

Délibération n°18.04

Effectif légal du conseil
communautaire :
60

Nombre de conseillers
en exercice :
60

Nombre de conseillers
présents ou représentés :
59

Nombre de votants :
59

Date de convocation :
22 septembre 2021

Date d'affichage du
compte-rendu :
06 octobre 2021

Objet : Rapports annuels
retraçant l'exécution des
délégations de services publics
en 2020 :
La Grotte de la Pierre de Volvic :
rapport annuel 2020 du
délégué la SARL « Maison de
la pierre »

L'AN deux mille vingt et un, le mardi 28 septembre,
le conseil communautaire, convoqué le 22 septembre 2021
s'est réuni à Mozac, Salle l'Arlequin, à 18 heures 30 minutes,
sous la présidence de M Frédéric BONNICHON, Président.

PRESENTS

Mme ABELARD Nathalie, M AGBESSI Eric, 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
CHANSARD Gérard, M CHASSAGNE Eugène, M CHASSAING Pierre,
M DE ABREU Jérôme, Mme DE MARCHI Véronique, M DEAT Alain,
M DERSIGNY Eric, 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 JEAN Daniel,
Mme LAFARGE Anne-Catherine, M MAGNET Fabrice, M MAGNOUX
André, Mme MARTINHO Corinne, M MICHEL Didier, M PECOUL
Pierre, Mme PERRETON Régine, M RAYMOND Vincent, M RAYNAUD
Jean-Louis, M REGNOUX Marc, M ROUGEYRON Denis, Mme
ROUSSEL Sandrine, Mme VAUGIEN Evelyne, M VERMOREL Pierrick,
M VILLAFRANCA Grégory, M WEINMEISTER Nicolas, **titulaires.**
Mme PEREIRA-OLIVEIRA Elodie, Mme GRENIER Arlette, ROUGANNE
Béatrice, **suppléantes.**

ABSENTS EXCUSÉS :

Absents représentés ou suppléés :

- M CHAUVIN Lionel a donné pouvoir à M BONNICHON Frédéric
- M DESMARETS Pierre a donné pouvoir à Mme BERTHELEMY Hélène
- M IMBERT Didier a donné pouvoir à M MAGNET Fabrice
- M MESSEANT Jean-François a donné pouvoir à Mme ABELARD Nathalie
- Mme MOURNIAC-GILORMINI Virginie a donné pouvoir à M
CHASSAING Pierre
- Mme NIORT Nathalie a donné pouvoir à M BOUCHET Boris
- Mme PANIAGUA Murielle a donné pouvoir à M JEAN Daniel
- Mme PIRES-BEAUNE Christine a donné pouvoir à M BRAULT Charles
- M THEVENOT Laurent a donné pouvoir à M DERSIGNY Eric
- Mme VEYLAND Anne a donné pouvoir à Mme VAUGIEN Evelyne

- M AYRAL Jean-Paul, conseiller communautaire unique de Malauzat,
remplacé par Mme PEREIRA-OLIVEIRA Elodie, conseillère
communautaire suppléante
- M BARBECOT Jacques conseiller communautaire unique de
Pulvérières, remplacé par Mme GRENIER Arlette, conseillère
communautaire suppléante
- M MELIS Christian conseiller communautaire unique de Enval,
remplacé par Mme ROUGANNE Béatrice, conseillère
communautaire suppléante

Absent :

- M BEAURE Nicolas

< > < > < > < > < >

Secrétaire de Séance : M GRENET Roland

Rapport n°18.04 - Rapports annuels retraçant l'exécution des délégations de services publics en 2020 :

La Grotte de la Pierre de Volvic : rapport annuel 2020 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 22 juin 2021 ;

Le conseil communautaire, sur proposition du Vice-Président délégué au développement touristique, décide de prendre 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 29 septembre 2021***

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).



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

A Saint-Ours, le 25 mai 2021

Objet : Rapport du délégataire 2020

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 2020.

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
063-200070753-20210928-DEL202109281804-DE
Date de télétransmission : 04/10/2021
Date de réception préfecture : 04/10/2021

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



RAPPORT DU DELÉGATAIRE 2020
A LA COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION
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 2020 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 2020 pour un montant global de 4 327 €.
- **Redevance** : pour la période de référence du 16 novembre 2019 au 15 novembre 2020, la fréquentation a été de 35 040 visiteurs payants. La redevance versée à la Communauté d'agglomération Riom Limagne et Volcans a été calculée sur la base du nombre de visiteurs payants, plus favorable au délégant et s'élève à 27 331 €. Le versement a été effectué le 3 novembre 2020.
- **Maintenance des appareils de levage (ascenseur et élévateur)** par la société AUVERGNE ASCENSEURS (1 266 €)
- **Maintenance des appareils vidéo** par la société AUDIO SOFT (2 814 €).
- **Assurances Mutuelles** : quittance MMA pour 2019 (4 827 €).
- **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 (3 272 €) 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 (16 005 €). Sont incluses les dépenses dans le cadre d'actions commerciales ainsi que la participation à des salons.
- **Téléphone – Internet** : factures ORANGE (1 719 €).
- **Rémunérations** : voir détail paragraphe h.
- **Droits d'auteur** : SACEM et SACD (9 548 €).
- **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 7 004 €.

