

28

Planète



É d i t o

L'ADDT s'est dotée en juin d'une newsletter professionnelle qui sera désormais adressée tous les mois à l'ensemble des professionnels du tourisme qui sont enregistrés dans la base de données d'information touristique mais également à tous ceux qui en feront la demande. Plus réactive, permettant de traiter l'actualité départementale, elle doit devenir votre outil d'échange d'informations par le biais de l'agence.

Planète Puy-de-Dôme s'adapte donc en ne paraissant plus que deux fois par an. Ces rendez-vous annuels seront l'occasion de donner des éléments de réflexion sur l'arrivée de nouveaux outils, tel Open System, ou sur des évolutions du marché du tourisme.

Bonne saison touristique à tous et rendez-vous sur l'espace pro du site www.planetepuydedome.com.



Alphonse BELLONTE
Président de l'ADDT



Retrouver ce numéro et toutes les publications de Planète Puy-de-Dôme en ligne : www.planetepuydedome.com / espace pro.



Planète PuydeDôme

Publication Gratuite de l'Agence Départementale de Développement Touristique du Puy-de-Dôme (3 numéros par an)

Place de la Bourse - 63038 Clermont-Ferrand Cedex 1
Tél. 04 73 42 22 50 - Fax 04 73 42 22 65
Email : tourisme.63@planetepuydedome.com
www.planetepuydedome.com

Directeur de la publication : Alphonse BELLONTE
Comité de rédaction : ADDT Puy-de-Dôme



ISSN 1628-9749

Photographies :

ADDT 63 / Joël DAMASE / D. MASSACRIER / Y. ARTHUS BERTRAND / Pierre SOISSONS / Christophe CAMUS / Conseil général du Puy-de-Dôme / CRCIA / Prestataires touristiques.

Charte graphique : Bernard Lavit

Conception, réalisation : Turbulences, Clermont-Fd, 04 73 42 09 04



Edition financée avec
le concours du Conseil général
du Puy-de-Dôme

S o m m a i r e

Édito	2
Sous la loupe	3
<i>Puy-de-Dôme en Fête, nouvelle formule</i>	
Dossier	4-6
<i>Le Puy-de-Dôme se met en marché avec Open System</i>	
Carte d'identité	7
<i>Organismes locaux de tourisme : les évolutions en cours</i>	
Actualités des territoires	8
<i>L'aventure Michelin</i>	
Actualité des filières	9
<i>Une nouvelle Planète privée pour les VIP</i>	
Echos éco	10-11
Initiatives et projets	12
<i>Randan : réouverture du Domaine Royal</i>	

"Puy-de-Dôme en fête", nouvelle formule

Le guide "Puy-de-Dôme en fête" recensant les événements et manifestations qui se déroulent dans notre département entre juin et septembre vient de sortir et il fait l'objet cette année de quelques nouveautés. Une nouvelle présentation, un nouveau contenu, de nouveaux partenaires... le tout dans un seul but : informer de la diversité et du dynamisme du Puy-de-Dôme afin de répondre aux besoins et attentes du plus grand nombre en termes de manifestations sportives, animations culturelles et valorisation de notre patrimoine et des produits de nos terroirs.

Le Conseil général a confié à l'ADDT l'entière responsabilité des guides animations « Puy-de-Dôme en Fête ». A l'issue d'un appel d'offres, l'ADDT a retenu de nouveaux partenaires pour réaliser cette collection.

Outre sa nouvelle présentation, le guide "Puy-de-Dôme en fête" propose également, à partir de cet été, des

petits articles rédigés dans le but de valoriser des sites ou des activités qui font l'objet de coups de cœur car ils misent sur la nouveauté, l'accessibilité, l'authenticité ou encore l'accueil des enfants. La nouvelle mise en page laisse aussi une place plus importante aux photos et les annonces publicitaires font l'objet d'une sélection car elles doivent nécessairement être liées au domaine des loisirs, du tourisme, ou de l'événementiel.

L'évolution des guides "Puy-de-Dôme en fête" répond à diverses préoccupations au nombre desquelles se trouvent les besoins des professionnels du tourisme, les attentes des habitants et des visiteurs, l'amélioration du réseau de diffusion pour une plus grande proximité et l'optimisation des moyens financiers engagés. Une enquête réalisée début 2009 dans les offices de tourisme et syndicats d'initiative a permis à l'ADDT d'ajuster la présentation et le contenu des guides en fonction des réponses col-

lectées ; le nouveau guide "Puy-de-Dôme en fête" répond aux principales préoccupations révélées par cette enquête, à savoir : imprimer sur du papier écologique, utiliser des visuels en relation avec les manifestations annoncées, favoriser les publicités dont l'objet a un lien avec le contenu du guide, dynamiser la charte graphique.

