produits, de filières d'hébergements... cohérents avec l'espace de destination. Le contrat de progrès proposé aux hôteliers, mais aussi à l'ensemble des hébergements marchands de la région, s'inscrit dans cette logique :

- s'engager avec leurs équipes dans une démarche qualité qui associe la formation et la recherche de la satisfaction client,
- définir, lors d'investissements de création ou de rénovation et développement, un vrai positionnement marketing pour leurs établissements afin de « formater » une offre lisible et fiable, avec la meilleure corrélation possible entre la « promesse-client » et la réalité du produit pour faciliter la mise en marché et la commercialisation.

## → HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

### SITUATION EN 2005

4 % de l'offre nationale, 10<sup>e</sup> rang en nombre de campings, l'Auvergne compte 339 établissements et 25 355 emplacements classés.

38 % des emplacements et 44 % des établissements sont situés dans le Puy-de-Dôme.

Une majorité des campings appartient à des collectivités (58 %).

Ce secteur d'activité est actuellement en pleine mutation : on constate une augmentation des emplacements dédiés à des formules locatives fixes (mobil-homes, HLL,...) qui modifie profondément les caractéristiques d'activité des établissements, qui se rapprochent de plus en plus du fonctionnement de villages de vacances ou de résidences locatives. En Auvergne, le phénomène est plus discret que sur le reste du territoire national.

Au total, les emplacements équipés de structures locatives fixes représentent en 2005 plus de 6 % du total des emplacements. Cette mutation répond à la fois à une demande croissante des clientèles et permet d'augmenter la durée d'exploitation des campings.

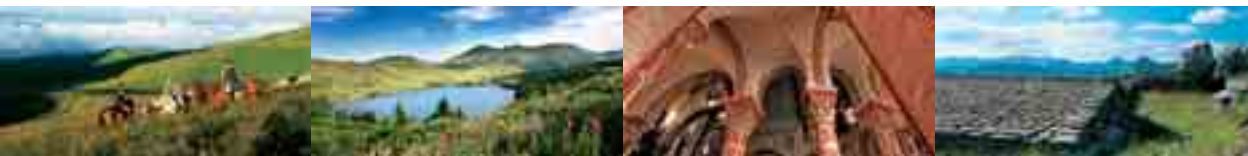
### POINT FIN 2007

Le parc régional classé a connu une diminution du nombre de campings (- 4 %) mais reste stable en nombre d'emplacements, ce qui signifie une augmentation de la capacité moyenne des établissements. Le nombre d'emplacements équipés de locatifs fixes a lui aussi enregistré une augmentation : en 2007, près de 10 % des emplacements sont équipés.

La proportion de campings appartenant à une collectivité a augmenté de 4 % et le nombre d'emplacements classés 3\* et 4\* par rapport au nombre total d'emplacements (nus et locatifs) a augmenté de 2 %.

En 2007, l'Auvergne compte 115 campings classés 3\* et 4\* soit 11 574 emplacements et 35 campings sont labellisés Camping Qualité.

35 des  
campings classés  
d'Auvergne  
sont labellisés  
Camping Qualité  
à la fin 2007.



## AIDES DE LA RÉGION DE 2005 À 2007

Départements	Investissements	Total subventions	Répartition subventions	Nombre de projets	
96.087 €	03	924.328 €	96.087 €	11,3 %	9
525.822 €	15	1.700.680 €	186.898 €	21,8 %	8
47.041 €	43	592.844 €	47.041 €	5,5 %	4
186.898 €	63	4.502.413 €	525.822 €	61,4 %	16
	Total région	7.720.265 €	855.848 €	100 %	37

Le département du Puy-de-Dôme, qui représente 38 % du nombre des campings classés, a réalisé 58,3 % des investissements. Le montant moyen des projets d'investissements s'élève à 193.000 € et le taux moyen de subvention est de 11 %.

## Ce qu'ils en pensent

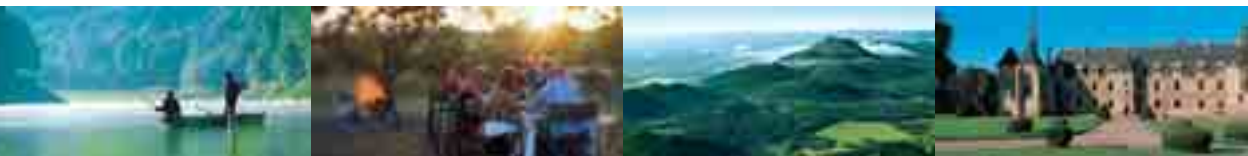
Messieurs POMMIER, propriétaires, Camping 4 \* « La Ribeyre » – 63790 Saint-Victor-La-Rivière - <http://www.camping-laribeyre.com> - Tél. 04 73 88 64 29

« [...] Nous sommes passés en 20 ans d'emplacements nus pour tentes à des mobil-homes ultra équipés avec une batterie de services des plus élaborés. Il faut, dans notre profession, en permanence se remettre en question, cultiver son avance et sa différence, nos investissements sont donc réguliers. Notre dernière réalisation, un parc aquatique, répond aux attentes des clientèles actuelles : plusieurs bassins dont un couvert, cinq toboggans, une rivière, une cascade, un spa, un bain bouillonnant, une balnéo... Nous avons pu boucler cette réalisation telle qu'on l'imaginait grâce aux subventions. Cela nous a permis de conforter notre position de leader, de doubler notre équipe, d'élargir notre saison et de revaloriser nos tarifs. »

## POUR MIEUX FAIRE

Pour mieux répondre aux attentes des clientèles de ce secteur d'activité, trois axes d'amélioration qualitative de l'hôtellerie de plein air sont à mettre en œuvre :

- développer la mise en place de démarches Camping Qualité pour mieux rassurer les clients à travers une offre labellisée,
- développer de plus en plus les équipements de loisirs et les prestations d'animations pour passer du « loueur » d'emplacements au prestataire touristique,
- inciter à la segmentation de l'offre en adaptant les équipements le mieux possible aux attentes des clientèles propres à chaque établissement.



## → VILLAGES DE VACANCES

### SITUATION EN 2005

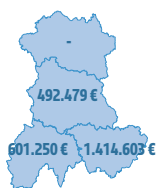
L'offre en Auvergne compte 57 établissements (villages de vacances et maisons familiales) et 11 116 lits.

En 2003, 1,1 million de nuitées ont été comptabilisées dans ces hébergements. La fréquentation est en progression constante (+ 7 % par rapport à 2002). Elle s'explique par une forte augmentation de l'activité « groupes » (+ 16 %) principalement en avant-saison (mai et juin).

### POINT FIN 2007

67 villages de vacances et maisons familiales qui regroupent 12 311 lits sont comptabilisés en 2007. Depuis 2005, le nombre d'établissements a augmenté de 17 % et le nombre de lits de 11 % essentiellement dans les départements de la Haute-Loire et du Cantal.

### AIDES DE LA RÉGION DE 2005 À 2007



Départements	Investissements	Total subventions	Répartition subventions	Nombre de projets
03	-	-	-	-
15	3.458.816 €	601.250 €	24 %	3
43	3.433.853 €	1.414.603 €	56,4 %	4
63	3.111.917 €	492.479 €	19,6 %	2
Total région	10.004.586 €	2.508.332 €	100 %	9

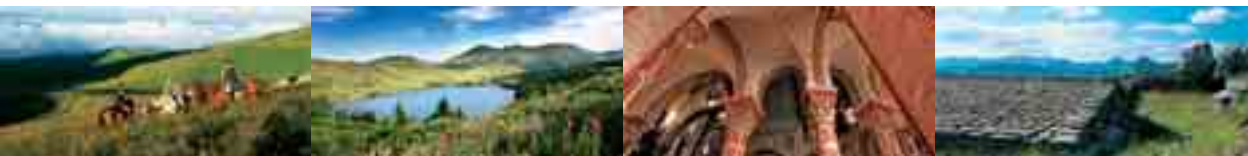
2 064 lits ont été renouvelés en 3 ans pour un montant d'investissement total de 10.004.586 €. Le montant d'investissement moyen est de 1.111.620 € par projet et de 4.847 € par lit.

Les capacités d'accueil en villages de vacances d'Auvergne ont augmenté de 11 % en 3 ans.

### Ce qu'ils en pensent

Frank TERRANOVA, Directeur, Village de vacances « La Prade Haute » 63 240 Le Mont-Dore [www.touristravacances.com](http://www.touristravacances.com) - Tél. 04 73 65 00 96

*Après plusieurs années de fermeture, la Communauté de Communes du Sancy, en collaboration avec la structure gestionnaire Touristra Vacances et les partenaires : Val et les comités d'entreprises adhérents, ont décidé de réhabiliter le village de vacances, de le remettre aux normes et surtout de l'adapter aux nouvelles attentes des touristes. Le programme d'investissement de 7.300.000 € a permis de recréer une offre d'hébergement de qualité, associée à des équipements de loisirs, d'animation et de services. Aux 450 lits, se sont rajoutés une piscine couverte, indispensable pour satisfaire la clientèle familiale, et un espace forme (hammams, sauna, bains à remous et salle de sport). Ce pari a pu être réussi grâce à l'ensemble des partenaires publics locaux (Région et Département), l'État et l'Europe qui ont soutenu financièrement ce projet aux cotés des partenaires privés (organisme gestionnaire et comités d'entreprises). Ouvert depuis février 2007, le village va créer plus de 20 emplois équivalents temps plein en offrant 35 à 40 emplois saisonniers en haute saison, et a pour objectif d'atteindre 55 000 journées vacances.»*



## POUR MIEUX FAIRE

La diminution constante de fréquentation de ce secteur d'activité (- 3 % en 2006/2005 et - 5 % en 2005/2004) résulte de la baisse globale de l'activité « groupes ». Les pistes d'amélioration qualitative s'apparentent à celles de l'ensemble des autres secteurs d'hébergements : les demandes et attentes des clientèles de ce secteur d'activité sont identiques à l'ensemble des clientèles touristiques : une meilleure adaptation de l'offre aux nouvelles attentes en termes de qualité du confort et des propositions d'animations et d'activités.

## → CENTRES D'ACCUEIL POUR ENFANTS ET JEUNES

### SITUATION EN 2005

Les projets de rénovation et de restructuration sont souvent très lourds financièrement. Le besoin de rentabiliser l'investissement est vital pour pérenniser la structure. Ces investissements ont ainsi permis de professionnaliser le système d'exploitation, d'allonger la durée d'ouverture, d'améliorer l'offre de loisirs et/ou l'offre pédagogique.

L'approche marketing des projets, incitée par l'obligation de respecter les préconisations de la charte Qualité Auvergne spécifique à ce secteur, fixe un cadre rendant efficace ensuite la commercialisation de ces structures.

Développer la qualité de l'accueil des enfants et des jeunes en Auvergne, c'est favoriser le tourisme de demain.

### POINT FIN 2007

25 centres d'accueil et maisons d'enfants ont été rénovés en 3 ans. 3 ont aujourd'hui mis en place une démarche qualité et sont certifiés Qualité Auvergne.

### AIDES DE LA RÉGION DE 2005 À 2007

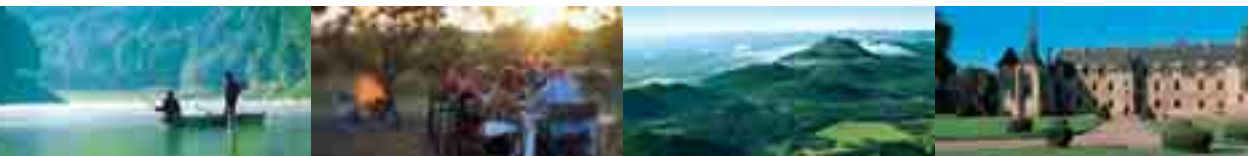
Départements	Investissements	Total subventions	Répartition subventions	Nombre de projets
03	4.708.666 €	420.817 €	17,9 %	4
15	1.156.052 €	346.814 €	14,7 %	5
43	3.596.891 €	789.147 €	33,6 %	8
63	5.237.020 €	796.961 €	33,8 %	8
<b>Total région</b>	<b>14.698.629 €</b>	<b>2.353.739 €</b>	<b>100 %</b>	<b>25</b>



Le montant total des investissements est de 14.698.629 € pour 25 projets et 2 963 lits soit 587.945 € par projet et 4.961 € d'investissements par lit. 25 % de ces investissements ont été réalisés dans le département de la Haute-Loire qui devance les 3 autres départements en nombre de lits rénovés (36 %).

Le montant moyen d'investissement par lit est important et en forte augmentation en 2007. Le taux moyen de subvention par projet est de 16 %.

En 3 ans,  
25 centres  
d'accueil pour  
enfants ont été  
rénovés et  
3 certifiés  
Qualité  
Auvergne.



## Ce qu'ils en pensent

Madame PEYRACHE, directrice, centre d'accueil pour enfants et jeunes « Le Mont Joyeux », Association Horizon 3000 - 43190 Tence - [http://horizon\\_3000.monsite.wanadoo.fr](http://horizon_3000.monsite.wanadoo.fr)  
Tél. 04 71 59 86 67

« Nous étions arrivés à un point de non retour ; soit nous investissons massivement pour rénover en profondeur, soit nous arrêtons purement et simplement. À Tence, le Mont Joyeux emploie à l'année 26 personnes plus 25 autres en équivalent temps plein sur la période de mars à octobre, et génère des retombées économiques sur le territoire. De plus, le site est au milieu d'un parc arboré de 14 hectares exceptionnel, il a une vraie valeur touristique qu'ont perçue immédiatement tous ceux qui sont venus étudier le dossier. Nous avons bénéficié de l'énergie de personnes qui ont tout fait pour faire aboutir ce dossier. »

## POUR MIEUX FAIRE

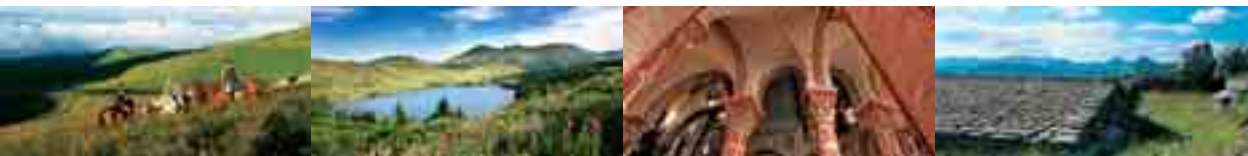
Pour rendre la qualité de cette offre plus lisible auprès de ces clientèles spécifiques, deux axes de développement sont à privilégier :

- inciter le plus possible à la qualification officielle : augmenter le nombre de structures qui ont réalisé leurs investissements à être certifiées par une démarche qualité,
- développer, en partenariat avec l'Éducation Nationale, la qualification d'au moins un produit pédagogique original et novateur, propre à chaque centre, de manière à structurer une offre régionale qualitative, sécurisante et attractive dans toutes ses composantes.

À court termes,  
les centres  
d'accueils pour  
enfants  
d'Auvergne  
auront intérêt  
à regrouper  
leurs moyens  
de promotion  
dans une stratégie  
marketing  
régionale



Centre d'accueil  
pour enfants et jeunes  
« Le Mont Joyeux »  
(Tence - Haute-Loire).  
Aide régionale : 210.377 €



## → OFFRE TOURISTIQUE D'HÉBERGEMENT INNOVANTE

### SITUATION EN 2005

L'évolution des modes de consommation touristique génère de nouveaux besoins et de nouvelles attentes en termes d'hébergements et d'activités.

Une démarche qualité territoriale, qui a pour objectif de « coller » au plus près des attentes nouvelles des clientèles, nécessite, pour une collectivité, de pouvoir aider et même de favoriser l'émergence de produits novateurs qui s'inscrivent dans sa politique d'amélioration de la qualité d'accueil. C'est l'objectif de ce programme.

### POINT FIN 2007

18 projets ont été aidés. À titre d'exemples :

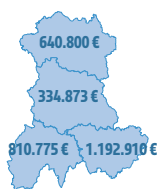
- création d'un ensemble résidentiel de roulotte avec activités de loisirs (piscine,...),
- rénovation et transformation avec des matériaux écologiques, d'un ancien hôtel désaffecté en hébergement avec un café gourmand et un espace bien-être,
- rénovation de burons pour créer un produit complet hébergement / restauration / pêche autour d'un lac d'altitude,
- création d'un parc résidentiel de loisirs totalement adapté à l'accueil de personnes avec un handicap. Il est aujourd'hui labellisé pour les 4 types de handicap.

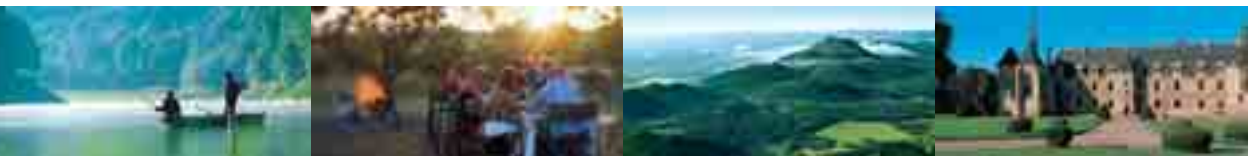
L'ensemble de ces projets, ne pouvant s'inscrire dans un classement administratif existant, a permis de créer en Auvergne des produits touristiques innovants dans leur conception. Tout en respectant les normes réglementaires afférentes à leur métier, ils ont été imaginés pour répondre au plus près aux attentes de leur clientèle spécifique.

En créant la ligne « offre touristique innovante », le Conseil régional d'Auvergne a souhaité accompagner des projets identitaires de qualité qui ne rentraient pas forcément dans des cadres et normes administratives établis.

### AIDES DE LA RÉGION DE 2005 À 2007

Départements	Investissements	Total subventions	Répartition subventions	Nombre de projets
03	4.246.545 €	640.800 €	21,5 %	3
15	4.016.902 €	810.775 €	27,2 %	6
43	7.855.395 €	1.192.910 €	40 %	6
63	1.834.000 €	334.873 €	11,3 %	3
Total région	17.952.842 €	2.979.358 €	100 %	18





« Alta Terra »  
(Lavignerie - Cantal)  
Aide régionale : 50.000 €

Le montant total des investissements est de 17.952.842 € pour un montant de subventions régionales attribuées de 2.979.358 € soit un taux moyen de 16,6 % : 825 lits nouveaux ont été créés.

L'investissement moyen sur 3 ans par projet est de 997.380 € et par lit de 21.761 € (en 2007 : 30.000 €). La Haute-Loire se distingue particulièrement : le département représente 43,8 % du montant des investissements.

## Ce qu'ils en pensent

Virginie SERRE, propriétaire

« Alta Terra - Le Café Gourmand des Hautes Terres » - 15300 Lavignerie - Primé aux Étoiles de l'Accueil 2007 - [www.altaterra-cantal.fr](http://www.altaterra-cantal.fr) - Tél. 04 71 20 83 03

« Notre projet, un lieu mêlant nature, bien-être et gourmandise était clair et mature. Il ressemble aujourd'hui, à 90 %, à ce que nous avions en tête. Le plus compliqué a été l'amont, le montage des dossiers, le suivi des travaux... Ni une chambre d'hôtes, ni un gîte de groupe, ni même un hôtel, notre projet était hors cadre et donc difficile à financer sauf pour le Conseil régional qui a conçu un dispositif pour s'adapter à ce type de projet.

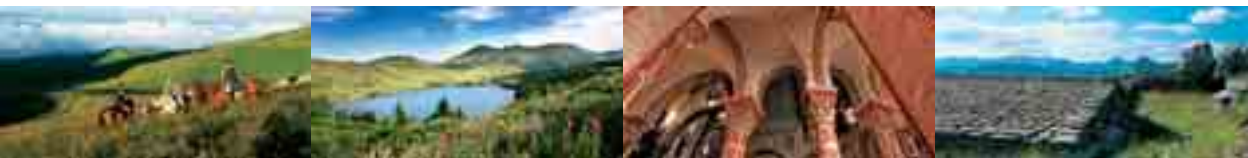
Nous avons eu la chance de trouver, derrière les institutions, des individus qui ont vraiment cru en notre projet et nous ont mis sur les rails. Alta Terra les a convaincus, c'est ensuite avec leur conviction que nous avons mobilisé les banques, pour lesquelles l'appui des collectivités a apporté crédibilité et poids. »

Le Conseil  
régional  
d'Auvergne  
veut privilégier  
l'originalité,  
l'identité  
auvergnate et  
le développement  
durable dans  
l'aide des  
hébergements  
innovants.

## POUR MIEUX FAIRE

À partir de 2008, une orientation forte de cette aide vers des projets apportant une vraie plus-value différenciatrice en termes :

- d'équipements de loisirs intégrés novateurs autour d'une thématique identitaire de l'Auvergne : l'eau/le bien-être,
- d'éléments de confort et d'ambiance originaux dans leur conception et / ou dans les matériaux utilisés,
- de prise en compte de l'approche développement durable dans toutes ses composantes : construction, fonctionnement, intégration dans l'environnement de proximité, filières courtes.



## → MEUBLÉS DE TOURISME (GÎTES DE FRANCE/ CLÉVACANCES...)

### SITUATION EN 2005

Avec 7 105 meublés de tourisme classés (gîtes et appartements), l'Auvergne se place au 6<sup>e</sup> rang national avec environ 6 % de l'offre. 54 % des meublés sont classés en catégorie 2\* et 36 % adhèrent à l'un des deux réseaux les plus représentés en Auvergne (Gîtes de France et Clévacances).

70 % des chambres d'hôtes sont classées 3 épis Gîtes de France. Deux autres labels co-existent en Auvergne : Fleur de Soleil avec environ 20 établissements (54 chambres) et Bien-Être en maison d'hôtes avec environ 13 établissements (55 chambres). Les chambres d'hôtes sont plus représentées dans le département de la Haute-Loire (26 %).

### POINT FIN 2007

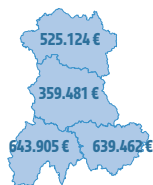
Une augmentation de 0,1 % du parc des meublés de tourisme classés dont + 1,4 % de gîtes classés en 3 ans et + 3 % des meublés classés 3\* et plus. Le pourcentage de structures adhérentes à un label n'a pas évolué, il reste stable à 35,5 % (Clévacances, Gîtes de France,...).

Le nombre de chambres d'hôtes a progressé de 5 % et près de 75 % sont labellisées 3 épis Gîtes de France ou 3 clés Clévacances ou plus.

### AIDES DE LA RÉGION DE 2005 À 2007

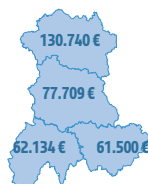
#### Meublés labellisés (Gîtes de France, Clévacances...)

Départements	Investissements	Total subventions	Répartition subventions	Nombre de projet
03	4.916.276 €	525.124 €	24,2 %	77
15	7.894.778 €	643.905 €	29,7 %	95
43	5.444.242 €	639.462 €	29,5 %	49
63	4.586.247 €	359.481 €	16,6 %	46
Total région	22.841.543 €	2.167.972 €* <sup>1</sup>	100 %	267



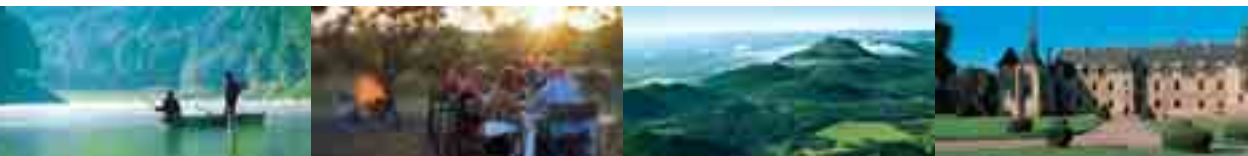
#### Chambres d'hôtes

Départements	Investissements	Total subventions	Répartition subventions	Nombre de projet
03	963.961 €	130.740 €	39,4 %	21
15	683.440 €	62.134 €	18,7 %	9
43	804.530 €	61.500 €	18,5 %	6
63	696.662 €	77.709 €	23,4 %	7
Total région	3.148.593 €	332.083 €	100 %	43



\* A noter que pendant deux ans, le Conseil régional d'Auvergne s'est substitué aux fonds Européens (FEOGA) afin de maintenir un taux d'aides publiques suffisamment attractif pour les porteurs de projets.

