

Délibération n°45.02

Effectif légal du conseil
communautaire :
61

Nombre de conseillers
en exercice :
61

Nombre de conseillers
présents ou représentés :
53

Nombre de votants :
53

Date de convocation :
9 décembre 2019

Date d'affichage du
compte-rendu :
23 décembre 2019

Objet :
**Rapports annuels retraçant
l'exécution des Délégations
de Services Publics :**
- La grotte de la pierre :
rapport du délégataire
SARL Maison de la
Pierre

L'AN deux mille dix-neuf le lundi 16 décembre, le conseil communautaire, convoqué le 9 décembre 2019 s'est réuni à l'Arlequin à Mozac, à 18 heures 30 minutes, sous la présidence de M Frédéric BONNICHON, Président.

PRESENTS

M Christian ARVEUF, M Jean-Paul AYRAL, M Jacques BARBECOT, M José BELDA, Mme Martine BESSON, M Jean-Pierre BOISSET, M Frédéric BONNICHON, M Boris BOUCHET, Mme Nadine BOUTONNET, Mme Marie CACERES, M Philippe CARTAILLER, M Gérard CHANSARD, M André CHANUDET, M Eugène CHASSAGNE, M François CHEVILLE, M Philippe COULON, Mme Annick DAVAYAT, M Jacquie DIOGON, M Gérard DUBOIS, Mme José DUBREUIL, Mme Danielle FAURE-IMBERT, Mme Stéphanie FLORI-DUTOIR, M Jean-Christophe GIGAULT, M Daniel GRENET, Mme Michèle GRENET, M Roland GRENET, M Mohand HAMOUMOU, M Jean-Pierre HEBRARD, M Jean-Maurice HEINRICH, Mme Françoise LAFOND, Mme Nicole LAURENT, M Yves LIGIER, M Fabrice MAGNET, M Christian MELIS, M Gilbert MENARD, Mme Agnès MOLLON, M Christian OLLIER, M Alain PAULET, M Jean-Philippe PERRET, Mme Florence PLANE, Mme Anne-Karine QUEMENER, M Jacques VIGNERON, **titulaires.**
Mme Marie-Christine VALLENET, **suppléant.**

ABSENTS EXCUSÉS :

Absents représentés ou suppléés :

- M Gabriel BANSON, *a donné pouvoir* à M Christian ARVEUF
- M Claude BOILON, conseiller communautaire unique de CHAPPES, remplacé par Mme Marie-Christine VALLENET, conseiller communautaire suppléant
- M Pierre CERLES, *a donné pouvoir* à M Jacquie DIOGON
- M Lionel CHAUVIN, *a donné pouvoir* à Mme Marie CACERES
- M Philippe GAILLARD, *a donné pouvoir* à M Yves LIGIER
- Mme Catherine HOARAU, *a donné pouvoir* à M Jean-Maurice HEINRICH
- M Didier IMBERT, *a donné pouvoir* à Mme Anne-Karine QUEMENER
- Mme Marie-Pierre LORIN, *a donné pouvoir* à Mme Annick DAVAYAT
- Mme Nicole PICHARD, *a donné pouvoir* à Mme Stéphanie FLORI-DUTOIR
- M Thierry ROUX, *a donné pouvoir* à M Daniel GRENET
- Mme Valérie SOUBEYROUX, *a donné pouvoir* à M Jean-Pierre HEBRARD

Absents :

- M Jacques LAMY
- Mme Régine PERRETON,
- M Vincent RAYMOND
- Mme Marie-Hélène SANNAT
- Mme Catherine VILLER-MICHON
- M Nicolas WEINMEISTER
- M Pierre PECOUL et son pouvoir pour Mme Emilie LARRIEU

< > < > < > < > < >

Secrétaire de Séance : Marie CACERES

Rapport n°45.02 - Rapports annuels retraçant l'exécution des Délégations de Services Publics :
La grotte de la pierre : rapport du délégataire SARL Maison de la Pierre

Vu l'arrêté préfectoral n°17-02555 portant transformation de la communauté de communes Riom Limagne et Volcans (RLV) en communauté d'agglomération,
Vu l'article L.1411-3 du Code Général des Collectivités Territoriales (CGCT) qui prévoit que le rapport produit chaque année par le délégataire doit être inscrit à l'ordre du jour du conseil communautaire,
Vu la convention de Délégation de Service Public de production signée entre Volvic Sources et Volcans et la SARL Maison de la pierre, le 29 janvier 2015,
Vu la tenue de la commission de contrôle financier le 25 octobre 2019,
Vu la tenue de la commission des services publics délégués réunie le 25 octobre 2019,

Le conseil communautaire prend acte du rapport d'activité annexé, établi par la SARL Maison de la pierre, pour l'exercice 2018.

Fait et délibéré en séance les mêmes jour, mois, an que dessus.

***Pour extrait conforme.
A Riom, le 17 décembre 2019***

Le Président

Frédéric BONNICHON



La présente délibération peut faire l'objet d'un recours contentieux auprès du Tribunal Administratif de Clermont-Ferrand dans un délai de deux mois à compter de sa notification ou de sa publication. Elle peut également faire l'objet d'un recours gracieux auprès de la Communauté d'Agglomération, étant précisé que celle-ci dispose alors d'un délai de deux mois pour répondre et qu'un silence de deux mois vaut décision implicite de rejet. La décision ainsi prise, qu'elle soit expresse ou implicite, pourra elle-même être déférée à ce même Tribunal Administratif dans un délai de deux mois. (Articles R.421-I et suivants du Code de Justice Administrative et L.231-4 du Code des Relations entre le Public et l'Administration).



RAPPORT DU DELÉGATAIRE 2018 À LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES RIOM LIMAGNE ET VOLCANS

Communauté de Communes Riom Limagne et
Volcans
A l'attention de Mr le Président
5 mail Jost Pasquier
CS 80045
63201 RIOM Cedex

A Saint-Ours, le 27 mai 2019

Objet : Rapport du délégataire 2018

Monsieur,

Comme prévu à l'article 28 du contrat d'affermage, et afin de vous permettre de vérifier et contrôler le bon fonctionnement des conditions financières et techniques de ce contrat, vous trouverez ci-joint le rapport du délégataire concernant l'année 2018 ainsi qu'une copie des comptes de la SARL Maison de la Pierre pour l'exercice écoulé.

Vous en souhaitant bonne réception, je vous prie de croire, Monsieur le Président, en l'assurance de mes sentiments les meilleurs.

Le délégataire,
Philippe MONTEL



Accusé de réception en préfecture
063-200070753-20191216-DELI20191216452
-DE
Date de télétransmission : 06/01/2020
Date de réception préfecture : 06/01/2020

GROTTE DE LA PIERRE DE VOLVIC
2 route du Pont Jany | 63530 Volvic
04 73 33 56 92 | contact@grotte-pierre-volvic.com
www.grotte-pierre-volvic.fr

SARL au capital de 1500 € | SIRET 493 623 227 00011 | APE 9104Z



I – Les données comptables

a) Compte annuel du résultat de l'exploitation de la délégation.

Il convient de se référer à l'**Annexe A** :

- Compte de Résultat Charges
- Compte de Résultat Produits
- Détail du Compte de Résultat Charges
- Détail du Compte de Résultat Produits.

Ces annexes permettent de comparer les chiffres 2018 avec les données de l'année précédente.

Pour l'établissement de ce compte annuel, l'imputation des charges a été effectuée par affectation directe, s'agissant intégralement de charges directes.

b) Méthodes et éléments de calcul économique retenus.

