

# Bilan d'activité 2024

et orientations 2025



**Livradois-  
Forez** PARC NATUREL  
RÉGIONAL  
EN AUVERGNE

Maison du tourisme du Livradois-Forez

Assemblée générale  
25 mars 2025

# Le Sommaire

*Mise en bouche : le tourisme en Livradois-Forez en quelques chiffres*

- 1. Accueil des publics et relations prestataires** p. 8
- 2. Marketing** p. 22
- 3. Relations clients et relations commerciales** p. 37
- 4. Développement de l'offre touristique** p. 44
- 5. Indicateurs** p. 49

**Mise en bouche**

# Le tourisme en Livradois-Forez en quelques chiffres

## Carte d'identité de l'offre



**311 035**  
**hectares**

de superficie en Livradois-Forez,  
106 350 habitants.

**26** sites classés  
Natura 2000



**200** espèces animales protégées



**13** Bourgs et villes de caractères  
& **2** plus beaux villages de France

**80 km**  
de chemin de fer  
touristique



**2** stations de ski de descente



**Livradois-  
Forez**  
PARC NATUREL  
RÉGIONAL  
EN AUVERGNE

**1** Parc naturel régional  
**250** espèces de flore protégées\*



**2 780 km**  
balisés pour la pratique du  
VTT/VTAE pour 125 circuits  
soit le plus grand espace VTT  
de France labelisé par la FFC

**3**

Pôles touristiques majeurs :  
Thiers, Ambert, La Chaise-Dieu



**2 500 km**  
de sentiers balisés  
pour la randonnée pédestre  
pour 209 circuits balisés

**6** réseaux touristiques

(Route des métiers, Sur les Pas  
de Gaspard, Toscane d'Auvergne,  
À pas de lynx, Coccinelles, RELF)



**9** châteaux à visiter



**9** sites patrimoniaux remarquables  
dont 5 sites inscrits

**190** &  
monuments historiques\*

**42**

structures  
(hébergements et activités)  
labelisées « Valeurs parc naturel régional ».



**1** Site remarquable du goût  
Billom (ail rose)

**3 400 km**

de rivières dont l'Allier, dernière  
rivière sauvage d'Europe



**10** lieux de baignades  
dont **3** Pavillons bleus

**12** événements culturels et  
sportifs « majeurs »



## Chiffres clés de l'économie touristique

Échelle PNR Livradois-Forez



**115 millions d'euros**



**1070 hébergements**

À l'échelle du PNR dont 726 gîtes et meublés



**7 % - 8 % du PIB**



**1 400 acteurs touristiques**

Acteurs touristiques sur le Livradois-Forez dont  
60% sont des prestataires d'hébergements,  
25% des prestataires d'activités  
et 15% des prestataires restaurateurs



**3 millions de nuitées**

À l'échelle des 4 communautés de communes  
membres de la MDT



**45 à 50 € / jour**

de dépenses moyennes/jour/personne effectuées  
par les touristes français sur le Puy de dôme,  
la Haute-Loire et la Loire \*



**75 000 lits touristiques**

dont 86% de lits non marchands  
66 lits touristiques / 100 habitants



**1 151 entreprises**

**« tourisme »**

d'au moins 1 salarié à l'échelle du PNR  
selon les codes APE des branches d'activités  
du tourisme et des loisirs.(données URSAFF)  
Soit 5 % des entreprises  
1 entreprise touristique pour 100 habitants



**Près de 1000  
emplois**

Emplois touristiques salariés  
dont 395 dans la restauration,  
167 dans les hébergements marchands,  
108 dans les autres secteurs

**2,6 nuits**

# Répartition journalière du nombre de nuitées (2024)

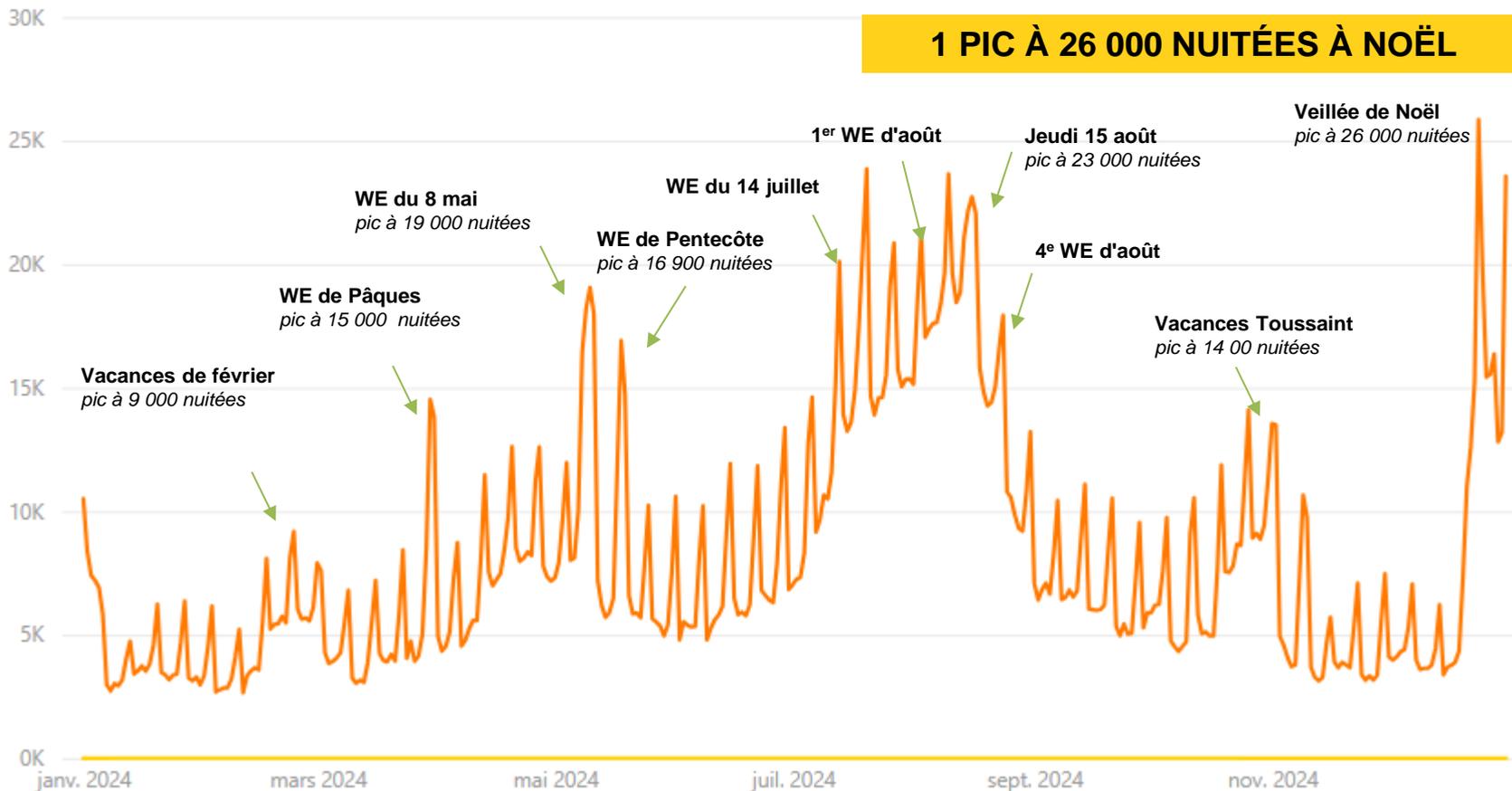
Marchandes et non marchandes sur les 4 communautés de communes membres de la MDT

## Fréquentation en nuitée

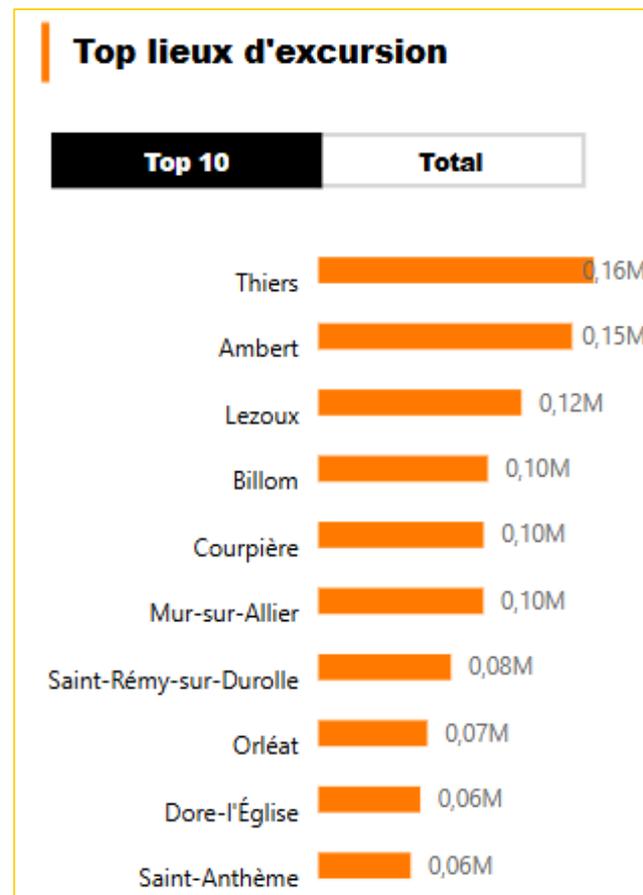
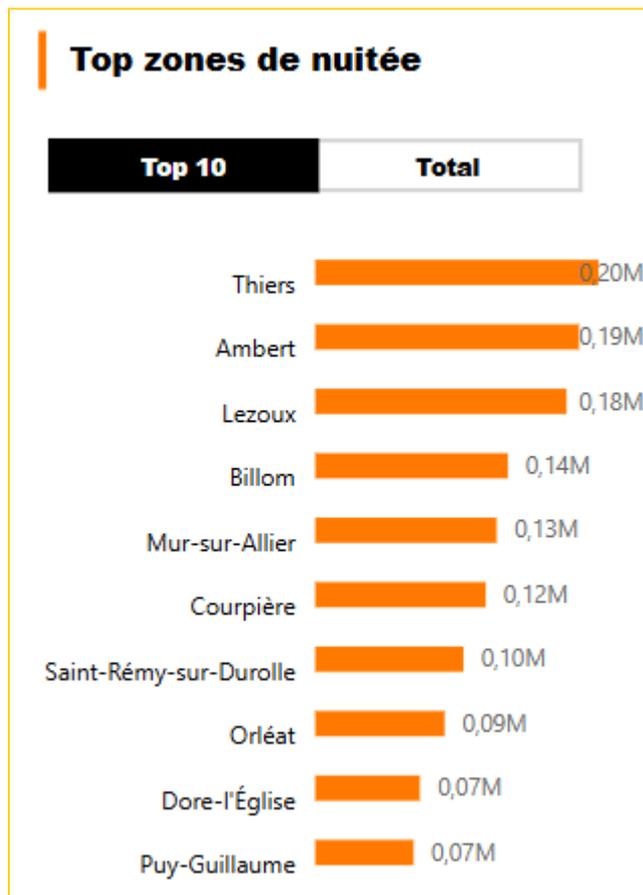
**3 MILLIONS DE NUITÉES**

