

Office de Tourisme du Carladès

STRATEGIE FONCTIONNELLE

ACCUEIL ET INFORMATION

TABLE DES MATIERES

1	PRÉSENTATION DE L'OFFICE DE TOURISME	3
1.1	Structuration.....	3
1.2	Classement et labels	3
1.3	Bâtiment et moyens matériels	3
1.4	Moyens humains.....	4
2	POSITIONNEMENT, ENJEUX ET OBJECTIFS DE LA FONCTION « ACCUEIL »	4
2.1	Positionnement stratégique de l'accueil	4
2.2	Enjeux et objectifs opérationnels	4
3	ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT DE L'ACCUEIL	5
3.1	Horaires et ouverture de l'Office de Tourisme.....	5
3.2	Accueil en face-à-face	5
3.3	Accueil à distance (téléphone, mail, réseaux sociaux)	7
3.4	Personnalisation et gestion de la relation client	7
3.5	Traitement des demandes de documentations	8
4	OUTILS ET SUPPORTS D'INFORMATION	8
4.1	Gestion et actualisation de l'information.....	8
4.1.1	Base régionale APIDAE	8
4.1.2	Actualisation des informations	8
4.2	Supports numériques	9
4.2.1	Site internet multilingue.....	9
4.2.2	Réseaux sociaux et newsletters	9
4.2.3	Équipements numériques à l'Office de Tourisme	9
4.2.4	Bornes d'information tactiles	10
4.2.5	Applications interactives	10
4.3	Supports physiques.....	10
4.3.1	Présentoirs et panneaux d'affichage	10
4.3.2	Brochures de l'Office de Tourisme.....	11
4.3.3	Gestion et diffusion des stocks de documentation	11
5	RELAIS D'INFORMATIONS.....	11
5.1	Les socio-professionnels	12

5.2	Les relais communaux et associatifs.....	12
5.3	L'aire de service du Pas de Cère	12
5.4	Ambassadeurs et passeurs d'histoires	13
5.5	Accueil hors les murs	13
5.6	Perspectives.....	13
6	BOUTIQUE ET BILLETTERIE.....	13
6.1	Boutique	13
6.2	Billetterie	14

1 PRÉSENTATION DE L'OFFICE DE TOURISME

1.1 Structuration

L'Office de Tourisme intercommunal du Carladès a été créé en 2007 sous la forme d'un Établissement Public Industriel et Commercial (EPIC). Il constitue l'outil opérationnel de mise en œuvre de la politique touristique portée par Carladès Communauté. Une convention cadre (2026-2028) et une convention annuelle d'objectifs et de moyens (CAOM) encadrent la relation entre la Communauté de communes et l'Office de Tourisme, dont la mission principale de l'Office de Tourisme est d'assurer l'accueil, l'information et l'accompagnement des visiteurs, tout en structurant et valorisant l'offre touristique du territoire.

1.2 Classement et labels

L'Office de Tourisme s'inscrit dans une démarche d'amélioration continue et d'excellence dans l'accueil du public. Ces efforts ont été reconnus par :

- le **classement en première catégorie**, renouvelé pour 5 ans le 8 août 2025,
- la marque **Qualité Tourisme**, obtenue en 2013 et renouvelée en 2017 et 2020.

Le passage à la nouvelle marque d'État Destination d'Excellence (DEX) est prévu, confirmant la volonté du Comité de direction et l'engagement de l'équipe à placer l'accueil du public au cœur de ses priorités. L'Office de Tourisme utilise également des outils d'écoute client, comme un questionnaire de satisfaction, administré sur site ou à distance.

1.3 Bâtiment et moyens matériels

Construit en 2014, l'originalité du bâtiment de l'Office de Tourisme réside dans sa construction résolument moderne, qui reprend les codes du volcan tant dans sa forme que dans les matériaux utilisés : pierre de lave de Bouzentès, frênes du cantal pour les meubles et les plafonds, vitres de Montmurat.

Il intègre une scénographie intérieure qui favorise un accueil « côte à côte », plus convivial et personnalisé que l'accueil traditionnel en face à face. Cette approche plus intimiste valorise les compétences du personnel, sa connaissance du terrain et des acteurs du tourisme.

Entièrement **accessible aux personnes à mobilité réduite**, le bâtiment dispose d'une rampe d'accès pour chacune des deux entrées, de tablettes rabaisées pour que les personnes en fauteuil puissent accéder aux services, visualiser les informations sur les écrans et échanger confortablement avec les conseillers en séjour.

L'Office a développé dès 2014 une stratégie numérique innovante, incluant :

- une table de randonnées tactile 3D,
- des écrans d'information intérieurs et extérieurs.

