

Délibération n°10.04

L'AN deux mille vingt le mardi 08 décembre, le conseil communautaire, convoqué le 02 décembre 2020 s'est réuni à Mozac, Salle l'Arlequin, à 18 heures 30 minutes, sous la présidence de M Frédéric BONNICHON, Président.

**Effectif légal du conseil
communautaire :**

60

**Nombre de conseillers
en exercice :**

60

**Nombre de conseillers
présents ou représentés :**

60

Nombre de votants :

60

Date de convocation :
02 décembre 2020

**Date d'affichage du
compte-rendu :**
16 décembre 2020

**Objet : Rapports annuels
retracant l'exécution des
délégations de services
publics en 2019 :**
La Grotte de la pierre de Volvic :
**rapport du délégataire la SARL
Maison de la pierre**

PRESENTS

Mme ABELARD Nathalie, M BEAURE Nicolas, M BELDA José, Mme BERTHELEMY Hélène, M BIGAY Bertrand, M BOISSET Jean-Pierre, M BONNICHON Frédéric, M BOUCHET Boris, M BRAULT Charles, Mme CACERES Marie, M CARTAILLER Philippe, M CAZE Alain, M CHASSAGNE Eugène, M CHASSAING Pierre, M DE ABREU Jérôme, Mme DE MARCHI Véronique, M DEAT Alain, M DERSIGNY Eric, M DESMARETS Pierre, M DUBOIS Gérard, M DUCHÉ Dominique, Mme DUPONT Laurence, M GAILLARD Philippe, M GAUTHIER Patrice, M GRENET Daniel, Mme GRENET Michèle, M GRENET Roland, M HEBRARD Jean-Pierre, Mme HOARAU Catherine, M IMBERT Didier, M JEAN Daniel, Mme LAFARGE Anne-Catherine, M MAGNET Fabrice, M MAGNOUX André, Mme MARTINHO Corinne, M MELIS Christian, M MICHEL Didier, Mme MOURNIAC-GILORMINI Virginie, M PECOUL Pierre, Mme PERRETON Régine, Mme PIRES-BEAUNE Christine, M RAYMOND Vincent, M RAYNAUD Jean-Louis, M REGNOUX Marc, M ROUGEYRON Denis, Mme VAUGIEN Evelyne, M VERMOREL Pierrick, Mme VEYLAND Anne, M VILLAFRANCA Grégory, M WEINMEISTER Nicolas, **titulaires.**

Mme GRENIER Arlette, Mme PALASSE Brigitte, **suppléantes.**

ABSENTS EXCUSÉS :

Absents représentés ou suppléés :

- M AGBESSI Eric *a donné pouvoir* à M DUBOIS Gérard,
- M AYRAL Jean-Paul *a donné pouvoir* à M MELIS Christian,
- M CHAUVIN Lionel *a donné pouvoir* à Mme CACERES Marie,
- M MESSEANT Jean-François *a donné pouvoir* à Mme ABELARD Nathalie,
- Mme PANIAGUA Murielle *a donné pouvoir* à M REGNOUX Marc,
- Mme PARRAIN Karine *a donné pouvoir* à M BRAULT Charles,
- Mme ROUSSEL Sandrine *a donné pouvoir* à M PECOUL Pierre,
- M THEVENOT Laurent *a donné pouvoir* à Mme DUPONT Laurence,

- M BARBECOT Jacques, conseiller communautaire unique de PULVERIERES, remplacé par Mme GRENIER Arlette, suppléante,
- M CHANSARD Gérard, conseiller communautaire unique de CHARBONNIERES-LES-VARENNES, remplacé par Mme PALASSE Brigitte, suppléante,

<> <> <> <> <>

Secrétaire de Séance : M CHASSAGNE Eugène

Rapport n°10.04 – Rapports annuels retraçant l'exécution des délégations de services publics en 2019 :

La Grotte de la pierre de Volvic : rapport du délégataire la SARL « Maison de la pierre »

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales, et notamment l'article L.1411-3 qui prévoit que le délégataire doit produire chaque année un rapport retraçant la totalité des opérations afférentes à l'exécution de la délégation de service public et une analyse de la qualité du service et que ce rapport doit être soumis à l'assemblée délibérante qui en prend acte,

Considérant le rapport établi par la SARL « Maison de la pierre de Volvic » exploitant de la Grotte de la Pierre, Considérant que ce rapport a fait l'objet d'une présentation en commission de contrôle financier et en commission consultative des services publics délégués réunies le 19 novembre 2020.

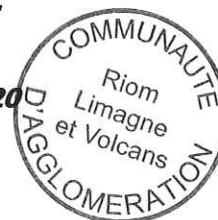
Le conseil communautaire sur proposition du Président prend acte du rapport annexé établi par la SARL « Maison de la pierre de Volvic ».