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

- Entrées pour 194 840 € ;
- Commissions sur les ventes des artisans émailleurs 5 187 € ;
- Recettes Boutique pour 102 014 € (détail paragraphe III) ;
- Prestation Atelier d'émaillage pour 437.50 € à cause du Covid-19, nous n'avons pu les maintenir à la suite des restrictions sanitaires.

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	78 791 €	34 560 €
CDD de 1 à 8 mois	2		

Détail du personnel extérieur (personnel de SARL Volcan de Lemptégy) : 14 788 €

Fonction	Nombre	Salaires + Charges Sociales
Communication	1	5 406.60 €
Réservation	1	2 297.93 €
Administratif	2	5 367.89 €
Maintenance	1	1 715.52 €

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. La preuve en est en 2020 avec l'agrandissement du bâtiment d'accueil du Volcan. Malgré la situation sanitaire en France, le Volcan a eu une forte fréquentation en juillet et août. La Grotte aussi aux vues des Pass vendus.

2020, l'année de la crise sanitaire

2020 s'est avérée être une année très particulière. La saison avait pourtant bien débuté pour les vacances d'hiver. Mais il y eut un arrêt brutal dû au confinement de printemps. La Grotte n'a pu rouvrir ses portes que début juin. Tout un protocole sanitaire a été mis en place pour que les visiteurs puissent circuler dans de bonnes conditions. Les visiteurs rentrants devaient obligatoirement utiliser l'escalier situé à proximité de l'ascenseur et patienter uniquement dans le hall d'expo sans flâner dans la boutique. Seuls les visiteurs sortants pouvaient passer dans la boutique et sortir par l'escalier donnant côté parking. Ainsi, les flux ne devaient pas se croiser. Avec une seule porte d'accès pour les entrées et les sorties, la gestion s'est avérée parfois compliquée. La jauge de visite a aussi dû être revue à la baisse. De ce fait, le temps d'attente s'est vu fortement rallongé. La première quinzaine d'août, les visiteurs ont parfois dû patienter près de 1h30 dans une file d'attente allant quasi au jusqu'au parking.



L'équipe a fait de son mieux afin de gérer l'impatience de certains visiteurs en allant régulièrement voir les visiteurs dans la file d'attente. L'affluence a été telle que certains jours il a fallu prolonger les visites sur plusieurs heures afin de vider la file d'attente. Grâce à cette forte affluence estivale mais aussi lors des vacances automnales (écourtées pour cause de deuxième confinement), la baisse de fréquentation dû à la fermeture printanière a été moindre. Le rallongement des heures d'ouverture sur certains jours a été bénéfique. Un autre point impactant la fréquentation de la Grotte a concerné la fermeture de l'espace info des Eaux de Volvic. Le site a eu un accueil très restreint dû à la situation sanitaire. Ainsi la Grotte a profité de cette semi-fermeture, les visiteurs venant à la Grotte à la place de l'espace info.

Réflexion sur l'organisation

Un problème essentiel a été rencontré durant tout 2020. Notre site accueillant plus de 37 000 en 2020, nous avons fonctionné sans toilettes proprement dites ! Un record ... Durant l'hiver 2019-2020, il devait y avoir des travaux de rénovation du bâtiment situé sur le parking réservé aux toilettes. Malheureusement, à la fermeture en octobre, les toilettes n'étaient toujours pas là. Malgré la crise sanitaire où il a fallu être encore plus vigilant quant à la propreté, nous nous sommes retrouvés avec 3 à 6 cabanes de chantier (en fonction de la saison). Ce fut laborieux et un tantinet non professionnel vis-à-vis de nos visiteurs.

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 2020. Le succès est toujours au rendez-vous.

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 déjà pris en compte cette remarque en 2019 et avons souhaité mettre en place une « visite autrement » afin de satisfaire au mieux nos clients. Nous avons donc organisé en août 2019 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 plait beaucoup aux enfants. L'évènement a beaucoup plus. Nous avons donc souhaité renouveler ce type de prestation pour la saison 2020. Plusieurs soirées étaient initialement prévues. Malheureusement, la crise sanitaire étant passée par là, seulement deux dates ont été maintenues en juillet et septembre 2020. Il a fallu revoir la jauge quant à cette animation mais le succès était là. Les soirées se sont déroulées de la façon suivante :

- Les visiteurs ont d'abord fait la visite classique de la Grotte avec la scénovision ;

- Les visiteurs ont pris un pique-nique sorti du sac avec l'animateur LPO et notre personnel. En fonction de la météo, ce moment convivial a eu lieu dans la grotte ou à l'extérieur (à l'étape 1 de la visite) ;
- Les visiteurs ont pu découvrir la vie de l'animal peuplant la Grotte, la chauve-souris, à travers les explications de l'animateur de la LPO ;
- Les visiteurs sont partis à la découverte de vraies chauves-souris à travers une balade nocturne dans la réserve naturelle.