Enfin, l'Office de Tourisme met à disposition de ses visiteurs un espace wifi gratuit intérieur et extérieur afin qu'ils puissent consulter en ligne l'information touristique.

Ces outils complètent le rôle des conseillers en séjour, en permettant un accès autonome à une première information tout en garantissant un accueil personnalisé.

1.4 Moyens humains

L'équipe de l'Office de Tourisme est composée de :

- 1 directeur,
- 4 conseillères en séjour (4.8 EQTP depuis le 1^{er} septembre 2025).

L'accueil est renforcé par un saisonnier en été (du 1er juin au 31 août). Tous les conseillers en séjour sont formés à l'accueil en langues étrangères (anglais et espagnol).

Un parcours d'intégration structuré, décrit dans une fiche de procédure, est mis en place pour tout nouvel entrant : remise d'un livret explicatif (Livret du nouvel entrant), tutorat par un membre de l'équipe, et implication collective dans la formation. Ces pratiques garantissent la continuité et la qualité de l'accueil.

2 POSITIONNEMENT, ENJEUX ET OBJECTIFS DE LA FONCTION « ACCUEIL »

2.1 Positionnement stratégique de l'accueil

L'accueil et l'information des visiteurs constituent une mission centrale de l'Office de Tourisme du Carladès, au cœur de son rôle d'interface entre la destination, ses acteurs et ses clientèles. Dans un territoire de moyenne montagne caractérisé par une offre diffuse et une forte attente d'accompagnement, l'accueil ne se limite pas à une fonction d'information : il participe pleinement à la construction de l'expérience touristique, à la valorisation du territoire et à l'orientation des flux.

L'Office de Tourisme positionne ainsi l'accueil comme un levier stratégique au service :

- de la qualité de l'expérience visiteur,
- de la mise en valeur de l'offre touristique locale,
- et de la diffusion de l'identité de la destination.

Ce positionnement s'inscrit en cohérence avec la stratégie globale de l'Office de Tourisme, qui vise un développement touristique, fondé sur la qualité plutôt que sur le volume. Dans ce cadre, l'accueil repose sur plusieurs principes structurants :

- **une forte dimension humaine**, privilégiant l'échange, l'écoute et la personnalisation du conseil,
- une **complémentarité entre accueil physique et outils numériques**, au service de l'accessibilité de l'information,
- une **approche globale du parcours client**, intégrant les phases avant, pendant et après (à renforcer) le séjour.

Récemment doté d'un nouveau positionnement marketing, l'Office de Tourisme doit travailler à intégrer un principe directeur supplémentaire :

- une contribution active à la **promotion de la destination**, à travers un **discours incarné et cohérent avec la ligne éditoriale** « Carladès, ailleurs dans le Cantal ».

L'intégration de ce principe requiert une phase d'appropriation par les conseillers en séjour, qui se fera progressivement sur la période 2026 et 2027, notamment au travers le futur Guide de marque et le nouveau site internet, et de façon d'autant plus naturelle que l'ensemble de l'équipe a participé l'élaboration de cette stratégie.

2.2 Enjeux et objectifs opérationnels

À partir de ce positionnement stratégique, les objectifs opérationnels de la fonction « accueil » sont :

- **Offrir une information fiable et personnalisée** : combiner outils numériques (APIDAE, table 3D, bornes d'information) et conseil humain pour répondre aux besoins précis de chaque visiteur.

- **Renforcer l'image et l'attractivité du Carladès** : transmettre l'identité unique de la destination grâce à un accueil chaleureux, cohérent et valorisant.
- **Assurer un accueil adapté à tous types de visiteurs** : publics individuels, groupes, estivaux ou hivernaux, nationaux et internationaux (très faible volume), en face-à-face comme à distance (téléphone, mail, réseaux sociaux).
- **Maintenir un service efficace malgré les contraintes organisationnelles** : planifier les permanences, optimiser l'usage des outils numériques et respecter les procédures internes. L'accueil hors les murs n'est assuré que très ponctuellement, comme lors du Pot d'accueil hebdomadaire du Lioran pendant les vacances d'hiver.
- **Coordonner les relais d'information et partenaires** : fédérer les relais touristiques et socio-professionnels pour assurer une diffusion homogène de l'information et promouvoir la marque Carladès auprès du public.

Dans un contexte de transition vers la marque **Destination d'Excellence**, cette approche stratégique contribue à l'amélioration continue, à l'adaptation aux attentes des clientèles et aux enjeux de durabilité.