Enfin, le guide "Puy-de-Dôme en fête" de l'été 2009 n'a pu voir le jour que grâce à la mobilisation du réseau des offices de tourisme et syndicats d'initiative pour collecter l'information sur leur territoire et l'insérer dans la base de données départementale (SIT, Système d'Information Touristique). La mise en place de cet outil fin 2007 a permis de travailler plus efficacement à la réalisation des guides. La bonne utilisation du SIT par tous les acteurs va de pair avec la production de guides riches, attractifs et fiables.

Pour le prochain guide automne-hiver, les informations sur les manifestations d'octobre 2009 à février 2010 devront être communiquées aux offices de tourisme et syndicats d'initiative avant fin août.

Renseignements :
ADDT - Noëlle PUJEL
n.puel-schneider@planetepuydedome.com



Le Puy-de-Dôme

se met en marché avec Open System

Le paysage de la mise en marché des produits touristiques a fortement évolué ces dernières années. Ce constat est à mettre en relation avec l'évolution des comportements des clientèles d'une part, mais également avec l'évolution des outils informatiques et l'émergence des places de marché. Open system, ensemble de solutions progicielles développé par la société Alliance Réseaux en est l'exemple dans le secteur du tourisme institutionnel. Il équipe de nombreux départements et régions avec un atout principal : une solution clé en main et accessible à tous les niveaux de mise en marché, depuis la vente directe jusqu'au package.

Open system : la révolution de la place de marché

Déployé pour la première fois en 2002 sur le territoire de Saint-Gervais-les-Bains, Open System a été pensé pour répondre à la problématique de la mobilisation des offres touristiques et à leur diffusion sur l'ensemble des canaux de commercialisation. Le formatage et la gestion des produits en temps réel sont devenus une impérieuse nécessité pour répondre aux signaux envoyés par les clients. Dans ce cadre, les stratégies individuelles des producteurs (hébergeurs, exploitants, fournisseurs d'activités, commerçants...) doivent pouvoir s'exprimer sans délai tout en s'appuyant sur les démarches collectives de valorisation de l'offre.

Open System rassemble des solutions logicielles permettant une gestion globale de l'ensemble des relations commerciales dans les territoires touristiques. Cette nouvelle



approche de l'organisation touristique d'un territoire met en évidence le rôle de la structure organisatrice de la mise en marché pour présenter aux prospects et aux clients une vitrine commerciale complète et détaillée.

Qu'est-ce qu'Open System ?

Open System est une solution globale permettant de valoriser la destination touristique. Les producteurs obtiennent une réelle mise en valeur de leurs produits touristiques grâce à la notoriété de la desti-

nation. La structure organisatrice valorise son territoire en proposant une place de marché qui regroupe l'ensemble de l'offre touristique.

Pour les prestataires (hébergement, loisirs, producteurs, etc.) :

- Open System leur permet de commercialiser leurs prestations à partir de leur outil existant ou d'un outil adapté à leur métier.
- Open System leur permet de multiplier les canaux de visibilité (dont leur propre site Internet) et de commercialisation de tous

C'est quoi une place de marché ?

Une place de marché est une plate-forme électronique de commerce constituée d'un ensemble d'outils informatiques et de solutions de télécommunication permettant de traiter des opérations commerciales.



leurs produits à partir d'une seule mise en marché.

- Les professionnels restent maîtres de leurs informations commerciales (descriptifs, grilles de tarifs, conditions de ventes) et les modifient en temps réel.

Pour l'internaute :

- La possibilité de nourrir librement son panier touristique avec une gamme de produits complète (hébergements, loisirs, produits associés,...).
- Une vision globale des disponibilités réelles des produits touristiques du territoire.
- Un service complet pour constituer son séjour touristique à la carte (association de prestations sèches, produits packagés, suggestions de produits et séjours).
- Une offre provenant directement des fournisseurs de prestations (outils Alliance Réseaux, passerelles).