Les charges imputées au compte de résultat de l'exploitation résultent directement des factures reçues des différents fournisseurs, et correspondent aux frais d'exploitation, dont les plus gros postes sont les suivants :

- Électricité : factures EDF mensuelles de janvier à décembre 2018 pour un montant global de 5329€.
- Redevance : pour la période de référence du 16 novembre 2017 au 15 novembre 2018, la fréquentation a été de 42 580 visiteurs payants. La redevance versée à la Communauté de Communes Riom Limagne et Volcans a été calculée sur la base du nombre de visiteurs payants, plus favorable au délégant et s'élève à 33 212 €. Le versement a été effectué comme prévu avant le 1^{er} décembre de l'année écoulée.
- Maintenance Informatique : nous sommes toujours sous contrat de maintenance avec la Société DNGestion pour le logiciel de caisse (1 031 €).
- Maintenance des appareils de levage (ascenseur et élévateur) par la société AUVERGNE ASCENSEURS (1 215€)
- Maintenance des appareils vidéo par la société AUDIO SOFT (2 680 €).
- Assurances Multirisques : quittance MMA pour 2018 (5 243€).
- Cotisations Professionnelles : Offices de Tourisme de Combrailles, Terra-Volcana, Sancy-Artense, Clermont ... (voir détail paragraphe III – Actions commerciales).



- **Personnel du Volcan de Lemptegy** : refacturation en fonction des heures de travail effectuées pour le compte de la SARL Maison de la Pierre (voir détail paragraphe h).

- **Honoraires** : factures SEGECO (2 678 €) pour l'établissement des fiches de payes des salariés, de l'arrêté des comptes et la tenue du secrétariat société.

- **Publicité**, y compris les dépenses de foires et exposition (32 688 €) soit une hausse de 32.68% de ce poste par rapport à l'année précédente – Sont incluses les dépenses dans le cadre d'actions commerciales ainsi que la participation à des salons.

- **Téléphone – Internet** : factures ORANGE (1 401 €).

- **Rémunérations** : voir détail paragraphe h.

- **Droits d'auteur** : SACEM et SACD (10 739 €).

- **Dotations aux amortissements** des investissements des exercices précédents, et de 2018, calculées selon le mode linéaire, et proratisées par rapport à leur date d'acquisition, en fonction de leur nature :

- Logiciels sur 3 ans
- Matériel de bureau et informatique sur 3 ans
- Mobilier sur 8 ans.

- **Impôt sur les bénéfices** calculé au taux de 15%.

Les principaux produits imputés au compte de résultat de l'exploitation correspondent aux :

- Entrées pour 268 738 € ;
- Prestation Atelier d'émaillage pour 7 184 € ;
- Prestation Géocaching pour 1 024 € ;
- Commissions sur les ventes des artisans émailleurs 5 888 € ;
- Recettes Boutique pour 107 843 € (détail paragraphe III) ;

c) **Variations du patrimoine immobilier** : Néant.

d) Situation des biens et immobilisations nécessaires à l'exploitation du service public délégué :

IMMOBILISATIONS	MONTANT H.T.
2 caisses informatiques complètes en réseau avec les logiciels spécifiques et nouveau poste de bureautique	6 425.42 €
Nouveau site Internet	6 074.28 €
Vidéo Projecteur / Lecteurs audio	10 757.25 €
Banque de l'accueil et meubles de la boutique	8 982,94 €
Meubles cuisine	529,00 €
Meubles présentoirs (réaménagement de la boutique)	2 172,00 €

AUTRES BIENS NON IMMOBILISES	MONTANT H.T.
3 bancs	528,00 €
15 étagères	807,00 €
3 tables	270,00 €

e) Programme contractuel d'investissements : Sans objet.

f) Autres dépenses de renouvellement contractuelles : Sans objet

g) Inventaire des biens de retour et de reprise.

En ce qui concerne les biens de retour, se référer à l'article 40.1 du contrat d'affermage.

Ci-dessous l'inventaire des biens de reprise :

BIENS DE REPRISE	MONTANT H.T.
Site Internet	6 074.28 €
Banque de l'accueil et meubles de la boutique	8 982,94 €
Meubles cuisine	529,00 €
Meubles présentoirs	2 172,00 €
Vidéo projecteur et lecteurs audio	14 541,25 €

h) Engagements à incidences financières.

Comme précisé au paragraphe b, un contrat a été signé avec la société DNGestion concernant la maintenance du logiciel de caisse.

Détail du personnel :

Type de contrat	Nombre	Rémunération Brute	Charges Sociales
CDI	2		
CDD de 1 à 8 mois	3	123 496 €	44 822 €

Détail du personnel extérieur (personnel de SARL Volcan de Lemptégy) : 17 595€

Fonction	Nombre	Salaires + Charges Sociales
Communication	1	4 226 €
Réservation	1	4 686 €
Administratif	2	8 683 €

Il s'agit de la refacturation des salaires, et charges sociales correspondantes, de salariés de la SARL DU VOLCAN DE LEMPTÉGY, en fonction des heures de travail effectuées pour le compte de la SARL Maison de la Pierre.



II- Analyse de la qualité de service

Une complémentarité évidente avec le Volcan de Lemptégy

Depuis maintenant 12 ans, la Grotte de la Pierre et le Volcan de Lemptégy travaillent main dans la main afin de proposer des visites uniques en milieu volcanique. En effet, après avoir découvert l'intérieur d'un Volcan, les visiteurs circulent dans ancienne galerie en Pierre de Volvic. Sachant que nous retrouvons des traces de trachyandésite dans les coulées de laves et les dykes de Lemptégy, prolonger la découverte du côté de Volvic tombe sous le sens (qui plus est à seulement 15 minutes). Nos animateurs scientifiques sont ainsi de véritables prescripteurs et de bons ambassadeurs pour présenter l'intérêt de la Grotte de la Pierre.

Même s'il est difficile de quantifier exactement l'impact du Volcan de Lemptégy sur la fréquentation de la Grotte, nous constatons que la plupart des visiteurs ont fait la visite du Volcan avant de se rendre à la Grotte...

Néanmoins, d'un point de vue commercial, cette synergie prend la forme d'un billet jumelé (avec des tarifs préférentiels) proposé non seulement en caisse, mais aussi sur la billetterie internet, et au moment de la réservation pour les groupes d'adultes et scolaires.

Enfin, en termes de communication, nous couplons les opérations de promotion pour plus de cohérence (*voir annexes*).

2018, année de la pérennité

Tout comme 2017, la saison 2018 s'est révélée être une excellente année avec une légère baisse de 5% de fréquentation. Cette baisse est notamment justifiée par une météo plutôt mauvaise et aussi, rappelons-le, par la Coupe du Monde de Football. A noter que de manière générale tous les sites touristiques ont connu une baisse plus ou moins conséquente en termes de fréquentation sur l'année 2018.

La nouveauté et la modernisation de l'image du site initiées en 2016 ont encore porté leurs fruits en 2018, comme en 2017 : le changement de nom de « Maison de la pierre » en « Grotte de la Pierre de Volvic », ainsi que la dernière étape de visite consacrée aux artisans actuels.

Nous constatons toujours le regain d'intérêt pour la visite de la part des locaux, mais aussi des visiteurs venus d'autres régions (voire de nouveaux pays), attirés par la thématique de la visite : Le savoir-faire et l'histoire humaine. Les 47 732 visiteurs accueillis en 2017 ont tout de même quasiment été atteints avec 45 278.

Saisonnalité et flux de clientèle

La saisonnalité a été, encore une fois, très marquée. Sans surprise, la période d'affluence la plus importante a eu lieu la première quinzaine d'août avec quelques journées à plus de 700 voire 800 visiteurs.

En effectuant quelques sondages de notoriété auprès de notre clientèle estivale, il s'avère que la présence de notre vidéo promotionnelle dans le train du Panoramique des Dômes a eu un impact certain. L'installation par vos soins d'un point info-tourisme au goulet a aussi généré du trafic sur



juillet-août, comme en 2017. Le pass avec le Volcan de Lemptégy est toujours un bon vecteur de fréquentation et de visibilité, ce qui déclenche bien souvent la visite de la grotte. Le responsable de Touring, prestataire de distribution, nous indique que le nouveau logo est réellement beaucoup plus visible que l'ancien. Il est ainsi amené à faire du réassort de manière plus régulière que les précédentes années. Les visiteurs se servent donc plus en brochures, la grotte est plus reconnue visuellement et de manière générale gagne en notoriété. Nous sommes également bien vendus et défendus par les offices de tourisme où nous sommes référencés.