Boutique

La boutique de la Grotte reste un commerce essentiel dans le secteur touristique du territoire volvicais. Notre point fort reste notre large gamme de produits dans un espace assez réduit aux vues des autres boutiques de souvenirs. Depuis plusieurs années, nous mettons essentiellement l'accent sur le régionalisme tant par l'artisanat local autour de la pierre que par l'alimentaire et la librairie. Et en 2020, force est de constater que c'est justement ce que recherchent de plus en plus nos visiteurs. Le rayon dédié continue donc sans cesse d'évoluer au fil de l'année et des opportunités.

Par ailleurs, depuis plusieurs années, nous avons le souhait de recentrer notre gamme de produits sur la thématique des minéraux, des volcans, des chauves-souris et autres produits à l'effigie de la Grotte. Cette démarche est fructueuse car ces secteurs sont 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 2020 :

POSTE	MONTANT HT
Affichage	
EXTERION MEDIA – ECRAN PANORAMIQUE	Annulée
PANORAMIQUE DES DOMES - ECRANS	OFFERT
Achat d'espace publicitaire	
ACORA – Guide Classes Découvertes	405.00 €
PLANET – Guide « Sorties & Activités »	60.00 €
MAG AMICALE DU CHU	142.50 €
BUS & CAR - CAHIERS ESCAPADES	400.00 €
QLF Magazine	Annulée
LE MAG DECOUVERTE FRANCE - Seniors	500.00 €
GITE DE France – AGÎTEZ VOUS	1 380.00 €
PLAN TOURISTIQUE – CLERMONT AUVERGNE TOURISME	400.00 €

Référencement	
ACORA - Guide Sorties Régionales (Ecoles, Familles, ...)	OFFERT
GUIDE PLANET	OFFERT
ONPC Annuaire des établissements privés	1 300.00 €
Spots Radio	
FRANCE BLEU Jeu Antenne	OFFERT
RADIO SCOOP Jeu Antenne	OFFERT
RADIO SCOOP Campagne	Annulée
VIRGIN RADIO Campagne Juillet – Août + Jeu antenne	2 608.66 €
Salons	
DESTINATION NATURE (Paris)	Annulé
SALON RANDONNEUR (Lyon)	Annulé
SALON CE	Annulé
FRHPAA – Workshop Camping Auvergne	110.00 €
BOURSE AU DOCS CORREZE	Annulée
BOURSE AU DOCS LOIRE	Annulée
BOURSE PUY DE DOME	Gratuite
MAHANA (Lyon)	1850.00 €
SALON SBE	
SALON DES VACANCES BRUXELLES	1500.00 €
SALON AUTOCARISTES RUBAN BLEU	OFFERT
Supports/Mailing	
Mailing Primaire	1 338.36 €
FLYERS EAUX DE VOLVIC	Annulé
Brochures (200 000 exemplaires)	2 551.00 €
Sets de table (130 000 exemplaires)	Annulé
Diffusion Brochures	
TOURING INFO SERVICE	2 881.20 €
Adhésion aux Offices de Tourisme	
OT TERRA VOLCANA	490.00 €
OT VOLCAN SANCY	100.00 €
OT MASSIF SANCY	622.00 €
CLERMONT AUVERGNE TOURISME	750.00 €
OT MOND ARVERGNE	150.00 €
OT DES COMBRAILLES	319.16 €
OT HAUTE CORREZE	200.00 €

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

Fréquentation 2020

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

Tarifs 2020

Les tarifs appliqués en 2020 sont ceux apparaissant en **annexe C**

Autres recettes d'exploitation en 2020

Comme le fait ressortir le bilan établi pour 2020, 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)	95 188.08 €
Vente de livres	9 929.63 €
Vente de produits alimentaires	6 770.19 €
Vente de boissons	5 385.02 €
Vente de textile	4 217.69 €

En complément, nous fonctionnons avec un système de dépôt-vente pour les pièces les plus importantes de lave émaillée. Nous avons vendu 19 445.90 € de produits en dépôt vente.

