



**Livradois-  
Forez** PARC NATUREL  
REGIONAL  
EN AUVERGNE  
MAISON DU TOURISME

**COMPTE-RENDU**  
**ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE**  
**MAISON DU TOURISME DU LIVRADOIS-FOREZ**

**11 mars 2021**

en visio-conférence

Fait à Saint-Gervais-sous-Meymont,  
le 17 mars 2021

La Présidente de la Maison du tourisme

Corinne MONDIN

## PARTICIPANTS

---

### Présents

#### Membres de droit

Céline AUGER, Communauté de communes Billom Communauté  
Frédéric CHONIER, Communauté de communes Thiers Dore et Montagne  
Pierre CONTIE, Communauté de communes Thiers Dore et Montagne  
Annick FORESTIER, Communauté de communes Entre Dore et Allier  
Bernard LORTON, Parc naturel régional Livradois-Forez  
Corinne MONDIN, Parc naturel régional Livradois-Forez

#### Membres actifs

Claude ARTAUD, Gîte l'Anthele  
François-Xavier AUBERT LA FAYETTE, Château de Vollore  
Marie-Josèphe BARRAS, Sci le Chastel  
Jacqueline BEAUDOUX, Au pont de Raffiny  
Sixtine BIGUET, Goulapie  
Nicole BOUCHERAT, Les Marguerites Aux Lotz  
Patricia CASTET, L'embellie  
Gilles CHAMBREUIL, Atelier de bois chantourné  
Georges CHAMPAIN, Gîte des erables  
Frédéric CHONIER, Mairie de Saint-Rémy-sur-Durolle  
Marie-Paule DAUPHIN, Verre d'Auzelles et Route des Métiers  
Marco et Mélanie DEJN, Gîtes et mini-camping "Les Deux Frères"  
Jean-Claude DELMAS, Golf de Cunhat  
Erika DELOBEL, Sur les Traces du Coq Noir  
Blandine FAURE, Gîte de Lapierre  
Claire FORNES, Auberge de la belette  
Alain GIRONDE, Les gîtes de Châteldon  
Valérie GOBILLARD, Le clos Goëlle  
Nadine GOUILLOUX, Les Concerts de Vollore  
Jean JALLAT, Les Champs d'ail de Billom  
Monique KAUFFELD, Camping les Chelles  
Gérard LECOQ, ANA'CHRONIQUE  
Ingrid LORTON, Les P'tites Rivières  
Christine MILLER, Moulin de la Passerelle  
Agnès MOILIER, Mairie de Marsac-en-Livradois  
Alain NERON, Domaine du Faux Martel  
Claude et André NIGON, Gîtes Les Pénitents et Tsé Brava  
Sylvain PERAUDEAU, Richard de Bas  
Joëlle QUINTON, Saviloisirs SPL  
Béatrice RIVOLLIER, Le Béa'titude  
Geneviève SAVINEL, La maison de Melie  
Helen SLIK, La paresse en douce  
Gilles VAYSSIERES, La Clef des Puys

#### Partenaires

Corinne GONCALVES, Office de Tourisme de la communauté d'agglomération du Puy-en-Velay  
Stéphanie MOULIN, Mairie de Sauvain

Sylvain RINGENBACH, communauté de communes Ambert Livradois Forez  
Amandine THERON, Parc naturel régional Livradois-Forez

Equipe technique de la Maison du tourisme

Brigitte ARCIS  
Benoît BARRÈS  
Audrey CHASSAGNON  
Christophe CHAVAROT  
Marie-Elise CHOSSONNERY  
Sylviane ECHALIER  
Fabienne IGONIN  
Muriel PAPILLON  
Nicolas PINAUD  
Pascale SAINT-JOANIS  
Mégane SOCIER  
Stéphanie VACHON

Excusés et/ou représentés

Collège des présidents des collectivités membres

Tony BERNARD, président de la communauté de communes Thiers Dore et Montagne  
Élisabeth BRUSSAT, présidente de la communauté de communes Entre Dore et Allier  
Gérard GUILLAUME, président de la communauté de communes Billom Communauté

Membres de droits

Bernard BERAUD, Communauté de communes Ambert Livradois Forez - pouvoir remis à Céline AUGER  
Michelle CIERGE, Communauté de communes Entre Dore et Allier  
Atlantique DE LAVERNAY, Communauté de communes Thiers Dore et Montagne - pouvoir remis à Frédéric CHONIER  
Chantal FACY, Communauté de communes Ambert Livradois Forez  
Guy GORBINET, Communauté de communes Ambert Livradois Forez - pouvoir remis à Corinne MONDIN  
Alain MOLIMARD, Communauté de communes Ambert Livradois Forez - pouvoir remis à Corinne MONDIN  
Patrick SAUZEDDE, Communauté de communes Thiers Dore et Montagne - pouvoir remis à Frédéric CHONIER

Membres actifs

Annie ARNOULT, Musée de la Fourme et des Traditions, pouvoir à Marie-Paule DAUPHIN  
Bernard ARTHAUD, Les Vieilles Lames, pouvoir à Marie-Paule DAUPHIN  
Jacques et Laetitia BATAILLE, Jardins de La Croze, pouvoir à Jean JALLAT  
Janine BELLIARD, Gîte du château et de Montouroux, pouvoir à Gilles CHAMBREUIL  
Nadine BERARD, Au vieux four, pouvoir à Patricia CASTET  
Ophélie BERBAIN, Atelier du Sardier, pouvoir à Gilles CHAMBREUIL  
Stéphanie BIANCHI, Apicultrice - les nectars d'Isalys, pouvoir à Patricia CASTET  
Ariane BOILLOT, Gîte d'étape et de séjour de Rochemulet, pouvoir à Sylvain PERAUDEAU  
Stéphane CARPIN, La Grande Maison, pouvoir à Sylvain PERAUDEAU  
Alain CHAPOT, Espace VTT du Massif des Bois Noirs, pouvoir à Georges CHAMPAIN  
Alexandra CHASTENET, Le moulin de la Fortie, pouvoir à Georges CHAMPAIN  
Nicole CHELLE, Les Copains, pouvoir à Alain NERON  
Michel CONSTANT, La Féculerie, pouvoir à Christine MILLER  
Camille CROUZET, Au Riolet, pouvoir à Claire FORNES

Agnès D'AGOSTINO, Chez Marie - Agnès et Michel d'Agostino, pouvoir à Gilles VAYSSIERES  
Roland DUCREUX, La ferme du Gamasson, pouvoir à Gilles VAYSSIERES  
Robert DURET, Mus'Energie, pouvoir à Agnès MOILIER  
Alain FAURE, Mairie de la Chaulme, pouvoir à Helen SLIK  
Daniel FAURE, Les lilas d'Auvergne, pouvoir à Helen SLIK  
Franck FAYOLLE, Auberge de Ceilloux, pouvoir à Nadine GOUILLOUX  
Claudette HELSTROFFER, La panoramique des Puys, pouvoir à Alain NERON  
Philippe HUGOT, Château de Mons, pouvoir à Jean-Patrick LE GUEHENNEC  
André LAURENT, Moulin des Massons, pouvoir à Marie-Paule DAUPHIN  
Christian MIOLANE, CYCLO CLUB LES COPAINS, pouvoir à Jean-Patrick LE GUEHENNEC  
Isabelle MONTALBANO, Centre Culturel le Bief / Manufacture d'images, pouvoir à Gérard LECOQ  
Chantal MOUILLARD, La martre, pouvoir à Gérard LECOQ  
Catherine NOEL, LES CAVES DE L'ABBAYE, pouvoir à Ingrid LORTON  
Chantal NOGIER, Chantal NOGIER, pouvoir à Ingrid LORTON  
Annaïg PENSEC, Sur les pas de Gaspard, pouvoir à Marie-Paule DAUPHIN  
Robert RAYNAUD, Gîte de Marie-Claire, pouvoir à Christine MILLER  
Françoise REMY, l'étape foreZen, pouvoir à Joëlle QUINTON  
Eliane ROMEUF, CHEZ TIANE, pouvoir à Joëlle QUINTON  
Ronald TOORENBURGH, Camping la Vallée Verte, pouvoir à Jean-Claude DELMAS  
Nigel et Samantha WYDYMUS, Le Coteau d'Olliergues, pouvoir à Jean-Claude DELMAS

#### Partenaires

Bertrand BARRAUD, Communauté d'agglomération "Agglo Pays d'Issoire"  
Jean-Luc DOLLEANS, CCI Territoriale de Haute-Loire  
Nathalie DOS SANTOS, Communauté de communes "Billom communauté"  
Jean-Pierre MARCON, Conseil départemental de la Haute-Loire  
Daniel STRELZYK, Comité Départemental de Randonnée Pédestre de Haute-Loire  
Georges ZIEGLER, Conseil départemental de la Loire

#### ACCUEIL

Corinne Mondin, présidente de la Maison du tourisme, ouvre la séance et accueille les participants. Elle les remercie de leur participation malgré les contraintes actuelles et notamment les représentants des collectivités membres du collège de droit, les prestataires touristiques membres du collège actifs, les événements majeurs (qui ont pu devenir membre depuis cette année suite à la création d'un pack événements majeurs), David PRULIÈRE commissaire aux comptes et Marie-Pierre BARTHELEMY, expert-comptable.

Elle informe que l'assemblée générale peut se tenir en visio-conférence (alors que les statuts ne le prévoient pas), les conditions légales étant respectées à savoir :

- permettre l'identification des membres ;
- garantir la participation effective des membres ;
- permettre la retransmission continue et simultanée.

Elle précise que :

- le logiciel de visio-conférence est Zoom ;
- la réunion est enregistrée (donne une garantie complémentaire ; preuve en cas de litige). Le visionnage sera disponible sur l'espace pro du site internet de la Maison du tourisme.

Elle invite les participants à :

- s'identifier dans Zoom avec leur prénom et nom
- s'exprimer oralement (et pour ceux qui ont des problèmes de connexion audio ou sonore à utiliser le fil de la discussion)

- se présenter individuellement oralement, chacun à son tour, en précisant : nom, prénom, structure.

Elle présente les excuses du nouveau président de l'Entente Tony Bernard et des président.e.s des communautés de communes.

Brigitte Arcis détaille la liste des différents pouvoirs.

Corinne Mondin présente ensuite les modalités d'organisation de la réunion, les règles de prise de parole et l'ordre du jour :

- o Rapport moral
- o Rapport d'activité
- o Bilan financier
- o Budget prévisionnel
- o Cotisations
- o Election du conseil d'administration.

Elle rappelle que les membres du conseil d'administration se réuniront seuls, après l'assemblée générale, pour élire les membres du bureau et le/la président.e

Elle informe que le quorum est atteint et que l'Assemblée générale peut donc délibérer.

**Résolution n°1 : l'assemblée générale approuve à l'unanimité le principe d'effectuer les votes de l'assemblée générale ordinaire oralement et pour les membres ayant des problèmes de connexions (vidéo, son) de le faire dans le fil de la discussion (en mentionnant : pour, contre, abstention).**

## **I – RAPPORT MORAL 2020**

---

Corinne Mondin présente le rapport moral de l'association. Ce rapport est annexé au présent compte-rendu.

**Résolution n°2 : l'assemblée approuve à l'unanimité le rapport moral 2020.**

## **II – RAPPORT D'ACTIVITÉ 2020**

---

Chaque « élu référent » de la Maison du tourisme présente le rapport d'activité de l'année 2020 et les orientations 2021 de son pôle :

- Pôle « Accueil, territoire et relations locales » : Céline Auger et Bernard Auroy (pour la partie randonnée) ;
- Pôle « Marketing » : Alain Néron ;
- Pôle « Relations clients et relations commerciales » : Annick Forestier.

La présentation du rapport d'activités 2020 est détaillée dans le document « bilan des actions 2020 », annexé au présent compte-rendu

**Résolution n°3 : l'assemblée approuve à l'unanimité le rapport d'activité 2020.**

### III – RAPPORTS FINANCIERS 2020

---

#### 1. Rapport financier 2020

Marie-Pierre Barthélémy (cabinet BTB Conseils à Thiers), expert-comptable de la Maison du tourisme présente les principaux indicateurs financiers de la structure, le compte de résultat et le bilan de l'année 2020.

Compte de résultat :

- Produits de fonctionnement : 1 405 K€ (-4 ,2 %)
- Résultat de l'année : 44 706 €
- Fond associatif : 314 K€
- Trésorerie : 344 K€

Bilan :

- Actif / passif : 832 415 €
- Fond de roulement : 282 645 €

Une présentation synthétique du compte de résultat 2020 et du bilan 2020 est détaillée dans le document « Compte de résultat et bilan 2020 de la Maison du tourisme ».

David Prulière (cabinet CEGEX à Aubière), commissaire aux comptes de la Maison du tourisme présente le rôle du commissaire aux comptes et informe qu'il certifie les comptes 2020. Il fait part d'une réserve concernant les fonds Leader (environ 150 000 €) toujours en attente de versement.

**Résolution n°4 : l'assemblée approuve à l'unanimité le compte de résultat 2020, le bilan au 31 décembre 2020 et le rapport du commissaire aux comptes.**

#### 2. Affectation du résultat 2020

**Résolution n°5 : l'assemblée approuve à l'unanimité l'affectation du résultat de 44 706 € au fond associatif.**

### IV – BUDGET PREVISIONNEL 2021 ET COTISATION 2022

---

La synthèse du rapport d'orientation budgétaire a été diffusée par mail avant la réunion. Il est également présenté en document annexe.

Jean Jallat, trésorier de l'association en fait une présentation synthétique.

**Résolution n°6 : l'assemblée approuve à l'unanimité le budget prévisionnel 2021 de la Maison du tourisme.**

### V – COTISATIONS 2022

---

Jean Jallat rappelle que le montant des cotisations est voté un an à l'avance (donc cette année pour 2022 et non pour 2021) car les packs partenaires (incluant le montant cotisation) ont déjà été pris pour 2021. Il présente la proposition du conseil d'administration de ne faire aucun changement, à savoir :

- o 20 euros pour les acteurs touristiques et les organisateurs d'événements majeurs
- o 50 euros pour les réseaux touristiques

**Résolution n°7 : l'assemblée approuve à l'unanimité le maintien du montant des cotisations pour 2022 :**

- 20 euros pour les prestataires touristiques et les organisateurs d'évènements majeurs,
- 50 euros pour les réseaux touristiques.

## VI - ÉLECTION DES REPRÉSENTANTS DES SOCIOPROFESSIONNELS AU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Corinne Mondin rappelle que :

- la composition du collège des membres de droit ne change pas ;
- les représentants des membres actifs sont quant à eux élus pour 3 ans et renouvelables par tiers tous les ans. L'ordre de renouvellement se fait pour les deux premières années par tirage au sort. Les administrateurs sortants sont rééligibles.

Le conseil d'administration du 20 février 2020 a désigné, par tirage au sort, la liste des sortants suivant le calendrier ci-dessous :

<b>Sortants 2020</b>	François ANSEL Valérie GOBILLARD Arnaud DE CADIER DE VAUCE Gilles VAYSSIÈRES
<b>Sortants 2021</b>	<b>Georges CHAMPAIN</b> <b>Jean JALLAT</b> <b>Gérard LECOQ</b> <b>Hélène SLICK</b>
<b>Sortants 2022</b>	Nicole BOUCHERAT Alain NERON Christine MILLER Sylvain PERAUDEAU

Il y a donc 5 administrateurs à élire sachant qu'il y a :

- 4 postes à renouveler ;
- 1 poste à remplacer (François Xavier AUBERT LAFAYETTE ayant démissionné en cours d'année).

Les membres du collège des membres actifs étaient invités à se présenter par courrier (en date du 17 février) et par mail (en date du 25 février) avec une réponse pour le jeudi 4 mars minuit. Seuls pouvaient être candidats les prestataires ayant souscrit un pack partenaire 2020 ou ayant payé une cotisation.

5 membres de l'Assemblée générale ont déclaré leur candidature : les 4 sortants ainsi que Gilles Vayssières.

Le nombre de candidats égale le nombre de postes à pourvoir.

Corinne Mondin rappelle que seuls les membres actifs sont invités à voter les 2 résolutions à venir.

**Résolution n°8 : le collège des membres actifs de l'assemblée générale approuve à l'unanimité le principe d'effectuer les votes de l'assemblée générale ordinaire oralement et pour les membres ayant des problèmes de connexions (vidéo, son) de le faire dans le fil de la discussion (en mentionnant : pour, contre, abstention).**

**Résolution n°9 : le collège des membres actifs de l'assemblée générale approuve à l'unanimité la liste des nouveaux membres actifs au conseil d'administration à savoir : Georges Champain, Jean Jallat, Gérard Lecoq, Hélène Slick, Gilles Vayssières.**

Corinne Mondin félicite le nouveau conseil d'administration

La nouvelle composition du conseil d'administration est la suivante (les nouveaux élus sont mentionnés en gras) :

<b>Collège des membres actifs</b>	Réseaux touristiques du Livradois-Forez	Bernard AUROY
		Marie-Paule DAUPHIN
	Secteur Thiers Dore et Montagne	François ANSEL
		Alain NERON
		<b>Georges CHAMPAIN</b>
		<b>Gilles VAYSSIERE</b>
	Secteur Billom communauté	Arnaud DE CADIER DE VEAUCE
		<b>Jean JALLAT</b>
	Secteur Entre Dore et Allier	Valérie GOBILLARD
		Nicole BOUCHERAT
	Secteur Ambert Livradois-Forez	<b>Gérard LECOQ</b>
		Christine MILLER
		Sylvain PERAUDEAU
<b>Helen SLIK</b>		
<b>Collège des membres de droit</b>	Ambert Livradois-Forez	Bernard BERAUD
		Chantal FACY
		Guy GORBINET
		Alain MOLIMARD
	Billom Communauté	Jean DELAUGERRE
		Céline AUGER
	Entre Dore et Allier	Annick FORESTIER
		Michelle CIERGE
	Thiers Dore et Montagne	Patrick SAUZZEDE
		Frédéric CHONIER
		Atlantique MESSAN
		Pierre CONTIE
	Parc naturel régional Livradois-Forez	Corinne MONDIN
		Bernard LORTON

## VII – CONCLUSION

Corinne MONDIN remercie l'ensemble des participants et fait part de son souhait de pouvoir se retrouver tous ensemble, le plus rapidement possible, pour un moment plus convivial.

Elle invite les membres du conseil d'administration à rester pour la réunion du conseil d'administration qui doit suivre, après une petite pause de 5 minutes.

**ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE**  
**11 mars 2021**  
**RÉSOLUTIONS**

**CALCUL DU NOMBRE DE VOIX**

A l'ouverture de la séance, l'assemblée générale ordinaire de la Maison du tourisme comprend :

- 4 membres du collège des présidents des collectivités (sans voix délibérative)
- 14 membres de droit ;
- 250 membres actifs.

Compte tenu des statuts :

- chaque membre actif présent ou représenté dispose d'1 voix ;
- chaque membre de droit présent ou représenté dispose de 17,86 voix (250/14)

	Nb présents	Nb représentés	Nb total présents + représentés	Nb voix/ représentant	Nb total de voix
<b>Membres de droit</b>	6	5	11	17,86	196,46
<b>Membres actifs</b>	34	34	68	1	68
<b>TOTAL</b>	40	39	78		264,46

**QUORUM**

Les statuts prévoient : « Pour délibérer valablement, au moins un quart des représentants doivent être présents ou représentés. ». Le quorum est donc de 66 présents ou représentés. Avec un total de 78 votants, le quorum est atteint. L'assemblée générale ordinaire peut donc délibérer.