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

***Pour extrait conforme.
A Riom, le 09 décembre 2020***

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.421-1 et suivants du Code de Justice Administrative et L.231-4 du Code des Relations entre le Public et l'Administration).



RAPPORT DU DELÉGATAIRE 2019 À LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES RIOM LIMAGNE ET VOLCANS



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 2019 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 2019 pour un montant global de 5 301 €.
- **Redevance** : pour la période de référence du 16 novembre 2018 au 15 novembre 2019, la fréquentation a été de 46 350 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 36 153 €. Le versement a été effectué le 06 janvier 2020.
- **Maintenance des appareils de levage (ascenseur et élévateur)** par la société AUVERGNE ASCENSEURS (1 139 €)
- **Maintenance des appareils vidéo** par la société AUDIO SOFT (2 814 €).
- **Assurances Multirisques** : quittance MMA pour 2018 (5 060 €).
- **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 IMPLID (3 397 €) 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 (23 771 €). Sont incluses les dépenses dans le cadre d'actions commerciales ainsi que la participation à des salons.
- **Téléphone – Internet** : factures ORANGE (1 763 €).
- **Rémunérations** : voir détail paragraphe h.
- **Droits d'auteur** : SACEM et SACD (9 911 €).
- **Dotations aux amortissements** des investissements des exercices calculés 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** pour un montant de 10 166 €.

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

- Entrées pour 285 105 € ;
- Prestation Atelier d'émaillage pour 13 771 € ;
- Commissions sur les ventes des artisans émailleurs 6 063 € ;
- Recettes Boutique pour 129 059 € (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.

Détail du personnel :

Type de contrat	Nombre	Rémunération Brute	Charges Sociales
CDI	2	129 241 €	50 217 €
CDD de 1 à 8 mois	3		

Détail du personnel extérieur (personnel de SARL Volcan de Lemptégy) : 19 761 €

Fonction	Nombre	Salaires + Charges Sociales
Communication	1	7 443 €

Réservation	1	4 674 €
Administratif	2	7 644 €

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 près de 15 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, les visiteurs peuvent venir découvrir l'intérieur d'un Volcan et circuler dans une coulée de lave. Sachant que nous retrouvons des traces de trachyandésite dans les coulées de lave et les dykes de Lemptégy, prolonger la découverte du côté de Volvic prend tout son sens. Les animateurs scientifiques du Volcan sont ainsi de véritables prescripteurs et de bons ambassadeurs pour présenter tout l'intérêt de la Grotte de la Pierre.

Même s'il est toujours difficile de quantifier exactement l'impact du Volcan de Lemptégy sur la fréquentation de la Grotte de la Pierre, nous constatons continuellement que la plupart des visiteurs ont fait le Volcan avant de se rendre à la Grotte. Et donc, plus le Volcan se développe, plus la Grotte bénéficie de cet effet.

D'un point de vue commercial, cette synergie prend la forme d'un billet commun (avec des tarifs préférentiels) proposé non seulement en caisse, mais aussi sur la billetterie internet, et au moment de toutes les réservations effectuées par les groupes d'adulte et de scolaires.

En termes de communication, nous associons constamment le Volcan et la Grotte dans les opérations de promotion pour plus de cohérence (voir annexes).

2019, l'année record

La saison 2019 s'est révélée être l'année record avec près de 50 000 visiteurs, soit une augmentation de + 9.6 % par rapport à 2018. Ce succès est en grande partie dû à l'inscription de la Chaîne des Puys – Faille de Limagne au Patrimoine Mondial de l'UNESCO. Depuis, des actions communes ont été réalisées afin de montrer les richesses de notre territoire. En effet, différents sites touristiques (dont la Grotte, représentée par la commerciale du Volcan) se représentent ou participent ensemble à des salons grand public, professionnels en France ou à l'étranger. Ainsi, la Grotte bénéficie pleinement de ce développement.

Nous constatons toujours l'intérêt pour la visite de la part des locaux, mais aussi des visiteurs venus d'autres régions, attirés par la thématique de la visite : le savoir-faire et l'histoire humaine.



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 une journée à 900 visiteurs.

Le point info-tourisme de Terra Volcana au parc de la Source a, tout comme 2018, un réel impact quant au trafic. Notre prestataire Touring Info-Services confirme la tendance 2018 sur le fait que notre brochure est beaucoup plus reconnue visuellement depuis le changement de logo. Nous gagnons donc beaucoup en notoriété. Nous sommes également bien vendus et défendus par les offices de tourisme où nous sommes référencés.

Réflexion sur l'organisation

La saisonnalité étant assez courte, il a fallu s'adapter au maximum afin de gérer les flux intenses de fréquentation. L'équipe a fait de son mieux mais il y a des points matériels qu'il faudrait améliorer dans les années à venir :

- Le parking que nous partageons avec Volvic Organic Resort est quasi tous les jours saturé en période estivale ;
- Le bâtiment d'accueil est très exigu avec une seule porte pour les entrées et les sorties. Il est très difficile de circuler en cas d'arrivée massive de visiteurs, surtout par temps de pluie où la fréquentation est la plus grande.