3 ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT DE L'ACCUEIL

3.1 Horaires et ouverture de l'Office de Tourisme

Le Carladès bénéficie d'une double saison touristique, été et hiver, grâce à la proximité de la station du Lioran. La capacité hôtelière non négligeable du territoire favorise également une fréquentation importante de groupes à l'automne. En tant que porte d'entrée sur le massif cantalien et point de départ vers les sports de pleine nature, le territoire reçoit une bonne fréquentation dès les beaux jours du printemps.

Chaque année, l'Office de Tourisme définit en décembre par délibération ses périodes d'ouverture pour l'année suivante en fonction :

- des périodes de fréquentation,
- des périodes de l'année considérée propices à des temps forts touristiques (ponts),
- des besoins internes de l'équipe pour la réalisation du plan d'actions.

En 2025, l'Office a ouvert 304 jours, totalisant 1997,5 heures, dépassant ainsi les recommandations préfectorales pour un établissement de catégorie 1.

Les horaires :

- Basse saison (début novembre au début des vacances de février) : 9h30 à 12h30 et 14h à 17h, fermé le jeudi toute la journée. Pendant les vacances scolaires (hors été) et au printemps, l'accueil est ouvert de 9h30 à 12h30 et 14h à 18h, avec une fermeture au minimum le jeudi matin.
- Haute saison (5 mai – 31 août) : ouvert tous les jours, avec une amplitude horaire élargie jusqu'à 18h30.

En cas de fermeture exceptionnelle, une affiche est apposée sur les portes, le répondeur téléphonique est mis à jour et un message est publié sur Facebook.

3.2 Accueil en face-à-face

La table numérique des randonnées située à l'entrée principale, les présentoirs avec la documentation et une grande carte du territoire, permettent au client, notamment en cas d'affluence, d'obtenir les premières informations concernant le territoire avant de se diriger vers la banque d'accueil.

L'accueil physique des visiteurs constitue le point d'entrée principal dans l'expérience Carladès. À l'Office de Tourisme, il se fait selon un principe de proximité et de convivialité, avec un accueil « côte à côte » qui favorise l'échange et la personnalisation du conseil.

Chaque conseiller en séjour est clairement identifié grâce à un badge mentionnant les langues parlées et sa fonction, garantissant une orientation rapide et adaptée du visiteur.

L'accueil du client à l'Office de Tourisme du Carladès se déroule selon les principes d'une écoute active, le conseiller en séjour utilisant un langage dynamique (questionnement et reformulation). Il fait preuve d'empathie afin de comprendre clairement les besoins implicites et explicites du client.

Le conseiller en séjour propose au minimum 3 à 4 choix de prestataires en lien avec la demande ciblée.

Les informations disponibles sont mises à jour régulièrement et le conseiller en séjour en vérifie la fiabilité avant diffusion.

Enfin, le conseiller en séjour propose d'autres alternatives afin d'élargir l'offre et de mieux vendre son territoire. Il réoriente le client vers d'autres services si la demande est hors de son champ de compétences. Dans tous les cas, le client doit quitter l'Office de Tourisme avec au minimum un contact pour l'aider dans ses recherches.

Ainsi, la procédure d'accueil des clients entrant à l'Office de Tourisme est structurée pour assurer qualité et cohérence :

- **Reformulation** des besoins,
- **Questionnement ciblé** afin de répondre précisément au client,
- **Élargissement** de la demande,
- Et enfin, **prise de congés chaleureuse et bienveillante**.

À l'issue de l'accueil, une fois que la demande du client a été explorée, élargie si nécessaire, et que sa satisfaction est vérifiée, le conseiller présente la boutique et informe le visiteur de la possibilité de laisser un avis sur la destination. Celui-ci peut soit scanner le QR code de l'enquête de satisfaction, soit recevoir le questionnaire en main propre, disponible également en anglais et en espagnol.

La fiche de procédure « Accueil » est complétée par une fiche « Mémo Accueil », qui permet de sécuriser l'ensemble de la procédure de l'acte d'accueil, dont la saisie des informations utiles sur le logiciel de gestion de la relation client (GRC) AVIZI.

La gestion de la fréquentation est planifiée pour optimiser les permanences, avec des codes internes (A1/A2/A3) permettant de répartir les missions entre front-office et back-office, et de s'adapter aux périodes de forte affluence. Lorsqu'un conseiller est identifié par le code A1, il assure l'accueil au comptoir, assisté si nécessaire par les conseillers codés A2 et A3. En back-office, les conseillers A3 et A4 prennent en charge l'accueil téléphonique.