(vs 3,2 millions pour le Sancy)

**1 PIC À 26 000 NUITÉES À NOËL**



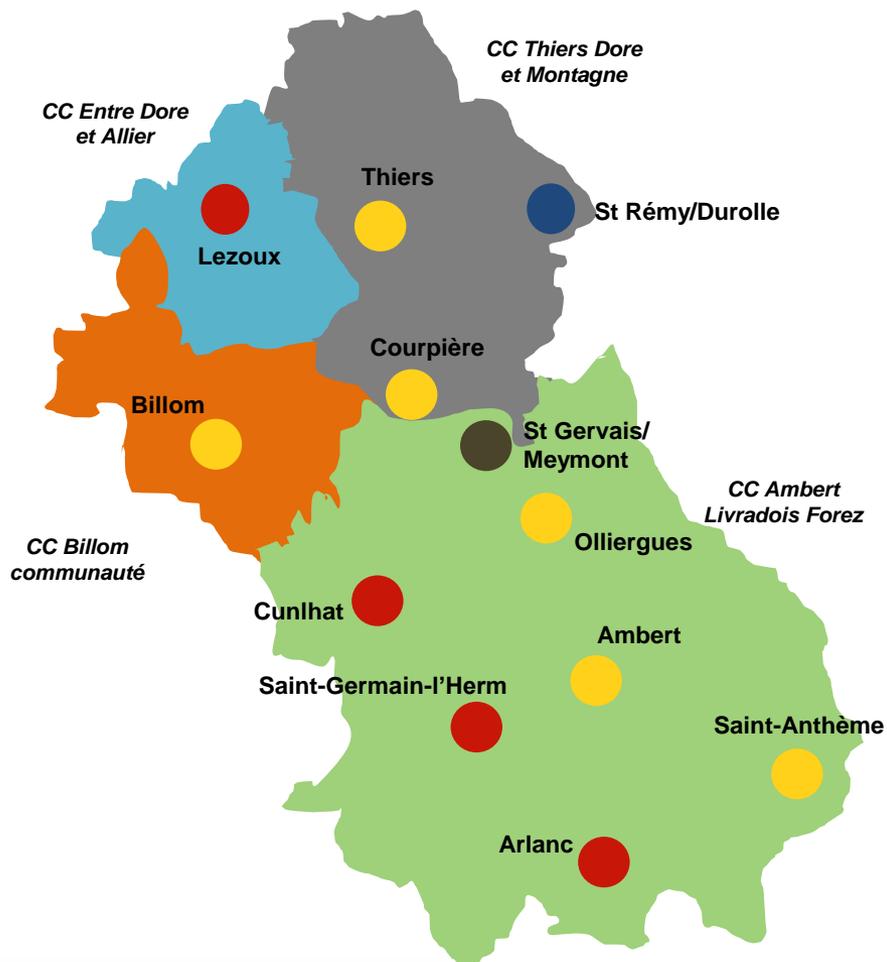
## Répartition spatiale des visiteurs sur la destination Livradois-Forez



Données en million de nuitées ou d'excursions

Chaque zone géographique est plus large que la commune, elle regroupe plusieurs antennes relais à l'échelle d'environ 3 communes.

## Organisation territoriale de l'office de tourisme



### 190 COMMUNES

dont 127 sur les 4 communautés de communes membres  
et 63 avec le label PNR

### 136 505 HABITANTS

dont 112 046 sur les 4 communautés de communes membres  
et 24 459 avec le label PNR

### UN PÉRIMÈTRE STABILISÉ

La Maison du tourisme intervient sur le périmètre  
de 4 communautés :

- Ambert Livradois-Forez
- Billom communauté
- Entre Dore et Allier
- Thiers Dore et Montagne

Quelques actions spécifiques à l'échelle du PNR Livradois-Forez aux profits des :

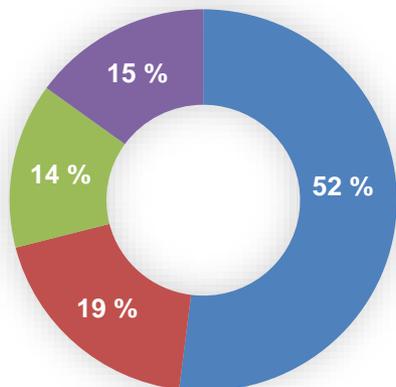
- prestataires conventionnés avec le Parc ;
- réseaux touristiques Livradois-Forez ;
- circuits de randonnée itinérants ;
- sites majeurs

### 7 BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

- Siège de la MDT
- 6 bureaux d'information touristique permanents (BIT)
- 1 point d'information touristique saisonnier (PIT)
- 4 points d'information touristique (PIT) « hors les murs »

## Organisation de l'équipe technique de la Maison du tourisme

Répartition de la masse salariale en fonction des pôles



- Pôle accueil des publics et relations prestataires
- Pôle marketing
- Pôle relations clients, relations commerciales
- Pôle administratif et financier

### 25 POSTES ETP

- 26 salariés (23,3 ETP contre 23,4 en 2022) et 2 agents mis à disposition (1,5 ETP, idem 2023)
- 2 462 h d'arrêt de travail contre 697 h en 2023
- 1 congé maternité et 1 congé parental

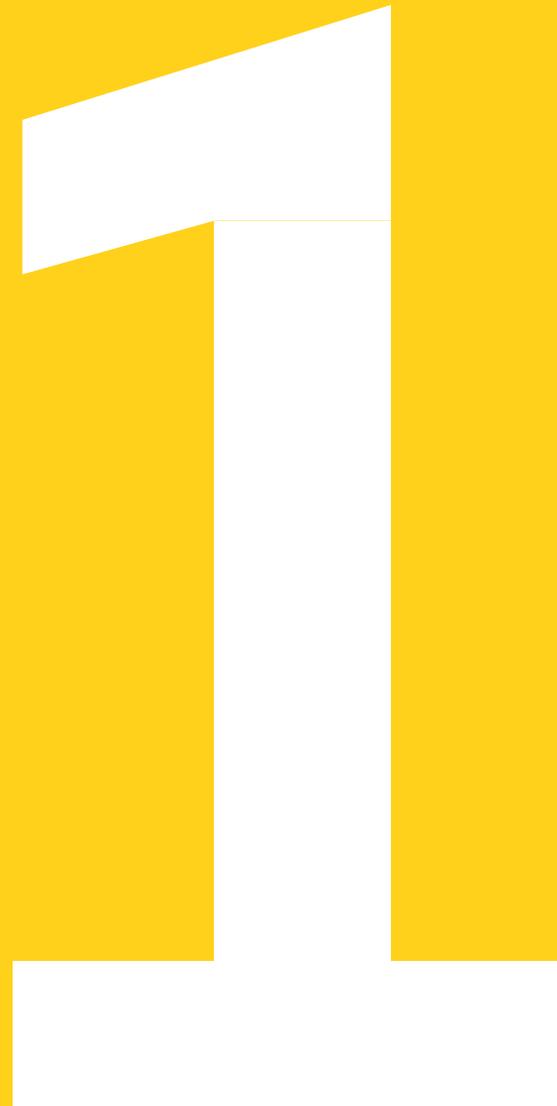
### 11 LIEUX DE TRAVAIL

- 10 bureaux et points d'information touristique
- Siège à St-Gervais-sous-Meymont
- 1 bureau dans l'espace de coworking de Viverols

### MOUVEMENTS DE PERSONNEL

- Recrutement de 8 saisonniers comme en 2023.
- 1 contrat saisonnier (3 mois) technicien randonnée
- 1 contrat CDD (6 mois) « volant » accueil.
- 1 CDD pour remplacement d'un congé parental (l'année précédente la mission avait été externalisée).
- 1 CDD pour remplacement d'un congé maternité.
- 1 CDD reconduit pour remplacement d'arrêts maladie.
- 3 départs, suivi du recrutement de 3 salariés.

# Accueil des publics et relations prestataires



## Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI)



### UNE NOUVELLE STRATÉGIE POUR 4 ANS

- Élaborée en concertation avec les collectivités et les prestataires touristiques.
- Une ambition : **faire du Livradois-Forez une destination d'accueil de tous les publics valorisant les spécificités territoriales.**
- Un programme de plus de 250 000 € financé par le Conseil régional Auvergne Rhône-Alpes, Leader, 4 communautés de communes membres de droit de la MDT.

### 5 DÉFIS

- Faire évoluer l'organisation territoriale du réseau d'information touristique.
- Mieux cocooner les visiteurs en leur proposant un accueil de qualité tout en valorisant les spécificités du territoire.
- Structurer une politique d'accueil à distance (numérique et téléphonique) vers des pratiques plus durables.
- Obtenir la marque Destination d'excellence et le classement en catégorie 1 pour renforcer notre image.

### UN PROGRAMME D' ACTIONS

- 26 actions inscrites jusqu'à fin 2027 : fin de l'aménagement des bureaux, création d'espaces d'information sur les aires d'autoroute, équipements de points et relais d'information touristique, pass découverte numérique, roadbook numérique, etc.



 RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La Maison du tourisme vise l'obtention de la marque **Destination d'excellence** et le **classement de l'OT catégorie 1** pour garantir la qualité des services auprès de 3 publics : les visiteurs ; les prestataires touristiques et les collectivités.

### AUDIT BLANC

- **Réalisation de l'audit blanc par un cabinet externe** (février et avril 2024) : visites et demandes d'information mystères dans les bureaux d'information touristique, via le téléphone, le courrier, le Web ; analyse de l'ensemble de l'action de la MDT au regard de 188 critères.
- **Taux de conformité fin mai 2024 : 72.6 % (85 % attendu)** vs 23 % en 2021.
- Points de progression identifiés par le cabinet : posture d'accueil (guichet, à distance) ; état des bureaux non aménagés).

**PRÉPARATON DE L'AUDIT FINAL  
PRÉVUE EN 2025 POUR OBTENTION DE LA  
MARQUE « DESTINATION D'EXCELLENCE »**

## Aménagement des bureaux d'information touristique



### RÉAMÉNAGEMENT DU BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE DE BILLOM

- Des travaux réalisés par Billom communauté.
- Aménagement du bureau avec le nouveau mobilier.
- Réouverture le 12 février et inauguration le 5 mars.

### PRÉPARATION DE L'AMÉNAGEMENT DU POINT INFORMATION AU MUSÉE DE LEZOUX POUR 2025

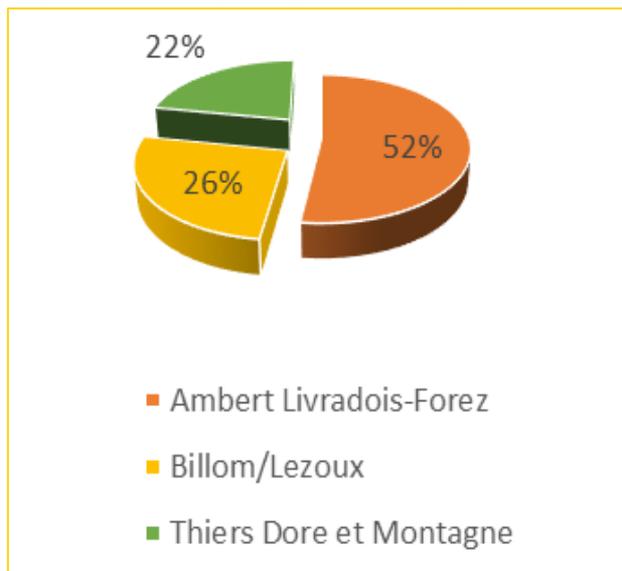
- Étude de l'aménagement d'un espace d'information touristique dans le musée.
- Convention d'occupation avec le musée départemental de la Céramique.