**1<sup>ère</sup> RÉSOLUTION : Modalités de vote**

Pour	264,46
Contre	0
Abstention	0

**2<sup>ème</sup> RÉSOLUTION : Rapport moral 2020**

Pour	264,46
Contre	0
Abstention	0

**3<sup>ème</sup> RÉSOLUTION : Rapport d'activité 2020**

---

Pour	264,46
Contre	0
Abstention	0

**4<sup>ème</sup> RÉSOLUTION : Rapport financier 2020**

---

Pour	264,46
Contre	0
Abstention	0

**5<sup>ème</sup> RÉSOLUTION : Affectation du résultat 2020**

---

Pour	264,46
Contre	0
Abstention	0

**6<sup>ème</sup> RÉSOLUTION : Budget prévisionnel 2021**

---

Pour	264,46
Contre	0
Abstention	0

**7<sup>ème</sup> RÉSOLUTION : Cotisations 2022**

---

Pour	264,46
Contre	0
Abstention	0

**8<sup>ème</sup> RÉSOLUTION : Modalités de vote**

---

NB : seuls les membres du collège des membres actifs votent

Pour	68
Contre	0
Abstention	0

**9<sup>ème</sup> RÉSOLUTION : Renouvellement du collège des membres actifs**

---

NB : seuls les membres du collège des membres actifs votent

Pour	68
Contre	0
Abstention	0

# Rapport moral 2020



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

**Maison du tourisme du Livradois-Forez**  
Assemblée générale  
11 mars 2021

## Une organisation « politique » stabilisé

### UN PÉRIMÈTRE STABILISÉ POUR LA DEUXIEME ANNÉE

- La Maison du tourisme intervient sur le périmètre de 4 communautés :
  - Ambert Livradois-Forez
  - Billom communauté
  - Entre Dore et Allier
  - Thiers Dore et Montagne
- Quelques actions spécifiques en dehors de ces communautés de communes (périmètre Parc)

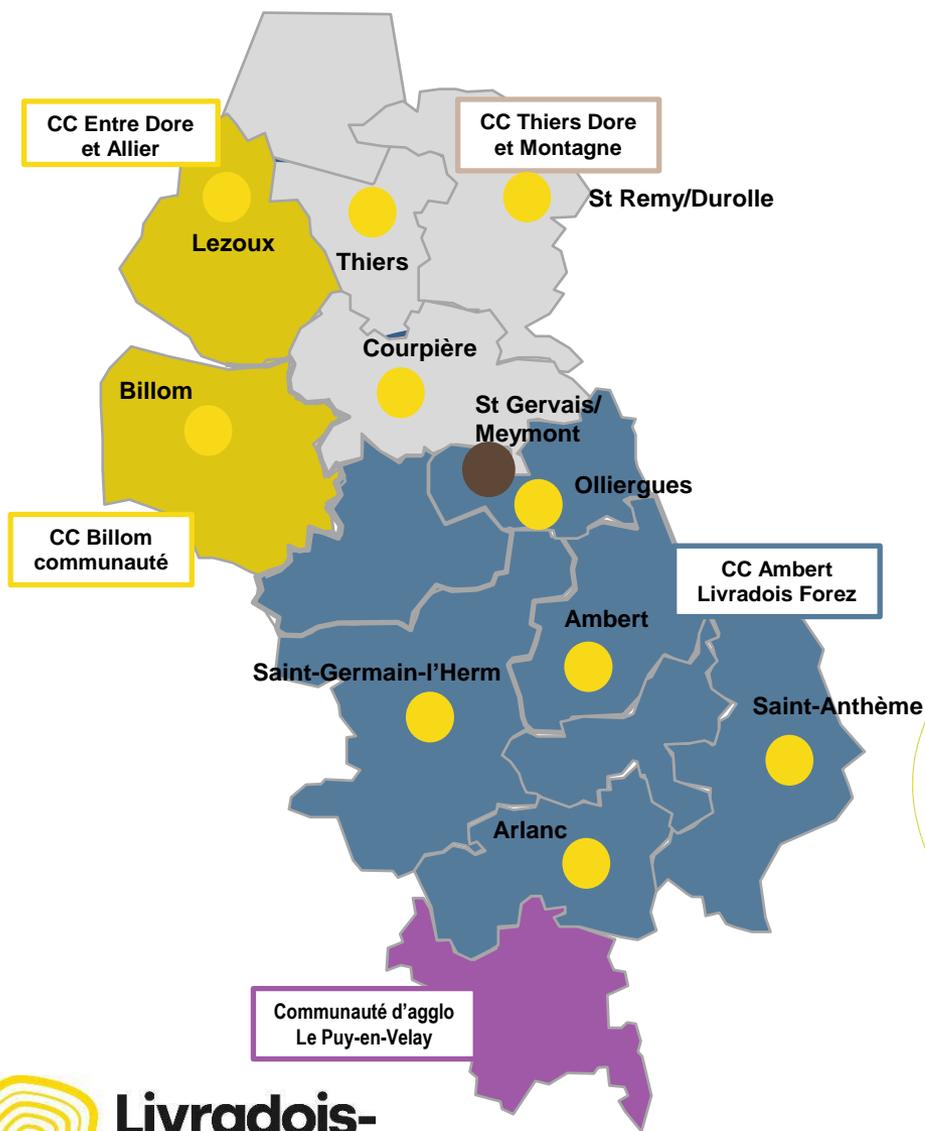
### UNE POLITIQUE TOURISTIQUE « PORTÉE » PAR LES COLLECTIVITÉS

- Entente (représentant uniquement les collectivités) : définit le cadre stratégique. 1 réunion en janvier 2021. Projet politique à faire évoluer pour 2022-2025.
- Délégation de compétence des collectivités locales dans le cadre d'une convention (2019-2021).
- Moyens apportés par les collectivités : 1,2 millions d'euros

### UNE STRUCTURE PARTENARIALE ENTRE LES COLLECTIVITÉS ET LES ACTEURS TOURISTIQUES

- Organisation statutaire : représentation à 50/50 entre les membres actifs (socio-professionnels), les membres de droits (collectivités). En 2020 : 1 AGO, 4 conseil d'administration (+ 2 consultations mail), 9 bureaux
- Commissions de travail : marketing (2), accueil, territoire et relations locales (2), relations clients relations commerciales (2)

## Organisation territoriale : 10 bureaux d'information



## LOCALISATION

- Siège de la MDT
- Bureaux d'information touristique (BIT)

- **Déménagements de locaux** : Lezoux (2020), service commercial (de Courpière à Thiers, 2021)
- **Projet d'aménagement des BIT** (devanture en 2021, intérieur en 2022)
- **Partenariat avec les maisons de services** de Cunlhat et Viverols où l'accueil touristique est géré par la communauté de communes Ambert Livradois-Forez.

## Equipe technique / ressources humaines

Lieu de travail	Nb d'agents permanents
Ambert Arlanc Saint-Anthème Saint-Germain l'H Viverols	8
Billom Lezoux	5
Thiers Courpière <i>(deux lieux de travail en 2020)</i> St / Remy/D	9
Siège	5
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>

Certains agents peuvent avoir plusieurs lieux de travail en fonction de leur missions.

## 27 AGENTS PERMANENTS

- 24 salariés, 3 agents mis à disposition (environ 23 ETP)
- Recrutement de 7 saisonniers (contre 9 en 2019)
- 2 809 heures d'absences pour maladie-maternité (soit 1,5 ETP).

## MOUVEMENTS DE PERSONNEL

- Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2020 : ½ temps supplémentaire mis à disposition par Thiers Dore et Montagne.
- 2 départs : Denis Cibien (le 7 janvier 2020 pour rejoindre Billom communauté où il travaillait déjà à mi-temps) ; Mathilde Julien (le 8 décembre 2020 pour l'OT de Vichy)
- Evolution adoptée en 2020 (arrivées en 2021) : un assistant administratif/comptable (temps partiel) ; remplacement temporaire de Mathilde Julien.
- Prévision 2021 : remplacement d'un congé maternité.

## 13 LIEUX DE TRAVAIL

- 10 BIT
- Siège
- 2 autres lieux (locaux de Thiers Dore et Montagne à Courpière, Viverols)

## MISSION D'AUDIT ET DE COACHING

- Phase 1 : audit du fonctionnement / management de la structure : enquête salariés et administrateurs. Mise en place de la phase 2 (coaching) en 2021.

### ADN TOURISME

- Fusion avec les fédérations des CRT et des CDT
- Nombreux webinaires cette année

### CONSEIL DÉPARTEMENTAL DU PUY-DE-DÔME

- Auvergne Destination volcans

### OFFICES DE TOURISME DE PROXIMITÉ

- Réseau des directeurs.rices des OT 63
- 2 conventions (OT Le Puy, OT Loire-Forez).
- Valorisation des autres territoires de proximité dans le magazine 2020.

### PARCS NATURELS RÉGIONAUX

*Voir les détails des actions dans le bilan des actions 2020*

- Fédération des Parcs : projet « Destination parc ».
- IPAMAC : projet de développement de la randonnée itinérante
- APARA (Association des Parcs Auvergne Rhône Alpes) : convention avec le CRT Auvergne-Rhône-Alpes (appui technique MDT pour formaliser un programme d'actions).

## Impact de la crise sanitaire de la Covid-19

	VARIATION DE CHARGES 2020/2019	VARIATION DE RESSOURCES 2020/2019
Baisse de la marge brut de production liée à l'activité commerciale		- 15 750 €
Achats d'équipements	+ 11 000 €	
Chômage partiel	- 420 €	
Exonérations de charges	- 32 538 €	
Aide au paiement des cotisations		+ 36 122 €
Fonds de solidarité		+ 20 000 €
Fiscalité - TVA	+ 6 890 €	
Fiscalité – taxe sur les salaires	+ 5 060 €	
<b>TOTAL</b>	<b>- 10 008 €</b>	<b>+ 40 372 €</b>
<b>IMPACT SUR LE RESULTAT</b>	<b>+ 50 380 €</b>	

## EVOLUTION DES MISSIONS EN COURS D'ANNEE

- Evolution des périodes d'ouverture (fermeture) des BIT en fonction des mesures gouvernementales (confinement, etc.)
- Plan de communication de relance (50 000 €) avec l'appui d'une agence de communication. Réorientations d'actions initialement prévues.
- Gestion des annulations : accueil des groupes, billetterie
- Réorganisation de la production pour les petits groupes
- Enquête de suivi de crise auprès des opérateurs
- Adaptation des contenus des supports d'information (site internet, etc.) et non parution de certains supports (guide des animations, etc.)

## MISE EN PLACE DES MESURES SANITAIRES

- Réorganisation de l'accueil (aménagement, procédures) dans les BIT
- Elaboration d'un protocole sanitaire (lieux de travail, BIT)
- Acquisition de matériel de protection (plaques plexis, masques, etc.) et de produits sanitaires (gel, produits d'entretien, etc.).

## EVOLUTION DE L'ORGANISATION TECHNIQUE

- Développement du télétravail
- Organisation des réunions en visio-conférence

## IMPACT FINANCIER

- Voir tableau

Maison du tourisme du Livradois-Forez

# Bilan du programme d'actions 2020

et orientations 2021



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

# **Le** **Sommaire**

- 1. Accueil, territoire et relations locales**
- 2. Marketing**
- 3. Relations clients et relations commerciales**
- 4. Indicateurs 2020**

**Accueil,  
territoire**  
et relations  
locales



### UNE OFFRE VARIÉE DE SERVICES PROPOSÉS AUX ACTEURS TOURISTIQUES



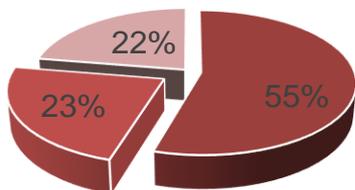
Couverture du guide des services 2020

- **3 packs partenaires** qui regroupent un ensemble de prestations pour accompagner les prestataires dans la promotion, la commercialisation et le développement de leur activité :
  - **Pack prestataire**
  - **Pack réseau**
  - **Pack événement majeur**
- **1 pack publicitaire** qui propose des espaces publicitaires sur des supports papier et numériques de la MDT (également proposé aux commerçants – suivant une charte de qualité).
- **Des services commerciaux** pour contribuer au développement de la vente des séjours/activités.
- **Des services ouverts à tous** les prestataires qu'ils soient ou non partenaires.

## Les packs partenaires

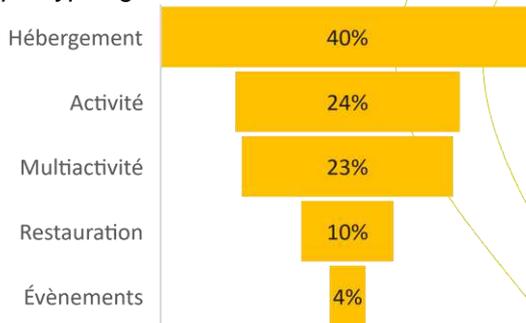
Répartition des « packs partenaires »  
par territoire

<b>AMBERT LIVRADOIS- FOREZ</b>	Ambert	50
	Arlanc et la Haute-Loire	13
	Cunlhat	12
	Olliergues	20
	Saint-Germain	25
	Saint-Anthème et la Loire	38
<b>BILLOM LEZOUX</b>	Billom et région Issoire	38
	Lezoux	28
	Courpière	20
<b>THIERS DORE ET MONTAGNE</b>	Thiers	49
	<b>TOTAL</b>	<b>293</b>



- Ambert Livradois Forez
- Billom Lezoux
- Thiers Dore et Montagne

Répartition des « packs partenaires »  
par typologie



**293 PRESTATAIRES PARTENAIRES**  
**416 OFFRES TOURISTIQUES (+ 6 %)**

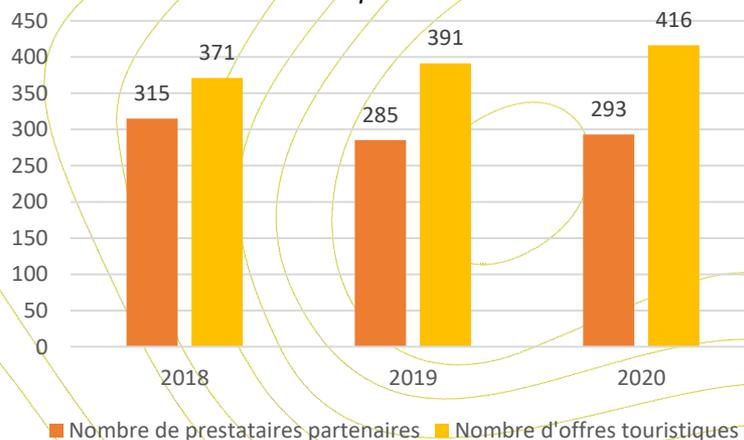
**Dont 11 packs « événements majeurs » Nouveauté**

Coutellia / Pamparina / Festival d'Ambert / Festival de La Chaise-Dieu / Concerts de Vodable / Cyclo des Copains / Fourmofolies / Nuits classiques de Thiers / Festival de Montpeloux / Foire à l'ail / Village des producteurs des Sites remarquables du goût

**Et 4 packs « réseaux partenaires »**

Route des Métiers / Sur les Pas de Gaspard  
À pas de lynx / Casa d'art

Évolution du nombre de prestataires partenaires  
et du nombre d'offres touristiques

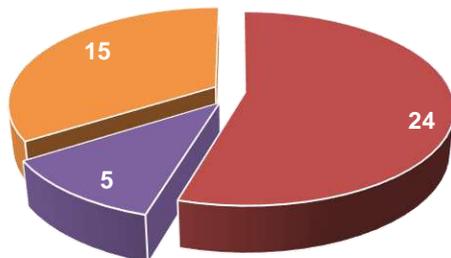


## Les packs publicitaires

Répartition des packs publicitaires par support

SUPPORTS	NOMBRE DE PACKS
MAGAZINE DONT 6 ÉCHANGES PUBLICITAIRES ET 4 RÉSEAUX	38
PUBLIREPORTAGE	5
GUIDE DES ANIMATIONS	4
SITE INTERNET	3
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>

Répartition des annonceurs par territoire

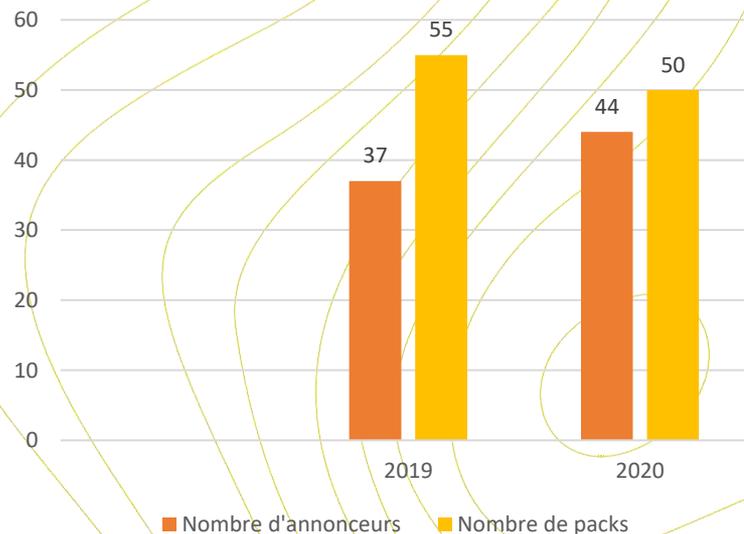


■ Ambert Livradois-Forez ■ Billom Lezoux ■ Thiers Dore et Montagne

**44 ANNONCEURS**  
**50 PACKS PUBLICITAIRES**

dont 4 packs « réseau »  
et 6 échanges de publicité  
Pack « événements majeurs »

Évolution du nombre d'annonceurs  
et du nombre de packs publicitaires



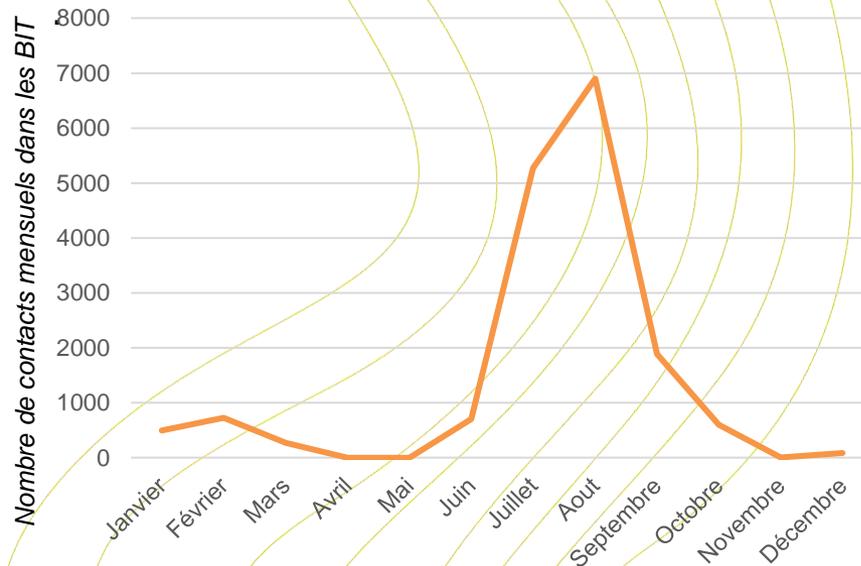
## L'accueil dans les bureaux d'information touristique

BIT	NB CONTACTS	RÉPARTITION (EN %)	ÉVOLUTION 2020/2019
THIERS	6 196	36 %	- 12 %
AMBERT	3 987	23 %	- 25 %
BILLOM	2 278	13 %	- 26 %
ST-ANTHÈME	1 566	9 %	- 35 %
ARLANC	952	6 %	- 20 %
COURPIÈRE	812	5 %	- 19 %
OLLIERGUES	545	3 %	- 22 %
LEZOUX	338	2 %	- 34 %
ST-GERMAIN L'HERM	287	2 %	- 40 %
ST RÉMY/ DUROLLE	196	1 %	- 45 %
<b>TOTAL</b>	<b>17 157</b>	<b>100 %</b>	<b>- 23 %</b>

Ces chiffres doivent prendre en compte l'évolution des horaires d'ouverture 2020 : fermeture des BIT pendant les périodes de confinement et une diminution des horaires d'ouverture pendant la saison pour la désinfection des locaux (- 16,5 %).

### 33 600 VISITEURS

soit 17 157 contacts qualifiés (- 23 %)  
dont 25 000 visiteurs accueillis en juillet/août  
soit 12 173 contacts (+ 3 %)



- 3 BIT font 73 % de la fréquentation.
- Plus de 40 % des visiteurs sont accueillis en août.
- 460 personnes/jour accueillies au mois d'août.

### PLUS DE 2 500 ACCUEILS À DISTANCE

Dont

- **2 365** contacts téléphoniques.
- **92** demandes d'information via le site internet.
- **42** contacts en accueil hors les murs à Lezoux tous les jeudis après-midis d'été au musée de la céramique et 2 soirées à la médiathèque.

## La gestion de base de données et observation

Nombre de fiches APIDAE renseignées

TYPE D'OFFRE	NB D'OFFRES
HÉBERGEMENT	671
RESTAURATION	189
ACTIVITÉ	560
STRUCTURE ÉQUIPEMENT	478
PATRIMOINE	182
ANIMATION	1 192
<b>TOTAL</b>	<b>3 272</b>

### PLUS DE 3 000 FICHES APIDAE MISES À JOUR

- La MDT utilise la base de données de l'offre touristique (APIDAE), un outil commun à l'ensemble des offices de tourisme de la région.
- Le site internet de la MDT comme les différents sites internet des structures institutionnelles relayant les offres du territoire sont en lien avec cette base de données.
- La MDT coordonne la mise à jour de ces informations.
- **Nouveauté 2020 : création d'un outil interne de suivi des mises à jour des offres.**

### DES OUTILS D'OBSERVATION TOURISTIQUE

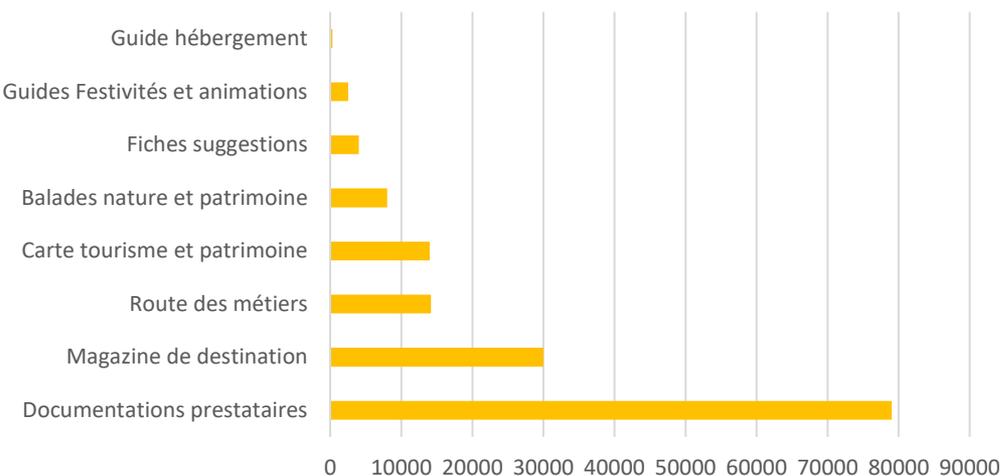
- Mise en place d'un module de qualification et comptage des contacts clients (comptoir, tél, mail, etc.).
- Élaboration d'un bilan de fréquentation touristique estival.
- Participation à l'observation nationale d'ADN tourisme (réseau des offices de tourisme).

### 2 ENQUÊTES PRESTATAIRES « CRISE SANITAIRE »

- 2 enquêtes pour évaluer les difficultés des prestataires lors : 1<sup>er</sup> confinement (enquête papier) ; 2<sup>ème</sup> confinement (enquête téléphonique).
- En raison de la crise sanitaire, aucune enquête de satisfaction « papier » n'a été remise aux visiteurs.