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.

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 depuis quelques années. Nous avons pris en compte les remarques des visiteurs et avons mis en place depuis 2018 un livret d'activités à destination des 5-12 ans. Nous offrons à tous les enfants payants ce carnet avec un mini-cube en pierre de Volvic acheté auprès de Thierry Courtadon. Ce geste est très apprécié par nos visiteurs : c'est un souvenir durable. Nous avons donc renouvelé cette démarche en 2019. Le succès est toujours le même.

Le principe de scénovision est parfois controversé dans la mesure où les visiteurs ne peuvent pas contempler la galerie à leur rythme. La cadence de visite est imposée par l'enchaînement des vidéos. Nous avons donc pris en compte cette remarque et avons souhaité mettre en place une « visite autrement » afin de satisfaire au mieux nos clients. Nous avons donc organisé une visite nocturne en partenariat avec la LPO Auvergne. La Grotte étant sur le territoire de la réserve naturelle des Cheires, il nous paraissait normal de mettre l'accent sur les chauves-souris. De part ce choix, nous avons touché un public différent et plus familial car cet animal plaît beaucoup aux enfants. Pour tester notre choix, nous n'avons organisé qu'une seule date qui correspond à la Nuit Européenne des Chauves-Souris qui a lieu tous les ans à la fin août. L'évènement a beaucoup plus. Nous souhaitons donc renouveler ce type de prestation à l'avenir.

Dans la même démarche de « visite autrement », nous avons mis à disposition la Grotte pour une soirée de la terreur le 6 novembre 2019. Toute une installation a été mise en place dans la Grotte pour une société clermontoise afin que leurs équipes vivent une expérience inédite dans un lieu totalement atypique. Le résultat a été au rendez-vous : tous les participants ont été ravis de leur soirée organisée en partenariat avec Volvic Organic Resort.

Boutique

La boutique de la Grotte est à la fois en accès libre mais aussi un passage obligé en fin de visite. C'est un grand avantage. Les clients apprécient la diversité de nos références : artisanat, produits locaux, alimentaire, jeux, librairie... L'enjeu est de proposer régulièrement des nouveautés afin de ne pas lasser les acheteurs réguliers. Notre force provient essentiellement de l'artisanat local autour de la pierre. Mais pas seulement, étant sur le territoire de la réserve naturelle des Cheires, nous avons développé un rayon dédié aux Chauves-Souris. Nous avons constaté que ce thème est très porteur auprès de tous les publics, à la fois enfants mais pas seulement.

Par ailleurs, grâce à notre fréquentation en constante augmentation, nous proposons de plus en plus de produits à l'effigie de notre site et son territoire : mugs, magnets, stylos, dessous de plat... Ce secteur est en constante augmentation.

III – Compte rendu technique et financier

Actions de communication et commerciales

Afin que vous puissiez mesurer les moyens mis en œuvre pour la promotion du site, voici un résumé chiffré de nos actions de communication et commerciales pour l'année 2019 :

POSTE	MONTANT HT
Affichage	
EXTERION MEDIA – ECRAN PANORAMIQUE	4 432.00 €
PANORAMIQUE DES DOMES - ECRANS	3 019.00 €
Achat d'espace publicitaire	
OCTOPUS COMMUNICATION – Chéquier Découvertes	825.00 €
ACORA – Guide Classes Découvertes	405.00 €
PLANET – Guide « Sorties & Activités »	60.00 €
AGENDA 2019 VOLVIC	480.00 €
MAG AMICALE DU CHU	142.50 €
BUS & CAR - CAHIERS ESCAPADES	400.00 €
LE MANUEL DE L'ENSEIGNANT	577.00 €
LE MAG DECOUVERTE FRANCE - Seniors	500.00 €
GITE DE France – AGÎTEZ VOUS	1 035.00 €
PLAN TOURISTIQUE – CLERMONT AUVERGNE TOURISME	400.00 €
Référencement	
ACORA - Guide Sorties Régionales (Ecoles, Familles, ...)	Offert
GUIDE PLANET	Offert

Spots Radio	
FRANCE BLEU Jeu Antenne	OFFERT
RADIO SCOOP Jeu Antenne	OFFERT
VIRGIN RADIO Campagne Juillet – Août + Jeu antenne	1 430.96
Salons	
DESTINATION NATURE (Paris)	875.00 €
SALON RANDONNEUR (Lyon)	750.00 €
SALON CE	425.00 €
FRHPAA – Workshop Camping Auvergne	41.67 €
BOURSE AU DOCS CORREZE	10.00 €
BOURSE AU DOCS LOIRE	
MAHANA (Lyon)	850.00 €
Supports/Mailing	
Mailing Primaire	1332.94 €
FLYERS EAUX DE VOLVIC	20.00 €
Brochures (200 000 exemplaires)	2 551.00 €
Sets de table (130 000 exemplaires)	1 914.00 €
Diffusion Brochures	
TOURING INFO SERVICE	2 516.00 €
Adhésion aux Offices de Tourisme	
OT TERRA VOLCANA	420.00 €
OT VOLCAN SANCY	310.08 €
OT MASSIF SANCY	750.00 €
CLERMONT AUVERGNE TOURISME	750.00 €
OT AUVERGNE VOLCAN SANCY	90.00 €
OT DES COMBRAILLES	212.50 €