Bureau de Billom, mars 2024

## Packs partenaires et packs publicitaires

Répartition des « packs partenaires » par territoire



### UN PRINCIPE D'ENGAGEMENTS RÉCIPROQUES ENTRE LES PRESTATAIRES ET L'OFFICE DE TOURISME

#### Avantages pour les prestataires

- Augmenter leur visibilité
- Contribuer à un projet collectif
- Bénéficier d'un accompagnement collectif et personnalisé
- Se rencontrer et échanger
- Bénéficier de supports d'accueil et d'information

### 300 PRESTATAIRES PARTENAIRES

- 285 packs prestataires individuels
- 12 packs « événements majeurs »
- 3 packs « réseaux » : Route des Métiers, Sur les Pas de Gaspard, À pas de lynx.

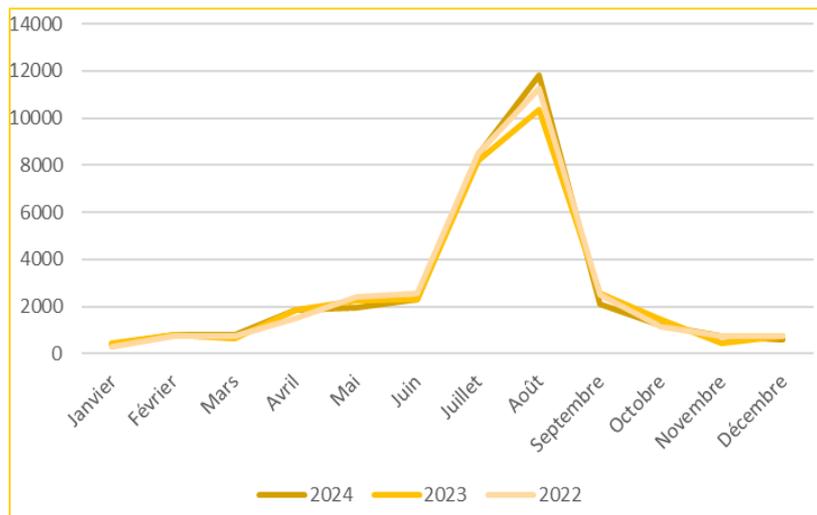
### PACKS PUBLICITAIRES : 27 ANNONCEURS

- **Principe** : permettre à des acteurs touristiques (et non touristiques) de communiquer sur les supports de la Maison du tourisme (en complément de la visibilité proposé dans le cadre des packs partenaires).
- **Supports proposés** : encart ou publipostage dans le magazine et sur le site internet.

### 30 000 € DE CONTRIBUTION DES PRESTATAIRES AU PROJET DE L'OFFICE DE TOURISME

## Accueil dans les bureaux et « hors les murs »

Nombre de visiteurs mensuel dans les BIT



Les BIT de Thiers, Ambert, Saint-Anthème et Billom réalisent 81 % de la fréquentation.

61 % des visiteurs sont accueillis en été (36 % en août).

381 personnes/jour accueillies au mois d'août.

### PRÈS DE 41 000 VISITEURS RENSEIGNÉS DANS LES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE (+ 3 %)

- Plus de 33 000 visiteurs dans les bureaux d'informations.
- Près de 7 700 contacts à distance (surtout par téléphone).

### PRÈS DE 2 850 VISITEURS ACCUEILLIS HORS LES MURS

- Pots d'accueil dans les structures d'hébergements touristiques de + de 100 lits : **1650 participants** (moyenne : 43 participants).
- Accueil hors les murs dans des sites (musée et médiathèque de Lezoux, camping de Pont-Astier, MSAP de Cunlhat) et sur les marchés (Lezoux et Puy Guillaume) : **451 visiteurs**.
- Stand de la MDT lors d'évènements majeurs (Coutellia, marché des potiers, festival de Montpeloux, World festival d'Ambert, la cyclo des copains, Fourmidable pique-nique, Village des sites remarquables du goût) : **615 visiteurs**.
- Stand lors d'évènements locaux (Lezoux : JNCP, salon sénior et forum et journée des savoir-faire à Aulteribe en partenariat avec les Gîtes de France et la Route des métiers) : **130 visiteurs**.

## La base de données APIDAE et la plateforme Partir ici



### BASE DE DONNÉES APIDAE

- La base de données recense toutes les offres touristiques des partenaires de la Maison du tourisme (hébergements, activités, animations, etc.). Elle est gérée par la coopérative APIDAE et mutualisée avec les autres offices de tourisme de la région.
- La MDT sociétaire de la coopérative Apidae (apport en capital) Participation technique à l'évolution de la base de données.
- **Près de 3 000 fiches d'information touristiques mises à jour**

### PARTIR ICI

- Partir-ici.fr est une plateforme régionale communautaire dédiée à un voyage plus responsable et plus authentique qui valorise les offres de proximité justifiant d'un engagement social, environnemental et économique.
- Elle affiche les activités et hébergements disponibles dans les 3 mois.
- Les prestataires présélectionnés par l'office de tourisme doivent répondre à un diagnostic pour prouver leur engagement.



### **1 NOUVEL OUTIL D'OBSERVATION : ORANGE FLUX VISION**

- Un outil d'observation en lien avec l'utilisation des téléphones portables financé par le conseil départemental du Puy de Dôme et mis à la disposition des offices de tourisme du département.
- Analyses : nuitées jour par jour sur la destination, durée moyenne de séjour, origine géographique des visiteurs.

### **1 OUTIL DE COMPTAGE ET QUALIFICATION DES VISITEURS DES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE**

- Un logiciel de comptage commun à tous les bureaux d'information touristique.
- Analyses effectuées sur environ 40 000 visiteurs/an : origine géographique, centre d'intérêt.

### **1 BILAN ESTIVAL**

- Une enquête auprès des prestataires du Livradois-Forez. Environ 90 répondants.

### **1 ENQUÊTE SATISFACTION DES VISITEURS**

- Diffusion d'une enquête de satisfaction aux visiteurs dans tous les BIT et sur le site internet de la MDT. 170 répondants en 2024.

## Diffusion de la documentation touristique



### PLUS DE 82 000 DOCUMENTS DIFFUSÉS

de la MDT (dont le magazine) et des partenaires via

- Les bureaux d'information touristique : environ 55 000 ex.
- 3 bourses aux documents (63, 03 et 42) : 10 000 ex.
- Acteurs touristiques : 11 700 ex.
- Commerces locaux et mairies : 2 950 ex.
- Plateforme d'envois : 400 ex.
- Opérations de promotion : 2 300 ex.
- Diffusion d'un présentoir en carton à poser sur table dans certaines mairies et certains commerces locaux.

### PRÉSENTATION DE LA DOCUMENTATION DANS LES BIT

- Mise en valeur des documents des partenaires de la MDT dans les bureaux d'information touristique.





### UN SERVICE DE BILLETTERIE POUR LES HABITANTS ET TOURISTES

- En comptoir des BIT et accessible en ligne.
- Un appui aux organisateurs d'évènements et prestataires d'activités.

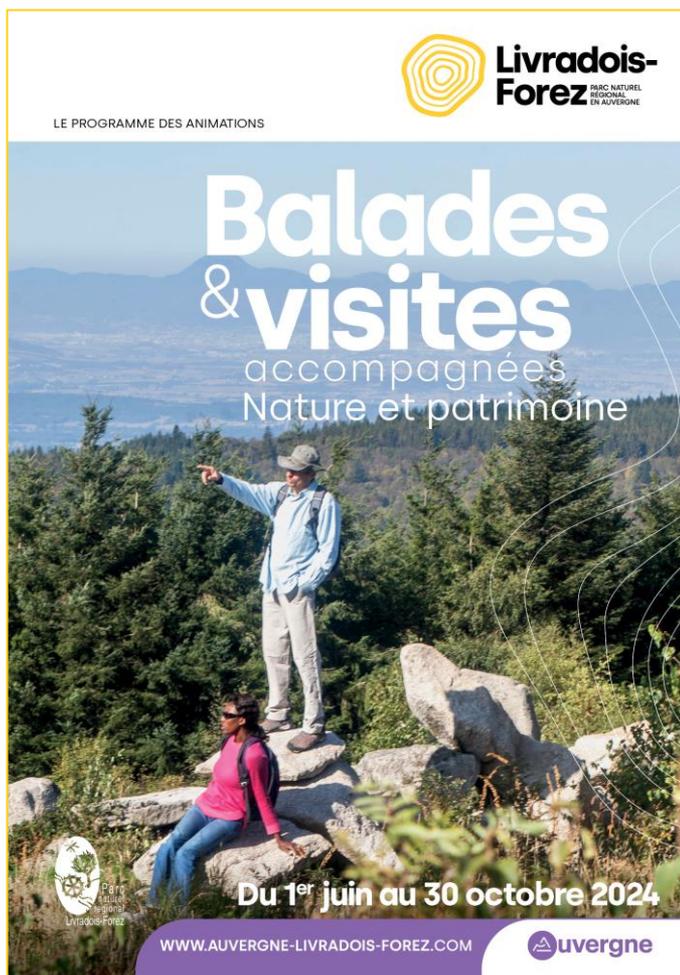
### 398 519 € DE VENTE DE BILLETS (+ 10 %)

- 45 partenaires billetterie.
- 316 412 € de billetterie (+ 12 %) réalisés directement par les opérateurs touristiques grâce aux outils de vente fournis par la MDT.
- 82 107 € de ventes assurées directement par la MDT (+ 3 %).

### 9 745 € DE VENTES DE PRODUITS BOUTIQUE (+ 14 %)

- Des espaces boutiques, vitrine du territoire, en évolution.
- 101 références et 35 fournisseurs.
- Une collaboration avec le réseau de la Route des métiers et les partenaires de la MDT pour mettre en avant les produits locaux.
- Des réductions proposées aux prestataires partenaires et aux collectivités sur les produits boutique.

## Animations : programmation et valorisation



### 523 PARTICIPANTS AUX 40 BALADES NATURE ET PATRIMOINE

- Démarche soutenue par le PNR Livradois-Forez.
- 193 rendez-vous recensés dont 44 programmés par la MDT.
- 13 personnes/sortie MDT.
- 4 000 exemplaires du guide.
- Une programmation spécifique pour les Journées européennes du patrimoine : quartier du Moutiers à Thiers, visite décalée de Lezoux.
- Système de réduction pour les clients des prestataires partenaires.

### DES GUIDES D'ANIMATIONS

- Plus de **900 animations** recensées et valorisées dans la rubrique agenda du site internet (**106 042 vues**).
- **4 guides « Festivités et animations »** petites vacances scolaires (hiver, printemps, toussaint et Noël).
- **2 éditions thématiques** : marchés de Noël et Journées européennes du patrimoine.
- **Des agendas locaux mensuels et hebdomadaires** (en juillet/août) pour le secteur Billom/Lezoux et Ambert Livradois-Forez (impression à la demande).