Réflexion sur l'organisation

Toute l'équipe a fait son maximum pour s'adapter à ces flux intenses de fréquentation afin que les visiteurs repartent avec le sourire.

Toutefois, afin de garantir la qualité de service et anticiper une augmentation constante des visiteurs en très haute saison les prochaines saisons, certaines « faiblesses » peuvent être soulignées :

- Le parking a été régulièrement saturé par l'excès de véhicules, avec pour conséquence un stationnement anarchique le long des routes.
- L'exiguïté de notre espace d'accueil en cas d'arrivées massives en caisse. L'entrée et la sortie étant communes, il devient assez vite compliqué de circuler dans le hall, notamment dans la boutique. En outre, les visiteurs qui patientent pour prendre leurs billets doivent attendre à l'extérieur (or, comme évoqué plus haut, les jours de pluie sont très fréquentés).
- Avec un quota de 25 personnes toutes les 15 minutes, et malgré l'enchaînement optimal des visites, l'attente pour le départ de visite était plus importante qu'à l'accoutumée.

Soulignons tout de même que ces phénomènes sont uniquement à recenser sur quelques jours en juillet et août, il ne s'agit en aucun cas d'une généralité.

La parole à nos visiteurs

Voici quelques extraits du livre d'or laissés par nos visiteurs.

- *« Avec notre bon souvenir de cette visite qui laisse en mémoire le travail de l'homme, merci de nous avoir permis de passer un agréable moment dans cette grotte, Bravo pour cette rétrospective !*
- *Magnifique visite, remplie d'émotions, la narration est superbe bravo !*
- *L'histoire de monsieur Jean est le fil rouge d'une agréable visite.*
- *Merci pour cette très charmante visite et pour votre sourire qui a illuminé ma journée, tel le soleil auvergnat, très bonne continuation.*
- *A découvrir, merci de mettre en valeur le patrimoine et l'histoire... exemple à suivre. Hôtesse très accueillante*
- *Passionnante plongée dans ce passé prestigieux, ces hommes et ces femmes méritent qu'on se souvienne d'eux.*
- *Très belle boutique, il y a plein de choses très jolies.*
- *Super belle visite, un grand bravo pour la gentillesse des deux dames à l'accueil... un souvenir que nous ne sommes pas près d'oublier.*
- *Visite très pédagogique, bravo ! A recommander !*
- *Superbe visite, beaucoup d'infos sur la pierre et l'eau mais surtout très bien amenées. Visite vivante et que l'on aura envie de refaire.*
- *Histoire passionnante, on a l'impression d'être en situation et d'écouter un ancien le soir au coin du feu. C'est captivant et très intéressant.*
- *Très belle visite, très intéressant pour les enfants. Un grand merci pour cette découverte.*
- *Visite intéressante, pas très long, on apprend l'histoire de la ville. Grotte chaleureuse malgré la fraîcheur. Merci pour ce moment ! »*

Retour sur le contenu de la visite : remarques diverses et amélioration

Même si la vie de Jean Legay-Chevalier et le travail des artisans plaisent au plus grand nombre, « le manque de ludisme » de la visite pour les enfants a été souligné à plusieurs reprises par les visiteurs. Nous avons pris en compte les remarques et réfléchi à la mise en place d'un support adapté aux enfants. A l'automne 2017, nous avons travaillé sur un livret d'activités à destination des 5-12 ans qui a été offert à chaque enfant payant en 2018. De plus, afin d'offrir un souvenir concret, il a été offert aux enfants un mini-cube en pierre de Volvic acheté auprès de Thierry Courtadon.

Le constat est simple ! Au-delà du fait que le cahier soit un moyen de connecter les enfants à la visite, il est aussi très qualitatif et plaît tout aussi bien aux parents. Le cube est également une réussite et de manière unanime, il est un souvenir très apprécié du fait de sa durabilité et son appartenance au pays volvicais.

Une autre remarque a été soulevée comme en 2017 : Ainsi, le « manque de visibilité » dans la galerie est régulièrement cité, et ce malgré les travaux d'amélioration que vous avez réalisés en 2015/2016. Cela-dit, la pierre étant « foncée » la luminosité ne peut pas être aussi conséquente qu'avec de la pierre dite « claire ».

Enfin, le principe de scénovision est parfois « controversé » : les visiteurs regrettent le fait que le rythme soit imposé, laissant peu de place à la contemplation de la galerie.

- « Trop de vidéos à la suite, trop répétitif, découverte de l'histoire de Volvic très bien mais trop statiques, et le support vidéo à revoir pour pouvoir varier. Intéressant mais rester assis pendant 1h dans le froid, pas attractif. Merci pour la visite ! »

Ce commentaire reste cependant « exceptionnel », nous nous devons toutefois d'écouter et prendre note des remarques, positives comme négatives.

Boutique

Contrairement à certains sites touristiques, nous avons l'avantage de posséder une boutique en accès libre : les clients peuvent venir faire leurs achats sans obligation de visiter la grotte. En 2018, nous avons eu pas moins de 2072 personnes venues seulement pour faire des achats, soit 342 personnes de plus qu'en 2017. Les clients apprécient la diversité de nos références : artisanat, produits locaux, alimentaire, jeux... L'enjeu est de proposer régulièrement des nouveautés afin de ne pas lasser les acheteurs fidèles. Notre force provient de l'artisanat local autour de la pierre, mais pas seulement... Après la biscuiterie, la céramique et l'édition en 2017, nous avons choisi les savons venus de Queuille en 2018. La boutique devient donc un vecteur de transmission de savoir faire

Par ailleurs, grâce à notre fréquentation plutôt soutenue, les visiteurs sont friands de produits à l'effigie de notre site. Ainsi, nous proposons des mugs, des magnets, des médailles souvenirs, des stylos « Grotte de la pierre de Volvic ». Fort est de constater que ce secteur est en forte augmentation.

III – Compte rendu technique et financier

Actions commerciales

Afin que vous puissiez mesurer les moyens mis en œuvre pour la promotion du site, voici un résumé chiffré de nos actions commerciales de l'année :

POSTE	MONTANT HT
Affichage	
EXTERION MEDIA - ECRANS LED	4 432.00 €
PANORAMIQUE DES DOMES - ECRANS	2 975.00 €
CBS OUTDOOR - CAMPAGNE LASER	4 304.00 €
WANCOM - ECRANS LED	392.00 €
OXIALIVE - ECRANS LED	1 614.25 €
Achat d'espace publicitaire	
OCTOPUS COMMUNICATION - Pass découverte	
OCTOPUS COMMUNICATION - Guide de poche été 2018	1 525.00 €
OCTUPUS COMMUNICATION - Carte des Gîtes de France	675.00 €
ONPC - Annuaire de l'Enseigne. Privé 2018 Classes Découvertes	650.00 €
PLAN DE VILLE - CLERMONT FERRAND	400.00 €
PLAN DE VILLE - CHATEL GUYON	272.50 €
AGENDA 2018 VOLVIC	480.00 €
LE PETIT FUTÉ	337.50 €
MAG AMICALE DU CHU	142.50 €
CAHIERS ESCAPADES	400.00 €
BROCHURE PERRAUD VOYAGES	200.00 €
LE MAG DECOUVERTE FRANCE - Seniors	250.00 €
LE PETIT GOURMET - Guide de l'été 2018	200.00 €
Référencement	
ACORA - Guide Sorties Régionales (Ecoles, Familles, ...)	405.00 €
LE PETIT FUTE - Fiche Site	290.00 €
GUIDE PLANET	60.00 €
PAGES JAUNES	349.00 €
Spots Radio	
France Bleu	4 031.48 €
Regie Networks - Nostalgie Clermont - jeu antenne	655.50 €
Salons	
BE MY EVENTS - Marché des Voyages	992.50 €
FRHPAA – Workshop Camping qualité	95.00 €
SALON PERRAUD VOYAGES	290.00 €
MAHANA	1 700.00 €
Supports/Mailing	
Mailing Primaire	972.47 €

Brochures + conception (130 000 exemplaires)	2 482.00 €
Sets de table (120 000 exemplaires)	2 871.00 €
Diffusion Brochures	
TOURING INFO SERVICE	2 971.00 €
Adhésion aux Offices de Tourisme	
OT TERRA VOLCANA	193.00 €
OT VOLCAN SANCY	70.00 €
OT MASSIF SANCY	700.00 €
CLERMONT AUVERGNE TOURISME	220.00 €
OT DES COMBRAILLES	155.00 €

Vous trouverez le détail de ces actions commerciales en **annexe D**.