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

Fréquentation 2019

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

Tarifs 2019

Les tarifs appliqués en 2019 sont ceux apparaissant en **annexe C**

Autres recettes d'exploitation en 2019

Comme le fait ressortir le bilan établi pour 2019, 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)	97 063.14 €
Vente de livres	15 056.70 €
Vente de produits alimentaires	9 696.25 €
Vente de boissons	5 441.96 €
Vente de textile	1 448.54 €

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 6 063 € sur ces ventes.

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

Le délégué,
Philippe MONTEL





ANNEXE A

Compte de résultat &

Compte de résultat détaillé

COMPTE DE RESULTAT

	Exercice N 31/12/2019 12			Exercice N-1 31/12/2018 12	Ecart N / N-1	
	France	Exportation	Total		Euros	%
PRODUITS D'EXPLOITATION (1)						
Ventes de marchandises	129 059		129 059	107 842	21 217	19.67
Production vendue de Biens						
Production vendue de Services	305 097		305 097	282 902	22 195	7.85
CHIFFRE D'AFFAIRES NET	434 156		434 156	390 745	43 412	11.11
Production stockée						
Production immobilisée						
Subventions d'exploitation			1 483		1 483	
Reprises sur dépréciations, provisions (et amortissements), transferts de charges			39		39	
Autres produits			168	5	163	NS
TOTAL DES PRODUITS D'EXPLOITATION (I)			435 845	390 750	45 096	11.54
CHARGES D'EXPLOITATION (2)						
Achats de marchandises			69 940	57 415	12 525	21.81
Variation de stock (marchandises)			2 972	4 159	7 131	171.45
Achats de matières premières et autres approvisionnements			59	181	122	67.53
Variation de stock (matières premières et autres approvisionnements)						
Autres achats et charges externes *			113 180	113 161	19	0.02
Impôts, taxes et versements assimilés			4 067	4 447	381	8.56
Salaires et traitements			129 241	123 501	5 740	4.85
Charges sociales			50 217	44 822	5 395	12.04
Dotations aux amortissements et dépréciations						
Sur immobilisations : dotations aux amortissements			1 703	3 514	1 811	51.53
Sur immobilisations : dotations aux dépréciations						
Sur actif circulant : dotations aux dépréciations						
Dotations aux provisions						
Autres charges			9 960	10 623	663	7.97
TOTAL DES CHARGES D'EXPLOITATION (II)			381 339	353 707	27 632	7.81
1 - RESULTAT D'EXPLOITATION (I-II)			54 507	37 043	17 464	47.14
QUOTES-PARTS DE RESULTAT SUR OPERATIONS FAITES EN COMMUN						
Bénéfice attribué ou perte transférée (III)						
Perte supportée ou bénéfice transféré (IV)						

imp/ld

(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	
	31/12/2019	12/31/2018	Euros	%
PRODUITS FINANCIERS				
Produits financiers de participations (3)				
Produits des autres valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé (3)	61		61	
Autres intérêts et produits assimilés (3)		255	255	100.00
Reprises sur dépréciations et provisions, transferts de charges				
Différences positives de change				
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement				
TOTAL V	61	255	194	75.97
CHARGES FINANCIERES				
Dotations aux amortissements, dépréciations et provisions				
Intérêts et charges assimilées (4)	127	214	88	40.96
Différences négatives de change				
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement				
TOTAL VI	127	214	88	40.96
2. RESULTAT FINANCIER (V-VI)	65	41	106	261.04
3. RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS (I-II+III-IV+V-VI)	54 441	37 084	17 358	46.81
PRODUITS EXCEPTIONNELS				
Produits exceptionnels sur opérations de gestion	914	10	904	NS
Produits exceptionnels sur opérations en capital				
Reprises sur dépréciations et provisions, transferts de charges				
TOTAL VII	914	10	904	NS
CHARGES EXCEPTIONNELLES				
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion	1 351	13	1 338	NS
Charges exceptionnelles sur opérations en capital				
Dotations aux amortissements, dépréciations et provisions				
TOTAL VIII	1 351	13	1 338	NS
4. RESULTAT EXCEPTIONNEL (VII-VIII)	437	3	434	NS
Participation des salariés aux résultats de l'entreprise (IX)				
Impôts sur les bénéfices (X)	10 166	5 202	4 964	95.42
TOTAL PRODUITS (I+III+V+VII)	436 821	391 015	45 807	11.71
TOTAL DES CHARGES (II+IV+VI+VIII+IX+X)	392 982	359 136	33 847	9.42
5. BENEFICE OU PERTE (total des produits - total des charges)	43 839	31 879	11 960	37.52

implid

* Y compris : Redevance de crédit bail mobilier
: Redevance de crédit bail immobilier
(3) Dont produits concernant les entreprises liées
(4) Dont intérêts concernant les entreprises liées