En période de forte affluence, notamment l'été, le planning est adapté : le conseiller désigné HM (heure du matin) assure le standard téléphonique depuis le back-office, permettant ainsi à ses collègues de se concentrer pleinement sur la qualité de l'accueil en front-office. Cette organisation garantit une prise en charge optimale des visiteurs, que ce soit en face-à-face ou au téléphone.

Si le conseiller en séjour est occupé à une tâche administrative, il arrête celle-ci pour se consacrer exclusivement au client. Il se lève et se dirige vers la personne si besoin.

3.3 Accueil à distance (téléphone, mail, réseaux sociaux)

Au téléphone

Le standard téléphonique est installé à l'arrière, en back office. Le planning du service Accueil définit les permanences (cf. section « Accueil en vis-à-vis »). Un pré-décroché est disponible en français et traduit en anglais et en espagnol.

Le conseiller en séjour décroche à la quatrième sonnerie du standard. Si l'appel n'est pas pris, il bascule automatiquement sur les portatifs du back office. En cas d'absence de réponse à l'arrière, un retour vers le portatif de l'accueil est possible. Trois lignes entrantes et deux lignes sortantes peuvent être utilisées simultanément.

En période d'affluence, un conseiller est spécialement affecté à l'astreinte téléphonique en back office pour assurer la réception des appels. La qualité de la prise en charge est équivalente à celle de l'accueil physique, et la demande du client est explorée de la même manière. Une fiche de procédure dédiée « Accueil téléphonique » est formalisée.

Par mail

Depuis le poste d'accueil en front office (adresse : tourisme@carlades.fr), un accusé de réception automatique est envoyé à chaque message reçu, avant enregistrement de la demande dans AVIZI.

Les demandes de brochures issues du formulaire de contact du site internet sont également enregistrées dans AVIZI et génèrent automatiquement un accusé de réception. A savoir : si la demande via le formulaire ne concerne pas l'envoi de brochures, aucun accusé n'est émis : le logiciel considère que la réponse sera apportée directement par les conseillers.

Les réponses sont personnalisées : le conseiller reprend dans son message les points principaux exprimés par le client pour garantir une information claire et adaptée.

Tchat via Facebook et Instagram

Les personnes désignées « A3 » ou « HM » sont responsables de la gestion des messages entrants sur Facebook et Instagram, et doivent apporter une réponse en temps réel et conforme aux standards de l'accueil.

3.4 Personnalisation et gestion de la relation client

Chaque interaction, qu'elle soit physique ou à distance, est **enregistrée dans le système de GRC AVIZI** (l'outil est mutualisé par 6 Offices de Tourisme du Cantal).

Depuis un an, l'Office de Tourisme propose l'envoi de « **carnets de voyage** » (brochures personnalisées générées avec l'outil EDIT YOURSELF connecté à AVIZI), format pratique qui limite l'impression de documents papier. Après avoir vérifié les besoins du client, le conseiller lui propose l'envoi par mail des informations utiles à son séjour. Cette démarche permet de personnaliser l'accueil, tout en collectant des données utiles pour nos statistiques.

Elle offre également la possibilité de recueillir les coordonnées mail du visiteur, afin de lui transmettre ultérieurement les newsletters et programmes d'animations, dans le respect de la réglementation RGPD.

Si le client refuse le format numérique, deux options lui sont proposées :

- l'impression des documents au tarif de 0,50 € par feuille ;
- ou la transcription des informations essentielles sur une carte « relationnelle » pour répondre à ses besoins.

3.5 Traitement des demandes de documentations

Comme indiqué précédemment, les conseillers en séjour proposent systématiquement un envoi dématérialisé de documentations. Le cas échéant, celui-ci est traité immédiatement.

Les envois de courriers font l'objet d'un traitement à part. Dans un souci d'économie financière (augmentation régulière des tarifs d'affranchissement) et de limitation des impressions, les envois de documentation par voie postale sont payants depuis le mois de mars 2025.

Cette information est disponible directement sur les pages « Contact » et « Brochures » de notre site internet. Afin de procéder au règlement de l'affranchissement, un lien depuis ces pages renvoie directement le client sur la billetterie en ligne de l'Office de Tourisme.

Les conseillers en séjour notés en « A3 », « A4 » ou « HM » sur le planning, sont chargés de regarder tous les jours sur le logiciel de caisse les achats en ligne pour vérifier si de la documentation a été commandée (ceci est rappelé dans la fiche « Tâches journalières *back office* »). Il se charge ensuite de traiter le courrier sous 48h (jours ouvrés). Le courrier doit être déposé du mardi au vendredi avant 15h30 à l'agence postale de Vic-sur-Cère. Depuis le 1^{er} juillet 2025, le courrier est déposé à la Poste dans des pochettes dédiées. L'affranchissement est traité par les services postaux.