L'Auvergne occupe le 6<sup>e</sup> rang national pour l'offre meublés de tourisme classés. Parmi cette offre, les Gîtes de France dont la qualité en Auvergne a considérablement évolué ses 3 dernières années.



« À la Buissonnière »  
(Léotoing - Haute-Loire)  
Aide régionale : 48.920 €

Pour faire  
la différence,  
équipements  
de loisirs et  
bien-être devront  
compléter l'offre  
des meublés  
de tourisme.

Au total, 310 projets de meublés touristiques dont 43 projets de chambres d'hôtes (81 chambres, 1,9 chambre par projet en moyenne) ont été subventionnés dont 1/3 dans le Cantal.

Le montant moyen global d'investissement par projet est de 83.800 € et le montant moyen d'aides régionales attribué à chaque projet sur 3 ans se monte à 8.065 €.

Les chambres d'hôtes représentent 13,9 % des projets, 12 % du montant total des investissements et 13,3 % des subventions. Le montant moyen des investissements par projet est de 73.223 € (85.549 € pour les meublés) et le taux moyen de subvention est de 10,5 % (9,5 % pour les meublés).

## Ce qu'ils en pensent

Claudine CORMERAIS, propriétaire, chambre d'hôtes 4 épis « À la Buissonnière »  
43410 Léotoing - [www.alabuissonniere.com](http://www.alabuissonniere.com), Tél. 04 71 76 31 41

« Notre histoire d'hébergement écotouristique est directement liée à un projet global de développement durable. Nous avons voulu promouvoir ces valeurs pour ouvrir notre territoire Auvergne et répondre aux attentes d'un public de plus en plus demandeur. Nos chambres d'hôtes de charme 4 épis À la Buissonnière ont été créées pour accueillir des visiteurs et des stagiaires attirés par nos activités et valeurs : paysage, biodiversité, savoir-faire de la pierre sèche... Notre hébergement est en parfaite harmonie avec le projet global : matériaux nobles, énergie solaire, piscine écologique, produits bio et vins naturels.

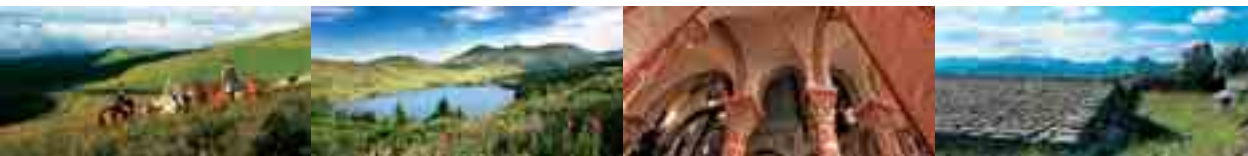
Depuis, la fréquentation n'a cessé de croître. »

Marie-Françoise MAYMAT, propriétaire « Demeure de Givreuil », chambre d'hôtes 4 épis - 03210 Besson - <http://www.demeuredegivreuil.fr> - Tél. 04 70 46 13 93

« Au départ, Givreuil est une passion personnelle : gentilhomme du XV<sup>e</sup> en ruine, elle offrait un caractère très romantique et des qualités architecturales qui ne demandaient qu'à être révélées. J'ai investi régulièrement depuis 30 ans pour lui rendre sa superbe. Aujourd'hui, mon projet de vie a évolué. Plus disponible, j'avais envie de faire découvrir ce Bourbonnais si méconnu et partager ma passion pour cette demeure et ses environs. Grâce aux financements mobilisés, j'ai finalisé mon projet d'accueil et conçu deux belles chambres d'hôtes. Ouvertes depuis un an, les premiers échos sont très positifs. J'ai reçu des journalistes belges par exemple qui ont adoré les cheminées, les draps en fil brodés, l'argenterie,.... Bref tout ce qui rend l'atmosphère incomparable ! »

## POUR MIEUX FAIRE

Depuis 2007, on assiste, comme pour les autres formes d'hébergements touristiques, à une demande croissante de développer des équipements de loisirs et de bien-être, complémentaires à l'hébergement, qui permettent aux propriétaires de faire la différence dans un secteur de plus en plus concurrentiel.



## → AIRES DE SERVICES POUR CAMPING-CARS

### SITUATION EN 2005

Le marché du camping-car est un marché en plein essor. Le camping-cariste est un touriste itinérant qui a deux types de besoins :

- techniques : point de ravitaillement en eau potable, évacuation des eaux usées...
- informatifs : informations pratiques sur la localité, informations touristiques, réseau des aires de services régionales...

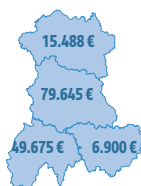
Le Conseil régional d'Auvergne aide une moyenne de 12 communes ou communautés de communes à s'équiper chaque année pour développer le réseau régional.

### POINT FIN 2007

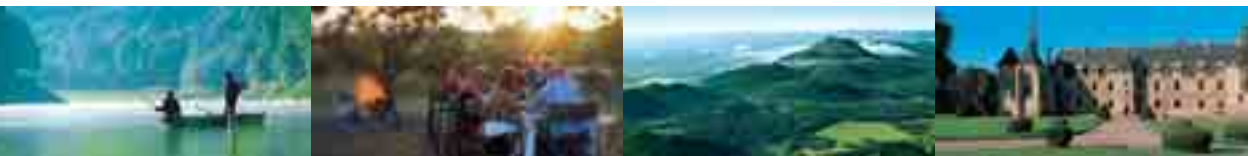
27 projets ont été subventionnés en 3 ans pour un montant total de 151.708 €. Plus de 80 % des projets sont localisés dans 2 départements, le Cantal et le Puy-de-Dôme. Le montant moyen de subvention par projet est de 5.618 € et l'investissement moyen de 35.875 €.

### AIDES DE LA RÉGION DE 2005 À 2007

Départements	Investissements	Total subventions	Répartition subventions	Nombre de projets
03	105.627 €	15.488 €	10,3 %	3
15	376.479 €	49.675 €	32,7 %	9
43	52.784 €	6.900 €	4,5 %	2
63	433.747 €	79.645 €	52,5 %	13
Total région	968.637 €	151.708 €	100 %	27



Le Conseil régional d'Auvergne a subventionné 27 projets d'aires de camping-cars en 3 ans, dont la moitié dans le Puy-de-Dôme.



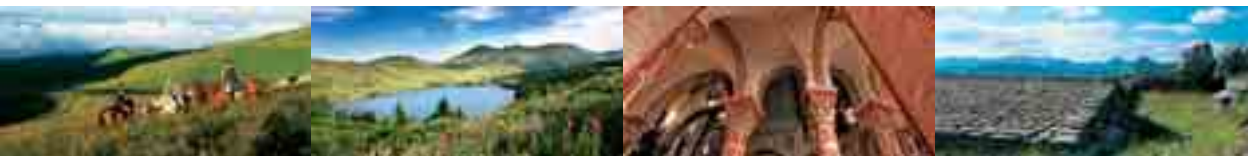
## LES AXES DE PROGRÈS PRIORITAIRES POUR L'AUVERGNE D'ICI 2010

- Pour conforter l'image de l'Auvergne : structurer à partir des hébergements existants ou à créer une offre qualitative novatrice et respectueuse de l'environnement autour de thématiques identitaires de l'Auvergne et répondant au plus près aux attentes des clientèles « cœurs de cibles ».
- Pour rendre l'Auvergne lisible sur les marchés nationaux et internationaux : inciter les investissements d'opérateurs nationaux sur le territoire régional en organisant un réseau efficace « opérateurs / apporteurs d'offres qualifiées ».
- Pour continuer à améliorer la qualité de l'offre : développer l'accompagnement des porteurs de projets publics et privés, et des territoires dans le cadre de contrats de progrès pour :
  - sécuriser le niveau de confort et de prestations de services des hébergements en développant les démarches qualité reconnues par la marque nationale Qualité Tourisme en partenariat avec le Groupement pour la Qualité en Auvergne,
  - inciter au développement de contrats de progrès de territoire autour de projets d'hébergements pour créer une vraie cohérence de positionnement clientèles entre un projet et son environnement de proximité,
  - accompagner les porteurs de projet dans les choix marketing de leur investissement pour développer une offre commerciale quantitativement visible et répondant qualitativement aux cahiers des charges définis par segments de clientèles.



*Hôtel-restaurant « Le Bel Horizon ».  
(Le Chambon-sur-Lignon - Haute-Loire)  
Aide régionale : 130.000 €*

Qualité,  
innovation,  
développement  
durable et  
accompagnement  
des investisseurs  
et porteurs de  
projets sont  
les clés de  
l'avenir pour  
le tourisme  
auvergnat.



## ACTE II : Organiser le développement du tourisme

### RAPPEL DE LA MESURE

L'objectif du Conseil régional d'Auvergne est de doter 100 % des communes de la région d'un outil de promotion et de développement touristique de proximité grâce à l'organisation de la mutualisation des moyens, de la promotion et de la production touristique. Pour ce faire, la mise en place d'Agences Locales de Tourisme est proposée sur l'ensemble du territoire auvergnat. Une ALT doit être mise en place sur un territoire pertinent afin que l'offre touristique atteigne quantitativement et qualitativement un niveau permettant sa commercialisation.

### POINT FIN 2007

Les Agences Locales de Tourisme, nouveaux outils pour le tourisme régional, uniques en France, favorisent le regroupement à des échelles géo-touristiques pertinentes, des acteurs publics et privés de cette économie et de ces territoires.

16 ALT\* sont aujourd'hui en place, soit plus de 85 % des communes auvergnates disposant ainsi d'un outil de promotion de proximité de type « office de tourisme » fin 2007 contre seulement 40 % en 2005. Cette nouvelle organisation offre ainsi un meilleur service à la clientèle touristique et des retombées économiques accrues, grâce notamment à une mutualisation optimale des moyens humains et financiers, de la promotion, de la production et de la commercialisation touristique.

### AIDES DE LA RÉGION DE 2005 À 2007

Depuis 2005, le Conseil régional a versé plus de 1,5 million d'euros aux ALT, soit près de 43.000 € par an à chaque ALT. C'est un programme rare et ambitieux pour une collectivité régionale.

	2005	2006	2007	TOTAL
Budget total ALT	1.350.862 €	2.036.008 €	3.044.693 €	<b>6.431.563 €</b>
Subventions Conseil régional	325.000 €	583.178 €	666.713 €	<b>1.574.891 €</b>

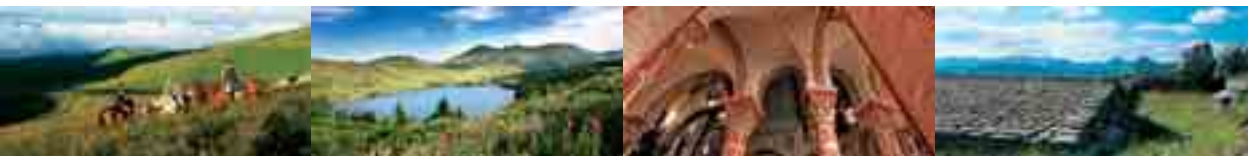
Départements	Nombre d'ALT	Budget total ALT	Total subventions	Répartition des subventions
03	3	286.030 €	99.115 €	6%
15	5	2.613.805 €	458.012 €	29%
43	3	1.088.071 €	276.013 €	18%
63	5	2.443.657 €	741.751 €	47%
Total région	16	6.431.563 €	1.574.891 €	100%



La couverture de la taxe de séjour en Auvergne est passée de 28 % à 78 % en 3 ans grâce à la mise en œuvre du dispositif des Agences Locales de Tourisme.

\* cf. poids économique des ALT en Auvergne « Annexe - Tableau ALT » page 68.





L'un des engagements majeurs pris par les ALT en contrepartie des subventions régionales est la mise en place de la taxe de séjour sur le territoire, taxe prélevée directement par les hébergeurs touristiques auprès des touristes, puis reversée à la collectivité pour une utilisation exclusivement dédiée au développement et à la promotion touristique.

La large couverture du territoire auvergnat par la taxe de séjour (78 % des communes auvergnates couvertes en 2007 contre 28 % en 2004) a permis d'atteindre en 2007 un produit estimé à plus de 3 millions d'euros contre 1,7 million d'euros en 2004.

## Ce qu'ils en pensent

**Gérard PEYRALS (coordinateur ALT Massif cantalien)**

*« La démarche ALT nous a permis de travailler en commun entre l'ensemble des offices de tourisme du territoire du Massif cantalien sur des thèmes très variés comme la communication, la promotion, la formation,... La mutualisation des moyens a entraîné une économie importante au niveau des éditions et une amélioration de l'image du territoire. Mais nous ne sommes qu'au début de notre coopération, de nouvelles perspectives nous attendent dont notamment celle de la commercialisation. »*

**André PERRIER (Président ALT Jeune Loire et ses Rivières)**

*« L'un des effets les plus visibles de la mise en place de l'Agence Locale de Tourisme sur le territoire du Pays de la Jeune Loire et ses Rivières est sans conteste la prise en compte totale et de manière primordiale du client et de ses exigences à travers la définition des nouveaux outils de promotion touristique.*

*Ainsi, la réussite de l'ALT passera obligatoirement par :*

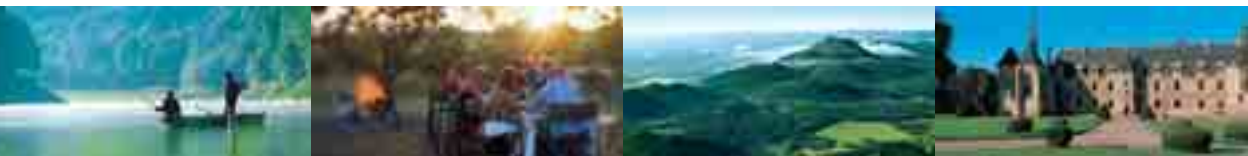
- une professionnalisation accrue des acteurs touristiques,
- une attitude plus commerciale, une approche plus « business » du tourisme,
- une ouverture d'esprit et une capacité à savoir faire évoluer les habitudes de travail,
- une optimisation des moyens grâce à une mutualisation efficace des outils. »

## POUR MIEUX FAIRE

La première phase d'évolution des ALT, actuellement en cours, permettra une mutualisation absolue des compétences et des moyens grâce à la fusion de l'ensemble des OTSI du territoire en une structure unique de type office de tourisme intercommunautaire. À ce jour, 3 ALT sont constituées en structure unique et de nombreuses réfléchissent activement aux possibilités d'évoluer dans ce même sens.

La seconde phase conduira ces structures vers la notion de « coopératives de gestion et de production », c'est-à-dire vers une implication plus grande dans la définition de la stratégie économique et touristique du territoire, dans la coordination du développement et dans la gestion de sites ou d'équipements touristiques.

Les ALT  
pourraient  
évoluer vers  
des structures  
de gestion et  
de production  
touristique à  
l'échelle du  
territoire.



## ACTE III : Promouvoir la destination

Depuis 2005, le Comité Régional de Développement Touristique d'Auvergne a réorienté la politique de promotion touristique de la région.

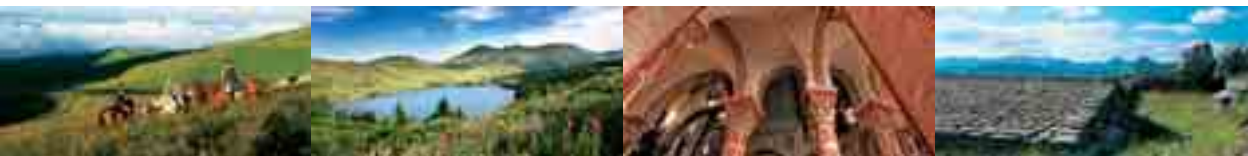
On est passé d'une promotion basée sur l'image à une commercialisation de la destination. Ce choix s'est traduit par l'abandon des campagnes d'affichage (métro parisien et grandes villes) et des insertions dans la presse nationale à grand tirage.

Des actions plus ciblées géographiquement et par type de clientèle (couples sans enfant, familles, seniors) ont été mises en place. La création et la diffusion de guides et magazines thématiques (nature, familles, bien-être, gastronomie) ont véhiculé une image neuve et tendance de l'Auvergne. La mise en œuvre d'un centre d'appels habilité à répondre à des demandes de réservation d'hébergements et de séjours, l'utilisation accentuée du média Internet, relais privilégié des offres commerciales notamment celles des Services Loisirs Accueils, a fait partie des nouveautés introduites dans la politique promotionnelle de l'Auvergne. La création d'un site régional de réservation en ligne réunissant les offres départementales, a en effet constitué une action innovante, une première en France. La stratégie du CRDTA a été également d'engager des partenariats avec les voyagistes (tour-opérateurs, agences de voyages).

L'ensemble de ces moyens mis en œuvre ont sans aucun doute contribué à améliorer le rang de l'Auvergne (part de marché nationale) passant de la 13<sup>e</sup> à la 10<sup>e</sup> place en nombre de nuitées françaises marchandes et non marchandes.

Le CRDTA s'est aussi attaché au cours de ces trois années, à favoriser la venue de touristes étrangers en Auvergne. La politique choisie dans ce domaine a été de mutualiser des moyens humains et financiers avec le Comité Régional du Tourisme du Limousin et les deux régions concernées dans le cadre de l'association créée à cet effet : Tour Massif. Les contributions financières de l'État et des fonds européens ont permis de donner plus d'ampleur aux actions de promotion communes, ciblant six marchés européens : Grande-Bretagne, Belgique, Pays-Bas, Allemagne, Suisse et Espagne. Les deux régions ont continué à véhiculer leur image respective sous la bannière *Massif central, Original France*.

Grâce à une politique de commercialisation de la destination, l'Auvergne est passée du 13<sup>e</sup> rang national au 10<sup>e</sup> en nombre de nuitées générées.



## → LE MARCHÉ FRANÇAIS

### RAPPEL DE LA MESURE

L'information statistique nous indique que moins de 10% de la population française est susceptible de venir séjourner en Auvergne. L'objectif de la stratégie de promotion régionale ne doit pas être d'essayer de faire venir les 90% de français qui ne sont, de toute façon, pas intéressés par l'offre touristique de l'Auvergne, mais plutôt de convaincre les 10% restants qui sont sensibles aux spécificités d'un territoire tel que le nôtre.

### ACTIONS DE LA RÉGION DE 2005 À 2007

Depuis 2005, le Comité Régional de Développement Touristique d'Auvergne (C.R.D.T.A.) s'est attaché à promouvoir auprès du grand public, mais aussi des tour-opérateurs et agences de voyages, l'offre touristique régionale. Tout en s'appuyant sur des valeurs fortes que sont la nature, les paysages, la qualité de l'environnement, le C.R.D.T.A. a mis en valeur dans ses éditions, sur internet, les activités de pleine nature, la gastronomie sans oublier le patrimoine (églises, châteaux, villes thermales).

Ces différentes thématiques ont été traitées sous un angle rédactionnel systématiquement complété par une offre commerciale d'hébergements et de séjours. Les éditions de la brochure d'appel *l'Effet Volcan*, des magazines saisonniers (*Zig Zag* et *Montagnes d'Auvergne*) ainsi que des guides thématiques (nature, familles, exception) ont été la traduction concrète de cette stratégie.

Au cours des trois années écoulées, le C.R.D.T.A. a souhaité créer les conditions favorables d'une meilleure « vente » de la destination Auvergne, en influant sur les trois étapes essentielles que sont la production, la mise en marché et la commercialisation.

Pour la production, le rôle du C.R.D.T.A. a été d'insister auprès des Services Loisirs Accueils sur la nécessité d'une production de qualité, originale et identitaire de la région. Pour la mise en marché, le C.R.D.T.A. a conduit des actions de nature très diverse, allant de l'encartage des magazines saisonniers et guides thématiques dans la presse spécialisée (randonnée par exemple) au plus grand public (TV magazines régionaux), marketing direct à partir de ses fichiers.

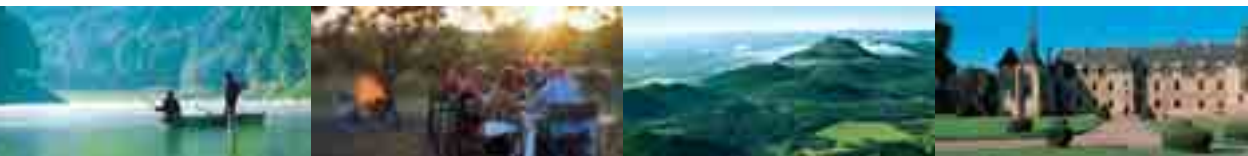
Les sites internet existants : [www.auvergne-tourisme.info](http://www.auvergne-tourisme.info) et [www.auvergne-neige.info](http://www.auvergne-neige.info) ont été modifiés dans la forme par un renvoi sur les minisites correspondant aux thématiques promotionnelles développées. La mise en place de jeux concours a permis d'augmenter le nombre d'abonnés à la lettre d'information du C.R.D.T.A. : 60 000 fin 2007. L'innovation majeure dans le lien entre la mise en marché et la commercialisation a été la création en 2007 par le C.R.D.T.A., en relation avec les Services Loisirs Accueils départementaux, d'un site de réservation en ligne de tout type d'hébergements et de séjours : [www.auvergne-reservation.com](http://www.auvergne-reservation.com).

Le C.R.D.T.A., n'ayant pas d'habilitation légale à commercialiser, a confié après appel d'offres, l'acte de commercialisation à une société privée : Auvergne Tourisme.

Production de qualité et originale, mise en marché et commercialisation renforcées sont les trois étapes nécessaires pour mieux vendre l'Auvergne.



Le site Internet du C.R.D.T.A.  
Objectif : 700.000 visiteurs en 2008.



Opération Carlson Wagonlit / Airliner

Cette volonté de développement commercial de l'Auvergne passe aussi par des actions concertées avec des opérateurs dont l'objectif de vente est une priorité comme Val VVF, Révéa, Gîtes de France, le groupement Qualité Auvergne, par exemple.

L'ensemble de ces programmes conforte aussi la bonne notoriété de l'Auvergne que le C.R.D.T.A. a renforcée par des campagnes nationales radio sur France Inter, France Info et le réseau France Bleu, en 2006 et 2007.

Outre le grand public, les autres cibles privilégiées par le C.R.D.T.A. ont été celles des tour-opérateurs, agences de voyages, ainsi que les médias. Faire parler de l'Auvergne par ses prescripteurs est une caution donnée à la destination. Mettre en place un partenariat avec le réseau d'agences de voyages est inhabituel dans ce domaine institutionnel. Le C.R.D.T.A. l'a réalisé en partenariat avec le réseau d'agences Carlson Wagonlit Voyages

Les médias ont été sensibilisés aux attraits de la destination par l'envoi de dossiers et de communiqués de presse, lors des rencontres organisées au sein de la Fédération Nationale des Comités Régionaux du Tourisme et, aussi à l'occasion d'accueils de presse parmi lesquels on peut citer : les magazines *l'Express*, *Les Échos*, *Marie-Claire*, *la chaîne Voyages*...