DETAIL COMPTE DE RESULTAT

	Exercice N 31/12/2019 12	Exercice N-1 31/12/2018 12	Ecart N / N-1	
			Euros	%
VENTES DE MARCHANDISES	129 059	107 842	21 217	19.67
70710010 SOUVENIRS 20.00 %	97 403	62 148	15 255	18.57
70710200 LIBRAIRIE 5.50 %	12 006	9 892	2 124	21.50
70710310 LIBRAIRIE 20.00 %	3 135	3 079	57	1.84
70710400 ALIMENTAIRE 5.50 %	7 894	6 123	1 771	28.92
70710510 ALIMENTAIRE 20.00 %	1 738	1 075	664	61.75
70710600 BOISSONS 5.50 %	1 651	1 078	572	53.05
70710610 ALCOOL 20.00 %	3 783	3 533	251	7.09
70710710 VETEMENTS 20.00 %	1 449	925	524	56.67
PRODUCTION VENDUE DE SERVICES	305 097	282 902	22 195	7.85
70610000 ENTREES MAISON PIERRE	285 105	268 738	16 367	6.09
70610100 ATELIER EMAILAGE	13 771	7 194	6 587	91.69
70610200 PRESTATIONS GEOCACHING		1 024	1 024	100.00
70621050 COMMISSIONS SUR VENTES ARTISAN	6 063	5 888	174	2.98
70632000 LOCATION COUVERTURE	422	335	87	26.01
70652000 Port facturé non soumis	30		30	
70660000 RRR ACCORDES SUR VISITES	293	266	27	10.11
Chiffre d'affaires NET	434 156	390 745	43 412	11.11
SUBVENTIONS D'EXPLOITATION	1 483		1 483	
74102000 SUBVENTION POUR LA FORMAT	1 483		1 483	
REPRISES SUR DEPRECIATIONS, PROV. (ET AMORT.), TRANSF.DE CHARGES	39		39	
78174000 REPRISE SUR PROVISION CLIENT	39		39	
AUTRES PRODUITS	168	5	163	NS
75800000 Produits exceptionnels	53		53	
75863000 AJUSTEMENTS DIVERS	115	5	110	NS
Total des Produits d'exploitation	435 845	390 750	45 096	11.54
ACHATS DE MARCHANDISES	69 940	57 415	12 525	21.81
60710010 ACHAT CADEAUX DIVERS TN	26 436	22 182	4 253	19.17
60710011 ACHATS CADEAUX INTRACOMM.	6 404	6 650	246	3.70
60710020 ACHATS CADEAUX FRANCHISE DE TV	12 159	11 348	811	7.15
60710100 ACHAT LIBRAIRIE 5.5 %	7 251	6 040	1 211	20.05
60710310 ACHAT ALIMENTAIRE TN	1 601	493	1 108	224.79
60710400 ACHAT ALIMENTAIRE 5.5 %	5 036	3 274	1 762	53.80
60710510 ACHAT LIBRAIRIE TN	1 334	366	968	264.40
60710600 ACHATS BOISSONS 5.5%		74	74	100.00
60710610 ACHAT ALCOOL TN		2 330	2 330	100.00
60710710 ACHAT TEXTILES TN		198	198	100.00
60710910 ACHAT EMAUX TN	217		217	
60710920 ACHAT EMAUX FRANCHISE DE TVA	468		468	
60710930 ATELIER EMAILAGE	9 034	4 461	4 573	102.50
VARIATION DE STOCK (MARCHANDISES)	2 972	4 159	7 131	171.45
60970000 VARIATION STOCKS CADEAUX ET DI	2 972	4 159	7 131	171.45
ACHATS DE MATIERES PREMIERES ET AUTRES APPROVISIONNEMENTS	59	181	122	67.53
60261000 EMBALLAGES PERDUS	59	181	122	67.53