Pour le territoire :

- Tendre vers une mobilisation totale des acteurs touristiques grâce à une plateforme ouverte et une démarche de mutualisation des moyens.
- Inclure les partenaires acteurs du tourisme dans la démarche en proposant des vitrines de commercialisation en marques blanches accessibles depuis leur propre site Internet.

- Valoriser les destinations touristiques.
- Maîtriser le marché touristique territorial grâce à une vision statistique temps réel de l'activité de la plateforme de réservation.
- Démultiplier les canaux de visibilité de l'offre touristique du territoire.

Open résa, Open Billet, Open boutique... un ensemble de réponses développées par métier

OPEN PRO : Open Pro est une application qui s'adresse aux hébergeurs, disponible dans les versions correspondantes aux différents métiers de l'hébergement : particuliers, chambres d'hôtes, campings.

RESERVIT OPEN PRO : ReservIt Open Pro est destiné aux hôteliers et développé par la société Interface Technologies pour mettre en ligne les prestations sur les places de marché Open System.

OPEN Activité : Outil de mise en ligne et de gestion des loisirs.

OPEN Billetterie : Outil de commercialisation de produits dont le fonctionnement est basé sur des droits d'entrée.

OPEN Boutique : Outil de commercialisation de produits type produits du terroir, artisanat, boutique, cadeau, guides touristiques, etc.

Il existe également des fonctionnalités **OPEN Location de Matériel** ou **OPEN Transport**.

Assemblage de la production

La production mobilisée (producteurs et centrales en passerelles) et les producteurs en direct constituée autour de la plateforme Open System, deviennent la source de diffusion et de distribution de l'offre. Cette offre peut faire l'objet : d'une commercialisation « sèche », d'une commercialisation « suggérée », assemblage éditorial ou call-center, d'une commercialisation « assemblée », package ou forfait.

Les modes de commercialisation ne sont pas exclusifs, ils sont inter compatibles : une offre commercialisée « sèche » peut faire l'objet d'une commercialisation à la fois dans un assemblage éditorial et dans un assemblage forfaitisé. La disponibilité de l'offre reste unique (centrales, producteurs, etc.) et en temps réel, garantissant la possibilité de commercialiser une même disponibilité ou produit sous différentes formes, canaux et cadres contractuels dans un principe de « premier arrivé, premier servi ».

Open System garantit une compatibilité tant dans l'assemblage que dans le panier touristique « à la carte » entre les diverses solutions techniques (passerelles ou solutions Open System) et permet ainsi de créer des produits complexes comprenant à la fois une offre (ou des offres) gérée(s) par une centrale ou opérateur tierce et une offre (ou des offres) en gestion directe par les producteurs.

La visibilité de l'offre touristique d'un territoire est un atout majeur dans les solutions Open System. Chaque producteur touristique est lisible et réservable quelle que soit la taille de sa structure ou solution technique utilisée. La place de marché territoriale doit, de ce fait, devenir une référence.

Fort de cette position, et au-delà du panier vacances à la carte, le territoire se doit d'orienter au maximum l'internaute dans son processus d'achat. Pour ce faire, Open System met à disposition des outils de maîtrise de l'offre permettant de dynamiser et valoriser les offres des producteurs.

■ Marque blanche

Une marque blanche repose sur le principe commercial de mise à disposition d'outils sans citer la marque ni l'origine de l'information transmise. Le webmaster offre sur son site, un emplacement au sein duquel il installe lui même un code source provenant d'un site proposant ladite marque blanche. Cette marque blanche permet au webmaster d'offrir un contenu, qui correspond au site dont il est propriétaire et pour lequel il ne souhaite pas (ou n'a pas les compétences pour) créer le contenu en question. Pour les visiteurs, ce principe est souvent "transparent".

Commercialisation suggérée (Idées Séjours)

L'idée séjour est un regroupement éditorial et hiérarchisable de produits déjà commercialisés via Open System. Il permet à la structure en charge de l'organisation touristique de suggérer à l'internaute des idées de séjour ou d'achat de produits sur le territoire concerné. L'idée séjour a une valeur éditoriale. La structure organisatrice maîtrise le processus de navigation de l'internaute dans sa démarche de réservation et l'oriente vers les prestations qui lui semblent adaptées au contexte, à la manifestation, événementiel, etc.