Fréquentation 2018

Voir tableau **annexe B** de ce document.

Tarifs 2018

Les tarifs appliqués en 2018 sont ceux apparaissant en **annexe C**

Autres recettes d'exploitation en 2018

Comme le fait ressortir le bilan établi pour 2018, les autres recettes d'exploitation proviennent des ventes réalisées à la boutique, dont vous trouverez le détail ci-dessous :

AUTRES PRODUITS D'EXPLOITATION	MONTANT H.T.
Vente de souvenirs (dont ventes de lave émaillée)	82 148.26 €
Vente de livres	12 960.26 €
Vente de produits alimentaires	7 198.01 €
Vente de bouteilles de vins, liqueurs, apéritifs et sirop	4 611.10 €
Vente de vêtements : T-shirt, pull-over	924.68 €

En complément, nous fonctionnons avec un système de dépôt-vente pour les pièces les plus importantes de lave émaillée. Nous avons perçu des commissions à hauteur de 7 065 € sur ces ventes.

Espérant avoir répondu à vos attentes, veuillez agréer, Monsieur le Président, l'expression de mes salutations distinguées.

Le délégataire,
Philippe MONTEL.





ANNEXE A

Compte de résultat &

Compte de résultat détaillé

COMPTE DE RESULTAT

	Exercice N 31/12/2018 12			Exercice N-1 31/12/2017 12	Ecart N / N-1	
	France	Exportation	Total		Euros	%
PRODUITS D'EXPLOITATION (1)						
Ventes de marchandises	107 842		107 842	114 442	6 600	5.77
Production vendue de Biens						
Production vendue de Services	282 902		282 902	287 676	4 774	1.66
CHIFFRE D'AFFAIRES NET	390 745		390 745	402 118	11 374	2.83
Production stockée						
Production immobilisée						
Subventions d'exploitation						
Reprises sur dépréciations, provisions (et amortissements), transferts de charges			5	11	5	51.05
Autres produits						
TOTAL DES PRODUITS D'EXPLOITATION (I)			390 750	402 129	11 379	2.83
CHARGES D'EXPLOITATION (2)						
Achats de marchandises			57 415	61 020	3 613	5.92
Variation de stock (marchandises)			4 159	974	3 185	326.94
Achats de matières premières et autres approvisionnements			181		181	
Variation de stock (matières premières et autres approvisionnements)						
Autres achats et charges externes *			113 161	104 965	8 176	7.79
Impôts, taxes et versements assimilés			4 447	4 244	203	4.79
Salaires et traitements			123 501	126 395	2 894	2.29
Charges sociales			44 822	47 507	2 684	5.65
Dotations aux amortissements et dépréciations						
Sur immobilisations : dotations aux amortissements			3 514	5 135	1 621	31.56
Sur immobilisations : dotations aux dépréciations						
Sur actif circulant : dotations aux dépréciations						
Dotations aux provisions						
Autres charges			10 823	13 534	2 711	20.03
TOTAL DES CHARGES D'EXPLOITATION (II)			353 707	361 854	8 147	2.25
1 - RESULTAT D'EXPLOITATION (I-II)			37 043	40 275	3 232	8.02
QUOTES-PARTS DE RESULTAT SUR OPERATIONS FAITES EN COMMUN						
Bénéfice attribué ou perte transférée (III)						
Perte supportée ou bénéfice transféré (IV)						



(1) Dont produits afférents à des exercices antérieurs
(2) Dont charges afférentes à des exercices antérieurs

COMPTE DE RESULTAT

	Exercice N	Exercice N-1	Ecart N / N-1	
	31/12/2018	31/12/2017	Euros	%
PRODUITS FINANCIERS				
Produits financiers de participations (3)				
Produits des autres valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé (3)				
Autres intérêts et produits assimilés (3)	255	200	55	27.73
Reprises sur dépréciations et provisions, transferts de charges				
Différences positives de change				
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement				
TOTAL V	255	200	55	27.73
CHARGES FINANCIERES				
Dotations aux amortissements, dépréciations et provisions				
Intérêts et charges assimilées (4)	214	67	147	220.47
Différences négatives de change				
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement				
TOTAL VI	214	67	147	220.47
2. RESULTAT FINANCIER (V-VI)	41	133	92	69.43
3. RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS (I-II+III-IV+V-VI)	37 084	40 408	3 324	8.23
PRODUITS EXCEPTIONNELS				
Produits exceptionnels sur opérations de gestion	10		10	
Produits exceptionnels sur opérations en capital				
Reprises sur dépréciations et provisions, transferts de charges				
TOTAL VII	10		10	
CHARGES EXCEPTIONNELLES				
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion	13	1 250	1 237	98.96
Charges exceptionnelles sur opérations en capital				
Dotations aux amortissements, dépréciations et provisions				
TOTAL VIII	13	1 250	1 237	98.96
4. RESULTAT EXCEPTIONNEL (VII-VIII)	3	1 250	1 247	99.76
Participation des salariés aux résultats de l'entreprise (IX)				
Impôts sur les bénéfices (X)	5 202	5 450	248	4.55
TOTAL PRODUITS (I+II+V+VII)	391 015	402 328	11 314	2.81