implid

DETAIL COMPTE DE RESULTAT

	Exercice N	Exercice N-1	Ecart N / N-1	
	31/12/2019 12	31/12/2018 12	Euros	%
AUTRES ACHATS ET CHARGES EXTERNES	113 180	113 161	19	0.02
60611000 ELECTRICITE	5 301	5 329	28-	0.53-
60612000 EAU	774	184	590	319.91
60631000 PRODUITS DIVERS D'ENTRETIEN	834	447	387	88.42
60632000 PETIT MATERIEL	1 608	1 596	12	0.76
60640000 FOURNITURES ADMINISTRATIVES	501	441	59	13.43
61310300 REDEVANCE MAISON PIERRE	36 153	33 212	2 941	8.86
61353100 HEBERGEMENT SITE INTERNET	441	398	43	10.86
61551000 ENTRETIEN MATERIEL OUTILLAGE	882	299	583	194.94
61555000 ENTRETIEN DIVERS	462	524	62-	11.90-
61560000 MAINTENANCE COPIEUR LEMPTGY	38	217	179-	82.49-
61560200 MAINTENANCE AUVERGNE ASCENSEUR	1 139	1 215	76-	6.25-
61560300 MAINTENANCE DETECTION INCENDIE	1 030	1 003	27	2.68
61560400 MAINTENANCE INSTALL. ELECTRIQU	372	313	59	18.81
61560500 MAINTENANCE STANDARD TELEPHONI	37	74	37-	50.00-
61560600 MAINTENANCE VIDEO SURVEILLANCE	497	485	12	2.44
61560700 MAINTENANCE APPAREIL DE LEVAGE	277	181	97	53.84
61560900 MAINTENANCE INFORMATIQUE	780	780		
61561000 MAINTENANCE ALARME	499		499	
61563000 MAINTENANCE CAISSE ENREGISTREU		1 031	1 031-	100.00-
61565000 MAINTENANCE APPAREILS VIDEO	2 814	2 660	154	5.00
61610000 ASSURANCE MULTIRISQUES	5 060	5 243	183-	3.50-
61860000 COTISATIONS PROFESSIONNELLES	457	348	109	31.42
62140000 INDEMNITES STAGIAIRES		600	600-	100.00-
62141000 PERSONNEL VOLCAN DE LEMPTGY	19 761	17 595	2 166	12.31
62260000 HONORAIRES	3 397	2 678	719	26.85
62270000 FRAIS D'ACTES	44	43	1	1.97
62300000 PUBLICITE	20 802	30 987	10 086-	32.65-
62310000 ANNONCES INSERTIONS	1 277	788	489	62.06
62330000 FOIRES & EXPOSITIONS	100		100	
62340000 CADEAUX A LA CLIENTELE	1 692	1 013	680	67.11
62360000 POURBOIRES ET DONS	1 171		1 171	
62610000 AFFRANCHISSEMENT	500	207	293	141.31
62620000 TELEPHONE	1 763	1 401	363	25.88
62741000 FRAIS LOCATION TPE	821	543	277	51.03
62750000 FRAIS BANCAIRES	201	201		
62770000 FRAIS VIREMENTS	14	9	6	66.28
62780000 FRAIS CHEQUES VACANCES	627	220	408	185.37
62785000 FRAIS CHEQUES CULTURE		13	13-	100.00-
62790000 FRAIS CARTES BLEUES	1 052	961	91	9.44
IMPOTS, TAXES ET VERSEMENTS ASSIMILES	4 067	4 447	381-	8.56-
63330000 ORG. FORMATION CONTINUE	395	496	101-	20.31-
63350000 ORG. TAXE D'APPRENTISSAGE		264	264-	100.00-
63511000 CET / CVAE	2 666	2 612	54	2.07
63580500 SERVICE EBOUEUR	1 006	1 076	70-	6.51-
SALAIRES ET TRAITEMENTS	129 241	123 501	5 740	4.65
64100000 REMUNERATION DU PERSONNEL	126 036	123 496	2 539	2.06
64120000 VARIAT PROV CONGES A PAYER	106	5	101	195
64140000 INDEMN.NON SOUMISES	3 100		3 100	