Commercialisation assemblée (forfait / package)

Open Bons Plans révolutionne la manière de commercialiser des « packages » via internet. L'outil Bons Plans offre des possibilités

de vente en ligne de packages temps réel multi prestations. L'outil est destiné à une structure habilitée à commercialiser (assemblage forfaitisé de produits). Le bon plan remonte les disponibilités réelles des prestataires, pas d'intervention supplémentaire du prestataire dans son outil de mise en marché, blocage temps réel des produits du bon plan dans les plannings respectifs des prestataires, encaissement de la structure qui commercialise le package.

Dans le Puy-de-Dôme et en Auvergne...

Le Comité Régional de Développement Touristique a acquis Open System au cours du printemps 2009. L'outil, mis à disposition gratuitement, devrait se déployer progressivement sur les 3 départements non équipés (le Cantal dispose déjà d'Open System depuis 2006). Le modèle économique et les modalités de partenariat régional et départemental sont en cours de

finalisation. A l'automne, des réunions sur les territoires seront organisées pour présenter l'outil et organiser son déploiement sur le Puy-de-Dôme.



■ Deux concurrents nationaux pour des réponses territoriales

ALLIANCE RÉSEAUX

Création en 1997

Open system (place de marché permettant de faire pointer l'offre vers un lieu unique de vente quel que soit le vendeur, solutions progiciels de gestion, management, valorisation et commercialisation en ligne pour le producteur et les intermédiaires).

CONSTELLATION

Création en 2004.

Destination Management System (système de management de la destination) : concept unique, permet de gérer toutes les caractéristiques d'un territoire en ligne : collecte de l'information, publication en ligne, CRM tourisme, observatoire du tourisme, vente en ligne... Le DMS est une plateforme métier.

QUELQUES EXEMPLES DE TERRITOIRES ÉQUIPÉS D'OPEN SYSTEM

Région : Bretagne, Champagne-Ardenne...

Département : Morbihan, Finistère, Ile-et-Vilaine, Drôme, Ardèche, Vaucluse, Ain, Tarn, Cantal...

Villes : Chamonix, La Plagne, Beaune...



Organismes locaux de tourisme : les évolutions en cours...

Il est désormais nécessaire de mettre en place une **organisation efficiente** des structures institutionnelles touristiques et une **coopération collective renforcée** entre tous les niveaux d'intervention, de répondre à l'évolution rapide de la consommation touristique et de renforcer également l'adaptation des métiers et des compétences des organismes locaux de tourisme à cette évolution.

PLUSIEURS RÉFLEXIONS ONT ÉTÉ INITIÉES :

Au niveau régional :

- Un diagnostic sur la contractualisation avec les ALT. Un groupe de travail constitué de la Région, des Départements, et des acteurs institutionnels touristiques (CDT, UDOTSI, ALT, ...) se met en place afin de définir le contenu d'une nouvelle contractualisation qui prendra effet dès 2010.
- Deux enquêtes auprès du réseau des OT/SI :
 - Enquête « miroir » sur la perception de leur rôle et missions par les opérateurs touristiques, les collectivités et par le réseau lui-même.
 - Radioscopie des OT/SI : photographie sur 2008 sur l'activité, les services, les ressources humaines, le fonctionnement global

Au niveau Départemental :

- Une étude sur l'organisation d'une gouvernance territoriale touristique la plus pertinente et la plus efficiente, dans un souci de mutualisation et de rationalisation des moyens. Cette étude s'inscrit dans l'axe 3 du III^{ème} schéma départemental de développement touristique 2010-2015 : formaliser une politique partenariale entre les différents acteurs du développement touristique.

Au niveau territorial :

Les ALT des Combrailles et Auvergne Livradois-Forez Tourisme ont décidé de réaliser une réflexion de leur organisation sur leur territoire respectif. Sur les Combrailles, un projet d'office intercommunautaire à l'échelle du territoire « Combrailles » est en cours pour janvier 2010. Sur le Livradois-



Forez, les préconisations du cabinet d'étude seront présentées à l'automne 2009.

L'ALT/Office de tourisme* Pays d'Issoire Val d'Allier, poursuit lui aussi son évolution. En effet, un comité de pilotage réfléchira dès l'automne à la perspective d'un office de tourisme intercommunautaire sur ce territoire. L'office de tourisme d'Issoire a déménagé près de l'Abbatiale Saint Austremoine, place Saint Paul.

Parmi les nouveaux aménagements réalisés : l'accueil et accessibilité handicapés, espace spécifique de « conseil en séjour » afin de

recevoir la clientèle dans les meilleures conditions et ainsi optimiser la qualité et la durée de séjour.