## La diffusion de la documentation touristique



Diffusion des documents lors des bourses aux documents

DOCUMENTATIONS	PUY-DE-DÔME	ALLIER
MAGAZINE	1 836	241
CARTE TOURISME ET PATRIMOINE	1 991	436
ROUTE DES MÉTIERS	1 706	256
PRESTATAIRES ALF	7421	615
PRESTATAIRES BL	3110	395
PRESTATAIRES TDM	1 845	650
S/TOTAL	17 909	2 593
<b>TOTAL</b>	<b>20 502</b>	

## PLUS DE 150 000 DOCUMENTS DIFFUSÉS

de la MDT et des partenaires

- Participation à 2 bourses aux documents départementales (63, 03) : plus de **20 000** documents (annulation des dates du 42 et 43).
- Nouveau : livraison des documents du territoire Livradois-Forez directement chez les **265** prestataires qui les avaient préalablement commandés.
- Plateforme d'envoi de documents commune aux BIT (**144 envois** contre 549 en 2019).

## PRÉSENTATION DE LA DOCUMENTATION DANS LES BIT

- Mise en valeur des documents des partenaires de la MDT dans les bureaux d'information touristique. En raison de la crise sanitaire, les documents étaient présentés mais pas en accès libre comme habituellement.
- Création d'espaces spécifiques et harmonisés pour chaque catégorie de dépliants.

## Informations spécifiques aux hébergements



Guide des hébergements imprimé à la demande

### LES DISPONIBILITÉS DES HÉBERGEMENTS

- Affichage sur les vitrines des BIT des disponibilités des hébergements touristiques « à la nuitée » de leur secteur géographique de proximité.
- Offre réservée aux hébergements partenaires volontaires et informant de leur disponibilité via les différents outils proposés.

### LE GUIDE DES HÉBERGEMENTS « IMPRIMÉ À LA DEMANDE »

- Les hébergements partenaires sont présentés par typologie d'hébergement et par territoire.
- Impressions réalisées à la demande du client (type d'hébergement, localisation).
- Présentation dans une pochette cartonnée.



## Le service billetterie et la boutique



Affichette billetterie dans les BIT

**2 058 BILLETS VENDUS : - 57 %**

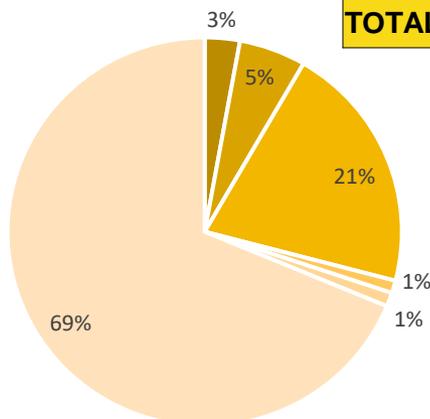
**23 206 € DE VENTES : - 67 %**

- Annulation des festivals de l'été (crise sanitaire).
- Progression de la vente des activités
- Progression de la vente des Balades nature et patrimoine des partenaires
- 32 % de réservation en ligne / 68 % au comptoir des BIT.

	NB DE BILLETS VENDUS				CHIFFRE D'AFFAIRES			
	2018	2019	2020	VARIATION	2018	2019	2020	VARIATION
<b>SPECTACLES</b>	2 964	3 610	897	-75 %	48 526	54 665	5 852	- 89 %
<b>ACTIVITÉS</b>	804	683	618	- 10 %	19 053	14 503	15 146	4 %
<b>BNP (1)</b>	441	486	543	12 %	1 821	1 881	2 208	17 %
<b>TOTAL</b>	<b>4 209</b>	<b>4 779</b>	<b>2 058</b>	<b>- 57 %</b>	<b>69 399</b>	<b>71 049</b>	<b>23 206</b>	<b>- 67%</b>

(1) Hors visites et balades MDT

Répartition du chiffre d'affaires boutique par type de produits



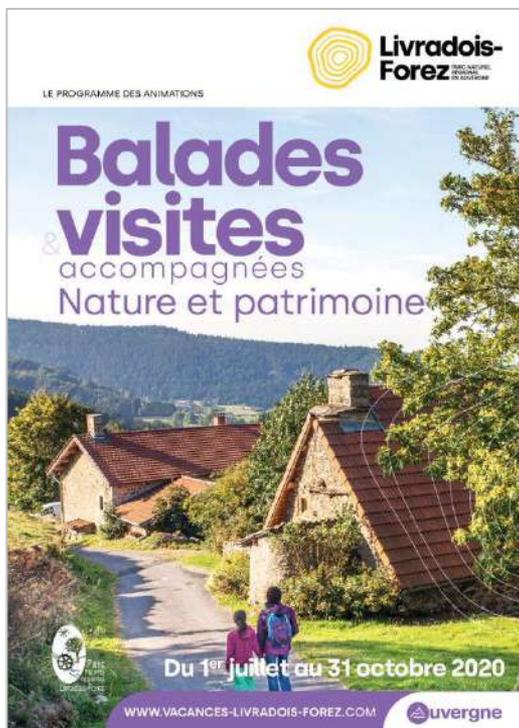
- Cartes postales
- Livres
- Objets
- Revente prestataires
- Service
- Topoguide BIT

**VENTES BOUTIQUE : 9 526 € (- 6 %)**

- Intégration de nouveaux produits dans les boutiques des BIT : un coffret de couteaux « le Thiers », le topoguide « Livradois-Forez, Parc naturel en Auvergne » aux éditions Chamina (réédition).
- La vente de topoguides locaux représente près de 70 % du chiffre d'affaires.

## Le programme d'animations

	NB PRÉVU	NB BALADES	NB PARTICIP.	CHIFFRE D'AFFAIRES
2020	72	50	489	2 430 €
2019	75	49	646	3 124 €
VAR.		+ 2 %	- 24 %	- 22 %



## 489 PARTICIPANTS AUX BALADES NATURE ET PATRIMOINE

- Démarche coordonnée par le PNR
- Programmation spécifique à la MDT
  - 27 visites de villes et de villages
  - 11 balades nature
  - 12 visites animées et/ou nocturnes
- Un guide des « Balades nature et patrimoine » accompagnées dans le Parc naturel régional Livradois-Forez de juin à octobre.
- 8 000 exemplaires.
- Recettes 2 : 430 € (-22 %)

## UNE PROGRAMMATION JOURNÉES DU PATRIMOINE

- 174 participants
- Participation à l'événement national en proposant des visites de Thiers.
- Réalisation d'un programme des animations organisées pour les Journées du patrimoine en Livradois-Forez.

## RENDEZ-VOUS de Billom communauté

- Réalisation du livret de la programmation annuelle du PAH de Billom communauté.
- Appui technique au PAH de Billom communauté pour les Journées du patrimoine des 19/20 septembre.

## La valorisation des animations



Couverture des 2 guides Festivités et animations



Maison du tourisme  
Livradois-Forez -  
Informations locales

@Maison.du.tourisme.Livradois.Forez.animations -  
Office du tourisme

Modifier Envoyer un mes...

Photo de couverture de la page Facebook Informations locales

## DES GUIDES D'ANIMATIONS

- 2 guides **Festivités et animations petites vacances scolaires** (hiver et Toussaint) sur les 4 prévus. 1 000 exemplaires chacun.
- Des **agendas locaux mensuels** (hors périodes de confinement) et **hebdomadaires** (en juillet/août) « chartés » pour le secteur Billom/Lezoux, Thiers Dore et Montagne et Ambert Livradois-Forez, impression à la demande, **soit 28 guides**.

## AUTRES SUPPORTS DE COMMUNICATION

- Rubrique agenda du site internet
- Réseaux sociaux : gestion de la page Facebook **Maison du tourisme du Livradois-Forez « Informations locales »** avec relais des animations et de l'actualité des partenaires, des jeux sur la découverte du territoire, des idées de randonnée. **1680 « j'aime »**.
- Transmission régulière des animations pour 3 médias : La Gazette THiers-Ambert, La Montagne, Le Semeur-Hebdo.

## UNE MÉTHODE DE RECENSEMENT

- Recensement de toutes les animations touristiques situées sur les communautés de communes membres ou organisées par une structure engagée dans un réseau soutenu par le PNR.
- Une inscription en ligne de l'animation sur [www.vacances-livradois-forez.com](http://www.vacances-livradois-forez.com) (espace pro).

## Le programme de formations et de rencontres



### 1 RENCONTRE LOCALE

- **24 participants**
- **Objectifs** : mieux faire connaître le territoire aux professionnels du tourisme et aux agents de la MDT, mieux connaître les prestataires touristiques.
- **Date** : 13 octobre 2020 / Le Forez côté Loire

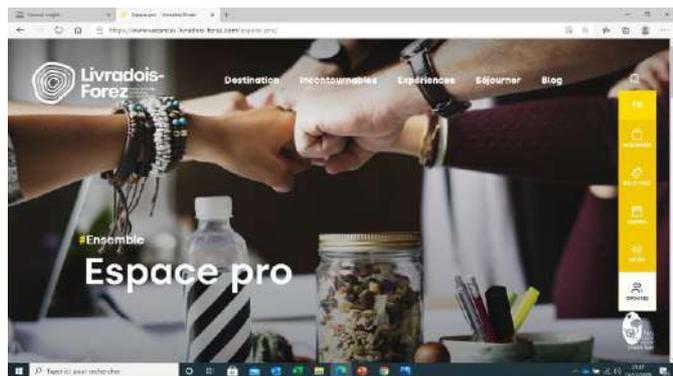
### 3 RENDEZ-VOUS DU TOURISME

- **15 participants**
- **Objectifs** : créer du lien entre les prestataires touristiques et la MDT, apporter des conseils techniques et pratiques sur les services proposés par la MDT.
- **Dates** :
  - 6 octobre : secteur Ambert Livradois-Forez
  - 7 octobre : secteur Billom/Lezoux
  - 8 octobre : secteur Thiers Dore Montagne

### 6 SESSIONS DE FORMATION

- **110 participants**
- **Le programme**
  - 12/11 : stratégie de communication
  - 19/11 : code de marque / dépliant
  - 20/11 : tourisme expérientiel
  - 30/09 et 15/10 : formation open pro - Channel manager Eviivo
  - 26/11 : la solution de paiement en ligne « One shot pay »

## Les outils de communication pour les prestataires



### L'ESPACE PRO

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

- L'office de tourisme : la structure, le plan marketing, les bilans, les documents préparatoires et les comptes rendus.
- Les services proposés aux partenaires de la MDT.
- Les services de vente en ligne.
- Le code de marque.
- L'observatoire touristique.
- La taxe de séjour.

### LE FACEBOOK PRO

(nouauté)

Maison du tourisme Livradois-Forez – Professionnels

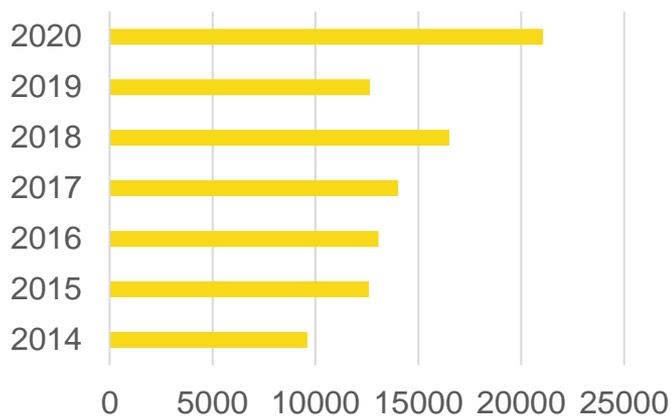
- Date de création : 25 mars 2020.
- Nombre de membres : 177.
- Nombre de publications : 453.
- Contenu : décryptage de séminaires, actualités, réouvertures des sites après déconfinement, sondages, formations... .

### LA LETTRE D'INFORMATION

(nouauté)

Tous les deux mois une lettre d'information est envoyée à nos partenaires (à retrouver sur l'espace pro). Au total, 10 lettres transmises à tous les prestataires et les élus par e-mailing.

## Le développement de la randonnée 1/3



Évolution de la fréquentation des sentiers de randonnée à partir de l'analyse des 3 éco-compteurs mis en place par le PNR sur les Hautes-Chaumes du Forez.

### COORDINATION DU BALISAGE ET DE LA MAINTENANCE POUR LES CIRCUITS DE RANDONNÉES PÉDESTRES + LE TOUR VTT

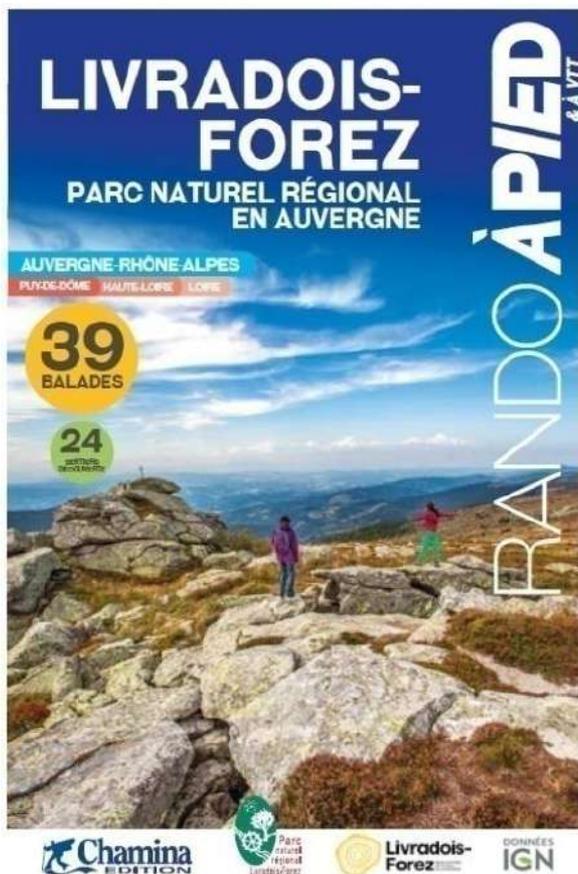
- 190 PR + 27 sentiers à thèmes.
- Tour de Pays et circuits de WE.
- Le Tour VTT en Livradois-Forez.

### REVITALISATION DE LA VALLÉE DE LA DORE À VELO

- Participation au comité de pilotage de l'étude coordonnée par le syndicat mixte du PNR.
- Aide technique à la recherche de tracés pour la création d'une vélo-route dans la vallée de la Dore.

### SOUTIEN À L'ASSOCIATION RANDONNÉE EN LIVRADOIS-FOREZ

- Aide de 4 000 € à l'association RELF pour le balisage des chemins de randonnées pédestres édités dans les topoguides locaux.



Couverture du topoguide « Livradois-Forez, Parc naturel en Auvergne » aux éditions Chamina.

### SOUTIEN À LA CRÉATION DE TOPOGUIDES DE RANDONNÉE PÉDESTRE

- Édition du topoguide « Livradois-Forez, Parc naturel en Auvergne » en partenariat avec les éditions Chamina.
- Diffusion-commercialisation des topoguides locaux (librairies, grandes surfaces...).

### CRÉATION DE NOUVEAUX ITINÉRAIRES DE RANDONNÉES EN LIEN AVEC LES COLLECTIVITÉS LOCALES

- Création de 4 nouvelles randonnées :
  - Le barrage des Pradeaux à Grandrif.
  - La source de la Jarpe à Grandrif.
  - Du plan d'eau à la table d'orientation à St-Rémy-sur-Durolle.
  - Lezoux, Terre d'histoire à Lezoux.

### GR DE MONTAIGNE (GR89)

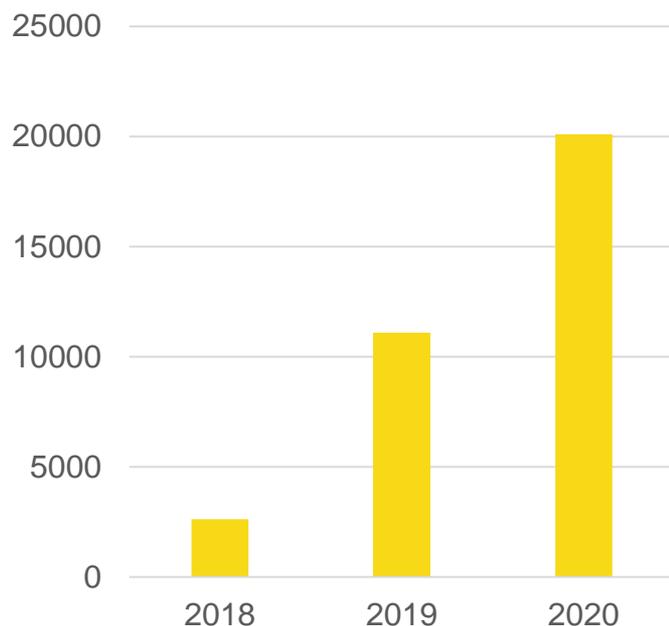
- Soutien technique aux collectivités pour la création de ce nouvel itinéraire.

### ITINÉRANCE HAUTES-CHAUMES DU FOREZ

- Contribution au projet de création d'une itinérance multi-activité destinée à un public « famille » sur les monts du Forez (entre Noirétable et le Col des Pradeaux).  
*Démarche coordonnée par le PNR et l'association IPAMAC.*

## Le développement de la randonnée 3/3

Nombre d'utilisateurs de la plateforme randonnée [www.livradois-forez-rando.fr](http://www.livradois-forez-rando.fr)



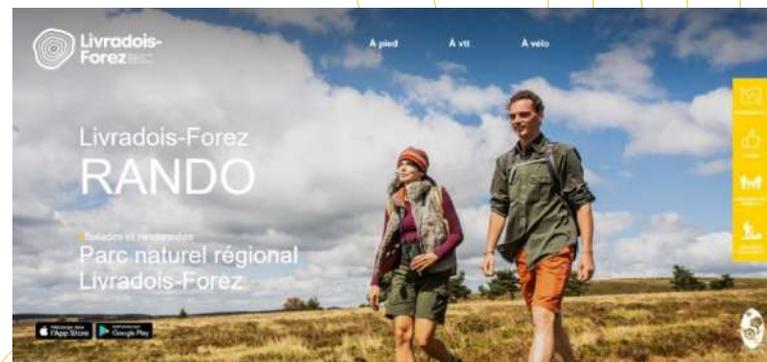
2018	2019	2020
2 624 *	11 089	20 103 (+ 81 %)

\* à partir de septembre

## 20 400 UTILISATEURS DE LA PLATEFORME DE RANDONNÉE EN LIGNE...(+ 81 %)

[www.livradois-forez-rando.fr](http://www.livradois-forez-rando.fr)

- Mise en ligne de la totalité des circuits de randonnée pédestre édités dans les topoguides locaux (env. 200).
- Gestion de la plate-forme numérique et des contenus.
- Amélioration du « design » pour une cohérence avec le code de marque Livradois-Forez.



## 2 500 UTILISATEURS DE L'APPLICATION LIVRADOIS-FOREZ RANDO DEPUIS JUILLET 2020

- Nouvelle version téléchargeable depuis juillet 2020 avec des nouveautés (version 3.3.4) :
  - Possibilité de randonnée en mode « hors ligne » sans avoir besoin de réseau mobile ni d'internet (à condition d'avoir téléchargé le parcours).
  - Possibilité de géolocalisation permanente.
  - Nouveau design et application plus intuitive.
  - Rapidité de l'application.

## Nouvelles actions 2021 en prévision

### L'accueil

- Démarche « Qualité Tourisme »
- Réalisation d'un schéma d'accueil et de diffusion de l'information (SADI).
- Aménagement des bureaux d'information touristique : amélioration des devantures (nouveau code de marque) avant l'été ; élaboration d'un programme d'aménagement intérieur.
- Développement des outils de vente en ligne pour les activités (Addock) et la vente de produit boutique (Open boutique).
- Diffusion du magazine de destination dans les commerces du Livradois-Forez et autres sites (avec présentoir)

### La randonnée

- Élaboration d'un plan « randonneurs » sur les Hautes-Chaumes du Forez en lien avec les acteurs locaux (communes, PNRLF, propriétaires agricoles...).
- Réédition des topoguides « Balades et Randonnées... » en Pays d'Ambert, Entre Dore et Allier et Haut-Livradois.
- Développement de plateforme Livradois-Forez randonnée (en partenariat avec le PNR) :
  - intégration des circuits VTT / Cyclo en lien avec les partenaires « sportifs du territoire »
  - intégration des randonnées pédestres sur les départements limitrophes (Loire et Haute-Loire)
  - projet de développement de la réservation en ligne pour organiser des séjours itinérants.

### Les relations locales

- Évolution du programme de formation et de rencontres pour les prestataires
- Organisation des 2 journées découverte initialement prévues en 2020 :  
La Chaise-Dieu et autour du Vernet-la-Varenne.