DETAIL COMPTE DE RESULTAT

	Exercice N 31/12/2018 12	Exercice N-1 31/12/2017 12	Ecart N / N-1	
			Euros	%
VENTES DE MARCHANDISES	107 842	114 442	6 600-	5.77-
70710010 SOUVENIRS 20.00 %	82 148	85 294	3 146-	3.69-
70710200 LIBRAIRIE 5.50 %	9 882	9 474	408	4.30
70710310 LIBRAIRIE 20.00 %	3 079	2 626	252	8.93
70710400 ALIMENTAIRE 5.50 %	6 123	5 869	254	4.33
70710510 ALIMENTAIRE 20.00 %	1 075	4 250	3 175-	74.72-
70710600 BOISSONS 5.50 %	1 078	1 089	10-	0.94-
70710610 ALCOOL 20.00 %	3 533	4 440	908-	20.44-
70710710 VETEMENTS 20.00 %	925	1 200	276-	22.96-
PRODUCTION VENDUE DE SERVICES	262 902	267 676	4 774-	1.66-
70610000 ENTREES MAISON PIERRE	268 738	271 827	3 089-	1.14-
70610100 ATELIER EMAILAGE	7 184	7 724	540	6.99-
70610200 PRESTATIONS GEOCACHING	1 024	2 074	1 050-	50.53-
70621050 COMMISSIONS SUR VENTES ARTISAN	5 888	5 952	64-	1.08-
70632000 LOCATION COUVERTURE	335	394	59-	15.03-
70950000 RRR ACCORDES SUR VISITES	256-	295	29	9.70
Chiffre d'affaires NET	390 745	402 118	11 374-	2.83-
AUTRES PRODUITS	5	11	5-	51.05-
75863000 AJUSTEMENTS DIVERS	5	11	5-	51.05-
Total des Produits d'exploitation	390 750	402 129	11 379-	2.83-
ACHATS DE MARCHANDISES	57 415	61 029	3 613-	5.92-
60710010 ACHAT CADEAUX DIVERS TN	22 182	30 363	8 180-	20.94-
60710011 ACHATS CADEAUX INTRACOMM.	6 650	3 438	3 212	93.41
60710020 ACHATS CADEAUX FRANCHISE DE TV	11 348	8 511	2 837	33.34
60710100 ACHAT LIBRAIRIE 5.5 %	6 040	5 521	519	9.40
60710310 ACHAT ALIMENTAIRE TN	493	2 107	1 614-	76.61-
60710400 ACHAT ALIMENTAIRE 5.5 %	3 274	2 555	719	28.15
60710510 ACHAT LIBRAIRIE TN	366	1 122	756-	67.37-
60710600 ACHATS BOISSONS 5.5%	74	146	73-	49.67-
60710610 ACHAT ALCOOL TN	2 330	1 735	595	34.30
60710710 ACHAT TEXTILES TN	198	366	168-	46.03-
60710930 ATELIER EMAILAGE	4 461	5 164	703-	13.62-
VARIATION DE STOCK (MARCHANDISES)	4 159-	974-	3 185-	326.94-
60370000 VARIATION STOCKS CADEAUX ET DI	4 159-	974-	3 185-	326.94-
ACHATS DE MATIERES PREMIERES ET AUTRES APPROVISIONNEMENTS	181		181	
60261000 EMBALLAGES PERDUS	181		181	
AUTRES ACHATS ET CHARGES EXTERNES	113 161	104 985	8 176	7.79
60402000 PRESTATIONS ANIMATIONS		1 803	1 803-	100.00-
60611000 ELECTRICITE	5 329	5 180	149	2.89
60612000 EAU	184	395	210-	53.28-
60631000 PRODUITS DIVERS D'ENTRETIEN	447	733	286-	38.96-
60632000 PETIT MATERIEL	1 596	507	1 089	214.86
60640000 FOURNITURES ADMINISTRATIVES	441	863	422-	48.80-
61310300 REDEVANCE MAISON PIERRE	33 212	33 752	540-	1.60-
61353100 HEBERGEMENT SITE INTERNET	308	402	4-	1.02-
61551000 ENTRETIEN MATERIEL OUTILLAGE	299		299	
61555000 ENTRETIEN DIVERS	524	374	150	40.28

DETAIL COMPTE DE RESULTAT

	Exercice N	Exercice N-1	Ecart N / N-1	
	31/12/2018 12	31/12/2017 12	Euros	%
61550000 MAINTENANCE COPIEUR LEMPTGY	217	304	87-	28.62-
61550200 MAINTENANCE AUVERGNE ASCENSEUR	1 215	801	414	51.75
61550300 MAINTENANCE DETECTION INCENDIE	1 003	704	300	42.59
61550400 MAINTENANCE INSTALL ELECTRIQU	313		313	
61550500 MAINTENANCE STANDARD TELEPHONI	74	68	6	8.82
61550600 MAINTENANCE VIDEO SURVEILLANCE	485	1 173	688-	58.66-
61550700 MAINTENANCE APPAREIL DE LEVAGE	161	627	447-	71.21-
61550900 MAINTENANCE INFORMATIQUE	780	520	260	50.00
61553000 MAINTENANCE CAISSE ENREGISTREU	1 031	1 008	23	2.26
61555000 MAINTENANCE APPAREILS VIDEO	2 660	2 660		
61610000 ASSURANCE MULTIRISQUES	5 243	4 600	643	13.97
61650000 COTISATIONS PROFESSIONNELLES	346	731	383-	52.38-
62140000 INDEMNITES STAGIAIRES	600	2 640	2 040-	77.27-
62141000 PERSONNEL VOLCAN DE LEMPTGY	17 595	14 710	2 885	19.61
62260000 HONORAIRES	2 575	2 952	274-	9.28-
62270000 FRAIS D'ACTES	43	43	0	0.61
62300000 PUBLICITE	30 887	22 815	8 072	35.38
62310000 ANNONCES INSERTIONS	788		788	
62330000 FOIRES & EXPOSITIONS		1 088	1 088-	100.00-
62340000 CADEAUX A LA CLIENTELE	1 013		1 013	
62610000 AFFRANCHISSEMENT	207	581	374-	64.35-
62620000 TELEPHONE	1 401	1 434	33	2.29-
62741000 FRAIS LOCATION TPE	543	276	267	96.91
62750000 FRAIS BANCAIRES	201	34	167	489.94
62770000 FRAIS VIREMENTS	9	9	0-	0.12-
62780000 FRAIS CHEQUES VACANCES	220	214	6	2.81
62785000 FRAIS CHEQUES CULTURE	13	12	1	9.79
62790000 FRAIS CARTES BLEUES	961	955	6	0.67
IMPOTS, TAXES ET VERSEMENTS ASSIMILES	4 447	4 244	203	4.79
63330000 ORG. FORMATION CONTINUE	496	517	21-	4.15-
63350000 ORG. TAXE D'APPRENTISSAGE	264	274	10-	3.70
63511000 CET / CVAE	2 612	2 447	165	6.74
63580500 SERVICE EBOQUEUR	1 076	1 006	70	6.96
SALAIRES ET TRAITEMENTS	123 501	126 395	2 894-	2.29-
64100000 REMUNERATION DU PERSONNEL	123 496	126 308	2 812-	2.23-
64120000 VARIAT PROV CONGES A PAYER	5	87	82-	94.12-
CHARGES SOCIALES	44 822	47 507	2 684-	5.65-
64510000 COT. SECURITE SOCIALE	42 347	45 168	2 820-	6.24-
64520000 COT. MUTUELLE	516	745	229-	30.71-
64531000 COT. RETRAITE NON CADRES	2 340	2 358	18-	0.77-
64540000 COT. CHOMAGE	1 680	1 687	7-	0.44-
64581000 COT. PREVOYANCE NON CADRES	134	135	1-	0.75-
64587000 VARIAT CHARGES CONGES A PAYER	4-	83	87-	105.26-
64750000 COT. MEDECINE DU TRAVAIL	209	152	57	37.50
64900000 CREDIT IMPOT COMPETIT. EMPLOI	2 400-	2 822-	422	14.95
DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS SUR IMMOBILISATIONS	3 514	5 135	1 621-	31.56-
68111000 DOT AMORT IMPOS INCORPORELLES	2 025	2 025		
68112000 DOT AMORT IMPOS CORPORELLES	1 489	3 110	1 621-	52.11-

 Segeco

DETAIL COMPTE DE RESULTAT

	Exercice N 31/12/2018 12	Exercice N-1 31/12/2017 12	Ecart N / N-1	
			Euros	%
AUTRES CHARGES	10 623	13 534	2 711-	20.03-
65160000 REDEVANCE SACEM	10 739	13 428	2 689-	20.02-
65863000 AJUSTEMENTS DIVERS	84	106	22	20.82-
Total des Charges d'exploitation	353 707	361 654	8 147-	2.25-
Résultat d'exploitation	37 043	40 275	3 232-	8.02-
AUTRES INTERETS ET PRODUITS ASSIMILES	255	200	55	27.73
76800000 INTERETS COMPTES A TERME	255	200	55	27.73
Total des Produits financiers	255	200	55	27.73
INTERETS ET CHARGES ASSIMILEES	214	67	147	220.47
66150000 INTERETS DES COMPTES COURANTS	214	67	147	220.47
Total des Charges financières	214	67	147	220.47
Résultat financier	41	133	92-	69.43-
Résultat courant avant impôts	37 084	40 408	3 324-	8.23-
PRODUITS EXCEPTIONNELS SUR OPERATIONS DE GESTION	10		10	
77180000 PRODUITS EXCEPTIONNELS	10		10	
Total des Produits exceptionnels	10		10	
CHARGES EXCEPTIONNELLES SUR OPERATIONS DE GESTION	13	1 250	1 237-	96.96-
67180000 CHARGES EXCEPTIONNELLES	13	1 250	1 237-	96.96-
Total des Charges exceptionnelles	13	1 250	1 237-	96.96-
Résultat exceptionnel	3-	1 250-	1 247	99.76
IMPOTS SUR LES BENEFICES	5 202	5 450	248-	4.55-
69500000 IMPOT SUR LES BENEFICES	5 202	5 450	248-	4.55-
Total des produits	391 015	402 328	11 314-	2.81-
Total des charges	359 136	368 620	9 485-	2.57-
Bénéfice ou perte (Produits - Charges)	31 879	33 708	1 829-	5.43-