## Ce qu'ils en pensent :

Nathalie COUSIN - journaliste - *Détours en France*

« L'Auvergne... j'y suis venue souvent au fil des années faire des reportages pour *Détours en France*. Les paysages sont extraordinaires certes, mais j'y ai à chaque fois aussi rencontré des personnes d'exception. Des âmes passionnées, engagées, généreuses, vraies, entières...parfois trop (!!!) qu'elles soient auvergnates ou bien venues d'autres contrées. L'Auvergne est une terre d'élection pour les caractères forts... »

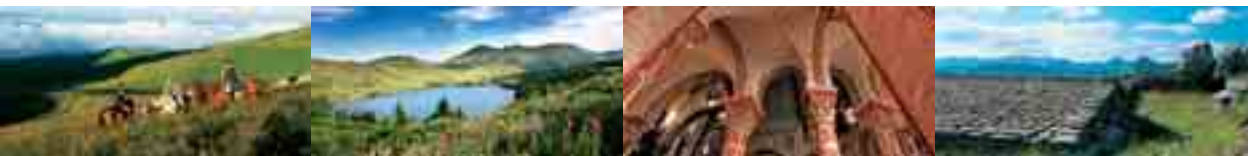
Laurent BORDE, Direction Commerciale et Développement - *Carlson WagonLit Voyages*.

« L'Auvergne jouit d'un capital positif auprès de notre clientèle en termes d'espaces naturels et de richesses de son terroir. Il faut cependant nuancer cet attrait par le manque de produits packagés distribués en agences de voyages. Aussi, plusieurs expériences que nous considérons comme positives pour le développement de la région Auvergne ont été menées depuis plusieurs années puisqu'elles ont fait connaître la destination à nos vendeurs qui peuvent maintenant la proposer ainsi qu'à nos clients qui savent que nous la vendons. Les nouvelles technologies permettent maintenant un accès à l'information plus aisée et quelques opérateurs regroupent les nombreux prestataires touristiques existants, ces derniers sont malheureusement trop peu développés sur la destination Auvergne en agence de voyages à ce jour ».

## POUR MIEUX FAIRE

L'efficacité des actions de promotion passe en amont par une amélioration de la qualité de l'offre mais aussi un côté plus innovant. En cela, *Nattitude* (cf. page 64) est un moyen non exclusif de parvenir à cet objectif. Les professionnels auvergnats, et les centrales de réservation et doivent aussi adapter leur offre commerciale aux évolutions du marché grand public et des tour-opérateurs. La diversité d'utilisation des réseaux commerciaux et le développement de la réservation en ligne sur Internet constituent à l'avenir les clefs du succès de la politique promotionnelle et commerciale du tourisme en Auvergne.

Réservation  
en ligne et  
réseaux de  
communication  
sont les clés  
pour vendre  
la destination  
Auvergne.



## → LES MARCHÉS ÉTRANGERS

### RAPPEL DE LA MESURE

Les régions Auvergne et Limousin sont en 2005 classées respectivement aux 21<sup>e</sup> et 22<sup>e</sup> rangs des 22 régions françaises en matière de fréquentation de clientèles étrangères. Cela tient notamment au volume d'offre de chacune des deux régions, trop faible pour s'attacher aux marchés internationaux. Par ailleurs, une communication efficace à l'international représente un coût démesuré par rapport au budget que les régions Auvergne ou Limousin prises individuellement sont en mesure de lui consacrer. En revanche une communication à l'échelle du Massif central est plus judicieuse. C'est pourquoi **l'association Tour Massif**, regroupant dans un premier temps l'Auvergne, le Limousin et la Lozère, a été créée.

### ACTIONS DE LA RÉGION DE 2005 À 2007

De 2005 à 2007, le Comité Régional de Développement Touristique d'Auvergne (C.R.D.T.A.) et la région Auvergne ont consacré chaque année, en moyenne 460.000 € pour la promotion à l'étranger dont 280 000 € au titre de Tour Massif.

### TOUR MASSIF



Le regroupement avec la région Limousin a permis de conduire un programme d'actions de promotion pour un montant moyen de 750.000 €. Les actions entreprises ont commencé à créer une image « Massif central » auprès des clientèles touristiques ciblées sur les six marchés européens précités, sans pour autant nuire à l'identité de chacune des régions.

Un fort partenariat avec Maison de la France s'est mis en place au cours de ces trois années. Il a donné lieu à des actions grand public par la participation aux principaux salons européens à Londres, Bruxelles, Utrecht, Munich, Genève, Barcelone, par des opérations de marketing direct et d'e-mailings sur des cibles précises (randonneurs, motards par exemple). De nouveaux supports (brochures, cartes touristiques, site Internet) ont été créés, des campagnes de notoriété combinant affichage et presse ont été menées (Belgique, Pays-Bas). Les accueils de presse (18 en 2005, 24 en 2007) ont renforcé l'image des deux régions et, au-delà, celle du Massif central.

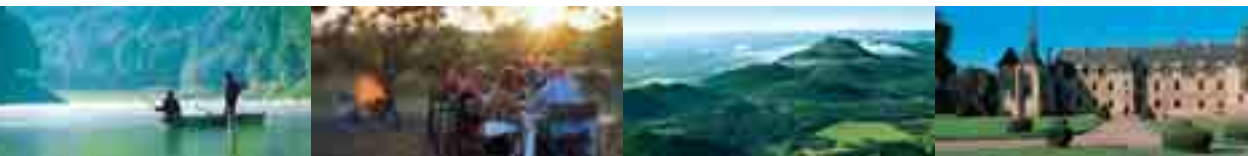
Les tour-opérateurs n'ont pas été insensibles à l'émergence de la nouvelle destination Massif central. Ce phénomène a été très perceptible en Belgique et aux Pays-Bas où la programmation de l'Auvergne et du Limousin à travers les prestataires d'hébergement référencés a été en progression. Le partenariat le plus révélateur concerne Neckermann Belgique, puisqu'en 2007, l'Auvergne et le Limousin ont fait partie des nouveautés du tour-opérateur, qui en a assuré la promotion.

Résultat, près de 2 000 réservations d'hébergements et une crédibilité accrue auprès du tour-opérateur et des vendeurs en agences de voyages.

La promotion, en partenariat avec le Limousin a permis la progression de la lisibilité des territoires auprès des acteurs touristiques étrangers.



Stand Tour Massif -  
Salon Utrecht (Pays-Bas) - 2005.



## AUVERGNE

La stratégie Tour Massif n'est pas un obstacle à la conduite d'actions spécifiques à l'Auvergne. Elles se sont appuyées sur du partenariat financier mais aussi des dotations de séjours en Auvergne, comme ce fut le cas en Belgique (jeu concours destiné aux scolaires avec la Radio RTL) ou en Suisse (collaboration avec Volvic Suisse). Le C.R.D.T.A. a aussi répondu à des demandes de tour-opérateurs pour des éducteurs de découverte de la région et de lieux d'hébergement ou pour un appui promotionnel (achat de pages dans le catalogue du tour-opérateur : Vrij Uit Pays-Bas, valorisation de la thématique hiver avec Pharos Reizen Pays-Bas).

## L'ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION

On peut penser que la conjoncture des actions « Tour Massif » et « Auvergne », auxquelles il convient d'ajouter l'ouverture du viaduc de Millau en 2006, auront eu leur influence sur l'évolution positive de la fréquentation des clientèles étrangères.

## Ce qu'ils en pensent

Mireille VANDENBROUCKE - Responsable des ventes région GAND - NECKERMANN Belgique  
*« Lors de notre éducteur nous avons découvert une région charmante encore relativement méconnue en Belgique, mais très prometteuse. Située à seulement une journée de route de la Belgique, cette région plaira à tous nos clients, à la recherche de nature préservée, d'activités de loisirs et de sports ainsi qu'aux amateurs de bonne table. Je tiens à souligner que nous avons reçu un excellent accueil de la part de tous les hôteliers et nous garderons de bons souvenirs de ce séjour trop court ».*

## POUR MIEUX FAIRE

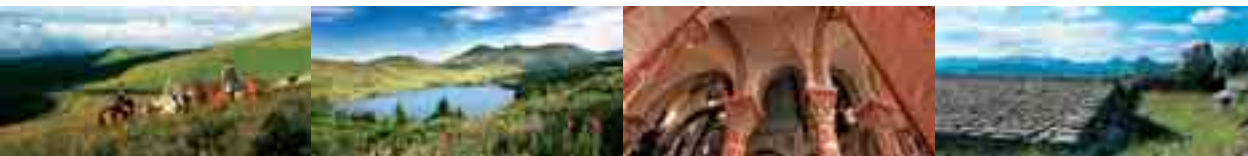
Bien que bénéficiant d'une notoriété certaine dans des pays européens comme la Belgique et les Pays-Bas, l'Auvergne doit continuer à s'intégrer dans des actions à l'échelle Massif Central. Pour gagner en efficacité, celles-ci nécessiteront de rassembler d'autres régions : Bourgogne, Rhône-Alpes, Languedoc-Roussillon, Midi-Pyrénées, en partie concernées par l'image Massif central.

La stratégie du CRDTA s'appuiera aussi sur le partenariat avec les tour-opérateurs spécifiquement intéressés par l'offre auvergnate. Le CRDTA jouera son rôle dans le développement des vols aériens (charters, low cost) en lien avec l'aéroport de Clermont-Ferrand / Auvergne. Cette politique n'aura d'intérêt que si les professionnels auvergnats consentent à des efforts pour améliorer qualitativement leur offre et également l'accueil des touristes étrangers.



Partenariat Volvic Suisse

Pour renforcer sa notoriété, l'Auvergne devra encore s'inscrire dans des actions rassemblant plusieurs régions.



## ACTE IV : Développer et aménager les territoires touristiques

### → FONDS RÉGIONAL D'INTERVENTION TOURISTIQUE (F.R.I.T.)

#### RAPPEL DE LA MESURE

Le principe est d'encourager les structures et les territoires à créer ou à développer un projet de développement global, dans le cadre des Contrats Régionaux de Développement Durable du Territoire (CRDDT). Le F.R.I.T. est disponible pour tous les projets de moins de 1.500.000 € d'investissement relatifs à de l'aménagement de tourisme sportif et de nature, culturel et social, et de découverte économique.

Le FRIT a pour principe de pouvoir intégrer tout type de projets, dans le respect des critères prédéfinis, et de proposer une fiche accessible aux professionnels de la région.

#### SITUATION EN 2005

L'Auvergne est une destination de « tourisme actif », de tourisme d'animation. Nombreux sont les porteurs de projets qui s'engagent dans une amélioration de la qualité de leur offre de loisirs. Ces porteurs de projets sont en demande de soutien au niveau régional.

#### POINT FIN 2007

Entre juin 2005, date de sa mise en place, et décembre 2007, le Fonds Régional d'Intervention Touristique a accompagné 50 projets (dont cités auvergnates de caractère), pour un montant total de subvention de plus de 3 millions d'euros.

Les porteurs de projets ont donc bien sollicité ce dispositif qui permet d'accompagner aussi bien des projets publics que privés.

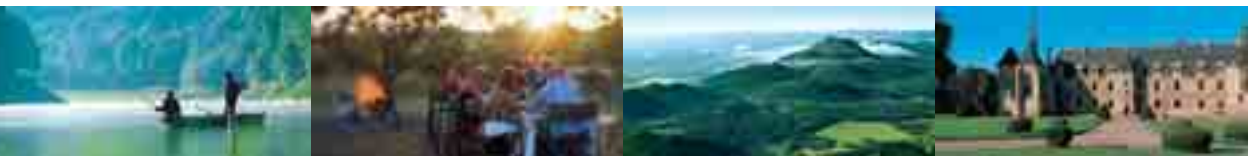
Le F.R.I.T.  
a accompagné  
en 3 ans  
50 projets,  
qui concernent  
pour 90 %  
d'entre eux  
2 départements :  
Le Cantal et  
Le Puy-de-Dôme.

#### AIDES DE LA RÉGION DE 2005 À 2007

Départements	Investissements	Total subventions	Répartition subventions	Nombre de projets
03	1.094.899 €	150.559 €	4,5 %	3
15	7.171.760 €	1.504.801 €	44,5 %	17
43	701.103 €	211.017 €	6,2 %	5
63	8.511.180 €	1.512.310 €	44,8 %	25
Total région	17.478.942 €	3.378.687 €	100 %	55



Le montant moyen d'aide par projet a été d'une grande stabilité d'une année sur l'autre, autour de 65 000 €.



## Ce qu'ils en pensent

Éric PAPON, Gérant propriétaire des Fontaines Pétrifiantes- 63710 Saint-Nectaire  
<http://www.fontaines-petrifiantes.fr>

*« Sans les aides publiques attribuées à notre projet de réaménagement et d'agrandissement des Fontaines Pétrifiantes, nous aurions dû diminuer la qualité d'aménagements essentiels concernant le contenu de la visite, la signalétique, la scénographie... Ce soutien des collectivités nous a aussi permis de valider notre démarche, cela nous a conforté dans notre projet. »*

Louis CLAVILIER, Président du Syndicat mixte du lac de Garabit-Grandval  
 Le bourg - 15 320 Ruynes-en-Margeride

*« Le FRIT nous a permis de réaliser des opérations structurantes dans une approche globale de développement touristique. Il est une aide importante et je dirai même qu'il est essentiel pour la concrétisation d'un grand nombre de nos projets. »*

## POUR MIEUX FAIRE

La performance économique des projets, en particulier la création d'emplois qu'ils génèrent, est un critère très important dans le choix des dossiers retenus au titre de ce dispositif. Il convient d'accentuer encore l'importance de ce critère, garant de l'impact de l'action régionale non seulement en termes d'aménagement du territoire, mais aussi et surtout en termes de développement économique.

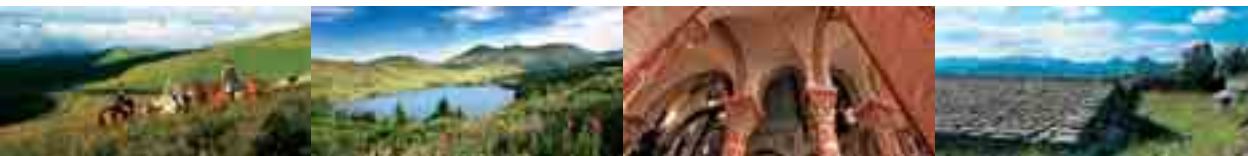
Par ailleurs, dans les années qui viennent, le Fonds Régional d'Intervention Touristique devra davantage encourager la prise en compte de la donnée environnementale dans les projets d'aménagement. Cette évolution de la mesure se fera dans le cadre de la démarche régionale d'Agenda 21.

le F.R.I.T.  
 prendra  
 dorénavant  
 en compte  
 mieux l'impact  
 économique et  
 environnemental  
 des projets.

© Communauté d'agglomération du Bassin d'Aurillac.



Gorges de la Jordanne (Cantal).  
 Aide régionale : 141.899 €



## → CONCOURS DES VILLES ET VILLAGES FLEURIS

### RAPPEL DE LA MESURE

Le concours des Villes et Villages Fleuris a pour objectif de récompenser les actions menées par les communes en faveur de l'embellissement et du fleurissement des parcs, jardins, bâtiments, espaces publics ou privés et de la création d'un environnement favorable à l'accueil et au séjour, aussi bien des habitants que des touristes.

Le concours est gratuit et ouvert à toutes les communes. Il consiste à attribuer une série de « fleurs » (correspondant au label national Villes et Villages Fleuris). Ces fleurs sont apposées sur des panneaux spécifiques placés aux entrées des communes labellisées.

### SITUATION EN 2005

Dans le cadre du Schéma régional de Développement du Tourisme et des Loisirs, le C.R.D.T.A. a été chargé par le Conseil régional, à partir de 2005, de l'organisation du concours régional des Villes et Villages Fleuris et de l'animation du jury mobilisé chaque été pour visiter les communes sélectionnées par les départements. Auparavant, ces missions étaient assurées par la FROTSI. Il convient de rappeler qu'en 2005, la région Auvergne comptait 65 communes classées dont une seule avec quatre fleurs, Vichy (03).

### POINT FIN 2007

Le concours des Villes et Villages Fleuris a connu récemment une évolution traduite dans son Règlement National. S'il garde sa dimension originelle d'embellissement du cadre de vie et de fleurissement des espaces, le concours s'inscrit désormais dans une politique globale de protection de l'environnement. Il représente un outil de promotion touristique soit comme produit soit comme élément de qualité d'accueil.

Le jury régional, animé par le C.R.D.T.A., attribue le label Villes et Villages Fleuris en tenant compte de trois critères définis dans le règlement national du concours à savoir :

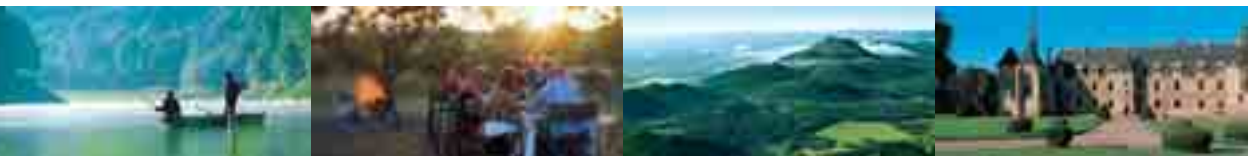
- patrimoine paysager et végétal : 50 % de l'appréciation,
- développement durable et cadre de vie : 30 % de l'appréciation,
- animation et valorisation touristique : 20 % de l'appréciation.

Les communes auvergnates ont, par leur participation, exprimé leur intérêt pour la qualité du cadre de vie et son embellissement. Elles témoignent de leur implication dans la gestion de l'eau, dans la mise en œuvre de techniques respectueuses des sols et de l'environnement. Enfin, elles affichent l'attention portée à la biodiversité. De plus, les communes ont aussi trouvé une manière de sensibiliser et d'impliquer les habitants d'un territoire et notamment les jeunes enfants par différentes initiatives (ex. jardins pédagogiques dans les écoles).

Par le concours des Villes et Villages fleuris, les communes auvergnates s'impliquent dans la qualité de leur cadre de vie. De 65 communes classés, l'Auvergne est passé en 3 ans à 83.

*Commune de Nérès-les-Bains (Allier), 3 fleurs.*





Chaque année le jury régional du concours des Villes et Villages Fleuris (composé du C.R.D.T.A., de représentants régionaux et départementaux du tourisme, de professionnels de l'horticulture, de paysagistes, et de responsables municipaux des services des espaces verts des communes auvergnates classées trois fleurs) effectue durant l'été des campagnes d'expertises.

Ainsi, en 2007, 59 communes auvergnates ont été visitées par le jury régional. À l'issue des visites d'évaluation effectuées, le C.R.D.T.A. a établi le palmarès 2007 du concours régional qui a été proposé au Conseil National des Villes et Villages Fleuris.

Ce palmarès 2007 s'établit ainsi :

- 11 communes accèdent à une première fleur,
- 6 communes se voient attribuer une fleur supplémentaire dont La Bourboule (63), Montluçon (03), qui ont obtenu une troisième fleur,
- 2 communes sont proposées à l'obtention d'une quatrième fleur : Nérès-les-Bains (03) et Châtel-Guyon (63).

#### AIDES DE LA RÉGION DE 2005 À 2007

La montée en puissance du concours régional des Villes et Villages Fleuris est perceptible et l'évolution récente des critères n'a pas freiné l'enthousiasme des communes auvergnates. Bien au contraire, les différentes actions de sensibilisation conduites par le Conseil régional d'Auvergne, relayés par le C.R.D.T.A., et ses partenaires départementaux, les Comités Départementaux de Tourisme ont amené les communes à trouver des raisons supplémentaires de s'impliquer dans cette compétition.

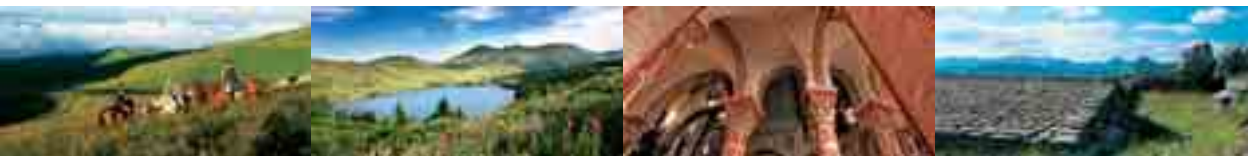
À l'issue du concours régional 2007, 83 communes d'Auvergne sont classées Villes et Villages Fleuris :

- 53 communes sont classées une fleur,
- 21 communes sont classées deux fleurs,
- 8 communes sont classées trois fleurs,
- 1 commune est classée quatre fleurs. Il s'agit de Vichy qui est également retenue au Grand Prix National.

#### RÉPARTITION PAR DÉPARTEMENT

Département	4 Fleurs	3 Fleurs	2 Fleurs	1 Fleur	TOTAL
Allier	1	2	8	16	27
Cantal	-	1	2	6	9
Haute-Loire	-	1	4	9	14
Puy-de-Dôme	-	4	7	22	33
Auvergne	1	8	21	53	83

Malgré un durcissement des critères, les communes auvergnates sont toujours enthousiastes à participer au concours des Villes et Villages Fleuris.



## → AIDE À LA MISE EN TOURISME DES VILLAGES AUVERGNATS

### RAPPEL DE LA MESURE

L'Auvergne possède un riche patrimoine bâti et culturel qui nécessite des améliorations et une mise en valeur afin de motiver une destination touristique.

Dans cette perspective, le Conseil régional a décidé la création d'une aide à la mise en tourisme des villages auvergnats qui a pour objectif d'accompagner la réflexion et les actions d'aménagement urbain et de mise en valeur touristique de communes rurales disposant d'un patrimoine architectural et paysager remarquable.

Sélectionnées après expertise de leur pré-candidature, ces communes ainsi aidées techniquement et financièrement devraient être labellisées Plus Beaux Villages de France.

### SITUATION EN 2005

Comptant 11 villages classés en 2005, la région Auvergne souhaite au travers de ce programme, se doter d'une nouvelle génération d'une vingtaine de villages labellisés, permettant ainsi à l'Auvergne un rayonnement nouveau au niveau européen ; ce label étant fortement apprécié par les touristes français et étrangers.

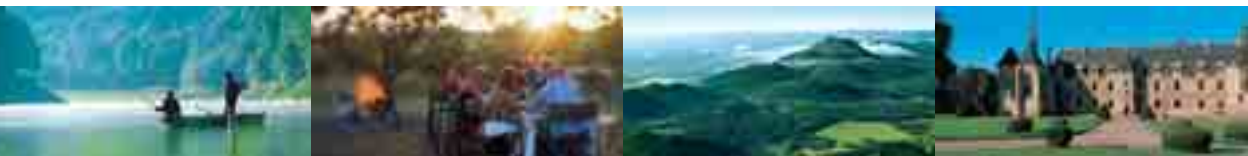
### POINT FIN 2007

Chargé de mettre en œuvre et d'animer ce programme régional, le C.R.D.T.A. a engagé en 2006 un appel à candidatures auprès des maires des communes d'Auvergne et des partenaires techniques intéressés. Cette phase, qui a précisé le contenu de la démarche, a intéressé près de 50 communes qui ont fait part au Conseil régional d'Auvergne de leur souhait de participer à cette action.