### CONCEPTION DE SUPPORTS POUR LE PAYS D'ART ET D'HISTOIRE DE BILLOM COMMUNAUTÉ

- Livret de programmation annuelle.
- Livrets pour le jeune public.
- Journées du patrimoine (juin et septembre).

## Formation des prestataires touristiques



### 10 SESSIONS DE FORMATION

- Thèmes : Code de marque, cybersécurité, expérience client, CANVA, tourisme et handicap, etc.
- Une nouveauté : l'organisation de stages pratiques valorisant des expériences.
- **51 participants** (et 102 vues pour 4 replays)

### 2 FORUMS DES ACTEURS TOURISTIQUES

- Un lancement de la saison touristique (nouvelle formule) au château des Martinanches / 12 juin
- Un forum des acteurs touristiques sur le thème de l'accueil / 19 novembre
- **Environ 80 participants.**

### 2 JOURNÉES DE DÉCOUVERTE

- Objectif : mieux connaître la destination Livradois-Forez (sites, structures, prestataires...).
- Visite du secteur d'Olliergues (30 avril)
- Visite secteur de Cunlhat (8 octobre).
- **62 participants.**

### 5 CAPSULES VIDÉOS / PODCASTS

- Objectifs : présenter 1 thème en 3, 5 ou 15 min max.
- Séquences vidéos enregistrées en amont et diffusées sur la chaîne YouTube de la MDT et sur le groupe privé Facebook.

## Communication avec les prestataires touristiques



### L'ESPACE PRO

[www.auvergne-livradois-forez.com/pros](http://www.auvergne-livradois-forez.com/pros)

Cet espace du site internet présente un ensemble d'informations pour les prestataires touristiques. Il est remis à jour régulièrement : replays des formations, taxe de séjour, informations sur la structure, pack partenaire, etc.

### LE FACEBOOK PRO

- **304** membres (275 en 2023) + **10,5 %**
- **+ de 630 publications** en 2024 (dont 190 de la MDT ; beaucoup plus de publications des partenaires).

### 7 LETTRES D'INFORMATION

- Une lettre d'information numérique est diffusée à l'ensemble des prestataires et partenaires touristiques.
- Rythme de diffusion : tous les deux mois.

### NOUVEAUTÉS

- **Schéma d'accueil et de diffusion de l'information (SADI) :**
  - Ouverture du point d'information touristique de Lezoux au musée de la Céramique.
  - Rédaction d'un cadre de partenariat pour les points d'information et relais d'information touristique.
  - Nouveaux stands pour l'accueil hors les murs
  - Nouvelle offre de balades nature sur les sommets du Livradois-Forez.
  - Étude sur un nouvel équipement pédagogique pour les hébergements touristiques.
  - Travail préparatoire au guide d'accueil numérique mutualisé (roadbook).
  - Développement du programme de formation pour les acteurs touristiques (tourisme de demain).
- **Démarche qualité « Destination d'excellence » :**
  - Audit en été
  - Obtention de la marque en fin d'année
- **Mise en place de la nouvelle organisation technique du pôle**

### ACTIONS « COURANTES »

#### Accueil des publics

- Application des nouveaux horaires d'ouverture
- Structuration de l'accueil à distance
- Déploiement de l'accueil hors les murs
- Optimisation du système d'écoute-client
- Densification de l'observation touristique

#### Relations prestataires touristiques

- Packs partenaires (prestataires, réseaux, événements majeurs).
- Développement des outils de communication/information favorisant les échanges entre les prestataires et la MDT.
- Développement des outils de vente en ligne pour les activités.
- Déploiement des produits dans les boutiques.

# Marketing



## Opérations partenariales



### **20 000 € D' ACTIONS DE PROMOTION MUTUALISÉES AVEC LES PARTENAIRES FINANÇÉES À 50 % PAR LA MDT**

#### **AURA TOURISME**

- Plan de promotion mutualisé.

#### **CONSEIL DÉPARTEMENTAL DU TOURISME DU PUY-DE-DÔME**

- 4 campagnes de communication (1/saison).  
Financement à 100 % par le CD 63.

#### **COMITÉ DÉPARTEMENTAL DU TOURISME DE LA HAUTE-LOIRE**

- Accueil de presse

#### **GÎTES DE FRANCE PUY-DE-DÔME**

- 1 campagne de communication mutualisée sur les réseaux sociaux (financement 50/50 : MDT, Gîtes de France).
- 1 campagne de photographie de 10 hébergements Gîte de France (financement 50/50 : MDT, Gîtes de France).
- Organisation d'une journée des savoir-faire au château d'Aulteribe (ouverts aux prestataires et clients Gîtes de France).

## Marque collective « Livradois-Forez »

DANS LE LIVRADOIS-FOREZ,  
C'EST LIBRE À VOUS,  
MAIS SURTOUT,  
OBLIGÉS DE RIEN.

PARCE QUE LA LIBERTÉ  
DE FAIRE LE PLEIN D'EXPÉRIENCES  
N'A D'ÉGAL QUE LA  
TRANQUILLITÉ

DE POUVOIR  
NE RIEN FAIRE DU TOUT,

NOUS PENSONS QUE  
LE BONHEUR SE TROUVE  
QUELQUE PART PAR LÀ :

LIBERTÉ, TRANQUILLITÉ,  
LIVRADOIS-FOREZ.

ET C'EST TRÈS BIEN COMME ÇA.

### 148 PARTENAIRES TOURISTIQUES UTILISATEURS DE LA MARQUE

- 136 prestataires touristiques + 12 organisateurs d'évènements avec le « pack évènements ».

### UNE BOÎTE À OUTILS MISE À JOUR

- Mise à disposition d'outils aux bénéficiaires de la marque pour contribuer à leur promotion (visuels, vidéos, cartes) et prêt de matériel.

### DÉPLOIEMENT DE LA MARQUE

- **Co-gestion de la marque** avec le PNR (propriétaire de la marque) : comité de concertation.
- **Co-organisateur d'un apéro-ambassadeurs** avec le PNR en mai (découverte des coulisses de Coutellia)
- **Quatre ateliers de formation** dont deux « la fabrique des ambassadeurs » : 9 inscriptions, 7 présents et deux ateliers « Canva » : 20 inscriptions, 15 présents.

## Pack « évènements majeurs »

Publicité de la destination sur les supports promotionnels des « grands évènements »



## SOUTIEN À 12 ÉVÈNEMENTS

- **Évènements majeurs** : Coutellia ; Les Copains-Cyfac ; Pamparina ; World Festival Ambert ; Les Fourmofolies ; Festival de La Chaise-Dieu.
- **Et aussi** : Marché des Potiers ; Festival du volcan du Montpeloux ; Concerts de Vodable ; Les Rencontres Arioso ; Foire à l'ail de Billom ; Le village des producteurs des Sites remarquables du goût.

## DES ENGAGEMENTS FORMALISÉS DANS DES CONVENTIONS DE PARTENARIAT

- La MDT contribue à la promotion de l'évènement.
- L'évènement valorise la destination et sa marque.

## EXEMPLES DE SERVICES RENDUS PAR LA MDT

- 24 posts sur Facebook dédiés aux évènements : 245 792 personnes atteintes (contre 33 237 en 2023).
- Échange de publicités (1 page de promotion/évènement dans le magazine ; 1 page de promotion du Livradois-Forez dans les supports d'information des évènements).
- Présence de la MDT lors de certains évènements (stand dédié ou ouverture spécifique d'un bureau d'information touristique).
- Service de billetterie.
- Mise à disposition d'un kit de communication.
- Insertion d'un agenda ou d'une liste d'hébergements sur le site de l'organisateur d'évènement.

## Un plan de communication annuel et des déclinaisons mensuelles



### 12 CAMPAGNES MENSUELLES

- **Objectif** : communiquer tous les mois auprès de clientèles spécifiques autour de thématiques emblématiques de la destination.
- Une déclinaison tous les mois de chaque campagne :
  - **Site internet** : création et adaptation de pages de contenu (et quelquefois d'articles de blog).
  - **Réseaux sociaux** : posts, stories, partages, posts boostés, campagnes publicitaires.
  - **Lettres d'information** thématiques « grand public » diffusées par e-mail au fichier client/prospect.

### PROGRAMMATION 2024

Janvier	Neige, glisse et moment de partage
Février	L'hiver en famille et en couple
Mars	Randonnée et loisirs nature
Avril	Visites « art de vivre » et « ponts de mai »
Mai	Écoresponsable
Juin	Escapades en Livradois-Forez
Juillet	Les festivités du Livradois-Forez
Août	Exploration et « city Break »
Septembre	Exploration, courts-séjours « city Break »
Octobre	Savoir-faire & culture
Novembre	Automne cocooning
Décembre	Magie de Noël

## Production de photographies et vidéos



COMMUNIQUÉ DE PRESSE – ÉTÉ 2024



Film  
**L'Ail Rose de Billom...**  
*De la terre à la tresse*

L'Ail Rose de Billom, production emblématique de Limagne dont le savoir-faire est inscrit au Patrimoine Culturel Immatériel de la France, Site Remarquable du Goût, se devait d'assurer, en image, sa postérité.

C'est ainsi que trois acteurs de la filière ont décidé d'unir leurs compétences pour mettre en scène l'histoire d'une saison de l'Ail Rose de Billom, depuis le caillou juré au bulbe. En toute modestie, le film, d'une durée de 25 minutes, s'intitule : **L'Ail Rose de Billom... De la terre à la tresse**. Mises en valeur par d'excellentes images, les interventions des acteurs de la filière se succèdent à un rythme qui tient le spectateur en éveil pour qu'il en découvre les coulisses.

Promouvoir notre Ail Rose de Billom, mettre en valeur les acteurs de la filière, transmettre un savoir-faire, mais aussi donner l'envie de venir sur place pour « voir comment ça se fait » était l'enjeu de ce reportage, qui témoigne de la force du groupe constitué entre la Fédération de l'Ail d'Auvergne, l'association Les Champs d'Ail de Billom, et la Confrérie des Grands Goussiers d'Auvergne.

Jean Jallat, Grand Goussier  
Raphaël Licandro, Réalisateur



*À découvrir ici*



Projection en avant-première  
mardi 14 mai 2024 à 18 h  
RDV salle du Moulin de l'étang  
160 avenue de la République  
63160 BILLOM

Envie de partir à la découverte de l'Ail Rose ?