 Segeca



ANNEXE B

Fréquentation 2018

**NOMBRE DE VISITEURS A LA GROTTE DE LA PIERRE DE VOLVIC POUR L'ANNEE 2018
REDEVANCE POUR LA PERIODE DU 16/11/2017 AU 15/11/2018**

MOIS	TOTAL PAYANT + GRATUIT	GRATUIT ADULTE	GRATUIT ENFANT	TOTAL GRATUIT	TOTAL PAYANT	TOTAL INDIV	INDIV AD	GRATUIT AD INDIV	INDIV ENF	GRATUIT ENF INDIV	TOTAL GPE	GPE AD	GRATUIT AD GPE	GPE ENF	GRATUIT ENF GPE	TOTAL pay + grat
JANVIER	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FEBVIER	591	9	31	40	551	546	345	5	166	30	45	4	4	36	1	591
MARS	1 065	61	31	92	973	424	297	4	92	31	641	13	57	571	0	1 065
AVRIL	4 491	96	158	254	4 237	3 566	2 488	30	891	157	925	169	66	689	1	4 491
MAI	5 310	127	156	283	5 027	3 696	2 888	30	625	153	1 614	664	97	850	3	5 310
JUN	4 491	190	56	246	4 245	1 929	1 711	26	136	56	2 562	1 119	164	1 279	0	4 491
JUILLET	8 777	121	383	504	8 273	7 948	5 620	71	1 874	383	829	414	50	365	0	8 777
AOUT	14 480	87	791	878	13 602	14 049	10 006	71	3 184	788	431	315	16	97	3	14 480
SEPTEMBRE	3 238	89	25	114	3 124	1 900	1 656	17	202	25	1 338	802	72	464	0	3 238
OCTOBRE	2 336	235	81	316	2 020	1 903	1 356	23	443	81	433	193	212	28	0	2 336
NOVEMBRE	580	14	38	52	528	499	343	8	110	38	81	0	6	75	0	580
DECEMBRE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	45 359	1 024	1 760	2 784	42 580	36 560	26 710	285	7 725	1 742	8 639	3 893	744	4 454	8	45 359

TOTAL PAYANT+GRATUIT	45 359
TOTAL PAYANT	42 580

REDUCTIONS	Adultes	Enfants
Carte cazam	146	53
CONTREMARQUE	1746	525
Offre Eau de Volvic	671	
Habitants Volvicais	34	



ANNEXE C

Tarifs 2018



GRILLE DES TARIFS 2018 TTC

VISITE DE LA GROTTE DE LA PIERRE DE VOLVIC

DUREE DE LA VISITE : 1 heure 15

TYPE DE BILLET	TARIFS ADULTE	TARIFS ENFANTS (5 à 12 ans)
INDIVIDUEL	7.80 €	6.30 €
GROUPE (à partir de 20 personnes)	7.00 €	5.70 €
GROTTE DE LA PIERRE + PASS INDIVIDUEL VOLCAN DE LEMPTEGY <i>(Base visite à pied)</i>	7.00 € + 10.50 € (billet volcan)	5.70 € + 8.50 € (billet volcan)
GROTTE DE LA PIERRE + PASS GROUPE VOLCAN DE LEMPTEGY <i>(Base visite à pied)</i>	6.50 € + 9.50 € (billet volcan)	5.20 € + 7.70 € (billet volcan)
COMITE D'ENTREPRISE	7.00 €	5.70 €
PROFESSIONNEL DU TOURISME (REVENDEUR)	6.30 €	5.13 €
CARTE CEZAM / CONTREMARQUES	7.00 €	5.70 €



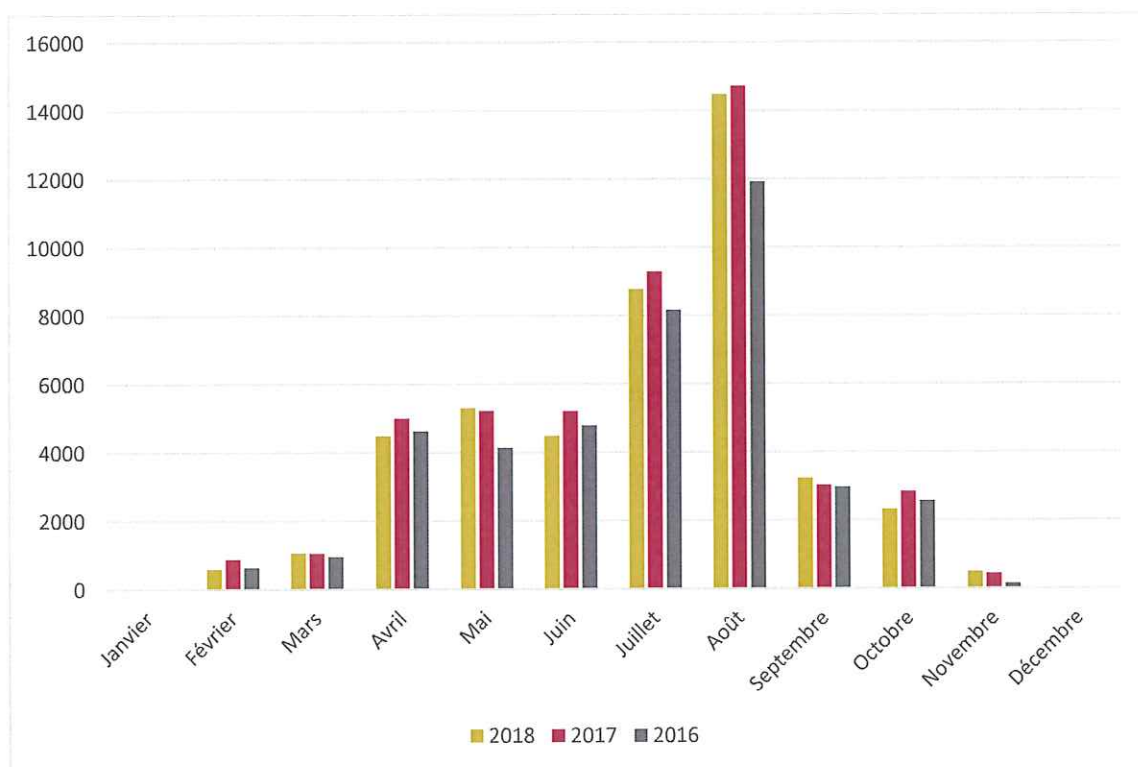
ANNEXE D

Actions de Communication & Commercialisation 2018

LES ACTIONS DE COMMUNICATION ET DE COMMERCIALISATION 2018

ÉVOLUTIONS DE LA FRÉQUENTATION ET PROFIL DE CLIENTÈLES

Une analyse détaillée des flux de clientèles est réalisée chaque saison afin de faire le bilan des actions de communication mises en place. Cela permet de constater les opérations qui ont fonctionné, et de réajuster le plan de communication pour la saison suivante.



Ce sont les mois d'été, et plus particulièrement le mois d'août, qui ont permis l'envolée de la fréquentation. 51,36 %, c'est la part de fréquentation annuelle que représentent les mois de juillet et août, soit plus de 23 000 visiteurs.

Nous avons atteint des pics de fréquentation à la journée de 800 voire 900 visiteurs, soit 26 visiteurs par départ de visite en moyenne, et ce toujours sur les mois de juillet et août.



Nous accueillons trois grandes typologies de visiteurs sur l'année.

- **INDIVIDUELS : 80 % de la clientèle totale** (comme en 2017). Il s'agit surtout de familles venant le week-end, pendant les vacances scolaires et jours fériés.