Lorsque les demandes d'envoi de documentations se font par téléphone, le conseiller en séjour explique au client qu'il est possible de recevoir de la documentation sous conditions de paiement de l'affranchissement (en fonction du poids et de la zone d'envoi). Si le client est réticent, il lui conseille l'envoi des documents sous format numérique, ou bien l'invite à venir les retirer directement à l'accueil de l'Office de Tourisme dès son arrivée. Ainsi, il pourra bénéficier, en plus, des suggestions de l'équipe en fonction de la période du séjour.

4 OUTILS ET SUPPORTS D'INFORMATION

4.1 Gestion et actualisation de l'information

4.1.1 Base régionale APIDAE

L'Office de Tourisme s'appuie sur le **système régional d'information touristique (SRIT) APIDAE** (base régionale) pour centraliser et diffuser l'information touristique. Toutes les données relatives aux prestataires, animations, événements et hébergements sont régulièrement mises à jour afin d'assurer leur fiabilité, leur pertinence et leur cohérence sur l'ensemble des supports.

Cette gestion centralisée alimente à la fois les outils numériques et les supports physiques, garantissant une information harmonisée pour les visiteurs. Elle permet également de mutualiser les informations avec les échelons départementaux et régionaux, afin que la saisie effectuée par l'Office de Tourisme nourrisse automatiquement tous les sites internet des structures institutionnelles.

4.1.2 Actualisation des informations

L'objectif de l'équipe de l'Office de Tourisme est de garantir **une information fiable et constamment à jour**. Dès qu'une modification ou une nouvelle donnée est identifiée sur le Carladès concernant un hébergement, un commerce, une animation ou une activité, elle est saisie et mise à jour dans le SRIT APIDAE.

Les hébergeurs sont sollicités (courrier explicatif envoyé par e-mailing) afin d'**actualiser leurs informations au moyen d'une campagne annuelle** ; ils reçoivent ainsi un lien de saisie **vers la solution Hotentic (Open Edit)**. Ce lien leur permet d'effectuer des modifications tout au long de l'année. Des ateliers de saisie sont organisés par l'Office de Tourisme pour les accompagner dans cette démarche.

Une vigilance particulière est portée sur :

- Les horaires et périodes d'ouverture
- Les tarifs
- Les conditions d'accès et services

Les associations et organisateurs d'événements sont invités à saisir directement leurs informations sur le site internet, via le formulaire de l'agenda intégré (widget APIDAE Event). Une notification automatique signale à l'équipe de l'Office de Tourisme la création d'une nouvelle fiche, qui est ensuite validée après vérification de sa conformité.

Enfin, l'équipe assure une **veille permanente** sur les actualités du territoire (nouveaux prestataires, animations, événements) via les réseaux sociaux et autres sources locales, afin d'anticiper les changements et garantir la fiabilité de l'information diffusée aux visiteurs.

4.2 Supports numériques

La diffusion numérique de l'information repose sur un ensemble d'outils complémentaires. Ces outils **complètent le conseil humain**, favorisent l'autonomie des visiteurs et renforcent la visibilité de l'offre touristique locale, tout en donnant une image dynamique et interactive de la destination.

4.2.1 Site internet multilingue

Refondu en 2018 selon une approche mobile first, le site est traduit en anglais et en espagnol et fournit une information complète sur l'ensemble de l'offre touristique du Carladès. Son ergonomie soignée permet aux internautes de trouver rapidement les informations recherchées. Conçu comme un véritable site de séjour, il s'adresse aussi bien aux visiteurs préparant leur voyage qu'à ceux déjà présents sur le territoire.

Un **nouveau site internet** aligné avec la stratégie marketing du Carladès sera mis en ligne au plus tard en octobre 2026

4.2.2 Réseaux sociaux et newsletters

Les **réseaux sociaux** et **newsletters** permettent de relayer l'information aux visiteurs avant, pendant et après leur séjour, tout en maintenant un lien continu. L'Office de Tourisme est présent et référencé sur Google My Business, Tripadvisor, Facebook et Instagram.

Un membre de l'équipe est dédié à l'animation des comptes Facebook et Instagram. La stratégie fonctionnelle de promotion et de communication définit le rythme, le contenu et le nombre de publications, assurant une diffusion cohérente et régulière. Les newsletters sont envoyées quatre fois par an, à la veille des vacances scolaires, hors période estivale.