imp/id

DETAIL COMPTE DE RESULTAT

	Exercice N 31/12/2019 12	Exercice N-1 31/12/2018 12	Ecart N / N-1	
			Euros	%
CHARGES SOCIALES	50 217	44 822	5 395	12.04
64510000 COT. SECURITE SOCIALE	45 730	42 347	3 382	7.99
64520000 COT. MUTUELLE	438	518	79-	15.27-
64531000 COT. RETRAITE NON CADRES	1 988	2 340	352-	15.02-
64540000 COT. CHOMAGE	1 788	1 680	107	6.35
64561000 COT. PREVOYANCE NON CADRES	143	134	9	6.33
64587000 VARIAT CHARGES CONGES A PAYER	27-	4-	22-	509.89-
64750000 COT. MEDECINE DU TRAVAIL	159	209	50-	23.92-
64900000 CREDIT IMPOT COMPETIT. EMPLOI		2 400-	2 400	100.00
DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS SUR IMMOBILISATIONS	1 703	3 514	1 811-	51.53-
68111000 DOT AMORT IMMOS INCORPORELLES	719	2 025	1 305-	64.47-
68112000 DOT AMORT IMMOS CORPORELLES	984	1 489	505-	33.93-
AUTRES CHARGES	9 960	10 823	863-	7.97-
65160000 REDEVANCE SACEM	9 911	10 739	828-	7.71-
65410000 Pertes sur créances irrécouvr.	42		42	
65861000 AJUSTEMENTS CLIENTS	1		1	
65863000 AJUSTEMENTS DIVERS	6	84	78-	93.12-
Total des Charges d'exploitation	381 339	353 707	27 632	7.81
Résultat d'exploitation	54 507	37 043	17 464	47.14
PRODUITS AUTRES VALEURS MOBILIERES ET CREANCES ACTIF IMMOBILISE	61		61	
76210000 INTERETS PARTS SOCIALES	61		61	
AUTRES INTERETS ET PRODUITS ASSIMILES		255	255-	100.00-
76800000 INTERETS COMPTES A TERME		255	255-	100.00-
Total des Produits financiers	61	255	194-	75.97-
INTERETS ET CHARGES ASSIMILEES	127	214	88-	40.96-
66150000 INTERETS DES COMPTES COURANTS	126	214	88-	41.33-
66181000 Charges exceptionnelles	1		1	
Total des Charges financières	127	214	88-	40.96-
Résultat financier	65-	41	106-	261.04-
Résultat courant avant impôts	54 441	37 084	17 358	46.81
PRODUITS EXCEPTIONNELS SUR OPERATIONS DE GESTION	914	10	904	NS
77180000 PRODUITS EXCEPTIONNELS	914	10	904	NS
Total des Produits exceptionnels	914	10	904	NS
CHARGES EXCEPTIONNELLES SUR OPERATIONS DE GESTION	1 351	13	1 338	NS
67180000 CHARGES EXCEPTIONNELLES	1 351	13	1 338	NS
Total des Charges exceptionnelles	1 351	13	1 338	NS
Résultat exceptionnel	437-	3-	434-	NS

implid



ANNEXE B

Fréquentation 2019

**NOMBRE DE VISITEURS A LA GROTTTE DE LA PIERRE DE VOLVIC POUR L'ANNEE 2019
REDEVANCE POUR LA PERIODE DU 16/11/2018 AU 15/11/2019**

MOIS	TOTAL PAYANT+GRATUIT		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	
	pay	grat	grat	enfant	adulte	enfant	adulte	adulte	adulte	adulte	adulte	adulte	adulte	adulte	adulte	adulte	adulte	adulte	adulte	adulte	adulte	adulte	adulte	adulte	adulte	adulte	adulte	adulte
JANVIER	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FEBVIER	629	10	39	49	590	569	364	3	163	39	60	2	7	51	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	629
MARS	928	65	16	82	845	376	308	9	43	16	552	125	57	370	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	928
AVRIL	5 507	188	203	391	5 116	4 165	2 978	32	952	203	1 342	224	156	962	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5 507
MAI	4 870	181	98	277	4 593	2 648	2 138	22	396	92	2 222	674	159	1 385	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4 870
JUIN	5 416	181	117	298	5 118	3 022	2 566	9	350	97	2 394	866	172	1 316	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	5 416
JUILLET	9 560	368	475	843	8 717	9 111	6 432	54	2 150	475	449	103	314	32	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9 560
AOÛT	15 679	68	911	979	14 699	15 148	10 924	41	3 272	911	530	412	27	91	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15 679
SEPTEMBRE	3 799	113	98	211	3 588	2 298	1 843	24	233	98	1 501	895	89	517	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3 799
OCTOBRE	2 822	83	107	190	2 632	2 226	1 577	41	501	107	596	198	42	358	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2 822
NOVEMBRE	501	13	27	40	481	443	338	9	69	27	58	42	4	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	501
DECEMBRE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	49 710	1 273	3 069	3 310	46 350	40 006	28 668	244	8 818	3 069	2 704	3 561	1 027	5 103	24	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	49 710

TOTAL PAYANT+GRATUIT	49710
TOTAL PAYANT	46350

REDUCTIONS	Adultes	Enfants
Carte cezam	155	62
CONTREMARQUE	1859	580
Offre Eau de Volvic	1249	
Habitants Volvic	15	15



ANNEXE C

Tarifs 2019



GRILLE DES TARIFS 2019 TTC

VISITE DE LA GROTTTE 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 € + 10.70 € (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 € + 9.20 € (billet volcan)	5.20 € + 7.50 € (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