— **Marketing**



## La marque « Livradois-Forez »



La marque



Le marqueur (utilisation par les acteurs locaux)



## MARQUE « LIVRADOIS-FOREZ »

- Nom de la marque : Livradois-Forez
- Signature : Parc naturel régional en Auvergne

## 54 PARTENAIRES UTILISATEURS DE LA MARQUE

- 35 prestataires touristiques
- 8 organisateurs d'événements avec le pack événements
- 5 membres fondateurs
- 5 collectivités locales
- 1 réseau touristique

## UNE BOÎTE À OUTILS ENRICHIT

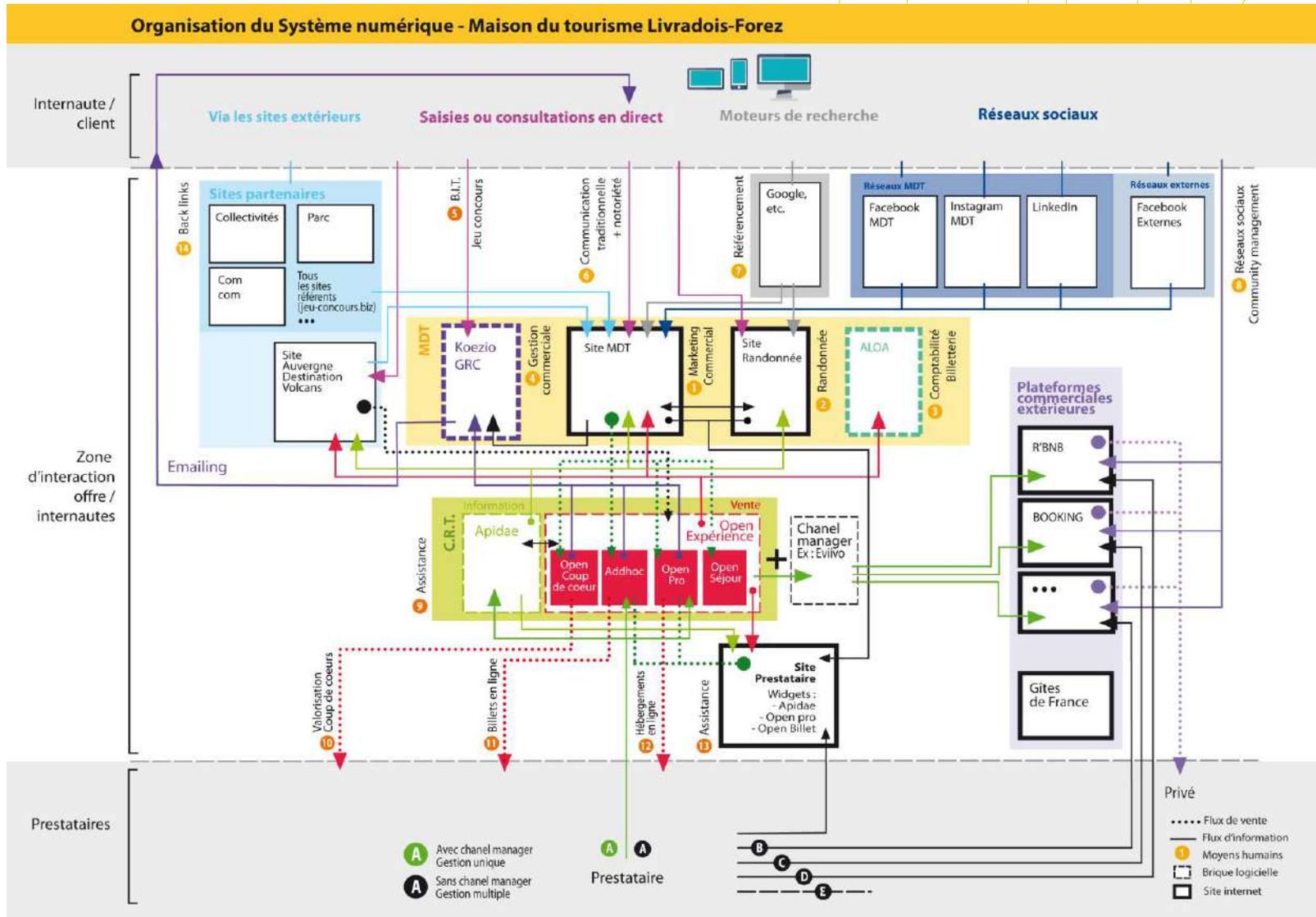
- Kit de communication (affiche, cover Facebook, clips vidéo, visuel web, bannière web, vidéo),
- Kit pour les grands événements (différents modèles graphiques d'affiche pour mieux insérer le logo).

## DÉPLOIEMENT INTERNE DE LA MARQUE

- Création / acquisition de mobilier de salon.
- Création d'oriflammes pour les bureaux d'information touristique du territoire.
- Création/diffusion de sacs en papier dans les boutiques des bureaux d'information.
- Création et vente de coffrets de 6 couteaux Le Thiers®.



# Organisation du système numérique



## Site internet vacances-livradois-forez 1/2 : évolution du contenu



S'immerger dans l'univers de la coutellerie thiernoise

### Un univers artisanal authentique et passionnant

Découvrez à Thiers l'univers de la coutellerie thiernoise : son musée, ses ateliers et ses couteliers en activité.



Le monde merveilleux de la ferme en Livradois-Forez

### Allez à la rencontre des animaux qui font la richesse agricole du Livradois-Forez

Près de 2000 fermes et exploitations agricoles parsèment le Livradois-Forez, une richesse humaine et patrimoniale.



Livradois-Forez, terre de cyclisme

### Spécial "Tour de France 2020" passage au col du Béal

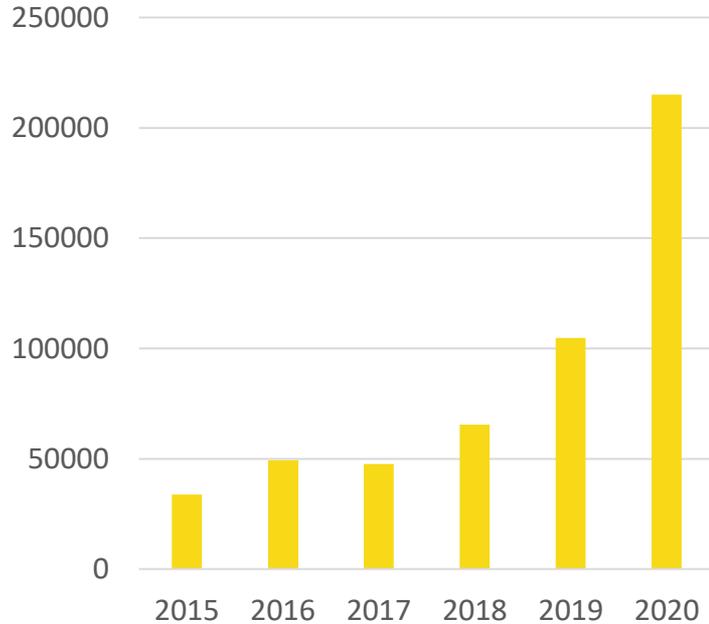
Le Tour de France a traversé le Livradois-Forez.

## 31 INCONTOURNABLES EN LIVRADOIS-FOREZ

- Évolution du site interne.
- Création d'une nouvelle rubrique : « Incontournables ».
- Rédaction de 31 nouveaux articles.

## Site internet vacances-livradois-forez 2/2 : fréquentation

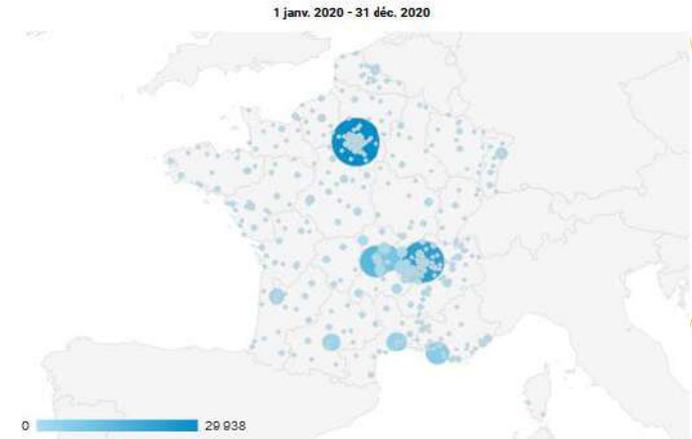
Nombre de visiteurs uniques du site



CANAUX D'ARRIVÉES SUR LE SITE	NOMBRE UTILISATEURS		ÉVOLUTION
	2019	2020	
MOTEURS DE RECHERCHE	73 134	108 526	+ 48 %
RÉSEAUX SOCIAUX	2 527	44 345	+ 1 655 %
ACCÈS DIRECT	26 348	34 433	+ 30 %
ACCÈS PAR DES LIENS	12 124	10 461	- 13 %
<b>TOTAL</b>	<b>104 818</b>	<b>215 031</b>	<b>+ 95 %</b>

**215 000 VISITEURS UNIQUES : + 95 %**

**UNE VISIBILITE NATIONALE**



**UNE STRATEGIE DE RÉFÉRENCIEMENT**

	NOMBRE MOTS CLÉS		ÉVOLUTION
	2019	2020	
<b>MOTS CLÉS POSITIONNÉS EN TOP 10</b>	<b>348</b>	<b>439</b>	<b>+ 38 %</b>

**MISE EN PLACE D'INDICATEURS**

Google analytics / Plan de marquage / Google data studio



### 3 CAMPAGNES SPONSORISÉES FACEBOOK

2,5 MILLIONS DE VUES

CAMPAGNE	BUDGET MDT	NB DE VUES FACEBOOK
CAMPAGNE PRINTEMPS	1 500 €	223 000
CAMPAGNE PAGE AUVERGNE (ÉTÉ)	2 500 €	1 634 000
CAMPAGNE « PLATS À EMPORTER » (DÉCEMBRE)	2 000 €	729 000
TOTAL	6 000 €	2 586 000

### UNE PRÉSENCE ACCRUE

ET UN FORT POTENTIEL DE DÉVELOPPEMENT

RÉSEAUX SOCIAUX	INDICATEURS	2020	2019	ÉVOLUTION
FACEBOOK PAGE DESTINATION	Abonnés	2 460	1 695	+ 45 %
FACEBOOK PAGE ANIMATIONS	Abonnés	1 723	1 063	+ 62 %
YOUTUBE	Vidéos vues	7 614	4 768	+ 59 %
INSTAGRAM	Abonnés	491	238	+ 106 %

## Campagne de communication de relance (suite crise sanitaire) : 1/2



### UNE STRATÉGIE ET UN PLAN DE CRISE

- Regroupement des moyens pour une campagne à hauteur de 50 000 €
- Positionnement : bienvenue dans les vacances d'après Clientèles ciblées : les Français qui devaient partir à l'étranger et qui recherchaient des solutions alternatives en France.
- Marché : rayon de 3 heures + Ile de France.
- Date de lancement : 8 juin

### 3 CAMPAGNES THÉMATIQUES : 2, 8 MILLIONS DE VUES 25 CLICS SUR LE SITE INTERNET

- Évadez-vous (cible : couples urbains)
- Ressourcez-vous (cible : familles de proximité)
- Retrouvez-vous (cible : tribus, familles)

	Nb de vues	Nombre de personnes ayant vue la publication	Nombre de clics vers le site internet	Montant de la campagne	Coût par clic
<b>Audiences sur la page Facebook « Destination » de la Maison du tourisme</b>					
Campagne 1 - S'évader	1 116 480	288 191	6 675	3 000 €	0,45 €
Campagne 2 – Se ressourcer	757 342	172 480	6 803	2 500 €	0,37 €
Campagne 3 – Se retrouver	953 296	286 560	11 310	4 000 €	0,35 €
<b>S/total 1</b>	<b>2 827 118</b>	<b>747 231</b>	<b>24 788</b>	<b>9 500 €</b>	<b>0,38 €</b>

## Campagne de communication de relance (suite crise sanitaire) : 2/2



proche Place Maréchal Lyautey Lyon 6

### **AFFICHAGE URBAIN À LYON** **1,1 MILLION DE VUES**

- Période : 10/06 au 16/06/2020
- Nombre d'affiches : 85
- Ciblage : centre-ville de Lyon

### **PUBLICITÉ** **SUR LE SITE INTERNET** **PETIT FUTÉ : 333 000 VUES**

- Date de la campagne : du 15/06 au 30/09/2020.
- Bannière présentée sur la page d'accueil du site de la région Auvergne-Rhône-Alpes.
- Nombre de vues de la page : 333 000.
- Nombre de clics (renvoi sur le site de la MDT) : 997.



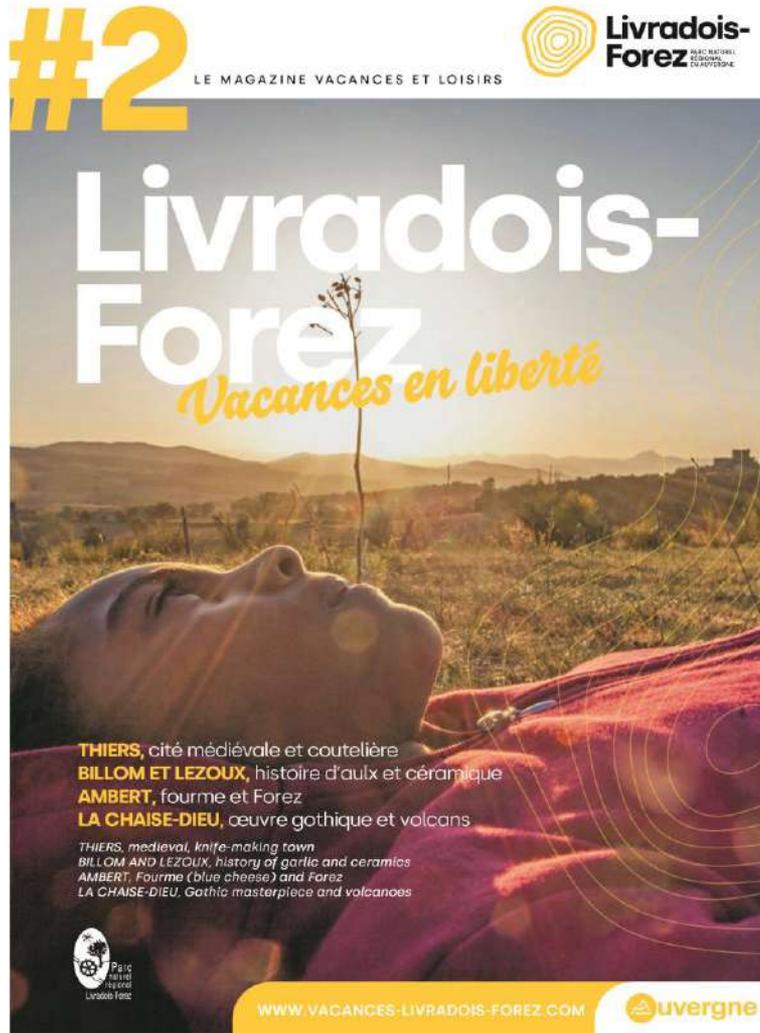
## Salons et présence lors de « festivités locales »



### PEU DE PRÉSENCE DE LA MDT CETTE ANNÉE LORS DES ÉVÈNEMENTS LOCAUX

- **6 annulations d'événements** lors desquels la MDT devait avoir un stand
- **2 participations** de la MDT à des événements locaux
- **224 visiteurs accueillis** sur le stand MDT
- **236 contacts qualifiés**

	DATES	NB VISITEURS RENSEIGNÉS	NB CONTACTS QUALIFIÉS
<b>FOURMOFOLIES (Ambert)</b>	4 samedis du 25/7 au 15/8	204	236
<b>TOUR DE FRANCE (Col du Béalà)</b>	12 septembre	20	0
<b>TOTAL</b>		<b>224</b>	<b>236</b>



## 40 000 MAGAZINES DE DESTINATION

- **Contenu**
  - 1 partie sous forme magazine
  - 1 partie carnet d'idées : présentation des partenaires de la MDT (prestataires d'activités, restaurateurs)
  - Grand reportage nature
  - Langue : français / anglais
- **Diffusion**
  - 25 000 ex. localement
  - 15 000 ex. hors territoire dont 7 000 ex. diffusés en kiosque avec Le Mag2Lyon (juin 2020) et Tout Clermont (juillet-août 2020).



## 25 000 CARTES TOURISME ET PATRIMOINE

- Mise à jour de la carte
- Territoire : le Livradois-Forez
- Partenaire : PNR Livradois-Forez

## Campagnes photographiques



## RENOUVELLEMENT DE LA BANQUE D'IMAGES GRÂCE À 3 REPORTAGES



**JT DE FRANCE 2**  
**5,5 MILLIONS DE TÉLÉSPECTATEURS**



*France 2 : Impressions d'Ailleurs « Les Hautes-Chaumes du Forez : ça ressemble aux steppes de Mongolie ». Septembre 2020*



### MISSION DE RELATION PRESSE

avec l'agence Qui Plus Est

- 100 médias sélectionnés dont 10 prioritaires.
- Création et diffusion d'un dossier de presse.
- Création et diffusion de 2 communiqués (été, automne).
- Démarchage individuel des médias.

### 6 REPORTAGES TV

- **RAI Uno (Italie)** : accueil de journaliste (23/08) pour un documentaire « Dreams Road » circuits à motos en Auvergne(03/09). Visite d'Ambert et du moulin Richard de Bas. Partenaire : Auvergne Destination Volcans.
- **TF1 (reportage de Guillaume Frixon, 06/06)** : à Ambert, découverte de la Fourme d'Ambert et du vélorail
- **France 3 Auvergne-Rhône-Alpes (Diffusion en juillet)** : expérience nature sur les Hautes-Chaumes du Forez (moulin Richard-de-Bas, jasserie du Coq Noir). Juillet
- **France 3 Auvergne-Rhône-Alpes** : balade de l'été à Billom et Lezoux.
- **France 3 Auvergne (30/06)** : Paradis VTT – Les Hautes Chaumes du Forez.



## 8 ARTICLES DE PRESSE ÉCRITE

- **AR Voyage, le magazine du voyageur**  
**Reportage sur les « secrets et innovations du Livradois- Forez »** (à Ambert, Billom, Lezoux et Thiers).  
Parution d'un grand reportage de 12 pages en mars 2021.  
Partenariat.
- **Femme Actuelle Senior**  
N° 28 septembre 2020. 9 pages sur le Magazine  
+ version en ligne
- **Chasseur Français**  
Hors-série novembre 2020. « Couteaux de France, un savoir-faire envié ». Dossier spécial sur la coutellerie thiernoise.
- **The Guardian / The Telegraph**  
Thiers, coutellerie, art de vivre et saucisse de choux.  
Parution prévue début 2021, et dès l'automne sur les Webzines des deux journaux. Partenaire : AURA Tourisme.
- **Le Figaro Magazine (Webzine)**  
27/03 : « 10 monts près de chez nous où l'on aimerait se ressourcer »
- **Petit Gourmet**  
Juillet. Présentation du séjour « Les savoir-faire ancestraux en Livradois-Forez »
- **France 3 (Webzine)**  
5 activités insolites à découvrir : le funcross.

## PLUS DE 20 ÉMISSIONS RADIO



- **Radio evasion.be (radio belge)**  
02/07/2020 : Plateau autour des activités VTT.
- **France Inter le 17/07** (émission de Yann Bertrand)  
Interview Patrick Pascal pour le World Festival Ambert.
- **France Bleu Pays d'Auvergne :**  
25/08 / La matinale : Thiers  
31/07 / « Baladeur de l'été » : musée Céramique + Lezoux  
24/07 / « Baladeur de l'été » : les Petites Fourmos.  
19/07 / Idées sorties : la Maison de l'Améthyste.  
14/07 / Idées sorties : le Jardin pour la Terre.  
09/07 / « Baladeur de l'été » : Hautes-Chaumes du Forez.
- **RCF Puy-de-Dôme**  
02/07 : VTT, sortie en Livradois-Forez (10 mn de direct).  
02/06 : présentation générale du Livradois-Forez.  
14/10 : automne / artisanat
- **Chéri FM Auvergne**  
Brève du journal du 02/07 : une nouvelle destination touristique.
- **Radio Notre Dame**  
05/08 : AGRIVAP et le Livradois-Forez en famille.
- **Radio Arverne**  
02/05 : Thiers, la coutellerie et le Livradois-Forez.  
02/07 : VTT.  
06/10 : automne / artisanat.
- **Multicolore Radio**  
Tous les samedis du 04/07 au 31/8 : des idées de découvertes.



**L'amoureux des abeilles  
qui sait piquer la  
curiosité**

## 7 REPORTAGES

### « ROUTE DES MÉTIERS »

- Partenariat (rédaction, diffusion) :  
La Gazette Thiers-Ambert
- 7 articles sur des artisans et producteurs  
de la Route des métiers
- Dates : du 09/07 au 27/08/2020
- Diffusion des articles également sur le blog de la MDT



**Vitrailliste aux mille et  
une facettes**

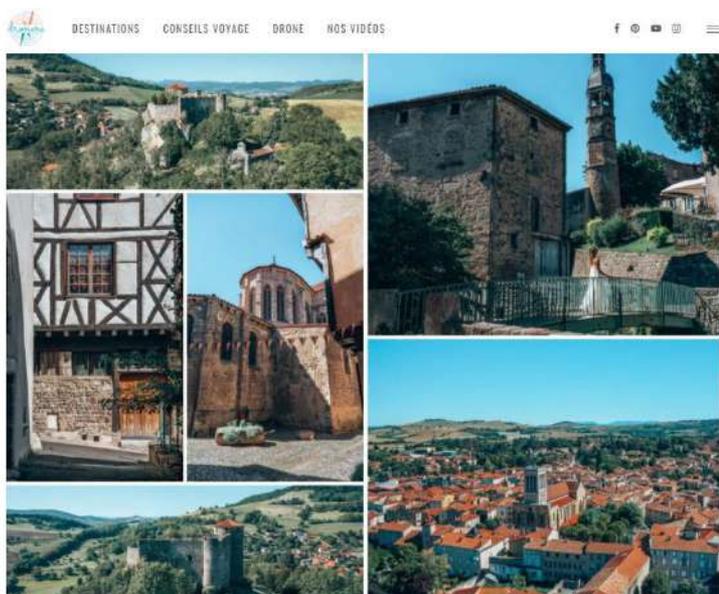


**La poésie dans le  
crayon, mine de rien**



**Au Sardier, l'art à la  
portée de tous**

## Relations-médias 6/6



## ACCUEIL DE 2 ÉQUIPES DE BLOGUEURS

### Les Droners

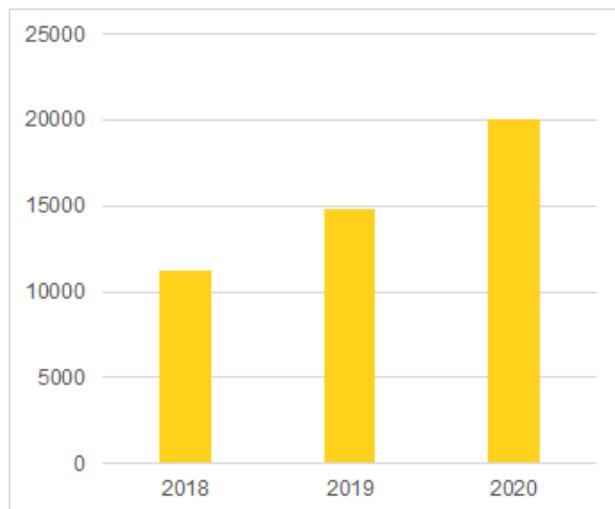
- Thème : 5 jours inoubliables en Auvergne avec présentation de Billom, Ville d'Art et d'Histoire et Site remarquable du goût (photos et vidéos)
- Partenaires : Auvergne Destination Volcans

### Petit Bivouac / Chilowé

- Dates : 3 au 5 juillet 2020
- Thème : micro-expérience et campagne « VTT » / Hautes-Chaumes du Forez
- Partenaires : Ambert Livradois-Forez / ART Auvergne Rhône-Alpes

## Gestion de la relation client

Nombre de contacts avec mail  
dans la base de données clients



	2018	2019	2020
NOMBRE DE CONTACTS DANS LA BASE DE DONNÉES	11 221 Réajustement des fichiers au 31/12/2018	14 859	20 039 Réajustement des fichiers au 31/12/2020

**BASE DONNÉES CLIENTS :  
20 039 CONTACTS**

soit + 35 %

### Objectifs stratégiques de la gestion de la relation client

- Centralisation/ collecte des données clients (mail, centre d'intérêt),
- Diffusion d'information en fonction des centres d'intérêt des visiteurs.