Selon la méthodologie développée dans le cadre de ce dispositif d'intervention, deux niveaux de réflexion ont été mobilisés durant cette procédure de sélection :

- une équipe technique composée de représentants du tourisme, de l'architecture, de l'association des Plus Beaux Villages de France, des services tourisme et patrimoine des Conseils généraux et du Conseil régional, animée par le C.R.D.T.A., a été mobilisée pour effectuer les expertises des communes pré-candidates afin de connaître leur politique locale d'aménagement et de mise en valeur.
- un jury présidé par le Président délégué du C.R.D.T.A., composé d'élus régionaux et départementaux et des membres de l'équipe technique a été chargé de sélectionner ces communes, après avis de l'équipe technique et de l'Association des Plus Beaux Villages de France, quant au classement éventuel de ces communes pré-candidates.

Les villages de caractère contiennent, pour les clientèles étrangères en particulier, un produit touristique privilégié qu'il s'agit de développer en Auvergne grâce au nouveau programme « Mise en tourisme des villages auvergnats ».



Parmi les 38 pré-candidatures expertisées, 16 communes ont été sélectionnées en 2007 par le jury régional et ont été invitées à élaborer un programme pluriannuel d'aménagement urbain et de mise en valeur touristique.

Ces programmes de travaux devront faire l'objet d'un examen par le Conseil régional d'Auvergne afin de permettre l'octroi des financements régionaux réservés.

**Villages sélectionnés :**

**Allier :** Billy - Hérisson - Verneuil-en-Bourbonnais

**Cantal :** Laroquebrou

**Haute-Loire :** Auzon - Chanteuges - La Chaise-Dieu - Lavoûte-Chilhac - Léotoing

**Puy-de-Dôme :** Artonne - Châteldon - Ardes-sur-Couze - Champeix - La Sauvetat - Orcival - Tourzel-Ronzières

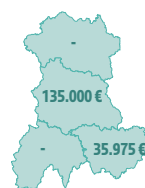
**AIDES DE LA RÉGION DE 2005 À 2007**

L'aide financière régionale accordée à chaque commune sélectionnée est calculée sur la base de 25 % du montant HT de travaux subventionnables avec un minimum de 500.000 € HT et jusqu'à 1.500.000 € HT maximum. L'aide régionale est conditionnée à un co-financement des Conseils généraux selon les programmes respectifs sur des taux d'intervention de 15 % minimum.

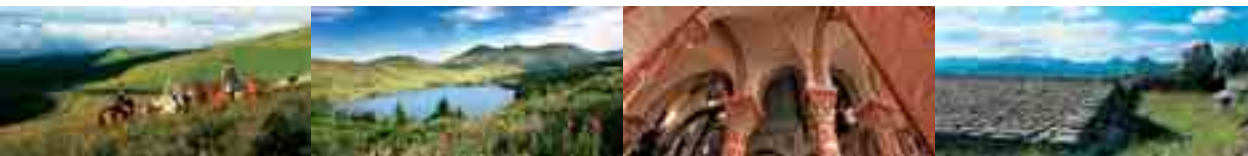
Fin 2007, la Commission Permanente du Conseil régional d'Auvergne a déjà examiné deux programmes de travaux d'aménagement urbain et de mise en valeur élaborés par les communes d'Auzon (43) et d'Ardes-sur-Couze (63) et a accordé 170.975 € de subventions sollicitées pour la réalisation d'une première tranche de travaux estimée à 670.820 €.

Palmarès Villes  
et Villages Fleuris  
2007 :  
11 nouvelles  
communes  
primées,  
2 nouvelles  
à 3 fleurs,  
2 propositions  
pour 4 fleurs.

Départements	Investissements	Total subventions	Répartition subventions	Nombre de projets
03	-	-	-	-
15	-	-	-	-
43	143.902 €	35.975 €	21%	1
63	540.000 €	135.000 €	79%	1
Total région	683.902 €	170.975 €	100 %	2



**Remarque : ce programme est en phase de démarrage.**



## Ce qu'ils en pensent

Maurice CHABERT, maire de Gordes (84),  
Président de l'Association des Plus Beaux Villages de France

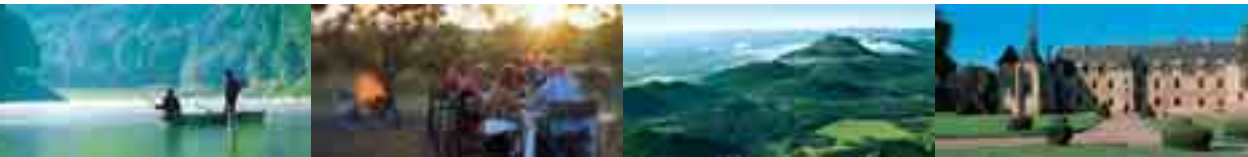
*« Le partenariat entre la région et notre association s'est affirmé dans la mise en œuvre du programme ayant pour ambition, sous l'appellation « Mise en tourisme des villages auvergnats » de constituer une pépinière de futurs Plus Beaux Villages de France. C'est dans cette perspective que la commission Qualité de notre association a procédé à la sélection de 16 villages jugés susceptibles d'atteindre à terme le niveau requis pour bénéficier de notre label et de ses retombées positives.*

*À la fois inscrit dans la durée et évolutif, ce partenariat fait aujourd'hui de la région Auvergne le laboratoire et la vitrine d'une démarche concertée de mise en qualité, notoriété et développement de villages d'exception en même temps que des territoires qui les environnent. »*

### POUR MIEUX FAIRE

Mobilisé dans les différentes étapes de ce programme régional, le C.R.D.T.A., en collaboration avec l'Association des Plus Beaux Villages de France, est à la disposition des communes sélectionnées pour les accompagner dans la mise en œuvre de leur programme d'actions devant les conduire au classement Plus Beaux Villages de France.

50 communes  
en lice, 38  
présélectionnées,  
16 choisies au  
final pour  
présenter des  
programmes  
éligibles à une  
aide régionale  
dans l'objectif  
de rejoindre  
le label «Plus  
Beaux Villages  
de France ».



## Concours régional des Villes et Villages Fleuris



**ALLIER :**  
27 communes labellisées

**CANTAL :**  
9 communes labellisées

**HAUTE-LOIRE :**  
14 communes labellisées

**PUY-DE-DÔME :**  
33 communes labellisées

## Les Plus Beaux Villages de France



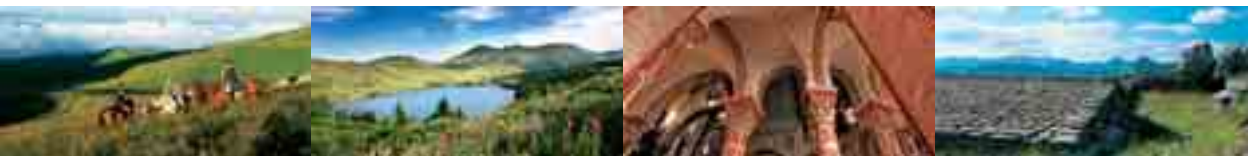
**ALLIER :** Charroux

**CANTAL :** Salers - Tournemire

**HAUTE-LOIRE :**  
Arlempdes - Blesle - Lavaudieu  
Pradelles

**PUY-DE-DÔME :**  
Montpeyroux - Saint-Floret  
Saint-Saturnin - Usson





## ACTE V : Soutenir les grands projets identitaires et structurants

### → PLAN CYCLABLE

#### **RAPPEL DE LA MESURE**

La définition d'un plan cyclable régional pour la période 2005-2010 doit permettre à la région Auvergne d'afficher ses prétentions en matière d'accueil et de production touristique à l'égard des pratiquants de vélo et des clientèles touristiques.

À l'instar des priorités d'aménagement qui ont permis à l'Auvergne de tenir un leadership en matière de randonnée pédestre, il convient aujourd'hui de définir les conditions et les priorités d'équipement qui feront de l'Auvergne une région de référence pour ses aménagements cyclables.

#### **Situation en 2005**

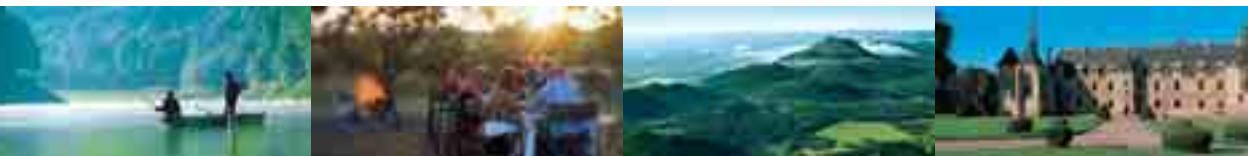
L'Auvergne est une des régions françaises les plus en retard dans ce domaine. Ce retard est d'autant plus regrettable que cette destination communique principalement vers la clientèle familiale en recherche d'équipements adaptés. Ainsi, la région Auvergne doit développer sur son territoire des projets d'itinéraires de véloroutes moyennes et longues distances, ainsi que des aménagements de voies vertes réservées à la circulation non motorisée.

Les itinéraires de véloroutes et voies vertes permettent de satisfaire les attentes des populations locales et des clientèles touristiques pour une itinérance douce familiale, tout en fournissant la pratique d'une activité gratuite, sécurisée et accessible au plus grand nombre, sans utiliser d'énergies fossiles, dans le respect des équilibres environnementaux et du patrimoine naturel. Ces itinéraires sont vecteurs de développement économique, de production touristique de qualité et de création d'emplois. Les voies vertes sont accessibles aux cyclistes peu expérimentés, mais surtout aux personnes à mobilité réduite, aux personnes âgées, aux familles avec des poussettes, aux jeunes enfants et aux pratiquants de rollers.

Dans le même temps, des travaux d'études et des réflexions prospectives ont vu le jour au sein des services de l'État et des Départements en matière de politique cyclable et de développement des véloroutes et voies vertes. Un schéma national est proposé en 2001 et les politiques cyclables départementales se développent.

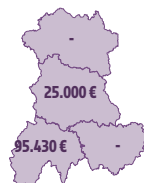
Ainsi, afin de rattraper le retard accumulé et de répondre aux volontés locales émergentes, le Conseil régional d'Auvergne vote en 2005 un programme Plan cyclable régional dans le cadre du Schéma régional de Développement du Tourisme et des Loisirs. Ce programme comprend des interventions financières régionales importantes pour la création des aménagements, ainsi qu'un travail d'accompagnement, d'animation et de coordination des projets confié au Comité Régional de Développement Touristique d'Auvergne.

Le plan cyclable auvergnat doit satisfaire les pratiquants de vélo et les touristes.



## AIDES DE LA RÉGION DE 2005 À 2007

Départements	Investissements	Total subventions	Répartition subventions	Nombre de projets
03	-	-	-	-
15	325.800 €	95.430 €	79,2 %	1
43	-	-	-	-
63	100.000 €	25.000 €	20,8 %	2
Total région	425.800 €	120.430 €	100 %	3



**Remarque : le programme démarre, 50 km de voie verte vont être créés et financés en 2008, pour un montant de subvention prévisionnel d'environ 700.000 €.**

### POINT FIN 2007

Ces deux dernières années ont permis le lancement d'une dynamique nécessaire de planification et de mise en œuvre du Plan cyclable régional qui a reçu un écho favorable sur le territoire. Ainsi, en complément du travail de coordination entre les différents partenaires, et d'une veille informative et documentaire, le C.R.D.T.A. a réalisé en interne des études d'opportunité afin d'impulser cette réflexion et d'envisager des maîtrises d'ouvrage. Plusieurs réunions de travail ont eu lieu avec les partenaires territoriaux afin de rechercher des itinéraires. Une étude d'opportunité touristique du projet de véloroute voie verte de la rivière Allier a été réalisée en 2006. Une autre étude d'opportunité et de définition des zones et axes viables d'intérêt régional pour le développement du tourisme et des loisirs à mobilité douce ainsi qu'un cahier des charges ont été réalisés en interne en préalable à l'étude menée par le Centre d'Études Techniques de l'Équipements (CETE) de Lyon.

À l'initiative du C.R.D.T.A. un comité technique réunissant les services de l'État, de la Région et des Départements a été créé en mars 2007. Son rôle est d'initier et d'accompagner des projets cohérents, d'assurer le suivi d'un travail mené par le Centre d'Études Techniques de l'Équipement de Lyon. Ce travail vise à définir le Schéma régional des Véloroutes et Voies Vertes de l'Auvergne (SR3VA). L'objectif est de proposer un document cartographié, qui valide les itinéraires et traite les points techniques délicats, pour l'année 2008. Il s'agit également de trouver les maîtrises d'ouvrage les plus efficaces selon les tronçons identifiés.

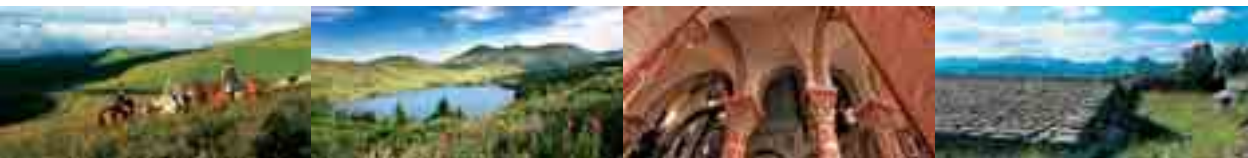
La réflexion sur le Schéma régional des Véloroutes et Voies Vertes de l'Auvergne porte sur des axes pré-identifiés (non validés définitivement) de véloroutes et voies vertes d'envergure régionale.

Initié depuis 2 ans, le Plan cyclable régional a reçu un écho favorable sur le territoire.



Voie Verte Sumène Artense (Cantal).  
Aide régionale : 95.430 €

© Communauté de communes de Sumène Artense.



## Réflexion coordonnée des axes de Véloroutes et Voies Vertes pressentis en Auvergne

Document de travail



### 1) La véloroute et voie verte « du Sud » (en rouge)

Cet axe structurerait la partie sud-est de la région en reliant Langogne (48), Le Puy-en-Velay (43), Yssingeaux (43) et Annonay (07). Itinéraire d'environ 80 km.

### 2) La véloroute et voie verte « Vallée du Lot-Haute-Loire » (en violet)

Cet axe en cours d'aménagement traverse la partie sud-ouest de la région en reliant la vallée du Lot, Aurillac (15) et Brioude (43). Itinéraire d'environ 150 km.

### 3/ La véloroute et voie verte « Montluçon-Moulins-Dompierre-Digoin » (en orange)

Cet axe inscrit au schéma national structure le nord de la région en reliant le Limousin à la véloroute européenne « Nantes-Budapest » par Montluçon (03), Moulins (03) et Dompierre-sur-Besbre (03). Itinéraire d'environ 130 km.

### 4/ La véloroute et voie verte « de la rivière Allier » (en vert)

Cet axe inscrit au schéma national traverse la région du nord au sud en reliant Moulins (03), Clermont-Ferrand (63), Langeac (43) et Le Puy-en-Velay (43). Itinéraire d'environ 240 km.

Des dizaines de réunions de concertation, de travail technique, des réunions d'information sur le territoire et des visites de terrain doivent permettre de proposer les maîtrises d'ouvrage les plus adaptées. Ces maîtres d'ouvrage, principalement les Conseils généraux, des Syndicats Mixtes et des Etablissements Publics de Coopération intercommunale, souhaitent un accompagnement technique et financier de la Région. À ce jour, 55 % des 600 kilomètres recensés font l'objet d'un travail d'étude pré-opérationnelle.

## Ce qu'ils en pensent

Comité Départemental du Tourisme de Haute Loire

« Le CDT travaille depuis 18 mois sur l'impulsion d'un projet de 140 kilomètres avec pour seul fil rouge la nécessité d'avoir un réseau à l'aménagement cohérent ouvert au plus grand nombre (avec 80 % en voie verte) [...] Le Plan cyclable régional s'est donné les mêmes objectifs que la Haute-Loire, nous l'avons élaboré ensemble. »

« De plus, l'intervention du CETE de Lyon a le mérite de nous accompagner avec un appui technique spécifiquement orienté sur le calcul des résistances des ouvrages d'art. »

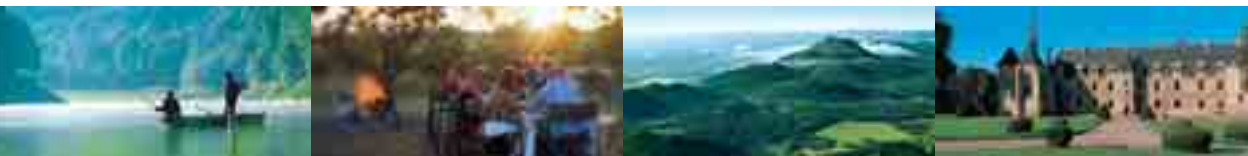
A l'heure actuelle, 55 % des 600 km du Plan cyclable régional ont été étudiés.

## POUR ALLER PLUS LOIN

Au niveau du calendrier, le schéma cartographié sera soumis à la validation de l'exécutif régional en 2008 et, en principe, aux niveaux départementaux à la même période. Ensuite, il sera présenté à Mission nationale des véloroutes et voies vertes du Ministère de l'écologie, du développement et de l'aménagement durables afin d'être intégré au Schéma national des Véloroutes et Voies Vertes.

Par la suite, une présentation et une communication seront faites sur ce travail avec comme objectif de déterminer les derniers maîtres d'ouvrages. Le travail de coordination se poursuivra afin d'accompagner la réalisation des projets actuellement en phase d'étude.

Afin d'assurer les retombées économiques souhaitées sur le territoire, une stratégie de développement touristique et d'animation liée aux projets réalisés de véloroutes et voies vertes sera également déterminée.



## → GRANDS PROJETS - GRANDS SITES TOURISTIQUES

### RAPPEL DE LA MESURE

Le Conseil régional d'Auvergne, dans le cadre de sa politique touristique, a souhaité accompagner les projets structurants. Cet accompagnement s'établit sur la base d'une relation contractuelle entre le maître d'ouvrage et le Conseil régional d'Auvergne, afin de définir très précisément l'impact économique et social des projets.

La stratégie « Grands Projets », doit par ailleurs favoriser l'émergence d'une production touristique ambitieuse dans l'objectif d'un meilleur référencement de la destination.

Ce programme inclut par exemple l'aide aux Grands Sites ou encore l'aide aux Grands Équipements touristiques.

### SITUATION EN 2005

La destination Auvergne souffre de la dilution de son offre touristique qui ne lui permet pas ou peu d'être commercialisée par les tour-opérateurs et agences de voyages français et européens.

L'Auvergne a donc besoin d'engager une véritable politique d'aménagements touristiques structurants qui aura pour objectif de fixer territorialement une offre d'envergure nationale et internationale.

### POINT FIN 2007

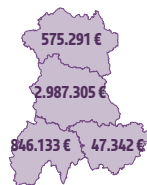
En deux ans et demi, ce dispositif a permis de soutenir 12 grands programmes d'actions.

Ces projets très structurants concernent par exemple le domaine skiable du Sancy (Puy-de-Dôme), le Grand Site du Puy-Mary (Cantal) ou encore le parc de loisirs Le Pal (Allier).

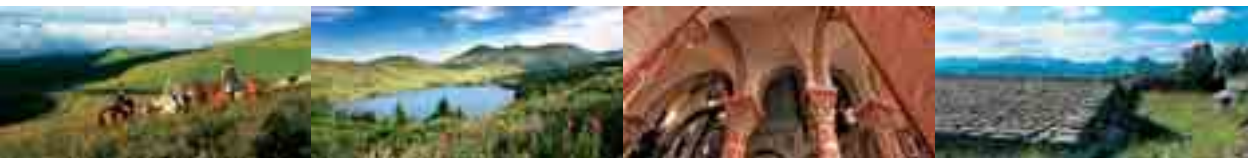
Il s'agit dans chaque cas de l'accompagnement d'investissements très lourds dont l'impact sur l'économie locale et régionale est de grande importance.

### AIDES DE LA RÉGION DE 2005 À 2007

Départements	Investissements	Total subventions	Répartition subventions	Nombre de projets
03	3.544.109 €	575.291 €	12,9 %	2
15	7.604.530 €	846.133 €	19 %	3
43	182.996 €	47.342 €	1,1 %	2
63	29.808.043 €	2.987.305 €	67 %	5
Total région	41.139.678 €	4.456.071 €	100 %	12



Depuis 2005,  
le dispositif  
"Grands Projets"  
a soutenu  
12 grands  
programmes  
structurant le  
territoire  
auvergnat.



Le montant moyen des aides attribuées au titre de ce programme a considérablement augmenté depuis 2005. L'objectif du dispositif de soutenir des opérations très structurantes est de mieux en mieux compris et cette aide régionale est de mieux en mieux sollicitée.

## Ce qu'ils en pensent

Bertrand GAUVRETT, Directeur du Syndicat Mixte du Puy Mary - <http://www.puymary.fr>  
« Le Schéma régional, mis en place alors que le projet du Grand Site du puy Mary achevait sa phase de conception, est alors venu conforter nos démarches locales de concertation grâce à une bonne prise en compte, dans les volets financiers, de nos créations de sites d'accueil, de pratiques et d'interprétation.

*Sur ce vaste massif du puy Mary, le programme « Grands projets » nous aide dans nos actions de développement durable, à maintenir un équilibre entre les habitants qui demeurent sur le Grand Site, les acteurs privés qui en vivent et les touristes qui le visitent... »*

Gérard BROUSSE, directeur de la Communauté de Communes du Sancy

<http://www.massif-du-sancy.fr>

« Conscients de la nécessité de préserver l'intérêt touristique de leur territoire et d'en assurer son développement, les élus du massif du Sancy ont mis en place un schéma d'aménagement qui comprend un chapitre relatif au produit hiver : le « Plan Neige » [...].

*Dès le début de ce programme le Conseil régional d'Auvergne s'est associé étroitement à la réalisation des aménagements entrepris par la communauté de communes et a toujours confirmé son rôle d'interlocuteur et de partenaire privilégié de la communauté de communes [...].*

*Les investissements conduits dans ce cadre ont apporté des améliorations conséquentes sur les domaines qui se sont traduites par des augmentations tant en termes de chiffre d'affaires que de fréquentation et de satisfaction de la clientèle. »*

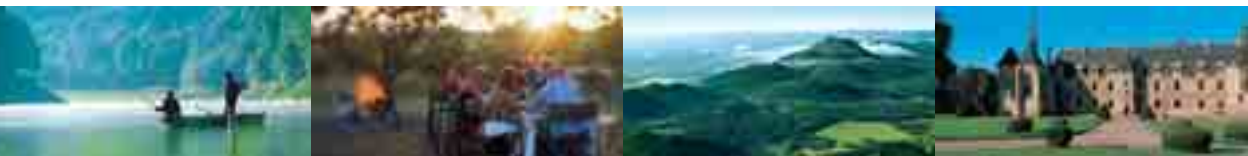
## POUR MIEUX FAIRE

Certaines locomotives de l'économie touristique régionale commencent à nécessiter un réinvestissement conséquent pour conserver l'attractivité que leur confère leur forte notoriété.

Il semble important que la Région accompagne les efforts qui seront faits sur le terrain, financièrement et techniquement, afin d'aider les maîtres d'ouvrages à conserver une vue d'ensemble de l'attractivité des sites dans le cadre de logique de station.

Par ailleurs, le Conseil régional doit inciter les acteurs du territoire à valoriser certains lieux ou thématiques de renommée au moins nationale, et qui sont aujourd'hui sous-exploités. Ces « immanquables » seraient autant d'atouts nouveaux pour l'économie touristique de l'Auvergne.