### FILM « L'AIL ROSE DE BILLOM, DE LA TERRE À LA TRESSE »

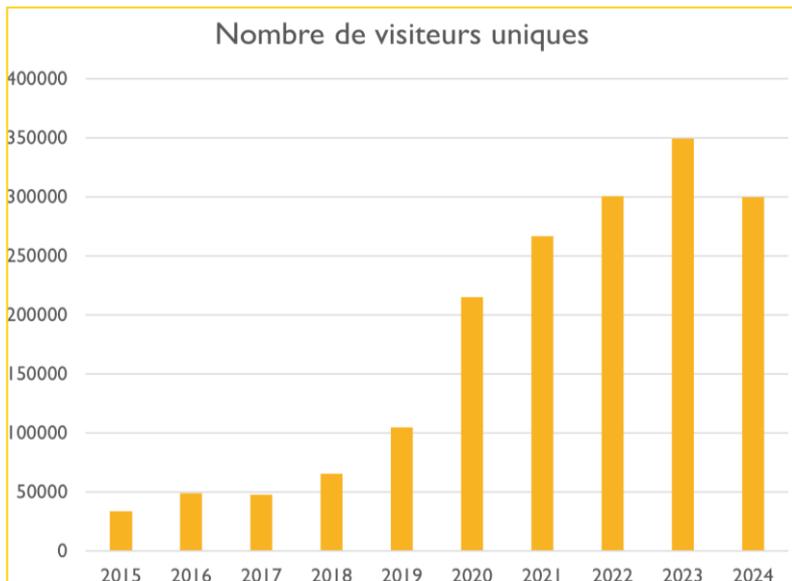
- Objectif : valoriser l'ail rose de Billom, production emblématique de Limagne dont le savoir-faire est inscrit au Patrimoine Culturel Immatériel de la France.
- Co-producteurs de la vidéo : Site Remarquable du Goût, Champ d'ail de Billom, Fédération régionale de l'ail, Maison du tourisme du Livradois-Forez.
- Réalisation : agence « Tournez SVP » / Raphaël Licandro
- Durée : 25 min (version longue) ; 3 min (version courte)
- À revoir ici : <https://www.youtube.com/watch?v=q6rAUJzN58>

### PREMIÈRES VIDÉOS PRODUITES PAR LA MAISON DU TOURISME

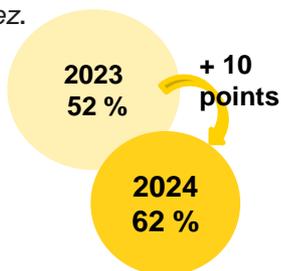
- Une vidéo de promotion des activités d'automne

### PORTRAITS D'ACTEURS TOURISTIQUES

## Site internet auvergne-livradois-forez



Le **taux d'engagement** permet de mesurer et d'analyser l'engagement utilisateur sur le site internet de la Maison du tourisme du Livradois-Forez.



### REFONTE DU SITE INTERNET

- Mise en ligne en juin 2024.
- Une nouvelle arborescence en 3 parties, de nouvelles rubriques, une meilleure mise en avant des univers de communication en adéquation avec la stratégie visiteurs.
- De nouveaux contenus.
- Une nouvelle optimisation (environnemental, référencement, etc.)

### UNE BAISSÉ DE FRÉQUENTATION LIÉE À LA REFONTE ET À LA BAISSÉ DES MOYENS DE PROMOTION EN 2024

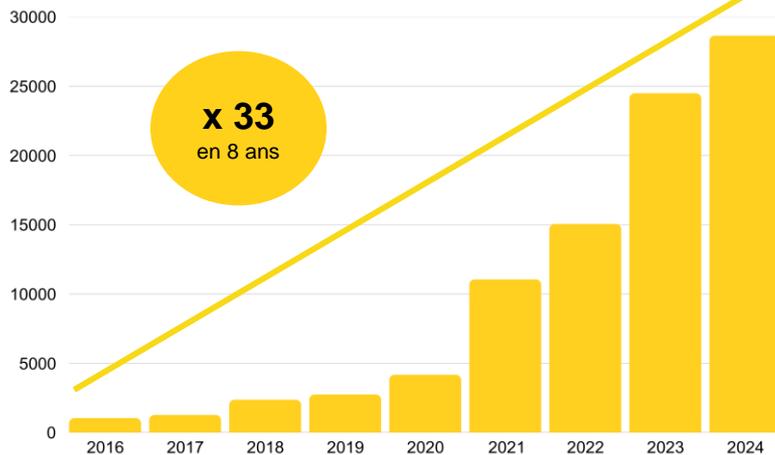
- **300 026 visiteurs uniques** en 2024, un chiffre en retrait par rapport à l'année précédente, en raison des ajustements liés à la refonte du site.

### UNE STRATÉGIE DE VISIBILITÉ

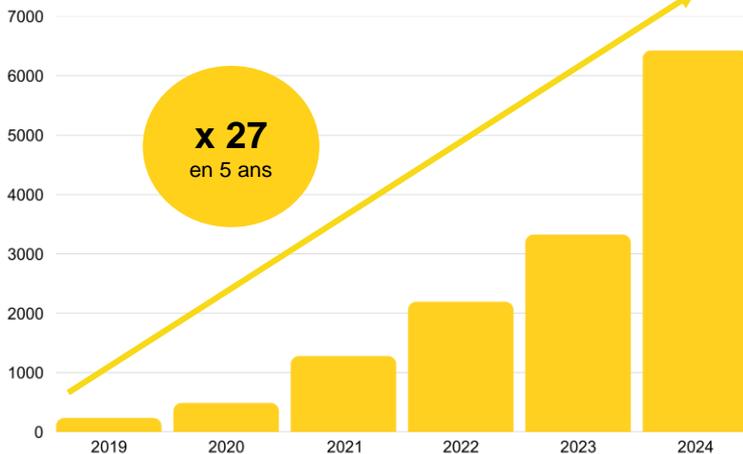
- Près de **7 328 « mots-clés »** sont suivis et optimisés
  - 5 % des mots en top 3
  - 14 % des mots dans le top 10
  - 21 % des mots-clés en top 20

## Réseaux sociaux & campagnes publicitaires

Facebook, évolution du nombre d'abonnés



Instagram, évolution du nombre d'abonnés



### PRÈS DE 36 000 ABONNÉS AUX RÉSEAUX SOCIAUX (+ 26 %)

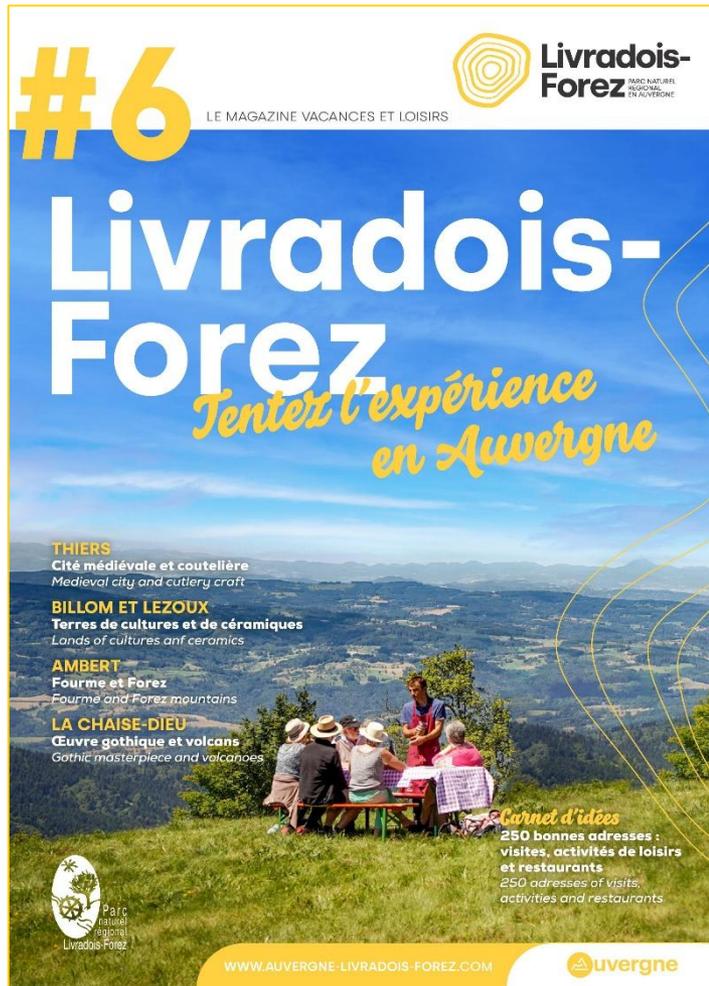
- Activité multipliée par 33 en 8 ans.
- Hausse moyenne de 55 %/an depuis 2016.

### PRÈS DE 500 PUBLICATIONS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- **Facebook** : 147 publications dans l'année (hors publicités).
- **Instagram** : 78 publications dans l'année.
- 246 stories sur Facebook & Instagram dans l'année.

### 79 PUBLICITÉS META

- **Plus de 10 millions de personnes** ont vu au moins une de ces campagnes.
- Diminution de **35 %** du budget communication sur les réseaux sociaux entre 2022 et 2023.

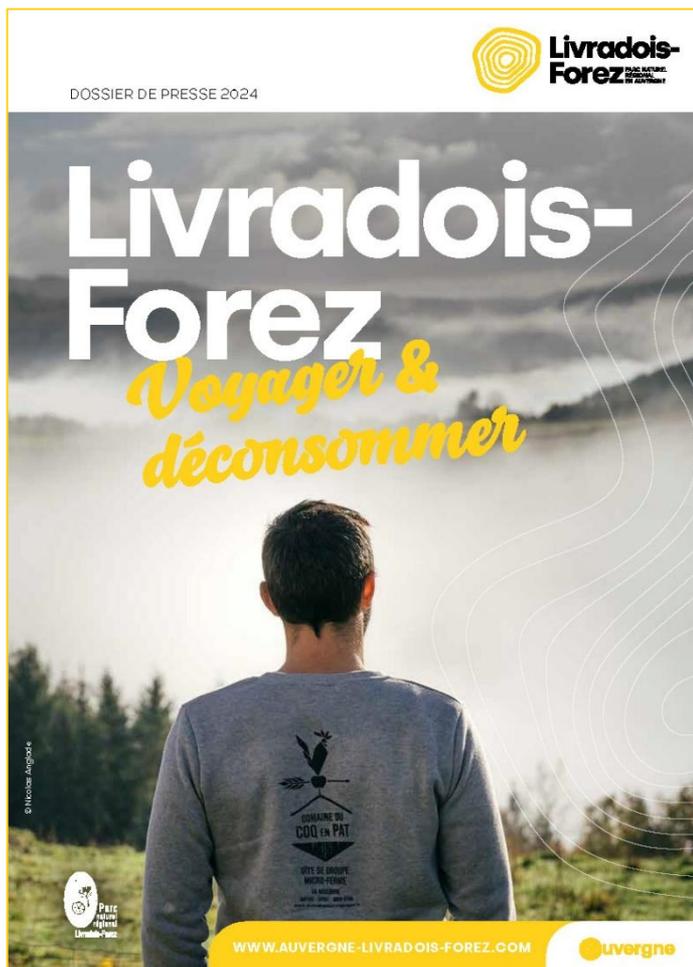


### 30 000 MAGAZINES DE DESTINATION

- Contenu
  - Une partie « **magazine** ».
  - Une partie « **carnet d'idées** » : présentation des partenaires de la MDT (prestataires d'activités, restaurateurs).
  - Reportage principal : la gastronomie.
  - Langue : français & anglais.

### PARTICIPATION À 3 SALONS

- **Salon du randonneur** (Lyon)
  - 356 personnes renseignées.
  - Partenaire : Auvergne destination.
- **Journées du tourisme 43** (Saint-Paulien)
  - 280 personnes renseignées.
  - Partenaire : MDDT 43.
- **Salon Origine Auvergne** (Clermont-Fd) :
  - 435 personnes renseignées.
  - Partenaire : Conseil départemental du Puy-de-Dôme.