### Provenance des 5 180 nouveaux contacts

- Site internet : 370
- Jeu concours : 147
- Salons et opérations locales (rétroactif): 468
- Accueil BIT (y compris mails / téléphone) : 347
- Open System (hébergements + activités) : 2 230
- Apidae (mises à jour) : 1618

## Nouvelles actions 2021 en prévision

- Plan de promotion commun des PNR d'Auvergne Rhône-Alpes avec l'agence régionale du tourisme :
  - 1 campagne famille aventure (réseaux sociaux, publicité sur site affinitaire)
  - 1 campagne sportifs activités de plein air dont VTT (réseaux sociaux)
  - 1 campagne photographie aventure famille.
- Mise en place d'une stratégie de développement des réseaux sociaux
- Amplification de la campagne de communication sur les réseaux sociaux (au moins une en amont de chaque période de vacances)
- Création et diffusion de lettre d'information auprès de la base de données clients (20 000 adresses)
- Développement des utilisateurs de la marque Livradois-Forez
- Préparation de la refonte de la stratégie marketing



– **Relations clients**  
et relations  
commerciales



## Production groupes : les supports



## 4 SUPPORTS DE VALORISATION DE L'OFFRE GROUPE

### Le catalogue « destination groupe »

- Cibles : association de seniors, autocaristes,
- Diffusion du catalogue 2020,
- Pour le catalogue 2021 : reprise du catalogue 2020.

### Le flyer « séjours nature, spécial petits groupes » (nouveau)

- Objectif : adapter l'offre de groupes suite à la crise sanitaire,
- Cibles : petits groupes,
- Contenu : 2 séjours pour des petits groupes de 10 à 25 personnes, plus jeunes et pratiquant un peu de sport (randonnée dans un club, VAE...), slow tourisme,
- Parution : octobre 2020.

### Le catalogue « excursions et séjours jeune public »

- Cibles : écoles et centres de loisirs
- Diffusion du catalogue 2020
- Pour le catalogue 2021 : reprise du catalogue 2020
- Pas de réédition du catalogue.

### Le site internet

- Mise à jour de l'ensemble des offres touristiques sur le site internet

## Production individuelle



🌙 1 nuit 🧑 2 pers.

Échappée romantique avec la Chaîne des volcans d'Auvergne comme panorama  
Saint-Jean-Des-Ollières



🌙 1 nuit 🧑 4 pers.

Voyagez dans le temps à la mode du vintage en Livradois-Forez  
Morsot



🌙 1 nuit 🧑 4 pers.

Se déconnecter et se ressourcer en plein cœur d'un parc naturel en Auvergne  
Sereign



🌙 2 nuits 🧑 12 pers.

Des vacances en immersion nature en famille ou entre amis  
Sainte-Églaise

## DESIGN DE 8 SÉJOURS « EXPÉRIENCE »

### Positionnement des expériences

- (ré)apprendre par des « nouveaux apprentissages »
- (re)prendre son temps
- (re)donner du sens à ses vacances

### Mission de design

- Accompagnement des prestataires pour la formalisation de séjours en expériences touristiques.

### Mise en avant des expériences

- Page dédiée du site internet de la MDT
- Site internet Auvergne destination volcans





## CRÉATION DE 18 SÉJOURS PACKAGES

### Le projet du CSE Michelin

- Diversifier sa gamme de produits touristiques en proposant des produits à thème déclinés sous forme d'expérience à vivre lors de courts séjours de proximité.
- Valoriser un tourisme plus engagé et raisonné en valorisant le département du Puy-de-Dôme.

### Accompagement / mission de la MDT

- Construction en « mode partagé » du projet.
- Création de de séjours.
- Appui à la conception d'un « magalogue » (magazine / catalogue commercial).
- Insertion des séjours packagés sur le site du CSE.
- Préparation de la gestion des allotements et des réservations.

### Les séjours proposés

- 18 séjours touristiques packagés réalisés sur le territoire du Livradois-Forez.
- Contenu : hébergements qualifiés durable (surtout marque Accueil du Parc / CETD) et activités.
- Durée : 2 jours/1 nuit (sauf exception).
- Dates de validité : tous les week-ends de mai, juin, septembre, octobre 2021.
- Un partenariat établi avec plus de 40 prestataires touristiques.

	2018	2019	2020	TENDANCE (N/N-1)
<b>VISITES À LA CARTE (GROUPE)</b>	3 574 €	4 001 €	811 €	- 80 %
<b>JOURNÉE ET SÉJOURS (GROUPE)</b>	68 018 €	79 602 €	4 573 €	- 94 %
<b>SÉJOURS INDIVIDUELS (CYCLO, VOLLORE)</b>	44 387 €	42 193 €	0 €	- 100 %
<b>TOTAL</b>	<b>115 979 €</b>	<b>125 796 €</b>	<b>5 384 €</b>	<b>- 96 %</b>

## UNE ACTIVITÉ QUI A SUBIT DE PLEIN FOUET LA CRISE : - 93 %

### Fort impact de la crise sanitaire

- Chiffre d'affaires : 5 384 € (contre 77 119 € en 2019).
- Diminution drastique des demandes de groupes.
- Annulation des 2 manifestations proposant des séjours : la cyclo des copains à Ambert et les concerts de Vollore..
- Augmentation des demandes des individuels de proximité.

### Les actions commerciales

- Autocaristes : démarchages par mail et par téléphone. La plupart étaient en chômage partiel ou en arrêt temporaire d'activité.
- Écoles primaires : démarchage par mail (1 275 mails).
- Cette année, pas de démarchage in situ (RDF en face en face).

### La gestion des annulations

- Mise en place de la procédure d'annulation des groupes pour les excursions prévues entre le 01 mars et la fin septembre 2020 suivant l'ordonnance n°2020-315 du 25 mars 2020
- 95 % d'annulation (montant : 40 000 €) contre seulement 5 % de report.

### Utilisation du nouveau logiciel groupe

- Saisie des offres touristiques.
- Suivi des conventions avec les prestataires touristiques.
- Réalisation des contrats clients.



## VERS LA CRÉATION D'UN OPÉRATEUR DE VENTE DE SÉJOURS DANS LES PARCS NATURELS RÉGIONAUX DE FRANCE

La Fédération des Parcs naturels régionaux de France a lancé l'opération « Destination Parcs ». La MDT et le PNR sont partenaires de la démarche.

### **Positionnement commun aux parcs naturels :**

« l'utopie rurale » (rencontre des acteurs du changement, caractère local, caractère slow, caractère social, caractère design).

### **Recherche d'un opérateur pour vendre des séjours « utopie rurale »**

- 15 parcs pilotes dont le Livradois-Forez.
- La MDT a participé à l'élaboration de la démarche dans le cadre d'un comité de pilotage.
- Choix d'un opérateur en mars 2021.

### **Formation des parcs et des OT**

- Thème : design de l'offre.
- MDT du Livradois-Forez est la structure « pilote » lors des formations.

## Nouvelles actions 2021 en prévision

Évolution de la stratégie : passage d'un mode « de vente directe par la MDT » à un accompagnement de la vente des prestataires par des intermédiaires.

Développement / Design de nouvelles expériences.

Appui à la commercialisation de produits touristiques par les prestataires touristiques

- Installation et la prise en main de l'outil Open pro,
- Fonctionnalités avancées de l'outil Open pro,
- Les partenariat avec les OTAs.

Création d'un guide méthodologique « commercialisation touristique »

- Appui d'un stagiaire,
- Analyse des circuits de distribution existants,
- Recherche d'OTAs pouvant être intéressés par l'offre du Livradois-Forez.

Vente en ligne d'hébergements sur des circuits itinérants

- Contribution à l'évolution de plateforme randonnée-livradois-forez.



# — Indicateurs

2020



	<b>NATURE DES INDICATEURS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>ÉVOLUTION 2019/2020</b>
<b>MARKETING</b>	Nb de visiteurs uniques sur le site vacances	33 884	49 129	47 660	65 473	104 818	<b>215 031</b>	<b>+ 95 %</b>
	Nb de visiteurs uniques sur le site randonnée	-	-	-	2 400	11 089	<b>20 400</b>	<b>+ 81 %</b>
	Nb de clients/prospects dans la base de données	NC	NC	NC	11 221	14 859	<b>20 039</b>	<b>+ 35 %</b>
<b>VENTES COMMERCIALES</b>	Nb de prestataires vente en ligne (via Open)	NC	58	71	115	163	<b>170</b>	<b>+ 4 %</b>
	CA vente en ligne (via Open)	NC	179 301€	168 321€	169 612 €	NC	<b>332 176 €</b>	<b>+ 96 %</b>
	CA du service commercial	19 670 €	43 904 €	66 590 €	115 979 €	125 796 €	<b>5 384 €</b>	<b>- 96 %</b>
<b>ACCUEIL TERRITOIRE RELATIONS LOCALES</b>	Nb de contacts dans les BIT en été	-	-	-	-	11 866	<b>12 173</b>	<b>+ 3 %</b>
	Nb de visiteurs dans les BIT toute l'année	24 600	29 626	27 118	44 959	47 998	<b>33 600</b>	<b>- 23 %</b>
	Nb de participants aux visites de la MDT	389	478	540	662	646	<b>489</b>	<b>- 22 %</b>
	CA MDT billetterie	21 243 €	33 397 €	56 812 €	69 399 €	71 049 €	<b>23 206</b>	<b>- 67 %</b>
	CA boutique	2 531 €	3 212 €	4 955 €	7 241 €	10 149	<b>9 526</b>	<b>- 6 %</b>
	Km de sentiers de randonnée entretenus en partenariat avec RELF	2 514	2 514	2 514	2 514	2514	<b>2514</b>	<b>-</b>
<b>GOVERNANCE</b>	Nb de prestataires partenaires de l'OTI	279	286	276	315	285	<b>293</b>	<b>+ 3 %</b>
	Nb de packs partenaires souscrits	315	350	334	374	391	<b>416</b>	<b>+ 6 %</b>

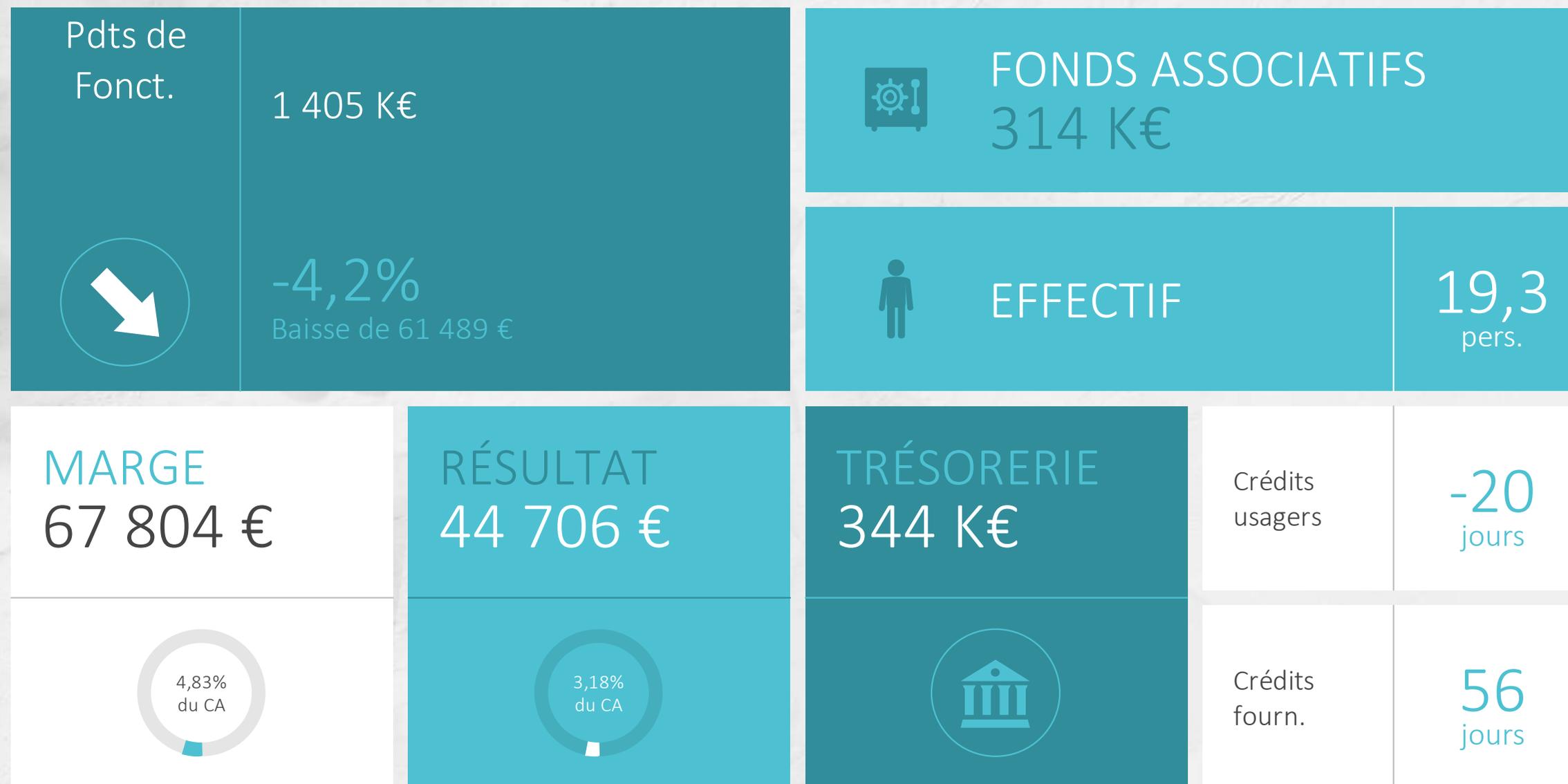
# Association MAISON DU TOURISME DU LIVRADOIS-FOREZ

Présentation de vos principaux indicateurs financiers

**Association MAISON DU TOURISME DU LIVRADOIS-FOREZ**  
GESTION ET ANIMATION TOURISTIQUE  
**Madame Corine MONDIN**

MAISON DU PARC  
LE BOURG  
63880 SAINT-GERVAIS-SOUS-MEYMONT

## VOTRE ASSOCIATION EN QUELQUES CHIFFRES



## RESSOURCES ASSOCIATIVES

	2020	2019	Évolution
Subventions obtenues	170 678 €	96 684 €	+76,5% 
Cotisations des adhérents	1 137 438 €	1 115 211 €	+2% 
Dons, Mécénats, Legs	1 779 €	34 €	
<b>Total des ressources</b>	<b>1 309 895 €</b>	<b>1 211 929 €</b>	<b>+8,1%</b> 

## ACTIVITÉ DE NÉGOCE

	2020	2019	Évolution
Ventes de marchandises	9 081 €	10 147 €	-10,5% ⚡
Achats consommés	6 031 €	4 433 €	+36% ⚡
Marge sur négoce	3 050 €	5 714 €	-46,6% ⚡
Taux de marge sur négoce	33,59%	56,31%	-22,7 ⚡

## ACTIVITÉ DE PRODUCTION / PRESTATIONS

	2020	2019	Évolution
Prestations vendues	85 929 €	244 318 €	-64,8% 
Production de l'exercice	85 929 €	244 318 €	-64,8% 
Achats consommés	21 175 €	166 957 €	-87,3% 
Marge sur prestations	64 754 €	77 361 €	-16,3% 
Taux de marge sur prestations	75,36%	31,66%	+43,7 

## ACTIVITÉ GLOBALE

	2020	2019	Évolution
Ressources associatives	1 309 895 €	1 211 929 €	+8,1% 
Ventes de marchandises	9 081 €	10 147 €	-10,5% 
Prestations vendues	85 929 €	244 318 €	-64,8% 
Produits d'exploitation	1 404 905 €	1 466 394 €	-4,2% 

## SUBVENTIONS + ADHESIONS + CA

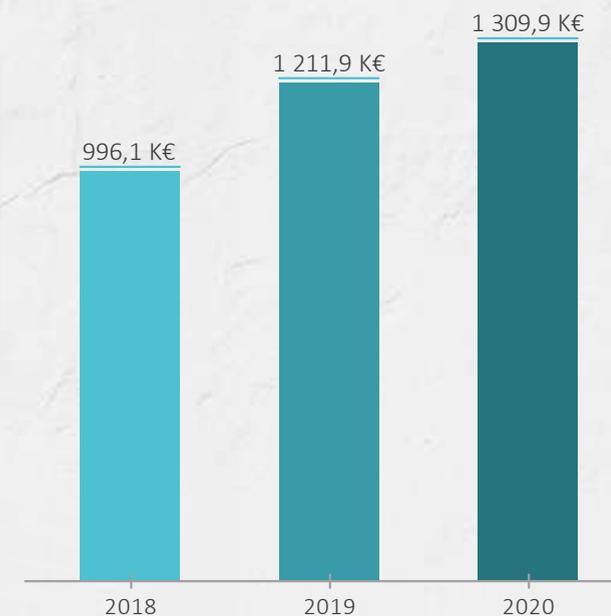
	2020	2019	Évolution
SUBVENTION PNRLF	22 958 €	20 934 €	+9,7%
SUBVENTION EPCI	75 747 €	75 747 €	0%
ADHESIONS	1 129 442 €	1 107 555 €	+2%
COTISATIONS MEMBRES ACTIFS	6 320 €	5 980 €	+5,7%
CONTRIBUTIONS COLL ASSOCIEES	1 676 €	1 676 €	0%
SUBVENTION UE	15 851 €	0 €	
SUBVENTION COVID	20 000 €	0 €	