La région  
devra aussi  
réinvestir dans  
des locomotives  
touristiques  
vieillissantes  
ou sous-exploitées  
pour conserver  
de la notoriété  
à l'Auvergne.



## ACTE VI : Redynamiser et diversifier l'offre des stations thermales

### RAPPEL DE LA MESURE

Les opérations subventionnées par le Conseil régional d'Auvergne ont pour objectifs :

- d'accompagner les établissements thermaux dans leur démarche de maîtrise qualitative et quantitative de la ressource en eau (études préalables, réalisation de captage et de forage, équipements de suivi en continu de la ressource, système de protection de la ressource...),
- d'améliorer la qualité des prestations thermales en favorisant la restructuration, la modernisation ou l'extension des équipements thermaux existants (création de nouveaux soins ou de nouveaux services aux curistes, matériels de soins,...),
- de diversifier et de redynamiser l'activité thermale en encourageant la création d'équipements structurants thermoludiques ou l'aménagement d'espaces détente et de remise en forme complémentaires destinés à une clientèle touristique et/ou de proximité.

Les stations thermales d'Auvergne ont perdu la moitié de leur clientèle médicalisée entre 1990 et 2005.

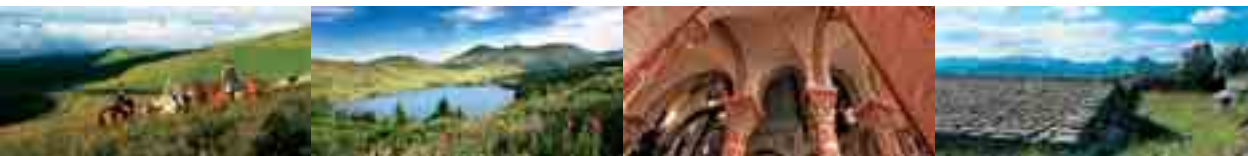
### SITUATION EN 2005

#### Le thermalisme médicalisé

Entre 1990 et 2005, les établissements thermaux d'Auvergne ont perdu environ la moitié de leurs curistes médicalisés qui constituent le socle de leur activité.

De nombreuses raisons expliquent cette baisse importante : progrès de la médecine et meilleure efficacité des médicaments et de la chirurgie, suppression de la formation « hydrologie » dans les études de médecine, remises en cause régulières des modalités de prise en charge par l'Assurance Maladie, évolution du comportement des curistes...

Pour autant, les stations thermales d'Auvergne ont beaucoup plus souffert que les autres grandes régions thermales françaises. Il existe donc un contexte régional particulier : la dégradation de l'offre de certains établissements thermaux (à l'exception des travaux de mise aux normes sanitaires) en raison d'investissements insuffisants dus à la fois au manque de moyens financiers et à l'absence de dispositifs d'aides des collectivités jusqu'au dernier Contrat de Plan 2000 / 2006. Le fait que la plupart des stations thermales d'Auvergne ne sont pas prioritairement positionnées sur l'indication « rhumatologie » (qui représente les 2/3 des cures thermales en France) est un handicap pour l'Auvergne qui, de fait, n'est pas une destination reconnue pour cette indication.



### La remise en forme et le bien-être

Même si la plupart des établissements thermaux ont développé une offre de remise en santé (séjours courts non remboursés), celle-ci n'excède pas 5 à 10 % de leur chiffre d'affaires, à l'exception de la station de Vichy qui dépasse largement ce chiffre.

Par ailleurs, l'offre de bien-être et / ou thermoludique à destination des touristes reste très faible et les projets existants sont portés par les collectivités publiques.

### POINT FIN 2007

Depuis 2005, des investissements de grande envergure ont été réalisés à Chaudes-Aigues ou encore à Royat, tant en matière de thermalisme médicalisé que de diversification. Ces opérations marquent une volonté forte des acteurs du secteur de réaliser les investissements lourds, nécessaires à la revitalisation de l'activité.

Le 26 octobre 2007 s'est tenue à Royat une conférence régionale du thermalisme rassemblant tous les acteurs, publics et privés, de la filière.

L'objectif pour la Région était d'acter les projets d'investissements des stations concernant non seulement la santé, mais aussi la diversification dans le domaine du bien-être pour les cinq années à venir.

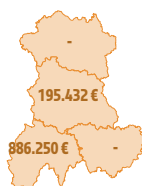
Les élus des stations et les directeurs d'établissements thermaux ont donc porté à la connaissance de la région et du CRDTA leurs programmes d'action en matière de thermalisme médicalisé et de remise en forme.

Ces projets à venir représentent un montant d'investissement global d'environ 30 millions d'euros.

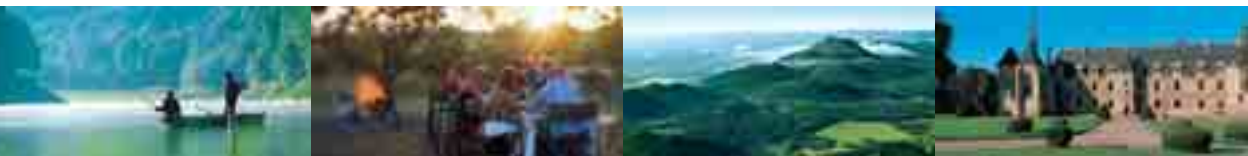
Les projets de revitalisation des stations thermales dans les domaines médicaux et de bien-être s'élèvent à 30 millions d'euros d'investissements globaux.

### AIDES DE LA RÉGION DE 2005 À 2007

Départements	Investissements	Total subventions	Répartition subventions	Nombre de projets
03	-	-	-	-
15	7.968.122 €	886.250 €	82 %	2
43	-	-	-	-
63*	822.590 €	195.432 €	18 %	3
<b>Total région</b>	<b>8.790.712 €</b>	<b>1.081.682 €</b>	<b>100 %</b>	<b>5</b>



\* Le projet Royatonic d'un coût de 12,6 millions d'euros a fait l'objet d'une aide financière régionale de 760.000 € programmée avant le vote du schéma, mais honorée sous celui-ci.



Entre 2005 et 2007, le Plan Thermal a accompagné 5 projets, pour un montant total de subvention de plus d'1 million d'euros.

Ce programme a permis de soutenir des projets très structurants dont l'impact économique sur les villes d'eaux sera primordial dans les années à venir.

## Ce qu'ils en pensent

M. Daniel SAUVESTRE, maire de Châteauneuf-les-Bains - <http://www.chateauneuflesbains.com>

« La deuxième phase de travaux urgents de notre établissement thermal a pu commencer rapidement, grâce notamment à l'aide de la Région et du Département. Nous allons pouvoir commencer notre saison dans de bonnes conditions. »

Jean-François BÉRAUD, directeur de Thermauvergne - <http://www.auvergne-thermale.com>

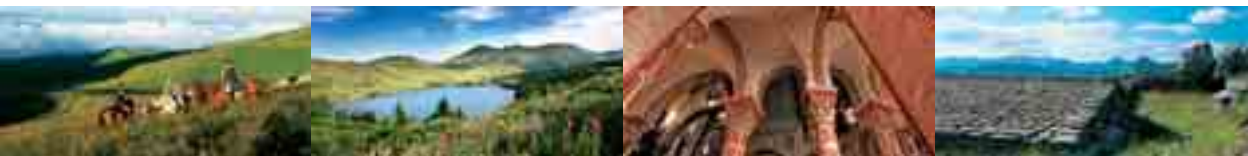
« Le Schéma régional de développement du Tourisme accorde à Thermauvergne un rôle actif dans l'ingénierie, l'accompagnement et le développement des stations thermales en relation avec le C.R.D.T. Auvergne (MIATA) pour aider les stations à requalifier leur offre thermique (gestion de la ressource en eau, modernisation des équipements) et à favoriser leur diversification sur le marché touristique (remise en forme, bien-être).

Cette coopération a abouti, à l'initiative du Président du Conseil régional d'Auvergne, à l'organisation de la première Conférence régionale du thermalisme fin octobre 2007 à Royat, en présence de tous les maires et exploitants. Ils se sont ainsi félicités de la démarche de la région, qui s'est engagée à doter l'Auvergne de stations attractives et d'établissements modernes afin que notre région puisse disposer des meilleurs atouts pour répondre à une demande sans cesse croissante des populations européennes en matière de santé et de bien-être. »

**THERMAUVERGNE**, association régionale créée en 1985, regroupe les 11 communes thermales d'Auvergne et assure, avec le soutien du Conseil régional d'Auvergne et des 4 Conseils généraux concernés, l'assistance au développement des stations thermales, leur promotion collective, les visites de classement et de contrôle des meublés thermaux, l'observation spécifique de la fréquentation des clientèles des hébergements touristiques classés, ainsi que le financement d'actions nationales en faveur du thermalisme.

De son côté, la Route des Villes d'Eaux du Massif central, créée en 1998 à l'initiative de la DIACT Massif central, concentre ses actions sur l'accompagnement des projets de développement touristique des stations (bien-être, patrimoine), l'animation des membres de son réseau, la mise en place d'actions de promotion collective, la commercialisation par des agences de voyages et des tour-opérateurs nationaux d'une offre touristique qualitative des villes d'eaux.

La Région  
a accompagné,  
au travers du  
Plan Thermal,  
5 projets très  
structurants,  
à l'impact  
économique  
primordial pour  
les villes d'eaux.



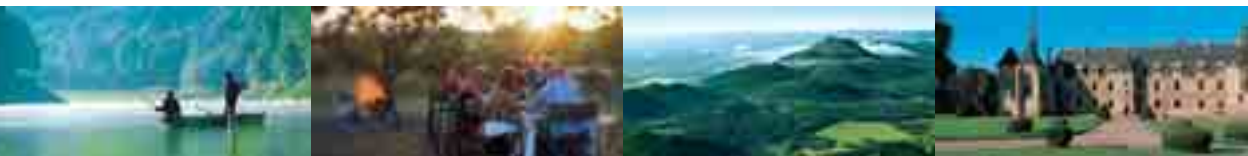
## POUR MIEUX FAIRE

Grâce à la Conférence du thermalisme du 26 octobre 2007 à Royat (Puy-de-Dôme), les différentes collectivités sont informées des projets des villes d'eaux pour les années à venir.

Cela permettra au Conseil régional de mieux anticiper les besoins et donc de mieux y répondre pour qu'un soutien aussi fort que possible soit accordé aux maîtres d'ouvrages.



*La conférence du thermalisme souhaitée par René Souchon a permis de présenter un plan d'investissement pour les 5 ans à venir.*



## ACTE VII : Organiser et soutenir l'offre de formation professionnelle

### RAPPEL DE LA MESURE

Il est du devoir d'une collectivité telle que le Conseil régional d'Auvergne, en charge de la formation professionnelle, d'aider les acteurs du secteur touristique à y voir plus clair. Il paraît donc urgent d'organiser cette offre de formation professionnelle, afin de la rendre plus lisible, plus transversale et plus rationnelle. C'est pourquoi le Comité Régional de Développement Touristique réalisera un plan régional de formation, en coordination avec tous les prestataires et organismes concernés.

### SITUATION EN 2005

La situation de la formation professionnelle touristique en Auvergne n'est pas satisfaisante sur plusieurs points.

Tout d'abord, les formations organisées sont rarement destinées à un public « transversal », c'est-à-dire aussi bien au personnel des Offices du Tourisme et Syndicats d'Initiative qu'aux personnels du secteur de l'hôtellerie-restauration par exemple. Pourtant, des formations à l'accueil ou aux langues étrangères pourraient par exemple tout à fait s'adresser à un public d'origines professionnelles diverses.

Cela favoriserait le contact entre les acteurs des différentes filières touristiques, institutionnels..., et faciliterait la compréhension mutuelle. De plus, la diversité du public, en réduisant le nombre de formations par filière, engendrerait une réduction du coût des formations de base. Il serait donc possible de former mieux et davantage de personnes.

De plus, l'offre de formation est aujourd'hui très diverse dans sa qualité.

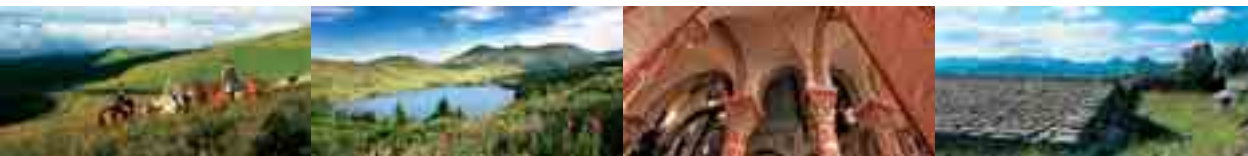
La formation est affaire de spécialiste et ne laisse pas la place à l'improvisation.

### POINT FIN 2007

Ce sont **1368 acteurs du tourisme** qui ont participé aux actions depuis le lancement du programme (613 en 2006 et 755 en 2007)

L'implication des réseaux, des actions répondant à de réels besoins ainsi qu'une meilleure communication, sont autant de facteurs qui expliquent cette progression.

En 2 ans,  
1 368 personnes  
ont profité des  
actions du  
Programme  
Formations  
Tourisme proposé  
par le CRDTA.



## AIDES DE LA RÉGION DE 2005 À 2007

	2006	2007
Nombre de participants	613	755
Coût réel des formations	52.699,57 €	102.229,54 €
Subvention réellement accordée par la région Auvergne	32.143,24 €	70.094,64 €

## PROVENANCE GÉOGRAPHIQUE DES STAGIAIRES DES FORMATIONS

	Allier	Cantal	Haute-Loire	Puy-de-Dôme
2006	114	96	84	319
2007	126	101	97	431



Présentation du plan formation 2008 au Château de Conros (Cantal) le 16 octobre 2007.

## Ce qu'ils en pensent

Béryll MARLET, demandeur d'emploi devenue chargée de communication et de la politique culturelle à la Communauté de Communes du Massif du Sancy

« Jeune diplômée à la recherche de mon premier emploi, les formations du C.R.D.T.A m'ont permis de compléter mes compétences acquises dans le domaine culturel et de les étendre au secteur du tourisme. Riches en rencontres et en connaissances, ces formations ont facilité mon entrée dans la vie professionnelle en Auvergne. »

Christine BLANCHON, assistante chargée de développement au château de Conros à Aurillac

« Les formations sont des outils indispensables à notre progression pour s'adapter aux demandes des clientèles en permanente évolution. Les échanges qu'elles engendrent entre professionnels du tourisme sont bénéfiques à notre ouverture vers l'extérieur et à la façon de véhiculer les informations. »

## POUR MIEUX FAIRE

La territorialisation du plan de formation est un élément primordial à prendre en compte pour proposer des formations aux acteurs touristiques de chaque territoire.

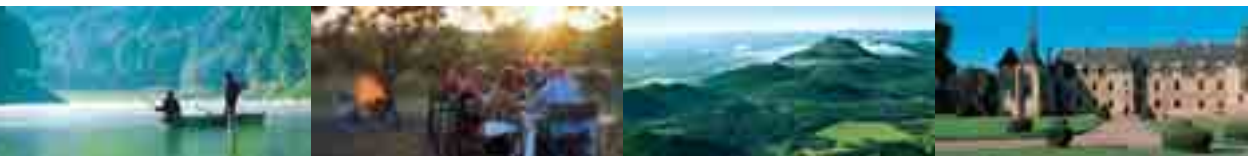
2008 sera placée sous le signe de la qualité. Dans un souci d'efficacité des formations et de mise en pratique des outils et méthodes étudiés en formation, le service formation s'attachera à mesurer les évolutions de chaque participant (ou de sa structure le cas échéant) en post-formation. Quatre formations seront ainsi « mises à l'épreuve ».

Le nouveau site Internet réservé aux professionnels (courant 2008) devrait également leur faciliter l'accès au portail formation.

Les compte rendus des forums et autres documents relatifs à la professionnalisation seront en ligne et téléchargeables.

En 2008, une expérimentation est menée en partenariat avec l'association *Pratic* pour mettre en place **des forums sur 10 territoires différents ayant pour thème les TIC (Techniques de l'Information et de la Communication)**. Ces forums financés par le C.R.D.T.A. (25.000 €) devraient rassembler environ 500 participants.

2008 sera placé  
sous le signe  
de la qualité :  
le service  
formation  
s'attachera  
à vérifier  
l'efficacité  
des formations.



## ACTE VIII : Créer et financer des fonds de solidarité

### → TOURISME & HANDICAP

#### RAPPEL DE LA MESURE

L'accès aux loisirs pour tous doit être une priorité pour le Conseil régional d'Auvergne. Afin de répondre à cet impératif, le Schéma régional de Développement du Tourisme et des Loisirs intègre la problématique du soutien au label Tourisme & Handicap.

#### SITUATION EN 2005

Le Ministère délégué au tourisme a initié le label Tourisme & Handicap en 2001. Bien que de nombreuses structures nécessitent des aménagements complémentaires pour répondre au cahier des charges national, ce sont tout de même 52 équipements qui bénéficient du label national pour une ou plusieurs déficiences. 26 évaluateurs sont chargés de répondre aux 218 demandes reçues depuis 2002.

#### POINT FIN 2007

Depuis 2005, le C.R.D.T.A coordonne les partenaires et les outils pour accompagner les entreprises vers une démarche d'accessibilité pour tous : aide financière régionale pour l'aide à la mise en accessibilité et l'obtention du label, mise en place d'outils d'ingénierie : guides et documents techniques, formations et sensibilisations, conseils en ingénierie, promotion de l'offre labellisée, suivi d'études nationales et régionales, etc.

Au 31 décembre 2007, 333 demandes de label ont été recensées ; 148 établissements ont été labellisés dont 109 entre 2005 et 2007. 70 % de l'offre labellisée en Auvergne concerne les hébergements, 21 % les sites de visites et 8 % les restaurants, sites de loisirs et OTSI. La région Auvergne se positionne au 7e rang des régions françaises en nombre de structures labellisées et représente 6 % de l'offre nationale.

#### NOMBRE DE SITES LABELLISÉS TOURISME & HANDICAP AU 1<sup>ER</sup> JANVIER 2008

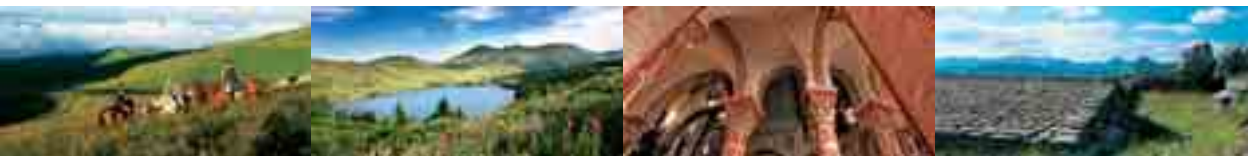
Allier : 29 sites / Cantal : 39 sites / Puy-de-Dôme : 55 sites / Haute-Loire : 25 sites



En 3 ans, l'Auvergne a vu le nombre de sites labellisés Tourisme & Handicap passer de 52 à 148 sites.

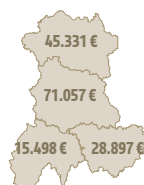
*Village de vacances Lio'Hand Évasion (Brugheas - Allier). Labellisé pour les 4 déficiences. Aide régionale : 320.000 € (Offre touristique innovante) 15.000 € (Tourisme & Handicap).*





## AIDES DE LA RÉGION DE 2005 À 2007

Départements	Investissements	Total subventions*	Répartition subventions	Nombre de projets
Allier	-	45.331 €	28%	4
Cantal	-	15.498 €	10%	2
Haute-Loire	-	28.897 €	18%	5
Puy-de-Dôme	-	71.057 €	44%	8
Total région	-	160.783 €	100%	19



\* La subvention allouée au titre du programme Tourisme & Handicap correspond à une prime sur un projet global d'hébergement ou d'aménagement.

## Ce qu'ils en pensent

Chantal et Richard BONAL-SEGURA

Propriétaires - chambre d'hôtes 3 épis Gîtes de France - 15 230 Lacapelle-Barrès  
www.lagrange-lacapelle.com - Tél. 04 71 73 42 12 - Labellisée en septembre 2007 (handicaps moteur et visuel).

« La création de chambres d'hôtes dans notre grange typique de 1880 a bénéficié d'une subvention régionale supplémentaire de 15.000 € au titre de l'aide Tourisme & Handicap. Bien que notre projet émane d'une volonté personnelle, cette aide régionale nous a permis de financer une partie des aménagements spécifiques de 2 chambres : mobilier adapté, douche de plain-pied, ascenseur, terrasse et parking de commodité...

Nous souhaitons une structure de qualité, plaisante, à la portée de tout public... nos premiers clients ont beaucoup apprécié ! »

Marc ESTEVE - directeur - « Le Vert plateau , Village de vacances de pleine nature »  
03 330 Bellenaves - www.vert-plateau.com - Tél. 04 70 58 30 48

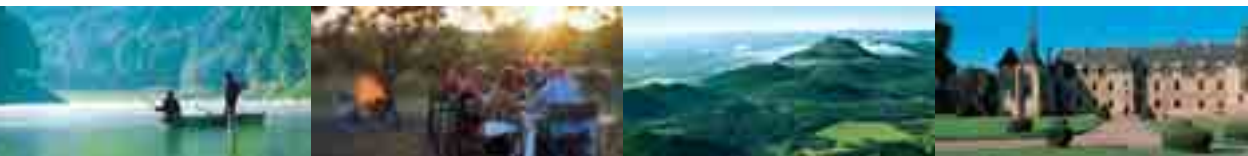
En cours de labellisation (4 déficiences).

« Dès la phase étude du projet de réhabilitation de l'ancien centre de vacances, la volonté des élus a été de se positionner sur le créneau de la clientèle handicapée. Nous avons donc prévu les aménagements en conformité avec le cahier des charges du label Tourisme & Handicap et obtenu des subventions de la Région lors de nos différentes phases de travaux. Après une année d'ouverture, notre objectif est de « faire vivre » notre label en nous concentrant sur la mise en place de nos programmes d'animations, ainsi que la promotion et la mise en réseau de notre structure en comptant bien entendu sur le soutien des collectivités. »

L'objectif est d'intensifier la promotion régionale des sites labellisés Tourisme et Handicap.

## POUR MIEUX FAIRE

- Intensifier la promotion régionale des sites labellisés « Tourisme & Handicap » et des séjours spécifiques,
- Accroître l'offre labellisée et notamment celle des activités de loisirs,
- Mettre en place et promouvoir un « territoire de séjours touristiques » accessible à tous.



## → TOURISME DURABLE

### RAPPEL DE LA MESURE

Conscient des enjeux environnementaux, le Conseil régional d'Auvergne a inscrit un programme « Tourisme durable » au Schéma régional de Développement du Tourisme et des Loisirs. Ce programme comprend des interventions régionales pour les investissements nécessaires à la mise en place d'une démarche environnementale responsable, ainsi qu'un travail de sensibilisation et d'accompagnement confié au Comité Régional de Développement Touristique d'Auvergne.

Publications et forums sur le tourisme durable ont permis de sensibiliser et accompagner les acteurs du secteur.

### SITUATION EN 2005

Une démarche régionale pour un développement durable dans le secteur touristique.

La notion de tourisme durable garantit le respect des équilibres environnementaux, sociaux et économiques, et permet de proposer des séjours de qualité aux touristes, d'apporter des retombées économiques aux gestionnaires et aux populations locales, tout en préservant l'environnement naturel. L'Auvergne a tous les atouts pour devenir une région leader du tourisme vert en France et en Europe par la qualité des séjours et par son image fortement liée à la préservation de l'environnement. Les initiatives en matière d'écotourisme et la prise en compte des enjeux environnementaux se développent, mais sont encore trop marginales.