### STRATÉGIE PRESSE

- **Cibles** : 10 médias-cibles prioritaires.
- **Dossier de presse** « Voyager et déconsommer ».
- Prestation de service auprès de l'agence Qui plus est.

### 3 GRANDS REPORTAGES

- **Esprit d'Ici** (sept-oct 2024). La maison d'ici : « La paresse en douce » (4 pages) CVP\* : 30 400 €.
- **Esprit d'Ici** (nov-déc 2024). La table d'ici : « Le relais du Vermont » (2 pages) CVP\* : 15 200 €.
- **Prima (juin 2024)** (citation Thiers) L'Auvergne entre monts et merveilles (5 pages) CVP\* : 40 300 €.

### PRESSE RÉGIONALE

- **Le Semeur hebdo** (mai 2024) : Ail rose de Billom, un film qui ne manque pas de saveurs.
- **Octopus** (été 2024) : les idées sorties en Livradois-Forez.
- **Double expresso le magazine des Gîtes de France du Puy-de-Dôme** (été 2024) : 10 expériences à vivre en Livradois-Forez !

### WEBZINES NATIONAUX & RADIOS

- **3 Webzines** (dont TF1 hebdo, Détours en France).
- **France Bleu Pays d'Auvergne** : 18 interviews.
- **Radio Arverne** : 24 interviews



### 9 REPORTAGES TV NATIONALES : 18,4 MILLIONS D'AUDIENCE CUMULÉE

- **TF1, JT de 20 h** « Ce coin de France inconnu qui pourrait attirer les vacanciers ». Diffusion : 11/02/2024, 4 min. Audience : 5,4 millions.
- **TF1, Bonjour ! Bruce Toussaint.** « Thiers, fine lame de la coutellerie ». Diffusion : 09/04/2024, 3 min. Audience : 266 000.
- **TF1, JT de 13 h** « À la poursuite des améthystes ». Diffusion : 19/11/2024, 4 min. Audience : 5,1 millions.
- **TF1 Grands reportages** « Le retour aux sources de Léo Fafournoux ». Diffusion : 23/11/2024, 4 min. Audience : 4,9 millions.
- **France 2, JT de 13 h** « Moulin à papier Richard-de-Bas, les gardiens de la tradition ». Diffusion : 13/12/2024, 6 min. Audience : 2,6 millions
- **France 5, Échappées Belles** « L'Auvergne, l'hiver autrement ». Diffusion : 26/02/2024, 1 h 31. Audience : 1,1 million.
- **ARTE, Invitation au voyage** « À la découverte des bassins couteliers » (Thiers). Diffusion : 07/06/2024, 6 min. Audience : 1,5 million.
- **France 3, Nos terres gourmandes** « À fond la fourme ! ». Diffusion : 23/11/2024, 26 min. Audience : 176 000.
- **France 3, En vadrouille.** « Sur les traces de Lafayette ! ». Diffusion : 24/11/2024, 26 min. Audience : 98 972.

GRAND JEU-CONCOURS 2024

# Gagnez votre séjour

## Bullez au bord du lac

1 semaine pour 4 personnes  
au Bel-Air Village « Les Demeures du Lac »

Jouez dès maintenant

**Livradois-Forez**  
PARC NATUREL  
RÉGIONAL  
EN AUVERGNE

Association Loi 1901 - Hébergement Accueil France - 190615100031 - Garantie financière - SICOUPAMA ASSURANCE-CREDIT - Responsabilité civile professionnelle - 1994 0020

### 4 LETTRES D'INFORMATION NUMÉRIQUES PAR AN

- Création et diffusion de 4 lettres d'information numériques à l'ensemble de la base de données clients et prospects de la MDT.

### UN JEU CONCOURS

- Diffusion : formulaire Internet, QR code dans le magazine.
- Lot : 2 séjours en Livradois-Forez.
- **16 000 participants.**

### BASE DE DONNÉES CLIENTS : 41 767 CONTACTS (+ 19 %)

- Évolution de la base de données via les contacts suivants : jeu-concours, salons, site internet, abonnement à la newsletter, etc.

## Plan de promotion mutualisé 1/2 : principes

**Libre à vous... de visiter malin**

*Demandez le pass*

**PASS Visites & découvertes 2024**

- Musée de la Coutellerie (Thiers)
- Musée de la Céramique (Lavaur)
- Château d'Aulteribe (Lempdes)
- Moulin Richard de Bas (Ambert)
- Maison de la Fourme d'Ambert (Ambert)
- Moulin de Prabouré (Saint-Aubert)
- Abbaye de La Chaise-Dieu (La Chaise-Dieu)

**7 visites à prix malin !**

Pour une entrée adulte payante à plein tarif, les autres sites à tarifs préférentiels

**Livradois-Forez** PARC NATUREL RÉGIONAL EN AUVERGNE

**auvergne**

[www.auvergne-livradois-forez.com](http://www.auvergne-livradois-forez.com)

### OBJECTIF

- Mutualiser les moyens de communication entre les différents partenaires pour améliorer collectivement les performances de leur plan de communication respectif.

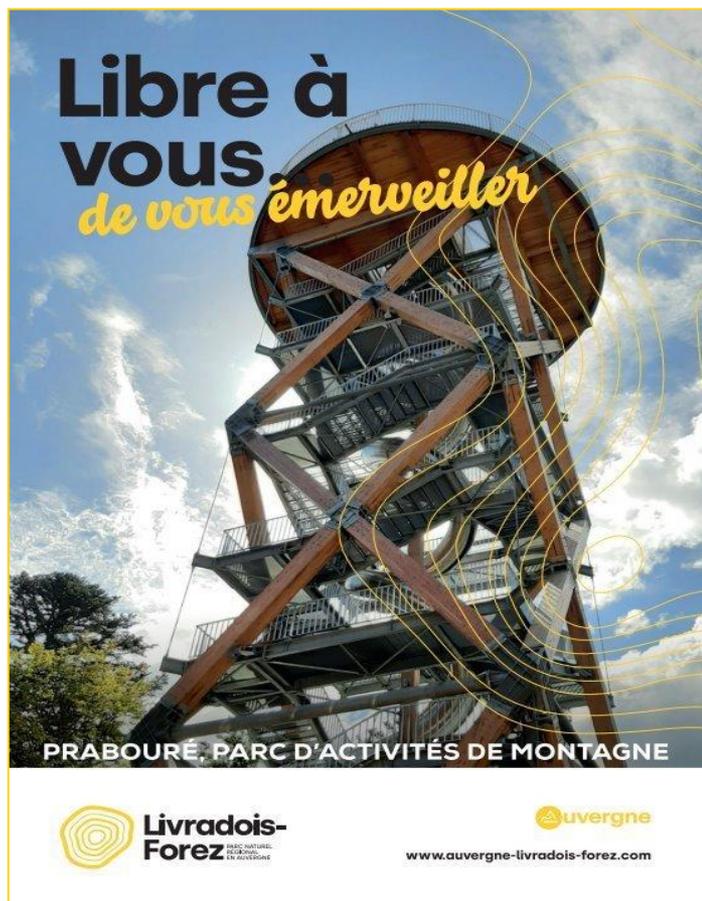
### CONDITIONS

- Répondre à au moins un des 3 critères suivants : événement majeur souscripteur du pack événement majeur ; sites incontournables ; réseau touristique (Route des métiers, À pas de lynx, Sur les Pas de Gaspard, etc.)

### 14 PARTENAIRES

- Moulin Richard-de-Bas / Abbaye de La Chaise-Dieu / Trains de la découverte AGRIVAP / Château d'Aulteribe / Musée de la Céramique / Maison de la Fourme / Syndicat Interprofessionnel de la Fourme d'Ambert / Concerts de Vollore / Nuits classiques de Thiers - Festival Les rencontres Arioso / Site remarquable du goût : l'ail rose de Billom / Les Copains-Cyfac / Maison de l'Améthyste / Route des Métiers / Station nature de Prabouré

## Plan de promotion mutualisé 2/2 : bilan



- **30 000 € HT mutualisés** dont 12 526 € HT de contribution des partenaires et 10 000 € de subvention.
- **Impact \*2,4.** 1 € investi par le partenaire = 2,4 € de promotion pour sa structure.
- **1,2 millions de vues des 2 campagnes d'affichage** d'une semaine à Lyon et Clermont-Ferrand.
- **860 000 personnes atteintes** via les campagnes et posts sur les réseaux sociaux.
- **50 000 lecteurs** à la suite d'une publicité mutualisée dans Auvernha.
- **15 000 clics** sur les pages des partenaires du site internet de la MDT.
- **Environ 1 000 utilisateurs du pass.**



### NOUVEAUTÉS

- **Plan de promotion mutualisé** avec les hébergements écoresponsables volontaires (création et promotion de séjours « expérientiels » et « bas carbone »).
- **Prestation de réalisation de vidéos** pour les partenaires engagés dans les plans de promotion mutualisés.
- **Numérisation du Pass découverte** entre les sites majeurs.
- **Équipement d'oriflammes** (aux couleurs du Livradois-Forez) des sites touristiques et événements majeurs volontaires.
- **Nouvelle version du magazine de destination** et de la **carte tourisme et patrimoine**.
- **Accueil en prévision d'une équipe d'influenceurs** « micro-aventure » (Loomi).

### ACTIONS « COURANTES »

- **Plan éditorial annuel et mensuel**.
- **Campagnes de promotion mutualisées** avec Auvergne Rhône-Alpes tourisme et les Gîtes de France 63.
- **Campagnes de promotion Livradois-Forez** sur les réseaux sociaux.
- **Déploiement de la marque Livradois-Forez** auprès des acteurs touristiques.
- Participation à des **salons** : salon du Randonneur, Origine Auvergne, Salon des Voyages.
- Actions **relations-presse & médias** : partenariat avec une agence de presse, accueil de journalistes.
- Organisation d'un **jeu-concours**

# **Relations clients** et relations commerciales

## Clientèle groupes



**180 064 € DE CHIFFRE D'AFFAIRES (+ 82 %)**

**114 GROUPES ACCUEILLIS**

**30 REVENDEURS D'EXCURSIONS ET SÉJOURS GROUPE**

**5 OPÉRATIONS DE PROMOTION DES VENTES**

- Salon Voyages Fraizy à Pithiviers.
- Salon des voyages à Aurillac avec une participation commune aux côtés de Clermont Auvergne Volcans et My Haute Loire Attractivité.
- Stand à Lezoux (Semaine bleue, en partenariat avec Rajat)
- Présentation du territoire par visioconférence auprès d'autocaristes.
- Démarchage mail et téléphonique sur fichier qualifié



## Clientèles individuelles : design d'offres



à partir de  
**282 €**

**Améliorez votre bien-être intérieur grâce à une immersion nature - Niveau confirmé**

Séjour 2 jours/1 nuit du samedi 9h au Dimanche 16h. A partir de 282€/pers. Pension complète. Profitez d'une pause relaxante au cœur de la nature pour se ressourcer le corps...