Office de tourisme

9 Place Saint Paul - 63500 Issoire - Tél. 04 73 89 15 90
www.sejour-issoire.com
Philippe Laurent, Directeur

Renseignements :

ADDT - Christine CHASTANG - Tél. 04 73 42 22 50

* Même structure juridique



> 1.2.3 Puy-de-Dôme, 1.2.3 Soleil

Deuxième année pour l'opération de séduction à destination des automobilistes qui traversent notre département via les autoroutes. **Lors des six traditionnels week-ends de chassés croisés de l'été (du 11 juillet au 16 août), le chéquier découverte « 1, 2, 3 Puy-de-Dôme » est distribué au péage de Gerzat, dans les deux sens de circulation.** Ce document promotionnel élaboré par l'ADDT, en collaboration avec 15 partenaires touristiques puydômois, sera diffusé à 150 000 exemplaires (25 000/week-end). L'objectif de « 1, 2, 3 Puy-de-Dôme » est de capter des clients potentiels qui traversent le département à l'occasion des grands rushs estivaux en proposant des offres privilégiées. Ces offres doivent inciter les estivants à :

1. Faire une pause sur le chemin aller de leurs vacances, (le jour même, lors de la remise du chéquier),
2. S'arrêter sur le trajet retour,
3. Revenir plus tard, spécifiquement en séjour dans le Puy-de-Dôme.

Ainsi, 16 offres promotionnelles sont proposées avec de la restauration (repas enfants offerts), des hébergements (hôtels, Gîtes et chambres d'hôtes) des visites et découvertes (tarifs réduits en parc d'attraction, thermo parc, sites emblématiques, musée, pass 2 sites, etc) et des réductions sur les articles de sports de pleine nature dans une grande enseigne nationale (10 euros pour 50 euros d'achat). Parallèlement, **deux campagnes radio ont été diffusées sur « Autoroute FM »** et « Radio trafic » (51% des parts d'audience source Médiamétrie 2009), dans plusieurs grands bassins de clientèle en France en amont et pendant les distributions (carte ci-joint).

Les partenaires 2009 :

- Le Conseil général du Puy-de-Dôme, (Musée de la Céramique et sommet du puy de Dôme),
- Agence Organicom - Château de Murolo,
- L'Aventure Michelin,
- Auvergne Tourisme,
- Clévacances,
- Club Auvergne Sancy Hébergement (CASH),
- Club Hôtelier Clermontois,
- Décathlon,
- Fédération Départementale des Logis de France,
- Les Mystères de Farges,
- Office de Tourisme et des Congrès de Clermont-Ferrand,
- Royatonic,
- Volvic,
- Vulcania.

Renseignements :
ADDT - Frédéric LANTIER - Tél. 04 73 42 22 50

L'Aventure Michelin : nouvel espace scénographique à Clermont-Ferrand

Espéré depuis de longues années par les clermontois et tout autant par les touristes visitant l'Auvergne, le Musée Michelin a enfin ouvert ses portes en avril 2009. Belle réussite d'architecture contemporaine, aménagé sur le site industriel de l'usine de Cataroux, L'Aventure Michelin propose de partir à la rencontre de la famille, de son destin, de sa ville, et aussi de ses innovations toujours aussi époustouflantes quel que soit le siècle où elles ont été imaginées.

Réparti sur 2 niveaux pour une surface totale de 2000 m², le nouveau parcours scénographique est divisé en 7 espaces qui plonge le visiteur dans des ambiances et des tonalités différentes selon les thèmes abordés.

Sous la houlette du Service Patrimoine de Michelin, deux ans ont été nécessaires pour réunir toutes les pièces présentées. La visite est animée avec de nombreux objets de collection, certains uniques ou jamais présentés au public auparavant. Une centaine d'écrans multimédias ou interactifs rythment l'exposition. De nombreuses animations 3D créées spécialement pour L'Aventure Michelin mettent les sujets en scène et notamment Bibendum.

L'Aventure Michelin est située sur le site de Cataroux, au nord de Clermont-Ferrand. Le bâtiment dans lequel se trouve l'exposition est un ancien atelier entièrement réhabilité. Ses caractéristiques industrielles ont été préservées et mises en valeur : toiture en shed, poteaux intérieurs métalliques, grands volumes à

l'étage... Ce choix rappelle l'attachement de Michelin à son métier de manufacturier et donne encore davantage de légitimité à son contenu.