### POINT FIN 2007

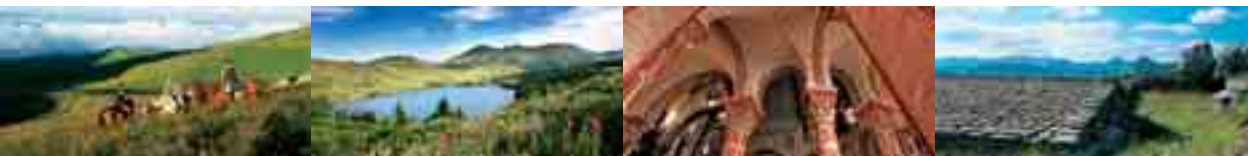
Ces deux dernières années ont permis le lancement d'une politique de sensibilisation et d'accompagnement efficace.



Une plaquette d'information éditée en 2006 et la réalisation des Forums régionaux « Tourisme durable » en 2006 et 2007, dans le cadre du plan de formation du CRDTA, ont été l'occasion de sensibiliser les professionnels du secteur touristique à l'approche environnementale.

Afin de compléter ce travail d'information, le Conseil régional d'Auvergne et le Comité Régional de Développement Touristique d'Auvergne ont édité un « Écoguide » de gestion environnementale en janvier 2007. Cet ouvrage, réalisé en collaboration avec les partenaires institutionnels et consulaires de la Région, est un outil d'accompagnement vers la mise en œuvre d'une démarche environnementale intégrée au fonctionnement des structures touristiques. Il synthétise les principaux thèmes du développement durable dans les différents postes d'une entreprise touristique.

*L'Écoguide de la région Auvergne est disponible gratuitement sur [www.auvergne-tourisme.info](http://www.auvergne-tourisme.info), Espace « Partenaires », sous la rubrique « Documentation ».*



## AIDES DE LA RÉGION DE 2005 À 2007

Départements	Investissements	Total subventions	Répartition subventions	Nombre de projets
03	-	-	-	-
15	-	3.000 €	9%	1
43	-	-	-	-
63	-	15.000 €	46%	1
Aide régionale	-	14.714 €	45 %	1
Total région	-	32.174 €	100 %	3



**Remarque : ce programme devrait monter en puissance à partir de 2008 avec les critères d'éco-conditionnalité des aides du Conseil Régional dans le cadre de son Agenda 21.**

## Ce qu'ils en pensent

Chambre de Commerce et d'Industrie de Thiers

« Nous avons les mêmes objectifs [...] sur la sensibilisation, les actions concrètes et faciles à mettre en œuvre. »

« L'Écoguide nous sert d'appui lors de nos visites de rendu des pré-diagnostics (nous le laissons systématiquement à l'hôtelier-restaureur). Les outils de communication élaborés par la Région, tels cet Écoguide ou les forums, nous sont utiles sur le terrain pour sensibiliser les professionnels. »

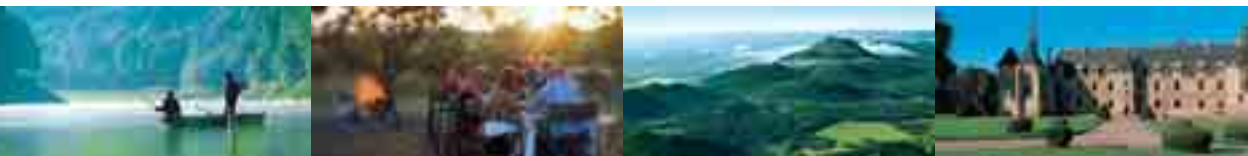
## POUR MIEUX FAIRE

La mise en place de critères d'écoconditionnalité dans des aides touristiques régionales.

Pour accompagner les professionnels, la réalisation de diagnostics environnementaux et les investissements nécessaires à la mise en place d'une gestion durable font l'objet d'un soutien régional.

Dans le cadre de son Agenda 21 voté le 13 novembre 2007, la région Auvergne souhaite mettre en place progressivement des critères d'écoconditionnalité énergétique pour ses dispositifs d'aide aux bâtiments notamment dans le secteur touristique. L'objectif est de réduire de 20 % les consommations énergétiques pour les nouvelles constructions et pour les projets de rénovation de bâtiments existants.

Le Conseil régional d'Auvergne aidera à améliorer les performances énergétiques des bâtiments touristiques.



## ACTE IX : Développer de nouveaux outils

### RAPPEL DE LA MESURE

Le rôle du Conseil régional, au-delà de l'aide financière qu'il peut apporter aux porteurs de projets, est de mettre en place des outils au service des acteurs touristiques et des outils au service des clientèles. Ces services doivent permettre de faciliter, valoriser et promouvoir le travail de tous les acteurs. Pour ce faire, l'Auvergne va se doter de plusieurs outils notamment une plate-forme logistique et une plate-forme d'appels.

### → Les plates-formes de services du C.R.D.T.A

Le Comité Régional de Développement Touristique d'Auvergne est le seul Comité Régional du Tourisme en France à disposer d'un centre d'appels, relié à une plate-forme logistique d'envois de documentation.

Depuis sa mise en place en 2005, le centre d'appels a vu son activité croître de + 50 %, en particulier avec le traitement des appels concernant Vulcania (depuis septembre 2005) et la centrale de réservation régionale, Auvergne Tourisme (depuis novembre 2006, débordement d'appels en semaine et appels du week-end).

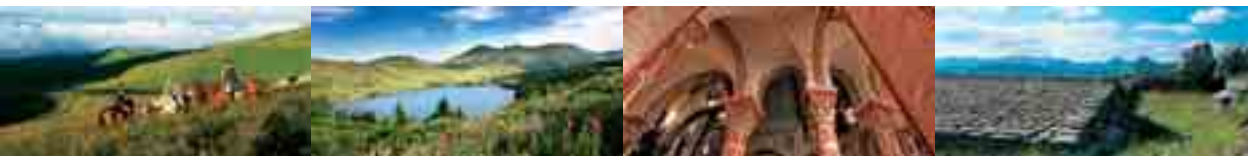
Les conseillères clientèles effectuent aussi des relances téléphoniques auprès des personnes ayant fait une demande de documentations. 1 900 personnes dont 35 % déclarent être venues séjourner en Auvergne, ont été relancées en 2006 / 2007.

La plate-forme logistique se charge non seulement des envois du C.R.D.T.A., mais aussi de l'Agence Départementale de Développement Touristique du Puy-de-Dôme, des offices du tourisme du Sancy, de Clermont-Ferrand et de Riom, de Thermauvergne et de Vulcania. Son activité a évolué favorablement depuis 2005. De 48 700 envois traités en 2005, la plate-forme est passée à 63 000 envois en 2007.

Parmi les outils dont dispose le CRDTA, il en est un qui a connu une évolution significative : il s'agit d'Internet. 620 000 visiteurs recensés fin 2007 contre 198 000 fin 2004. Cette progression est due à la variété des actions de promotion renvoyant sur le site : [www.auvergne-tourisme.info](http://www.auvergne-tourisme.info), mais également à une politique de référencement efficace.

De même, les actions de promotion s'appuyant sur des jeux concours ont généré une augmentation importante des abonnés à la lettre d'information électronique : 4 700 en 2004, 58 800 fin 2007. Ces adresses donnent lieu à l'envoi régulier d'informations à une clientèle intéressée par l'Auvergne.

Depuis 2005,  
la plate-forme  
d'appels du  
CRDTA a vu  
son activité  
croître de 50 %,  
et la plate-forme  
logistique  
de 30 %.



#### Évolution des appels téléphoniques

2005	2006	2007
non quantifié	20 600	30 700
-	-	+ 49 %

#### Évolution du nombre d'envois de documentation de la plate-forme logistique

2005	2006	2007
48 700	60 200	63 000
-	+ 23,6 %	+ 4,6 %

#### Évolution du nombre de visiteurs sur le site : [www.auvergne-tourisme.info](http://www.auvergne-tourisme.info)

2004	2005	2006	2007
198 000	432 000	572 000	620 000
-	+ 118 %	+ 32 %	+ 8 %

#### Évolution du nombre d'abonnés à la newsletter

2005	2006	2007
11 575	15 700	58 800
-	+ 35 %	+ 274 %

Entre 2004 et 2007, le nombre de visiteurs du site Internet est passé de 198 000 visiteurs à 620 000.

### POUR MIEUX FAIRE

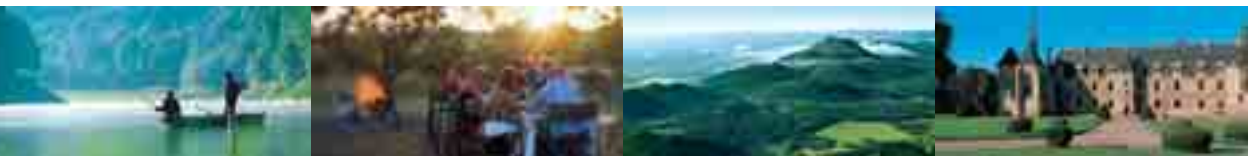
La plate-forme logistique dispose d'une marge de progression importante. La mise en place du Système régional d'Informations Touristiques, incluant la saisie possible des demandes d'information pour les Comités Départementaux du Tourisme et les Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiatives sur un même formulaire type, représente une opportunité pour toutes ces structures, de confier l'envoi de leurs documentations à la plate-forme logistique.

Le média Internet devenant incontournable dans le tourisme, il sera privilégié par le CRDTA, en particulier en faveur de la réservation en ligne.

Toutefois, cette volonté suppose que l'offre proposée soit à l'avenir la plus large possible afin de mieux répondre à l'attente du grand public, pour tous les modes d'hébergement.



Photothèque en ligne du C.R.D.T.A. créée fin 2007.



## → DÉVELOPPER DE NOUVEAUX PARTENARIATS

L'AGENCE DE DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE  
AUVERGNE / MASSIF CENTRAL

### Une initiative unique en France

Créée sous l'impulsion de la région Auvergne et du Comité Régional de Développement Touristique, l'agence est le résultat de la convergence des intérêts de quatre structures :

- Montagnes Massif Central, en charge de la filière nordique,
- Aptes, organisateur d'événements sport nature tels que Transmassif, Chamineige et Thermathlon,
- la partie ingénierie de Chamina,
- le Comité régional de Tourisme Équestre.

Les compétences de l'agence couvrent quatre domaines d'activités principaux :

- l'ingénierie, l'aménagement et l'entretien des sites et itinéraires,
- l'organisation et l'accompagnement d'événements, d'animations,
- la promotion et la valorisation des activités de pleine nature,
- l'emploi, la formation, la création d'activités et de produits touristiques.

### OBJECTIFS

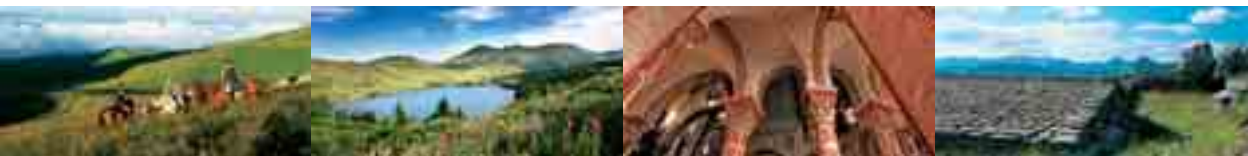
Fédérer les acteurs, impulser une nouvelle dynamique sur le secteur de la pleine nature, mettre en adéquation l'image de l'Auvergne et l'offre proposée, tels sont les objectifs de l'agence de développement des activités de pleine nature créée en mai 2007.

Les sports de nature représentent un axe important de la politique régionale. L'objectif de l'agence est d'améliorer la productivité au sein de l'économie touristique et d'offrir aux auvergnats une plus grande facilité d'accès et de pratique.

### Les premières rencontres auvergnates des loisirs sportifs de nature, deux jours pour débattre : fin 2007.

Afin d'orienter ses missions et activités, l'Agence de Développement des Activités de Pleine Nature a souhaité mener une concertation large avec ses partenaires. Pour cela elle a organisé, les 29 et 30 novembre 2007, les premières Rencontres auvergnates des loisirs sportifs de nature. Sur ces deux jours se sont retrouvés près de 200 acteurs auvergnats du sport, du tourisme et de l'environnement ainsi que quelques-uns des meilleurs spécialistes français.

L'agence de développement des activités de pleine nature est une initiative unique en France. Elle devra impulser une nouvelle dynamique dans ce secteur.



La forte participation à ces rencontres, ainsi que les conclusions des divers ateliers, montrent une réelle volonté de travailler ensemble et des exigences de haut niveau. Les prestataires notamment, sont demandeurs de mise en réseau et l'agence va impulser cette dynamique afin que des actions concrètes soient mises en place rapidement.

### AIDE DE LA RÉGION

125.000 € en 2008.

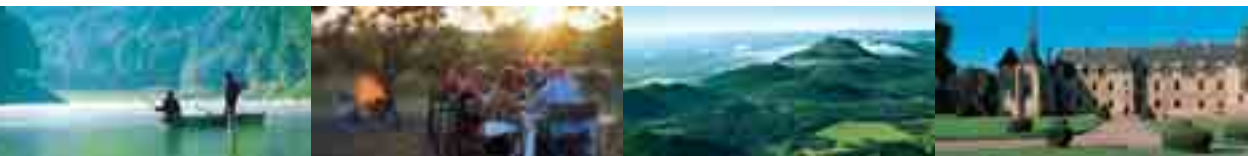
### POUR MIEUX FAIRE

Une vingtaine d'actions vont être engagées en 2008 sur des thèmes comme : observation, accessibilité, événements, mise en réseau des acteurs, démarche qualité, promotion à travers la création d'un site Internet, mutualisation d'emploi, plan de formation, conseils en aménagement, production et mise en marché...

Les Rencontres auvergnates des loisirs sportifs de nature ont montré une forte demande des prestataires à une mise en réseau (200 participants).



*Les 1<sup>ère</sup> Rencontres auvergnates des loisirs sportifs de nature se sont déroulées à Parent (Puy-de-Dôme) avec le soutien du Conseil régional d'Auvergne.*



## → AUVERGNE CONVENTION BUREAU (A.C.B.)

### RAPPEL DES OBJECTIFS DE L'ASSOCIATION

Fédérer les acteurs de la filière et définir des axes communs de travail à travers un plan d'actions annuel, visant à valoriser l'Auvergne en tant que destination de rencontres d'affaires (congrès, colloques, conventions, séminaires, incentives, manifestations événementielles...) et à favoriser ainsi le développement commercial de ses adhérents.

### PRINCIPALES ACTIONS DU 1<sup>ER</sup> SEMESTRE 2008

- Création et mise en ligne d'un site Internet.
- Organisation d'un workshop à Paris.

### LES BONNES RAISONS D'ADHÉRER À L'Auvergne CONVENTION BUREAU EN 2008

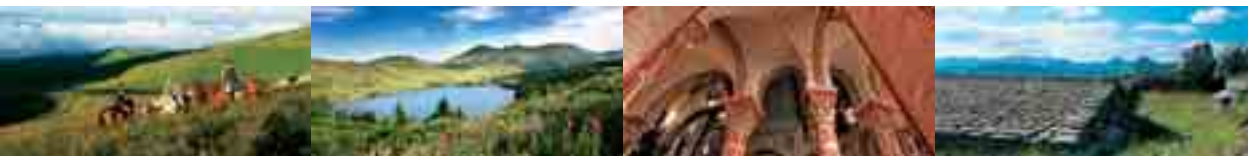
- S'associer à l'image dynamique d'une nouvelle filière qui se crée en Auvergne sur le secteur très porteur de « l'industrie des rencontres professionnelles »
- Bénéficier d'une image de qualité par la sélection rigoureuse de l'Auvergne Convention Bureau dans le choix de ses adhérents
- Assurer sa représentation sur le site Internet de l'association
- Disposer d'un permanent à Paris, chargé de représenter et valoriser ses adhérents dans ses démarches prospectives
- Profiter de la base de données, recevoir des appels d'offres
- Participer à des manifestations professionnelles
- Avoir la possibilité de rencontrer la presse spécialisée et profiter des retombées médiatiques
- Se positionner dans les circuits d'eductour

### QUI EST CONCERNÉ ?

Les centres de congrès et de séminaires, les parcs d'exposition, les lieux de séminaires résidentiels, les hébergements de bonne capacité, les lieux de réception et d'événementiel (parcs à thème, salles de spectacles, sites culturels, sites outdoor...), les agences d'incentives et événementielles, les autres prestataires de services de tourisme d'affaires (animation, transport, location de matériel, traiteur...)

Cotisations : à partir de 1.000 € (selon catégorie professionnelle et capacité d'accueil) – Grille tarifaire et conditions d'adhésion sur simple demande.

Auvergne  
Convention  
Bureau : faire de  
l'Auvergne  
une destination  
d'affaires, aider  
commerciallement  
ses adhérents.



## LES « AVANTAGES CLIENTS » DE L'Auvergne CONVENTION BUREAU (A.C.B.)

### - Une association de professionnels engagés

L'ACB a mis au point, dès la création de son association, une charte d'engagements afin de garantir une homogénéité de qualité entre professionnels de la rencontre d'affaires en Auvergne. Tous les professionnels de l'ACB adhèrent à cette charte. L'ACB offre ainsi une sélection rigoureuse de professionnels engagés dans la qualité.

### - Un contact unique et simple

L'ACB centralise toutes les demandes d'informations et de cotations (par téléphone, mail ou courrier postal) pour être l'interlocuteur privilégié du client.

### - Un service gratuit

L'Auvergne Convention Bureau est une association loi de 1901, subventionnée par la Région. Outil de promotion « sélectif » de l'offre de l'Auvergne en matière de rencontres d'affaires, ses services sont gratuits.

### - Des réponses rapides et objectives

L'ACB a une bonne connaissance de l'offre régionale et s'appuie sur l'expérience de professionnels pour valider la faisabilité d'un projet sur son territoire. Les réponses aux demandes d'informations simples (disponibilité de dates, faisabilité d'une prestation particulière...) se font sous 48 heures. Les réponses à des demandes de cotations pour séminaires/incentives/soirées événementielles, se font dans un délai maximum de 4 jours. Les réponses aux appels d'offres pour des congrès ou foires/expositions se font dans un délai de 10 jours.

### - Un accompagnement aux candidatures

L'ACB propose aux organisateurs de congrès de les accompagner dans leur projet en les aidant à monter leur dossier de candidature, en leur proposant des visites de sites, en pratiquant des actions de lobbying, en favorisant tous les contacts et rencontres professionnels.

### - Une obligation de satisfaction du client

L'ACB s'engage avec son réseau d'adhérents à tout mettre en œuvre pour que chaque événement soit un succès. Des enquêtes de satisfaction évaluent la qualité des prestations fournies.

Dès sa création, l'Auvergne Convention Bureau a mis en place une charte d'engagement qualité.

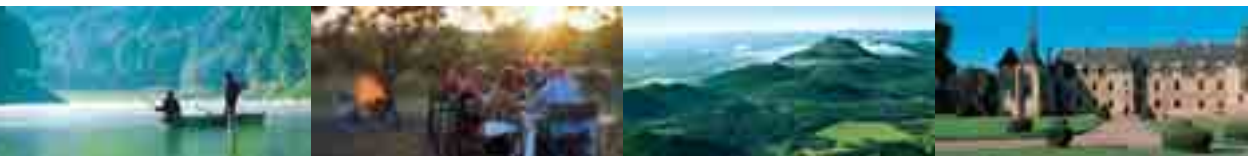
**L'Auvergne Convention Bureau** est présidé par Patricio COGORDAN  
Directeur de Polydôme (Clermont-Ferrand)

### Adresse :

Auvergne Convention Bureau  
FNCRT  
17 avenue de l'Opéra - 75001 PARIS

### Contact :

Brigitte BARNAUD - Tél. 01 43 44 68 07  
auvergneconventionbureau@orange.fr



## → ALTA – Agence des Labels Touristiques d’Auvergne

Dans un souci d’optimisation des actions de promotion et d’animation commerciale des associations régionales de labels à vocation touristique, l’association « Agence des Labels Touristiques d’Auvergne » a été créée le 18 juillet 2007.

### LES MISSIONS DE L’ASSOCIATION

Développer l’animation commerciale pour 9 associations régionales labellisées :



- Améliorer l’efficacité promotionnelle des réseaux adhérents, en synergie avec le plan d’action marketing du CRDT Auvergne. L’ALTA doit permettre à ses adhérents de s’inscrire plus facilement et avec plus d’efficacité dans les actions menées par le CRDT Auvergne.
- Fédérer et mutualiser les actions de promotion des différents réseaux autour de la marque Auvergne.
- Disposer d’outils de promotion et de communication communs pour un meilleur impact.
- Proposer une animation promotionnelle cohérente à destination des clientèles cibles de l’Auvergne.

La création de cette agence est avant tout, pour ses adhérents, une opportunité d’insuffler un véritable esprit réseau et d’optimiser des moyens pour des actions de plus grande envergure.

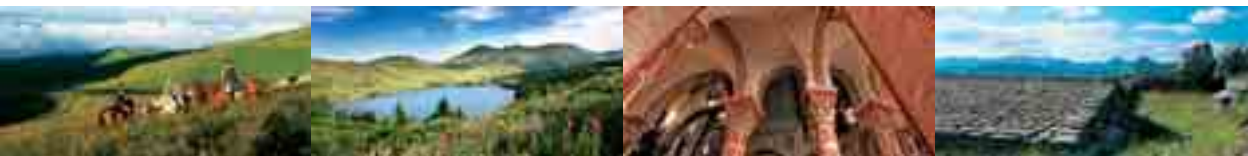
Les actions entreprises concerneront essentiellement les opérations de marketing, mailing ou e-mailing sur les fichiers clients des réseaux, la mutualisation des démarches de promotion des adhérents, la valorisation de l’offre sur le site Internet régional et la newsletter, la participation à des salons grand public ciblés, les relations presse.

#### Contacts :

Pierre-Marie TISSIER, président - [info@alta-auvergne.com](mailto:info@alta-auvergne.com)

Cécile WILLK-FABIA, chargée de mission  
7 allée Pierre de Fermat - 63 178 Aubière Cedex  
Tél. 04 73 29 49 73 - [c.willkfabia@alta-auvergne.com](mailto:c.willkfabia@alta-auvergne.com)

L’ALTA doit optimiser la promotion et la commercialisation des labels auvergnats à vocation touristique.



## → LE GROUPEMENT POUR LA QUALITÉ EN AUVERGNE



### LE CONTEXTE : PLAN NATIONAL « QUALITÉ TOURISME »

En réponse au recul de la France sur ses positions de leader des destinations touristiques, à la dégradation de l'image de qualité d'accueil et à la prolifération des labels de qualité, le Ministère en charge du Tourisme a initié un « Plan Qualité Tourisme ». Ainsi, sous la marque ombrelle Qualité Tourisme, le Ministère reconnaît et valide, pour être plus visibles et lisibles, les différentes démarches de qualité considérées comme suffisamment sérieuses : ce sont par exemple celles développées par des secteurs d'activités (Restaurateurs de France, Camping Qualité, FNOTSI), par des enseignes (Logis de France, Interhôtel) ou encore des territoires, comme Qualité Auvergne.