[Lire la suite](#)

## CRÉATION OU MISE À JOUR DE 10 COURTS SÉJOURS

à partir de  
**546 €**

**Le Livradois-Forez en vélo à assistance électrique, de Thiers à Ambert**

Séjour de 5 jours/4 nuits A partir de 546€/pers. Pension complète. Sillonnez en vélo à assistance électrique le Livradois-Forez aux magnifiques paysages à perte de vue.

[Lire la suite](#)



à partir de  
**145 €**

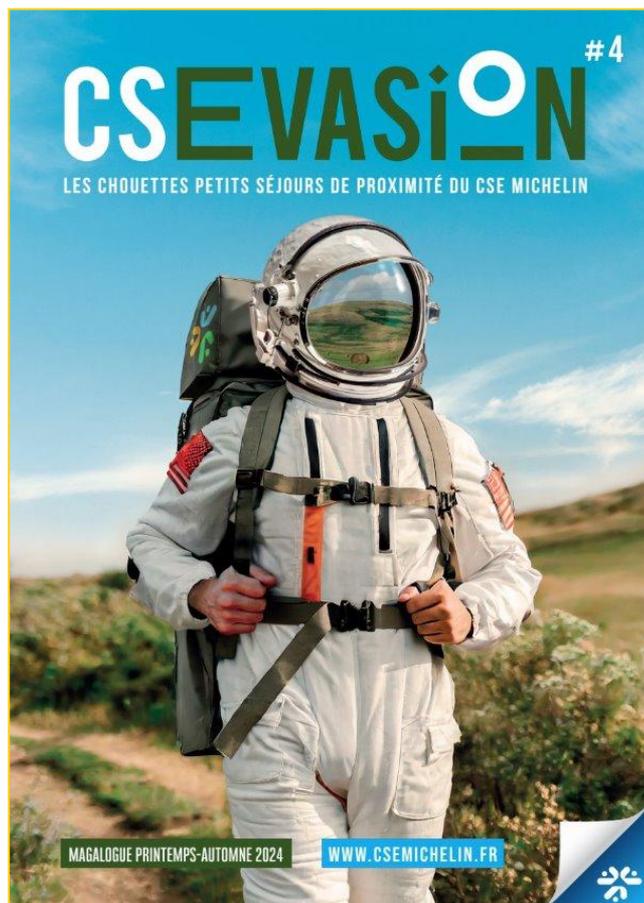
**Familiarisez-vous avec les animaux de la ferme**

Séjour 2 jours/1 nuit. A partir de 145€/pers. Pension complète. Partez à la rencontre des vaches laitières de race Prim'holstein, et d'autres animaux notamment Ebony....

[Lire la suite](#)



## Comités d'entreprise



Magalogue réalisé par le CSE Michelin 2024

### **PARTENARIAT AVEC LE CSE MICHELIN**

**76 738 € DE CHIFFRE D'AFFAIRES (+ 5 %)**

- Projet du CSE Michelin : proposer à ses salariés une gamme de courts séjours expérientiels de proximité.
- Création de 15 séjours dans des hébergements durables 2 jours / 1 nuit (sauf exception).
- Journée de présentation des séjours aux adhérents du CSE.



Évolution du CA de vente de séjours pour le CSE Michelin

### **PROMOTION DES VENTES**

- Workshop « CSE Auvergne Rhône Alpes à Clermont-Ferrand (13 CSE rencontrés)
- Salon des CSE à Lyon (2 jours)
- Brochure « Offre de courts séjours dans le Massif central » avec Therme Auvergne et les PNR Auvergne Rhône Alpes

## Vente en ligne : accompagnement des prestataires touristiques 1/2



### 111 PRESTATAIRES UTILISENT LE SYSTÈME DE RÉSERVATION EN LIGNE PROPOSÉ PAR LA MDT

- Aide à l'installation d'un système de réservation en ligne (Open Pro) sur les sites internet des prestataires partenaires et service d'assistance (environ 189 interventions).

### 5 DIAGNOSTICS « VENTE EN LIGNE »

- Analyse de la stratégie et des outils de vente de 5 prestataires.
- Réalisation de 5 missions photos.

### LE CLUB DES UTILISATEURS

- Principe : favoriser l'échange d'expériences entre prestataires pour améliorer leurs ventes en ligne.
- Thèmes : la fiscalité, la tarification Open Pro, la place du livret d'accueil dans la relation client.
- 5 réunions - 66 participants.

### 2 PARTENARIATS AVEC DES PLATEFORMES

- **Gîtes de France** : Création de liens entre les systèmes de réservation de la Maison du tourisme et de la centrale des Gîtes de France.
- **Cybevasion** : Visibilité sur cette plateforme pour 10 hébergeurs en LF. 2320 vues.

## Vente en ligne : les chiffres d'affaires via Open Pro 2/2



- **44 transactions**
- Panier moyen : 293 €



- **709 transactions** (vs 1063 en 2023)
- Panier moyen : 278 € (vs 196 € en 2023)
- **6 prestataires réalisent plus de 10 000 €** de chiffre d'affaires via le logiciel fourni par la MDT



- **Le meilleur résultat de chiffre d'affaires pour une chambre d'hôte : 26 396,50 €**

### NOUVEAUTÉS

- **Création de 10 nouveaux produits** : séjours immersifs et écoresponsables avec des hébergements écologiques.
- **Mise en ligne de 30 séjours** proposés par les prestataires touristiques locaux.
- Sortie du **nouveau catalogue groupes 2025-2026**
- **Développement de partenariats avec des plateformes** de revente en ligne notamment celles préconisées par la Fédération des parcs naturels régionaux à destination des individuels.
- Nouveau partenariat avec le **CSE de la banque CIC**.

### ACTIONS « COURANTES »

- Démarchage des revendeurs groupes (autocaristes, agences de voyage...).
- Organisation d'éductours en Livradois-Forez pour des autocaristes et participation à des salons professionnels.
- Poursuite du démarchage des comités d'entreprise.
- Accueil des groupes.
- Accompagnement « vente en ligne » des partenaires touristiques dans la mise en marché des offres
- Partenariats avec des plateformes : Gîtes de France 63, Cybevasion.
- Renouvellement des partenariats de réciprocité commerciale avec les offices de tourisme de proximité pour créer des séjours.

# **Développement de l'offre touristique**

## Schéma de développement touristique du Livradois-Forez



### OBJECTIFS DU SCHÉMA

- Élaborer pour les 5 prochaines années, les priorités de la destination en termes d'amélioration de l'offre touristique en associant l'ensemble des parties prenantes (les privés, les collectivités locales).

### RÔLE DE LA MAISON DU TOURISME

- Accompagnement technique du syndicat mixte du PNR, animateur de la démarche et du cabinet d'étude MDP Consulting.
- Animation d'ateliers de travail avec les prestataires touristiques et les élus locaux.

### RÉALISATION 2024

- Contribution au diagnostic de l'offre touristique de la destination.
- Contribution à l'élaboration des orientations et du plan d'action (finalisation en 2025).

## Destination Grand'R



### QU'EST CE QUE DESTINATION GRAND'R ?

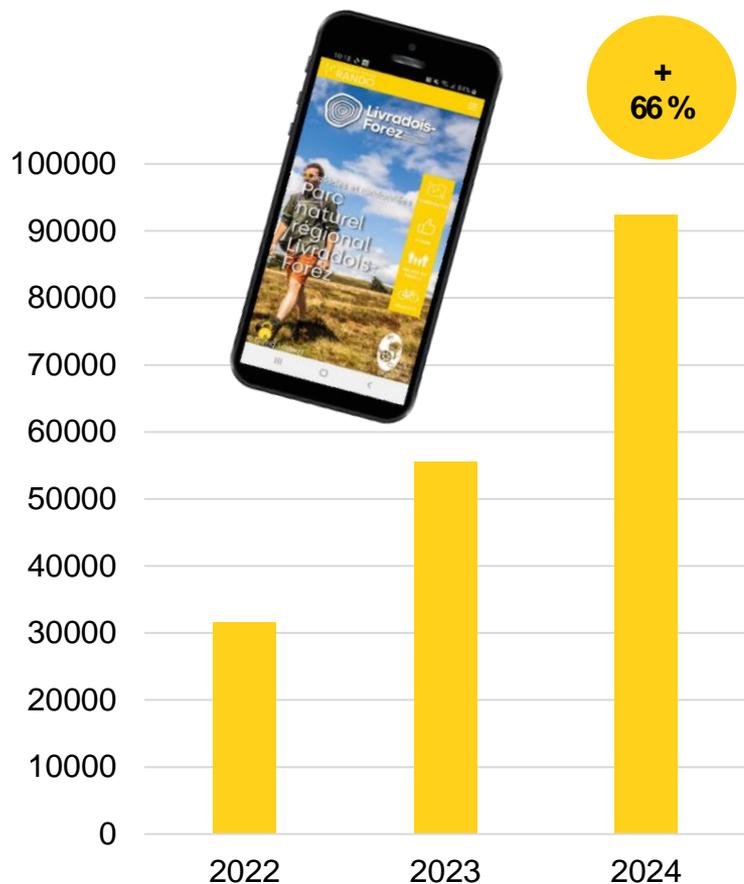
- 156 circuits VTT (3 900 km) sur 3 départements dont quelques incontournables.
- Des circuits en itinérance dont la Grande traversée du Livradois-Forez qui vient d'être labellisée par la Fédération Française de Cyclisme, le tour du Pays Roannais.
- Un projet initié par 2 espaces VTT et regroupant aujourd'hui : 4 espaces VTT, 4 offices de tourisme, 7 communautés de communes, 3 départements, une région.

### RÉALISATION 2024

- Validation d'un projet d'aménagement, d'entretien et de promotion (environ 600 000 € en 3 ans).
- Recherche d'un animateur du projet (appel offre et financement).
- Création d'un premier site internet (V2 en 2025).
- Sortie d'une carte touristique.
- **Vélo Vert** (accueil été 2024, à paraître en avril 2025) Reportage Outdoor et culture « Destination Grand'R, plus grand espace VTT de France ».

### LABELLISATION DE LA GRANDE TRAVERSÉE VTT DU LIVRADOIS-FOREZ PAR LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE CYCLISME

## Développement de la randonnée



Nombre de visiteurs uniques sur l'application Livradois Forez Randonnée

### MAINTENANCE ET COORDINATION DU BALISAGE AVEC L'ASSOCIATION RELF (RANDONNÉE EN LIVRADOIS-FOREZ)

- Balisage et suivi de plus de **2 500 km** de sentiers :
  - **200 PR** dont **98 inscrits au PDIPR**
  - **120 km de Tour de Pays** et circuit WE.
  - **230 km de Tour VTT** en Livradois-Forez.
  - **27 sentiers de découverte**
- Formations balisage + distribution d'un « **Livret du baliseur** » à **70 exemplaires** visant à améliorer la qualité du balisage.
- Réalisation et pose de nombreux panneaux, débroussaillage et tronçonnage.

### DÉVELOPPEMENT DU SITE INTERNET LIVRADOIS-FOREZ RANDONNÉE

- **Plus de 92 000 visiteurs uniques (+ 66 %)**
- 379 fiches/circuits de randonnée pédestre / VTT / vélo

### ANIMATION TERRITORIALE

- Animation d'un comité technique "randonnées".
- Mise en place d'une fiche évaluation et création de PR.
- Soutien technique et financier (3000 €) à RELF.