Renseignements :
L'Aventure Michelin - Frédéric BASSET
Tél. 04 73 98 60 60 - www.laventuremichelin.com



Une nouvelle planète privée pour les V.I.P.

En ligne depuis le 15 avril dernier, le site privé www.maplanetevip.com rencontre déjà un franc succès. Site de partage d'informations, de bons plans et de témoignages, il est aussi un espace réactif permettant de coller à l'actualité des sites partenaires V.I.P. qui sont au nombre de 150 sur le Puy-de-Dôme. Un outil de communication dédié et performant pour inciter les Puydômois à fréquenter leur département tout en étant les premiers ambassadeurs.

Cette année, l'objectif V.I.P est donc de présenter, animer et faire consommer les offres annuelles, mais également de créer des offres événementielles pour enrichir l'actualité des sites V.I.P et attirer les Puydômois en les fidélisant et en leur donnant la parole.

Site d'échanges et de partage au même titre que site d'informations pour les V.I.P, www.maplanetevip.com permet de déposer des témoignages, photos et vidéos des visites réalisées dans le Puy-de-Dôme. Au 30 juin, plus de 80 contributions ont été déposées, pour environ 3 000 V.I.P qui se sont connectés et ont créé leur profil, car le site est privé et il faut s'identifier pour avoir accès aux informations.

Un espace est dédié aux offres annuelles, un autre aux événements sur les sites V.I.P ; enfin la partie

droite est entièrement dévolue au web 2.0. Des concours permanents viennent animer le dépôt des contributions. Ce sont les sites V.I.P qui accordent les lots. Il faut souligner leur participation remarquable à cette opération. Pour les professionnels, un espace de contribution spécifique est proposé.

A noter que selon l'identification, l'environnement coloriel et les pages sont différentes, à l'image des cartes : violettes pour les Puydômois, vertes pour les foyers parrainés, « gold » pour les professionnels.

Renseignements :
ADDT - Frédéric LANTIER - Tél. 04 73 42 22 50



VIP en quelques chiffres

31 100 porteurs de cartes V.I.P dont :

- **22 500** puydômois (violette)
- **8 000** parrainés (verte)
- **600** professionnels du tourisme du Puy-de-Dôme (gold)

110 000 euros de chiffre d'affaires réalisé sur les sites (estimation au 31.12.2008)

www.maplanetevip.com

3 000 visiteurs uniques du 15 avril au 30 juin 2009

30 000 pages vues

Plus de 6 minutes de consultation du site

Pic de fréquentation constaté sur les ponts de mai et juin

> Un site de pêche accessible à tous à Ardes-sur-Couze

C'est le premier parcours de ce genre dans le Puy-de-Dôme. D'une longueur de 280 mètres, il est composé de 15 postes dont 7 pontons ou plateformes de pêche surplombant la rivière. Des parkings et sanitaires adaptés sont présents sur le site. Classé en 1^{ère} catégorie, le parcours est no-kill (ne pas tuer et relâcher le poisson). A 5 km, le gîte de M. Chabrilat, labellisé Tourisme et Handicap et qualifié pêche peut accueillir les visiteurs en séjour. Le parcours est bien sûr également accessible pour la population locale. La maîtrise d'ouvrage de la réalisation a été partagée entre l'association de pêche locale et la mairie d'Ardes-sur-Couze, auxquels Etat, Département, Région et Fédération pour la pêche sont venus apporter leur soutien financier.

Renseignements :
Société cantonale de pêche
M. BUSSIÈRE - Tél. 04 73 68 18 10
Maison de Pays d'Ardes-sur-Couze
Tél. 04 73 71 86 96



Point d'étape sur le déploiement de l'outil Système d'Information Touristique du Puy-de-Dôme

Un an et demi après son lancement officiel auprès des partenaires de l'information touristique départementale, le SITM poursuit son chemin et propose désormais de nombreuses applications reliées à la base de données d'informations. Le moment nous semble venu de faire un point d'étape et de mesurer le travail réalisé et celui à venir dans ce dossier qui ne peut être qu'une réussite collective.