😊 RESSOURCES ASSOCIATIVES

2020 1 309 895 €

2019 1 211 929 €

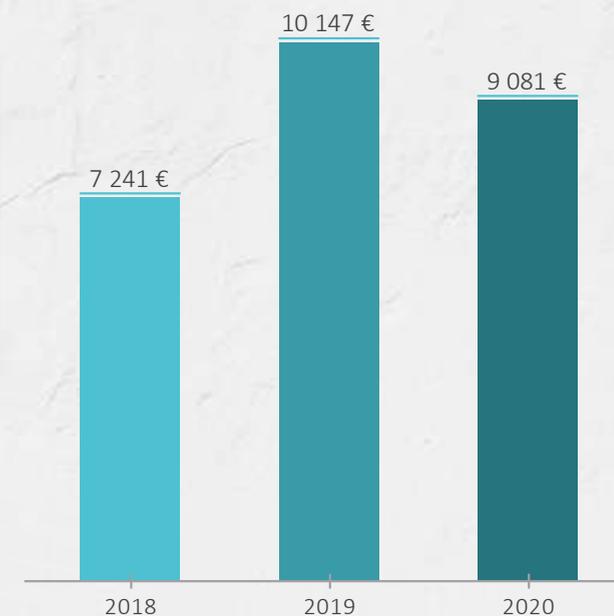
📈 +8,1% +97 966 €



## ⚡ VENTES DE MARCHANDISES

2020	9 081 €
2019	10 147 €

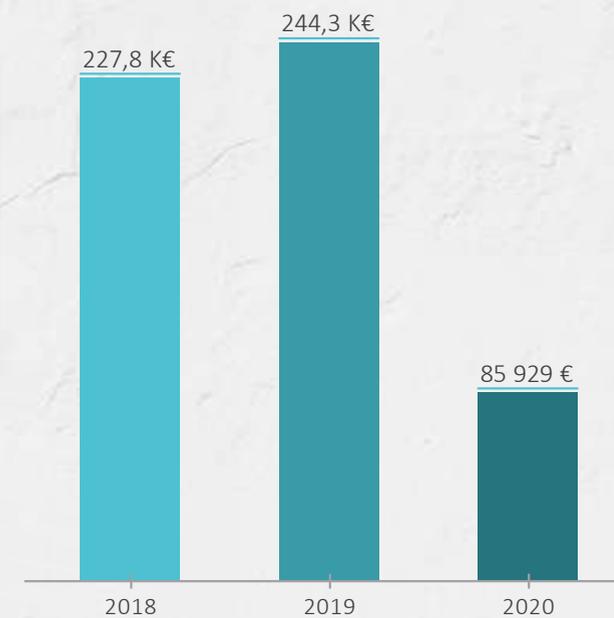
 **-10,5%** **-1 066 €**



## ⚡ PRESTATIONS VENDUES

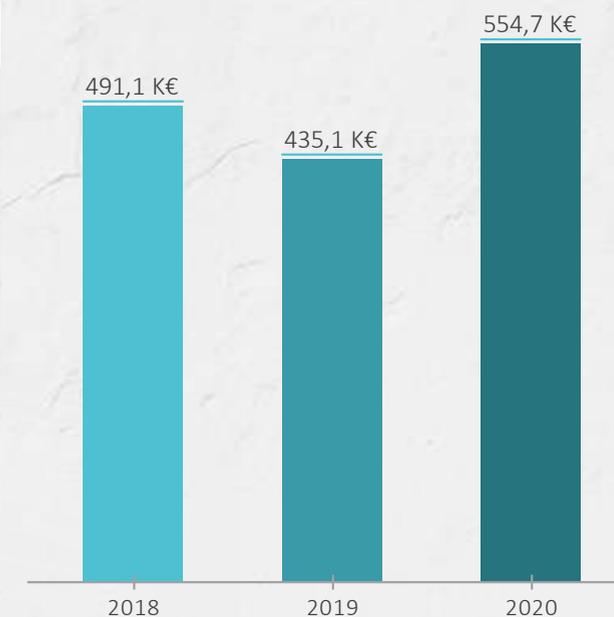
2020	85 929 €
2019	244 318 €

📈 **-64,8%** **-158 389 €**



## CHARGES DE FONCTIONNEMENT

		% Produits
2020	554 651 €	39,48%
2019	435 099 €	29,67%



**+27,5%**

**+119 552 €**

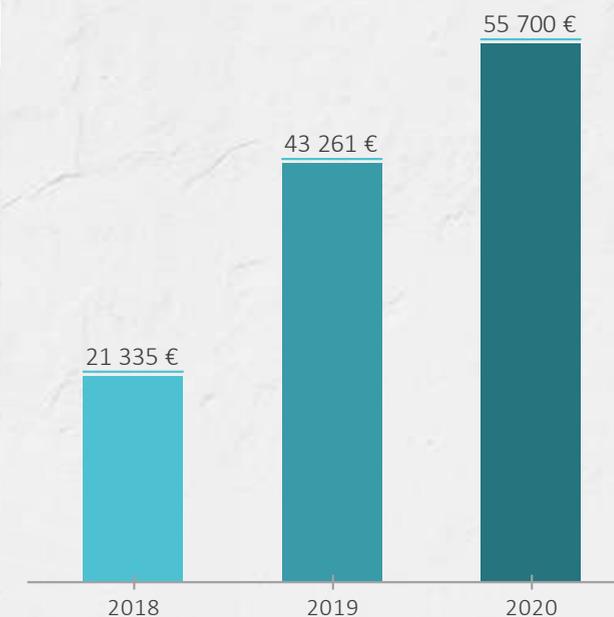
Produits d'exploitation : -4,2%

## CHARGES EXTERNES (DÉTAIL)

	2020	2019	Évolution	
Fournitures consommables	25 223 €	11 311 €	+13 912 €	+123%
Locations, Charges locatives	107 404 €	91 344 €	+16 060 €	+17,6%
Entretien, Réparations	8 551 €	19 161 €	-10 610 €	-55,4%
Primes d'assurance	6 688 €	7 165 €	-477 €	-6,7%
Personnel extérieur	124 454 €	102 858 €	+21 596 €	+21%
Intermédiaires et honoraires	47 434 €	28 982 €	+18 452 €	+63,7%
Informations et communications	177 045 €	105 948 €	+71 097 €	+67,1%
Transports	741 €	1 121 €	-380 €	-33,9%
Déplacements, Réception	21 359 €	32 712 €	-11 353 €	-34,7%
Frais postaux, Télécom.	32 180 €	31 563 €	+617 €	+2%
Frais bancaires	1 113 €	598 €	+515 €	+86,1%
Autres services extérieurs	2 458 €	2 336 €	+122 €	+5,2%
<b>TOTAL</b>	<b>554 651 €</b>	<b>435 099 €</b>	<b>+119 552 €</b>	<b>+27,5%</b>

## IMPÔTS ET TAXES

		% Produits
2020	55 700 €	3,96%
2019	43 261 €	2,95%



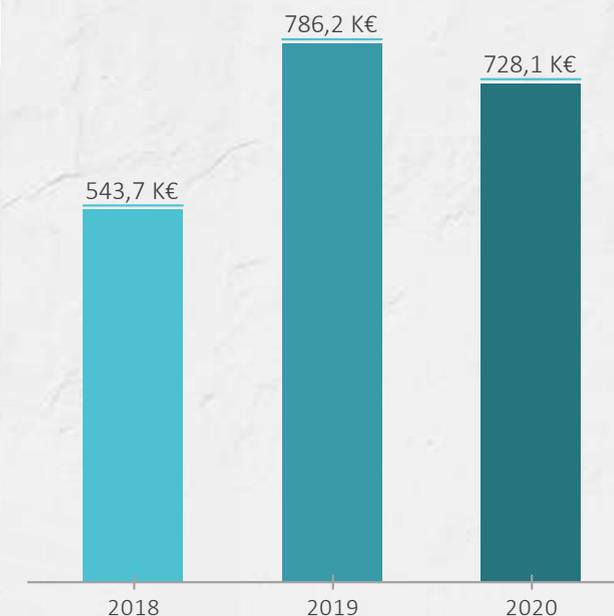
**+28,8%**

**+12 439 €**

Produits d'exploitation : -4,2%

## CHARGES DE PERSONNEL

		% Produits
2020	728 104 €	51,83%
2019	786 203 €	53,61%



-7,4%

-58 099 €

Produits d'exploitation : -4,2%

## SYNTHÈSE DES CHARGES DE PERSONNEL

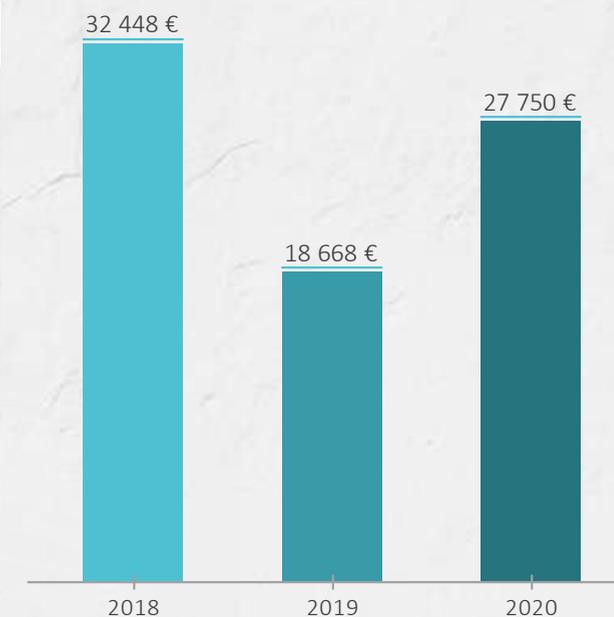
	2020	2019	Évolution
Salaires bruts	596 976 €	618 267 €	-3,4%
Charges sociales	129 049 €	166 480 €	-22,5%
Taux de charges sociales	21,62%	26,93%	-5,3
Autres charges du personnel	2 078 €	1 456 €	+42,7%
Intérimaires	124 454 €	102 858 €	+21%

## ÉVOLUTION DE L'EFFECTIF



## RÉSULTAT COURANT NON FINANCIER

		% Produits
2020	27 750 €	1,98%
2019	18 668 €	1,27%



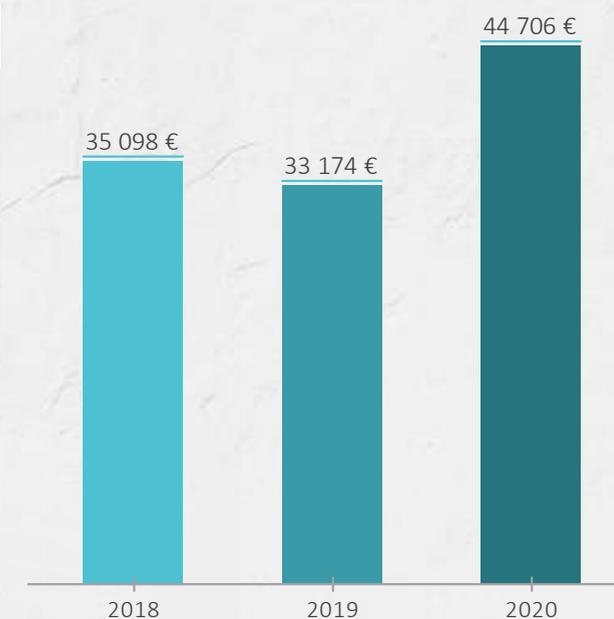
+48,7%

+9 082 €

Produits d'exploitation : -4,2%

## RÉSULTAT DE L'EXERCICE

		% Produits
2020	44 706 €	3,18%
2019	33 174 €	2,26%



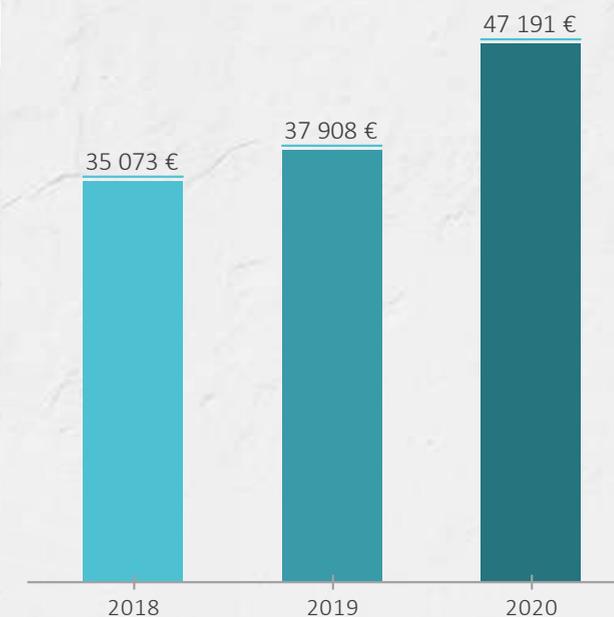
+34,8%

+11 532 €

Produits d'exploitation : -4,2%

## CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT

		% Produits
2020	47 191 €	3,36%
2019	37 908 €	2,59%



+24,5%

+9 283 €

Produits d'exploitation : -4,2%

## SYNTHÈSE DE L'ACTIVITÉ

	2017	2018	2019	2020
Produits d'exploitation	952 940 €	1 231 220 €	1 466 394 €	1 404 905 €
Marge globale	62 682 €	78 875 €	83 075 €	67 804 €
Charges de fonctionnement	466 883 €	491 131 €	435 099 €	554 651 €
Impôts et taxes	9 284 €	21 335 €	43 261 €	55 700 €
Charges de personnel	361 836 €	543 730 €	786 203 €	728 104 €
Résultat d'exploitation	22 103 €	32 448 €	18 668 €	27 750 €
Résultat financier	287 €	576 €	664 €	449 €
Résultat courant	22 391 €	33 023 €	19 331 €	28 199 €
Résultat exceptionnel	25 835 €	2 074 €	13 843 €	16 507 €
Résultat de l'exercice	48 226 €	35 098 €	33 174 €	44 706 €

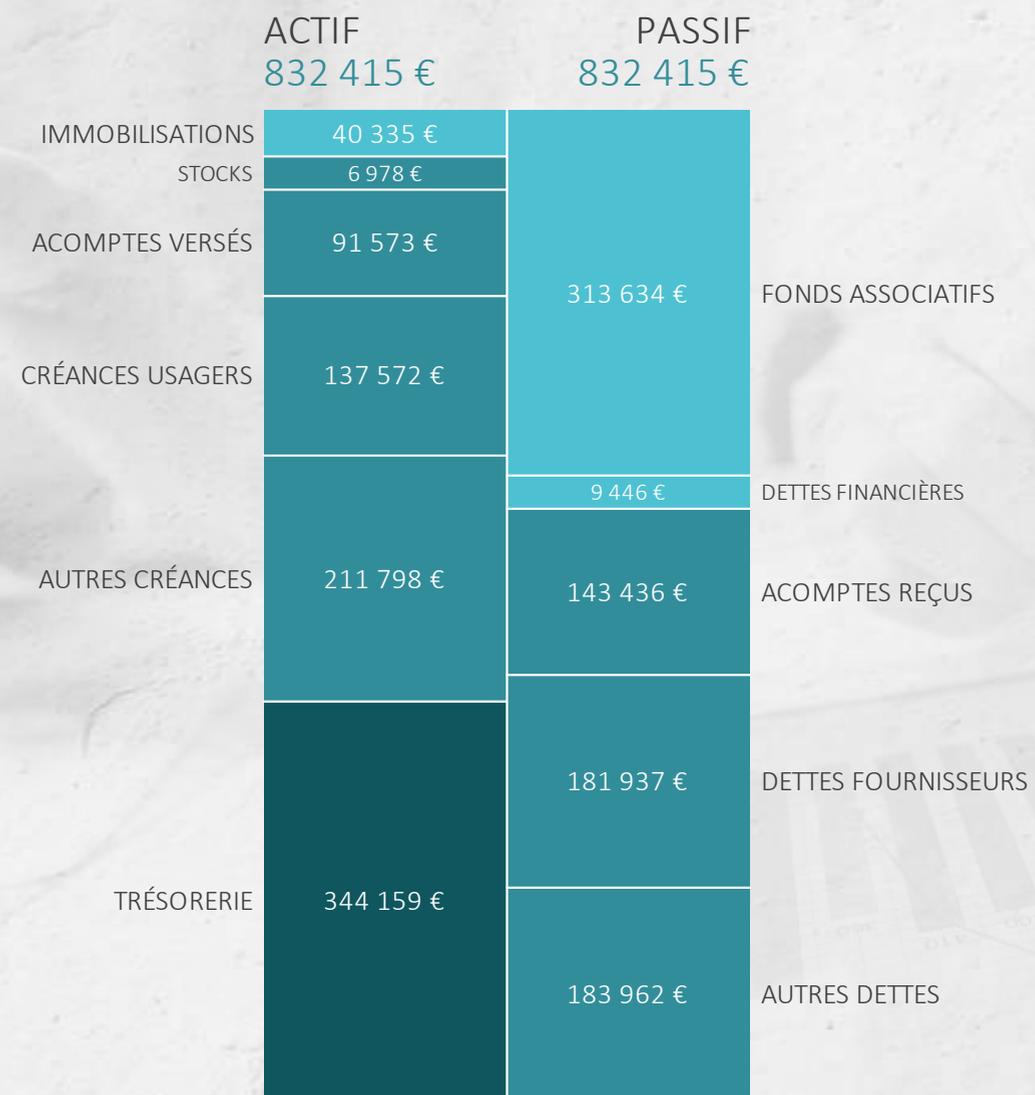
## SOLDE DE TRÉSORERIE

---

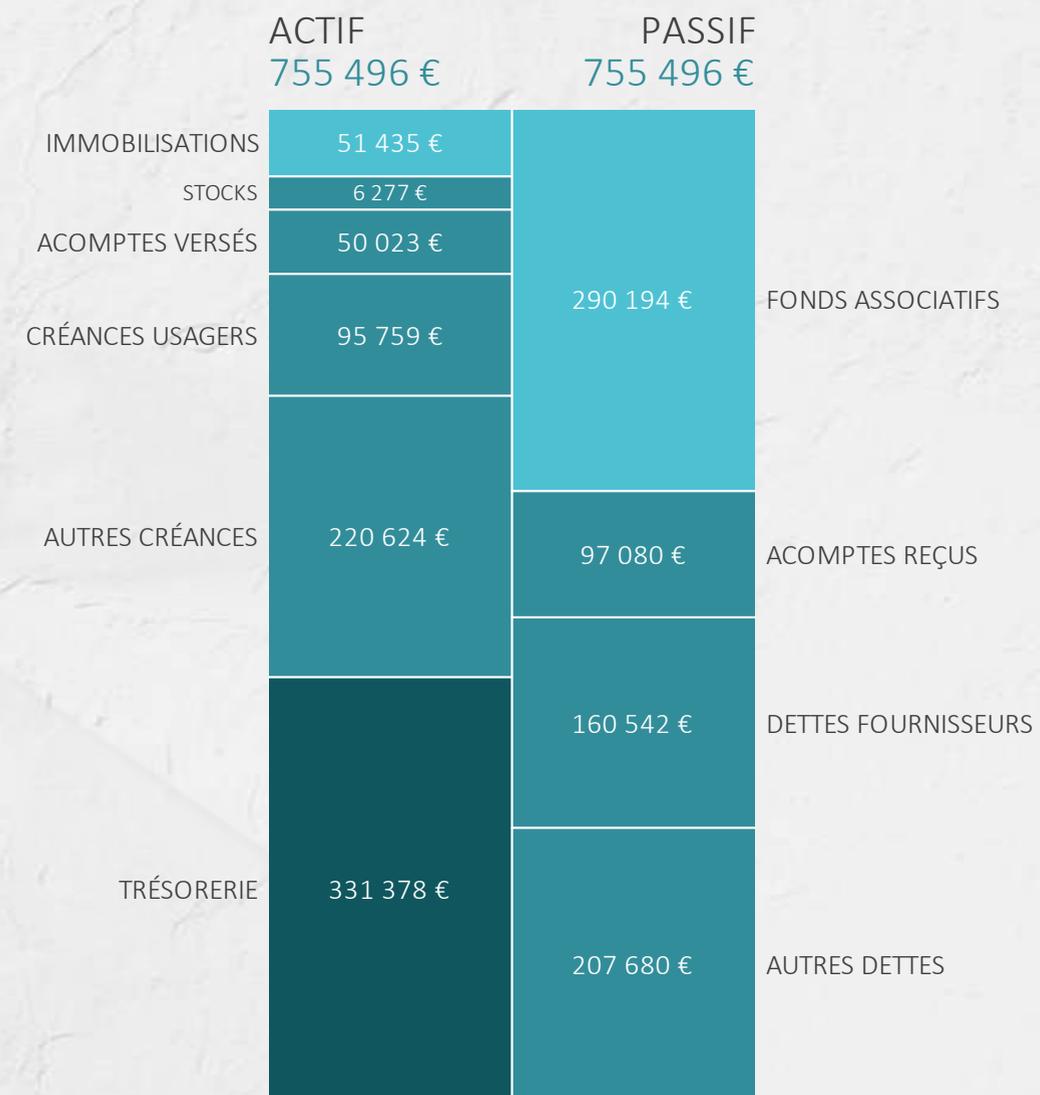
Solde de trésorerie au 31/12/2019	331 378 €
+ Mouvements de trésorerie 2020	+12 781 €
<b>Solde de Trésorerie au 31/12/2020</b>	<b>344 159 €</b>