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 31/12/2020 12			Exercice N-1 31/12/2019 12	Ecart N / N-1	
	France	Exportation	Total		Euros	%
PRODUITS D'EXPLOITATION (1)						
Ventes de marchandises	102 014		102 014	129 059	27 045-	20.96-
Production vendue de Biens						
Production vendue de Services	200 335		200 335	305 097	104 762-	34.34-
CHIFFRE D'AFFAIRES NET	302 349		302 349	434 156	131 807-	30.36-
Production stockée						
Production immobilisée						
Subventions d'exploitation			10 666	1 483	9 183	619.45
Reprises sur dépréciations, provisions (et amortissements), transferts de charges			2 878	39	2 837	1%
Autres produits			78	168	92-	54.59-
TOTAL DES PRODUITS D'EXPLOITATION (I)			315 967	435 845	119 878-	27.50-
CHARGES D'EXPLOITATION (2)						
Achats de marchandises			54 717	69 940	15 223-	21.77-
Variation de stock (marchandises)			4 575-	2 972	7 547-	253.96-
Achats de matières premières et autres approvisionnements				59	59-	100.00-
Variation de stock (matières premières et autres approvisionnements)						
Autres achats et charges externes *			83 296	113 180	29 883-	26.40-
Impôts, taxes et versements assimilés			4 399	4 067	332	8.17
Salaires et traitements			78 791	129 241	50 451-	39.04-
Charges sociales			34 560	50 217	15 657-	31.18-
Dotations aux amortissements et dépréciations						
Sur immobilisations : dotations aux amortissements			495	1 703	1 208-	70.93-
Sur immobilisations : dotations aux dépréciations						
Sur actif circulant : dotations aux dépréciations						
Dotations aux provisions						
Autres charges			9 558	9 960	403-	4.04-
TOTAL DES CHARGES D'EXPLOITATION (II)			261 241	381 339	120 098-	31.49-
1 - RESULTAT D'EXPLOITATION (I-II)			54 727	54 507	220	0.40
QUOTES-PARTS DE RESULTAT SUR OPERATIONS FAITES EN COMMUN						
Bénéfice attribué ou perte transférée (III)						
Perte supportée ou bénéfice transféré (IV)						

implid

(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	
	31/12/2020	31/12/2019	Euros	%
PRODUITS FINANCIERS				
Produits financiers de participations (3)				
Produits des autres valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé (3)		61	61-	100.00-
Autres intérêts et produits assimilés (3)	159		159	
Reprises sur dépréciations et provisions, transferts de charges				
Différences positives de change				
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement				
TOTAL V	159	61	98	159.58
CHARGES FINANCIERES				
Dotations aux amortissements, dépréciations et provisions				
Intérêts et charges assimilées (4)	229	127	102	80.92
Différences négatives de change				
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement				
TOTAL VI	229	127	102	80.92
2. RESULTAT FINANCIER (V-VI)	70-	65-	5-	7.17-
3. RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS (I-II+III-IV+V-VI)	54 657	54 441	215	0.40
PRODUITS EXCEPTIONNELS				
Produits exceptionnels sur opérations de gestion		914	914-	100.00-
Produits exceptionnels sur opérations en capital				
Reprises sur dépréciations et provisions, transferts de charges				
TOTAL VII		914	914-	100.00-
CHARGES EXCEPTIONNELLES				
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion	1 276	1 351	75-	5.55-
Charges exceptionnelles sur opérations en capital				
Dotations aux amortissements, dépréciations et provisions				
TOTAL VIII	1 276	1 351	75-	5.55-
4. RESULTAT EXCEPTIONNEL (VII-VIII)	1 276-	437-	839-	192.29-
Participation des salariés aux résultats de l'entreprise (IX)				
Impôts sur les bénéfices (X)	7 004	10 166	3 162-	31.10-
TOTAL PRODUITS (I+III+V+VII)	316 126	436 821	120 695-	27.63-
TOTAL DES CHARGES (II+IV+VI+VIII+IX+X)	269 750	392 982	123 233-	31.36-
5. BENEFICE OU PERTE (total des produits - total des charges)	46 377	43 839	2 538	5.79