### EN AUVERGNE, QUEL RELAIS ET QUELLE PLACE POUR CE PLAN QUALITÉ ?

Initiée en 2000, l'association Qualité Auvergne avait pour objectif d'améliorer l'offre régionale d'hébergements, au travers d'une démarche de certification de service exclusivement, puis de la valoriser par un label spécifique. En septembre 2007, cette démarche a obtenu la reconnaissance officielle de Qualité Tourisme.

Afin de diffuser cet « esprit qualité » et d'en optimiser la visibilité de l'offre qualitative, l'Auvergne, utilisant ses ressources et en particulier la reconnaissance de Qualité Auvergne, peut désormais s'investir dans le développement des démarches de qualité sur tous les secteurs qui le souhaitent. Cette nouvelle orientation se traduira par le développement et / ou l'accompagnement de démarches de qualité « labellisables » Qualité Tourisme pour ceux qui n'en ont pas ou qui souhaitent un soutien (Offices de Tourisme, hôtels hors réseaux, villages vacances, chambres d'hôtes, prestataires d'activités sportives).

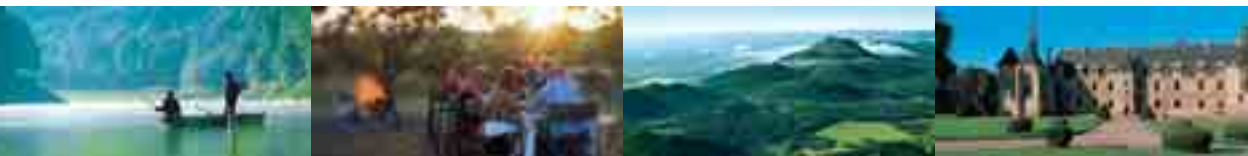
### UN GROUPEMENT BOÎTE A OUTILS

Le groupement Qualité en Auvergne, par sa compétence désormais très spécialisée, deviendra une boîte à outils mobilisable par tous ceux qui souhaitent faire progresser leur entreprise ou leur réseau en intégrant une démarche Qualité. Le rôle du groupement sera alors de les accompagner dans la conception de leurs engagements, dans la réflexion sur les modes de contrôle envisageables et, dans la mesure du possible, de viser une reconnaissance finale Qualité Tourisme.

#### Contact :

Séverine ÉGAL - animatrice  
7 allée Pierre de Fermat - 63178 Aubière Cedex  
Tél. 04 73 29 49 75 - s.egal@qualite-auvergne.fr

Le label Qualité Auvergne a obtenu, en septembre 2007, la reconnaissance officielle de Qualité Tourisme.



## ACTE X : Observer et analyser les politiques et l'économie touristiques régionales

### → SPOT Auvergne : Observatoire Régional du Tourisme



L'association SPOT Auvergne\* a été créée en 2000 pour organiser et coordonner les actions d'observation de l'activité touristique régionale : suivre et analyser l'évolution de l'offre et de la fréquentation touristique, disséquer les caractéristiques des clientèles, produire et diffuser les résultats à l'échelle régionale et départementale sont parmi les missions fondamentales de l'association. Depuis 2005, SPOT Auvergne pilote des études en recherche et développement, met en œuvre une veille stratégique et conduit une réflexion prospective dans le domaine du tourisme.

Depuis janvier 2008, SPOT Auvergne peut produire une estimation de l'économie touristique d'un infra-départemental territoire sous la forme d'un tableau de bord présentant les caractéristiques statistiques de l'offre d'hébergement, une évaluation de la fréquentation touristique du territoire, et une estimation des dépenses totales des clientèles qui séjournent sur ce territoire. L'association permet également aux territoires et filières de s'appuyer sur la logistique d'un dispositif coordonné d'enquêtes de clientèles pour accompagner la mise en œuvre d'opérations spécifiques « Suivi Permanent de l'Opinion des Clientèles ».

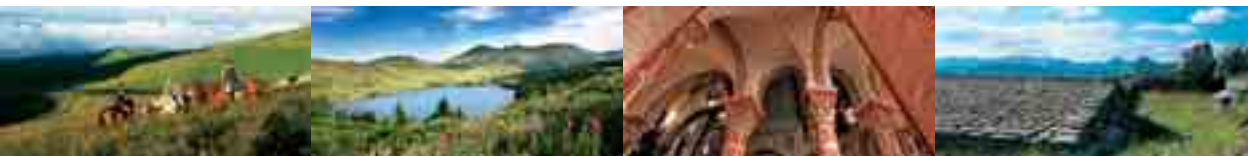
Pour les professionnels, SPOT Auvergne pilote divers travaux et accompagne ses partenaires consulaires et institutionnels dans l'élaboration d'outils d'analyse (fiches marchés, suivi de ratios économiques,...). L'association répond également aux sollicitations de ses membres, dont certains réseaux et filières, pour intervenir lors de réunions régionales ou départementales afin de présenter les travaux en rapport avec le public concerné. Le site Internet présente les principales publications et permet aux abonnés d'accéder à des données descriptives plus techniques.

Un Suivi Permanent de l'Opinion des Clientèles est possible depuis 2008 dans la réalisation d'opérations spécifiques.

#### L'ACTUALITÉ 2008 DU SPOT AUVERGNE :

- Une refonte des outils de communication pour accélérer la sortie des publications (cahiers thématiques : voir page suivante) et faciliter l'accès aux données (moteur de recherche, flux RSS).
- Le lancement d'une réflexion prospective à l'échelle du Massif central animée par un expert d'ODIT France, en liaison avec la DIACT Massif central.
- La poursuite d'un plan d'action avec de nombreux outils d'observation coordonnés pour l'ensemble des acteurs impliqués dans l'activité touristique

*\* L'association SPOT Auvergne (Système Permanent d'Observation du Tourisme) regroupe la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie, le Comité Régional de Développement Touristique, les Comités Départementaux du Tourisme de l'Allier, du Cantal, de Haute-Loire, l'Agence Départementale de Développement Touristique du Puy-de-Dôme, Thermauvergne, l'UNAT Auvergne, la Fédération de l'Hôtellerie de Plein Air, l'Union Régionale des Gîtes de France, les Parcs naturels régionaux des Volcans et Livradois-Forez, l'UCCIMAC. Elle bénéficie de financements du Conseil régional, des quatre Conseils généraux, de la CRCI, et en 2008, de l'État et de la DIACT.*



## → COMMENT TROUVER LES BONNES INFORMATIONS ?

SPOT publie plusieurs types de documents consultables gratuitement sur le site Internet : [www.spot-auvergne.fr](http://www.spot-auvergne.fr)

### JUSQU'EN 2008, SPOT AUVERGNE A PRODUIT :



**Le Panorama Auvergne sur l'année touristique** (années paires) : document de référence comportant de très nombreux tableaux, graphiques, cartes, et des analyses sur l'activité touristique pour les grandes filières en termes d'offre, de fréquentation, d'analyse clientèles, de données économiques.

Les **Chiffres Clés Auvergne** (années impaires) : actualisation du Panorama, sans les commentaires par filière.



**Bilan d'hiver, et bilan d'été** : documents de 8 pages présentant les principaux résultats disponibles pour décrire l'activité touristique des semestres avril à septembre (semestre été), ou octobre à mars (semestre hiver).

Désormais, ces publications, dont les dates de parutions étaient très tardives, sont remplacées à compter de 2008 par un **Panorama** qui sera composé de plusieurs **cahiers thématiques**. Ceux-ci seront publiés sur le site Internet sous la forme de fiches au format PDF au fil de l'année, selon le rythme de disponibilité des données par filière.

Par ailleurs, SPOT Auvergne produit une lettre mensuelle (**Le Flash du SPOT**) qui rend compte en 4 pages des données les plus récentes sur l'activité touristique, les résultats des enquêtes clientèles, les indicateurs de fréquentation, et des données nationales.

Cette production existe en version intégrale sous la forme de « **L'@ lettre du SPOT** », une lettre de 10 à 12 pages qui comporte des analyses plus précises et qui traite de sujets complémentaires.

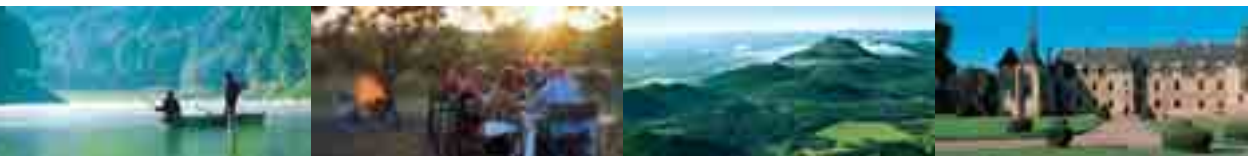
Ces différentes publications reprennent et synthétisent des textes d'analyse qui sont transmis par e-mail chaque semaine aux abonnés à la liste de diffusion du « **Chiffre de la semaine**. »

Ponctuellement, des rapports thématiques sont réalisés sur des sujets spécifiques et rendent compte de résultats d'études.

Le site Internet comporte également un **espace Pro** et un **espace Expert** accessibles sur abonnement, permettant de consulter et de télécharger des éléments plus techniques :

- espace Pro : accès à des « fiches marchés », et aux « séquences destination phare »,...
- espace Expert : accès à « *L'@ lettre du SPOT* », aux tableaux de bord mensuels, aux tableaux de données des publications, aux archives, à des diaporamas d'études et présentations thématiques.

Les conditions d'abonnement varient selon les publics.



## → TABLEAU DE SYNTHÈSE DE LA FRÉQUENTATION EN AUVERGNE

Évaluations 2007 SPOT Auvergne réalisées au 10 janvier 2008

Nuitées	2001	2004	Évolution 2001/2004	2007 Évaluation SPOT Auvergne	Évolution 2004/2007
Hôtels	3.437.095	3.493.369	2%	3.400.000	-3 %
Gîtes en centrales de réservation	514.647	628.555	22%	665.941	6 %
Hôtellerie de plein air	1.818.704	1.803.669	-1%	1.491.697	-17 %
<b>Hôtels + Campings + Gîtes en centrales</b>	<b>5.770.446</b>	<b>5.925.593</b>	<b>3%</b>	<b>5.557.638</b>	<b>-6 %</b>

L'évolution du volume global de fréquentation touristique dans les principaux hébergements marchands traduit d'une part la modification progressive de l'offre, avec une réduction de la capacité hôtelière ainsi qu'une montée en puissance des centrales de réservation départementales, et d'autre part les aléas climatiques, avec la situation exceptionnelle de l'été 2007 pour les campings (mauvaises conditions climatiques).

Clientèle française* (en millions)	2001	2004	Évolution 2001/2004	2007 Évaluation SPOT Auvergne	Évolution 2004/2007
Nuitées	21,4	25,6	20%	27,5	7%
Nuitées séjours personnels	21,0	24,8	18%	27,0	9%
Nuitées hébergements marchands	8,7	10,0	15%	9,4	-6%
Nuitées hébergements non marchands	12,7	15,6	23%	18,1	16%

\* Source TNS-SOFRES / Direction du Tourisme 2001 et 2004

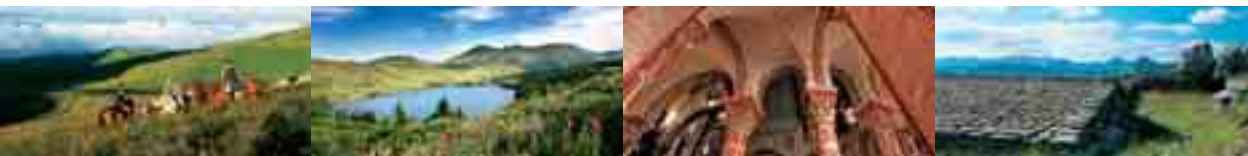
Les données sur les déplacements touristiques des Français prennent en compte les séjours chez les parents, amis et en résidence secondaire (hébergements non marchands), qui représentent plus de 60 % de la fréquentation touristique en France et en Auvergne. Après une forte augmentation entre 2001 et 2004, principalement dans les hébergements non marchands, la progression est ralentie en 2007, mais reste significative malgré le repli dans les hébergements marchands.

Nuitées hôtellerie	2001	2004	Évolution 2001/2004	2007 Évaluation SPOT Auvergne	Évolution 2004/2007
Hôtels	3 437 095	3.493.369	2%	3.400.000	-3%
Français	3 047 551	3.104.417	2%	2.982.000	-4%
Etrangers	389 544	388.952	0%	418.000	7%
Agrément	2 455 376	2.291.737	-7%	2.070.000	-10%
Affaires	981 719	1.201.632	22%	1.330.000	11%
Rural	1 259 906	1.291.522	3%	1.220.000	-2%
Urbain*	1 189 827	1.245.556	5%	1.370.000	6%
Villes d'eaux	987 356	956.294	-3%	810.000	-15%

Dans l'hôtellerie de tourisme régionale, le volume global varie peu au fil des années, mais on constate une progression de la fréquentation étrangère plus soutenue ces dernières années. L'activité est principalement portée par la fréquentation « affaires » alors que l'agrément est en repli. C'est clairement l'hôtellerie urbaine qui profite des meilleures progressions, alors que le milieu rural souffre de la baisse de la demande en hôtels, et les villes d'eaux subissent la disparition de nombreux établissements qui n'ont pas pu s'adapter au marché touristique. On remarque en particulier une demande croissante pour les gammes supérieures, qui améliorent leur taux d'occupation. Ces évolutions justifient les orientations du Conseil régional d'Auvergne en faveur des hébergements 3 et 4 étoiles.

**Ces tableaux ont pour vocation de donner des tendances mais doivent être pris avec recul compte tenu du caractère météorologique exceptionnel de l'année 2007.**

\* hors chaîne en 2001



Nuitées hôtellerie	2001	2004	Évolution 2001/2004	2007 Évaluation SPOT Auvergne	Évolution 2004/2007
Été (hôtels) juillet août septembre	1.459.397	1.418.584	-3%	1.370.000	-3%
Printemps (hôtels) avril mai juin	947.964	959.384	1%	900.000	-6%
Automne (hôtels) oct. nov. déc.	496.946	543.391	9%	560.000	3%
Hiver (hôtels) janvier à mars	532.788	572.013	7%	570.000	0%

La fréquentation hôtelière est en augmentation régulière à l'automne, alors que les autres saisons sont stables ou en repli. Clientèles d'affaires, seniors et étrangères participent au progrès de la fréquentation principalement pour les gammes supérieures.

Allier	773.926	852.073	10%	835.000	-2%
Cantal	540.931	513.956	-5%	510.000	-1%
Haute-Loire	347.746	328.352	-6%	314.000	-4%
Puy-de-Dôme	1.774.492	1.798.988	1%	1.741.000	-3%

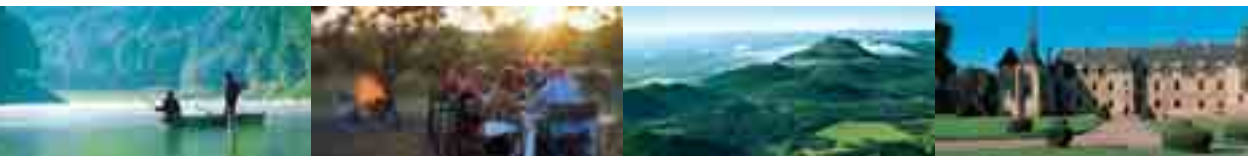
Les départements suivent les mêmes tendances, bien que l'Allier soit plutôt gagnant sur la durée, bénéficiant d'une infrastructure hôtelière dont le niveau de gamme est globalement supérieur à la moyenne régionale.

#### Remarques

- L'exercice de comparaison sur des années de référence présente une difficulté dans certains domaines dont le tourisme en raison de l'incidence parfois significative, comme en 2007, du contexte climatique. Peu de neige en hiver, peu de soleil en été pénalisent naturellement certains modes d'hébergements.
- Les données concernant la fréquentation d'autres formes d'hébergements marchands (meublés, villages de vacances, chambres d'hôtes) n'existaient pas en 2001.
- Évaluation établie sur la base des données disponibles de l'année. (données janvier à octobre) avec extrapolation basée sur une fin d'année équivalente à 2007.

## → SUBVENTIONS SPOT AUVERGNE

	Montant total de subvention	Conseil régional d' Auvergne	%	4 Conseils généraux	%	État (DRT, DIACT, Direction du Tourisme)	%	Autres (CRCIA,...)	%
2005	265.461 €	200.000 €	75,3 %	65.461 €	24.7 %	0	0 %	0	0 %
2006	279.961 €	175.000 €	62.5 %	65.961 €	23.6 %	39.000 €	13.9 %	0	0 %
2007	281.861 €	155.000 €	55 %	66.861 €	23.7 %	55.000 €	19.5 %	5.000 €	1.8 %



## ACTE XI : Partager nos expériences



### → LE CRDTA ET LE CONSEIL RÉGIONAL À LA CONQUÊTE DE L'EUROPE

En 2005, l'Auvergne a présenté son premier projet de coopération interrégionale aux instances européennes. Portant sur le développement touristique des territoires ruraux, ce projet, nommé Futourism, a reçu le soutien de l'Union Européenne dans le cadre du programme Interreg III C en 2006.

Il réunit autour d'objectifs complémentaires des structures d'Irlande, de Grèce, de Malte et de Slovénie emmenées par l'Auvergne, chef de file du projet.

#### FUTOURISM REGROUPE 5 SOUS-PROJETS

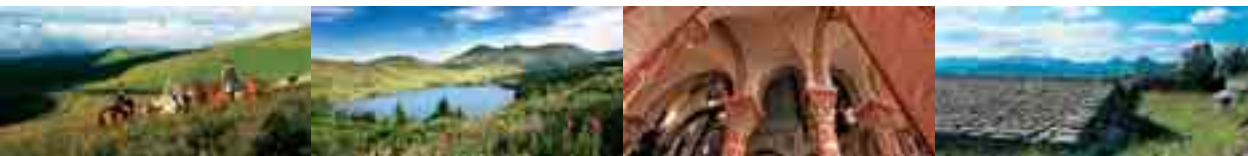
- Best Health : cette opération, conduite par le partenaire slovène, consiste en un transfert de bonnes pratiques entre les régions en matière de tourisme de nature, tourisme sportif et remise en forme.
- Cultourism : ce projet permet d'enrichir la réflexion du partenaire maltais concernant la mise en tourisme de certains quartiers de la capitale méconnus des visiteurs.
- Green Europe : menée par le Comité Régional de Développement Touristique d'Auvergne et le Conseil régional, cette opération rassemble des agences de voyages de chaque région impliquées dans le projet Futourism au sein d'un réseau permettant la mise en commun d'une partie de l'offre touristique des différentes régions pour une meilleure commercialisation de cette offre.
- Human Resources Development : HRD est le programme piloté par le partenaire irlandais. Il permet de développer de nouveaux outils de professionnalisation des acteurs touristiques.
- Parkomotion : sous la responsabilité du partenaire grec, cette opération vise à mettre en évidence des potentiels et méthodes de mise en valeur touristique de territoires naturels préservés.

Chacun s'enrichit, depuis le lancement du projet, des expériences de ses voisins européens, réussies ou non, afin de faire progresser ses stratégies de développement touristique.

La conférence européenne de clôture du projet, au cours de laquelle chaque partenaire doit exposer les résultats de ses travaux et les fruits de cette coopération, aura lieu le 21 mai 2008 à Clermont-Ferrand.

Les résultats de l'interreg Futourism seront présentés en mai 2008 à Clermont-Ferrand lors de la conférence de clôture.





## Ce qu'ils en pensent

*Franc GÖNC, Agence régionale de développement Mura, Slovénie - <http://www.rra-mura.si/en>  
« L'offre touristique de la région de Pomurje est assez similaire à celle de l'Auvergne. Toutes deux sont basées sur le patrimoine culturel, le thermalisme et les espaces naturels. Le projet Green Europe mené par l'Auvergne dans le cadre de Futourism va aider nos régions à mettre en œuvre un réel développement de l'activité touristique à travers des stratégies marketing concrètes et innovantes au bénéfice des petits hébergements diffus sur nos territoires ».*

### REBONDIR SUR CETTE EXPÉRIENCE INTERNATIONALE

Le programme Futourism est le premier Interreg mené par le Conseil régional et le CRDTA. Ce galop d'essai, en tant que partenaires mais surtout en tant que chefs de file du projet, a permis d'acquérir les compétences et l'expérience nécessaires pour espérer bénéficier, dans les années à venir, de l'aide financière de l'Europe. Celle-ci s'exprime en effet de plus en plus par le soutien aux projets issus de collaborations entre régions de l'Union.

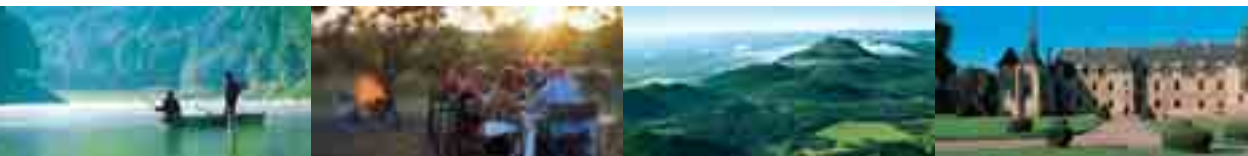
D'ores et déjà, ces nouveaux savoir-faire sont mis en œuvre. Les travaux de recherche et développement nécessaires à la mise en place d'une nouvelle stratégie régionale de développement de l'hébergement touristique s'appuieront peut-être, dans les années à venir, sur un nouveau partenariat européen dans le cadre du programme Interreg IV C.

**Le Conseil régional et le CRDTA ont en effet déposé leur candidature auprès de l'Union Européenne, accompagnés de structures de Hongrie, Lituanie, Slovaquie, Slovénie et d'Espagne. Ensemble, et avec le soutien des fonds structurels européens, ces partenaires vont mettre au point des concepts innovants d'hébergements visant à développer la fréquentation de clientèles nouvelles sur leur territoire tout en diminuant l'impact environnemental de l'activité touristique.**

Les savoir-faire et expériences de tous ces partenaires seront ainsi mobilisés au service du développement de la compétitivité économique des régions et de la création d'emplois nouveaux dans le secteur touristique.

Si ce projet est accepté, ce sont plus de **deux millions d'euros de crédits** européens qui accompagneront cette démarche.

Le Conseil régional d'Auvergne et le CRDTA sont candidats pour une nouvelle coopération européenne visant à élaborer des concepts innovants d'hébergement à partir du concept *Nattitude*.



## ACTE XII : Innover par le développement touristique de l'Auvergne

### → LE PROJET NATTITUDE

#### AUVERGNE : L'OFFRE CRÉERA LA DEMANDE...

L'Auvergne, région de moyenne montagne ou de campagne, s'appuie sur une bonne notoriété et sur une image forte et attractive de naturalité...

...mais une région qui souffre toujours, comme toutes les destinations de campagne et de moyenne montagne, d'une offre trop diffuse pour être visible et facilement commercialisable et d'une surreprésentation des hébergements milieu de gamme alors que seuls les trois - quatre étoiles, clés, épis... voient leur fréquentation progresser.

Le projet **Nattitude** vise à valoriser des hébergements, quel qu'en soit le type, respectueux du positionnement « nature » de l'Auvergne.

#### A. POUR CAPTER L'ATTENTION : DES RESORTS ÉCO-SENSORIELS

Équipements de 500 lits environ, ils viennent conforter l'offre des territoires les plus emblématiques de notre région.