4.2.3 Équipements numériques à l'Office de Tourisme

Table 3D des randonnées

Cette table interactive permet de visualiser en 3D l'ensemble des sentiers de randonnée du Cantal, avec des informations détaillées sur le dénivelé, la durée et le niveau de difficulté. Les parcours peuvent être téléchargés au format GPX ou PDF, facilitant ainsi la préparation des sorties. Très appréciée des visiteurs, elle contribue à personnaliser leur expérience.

Écrans suspendus

L'Office dispose de **5 écrans horizontaux**, appairés et orientés vers l'intérieur et l'extérieur pour attirer et informer les visiteurs. Ils diffusent les informations suivantes :

- Agenda des animations du Carladès : mis à jour chaque semaine (dimanche en été, lundi le reste de l'année), diffusé sur un écran intérieur et un écran extérieur.
- Animations phares du moment : deux écrans intérieurs présentent les animations liées à la billetterie et aux prestataires partenaires, actualisées au début de l'été et à chaque période de vacances scolaires.
- Prestataires partenaires : deux écrans (intérieur et extérieur) diffusent les offres des prestataires ayant souscrit à ce service payant pour accroître leur visibilité.
- Promotion de la destination : un écran intérieur diffuse des vidéos promotionnelles sur le Cantal et le Carladès, dont la vidéo du GRP « Tour du Carladès » réalisée en 2025.

4.2.4 Bornes d'information tactiles

Six **bornes interactives** ont été installées sur des points stratégiques du territoire en 2018. Ces bornes, accessibles aux personnes à mobilité réduite et disponibles en anglais et espagnol, sont réparties sur le territoire pour en mailler efficacement l'information :

- À l'aire de service du Pas de Cère, point stratégique pour la gestion des flux touristiques et point de départ pour les randonnées et activités de pleine nature,
- Dans les points relais d'information de Saint-Jacques-des-Blats, Thiézac et Polminhac, dans la vallée de la Cère,
- À Pailherols et Raulhac, dans la vallée du Goul, à proximité des relations d'informations gérés par des structures associatives (Flocons Verts et Fest'à Raulhac).

La navigation sur ces bornes est ergonomique grâce à l'application Kalkin Tourisme, reprenant les rubriques et thématiques du site internet pour une cohérence maximale entre tous les supports numériques.

4.2.5 Applications interactives

L'Office propose également des **applications mobiles** pour enrichir l'expérience des visiteurs :

- **Trail Connect** : développée par l'agence Yoomigo, cette application recense tous les parcours de trail, VTT, cyclotourisme et randonnées sur le territoire de la Carladès Communauté, permettant aux visiteurs de planifier leurs sorties en toute autonomie.
- **Baludik** : déployée par l'ensemble des Offices de Tourisme du Cantal, elle propose des jeux numériques ludiques et interactifs. Deux parcours sont déjà disponibles : le centre-bourg de Raulhac et le Bois de Veyrière à Saint-Jacques-des-Blats sur la station du Lioran. Un parcours supplémentaire à Thiézac sera lancé avant l'été 2026.

4.3 Supports physiques

Les supports physiques complètent l'offre numérique et constituent un élément clé de l'accueil et de l'information des visiteurs. Ils permettent de proposer des documents tangibles et un parcours d'accueil concret.

4.3.1 Présentoirs et panneaux d'affichage

Les informations touristiques sont mises à disposition des visiteurs à l'intérieur de l'Office de Tourisme via les **présentoirs**, qui regroupent l'ensemble de l'offre actuelle du Carladès ainsi que celle des partenaires payants extérieurs.

Les **documentations « réseaux »** (Parc Naturel Régional des Volcans d'Auvergne (PNRVA), Route des Châteaux, Demeures Historiques, Grand Site du Puy Mary, Station du Lioran, Bienvenue à la Ferme) sont

accessibles en libre-service. Les flyers sont classés par catégorie et identifiés à l'arrière par une étiquette, afin de faciliter leur gestion en cas de rupture de stock.

Les conseillers en séjour vérifient régulièrement les présentoirs et les approvisionnent au fur et à mesure. Ils s'assurent également de la disponibilité des stocks et passent commande si nécessaire. Les guides dits d' « accueil » des autres Offices de Tourisme voisins sont diffusés uniquement sur demande, dans le but de limiter l'usage du papier et de favoriser la production des **carnets de voyage personnalisés** , générés via le logiciel AVIZI.

À l'extérieur, les **panneaux d'affichage** sont principalement réservés aux animations locales du Carladès. En période de forte affluence, notamment au cœur de l'été, les panneaux peuvent également accueillir des informations provenant d'autres territoires, en tenant compte de leur proximité géographique et de la date de l'événement concerné.