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 31/12/2020 12	Exercice N-1 31/12/2019 12	Ecart N / N-1	
			Euros	%
VENTES DE MARCHANDISES	102 014	129 059	27 045-	20.96-
70710000 VENTE MARCHANDISES 20%	88 057		88 057	
70710010 SOUVENIRS 20.00 %		97 403	97 403-	100.00-
70710200 LIBRAIRIE 5,50 %	13 957	12 006	1 951	16.25
70710310 LIBRAIRIE 20.00 %		3 135	3 135-	100.00-
70710400 ALIMENTAIRE 5.50 %		7 894	7 894-	100.00-
70710510 ALIMENTAIRE 20.00 %		1 738	1 738-	100.00-
70710600 BOISSONS 5.50 %		1 651	1 651-	100.00-
70710610 ALCOOL 20.00 %		3 783	3 783-	100.00-
70710710 VETEMENTS 20.00 %		1 449	1 449-	100.00-
PRODUCTION VENDUE DE SERVICES	200 335	305 097	104 762-	34.34-
70610000 ENTREES MAISON PIERRE	194 840	285 105	90 265-	31.66-
70610100 ATELIER EMAILAGE		13 771	13 771-	100.00-
70821050 COMMISSIONS SUR VENTES ARTISAN	5 187	6 063	876-	14.45-
70832000 LOCATION COUVERTURE		422	422-	100.00-
70852000 PORT FACTURÉ NON SOUMIS		30	30-	100.00-
70960000 RRR ACCORDES SUR VISITES	308	293-	601	205.33
Chiffre d'affaires NET	302 349	434 156	131 807-	30.36-
SUBVENTIONS D'EXPLOITATION	10 666	1 483	9 183	619.45
74102000 SUBVENTION POUR LA FORMAT		1 483	1 483-	100.00-
74108000 FOND SOLIDARITE	10 666		10 666	
REPRISES SUR DEPRECIATIONS, PROV. (ET AMORT.), TRANSF. DE CHARGES	2 876	39	2 837	NS
78174000 REPRISE SUR PROVISION CLIENT		39	39-	100.00-
79100000 TRASNFERTE DE CHARGES	2 876		2 876	
AUTRES PRODUITS	76	168	92-	54.58-
75800000 PRODUITS EXCEPTIONNELS		53	53-	100.00-
75863000 AJUSTEMENTS DIVERS	76	115	39-	33.93-
Total des Produits d'exploitation	315 967	435 845	119 878-	27.50-
ACHATS DE MARCHANDISES	54 717	69 940	15 223-	21.77-
60710010 ACHAT BOUTIQUE 20%	40 906	26 436	14 470	54.74
60710011 ACHATS BOUTIQUE INTRACOMM.	6 952	6 404	548	8.55
60710020 ACHATS BOUTIQUE FRANCHISE TVA	2 529	12 159	9 630-	79.20-
60710100 ACHAT BOUTIQUE 5.5 %	3 544	7 251	3 706-	51.12-
60710310 ACHAT ALIMENTAIRE TN		1 601	1 601-	100.00-
60710400 ACHAT ALIMENTAIRE 5.5 %		5 036	5 036-	100.00-
60710510 ACHAT LIBRAIRIE TN		1 334	1 334-	100.00-
60710910 ACHAT EMAUX TN		217	217-	100.00-
60710920 ACHAT EMAUX FRANCHISE DE TVA	493	468	25	5.35
60710930 ATELIER EMAILAGE	294	9 034	8 740-	96.75-
VARIATION DE STOCK (MARCHANDISES)	4 575-	2 972	7 547-	253.96-
60370000 VARIATION STOCKS CADEAUX ET DI	4 575-	2 972	7 547-	253.96-
ACHATS DE MATIERES PREMIERES ET AUTRES APPROVISIONNEMENTS		59	59-	100.00-
60261000 EMBALLAGES PERDUS		59	59-	100.00-