BILAN AU 31/12/2020

BILAN AU 31/12/2019



■ FONDS DE ROULEMENT 282 745 €
 ■ EXCÉDENT EN F.R. 61 414 €
 ■ TRÉSORERIE 344 159 €



■ FONDS DE ROULEMENT 238 759 €
 ■ EXCÉDENT EN F.R. 92 619 €
 ■ TRÉSORERIE 331 378 €

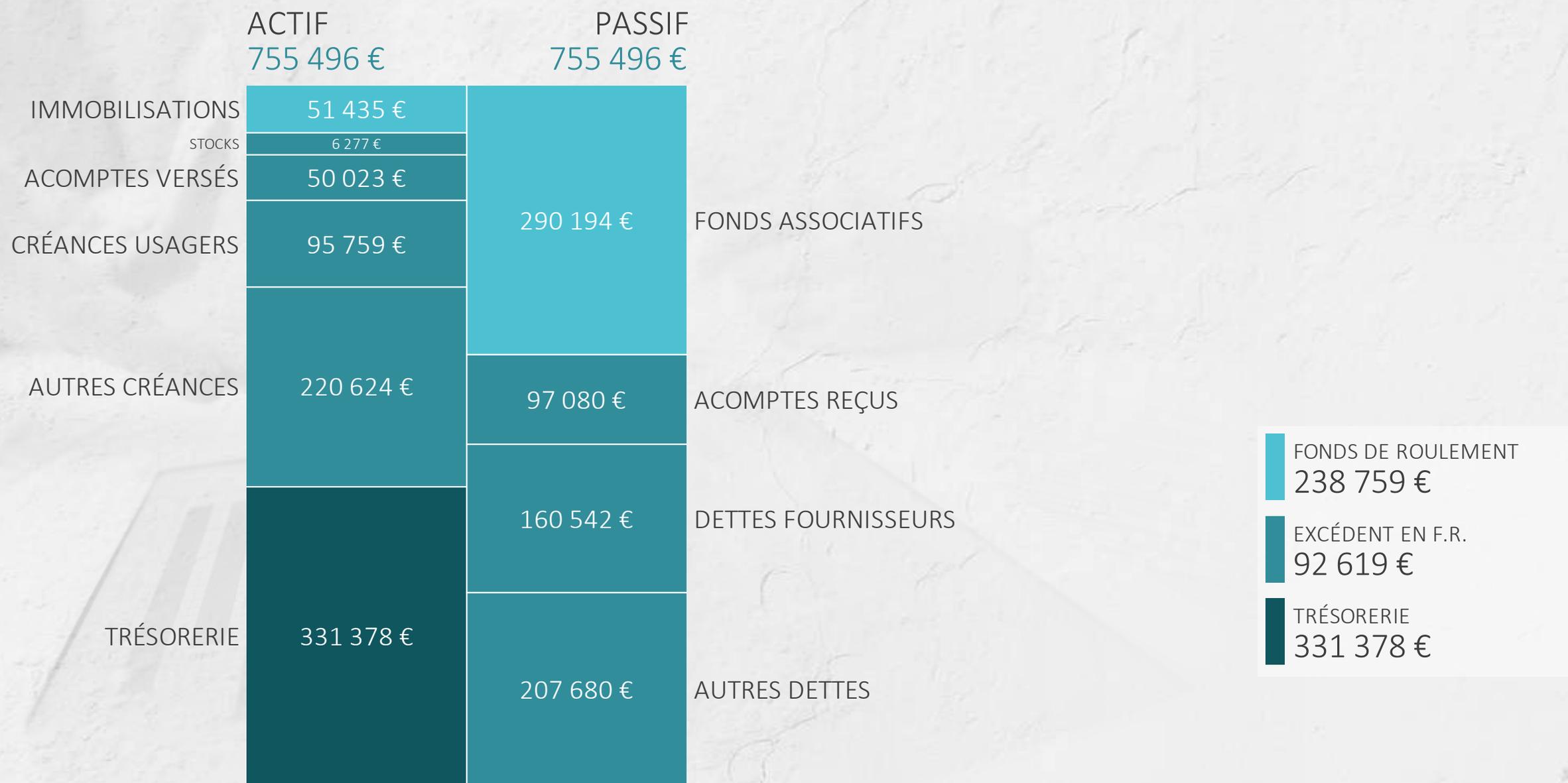
## BILAN AU 31/12/2020

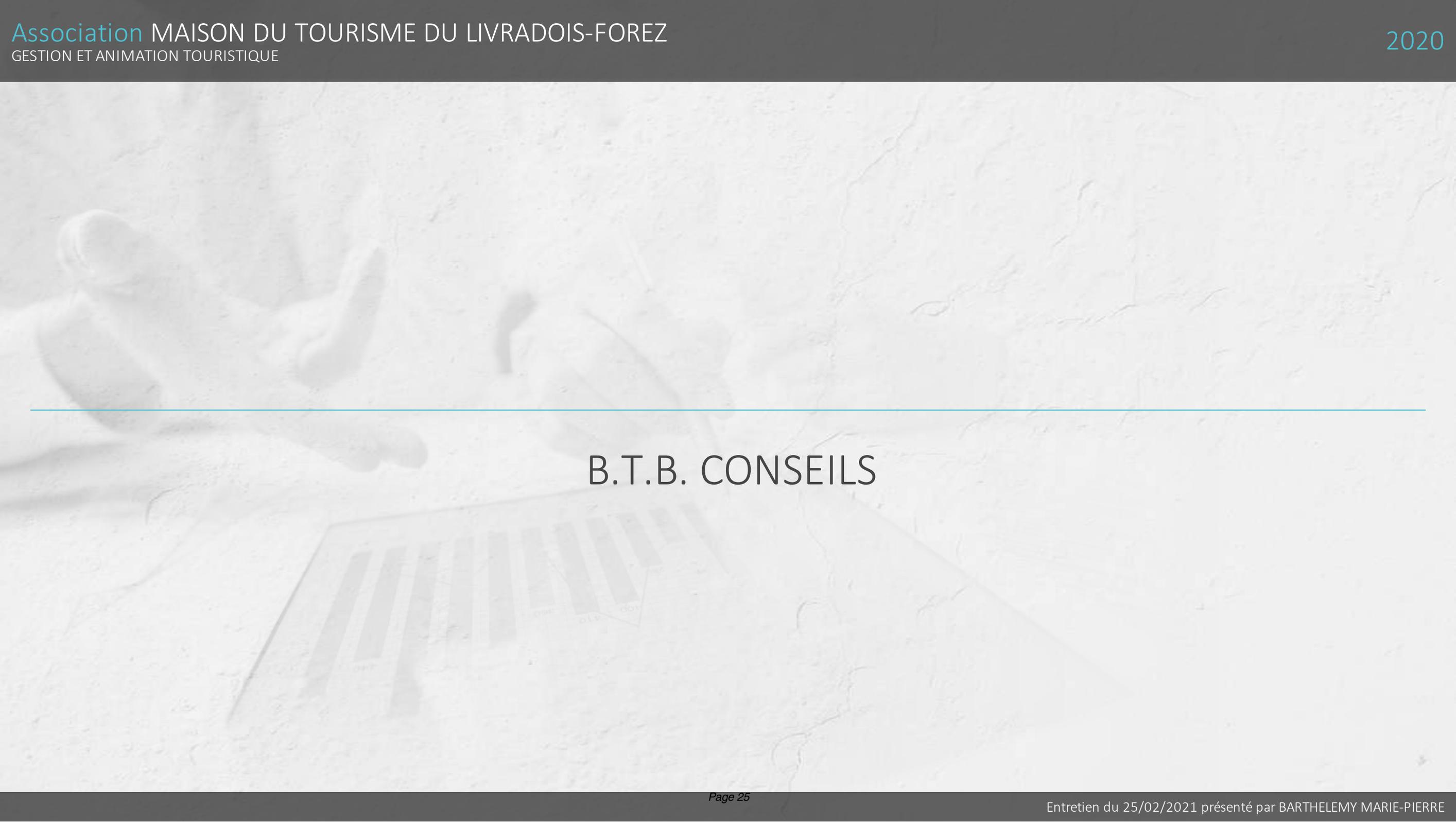
	ACTIF 832 415 €	PASSIF 832 415 €	
IMMOBILISATIONS	40 335 €		
STOCKS	6 978 €		
ACOMPTES VERSÉS	91 573 €		
CRÉANCES USAGERS	137 572 €	313 634 €	FONDS ASSOCIATIFS
AUTRES CRÉANCES	211 798 €	9 446 €	DETTE FINANCIÈRES
		143 436 €	ACOMPTES REÇUS
		181 937 €	DETTE FOURNISSEURS
TRÉSORERIE	344 159 €	183 962 €	AUTRES DETTES

FONDS DE ROULEMENT	282 745 €
EXCÉDENT EN F.R.	61 414 €
TRÉSORERIE	344 159 €

## BILAN AU 31/12/2019



The background of the slide features a faint, light-colored image of two hands holding a tablet. The tablet screen displays a bar chart with several vertical bars of varying heights. The overall aesthetic is clean and professional, with a light beige or cream color palette.

## B.T.B. CONSEILS

## ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DU 11/03/2021

### **Le rôle du Commissaire aux comptes :**

Le commissariat aux comptes est une profession réglementée et indépendante qui contribue à la qualité et à la transparence de l'information financière et comptable émise par les entités contrôlées.

Les commissaires aux comptes sont investis d'une mission générale qui comporte une mission d'audit conduisant à la certification et des missions de vérifications spécifiques.

Son audit est soumis à des **principes d'indépendance et d'éthique**. Il s'agit d'un service d'intérêt général et non d'une mission contractuelle guidée par le droit privé.

Sa mission consiste notamment en :

- **l'expression d'une opinion sur la régularité, la sincérité et l'image fidèle des comptes annuels;**
- la vérification de la sincérité et de la concordance avec les comptes annuels des informations financières fournies à l'assemblée générale ;
- **la révélation** au Procureur de la République des faits délictueux dont il a eu connaissance ;
- la prévention des difficultés dans le cadre de la **procédure d'alerte**.

## ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DU 11/03/2021

### **Le rôle du Commissaire aux comptes :**

Certification des comptes : Expression d'une opinion sur la régularité des comptes:

En application des dispositions des articles L. 823-9 et R. 823-7 du code de commerce, le commissaire aux comptes a trois options pour exprimer son opinion dans son rapport :

- soit certifier que les comptes annuels sont réguliers et sincères et qu'ils donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la personne ou de l'entité à la fin de cet exercice ou, pour les comptes consolidés, du patrimoine, de la situation financière ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les personnes et entités comprises dans la consolidation ;
- soit assortir la certification de réserves ;
- soit refuser la certification des comptes.

Dans ces deux derniers cas, il précise les motifs de la réserve ou du refus.

## ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DU 11/03/2021

### ***RAPPORT 1 : Les comptes annuels de la Maison du Tourisme***

#### **OPINION SUR LES COMPTES ANNUELS 2020 :**

" ... Nous certifions que les comptes annuels sont au regard des règles et principes comptables français, **réguliers et sincères et donnent une image fidèle des opérations de l'exercice écoulé, ainsi que de la situation financière et du patrimoine de l'association** à la fin de cet exercice ..."

*Sans remettre en cause l'opinion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur le point exposé dans la note «Événements significatifs postérieurs à la clôture » de l'annexe concernant les subventions Leader*

## ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DU 11/03/2021

**RAPPORT 2 :** Rapport Spécial du Commissaire aux Comptes sur les conventions réglementées

" ... Nous vous informons de l'existence des conventions suivantes entre votre Association et ses membres de droit ..... : (*cf. notre rapport à votre disposition*)

Fait le 10 Mars 2021

Le Commissaire aux Comptes  
SAS CEGEX



cegex  
expertise

Experts-Comptables  
Commissaires aux Comptes

## ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DU 11/03/2021

**LES VERIFICATIONS SPECIFIQUES :**

"... **Nous n'avons pas d'observation à formuler** sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels, des informations données dans le rapport de gestion et dans les documents adressés aux adhérents de la Fédération sur la situation financière et les comptes annuels ... "

*Sans remettre en cause l'opinion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur le point exposé dans la note « Faits caractéristiques de l'exercice » de l'annexe concernant les subventions Leader.*

Fait le 10 Mars 2021  
Le Commissaire aux Comptes  
SAS CEGEX



David PRULIERE



Experts-Comptables  
Commissaires aux Comptes

**MAISON DU TOURISME  
DU LIVRADOIS-FOREZ**

## **BUDGET PREVISIONNEL 2021**

Version du 25/02/2021

## **SOMMAIRE**

---

I – PRÉAMBULE

II – CHARGES PRÉVISIONNELLES 2021

III – PRODUITS PRÉVISIONNELS 2021

IV - SYNTHÈSE

### **I - PRÉAMBULE**

---

**Le présent document a pour objectif d'élaborer le budget prévisionnel de la Maison du tourisme pour l'année 2021. Il fait suite au document d'orientation budgétaire présenté le 21 janvier 2021 au conseil d'administration et le 27 janvier à la conférence de l'Entente.**

Ont été grisés les montants modifiés par rapport à la version précédente.

**Les comparaisons avec l'année N-1 ont été réalisées à partir du compte de résultat 2020.**

Ces orientations tiennent compte de l'imposition d'une partie de l'activité aux impôts commerciaux (TVA, contribution foncière des entreprises, impôt sur les sociétés) avec un système de sectorisation entre la partie commerciale et la partie non commerciale de l'activité.

L'assujettissement à la TVA se fait comme d'habitude :

- sur la marge dégagée pour les ventes des séjours et la billetterie ;
- en totalité sur le reste des actions liées à l'activité commerciale et aux actions de promotion ;

Compte tenu de l'activité particulière de la Maison du tourisme, il y a en complément, une partie de la TVA que la MDT ne peut pas récupérer. C'est ce que l'on appelle l'assujettissement mixte. Cette partie de TVA non récupérable est calculée sur le reste de l'activité non commerciale de la structure sur la base d'un taux de secteur mixte (lié au ratio chiffre d'affaire/recettes globales de la structure).

## II – CHARGES PRÉVISIONNELLES 2021

CHARGES	BP 2021	CR 2020	Ecart BP 2021 / CR 2020
<b>ACTIVITÉ NON SOUMISE AUX IMPÔTS COMMERCIAUX</b>			
<b>FONCTIONNEMENT</b>	<b>1 242 615 €</b>	<b>1 146 034 €</b>	<b>96 581 €</b>
Frais de structure	30 074 €	29 744 €	330 €
Charges de personnel	857 498 €	768 911 €	88 587 €
Charges de personnel mis à disposition	126 367 €	122 522 €	3 845 €
Valorisation de mise à disposition locaux, matériel	98 225 €	98 225 €	- €
Affranchissement, tél, internet	15 780 €	14 793 €	987 €
Comptabilité (honoraires)	16 000 €	15 230 €	770 €
Fournitures, matériels divers	12 400 €	16 439 €	- 4 039 €
Frais de mission et déplacement	20 000 €	17 223 €	2 777 €
Frais de formation	16 000 €	16 723 €	- 723 €
Impôts et taxes	18 000 €	22 473 €	- 4 473 €
Dotations amortissements	32 271 €	23 751 €	8 520 €
<b>ACCUEIL - TERRITOIRE - RELATIONS LOCALES</b>	<b>14 292 €</b>	<b>9 095 €</b>	<b>5 197 €</b>
Randonnée	5 700 €	4 000 €	1 700 €
Outils numériques d'accueil-information	8 092 €	707 €	7 385 €
Petit équipement des BIT	500 €	4 388 €	- 3 888 €
<b>ORGANISATION ET COMMUNICATION INTERNE</b>	<b>6 700 €</b>	<b>12 581 €</b>	<b>- 5 881 €</b>
Outils de communication	700 €	647 €	53 €
Audit organisationnel	6 000 €	11 934 €	- 5 934 €
<b>ACTIVITÉ SOUMISE AUX IMPÔTS COMMERCIAUX ( HT)</b>			
<b>ACHAT DE PRESTATIONS POUR REVENTE</b>	<b>171 000 €</b>	<b>20 529 €</b>	<b>150 471 €</b>
Achat de prestations pour revente (groupes, individuels)	130 000 €	4 363 €	125 637 €
Billetterie (achat de prestation pour revente, commission vente en ligne)	41 000 €	16 166 €	24 834 €
<b>MARKETING</b>	<b>150 157 €</b>	<b>178 011 €</b>	<b>- 27 854 €</b>
Partenariat CRT / Marque Auvergne / Destination Volcans	9 200 €	7 200 €	2 000 €
Marque Livradois-Forez	9 700 €	2 750 €	6 950 €
Les outils de communication			- €
Site internet et référencement	7 020 €	13 614 €	- 6 594 €
Editions	40 207 €	57 856 €	- 17 649 €
Webmarketing	20 000 €	23 436 €	- 3 436 €
Campagne papier (affichage, publicité, etc.)		8 000 €	- 8 000 €
Jeu concours	800 €	355 €	445 €
Production de contenu (textes, photos, vidéos)	19 750 €	9 878 €	9 872 €
Relation presse	16 000 €	16 000 €	- €
Routage / envoi de documentation	6 700 €	4 466 €	2 234 €
Gestion de la relation client	1 780 €	1 780 €	- €
Opérations de communication spécifiques aux filières prioritaires	2 000 €	4 363 €	- 2 363 €
Programme de formation des prestataires	7 000 €	3 313 €	3 687 €
Prestations d'accompagnement et d'étude	10 000 €	25 000 €	- 15 000 €
<b>RELATIONS COMMERCIALES</b>	<b>6 170 €</b>	<b>1 599 €</b>	<b>4 571 €</b>
Opérations commerciales (workshop, salons, etc.)	1 500 €	- €	1 500 €
Outils commerciaux (catalogues)	1 200 €	249 €	951 €
Développement de la vente en ligne	2 120 €	- €	2 120 €
Logiciel gestion des groupes	1 350 €	1 350 €	- €
<b>ACCUEIL - TERRITOIRE - RELATIONS LOCALES</b>	<b>23 186 €</b>	<b>20 352 €</b>	<b>2 834 €</b>
Achat boutique	7 000 €	6 032 €	968 €
Editions Accueil (Guides des animations, BNP, Fiches suggestion)	10 500 €	9 317 €	1 183 €
Balades nature et visites guidées (prestations accompagnement)	3 500 €	3 180 €	320 €
Outils numériques d'accueil-information	1 686 €	1 686 €	- €
Journées de découverte et rencontres locales	500 €	137 €	363 €
<b>TOTAL CHARGES</b>	<b>1 614 120 €</b>	<b>1 388 201 €</b>	<b>225 919 €</b>
<b>RESULTAT</b>		<b>45 190 €</b>	

## 1. Les charges de structure non liées aux impôts commerciaux

### 1.1. Frais de fonctionnement

#### a) Frais de structure

Les frais de structure à la charge de la Maison du tourisme comprennent comme tous les ans, les assurances (responsabilité civile et garantie financière pour la commercialisation), les cotisations à divers organismes (Agence régionale de développement touristique, ADN - fédération nationale des organismes institutionnels du tourisme etc.), les frais de maintenance et les services bancaires.

#### b) Le personnel

La Maison du tourisme regroupe 27 agents permanents (effectif identique au 1<sup>er</sup> janvier 2019) dont 24 salariés et 3 agents mis à disposition par les collectivités : le syndicat mixte du Parc (2), la communauté de commune Thiers Dore et Montagne (1). En complément, il est prévu, comme tous les ans, l'embauche de personnels saisonniers pour assurer :

- d'une part, une mission d'entretien des sentiers de randonnée (3 mois au printemps) ;
- d'autre part, l'accueil dans les bureaux d'information touristique en saison estivale et ce à partir de la dernière semaine de juin, correspondant à environ 9 saisonniers pour 1,6 équivalent temps plein (ETP).

Les charges de personnel sont en hausse par rapport à 2020 :

- une exonération de cotisations patronales avait été accordée en 2020 pour un montant de 32 538 €, en raison de la baisse importante du chiffre d'affaire liée à la crise sanitaire.
- il est prévu le recrutement d'un agent chargé de la qualité (démarche qualité, schéma d'accueil et d'information touristique) à partir du printemps ;
- il est prévu un recrutement plus habituel de saisonniers cette année (9, contre 6 l'an dernier en raison de la crise sanitaire) ;
- les charges de personnel augmentent tous les ans (« ancienneté »).

Les charges de personnel mis à disposition (3 agents concernés) seraient sensiblement identiques à l'an dernier.

#### c) Valorisation de la mise à disposition des locaux et matériel

L'ensemble des collectivités mettent à disposition gracieusement l'ensemble des bureaux d'information touristique. Cependant, elles engagent des charges (assurance, électricité, chauffage, etc.) qui sont valorisées ici en charges (par ailleurs en produits). Un réajustement sera tout de même à faire avec Entre Dore et Allier et Thiers Dore et Montagne suite au déménagement du BIT de Lezoux et à l'extension du BIT de Thiers.

#### d) Affranchissement, téléphonie et internet, comptabilité, fournitures et matériels,

Ces frais devraient être quasiment similaires à l'an dernier avec une légère baisse des fournitures et matériels (qui avaient été en augmentation l'an dernier en raison de la crise sanitaire : achat de plaques de plexis notamment).

#### e) Frais de mission et déplacement, frais de formation

Pas de changements majeurs pour 2021 si ce n'est une baisse des frais de déplacements envisagés par rapport aux estimations 2020. Ces frais seront en légère

augmentation par rapport à ceux réellement effectués en 2019 (considérant que les jours télétravaillés devraient être tout de même moins importants en 2021 qu'en 2020).

Le coût du programme de formation est similaire. Les formations en présentiel devraient, comme l'an dernier, être plus rares en raison de la crise sanitaire ; les webinaires, gratuits, sont par contre en plein développement.

f) Impôts et taxes

La Maison du tourisme paie les impôts et taxes dont la TVA et la Cotisation Foncière des Entreprises. Le prévisionnel 2021 tient compte d'une reprise de l'activité commerciale.

g) Dotation aux amortissements

La Maison du tourisme n'est propriétaire que de matériels informatiques, de logiciels et d'un site internet. Depuis 2018 la MDT a investi pour améliorer son organisation et sa performance. Il est prévu pour 2021 :

- le développement comme tous les ans de certaines fonctionnalités du site internet (pages anglophones, adaptation pour le référencement naturel, etc.) ;
- l'acquisition d'un matériel supplémentaire d'exposition (kakémono) à mettre à disposition notamment des événements locaux ;
- l'acquisition : a) de nouveaux matériels informatiques notamment d'ordinateurs portables complémentaires pour permettre le télétravail dans de bonnes conditions ; b) de nouveaux matériels téléphoniques en prévision du passage sur le réseau numérique ; c) d'un bureau de travail complémentaire.

En complément il est proposé de réaliser l'aménagement des bureaux d'information touristique (projet initialement prévu l'an dernier, mais reporté pour raison de crise sanitaire), avec deux chantiers :

- la création et la pose d'enseignes homogènes sur les façades des bureaux d'information touristique en lien avec le nouveau code de marque de la destination « Livradois-Forez » ;
- l'étude de réaménagement intérieur des bureaux d'information touristique tenant compte des priorités (les BIT plus fréquentés) et d'éventuels contraintes (ex : projet de déménagement).

Récapitulatif des investissements prévus en 2021

<b>Objet</b>	<b>Montant HT</b>	<b>Date mise en service</b>	<b>Durée amortissement</b>	<b>Amortissements 2020</b>
Évolution du site Internet	4 275 €	1 <sup>er</sup> mai 2020	3 ans	835 €
Matériel de promotion	2 000 €	1 <sup>er</sup> juin 2020	3 ans	361 €
Ordinateurs, téléphones	10 400 €	1 <sup>er</sup> avril 2020	3 ans	2 612 €
Mobilier de bureau	500 €	1 <sup>er</sup> avril 2020	8 ans	47 €
Aménagement et enseignes des bureaux d'information touristique	60 000 €	1 <sup>er</sup> juillet 2020	8 ans	3 781 €
	<b>77 175 €</b>			<b>7 666 €</b>

En tenant compte des investissements réalisés les années précédentes, le montant total des amortissements 2021 est estimé à 32 271 €.

## **1.2. Programme d'action « non soumis aux impôts commerciaux »**

Une partie du programme d'action lié aux missions de qualification de l'offre et d'accueil, d'information et d'animation ne sera pas soumise aux impôts commerciaux. Il comprend :

- en matière de randonnée : un soutien à l'association Randonnée en Livradois-Forez pour la maintenance des sentiers de randonnée, comme il a été convenu au moment du transfert de certaines activités (et donc des recettes) de RELF à la Maison du tourisme. Cette année, la MDT prévoit, en complément, l'accueil d'un stagiaire pour développer la plateforme numérique Livradois-Forez-randonnée (intégration des circuits VTT et cyclotouristiques).
- le développement et l'abonnement et maintenance à des outils numériques d'accueil et d'information (base de données de l'offre touristique, borne numérique, logiciel boutique et billetterie, etc.)
- des petits équipements pour les bureaux d'information touristique (présentoirs, etc.).
- le développement de la communication interne au territoire avec l'organisation de temps d'échanges avec les élus locaux et la réalisation d'outils de communication interne (ex : lettre d'information en version papier).
- la poursuite de la mission d'accompagnement sur l'aspect organisationnel et managérial engagé en 2020.