4.3.2 Brochures de l'Office de Tourisme

L'Office de Tourisme du Carladès privilégie une **impression raisonnée et ciblée** de ses documents, afin de limiter l'usage du papier tout en garantissant une diffusion efficace et adaptée aux besoins des visiteurs. Concrètement, l'établissement imprime principalement trois types de documents : **guides, livrets de découverte, et cartes/plans**. Cette offre permet aux visiteurs de préparer leur séjour, de compléter les informations reçues en accueil, et de prolonger l'expérience touristique après leur passage à l'Office de Tourisme.

Ces éditions et leurs canaux de diffusion sont décrits précisément dans la stratégie fonctionnelle de promotion et communication.

4.3.3 Gestion et diffusion des stocks de documentation

La gestion des supports imprimés repose sur une organisation rigoureuse, visant à garantir la disponibilité des documents tout en **maîtrisant les volumes et en limitant le gaspillage**.

La **bourse aux documents**, organisée chaque année au mois de mai par Cantal Destination (ADT), constitue un temps fort. Une campagne emailing d'invitation à cet événement est adressée à l'ensemble des socio-professionnels, ces-derniers pouvant diffuser et/ou collecter de la documentation. La bourse aux documents permet à l'Office de Tourisme de :

- collecter le stock principal de documentations nécessaires pour la saison,
- diffuser ses propres supports auprès des partenaires.

Le suivi des stocks est assuré à l'aide d'un tableau de gestion excel mis à jour lors des livraisons de guides et à l'issue de la bourse aux documents. Un seuil d'alerte est défini, déclenchant automatiquement un réassort lorsque cela est nécessaire.

Chaque entrée et sortie de documents est enregistrée, et des contrôles réguliers permettent de comparer le stock théorique au stock réel. Cette organisation permet, d'une année sur l'autre, d'ajuster les quantités produites, d'optimiser la diffusion et de limiter les déchets.

Une gestion des documentations (diffusions, stocks) directement **depuis le logiciel AVIZI sera expérimentée en 2026**.

5 RELAIS D'INFORMATIONS

Depuis sa création en EPIC en 2007, l'Office de Tourisme du Carladès a recentré sa mission d'accueil et d'information sur son bureau principal situé à Vic-sur-Cère. En complément, un réseau de relais

d'informations, constitué de socio-professionnels, d'associations locales et d'ambassadeurs, assure une diffusion de proximité de l'information sur l'ensemble du territoire.

5.1 Les socio-professionnels

La majorité des visiteurs ne passent pas par l'Office de Tourisme, ce qui rend le rôle des hébergeurs et prestataires d'activités d'autant plus stratégique. Ces acteurs constituent un relais d'information essentiel : ils orientent, conseillent et accompagnent les visiteurs sur le terrain, participent à la mise en valeur de l'offre touristique locale.

Chaque semaine, les socio-professionnels reçoivent l'agenda des animations (également envoyé à la presse tous les mardis), qu'ils peuvent diffuser directement à leurs clientèles. Leur connaissance du territoire et leur capacité à répondre aux questions pratiques permettent de renforcer la qualité de l'expérience touristique et d'assurer une cohérence dans l'information diffusée sur l'ensemble du Carladès.

Avec le déploiement de la nouvelle marque Destination d'Excellence, leur rôle stratégique dans la promotion et le relais des messages de la destination sera amené à se renforcer davantage.

L'animation du réseau des socio professionnels est décrite dans une stratégie fonctionnelle indépendante.

5.2 Les relais communaux et associatifs

Dans la vallée de la Cère, les communes de Saint-Jacques-des-Blats, Thiézac et Polminhac, historiquement dotées d'un Point d'informations touristiques (PIT) ont fait le choix de maintenir un service d'information touristique intégré aux agences postales communales. Ces points relais assurent une première information aux visiteurs et participent à la diffusion de la documentation touristique.

Dans la vallée du Goul, cette mission est assurée par des structures associatives locales :

- l'association des Flocons Verts à Pailherols,
- l'association Fest'à Raulhac.

Ces relais ne font pas partie de l'organisation de l'EPIC et disposent de leur propre fonctionnement et de leurs propres ressources humaines.

5.3 L'aire de service du Pas de Cère

Située le long de la RN122, cet espace aménagé par la Communauté de communes est mis à disposition d'un prestataire d'activités dans le cadre d'une convention d'exploitation. Celui-ci assure, en période estivale, une fonction complémentaire de relais d'informations, en lien avec son activité et la fréquentation du site. Un marché public est en cours pour l'exploitation de cette aire de service (première consultation menée en avril 2026 infructueuse).

L'Office de Tourisme met à disposition de ces relais une documentation actualisée afin de garantir une information cohérente à l'échelle du territoire.