# Édition de topoguides de randonnée

## SOUTIEN À LA CRÉATION DE TOPOGUIDES DE RANDONNÉE PÉDESTRE

- Édition des topoguides locaux
  - « Balades et randonnées Billom, des monts au Val d'Allier », « Balades et randonnées en pays de Courpière ».



Imprimé à 1 000 exemplaires  
24 randonnées - Prix : 6 €

Imprimé à 500 exemplaires  
18 randonnées - Prix : 6 €

# — Indicateurs

## Indicateurs d'activité de la Maison du tourisme

	NATURE DES INDICATEURS	2015	2019	2022	2023	2024	ÉVOLUTION 2024/2023
<b>MARKETING</b>	Visiteurs uniques sur le site vacances	33 884	104 818	300 618	349 398	<b>301 928</b>	- 14 %
	Visiteurs uniques sur le site randonnée	-		31 529	55 623	<b>92 456</b>	+ 66 %
	Abonnés sur les réseaux sociaux	-	2 996	17 260	27 823	<b>35 084</b>	+ 27 %
	Clients/prospects dans la base de données	NC	14 859	22 972	34 399	<b>41 768</b>	+ 19 %
<b>VENTES COMMERCIALES</b>	Prestataires vente en ligne (via Open)	NC	163	113	120	<b>111</b>	-7 %
	CA vente en ligne hébergements (via Open)	NC	NC	186 520 €	224 477 €	<b>210 039 €</b>	- 6 %
	CA du service commercial	19 670 €	125 796 €	126 242 €	171 661 €	<b>258 826 €</b>	+ 50 %
<b>ACCUEIL DES PUBLICS ET RELATIONS PRESTATAIRES</b>	Contacts dans les BIT en été	-	11 866	9 760	8 972	<b>9 207</b>	+ 3 %
	Visiteurs dans les BIT toute l'année	24 600	47 998	33 135	31 986	<b>33 070</b>	+ 3 %
	Participants aux visites de la MDT	389	646	528	537	<b>523</b>	- 3 %
	CA MDT billetterie	21 243 €	71 049 €	78 879 €	79 980	<b>82 107</b>	+ 3 %
	CA boutique	2 531 €	10 149 €	8 085 €	8 587 €	<b>9 745</b>	+ 14 %
	Prestataires partenaires	279	285	299	301	<b>300</b>	-
	Packs partenaires	315	391	577	479	<b>486</b>	+ 1 %

## Produits d'exploitation

*Hausse de 128 k€*

**+  
7,46 %**

## Résultat

42 911 €

*10,78 % du CA*

## Trésorerie

442 k€

## Fonds propres

342 k€

## Contribution des collectivités

1 255 k€

## Satisfaction des visiteurs concernant les services de la MDT

### AVIS GÉNÉRAL SUR LES SERVICES DE LA MAISON DU TOURISME

153 répondants

De nombreux commentaires libres soulignent la qualité de l'accueil. Un personnel aimable, compétent et disponible.



### ESPACE BOUTIQUE

152 répondants

Un espace à valoriser, une demande croissante de produits locaux.



### QUALITÉ DES SENTIERS DE RANDONNÉE

68 répondants

Des suggestions en termes d'entretien et de qualité de balisage. Perte du signal GPS.



### BALADE NATURE ET PATRIMOINE

88 répondants

Visites appréciées.



### SERVICE BILLETTERIE DE LA MDT

87 répondants

Une offre variée et attrayante pour tout public.



## E-réputation : avis visiteurs à propos de quelques sites touristiques

La satisfaction des visiteurs est évaluée ici à partir des notes d'avis laissées sur les pages Google (qui note à 0,1). Les évaluations ont été relevées au 1er février 2025 s'il existe au moins 10 avis. Elles intègrent toutes les notes depuis l'affichage du site concerné. Comme toute évaluation sur internet, elles sont à prendre évidemment avec précaution. Elles peuvent tout de même donner quelques indications.

Selon les études, la note optimale serait de 4,6 sur 5.

Château d'Aulteribe	4,7	+ + 0,1
Lac d'Aubusson d'Auvergne	4,7	=
Parc d'activité Prabouré	4,7	=
Maison de l'améthyste	4,6	+ + 0,1
Mus' Énergie	4,6	+ + 0,1
Moulin Richard de Bas	4,6	=
Musée de l'école 1900	4,6	=

Château de Mons	4,5	+ + 0,1
Jardin pour la Terre	4,5	+ + 0,1
Jasserie du Coq noir	4,5	=
Abbaye de la Chaise-Dieu	4,5	=
Château de Vollore	4,5	=
Plan d'eau Saint-Rémy-sur-Durolle	4,5	- - 0,1
Train de la découverte	4,4	+ + 0,1
Musée de la céramique	4,4	=
Musée de la coutellerie	4,4	=
Château de Chavaniac Lafayette	4,4	=
Creux de l'enfer	4,4	=
Vélo rail (Agrivap)	4,3	- - 0,1
Plan d'eau de Cunlhat	4,3	- - 0,1

Centre aquatique communautaire de Thiers	4,2	+ + 0,1
Piscine Saint-Rémy-sur-Durolle	4,2	=
Centre aquatique Billom communauté	4,2	- - 0,1
Plan eau Iloa (Thiers)	4,1	+ + 0,1
Piscine Ambert Livradois-Forez	4,1	+ + 0,1
Plan eau Saint-Anthème	4,1	=
Maison de la fourme d'Ambert	4	=

## Remarques des visiteurs sur la destination

La Maison du tourisme accueille de nombreux visiteurs dans ses bureaux d'information. À partir des échanges avec les conseillers en séjour (permanents et saisonniers), des questionnaires satisfactions et des réclamations, il en ressort, cette année, les points suivants.

### QUELQUES POINTS POSITIFS RELEVÉS SUR LA DESTINATION

- Un temple de l'artisanat et du savoir-faire.
- Territoire préservé. Ressourçant.
- Une gastronomie simple et vraie.
- Qualité et diversité des circuits de randonnée.
- Destination idéale pour les familles curieuses.
- Des villages authentiques, riches de patrimoine.

### QUELQUES POINTS NÉGATIFS RELEVÉS SUR LA DESTINATION

- **Fermeture de certains commerces et restaurants** (surtout les lundis en priorité dans les centres-villes d'Ambert et Thiers).
- **Situation de la ville de Thiers (aménagement et état de la ville, fermetures de commerce...).** Certains visiteurs décèlent les beautés et potentialités de la ville de Thiers et apprécient la qualité de l'accueil et des conseils qu'ils reçoivent de la part de nos agents.
- **Manque d'activités et de services** : animations en soirée notamment à Thiers ; location de vélos ; géocaching ; supports d'informations pour la randonnée en fauteuil roulant.
- **Suppression de certaines activités** : dont baisse des fréquences du train touristique Agrivap, à Thiers suppression du train touristique et de la navette pour se rendre à la Vallée des rouets.
- **Manque de propreté d'espaces publics** (toilettes à Billom, aire de camping-car à Lezoux, poubelles dans la Vallée des rouets).

## Ils ont dit

Nous présentons quelques *verbatim* issus des 3 derniers avis postés sur Internet et mettant en évidence les points saillants des différents sites (positifs pour les sites en progression et négatifs pour les sites en baisse).

### LES SITES LES MIEUX NOTÉS

- **LAC D'AUBUSSON**  
« On peut se reposer et s'instruire »  
« Lieu magnifique » - « Cadre tellement sympa avec de nombreuses possibilités »  
« Beaucoup d'espace, d'ombre de verdure autour du lac » - « Superbe plage bien entretenue »
- **PRABOURÉ**  
« Parc incroyable » - « l'accueil, les structures, le personnel tout y est » - « Le cadre naturel est vraiment beau avec ses ruisseaux, rochers, forêt et l'ombre »  
« Une équipe accueillante et sympathique »
- **MAISON DE L'AMÉTHYSTE**  
« Accueil sympathique » - « ... visite gratuite du musée... l'utilisation libre des microscopes a beaucoup plus aux enfants »  
- « Les animateurs sont hyper pro simples pédagogues bienveillants et gentils. Le cadre magnifique et l'accueil chaleureux »

### LES SITES EN BAISSÉ

- **PLAN D'EAU DE SAINT-RÉMY**  
« Chiens interdits, aucune poubelle sur l'ensemble du site (tour du lac compris). Baignade interdite. Sans compter le nombre incalculable de voitures et motos qui font le tour du lac à toute vitesse... »
- **PISCINE DE BILLOM CO**  
«... maîtres nageuses irrespectueuses, à fuir ! » - « Maîtres nageuses insolentes »  
« Ensemble des lieux très propres, personnel sympa, très bien chauffée en cette période » « Piscine fonctionnelle et agréable »
- **PLAN D'EAU DE CUNLHAT**  
« Lieu très sympa. (...) L'eau un peu trouble, au milieu c'est vaseux »
- **VÉLORAIL AMBERT**  
« C'était marrant (...) Il faut prendre la grande promenade avec les tunnels au risque de s'ennuyer un peu. Les paysages sont sympas mais bon c'est pas non plus... »  
« Le parcours n'est pas folichon mais quelques paysages sont beaux à proximité de la rivière »

### LES SITES EN PROGRESSION

- **MUS'ÉNERGIE**  
« Super moment. Notre guide a été super... ça vaut le coup de s'arrêter » - « Très beau musée »  
« Ce lieu accepte les chiens en laisse »
- **JARDIN POUR LA TERRE**  
« Merci le Jardin d'être ce lieu de vie, de nature et de rires ! » - « La personne à l'accueil est très aimable » - « Très satisfaite »
- **CHÂTEAU DE MONS**  
« Les jardins sont beaux... un endroit et une belle histoire à découvrir » - « Très beau château extérieur et intérieur » - « Une très belle visite à ne pas manquer pour petits et grands »
- **CENTRE AQUATIQUE DE THIERS**  
« Très bonne piscine, le personnel est très agréable » - « Les locaux sont toujours très bien entretenus » - « Personnel très agréable, piscines bien conçues » - « Centre propre et accueillant »
- **PLAN D'EAU ILOA**  
« Petite plage de sable surveillée l'après-midi en été mais plus rien autour, tout est fermé même le restaurant » - « En bref, vous passerez un super moment. Le parking est gratuit, grand et on s'y rend facilement" »
- **PISCINE AMBERT**  
« Un bel endroit... l'eau est propre... les horaires sont très contraignants... les jeux ne sont dispo que le weekend »  
«... personnel est accueillant...» - « Piscine très bien l'eau est chaude c'est agréable »



# Livradois- Forez

PARC NATUREL  
RÉGIONAL  
EN AUVERGNE

## MAISON DU TOURISME

Maison du Parc  
63880 SAINT-GERVAIS-SOUS-MEYMONT  
Tél. 04 73 80 64 48 - [contact@vacances-livradois-forez.com](mailto:contact@vacances-livradois-forez.com)

[WWW.AUVERGNE-LIVRADOIS-FOREZ.COM](http://WWW.AUVERGNE-LIVRADOIS-FOREZ.COM)