## **2. Les charges d'activités liées aux impôts commerciaux**

L'une des grandes ambitions de l'année est de poursuivre le développement des opérations promotionnelles et commerciales de la Maison du tourisme débutées en 2018 dans le cadre de la nouvelle stratégie marketing « Parc naturel régional Livradois-Forez : l'Auvergne des nouvelles expériences ».

### **a) Achat de prestation pour revente**

Ces charges sont en lien avec la stratégie de développement de l'activité commerciale (voir chapitre produits correspondant). Elles correspondent au reversement aux prestataires touristiques du montant des produits touristiques que la MDT a vendu pour eux (déduction faite de la commission commerciale).

### **b) Marketing**

**Le budget marketing opérationnel est estimé aux alentours de 150 000 €.**

Pour mémoire, le plan marketing 2018-2020 prévoit 4 orientations majeures :

- développer collectivement la visibilité de la destination ;
- organiser la destination autour d'expériences touristiques ;
- développer la gestion de la relation client ;
- développer la commercialisation du territoire (transformer les prospects en client).

Les actions 2021 proposées sont directement déclinées de ce plan.

- *Partenariat avec le Comité régional Auvergne Rhône-Alpes.* La mutualisation des campagnes de communication initiée en 2020 avec l'agence régionale de développement touristique d'Auvergne-Rhône-Alpes qui a très bien fonctionné, serait amplifiée. En complément de campagnes sur les réseaux sociaux spécifique à l'Auvergne, la MDT participerait au plan de développement de la

promotion des Parcs naturels de la région auprès de 2 clientèles française (hors AURA) : les familles (aventure nature) et les pratiquants des activités de pleine nature.

- *Marque Livradois-Forez.* La Maison du tourisme poursuivrait le déploiement de la marque auprès des acteurs touristiques volontaires, en partenariat avec le syndicat mixte du Parc naturel régional Livradois-Forez qui vise à étendre cette marque à d'autres activités que le tourisme. L'objectif en 2021 est :
  - o de développer la visibilité de la marque auprès des prestataires touristiques volontaires et en priorité les « acteurs ayant le plus de notoriété » ;
  - o de concevoir des opérations de marketing en partenariat avec les grands événements majeurs qui « exportent » l'image de la destination ;
  - o de mettre à disposition des prestataires touristiques des nouveaux outils pour mieux les sensibiliser et mieux valoriser cette marque (un kit d'information, de nouvelles photographies à utiliser, un support de sensibilisation, etc.).
  
- *Le site internet, média de la destination* poursuivrait son évolution. En complément des évolutions de structure (investissement / voir chapitre dotation aux amortissements), le développement de contenu sera poursuivi (ex : meilleure valorisation des incontournables ainsi que des séjours et du positionnement tourisme durable de la destination). La mission pour le développement de son référencement serait renouvelée avec l'appui d'une agence spécialisée. Cette mission avait permis 50 000 connexions supplémentaires en 2020 via le trafic naturel. Il n'y a aucune baisse par rapport à l'an dernier (la ligne intégrait l'an dernier des dépenses qui ont été éclatées plus justement ailleurs cette année : stagiaire site randonnée, adhésion APIDAE, logiciel de vente en ligne).
  
- *Éditions.* Deux supports papier sont devenus les incontournables pour faire connaître la destination et surtout guider les visiteurs une fois sur place :
  - o le magazine de destination dans sa 3<sup>ème</sup> version (40 000 ex) qui mettra notamment à l'honneur, cette année, le patrimoine bâti du Livradois-Forez.
  - o la carte tourisme et patrimoine qui devrait avoir un nouveau look (en lien avec le code de marque).Les coûts des éditions seront moins élevés (impression en rotative du magazine, les coûts de conception de la nouvelle carte ont été imputés en 2020).
  
- *Webmarketing.* La stratégie de communication à l'extérieur s'appuie surtout sur des campagnes de communications via Internet. L'accent serait porté, après les conseils attendus d'une agence de webmarketing, sur :
  - o la communication via les réseaux sociaux ;
  - o des campagnes publicitaires via les réseaux sociaux et l'achat de mots clés sur Google (Google Ads).
  
- *Le jeu concours annuel,* créé il y a 2 ans, visant à récupérer des données de prospects et visiteurs, serait renouvelé.
  
- *Production de contenus (textes, photos, vidéos).* Pour faire la promotion de la destination il est nécessaire de renouveler sans cesse textes, photographies et vidéos. En 2021, l'accent sera porté à la création de vidéos (projet initialement prévu l'an dernier, mais les moyens ont été réaffectés au plan de relance du printemps), le territoire manquant de vidéos attractives.

- *Relation Presse.* Le programme de relation presse, initié en 2019 avec l'accompagnement d'une agence de presse spécialisée, sera poursuivi. Des résultats intéressants se sont fait sentir en 2020 (avec par exemple un reportage au journal télévisé de France 2 – 6 millions de téléspectateurs). L'objectif est clairement affiché d'être présent dans des médias nationaux d'envergure. L'opération d'accueil de blogueur pourrait être renouvelé en fonction d'opportunité.
- Le logiciel de la « gestion de la relation client » permet de diffuser plusieurs lettres d'information par an en fonction des différents centres d'intérêt des visiteurs potentiels et anciens clients. Les coûts annuels sont ceux de l'abonnement et de la maintenance à ce logiciel.
- *Opérations spécifiques sur des filières prioritaires.* L'accent sera mis cette année sur :
  - o les clientèles sportives itinérantes ;
  - o les clientèles étrangères avec dans un premier temps, en complément des traductions habituelles, une traduction plus adaptée du site internet.
  - o la population locale qui est « consommatrice d'activités » pour mieux lui faire connaître les potentialités existantes via le site internet et les réseaux sociaux de la MDT.

La baisse par rapport à l'an dernier est liée aux frais de traduction (surestimée l'an dernier).

- *Routage.* Une nouvelle opération de routage auprès des clients fidèles sera réalisée pour leur envoyer le magazine de destination en complément d'une opération de cobranding avec des magazines de presse territoriale.
- *Programme de formation.* Un programme de formation des prestataires touristiques ambitieux sera élaboré pour les aider à mieux valoriser et commercialiser leurs offres touristiques.
- *Prestations d'étude et d'accompagnement.* L'an dernier la MDT s'était fait accompagner d'une agence de communication pour élaborer le plan de communication de crise. Cette année il est prévu d'être accompagné pour formaliser la stratégie générale de la MDT notamment sur la partie marketing.

#### d) Relations clients / relations commerciales

Comme pour la plupart des offices de tourisme qui ont une mission de commercialisation, l'organisation de l'activité du pôle relations clients/relations commerciales est en pleine évolution. Compte-tenu des évolutions des modalités de vente des séjours, l'enjeu n'est plus, petit à petit, de faire de la Maison du tourisme seulement un producteur et commercialisateur direct d'offres touristiques pour les groupes (qui reste un marché de niche) dans le cadre d'un modèle dit « centralisé » (où la Maison du tourisme passe beaucoup de temps à démarcher individuellement chacun des clients potentiels) mais plutôt qu'elle passe à un modèle « plus agile » (tourné vers la vente en ligne multicanale de vacances pour des publics individuels) dans l'objectif d'amplifier les retombées sur le territoire. Cette stratégie nécessite d'associer plusieurs démarches à la fois :

- en accompagnant à la création de produits touristiques autour d'expériences originales en lien avec le positionnement de la destination ;
- en développant la commercialisation directe des opérateurs touristiques via la place de marché Open ;

- en accompagnant les prestataires à trouver les bons outils, réseaux et plateformes de vente en ligne.

Dans ce modèle, la MDT n'est plus directement un vendeur, mais devient plutôt un assistant/formateur des prestataires touristiques locaux pour les aider à créer, designer, commercialiser des offres. Pour être schématique, l'évaluation de l'action de la MDT ne doit pas se faire par le chiffre d'affaires des ventes qu'elle réalise directement mais plutôt par les retombées économiques qu'elle engendre – quel que soit le canal - chez les prestataires touristiques locaux.

Cette mutation, à moyen constant, d'un modèle « centralisé » (actuel) à un modèle « agile » (d'avenir), implique une transition en douceur, soit :

- d'une part, un engagement plus fort sur les questions de vente en ligne avec le conseil et la formation des prestataires touristiques et la recherche de partenariats commerciaux.
- d'autre part, une légère diminution de l'activité plus traditionnelle de « réceptif ». Si l'activité de production/commercialisation au profit des groupes de seniors constitué serait maintenue, il est proposé, désormais, de simplement répondre à la demande des autres groupes (jeunes publics, groupes sportifs), sans éditer directement de catalogue et d'organiser des opérations de démarchage direct, qui étaient très chronophages et sans impact économique fort sur le territoire (le secteur du scolaire de la MDT représentait à peine 6 000 € en 2019). Ce dernier point devrait cependant faire l'objet d'une concertation avec les acteurs touristiques concernés.

Pour 2021, 3 types de dépenses sont prévus :

- *L'édition d'un catalogue « destination groupe ».* La catalogue jeune public resterait simplement en version numérique.
- *La participation à quelques opérations commerciales* (salons professionnels notamment) moins importantes qu'habituellement compte-tenu de la situation sanitaire.
- *Et surtout, la priorité au développement de la vente en ligne avec :*
  - la poursuite du déploiement de la place de marché Open System ;
  - la réalisation d'un guide pratique de la commercialisation en ligne au profit des prestataires touristiques ;
  - le développement d'un programme de formation des prestataires touristiques à la vente en ligne.

#### e) En termes d'accueil, d'information et d'animations

En complément du projet de réaménagement des bureaux d'information touristique (présenté précédemment et chiffré dans les dotations aux amortissements), les priorités en termes d'accueil pour l'année 2021 sont les suivantes :

- l'élaboration d'un schéma d'accueil et d'information touristique (SADI) qui devrait permettre d'identifier les leviers pour améliorer la qualité de l'accueil et de l'information sur le territoire : signalisation, accueil numérique, installation de bornes, lien avec la population locale, accueil chez les prestataires touristiques, etc. Ce travail sera à réaliser avec l'ensemble des parties prenantes (collectivités, prestataires, etc.).

- le démarrage d'une démarche qualité en vue du classement de l'office de tourisme en catégorie 1 en 2022.
- le renouvellement des packs partenaires (prestataires, réseaux, évènements majeurs) avec une ouverture à d'autres acteurs locaux (ex : commerces et lieux de vente de produits locaux en lien avec le tourisme).
- le développement de « l'accueil hors les murs » avec notamment la présentation du territoire par des agents de la MDT lors des pots d'accueil des structures touristiques partenaires, de plus de 100 lits, au moins pendant 4 dates en saison touristique.

L'ensemble des projets ci-dessus n'ont pas d'impact financier spécifique (en dehors des frais de fonctionnement généraux). Ont, par contre, comme tous les ans, un impact budgétaire, les actions suivantes :

- *la boutique* et l'acquisition de produits pour revente.
- *les éditions* pour l'information des vacanciers sur place : le guide balade nature et patrimoine, les agendas locaux, les guides des festivités, les fiches suggestions, etc.
- *le développement d'un programme de balades nature et patrimoine* en lien avec les spécificités du territoire. Cette année la programmation va prévoir moins de prestations extérieures. Davantage de balades seront encadrées par l'équipe de guide conférencier de la Maison du tourisme.
- *l'organisation de journées de découverte et de rencontres* incitant les prestataires touristiques et l'équipe technique à mieux connaître les richesses de la destination.
- les outils numériques d'accueil : frais liés à l'hébergement et la maintenance de logiciels (billetterie/boutique notamment).

### III – TABLEAU DES PRODUITS PRÉVISIONNELS 2021

PRODUITS		BP 2021	CR 2020	Ecart BP 2021/ CR 2020
<b>ACTIVITÉ NON SOUMISE AUX IMPOTS COMMERCIAUX</b>				
<b>CONTRIBUTION DES MEMBRES</b>		<b>1 237 447 €</b>	<b>1 228 147 €</b>	<b>9 300 €</b>
	CC Ambert Livradois Forez	405 479 €	405 479 €	- €
	CC Billom communauté	112 480 €	112 480 €	- €
	CC Entre Dore et Allier	66 364 €	66 364 €	- €
	CC Thiers Dore Montagne	419 121 €	419 121 €	- €
	PNR Livradois-Forez	128 792 €	128 792 €	- €
	Mise à disposition locaux, matériel	98 705 €	98 705 €	- €
	Contributions complémentaires et ajustements de fonctionnement	6 506 €	2 794 €	9 300 €
<b>CONTRIBUTION DES PARTENAIRES ASSOCIÉS</b>		<b>1 676 €</b>	<b>1 676 €</b>	<b>- €</b>
	Collectivités associées	1 676 €	1 676 €	- €
<b>CONTRIBUTION DES PRESTATAIRES TOURISTIQUES</b>		<b>6 000 €</b>	<b>6 320 €</b>	<b>- 320 €</b>
	Adhésion et participation aux rencontres MDT	6 000 €	6 320 €	- 320 €
<b>SUBVENTION D'EXPLOITATION ET AUTRES PRODUITS</b>		<b>81 301 €</b>	<b>116 139 €</b>	<b>- 34 838 €</b>
	Subventions Covid 19		56 122 €	- 56 122 €
	Subventions hors investissement (Europe, État, ...)	39 980 €	15 851 €	24 129 €
	Reprise subventions d'investissements	25 056 €	21 266 €	3 790 €
	Conseil départemental du Puy-de-Dôme	16 265 €	22 900 €	- 6 635 €
<b>TRANSFERT DE CHARGES</b>		<b>27 000 €</b>	<b>8 686 €</b>	<b>18 314 €</b>
	Remboursement emplois aidés	1 000 €	- €	1 000 €
	Remboursement Arrêts maladie	26 000 €	6 347 €	19 653 €
	Remboursement Activité partielle	- €	420 €	- 420 €
	Remboursement Formation professionnelle	- €	- €	- €
	Produits exercices antérieurs	- €	- €	- €
	Produits divers de gestion	- €	1 919 €	- 1 919 €
<b>PRODUITS FINANCIERS</b>		<b>500 €</b>	<b>452 €</b>	<b>48 €</b>
<b>ACTIVITÉ SOUMISE AUX IMPOTS COMMERCIAUX (HT)</b>				
<b>VENTE DE PRESTATIONS</b>		<b>183 000 €</b>	<b>27 726 €</b>	<b>155 274 €</b>
	Vente excursions/séjours	140 000 €	9 932 €	130 068 €
	Billetterie	43 000 €	17 794 €	25 206 €
<b>MARKETING - RELATIONS COMMERCIALES</b>		<b>- €</b>	<b>1 716 €</b>	<b>- 1 716 €</b>
	Participation des socio-professionnels aux actions de promotion		1 716 €	- 1 716 €
<b>ACCUEIL - TERRITOIRE - RELATIONS LOCALES</b>		<b>44 350 €</b>	<b>42 529 €</b>	<b>1 821 €</b>
	Pack partenaire / pack publicitaire	30 000 €	29 867 €	133 €
mis dans ca	Vente boutique	10 000 €	9 179 €	821 €
	Balades nature et visite guidée	3 500 €	3 033 €	467 €
	Animation (hors visites guidées et BNP)	850 €	450 €	400 €
<b>REPRISE DE FONDS PROPRES</b>		<b>32 846 €</b>		<b>32 846 €</b>
<b>TOTAL PRODUITS</b>		<b>1 614 120 €</b>	<b>1 433 391 €</b>	<b>180 729 €</b>

## 1) Les produits (non liés à l'activité commerciale)

### a) Les contributions des collectivités membres

La contribution des collectivités membres regroupe ce que l'on appelait auparavant :

- une part forfaitaire qui correspondait aux moyens attribués précédemment par les communautés de communes pour le fonctionnement des anciens offices de tourisme communautaires (ou pour la mise en œuvre directe des missions accueil-information-promotion).
- une part variable liée au nombre d'habitants/communauté de communes, qui n'a pas bougé depuis 2017 soit 1,14 €.

Les montants prévisionnels pour 2021 sont identiques à ceux de 2020.

Cependant, les communautés de communes pourraient participer au co-financement d'un nouveau recrutement pour la mise en place de la démarche de qualité et l'élaboration du schéma d'accueil et d'information touristique.

Le montant des mises à dispositions de locaux et matériels par les collectivités serait identique à celui de l'année dernière, avec les petits ajustements évoqués au chapitre des charges.

### b) Les contributions des collectivités associées

La Maison du tourisme propose à des collectivités non-membres certains services dans le cadre d'une convention de partenariat (ex : avec la communauté d'agglomération du Puy en Velay pour le territoire du secteur de La Chaise-Dieu).

### c) Contribution des prestataires touristiques

Tout prestataire adhérant à la Maison du tourisme s'acquitte d'une cotisation de 20 euros. Les réseaux touristiques peuvent également le faire (50 euros). Ces cotisations sont dans la plupart des cas intégrées au pack partenaire. Mais elles peuvent être également payées isolément (sans souscrire à un pack). Il est prévu une stabilisation des recettes.

### d) Subventions d'exploitation et autres produits

La reprise des subventions d'investissements correspond aux financements publics liés aux investissements de la Maison du tourisme (logiciels et matériels informatiques ; aménagement et enseignes des bureaux d'information touristique) grâce à des financements européens, régionaux et des communautés de communes. Les nouvelles reprises de subventions d'investissement 2021 concernent le programme d'aménagement des BIT.

Objet	Montant HT	Date mise en service	Durée amortissement	Amortissements 2021
Conseil régional Auvergne (48 000 €) et communautés de communes (12 000 €)	60 000 €	1 <sup>er</sup> juillet 2021	8 ans	3 781 €

Le Conseil départemental du Puy-de-Dôme est un partenaire important. Il consulte tous les ans la Maison du tourisme pour assurer une mission « entretien, maintenance et valorisation des sentiers de randonnée inscrits au Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et Randonnée ». Une baisse du montant du marché a été estimée.

Il est prévu la recherche de subventions européennes et nationales pour le financement de plusieurs programmes liés aux 2 études (management, stratégie MDT et/ou plan marketing) et à la stratégie de développement numérique et surtout au financement du poste temporaire pour la démarche de qualité, la mise en place du SADI et le classement.

e) Transfert de charges

Ces transferts de charges comprennent :

- la prise en charges d'un emploi aidé, qui va effectuer en début d'année, un remplacement.
- le remboursement avec retard d'arrêts maladie en 2021 correspondant en partie à l'activité 2019-2020.

**3. Les produits liés l'activité commerciale**

a) Vente de prestations

L'activité commerciale de la Maison du tourisme était, depuis 2015, en plein développement, mais en 2020, en raison de la crise sanitaire, elle fut catastrophique que ce soit pour l'accueil de groupes ou pour la vente de billets. Elle est passé de plus de 180 000 € en 2019 à seulement 20 000 € en 2020, soit une baisse de plus de 160 000 € (voir tableau ci-dessous).

	2020 (estimation)	2019	Variation 2020 (estimation) /2019	
			En €	En %
Vente excursions / séjours	<b>5 989 €</b>	121 795 €	-115 806 €	-95%
Vente de billetterie	<b>15 000 €</b>	62 944 €	-47 944 €	-76%

L'évolution de la crise sanitaire en 2021 aura encore un impact évident sur l'activité commerciale. Avec toutes les précautions d'usage, concernant une évolution incertaine, la Maison du tourisme prévoit tout de même :

- une activité de vente de séjours légèrement supérieure à 2019 intégrant, certes, une forte baisse prévisible de l'accueil des groupes mais qui devrait être compensée par le succès de la Cyclo Les Copains et le nouveau partenariat avec le CSE Michelin qui édite un catalogue de 30 expériences touristiques individuelles sur le Puy-de-Dôme dont la moitié en Livradois-Forez.
- une activité billetterie, malheureusement en baisse par rapport à 2019, mais tout de même en hausse par rapport à 2020, en prévision du maintien de l'organisation des évènements majeurs.

b) Marketing

Les contributions des prestataires touristiques au pack partenaires permettent de financer 15-20 % des actions marketing. Elles sont estimées stables par rapport à l'an dernier.

c) Accueil-information-animation

La Maison du tourisme :

- vend des produits boutiques dans ses BIT ;
- commercialise des balades nature et patrimoine ;
- propose différentes prestations de service (réservation à la jasserie du Coq Noir, animations pour la fête des sites remarquables du goût de Billom).

#### **IV – SYNTHÈSE**

---

Il est à préciser que le budget prévisionnel n'intègre pas, par mesure de prudence, d'éventuelles exonérations ou subvention liées à la crise sanitaire.

Hormis les incertitudes de l'activité commerciale liées à la crise sanitaire, d'un point de vue structurel, le budget est très similaire à celui de l'année précédente :

- le budget est d'environ 1,5 millions d'euros ;
- les contributions des collectivités sont stables ;
- la part des charges de fonctionnement représente plus de 75 % ;
- le principe d'un programme de promotion mutualisé à plus 150 000 € est maintenu.

Il n'en demeure pas moins qu'un effet ciseau se fait ressentir car indubitablement, les charges de structure augmentent tous les ans : augmentation régulière de la masse salariale, évolution de l'organisation managériale, suivi et maintenance des nouveaux équipements qui étaient devenus nécessaires (réseau informatique collectif, logiciels, etc.).

**L'équilibre budgétaire proposé est possible par :**

- **une stabilisation des actions marketing à plus de 160 000 euros/an alors que d'autres actions plus ambitieuses seraient possibles ;**
- **une maîtrise rigoureuse des coûts de fonctionnement et en limitant certains programmes d'actions ;**
- **une reprise de fonds propres pour équilibrer le budget (environ 30 000 €) considérant que des recettes et subventions non prévues en 2020 (liées à la crise sanitaire) ont vocation à être « réinvesties ».**