Une rencontre annuelle est organisée au mois de juin, en amont de la saison estivale, permettant aux personnels des relais d'informations de venir récupérer les éditions de l'Office de Tourisme. Ce temps constitue un moment d'échange permettant de présenter les nouveautés de la saison et de faciliter l'appropriation des supports.

5.4 Ambassadeurs et passeurs d'histoires

L'Office de Tourisme s'appuie également sur un réseau dynamique d'**ambassadeurs du Carladès** : une quinzaine de bénévoles animent le territoire chaque été par des visites de patrimoines, des balades contées, des démonstrations de savoir-faire. Par leur connaissance du territoire et leur implication, ils contribuent à relayer une image positive de la destination et à orienter les visiteurs de manière informelle.

De plus, depuis 2023, des **passeurs d'histoires** travaillent à la collecte de la mémoire locale. Leur travail est notamment valorisé à l'occasion de l'événementiel « Un bourg, une histoire, les révélations du Carladès », organisé sur un week-end au mois d'avril (4^{ème} édition en 2026). Ce petit festival propose aux locaux et aux visiteurs une série de visites dans les villages du Carladès autour de thématiques variées liées à l'histoire locale, au patrimoine architectural et aux anecdotes du territoire.

5.5 Accueil hors les murs

En raison de moyens humains limités, l'Office de Tourisme ne déploie pas, à ce jour, de dispositif régulier d'accueil hors les murs.

Toutefois, une action ponctuelle est mise en œuvre chaque lundi durant les vacances d'hiver, dans le cadre de l'opération « Bienvenue au Pays », organisée à la station du Lioran, en partenariat avec Hautes Terres Tourisme et la SAEM du Lioran. Cette présence permet d'aller à la rencontre des visiteurs sur un site à forte fréquentation et de promouvoir l'offre du Carladès.

5.6 Perspectives

Dans le cadre du déploiement de la nouvelle marque territoriale « Carladès, ailleurs dans le Cantal », le rôle des socio-professionnels est amené à se renforcer. L'appropriation des messages, y compris par les relais informels, et la cohérence des informations diffusées constituent un enjeu important pour garantir une image homogène et qualitative de la destination.

6 BOUTIQUE ET BILLETTERIE

La boutique et la billetterie de l'Office de Tourisme constituent un prolongement de la fonction accueil, permettant d'accompagner et de valoriser l'expérience des visiteurs, tout en soutenant l'économie locale et les prestataires du territoire.

6.1 Boutique

La boutique est située face à la banque d'accueil principale et présente une sélection de produits répondant aux attentes des visiteurs : objets souvenirs (magnets, mugs, stylos), produits du terroir (conserves, confitures, miel, gâteaux) et articles artisanaux ou culturels locaux. Ces dernières années, l'offre s'est étoffée avec :

- des jeux de cartes et livres pour enfants fabriqués dans le Cantal,
- des cartes postales d'artistes locaux,
- des cosmétiques et huiles essentielles du Carladès,
- des produits artisanaux ou gastronomiques (poterie, sirops, alcools...).

La boutique propose également la location de matériel pratique (bâtons de randonnée, porte-bébés, luges, matériel de pêche aux écrevisses) renforçant le rôle de l'Office de Tourisme comme facilitateur de services pour tous les publics.

Cette offre permet de prolonger l'expérience du visiteur, valoriser le savoir-faire local et renforcer l'identité du Carladès. Elle s'inscrit dans la dynamique de la marque Destination d'Excellence, qui vise à présenter un territoire cohérent et qualitatif.

Un « book » présente les produits boutique, valorisant les productions locales. Tous les aspects opérationnels et le développement détaillé de la boutique sont abordés dans la stratégie fonctionnelle dédiée « Boutique et billetterie ».

6.2 Billetterie

La billetterie, disponible sur place et en ligne, permet l'accès à l'ensemble de l'offre événementielle et touristique du territoire, toute l'année. Durant les vacances scolaires, elle inclut les activités saisonnières : visites de fermes, activités de pleine nature, visites guidées et théâtralisées, sorties naturalistes, visites d'entreprises.

Ces activités sont mises en valeur dans le guide « Le guide des activités incontournables de l'été », distribué aux habitants de la communauté de communes, renforçant le rôle de l'Office de Tourisme comme interface entre visiteurs, habitants et prestataires.

La boutique et la billetterie contribuent ainsi à :

- enrichir l'expérience des visiteurs,
- valoriser l'offre et le savoir-faire local,
- soutenir les prestataires et partenaires du territoire,
- renforcer la cohérence et l'attractivité de la destination.