RAPPEL DES FONCTIONS :

Base de données de l'offre :

- Un seul système d'informations
- Un seul questionnaire envoyé pour la mise à jour annuelle
- Exploitation
- Extraction avec recherche
- Mailing en fonction des recherches
- Extraction PDF Excel XML pour réalisation de dépliants
- Syndication Web pour site Internet
- Statistiques

Gestion Relation Client :

Une gestion autonome pour chaque structure

- Historique client
 - documents envoyés
 - qui a géré la réponse
 - évite les doubles envois
- Saisie et qualification de la demande
 - champs personnalisables
 - qualification des cibles clients
 - recherche dans la base de données de l'offre
- Nombreux canaux de réponses
 - e-mail
 - courrier envoyé en direct
 - envoi de doc via la plate-forme
 - modèles personnalisables
- Envoi de fichiers PDF prédéfinis
 - catalogue
 - plan de ville, de station
 - rando, itinéraire...



CHAQUE PARTENAIRE DISPOSE D'UN MODULE DE GESTION DE SES PROPRES INFORMATIONS :

Sur l'ensemble des bordereaux une partie « ALT/OT » est réservée à l'ensemble des partenaires et est uniquement visible par la structure. Elle dispose des champs néces-

saires pour afficher son offre sur ses dépliants, sites Internet... L'ADDT a également une partie pour sa propre gestion : adhérents, affichage brochure, site Internet, suivi des projets, Panel spot,...

LA RÉPARTITION DES SAISIES DANS TOURINSOFT :

L'ADDT du Puy-de-Dôme effectue les saisies sur les secteurs où aucune structure ne saisit.

Pour les animations : Offices de Tourisme :

Ambert
Aydat
Billom
Clermont-Ferrand
Cœur de Combrailles
Courpière
Cunlhat
Gergovie-Val d'Allier
Haute-Combrailles
Pays d'Issoire
Les Ancizes-Comps
Olliergues
Pontgibaud
Royat

Saint-Nectaire
Sancy-Artense
Sioulet Chavanon
Sancy
Terre Dôme Sancy
Volvic
Vallée de l'Ance
Thiers

Communautés de communes :

Arlanc
Dore-Allier
Livradois-Porte d'Auvergne
Menat
Montagne Thiernoise
Pionsat

Pour les offres filières et hébergements :

ALT Issoire-Val d'Allier
ALT Livradois-Forez
ALT Combrailles
OT Aydat
OT Clermont-Ferrand
OT Gergovie-Val d'Allier
OT Royat
OT Châtel-Guyon
OT Terre Dôme Sancy
OT Volvic
OT Sancy-Artense

VALIDATION

L'ADDT a un droit de regard et de validation sur les offres saisies. (Classement, informations légales, habilitations...). En cas de désaccord, l'ADDT peut demander la copie du questionnaire retourné par le prestataire. L'ADDT saisit les informations relatives au label Tourisme et Handicap.

CALENDRIER DE MISE À JOUR 2009

- Fin Juin 2009 : Préparation des questionnaires communs.
- Juillet et Août 2009 : Mise en place des configurations des questionnaires.
- Mi-septembre 2009 au plus tard : Envoi des questionnaires (papier ou Web) par les structures qui saisissent les offres d'hébergements et de filières dans le SIT 63.
- Pour les autres cas, l'ADDT envoie les questionnaires.
- Pour parution dans les éditions départementales 2010, la date limite de saisie par les partenaires est fixée au 15 novembre 2009.

De nombreux sites Internet sont aujourd'hui en syndication directe avec Tourinsoft : ALFT, OT Thiers et d'Ambert, SMAD des Combrailles, ALT des Combrailles, Communauté de Communes d'Arlanc...

Renseignements :

ADDT - Geneviève GAVIOLI-BEAUGER - Tél. 04 73 42 22 50

Du côté de l'observation

Interrogés après leur séjour dans le Puy-de-Dôme, un échantillon de touristes internautes nous révèle leurs comportements.

Environ 30% des clientèles touristiques qui séjournent dans le Puy-de-Dôme ont choisi leur destination dans le mois qui précède leur séjour et plus d'un touriste sur quatre réserve son hébergement dans la semaine qui précède le séjour, voire sur place. Internet influence désormais plus d'un quart des Internaute dans le choix de leur destination. Le bouche-à-oreille demeure cependant toujours essentiel dans le choix de la destination si l'on cumule l'influence de la famille, des amis et des collègues. La randonnée pédestre grille la priorité à la simple promenade parmi les activités les plus fréquemment mentionnées, mais se place derrière la visite culturelle (sites historiques, châteaux, villes, villages, musées,...) qui demeure l'activité la plus citée. Environ un internaute sur six n'a pas hésité pour choisir sa destination. Pour les autres, les principales régions concurrentes de l'Auvergne sont Rhône-Alpes et Midi-Pyrénées, ainsi que la Bretagne, mais aussi dans une moindre mesure, le Limousin, la Franche-Comté, ou encore l'Alsace.