C'est encore une fois sur cette clientèle que nous avons constaté la hausse de fréquentation la plus notable. Le changement de nom du site a encore fait ses preuves, la « Grotte de la Pierre de Volvic » est un nom plus évocateur et suscite un engouement prononcé de la part de nos visiteurs.

- **GROUPES : 20 % de la clientèle totale** (comme en 2017).

La part des groupes dans la clientèle globale baisse, cependant en nombre de visiteurs, nous sommes stables.

- *Groupes adultes* (41,5 % de la clientèle groupe, soit 8 % de la clientèle totale) : printemps et automne. Il s'agit essentiellement de seniors. Pour cette cible, la journée combinant la visite de la Grotte, le déjeuner et la découverte du Volcan de Lemptégny est un bon produit d'appel. Outre l'aspect pratique pour le visiteur d'avoir un seul contact pour gérer son programme, le tarif d'appel reste abordable.
- *Groupes scolaires* (58,5 % de la clientèle groupe, soit 11,5 % de la clientèle totale) : printemps et automne en semaine. Nous accueillons surtout des classes de primaire. Pour les collégiens et lycéens, où les sorties sont en partie conditionnées par le lien avec les programmes scolaires, la Grotte est plus difficile à proposer.

Avec l'augmentation de la clientèle individuelle, nous constatons que la saisonnalité est de plus en plus marquée, d'où l'importance de conserver, voir développer la clientèle groupe sur les franges de saison.

- **PROVENANCE :**

- 36 % de nos visiteurs sont originaires de la région Auvergne Rhône Alpes.
- La clientèle étrangère ne représente que 5 % de la fréquentation globale (notons une légère hausse par rapport à 2016). Parmi ces 5%, nous avons accueillis 25% de belges, ainsi que 18% de Suisses et de Néerlandais, soit à eux trois plus de 60% de notre clientèle étrangère. La visite est sous-titrée en anglais mais la narration sonore est uniquement proposée en français, ce qui, nous l'imaginons, peut être un frein pour les étrangers.



LES ACTIONS 2018 EN DÉTAIL

Le plan de communication et de commercialisation semestriel est prévu chaque année afin d'anticiper les actions à mener par clientèle et par période.

Dans un esprit de cohérence, nous collaborons avec le Volcan de Lemptégny afin de proposer des formules à la journée qui conviennent à nos visiteurs (pass pour les individuels, produits complets pour les groupes). La mutualisation des moyens est importante, d'autant plus que nous proposons des activités complémentaires et nos profils de clientèle sont similaires.

Toutefois, nous réalisons de plus en plus d'opérations différenciées pour développer la notoriété de la Grotte de la Pierre : spots radio, affichage, vidéos promotionnelles...

• COMMUNICATION

Il s'agit de l'ensemble des opérations visant à se faire connaître (accroissement de la notoriété) aussi bien auprès des locaux que des visiteurs en séjours et à améliorer l'image de marque du site. L'objectif est de diffuser « *le bon message, aux bonnes personnes et au bon moment* ».

S'agissant de la clientèle régionale, nous sommes conscients que la Grotte manque encore de notoriété. Aussi, la majorité des actions sont réalisées à l'échelle locale (département).

Pour la clientèle touristique de passage, les principaux canaux de connaissance sont le site internet, et le relais de promotion des professionnels du tourisme.

Nous travaillons aussi bien sur des documents d'informations élaborés en interne que sur des outils de promotion via des supports externes (spots, encarts...).

De manière générale, nous travaillons sur les actions suivantes :

- Brochure individuelle, groupe et pédagogique,
- Newsletters d'informations,
- Dossier de presse, communiqués et articles de presse,
- Publipostages sur des cibles de clientèles particulières : associations, scolaires...
- Prospection : autocaristes, participation à des salons...
- Association à des manifestations : salons, partenariat...
- Encarts dans différentes brochures : bulletins municipaux, manifestations culturelles ou sportives, journaux...
- Gestion internet...

Supports permanents

Vous trouverez un exemplaire de chaque support permanent édité, à savoir :



- **Plaquette individuelle** éditée à 130 000 exemplaires. Nous conservons 50 000 brochures sur place qui sont distribuées à l'accueil, sur les salons, sur les bourses aux documents interprofessionnelles et envoyées aux clients sur demande... L'autre partie est diffusée par Touring Info Service, prestataire possédant des meubles de dépôts dans les offices de tourisme, hôtels, campings, sites touristiques en Auvergne, et sur les départements limitrophes (19, 42). Nous n'avons quasiment pas eu de reliquats cette saison.

De même, les **affiches** sont distribuées sur les mêmes points d'informations que les brochures.

- **Dossier groupe** : associations 3^{ème} âge, sportives...
- **Dossier pédagogique**
- **Dossier de presse**

Chaque support est envoyé sur demande par courrier ou par mail, ou téléchargeable sur le site internet.

- **Sets de table** édités à 120 000 exemplaires puis distribués dans le Sancy, auprès de nos partenaires hébergeurs et restaurateurs ainsi que dans les Combrailles et sur Clermont-Ferrand.

Newsletters pour les professionnels du tourisme

Ces dernières sont envoyées à différentes périodes de l'année suivant nos actualités : réouverture, vacances scolaires, saison estivale... Nous les faisons parvenir aux offices de tourisme (Puy de Dôme et départements limitrophes), hébergements, comités d'entreprises... Ces informations sont exclusivement diffusées par mail via un logiciel professionnel (Mailjet). Le but est de tenir informés les professionnels de notre fonctionnement afin qu'ils relaient l'information à leurs clients.

Publipostages et e-mailings ponctuels

En outre, nous complétons nos actions par des opérations de mailings dédiées à des cibles prioritaires avec un discours orienté.

- Les **autocaristes** via des actions d'envois de documentation en partenariat avec d'autres structures (Relais des Puys, Il Etait une Fois Saint-Nectaire et les Fontaines Pétrifiantes de Saint Nectaire). Cet envoi s'effectue en juin auprès de 1500 contacts mail sachant que les autocaristes collectent les informations de l'année suivante pour concevoir leurs circuits.

Nous réalisons deux envois complémentaires dans l'année (octobre et janvier)

- Les **scolaires** : cette action est menée à la rentrée des classes sur les établissements clients et les secteurs géographiques porteurs :
 - Primaire : 4000 écoles (départements limitrophes)
 - Collège : 900 établissements (national)
 - Lycée : 630 établissements (national)
 - Tous nos anciens clients

Nous envoyons une relance par mail auprès des établissements privés et de nos anciens clients.



Les inspections académiques et DAAC (Délégués académiques de l'action culturelle) servent de relais d'information auprès des professeurs.

- Les **centres de loisirs** en février en vue des vacances de pâques, d'été et de Toussaint (63 et 03).
- **Maisons d'enfants** (63) : structures accueillant les groupes scolaires dans le cadre de classes découvertes – envoi des tarifs et des dossiers scolaires.
- **Associations diverses** : camping-caristes, associations sportives, fédérations, clubs services...

Participation à des salons et manifestations

Ces manifestations visent à développer notre notoriété en rencontrant en direct le public. Pour des raisons budgétaires (coût onéreux des stands), et parce qu'il est difficile de mesurer les retours, nous ne réalisons plus de salons grands publics. Nous participons à quelques workshops professionnels avec un contact plus qualitatif et privilégié.

- **Salon des Voyages Perraud** : janvier 2018 / Grenoble.
- **Assemblée générale de la Fédération des Campings d'Auvergne** : janvier 2018 / Royat.
- **Mahana** : mars 2018 / Lyon.
- **Workshop autocaristes « Marché des Voyages »** : novembre 2018 / Beaujolais « Hameau du Bœuf ».

Plusieurs autocaristes de la région Rhône-Alpes (Courriers des Dombes, Chazot-Migratour, Buchet, Chabanne) invitent les responsables d'associations à rencontrer des prestataires d'activités pour leurs projets de sorties. Le contact direct avec les décideurs est bénéfique dans la mesure où nous présentons personnellement nos prestations.