implid

DETAIL COMPTE DE RESULTAT

	Exercice N 31/12/2020 12	Exercice N-1 31/12/2019 12	Ecart N / N-1	
			Euros	%
AUTRES ACHATS ET CHARGES EXTERNES	83 296	113 180	29 883-	26.40-
80611000 ELECTRICITE	4 327	5 301	974-	18.37-
80612000 EAU	260	774	514-	66.44-
80631000 PRODUITS DIVERS D'ENTRETIEN	840	834	6	0.67
80632000 PETIT MATERIEL	766	1 608	843-	52.44-
80640000 FOURNITURES ADMINISTRATIVES	250	501	250-	50.00-
81310300 REDEVANCE MAISON PIERRE	27 331	36 153	8 822-	24.40-
81350000 LOCATION APPAREIL CB	850		850	
81353100 HEBERGEMENT SITE INTERNET		441	441-	100.00-
81551000 ENTRETIEN MATERIEL OUTILLAGE		882	882-	100.00-
81555000 ENTRETIEN DIVERS	410	462	52-	11.28-
81560000 MAINTENANCE INFORMATIQUE	766	36	728	1%
81560200 MAINTENANCE DIVERSES	1 985	1 139	845	74.21
81560300 MAINTENANCE DETECTION INCENDIE		1 030	1 030-	100.00-
81560400 MAINTENANCE INSTALL ELECTRIQU		372	372-	100.00-
81560500 MAINTENANCE STANDARD TELEPHONI		37	37-	100.00-
81560600 MAINTENANCE VIDEO SURVEILLANCE		497	497-	100.00-
81560700 MAINTENANCE APPAREIL DE LEVAGE		277	277-	100.00-
81560900 MAINTENANCE INFORMATIQUE		780	780-	100.00-
81561000 MAINTENANCE ALARME		499	499-	100.00-
81565000 MAINTENANCE APPAREILS VIDEO	2 814	2 814		
81610000 ASSURANCE MULTIRISQUES	4 898	5 060	161-	3.19-
81860000 COTISATIONS PROFESSIONNELLES		457	457-	100.00-
82141000 PERSONNEL VOLCAN DE LEMPTEGY	14 788	19 761	4 973-	25.17-
82260000 HONORAIRES	3 531	3 397	134	3.93
82270000 FRAIS D'ACTES	75	44	31	70.65
82300000 PUBLICITE	14 442	20 802	6 360-	30.57-
82310000 ANNONCES INSERTIONS	1 453	1 277	176	13.76
82330000 FOIRES & EXPOSITIONS	110	100	10	10.00
82340000 CADEAUX A LA CLIENTELE		1 692	1 692-	100.00-
82380000 POURBOIRES ET DONS		1 171	1 171-	100.00-
82610000 AFFRANCHISSEMENT	247	500	253-	50.54-
82620000 TELEPHONE	1 719	1 763	44-	2.50-
82741000 FRAIS LOCATION TPE		821	821-	100.00-
82750000 FRAIS BANCAIRES	3	201	198-	98.61-
82770000 FRAIS VIREMENTS	10	14	4-	28.67-
82780000 FRAIS CHEQUES VACANCES	674	627	47	7.41
82785000 FRAIS CHEQUES CULTURE	46		46	
82790000 FRAIS CARTES BLEUES	703	1 052	349-	33.20-
IMPOTS, TAXES ET VERSEMENTS ASSIMILES	4 399	4 067	332	8.17
83330000 ORG. FORMATION CONTINUE	400	395	5	1.31
83350000 ORG. TAXE D'APPRENTISSAGE	220		220	
83511000 CET / CVAE	2 773	2 666	107	4.01
83560500 SERVICE EBOUEUR	1 006	1 006		
SALAIRES ET TRAITEMENTS	78 791	129 241	50 451-	39.04-
84100000 REMUNERATION DU PERSONNEL	78 747	126 035	47 288-	37.52-
84120000 VARIAT PROV CONGES A PAYER	44	106	63-	58.81-
84140000 INDEMN.NON SOUMISES		3 100	3 100-	100.00-
CHARGES SOCIALES	34 560	50 217	15 657-	31.18-
84510000 COT. SECURITE SOCIALE	30 663	45 730	15 067-	32.95-
84520000 COT. MUTUELLE	592	438	155	35.34
84531000 COT. RETRAITE NON CADRES	1 310	1 988	678-	34.11-

implid

DETAIL COMPTE DE RESULTAT

	Exercice N 31/12/2020 12	Exercice N-1 31/12/2019 12	Ecart N / N-1	
			Euros	%
64540000 COT. CHOMAGE	1 291	1 786	495-	27.71-
64581000 COT. PREVOYANCE NON CADRES	458	143	315	220.76
64587000 VARIAT CHARGES CONGES A PAYER	21-	27-	6	22.47
64750000 COT. MEDECINE DU TRAVAIL	266	159	107	67.30
DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS SUR IMMOBILISATIONS	495	1 703	1 208-	70.93-
88111000 DOT AMORT IMMOS INCORPORELLES		719	719-	100.00-
88112000 DOT AMORT IMMOS CORPORELLES	495	984	489-	49.68-
AUTRES CHARGES	9 558	9 960	403-	4.04-
65160000 REDEVANCE SACEM	9 548	9 911	363-	3.66-
65410000 PERTES SUR CRÉANCES IRRÉCOUVR.		42	42-	100.00-
65861000 AJUSTEMENTS CLIENTS		1	1-	100.00-
65863000 AJUSTEMENTS DIVERS	9	6	4	61.14
Total des Charges d'exploitation	261 241	381 339	120 098-	31.49-
Résultat d'exploitation	54 727	54 507	220	0.40
PRODUITS AUTRES VALEURS MOBILIERES ET CREANCES ACTIF IMMOBILISE		61	61-	100.00-
76210000 INTERETS PARTS SOCIALES		61	61-	100.00-
AUTRES INTERETS ET PRODUITS ASSIMILES	159		159	
76800000 INTERETS COMPTES A TERME	159		159	
Total des Produits financiers	159	61	98	159.58
INTERETS ET CHARGES ASSIMILEES	229	127	102	80.92
66150000 INTERETS DES COMPTES COURANTS	229	126	103	82.07
66181000 CHARGES EXCEPTIONNELLES		1	1-	100.00-
Total des Charges financières	229	127	102	80.92
Résultat financier	70-	65-	5-	7.17-
Résultat courant avant impôts	54 657	54 441	215	0.40
PRODUITS EXCEPTIONNELS SUR OPERATIONS DE GESTION		914	914-	100.00-
77180000 PRODUITS EXCEPTIONNELS		914	914-	100.00-
Total des Produits exceptionnels		914	914-	100.00-
CHARGES EXCEPTIONNELLES SUR OPERATIONS DE GESTION	1 276	1 351	75-	5.55-
67180000 CHARGES EXCEPTIONNELLES	1 276	1 351	75-	5.55-
Total des Charges exceptionnelles	1 276	1 351	75-	5.55-
Résultat exceptionnel	1 276-	437-	839-	192.29-
IMPOTS SUR LES BENEFICES	7 004	10 166	3 162-	31.10-
69500000 IMPOT SUR LES BENEFICES	7 004	10 166	3 162-	31.10-
Total des produits	316 126	436 821	120 695-	27.63-