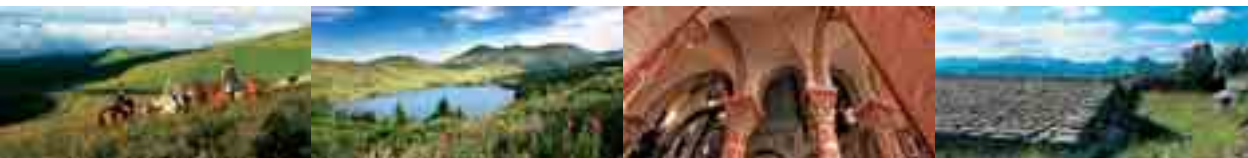
Écologiques, ils combinent des activités de bien-être autour de la nature et de la valorisation de l'eau, des aménagements de haute technologie et des loisirs créatifs. Ces resorts proposent des activités regroupées sur un même site et fonctionnent de manière permanente. L'accès à ces activités est ouvert aux résidents du resort, mais également aux populations extérieures (locales ou touristiques) séjournant dans d'autres types d'hébergements.

Les objectifs économiques de la création de ces resorts, dont les travaux ne débiteront qu'après signature de contrats d'exploitation avec des sociétés spécialisées dans l'économie touristique, peuvent se résumer à la création de 2 500 lits neufs et d'environ 300 emplois directs.

*Nattitude* vise à valoriser les hébergements respectueux de l'identité "nature" de l'Auvergne.



Illustration du concept de Resort par les Ateliers d'Architecture Corinne Maironi (Chambéry).



## B. POUR CAPITALISER : UN RÉSEAU D'HÉBERGEMENTS EN HARMONIE

Les resorts permettront grâce à un volume d'offres conséquent de rénover l'image de l'Auvergne et d'attirer une clientèle actuellement non-consommatrice du tourisme régional. **En complément, une déclinaison prévue pour les autres types d'hébergements régionaux (existants, à rénover ou en création) doit permettre d'améliorer la mise en marché de la destination.**

La démarche s'applique à des candidats de l'ensemble des filières d'hébergements, en priorité de l'hôtellerie indépendante, de l'hôtellerie de plein air, des villages de vacances et des résidences de tourisme, pour peu qu'ils soient engagés dans une démarche qualité et qu'ils respectent le cahier des charges établi. On y retrouve les notions d'intégration au territoire (proximité des fournisseurs, propositions d'activités locales, partenariats,...), de respect de l'environnement (démarche bien engagée, éventuels labels...), d'intérêt architectural (bâti, décoration,...) de bien-être et de sensorialité.

Le principe d'organisation se rapproche de la franchise ; terme impropre juridiquement, il désigne néanmoins le plus précisément le type de relation existant entre le CRDTA et les prestataires. En « échange » d'un engagement sur un cahier des charges, de l'acceptation de conditions préalables à la commercialisation du candidat, le C.R.D.T.A. propose des supports d'ingénierie, des moyens promotionnels et commerciaux pour une meilleure mise en marché.

## C. À NOUVEAUX OBJECTIFS, NOUVELLES CIBLES

Le positionnement, la capacité d'accueil et la tarification du resort correspondent à un tourisme de « niches ». Il s'agit de toucher une clientèle famille « nouvelle génération » qui répond aux nouveaux schémas familiaux et qui est en attente d'une offre haut de gamme novatrice.

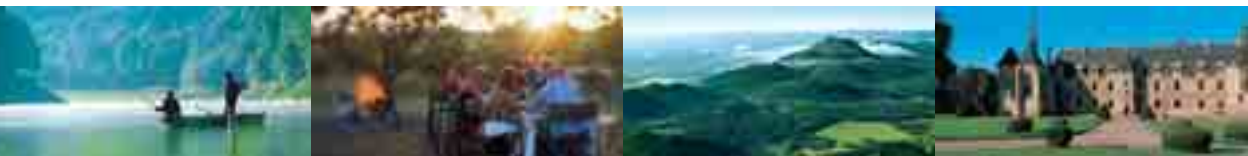
Quant aux « franchisés » *Nattitude*, ils pourraient être spécialisés dans leurs services et leurs aménagements et donc dans leur commercialisation, par type de clientèles (familles, sportifs, nature...). L'important sera de cultiver un vrai positionnement qui place l'offre auvergnate en phase avec les attentes des clientèles, d'aujourd'hui mais aussi de demain. Le socle de *Nattitude* resort et franchise à valoriser sera en conséquence :

- la haute qualité de services, de prestations et de produits,
- la qualité de vie offerte, l'expérience promise par les séjours *Nattitude*,
- la spécialisation de l'offre pour assurer au client une expérience touristique exclusive,
- le développement des activités indoor sécurisant le produit.

## EN RÉSUMÉ

Si le resort a pour objet de séduire les « non-consommateurs » actuels de l'Auvergne et de donner un coup d'éclat à l'image perçue de l'Auvergne, « la franchise » elle, doit retisser le lien entre attentes et offres. 2008 sera consacrée à poser les bases de la franchise, à recueillir et accompagner les candidatures, et à construire le processus de promotion le plus opérationnel.

*Nattitude*  
est le projet  
marketing qui  
doit améliorer  
la qualité de  
l'offre et la mise  
en marché  
de l'Auvergne.



## Synthèse

### → POUR UNE NOUVELLE CULTURE DU TOURISME EN AUVERGNE

Il est souvent agaçant d'écouter ceux qui évoquent le tourisme en Auvergne en terme de « potentiel ». Parce qu'avec 18 000 emplois et 7,5 % du PIB régional le tourisme auvergnat ne relève pas d'un potentiel, mais d'une réalité bien palpable.

Cependant, on peut effectivement considérer que ses marges de progression - donc de développement économique et de créations d'emplois - sont importantes à condition que son évolution soit bien orientée.

C'est tout le travail, au sein du C.R.D.T.A., de la M.I.A.T.A. (Mission d'Ingénierie et d'Aménagement Touristique d'Auvergne).

Il ne s'agit pas pour la Mission de se poser en donneuse de leçons, mais d'anticiper les changements et tendances lourdes de toute nature qui viendront influencer le tourisme de demain et proposer en regard les solutions qui paraissent les mieux adaptées au territoire auvergnat, avec ses atouts et contraintes.

Les conditions de cette réussite ne sont pas faciles à identifier et ce, pour beaucoup de raisons.

Au premier rang de celles-ci, viennent les « temps » différents dans lesquels les différents acteurs du tourisme travaillent.

Les travaux existants en terme de prospective dressent un panorama des possibles à 20 ou 30 ans. Les retours sur investissements, variables selon l'infrastructure, s'échelonnent entre 5 (dans le meilleur des cas) et 15 voire 20 ans. Les programmes financiers publics sont généralement votés pour 5 ou 6 ans.

Il faut ajouter à cela les modes en termes de consommation touristique, d'une durée variable - , les courbes de vie de tel ou tel produit ou encore les évolutions technologiques fulgurantes (qui aurait prédit l'influence prépondérante d'internet ?).

Les attentes et modalités d'intervention des différents acteurs sont donc légitimement différentes et les faire coïncider n'est pas aisé.

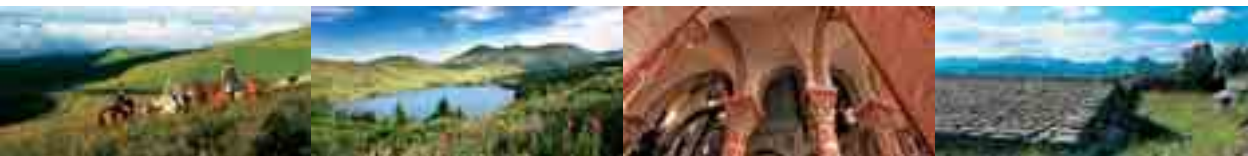
Pourtant, il faut évidemment agir et donc faire des choix pour dessiner notre économie touristique de demain.

Pour cela, l'Auvergne doit entrer dans une nouvelle phase de son développement touristique.

Terre d'accueil dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle avec le thermalisme, berceau du tourisme dit « social » avec les villages vacances, notre région a ensuite aménagé ses massifs, puis s'est tournée vers le tourisme « vert ».

Il faut, bien sûr, continuer à soutenir ces formes historiques du tourisme auvergnat mais ne pas être attentiste et tenter de construire un nouveau modèle - peut-être inédit (il faut être ambitieux) - de tourisme en milieu rural et de moyenne montagne.

Pour progresser,  
le tourisme  
en Auvergne  
doit laisser  
derrière lui  
sa culture  
« Moyenne  
Montagne/  
Moyenne  
Gamme »  
et faire évoluer  
son offre vers  
les nouveaux  
standards de  
consommation.



Afin d'y parvenir, ont été choisis un scénario prospectiviste à moyen terme et une série de principes d'actions qui semblent incontournables.

Le scénario se base sur cinq grandes tendances concernant les **prévisions démographiques européennes**, la prise en compte d'une **nouvelle responsabilité environnementale individuelle**, la **mondialisation du tourisme** et l'apparition de **nouvelles concurrences**, le **besoin de « rassurance » et de sécurité** des citoyens dans un contexte géopolitique instable et enfin l'**accessibilité** des prestations touristiques que ce soit en termes de transports ou au niveau commercial.

Concernant les principes d'actions, ils s'attachent à :

- prendre en compte le **scénario des tendances** énoncé ci-avant,
- replacer **l'hébergement au cœur des politiques touristiques** puisqu'il tient un rôle central dans le choix des destinations,
- penser **qualité** mais aussi **positionnement** (hébergement de passage ? de séjour ? pour quelle clientèle ? donc quels aménagements ? quels services ?),
- affirmer qu'**une destination touristique est une somme de cohérences** (choix de priorités pour un territoire et répartition des tâches à accomplir entre acteurs publics et privés, dans la droite ligne de ce choix, sans « dérogation » possible),
- faire de la **mise en marché** une priorité pour le tourisme auvergnat ce qui impose de respecter dès l'amont les critères de la commercialisation qui orientent les aménagements,
- systématiser le recours au **partenariat public-privé** dans le développement des projets.

L'objectif global est de **passer de la notoriété** (l'Auvergne arrive en 6<sup>e</sup> position des régions françaises en notoriété spontanée dans une récente étude Novamétrie) **à la productivité** (l'Auvergne est au 19<sup>e</sup> rang des régions françaises en terme de fréquentation rapportée au nombre de lits touristiques en hôtellerie et hôtellerie de plein air) et ainsi faire en sorte que les entreprises touristiques auvergnates soient pérennes et créent des emplois.

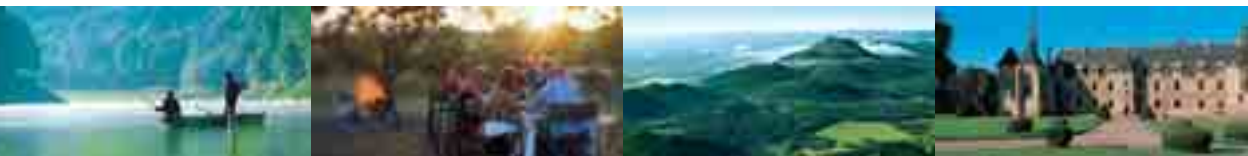
Ce gain de productivité passe par l'attrait de nouvelles clientèles qui seront séduites par une offre répondant à leurs exigences accrues en termes de confort et de services, auxquelles nous devons tous nous préparer.

Evidemment, cela ne s'oppose en rien au fait de conforter la clientèle existante fidèle à l'Auvergne. Les démarches qualité y concourent.

Le Schéma régional de Développement Touristique et les actions partenariales mises en place par la MIATA tentent ainsi d'initier les nouveaux modèles vertueux et de faire le lien entre les différentes étapes du tourisme :



Il faut plus que jamais passer de la notoriété à la productivité pour rendre les entreprises pérennes et créer des emplois.



# Annexes

## → Annexe 1

→ Tableau de bord Économique touristique 2006 par département et par ALT

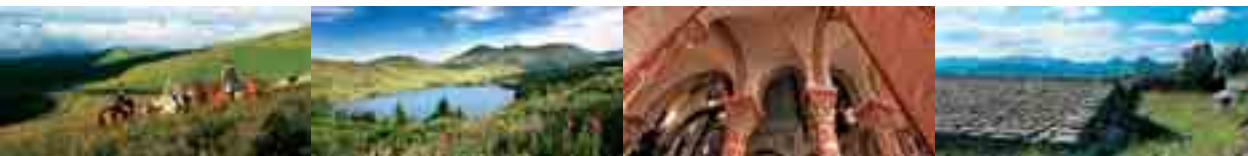
	Capacité (lits marchands)	Fréquentation (nuitées en lits marchands)	Retombées éco (dépenses des clientèles lits marchands)	% Auvergne	retombées éco (dépenses totales des clientèles en séjours)	% Auvergne
Allier	27 500	1 730 000	107 M€	18 %	270 M€	20 %
Cantal	41 500	2 191 000	124 M€	21 %	255 M€	19 %
Haute-Loire	26 400	1 555 000	81 M€	14 %	194 M€	15 %
Puy-de-Dôme	82 600	5 191 000	278 M€	47 %	605 M€	46 %
<b>Auvergne</b>	<b>178 000</b>	<b>10 667 000</b>	<b>590 M€</b>		<b>1 324 M€</b>	
ALT Triangle des Bourbonns	4 000	306 000	19 M€	3 %	43 M€	3 %
ALT Val de Sioule Val d'Allier	3 300	161 000	9 M€	1 %	32 M€	2 %
ALT Vallée de Montluçon et Cher	7 800	495 000	29 M€	5 %	84 M€	6 %
ALT Aurillac et son Pays	3 900	248 000	17 M€	3 %	52 M€	4 %
ALT Chataigneraie	4 600	234 000	13 M€	2 %	25 M€	2 %
ALT Grand Salers	5 600	268 000	15 M€	3 %	33 M€	2 %
ALT Massif Cantalien	13 200	731 000	39 M€	7 %	65 M€	5 %
ALT Pays de Saint Flour	9 300	491 000	30 M€	5 %	54 M€	4 %
ALT Gorges de l'Allier	10 300	532 000	26 M€	4 %	57 M€	4 %
ALT le Puy-en-Velay	9 800	667 000	37 M€	6 %	78 M€	6 %
ALT Vallée de la Loire	6 300	357 000	18 M€	3 %	59 M€	4 %
ALT Combrailles	7 300	333 000	15 M€	3 %	48 M€	4 %
ALT Livradois Forez Tourisme	8 600	478 000	24 M€	4 %	89 M€	7 %
ALT Pays d'Issoire Val d'Allier	7 200	404 000	21 M€	4 %	53 M€	4 %
ALT Riom Limagne	1 600	122 000	8 M€	1 %	31 M€	2 %
ALT Sancy Volcans	39 000	2 190 000	100 M€	17 %	130 M€	10 %

Source SPOT 2006

*lits touristiques = lits marchands + lits résidences secondaires*

*nuitées en lits touristiques = nuitées en lits marchands et résidences secondaires*

*nuitées totales = nuitées en lits touristiques + nuitées chez des parents et amis*

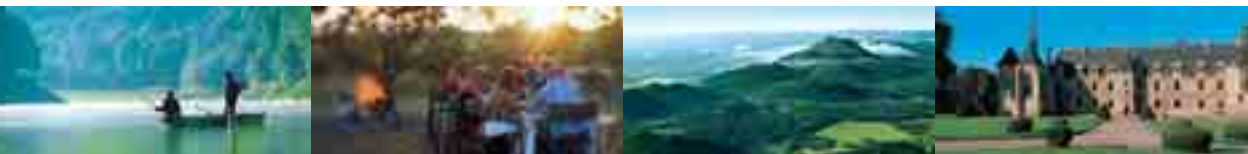


## → Annexe 2

→ Aides Tourisme du Conseil régional d'Auvergne 2005-2006-2007

Récapitulatif par ligne budgétaire	Nombre total de projets	Total des subventions régionales	Total investissements
Rénovation des hôtels-restaurants	87	4.797.535 €	28.417.717 €
Hôtellerie transmission-reprise	58	2.329.364 €	-
Restaurants	29	991.047 €	4.623.184 €
Hôtellerie de plein air	37	855.848 €	7.720.265 €
Villages de vacances	9	2.508.332 €	10.004.586 €
Centre d'accueil pour enfants et jeunes	25	2.353.739 €	14.698.629 €
Offre touristique innovante	18	2.979.358 €	17.952.842 €
Meublés de tourisme (et gîtes d'étape)	267	2.167.972 €	22.841.543 €
Chambres d'hôtes	43	332.083 €	3.148.593 €
Aires de services pour camping cars	27	151.708 €	968.637 €
Aides aux conseils et aux études (hébergement)	289	636.292 €	1.451.702 €
ALT	34	1.574.891 €	6;431.563 €
Aide à l'emploi	3	27.000 €	107.753 €
Aide aux manifestations touristiques	159	1.135.069 €	13.916.424 €
Associations régionales	37	13.291.500 €	-
Étude (aménagement)	15	115.174 €	416.332 €
FRIT	50	3.084.015 €	16.180.582 €
FRIT Cités auvergnates de caractères	5	294.672 €	1.298.360 €
Mise en tourisme des villages auvergnats	2	170.975 €	683.302 €
Grands projets (contrats de station + équipements structurants+ sites naturels)	12	4.456.071 €	41.139.678 €
plan cyclable	3	120.430 €	425.800 €
plan thermal	5	1.081.682 €	8.790.712 €
tourisme et handicap*	19	160.783 €	-
tourisme durable*	3	32.714 €	-
<b>TOTAL</b>	<b>1 236</b>	<b>45.648.254 €</b>	<b>201.218.204 €</b>

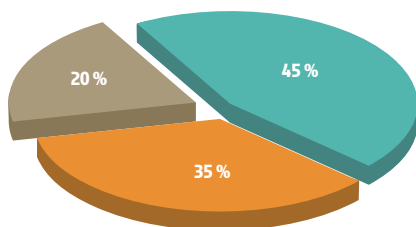
\* Les subventions allouées au titre des programmes Tourisme & Handicap et Tourisme Durable correspondent à une prime sur un projet d'hébergement ou d'aménagement.



### Récapitulatif par type de projet

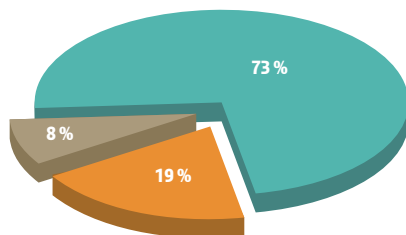
	Nombre total de projets	Total des subventions régionales	Total investissements
Aménagement	95	9.355.733 €	68.934.766 €
Hébergement + restauration	908	20.264.061 €	111.827.698 €
Aides au fonctionnement (ALT, Associations régionales, manifestations touristiques, aides à l'emploi)	233	16.028.460 €	20.455.740 €
<b>TOTAL</b>	<b>1 236</b>	<b>45.648.254 €</b>	<b>201.218.204 €</b>

Répartition des subventions par type de projet



- Aménagement
- Hébergement + restauration
- Aides au fonctionnement (ALT, Associations régionales, manifestations touristiques, aides à l'emploi)

Répartition par type de projet (en nombre)

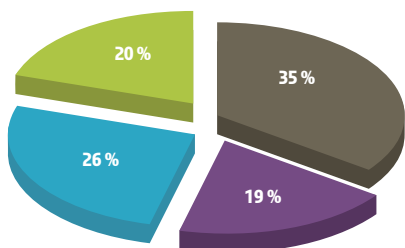


- Aménagement
- Hébergement + restauration
- Aides au fonctionnement (ALT, Associations régionales, manifestations touristiques, aides à l'emploi)

### Récapitulatif par département

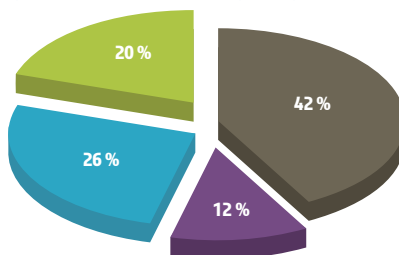
	Nombre total de projets	Total des subventions régionales	Total investissements
Allier	232	3.937.533 €	28.321.810 €
Cantal	310	8.482.388 €	51.957.226 €
Haute-Loire	245	6.438.866 €	31.392.832 €
Puy-de-Dôme	412	13.497.967 €	89.546.336 €
Auvergne	37	13.291.500 €	-
<b>TOTAL</b>	<b>1 236</b>	<b>45.648.254 €</b>	<b>201.218.204 €</b>

Répartition par département (en nombre de projets)

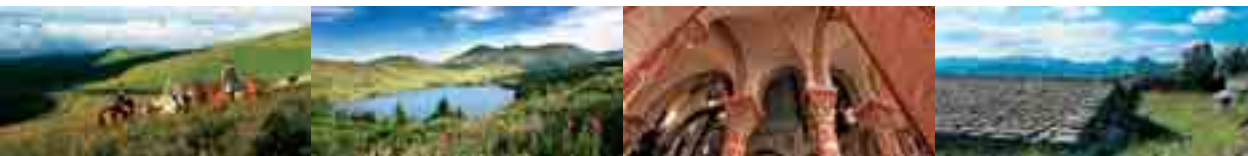


- Allier
- Cantal
- Haute-Loire
- Puy-de-Dôme

Répartition des subventions par département (en €)

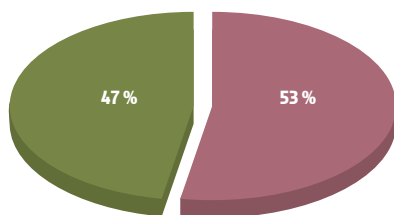


- Allier
- Cantal
- Haute-Loire
- Puy-de-Dôme

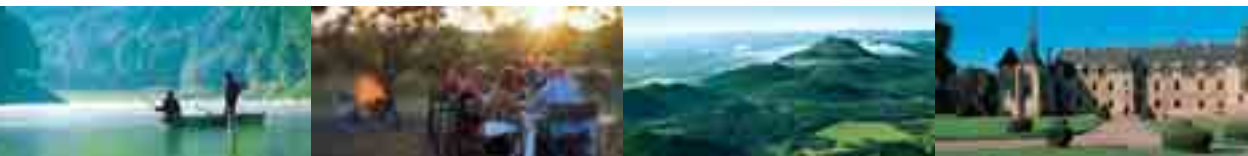


Nature juridique	Nombre total de projets	Total des subventions régionales	Répartition des subventions	Subvention moyenne par projet	Total investissements	Investissement moyen par projet
Privé et associatif	1065	24.415.687 €	53 %	22.925 €	102.086.193 €	95.855 €
Public	171	21.232.567 €	47 %	127.167 €	99.132.011 €	579.720 €
<b>TOTAL</b>	<b>1236</b>	<b>45.648.254 €</b>	<b>100 %</b>	<b>36.932 €</b>	<b>201.218.204 €</b>	<b>162.798 €</b>

Répartition des subventions régionale



■ Privé et associatif ■ Public



**Le C.R.D.T.A.** est heureux de vous faire découvrir sa nouvelle série de posters de promotion de la destination Auvergne.

**7 thématiques** ont été déclinées : volcans, eau, patrimoine, paysages, sport, villes, convivialité. Vous retrouvez les photos des posters sur le bandeau d'images en haut de chaque page de ce document.

Ses posters ont pour objet de décorer les lieux publics, les hébergements et sites touristiques de notre région. Ils sont gratuits dans la mesure des stocks disponibles et pour les obtenir vous pouvez les retirer au C.R.D.T.A. - 7 allée Pierre de Fermat - 63178 Aubière Cedex.