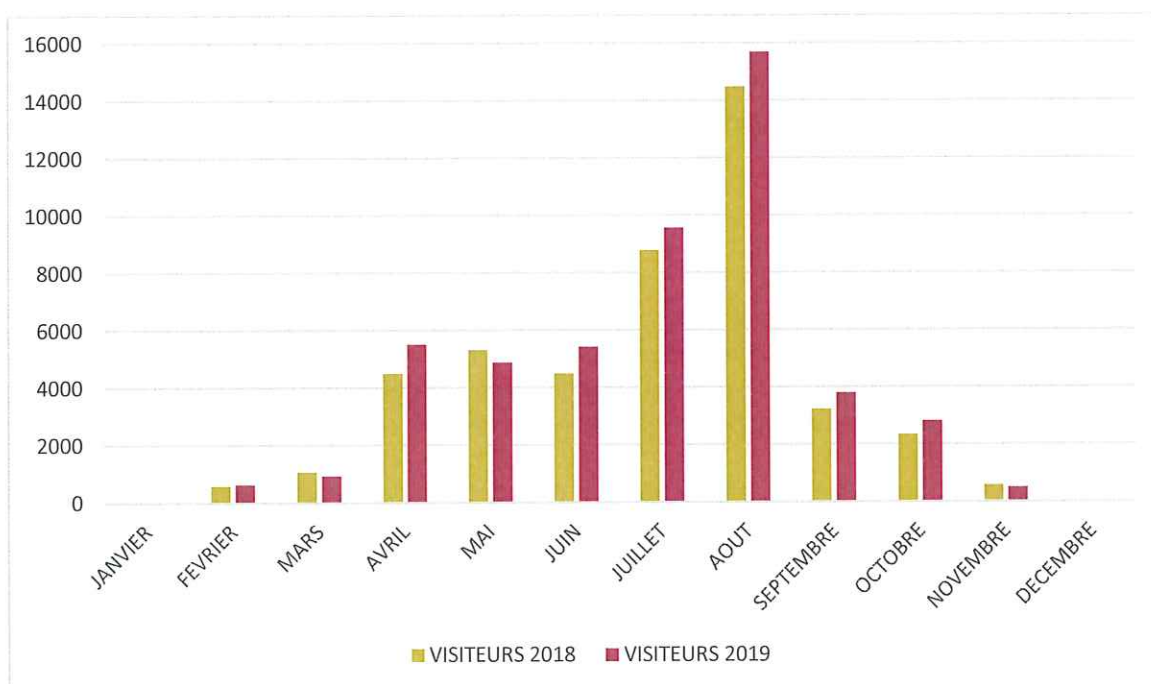
Actions de Communication & Commercialisation

2019

LES ACTIONS DE COMMUNICATION ET DE COMMERCIALISATION 2019

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.

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 2018). 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.

- **GROUPES : 20 % de la clientèle totale** (comme en 2018).

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

- *Groupes adultes* (48 % de la clientèle groupe) : 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 Lemptégy 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* (52 % de la clientèle groupe) : 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 la baisse saison.

- **PROVENANCE :**


- 35 % de nos visiteurs sont originaires de la région Auvergne Rhône Alpes.
- La clientèle étrangère ne représente que 8 % de la fréquentation globale (notons une forte hausse par rapport à 2018). Parmi ces 8%, nous avons accueillis essentiellement les habitants des pays limitrophes avec quelques exceptions (Koweït, Emirats Arabes, Amérique de Nord et Corée du sud).

La visite est sous-titrée en anglais mais la narration sonore est uniquement proposée en français, il faudra certainement apporter une amélioration lors du renouvellement de la DSP.

LES ACTIONS 2019 EN DÉTAIL

Le plan de communication et de commercialisation 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 Lemptégy 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, campagne Facebook et une émission sur France 5 (Les 100 lieux qu'il faut voir) ...

• 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 ainsi que sur les salons.

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...
- Réseaux sociaux

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 130 000 exemplaires puis distribués dans le Sancy, auprès de nos partenaires hébergeurs et restaurateurs ainsi que dans les Combrailles, sur Clermont-Ferrand, Vichy et Thiers. Nous avons agrandi notre zone de distribution par rapport à 2018.

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 (ouverture, changements d'horaires...).

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. 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 Coudert** : janvier 2019 / 63.
- **Assemblée générale de la Fédération des Campings d'Auvergne** : janvier 2019.
- **Rando Lyon** : mars 2019 / Lyon.
- **Mahana** : mars 2019 / Lyon.
- **Destination Nature** : mars 2019 / Paris.
- **Workshop séminaires avec Arverne Evénements** : avril 2019 / 63.

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 : Radio, presse, TV...

Média radio

Nous opérons une **action de spot par an avec Virgin Radio sur la période juillet/août 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 : France Bleu, 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.

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.

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 entres sites web.
- Référencement sur des sites internet payants : Planet, Acora...
- 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 mis en place des campagnes sponsorisées sur Facebook afin de promouvoir la Grotte sur le territoire pendant les vacances scolaires (avril , été, Toussaint).



- **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 2019 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 2019 (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, impression de flyers.

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

- 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 GROTTTE / VOLCAN	Tarif groupe pour les individuels	13 096
CARTE CEZAM	Tarif groupe	217
CONTREMARQUES (CE, hébergeurs, Igesa...)	Tarif groupe	501
EAUX DE VOLVIC	Adulte au prix enfant	1249
CHEQUE DECOUVERTE	Adulte aux prix enfant	304