implid



ANNEXE B

Fréquentation 2020

**NOMBRE DE VISITEURS A LA GROTTTE DE LA PIERRE DE VOLVIC POUR L'ANNEE 2020
REDEVANCE POUR LA PERIODE DU 16/11/2019 AU 15/11/2020**

MOIS	TOTAL PAYANT + GRATUIT	GRATUIT ADULTE	GRATUIT ENFANT	TOTAL GRATUIT	TOTAL PAYANT	TOTAL INDIV	INDIV AD	GRATUIT AD INDIV	GRATUIT INDIV ENF	GRATUIT ENF INDIV	TOTAL GPE	GPE AD	GRATUIT AD GPE	GPE ENF	GRATUIT ENF GPE	TOTAL PAY + GRAT
JANVIER	44	3	0	3	41	15	10	0	5	0	29	0	3	26	0	44
FEBVIER	1126	9	64	73	1053	1042	666	0	312	64	84	2	9	73	0	1126
MARS	350	14	12	26	324	303	199	2	90	12	47	1	12	34	0	350
AVRIL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MAI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
JUN	724	7	37	44	680	724	604	7	76	37	0	0	0	0	0	724
JUILLET	10400	65	471	536	9864	10319	7474	58	2318	469	81	36	7	36	2	10400
AOUT	18367	120	1052	1172	17195	18239	13227	116	3644	1052	128	122	4	2	0	18367
SEPTEMBRE	3291	35	111	146	3145	3052	2797	24	120	111	239	224	11	4	0	3291
OCTOBRE	2891	38	116	154	2737	2821	1936	34	735	116	70	59	4	7	0	2891
NOVEMBRE	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
DECEMBRE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	37194	291	1 663	2 154	35 040	36 516	26 914	241	7 500	1 861	678	444	50	102	2	37 194

TOTAL PAYANT+GRATUIT	37194
TOTAL PAYANT	35040

REDUCTIONS	Adultes		Enfants	
	Adultes	Enfants	Adultes	Enfants
Pass avec le Volcan de Lempdes	2432	675		
Carte ceizam	104	38		
Contre Marque / Chèque découverte	2030	647		
IGESA	0	0		
Offre Eau de Volvic	2	0		
Habitants Volvicols	46	0		



ANNEXE C

Tarifs 2020

GRILLE DES TARIFS 2020 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

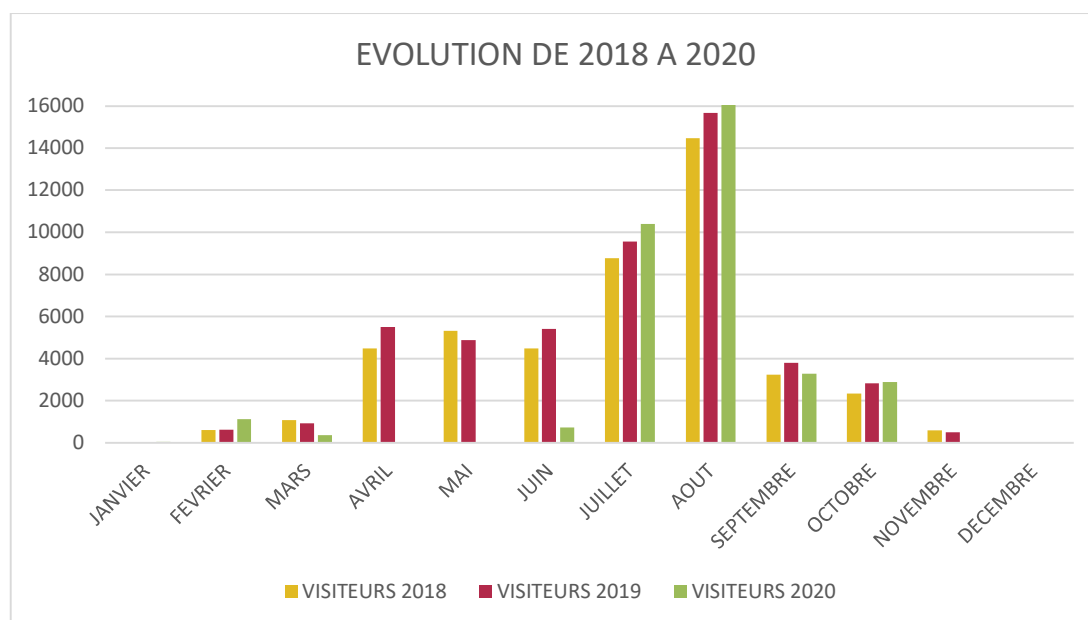
Actions de Communication & Commercialisation