Le Comité Régional du Tourisme Auvergne Rhône Alpes représente la région et les prestataires sur différents salons professionnels et grands publics au cours de l'année.

Relations Presse

Nous avons continué notre collaboration avec France bleu en réalisant des interviews régulières sur le fonctionnement et le déroulement de la saison. D'autres médias locaux ont été contactés : Chérie FM, La Montagne...

Quelques articles presses seront joints.

Média radio

Nous opérons une **action de spot par an avec France Bleu Pays d'Auvergne sur la période mai/juin auprès des locaux ainsi que des opérations de jeux antenne.**



Nous travaillons aussi avec collaboration avec d'autres radios sur des opérations de jeux-antenne : Nostalgie, Radio Scoop (juillet-août).

Encarts : supports papier

Nous ne démultiplions pas les parutions sachant qu'il est assez difficile de mesurer les retombées par rapport aux frais engagés. Cependant, il est primordial d'être présent pour susciter l'envie de visiter ou de nous connaître mieux.

Nous avons acheté des encarts de manière ponctuels sur des supports en adéquation avec notre activité :

- **Guide de poche de l'été 2018**
- **Pass Découverte**
- **Carte des Gîtes de France :**
 - 6000 exemplaires
 - Diffusion : offices de tourisme, annonceurs,
- **Plan de Ville du Club hôtelier Clermontois :**
 - Quantité : 40 000 exemplaires
 - Diffusion : adhérents du Club Hôtelier, taxis, aéroports, restaurants, sites touristiques
- **Magazine amicale du Personnel du CHU :**
 - Quantité : 7200 exemplaires
 - Cible : employés du CHU et de l'Hôpital Estaing
- **Cahier « Escapades »** : magazine dédié aux autocaristes
- **Guide de l'été 2018 du Petit Gourmet**
- **Agenda de poche de la Ville de Volvic**
- **Classes découvertes** : magazine annuel d'idées séjours envoyé dans tous les établissements scolaires
- **Le Mag DECOUVERTE FRANCE Séniors**
- **Guide du Petit futé**

Campagnes d'affichage

Afin de lancer la saison, et promouvoir au niveau local la Grotte, nous avons pris plusieurs campagnes d'affichage auprès de divers prestataires. Le but, être présents sur des lieux de passages variés et susciter l'attention de potentiels clients.



Ces campagnes ont été citées par les visiteurs comme raison de leur venue. Cependant, il est difficile de quantifier le retour exact.

Nous avons aussi pris des spots sur les écrans du Panoramique des Dômes : de février à novembre. Cette opération s'avère très efficace sachant que le puy de Dôme accueille chaque année près de 400 000 voyageurs (398 000 en 2018).

Statistiques du site internet

La billetterie en ligne a été largement utilisée ainsi que les comptes dédiés aux professionnels du tourisme partenaires. Quoi qu'il en soit, depuis la mise en place de ce système nous constatons que les échanges sont plus fluides, malgré quelques défauts du système *(le bilan est expliqué en pièce jointe)*.

Autres actions sur internet

- Gestion des informations concernant la Grotte de la Pierre de Volvic sur les sites internet parlant de nous. Nous mettons à jour les fiches nous concernant de manière à fournir les bonnes informations. Ce travail consiste aussi à augmenter le référencement naturel de notre site internet par des créations de lien entre sites web.
- Référencement sur des sites internet payants : Takatrouver, Planet, Acora...
- Suivi de notre page Facebook avec un jeu concours tout au long de l'été : Le but ? Faire connaître l'artisanat local et fidéliser notre communauté.
- Suivi de notre page Instagram, pour multiplier les canaux de présence sur le net.
- Suivi de notre e-réputation : Google, Pages Jaunes, TripAdvisor (nous avons un compte professionnel nous permettant de répondre aux avis).

Nous avons pour projet en 2019 de développer encore notre notoriété via les réseaux sociaux avec la mise en place de publications sponsorisées afin de créer une interaction avec les utilisateurs.

• COMMERCIALISATION

La politique commerciale consiste à prospecter, rechercher des points de vente, organiser des réseaux.

Opérations de prospections par cible : B to C

La plupart des actions de communication sont complétées par des actions de commercialisation de façon à réaliser le suivi des mailings et avoir un contact direct avec les prospects :

- **Maisons d'Enfants** : nous avons contacté les centres d'accueil les plus importants de la région fin 2018 afin d'échanger sur nos prestations, notamment sur les scolaires.



Nous avons établi en fin d'année un bilan sur les partenariats mis en place avec les maisons d'enfants et renouvelé le partenariat pour 2019. Sachant qu'environ 40% des réservations de groupes scolaires passent par l'intermédiaire de ces prescripteurs, il est primordial d'entretenir de bonnes relations de travail.

- **Autocaristes** : nous avons effectué des opérations de prospections téléphoniques au printemps et réalisés des rendez-vous dans les agences d'octobre à décembre 2018 (dans un périmètre de 2h30 autour du volcan) : Michel Voyages, Autocars ouvriers, Voyages Micheline, ...

- **Hôtels Organiseurs de séjours** : La Gazelle, Le Gergovia, Le Mercure, ...

- **Centres de Loisirs, camping-caristes...**

- **Comités d'entreprises du Puy de Dôme** : Participation au Salon CE avec la région AURA

Promotion des ventes et mise en place partenariats

Outre les actions directes, nous collaborons avec les partenaires et professionnels du tourisme et les prescripteurs dans une logique de réseaux afin de démultiplier les canaux de vente :

Les prestataires touristiques sont de véritables prescripteurs. Aussi, dans une logique de partenariat, nous leur proposons des outils de promotion de notre site, ainsi que des avantages tarifaires pour leurs clients :

- **Système de contremarques** : nous accordons au titulaire du coupon une réduction. Sachant que le nom de la structure diffusant les contremarques est mentionné, il nous est possible de mesurer les retours.

- **Billetterie professionnelle** : nous avons développé une billetterie internet mutualisée avec le Volcan de Lemptégy. Ce système accessible au grand public a été décliné pour les professionnels afin de leur permettre de vendre nos prestations en amont des séjours des visiteurs à des tarifs préférentiels.

L'interface de notre billetterie doit être complètement remaniée en 2020 grâce à un nouveau logiciel, succession logique du changement au Volcan de Lemptégy. Nous espérons ainsi développer les partenariats et les ventes de billets par les professionnels, et d'ainsi fluidifier l'utilisation de la billetterie.

- **Billets non datés CE** : Meyclub, Sogec Gestion...

Cela nous permet de multiplier nos canaux de vente et de répondre à une problématique actuelle : l'achat de prestations touristiques se fait en amont des vacances, mais aussi sur le lieu de villégiature.

Promotion des ventes : coupons de réductions

- Opération promotionnelle avec l'Espace Information des Eaux de Volvic afin de créer des interactions entre nos deux sites.



- **chéquier découverte** (100 000 exemplaires).

- Les adultes au prix enfant pour les journées du Patrimoine : cela n'a pas fonctionné.

- Offre pour les habitants de Volvic

- VVX : il s'agit d'une belle initiative pour mettre en valeur notre territoire naturel, mais aussi tous nos savoir-faire locaux. Du point de vue de la fréquentation, le fait que l'événement soit le week-end de l'Ascension a rendu plus difficile l'estimation des retombées directes, sachant qu'en terme de tourisme, il s'agit du pont le plus important de l'année.

Une offre tarifaire pour visiter la Grotte de la Pierre a été proposée aux coureurs.

Résultats des principales offres tarifaires.

PARTENAIRE	OFFRE	RETOUR
PASS GROTTES / VOLCAN	Tarif groupe pour les individuels	9768
CARTE CEZAM	Tarif groupe	356
HÉBERGEURS	Tarif groupe	1411
EAUX DE VOLVIC	Adulte au prix enfant	801
CHEQUE DECOUVERTE	Adulte aux prix enfant	265
IGESA ENVAL	Tarif groupe	271
MEYCLUB	Tarif groupe	385

