

Journée des Offices de Tourisme 24 juin 2025

**Atelier 9 : Groupes / Individuels
Comment réussir leur développement**



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



Des groupes aux individuels : vers un concept commun de «vacances qui ont du sens »



Séjours groupes

À partir de 2010, les propositions pour les groupes sont davantage axées sur des valeurs de slow tourisme :

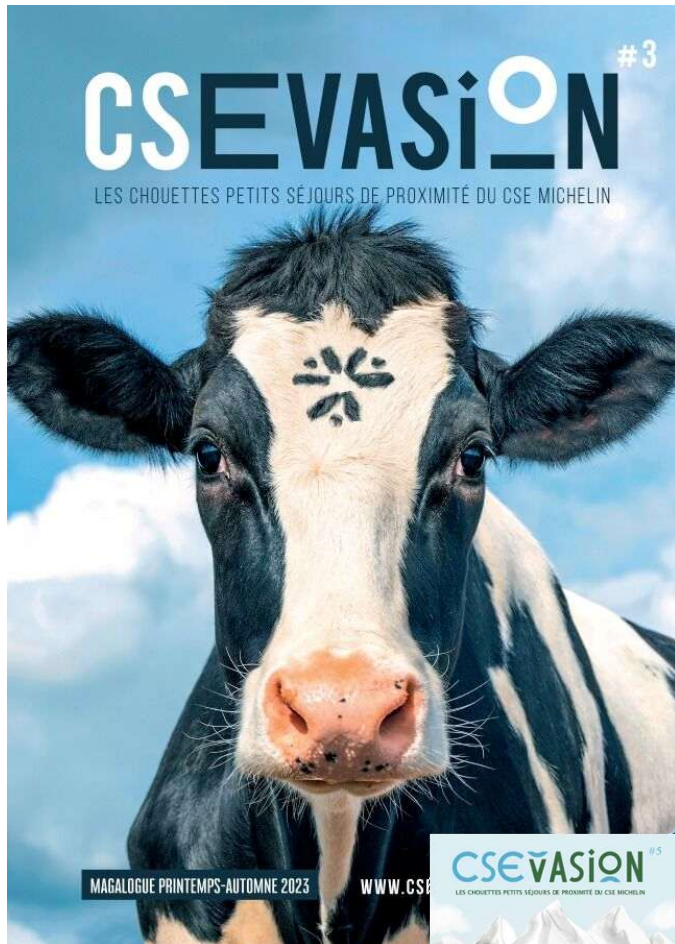
- Organiser des **rencontres authentiques** avec les habitants,
- Proposer des **expériences immersives** (savoir-faire emblématique du territoire visité),
- Privilégier des structures d'accueil à **taille humaine** (moins de 200 chambres),
- Donner la priorité aux **déplacements en train** une fois sur place,
- Laisser des moments **de détente**.

Et une évolution de l'offre touristique vers **un modèle plus durable** : rallonger la durée des séjours pour diminuer **l'empreinte carbone**, des départs moins fréquents dans l'année.

A l'étranger, ce type de séjour slow, destiné aux groupes, reste encore peu maîtrisé par les réceptifs, qui privilégient généralement des formats plus classiques."

Des groupes aux individuels : vers un concept commun de « vacances qui ont du sens »

Séjours individuels



La Genèse du Projet

Ce projet est né dans le contexte post-Covid, marqué par l'accumulation de crédits vacances non utilisés. Il s'agissait d'une initiative inédite, menée pour la première fois par un Comité Social et Économique d'entreprise, visant à soutenir financièrement à la fois les territoires du Puy-de-Dôme — en lien avec la forte présence de Michelin à Clermont-Ferrand — et les adhérents du CSE, en favorisant le choix de destinations touristiques locales par le biais de séjours organisés.

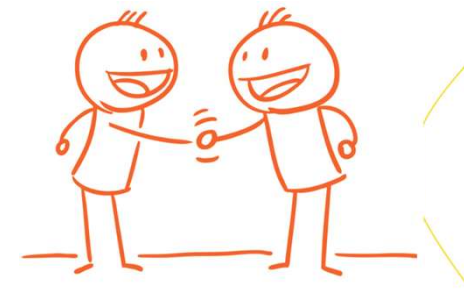
Positionnement et temporalité

- . Élaboration d'un cahier des charges avec critères précis,
- . Propositions de départ en dehors des périodes de haute saison,
- . Sélection d'hébergements à taille humaine,
- . Offres « tout-compris » en pension complète,
- . Séjours axés sur des expériences originales et mémorables, à la découverte de territoires de proximité encore méconnus.



— Vers un partenariat gagnant/gagnant

Côté CSE



- Une offre étoffée grâce à l'implication de **5 territoires situés dans le Massif central**.

2021 : 2 OT / 30 offres / 266 séjours vendus.

2024 : 5 OT / 70 offres / 1054 séjours vendus.

CA – 2024 : 700 000€ de retombées économiques pour les territoires.

300 000€ pour les parcs et 400 000€ pour les villes d'eaux.



- Des **courts séjours de proximité**, conçus pour répondre aux attentes du CSE en matière de **vacances locales**, à la fois **dépaysantes et déconnectées**, tout en favorisant des **expériences apprenantes** accessibles près de chez soi,

- Des offices et maisons du tourisme ancrés localement, en **lien étroit avec les prestataires touristiques**, garantissant ainsi une **réactivité et une adaptabilité renforcées**,

- Un projet structuré et animé par deux réseaux piliers : **l'IPAMAC (Inter Parcs du Massif central)** et le **réseau des Villes d'eaux**.

Avec toutefois quelques inconvénients :

- Tous les Offices de tourisme n'ont pas d'autorisation commerciale,
- Et donc peu de ressources internes pour assurer la commercialisation.



— Vers un partenariat gagnant/gagnant

Côté Offices de
Tourisme/Route
des villes d'eaux



- **Une meilleure maîtrise de l'offre touristique**

En concevant et en vendant des séjours packagés (hébergement + activités + restauration...), l'office valorise l'ensemble des acteurs locaux. Il devient chef d'orchestre du territoire, assurant cohérence et qualité de l'expérience proposée,

- **Une légitimité renforcée auprès des prestataires touristiques** qui perçoivent une véritable plus-value de notre activité et de leur adhésion à leur office de tourisme,



- **Une source de revenus supplémentaires** : la commercialisation de séjours permet à l'office de tourisme de générer des recettes directes (marges, commissions, forfaits). Cela renforce son autonomie financière,



- **Des actions touristiques conjointes** menées au sein du réseau (ex. participation au workshop Michelin et au salon des CSE à Lyon).



Avec toutefois quelques inconvénients :

- Difficulté à faire adopter le délai de rétrocession à J-15,
- Importance du « back office »,
- Logiciel non adapté à la création de package.