2020

LES ACTIONS DE COMMUNICATION ET DE COMMERCIALISATION 2020


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. Cette année est tout de même une année particulière. Nous avons dû nous adapter et modifier notre plan de communication initial pour retenir des médias plus réactifs comme la radio et les réseaux sociaux. Beaucoup de salons ont été également annulés.



L'année 2020 a été très particulière à cause de la situation sanitaire inédite. Nous pouvons constater un début de visite prometteur à la réouverture en février puis un arrêt brutal dès le mois de mars. La reprise a été minimale en juin du fait que tous les groupes aient dû annuler leurs sorties.

Néanmoins durant les mois de juillet-août, nous avons assisté à un afflux important de touristes. Il a fallu gérer au mieux l'affluence durant les pics de fréquentation car la jauge a dû être revue à la baisse à cause du COVID. Pour pallier cet événement, nous avons élargi les heures de visites.



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

- **INDIVIDUELS : 98 % de la clientèle totale.** 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 puisque la quasi-totalité des groupes ont dû annuler leur séjour en Auvergne.

- **GROUPES : 2 % de la clientèle totale**

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

- *Groupes adultes* (73 % de la clientèle groupe) : les groupes sont essentiellement venus en automne sur 2020. 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* (27 % de la clientèle groupe) : tout comme les groupes adultes, les scolaires sont surtout venus en automne. 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 et le confinement, nous constatons que la saisonnalité a été encore plus marquée en 2020.


- **PROVENANCE :**

- 28 % de nos visiteurs sont originaires de la région Auvergne Rhône Alpes. Nous pouvons dire que les clients des départements limitrophes viennent de plus en plus souvent chez nous sur un séjour court.
- La clientèle étrangère ne représente que 2.71 % de la fréquentation globale. C'est peu mais plutôt bien aux vues de la situation sanitaire. 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 2020 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



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** : cette année l'opération set de table a été annulée car les hébergeurs ont imprimé leur menu sur leur set de table ne prenant pas ou peu de sets extérieurs à cause du covid-19.

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 grand public. Nous participons à quelques workshops professionnels avec un contact plus qualitatif et privilégié.

- **Salon Ruban bleu à Rodez** : janvier 2020
- **Assemblée générale de la Fédération des Campings d'Auvergne** : janvier 2020.
- **Salon des vacances à Bruxelles** : février 2020.
- **Mahana à Lyon** : février 2020
- **Salon SBE (cible entreprises) à Lyon** : février 2020.

Le salon SBE a été organisé par Clermont Auvergne Tourisme afin de proposer des lieux insolites aux entreprises pour leur séminaires. Naturellement la Grotte a été proposée avec des animations type « soirée de la peur ».

Relations Presse

Nous avons continué notre collaboration avec France bleu, La Montagne en réalisant des interviews régulières sur le fonctionnement et le déroulement de la saison. D'autres médias locaux ont été contactées : 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 prévu plusieurs campagnes d'affichage. Le but, être présents sur des lieux de passages variés et susciter l'attention de potentiels clients. Ces campagnes ont été annulées avec le Covid-19.

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.

Site internet

Notre prestataire a déposé le bilan, nous n'avons pas été prévenu en amont et nous nous sommes retrouvés sans site internet un matin de juillet. Nous avons dû être réactifs afin de faire un site minimaliste dans un premier temps pour que nos visiteurs retrouvent les informations essentielles. Depuis, le site a été retravaillé et nous avons eu des retours positifs sur la clarté des informations et sa fluidité.

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



- **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** : cette opération n'a pu être reconduite car l'espace est resté fermé tout l'été

- Flyer inter-sites : Nous avons décidé de nous associer avec différents sites touristiques pour faire la promotion du territoire (Panoramique des Dômes, L'Aventure Michelin, Parc Animalier d'Auvergne et Volcan de Lemptégy) Ce flyer édité à 100 000 ex a permis aux visiteurs dès le 2^e site visité de bénéficier de -10% sur les sites suivants. Le covid-19, nous a obligé à réfléchir sur des nouveaux moyens de

communication. En nous associant avec des sites importants, notre présence sur le territoire est renforcée.

- 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	12 893
CARTE CEZAM	Tarif groupe	142
CONTREMARQUES (CE, hébergeurs, Igesa, inter-sites...)	Tarif groupe	2677
EAUX DE VOLVIC	Adulte au prix enfant	2