Renseignements : SPOT AUVERGNE - <http://www.spot-auvergne.fr/publication/>

www.planetepuydedome.com évolue encore !

Le moteur de recherche connecté à Tourinsoft est en ligne. Il propose sous différentes rubriques un accès à toute l'offre classée, labellisée ainsi que les activités, découvertes et manifestations. Les recherches sont orientées principalement à travers les 6 territoires touristiques. Un affichage en liste ou sur une carte est possible. Le label Tourisme et handicap est mis en valeur dès les critères de recherche.

A la rentrée 2009, un nouvel espace vitrine **Randonnée dans le Puy-de-Dôme** sera mis en ligne. Des idées randonnée, interviews, suggestions de visite seront proposées à l'internaute ainsi qu'un moteur de recherche pour accéder aux petites randonnées, randonnées week-end et tour de pays, randonnées accompagnées et autres manifestations. Il sera suivi dès fin octobre d'un **espace dédié à la cible des familles**.



Réouverture du Domaine Royal de Randan

Fermé pour cause de travaux depuis 2 ans, le Domaine Royal de Randan a rouvert ses portes le 30 mai dernier avec une première journée de fréquentation exceptionnelle : plus de 1 500 visiteurs sont venus découvrir les nouveaux aménagements et l'exposition de taxidermie présentée dans les anciennes cuisines. Entre Riom et Vichy, (re)découverte d'un site au charme indéniable.



Une collection de taxidermie superbement restaurée, héritée de Ferdinand d'Orléans, fêru de chasse et fils d'Adélaïde et une fête républicaine « Ramdam à Randan », le 14 juillet 2009 sont les deux événements phares de la saison 2009. Pour le reste, le château se visite à travers la maison de l'inspecteur, l'aile des cuisines, la terrasse, la chapelle, les communs, le parc...

Les jardins et le parc, d'une superficie de 100 hectares, représentent l'une des plus importantes créations paysagères de la première moitié du XIX^{ème} siècle. Ils conjuguent les influences française, anglaise et italienne, perpétuent la tradition du jardin paysager du XVIII^{ème} siècle et annoncent les évolutions de l'art des jardins sous le Second Empire. En 2009, il faut souligner l'ouverture de 40 hectares supplémentaires à la promenade.

Laissé à l'abandon pendant de trop nombreuses années, le château est racheté par l'Etat à la fin du XX^{ème} siècle, puis par la Région à laquelle seront ensuite donnés les collections et le mobilier par les lois de décentralisation. Plus de 4 millions d'euros ont été investis dans la chapelle et la réhabilitation de l'aile des cuisines. Deux années de fermeture et de travaux réalisés par des experts ont été nécessaires pour restaurer, entre autres, le fantastique toit terrasse et son mobilier en fonte. L'urgence consiste désormais dans la consolidation et la mise en sécurité du château, en ruines depuis l'incendie de 1925 qui le ravageât.

Château raffiné construit au début du XIX^{ème} siècle, le Domaine Royal de Randan était le lieu de villégiature de la famille d'Orléans. Propriété d'Adélaïde, sœur du futur roi Louis Philippe, le château et la propriété furent

entièrement remaniés par l'architecte Pierre François Léonard Fontaine, grand architecte de l'époque Empire. Salle à manger enterrée pour utiliser la déclivité du terrain et éclairée par deux verrières monumentales, chapelle de style néo-classique, évacuation des fumées de rôtisserie par le sol... sont autant d'innovations révolutionnaires pour l'époque.

Renseignements :

Domaine Royal de Randan - Tél. 04 70 41 57 86
<http://amisdomainerandan.free.fr/>

■ Exposition : Retour d'expédition.

Chasse et voyages d'un prince français.

Au début du XX^e siècle, Ferdinand d'Orléans, duc de Montpensier, a créé au château de Randan un musée cynégétique rassemblant 450 animaux tués lors de ses voyages à travers le monde. Sauvé de l'incendie du château en 1925, cette spectaculaire collection, classée Monument Historique en 1991, est entièrement restaurée. Aujourd'hui, elle est présentée pour la première fois dans sa totalité.