



**Livradois-
Forez**

MAISON DU TOURISME

CONSEIL D'ADMINISTRATION

MAISON DU TOURISME DU LIVRADOIS-FOREZ

JEUDI 21 JANVIER 2021

COMPTE-RENDU

VISIO-CONFERENCE

PARTICIPANTS

Membres de droit

François ANSEL - Village vacances les Demeures du Lac
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, pouvoir à Frédéric CHONIER
Chantal FACY - Communauté de communes Ambert Livradois Forez
Annick FORESTIER - Communauté de communes Entre Dore et Allier
Bernard LORTON - Parc naturel régional Livradois-Forez
Atlantique MESSAN - Communauté de communes Thiers Dore et Montagne
Alain MOLIMARD - Communauté de communes Ambert Livradois Forez
Corinne MONDIN - Parc naturel régional Livradois-Forez
Patrick SAUZEDDE - Communauté de communes Thiers Dore et Montagne, pouvoir à Frédéric CHONIER

Membres actifs

Nicole BOUCHERAT - Les Marguerites aux Lotz
Georges CHAMPAIN - Gîte des Érables
Michelle CIERGE - Communauté de communes Entre Dore et Allier
Marie-Paule DAUPHIN - Association La Route des Métiers
Arnaud DE CADIER DE VEAUCE - Château des Martinanches
Valérie GOBILLARD - Le Clos Goëlle
Jean JALLAT - Les Champs d'Ail de Billom
Gérard LECOQ - Ana'chronique
Christine MILLER - Le moulin de la Passerelle
Alain NERON - Domaine du Faux Martel
Sylvain PÉRAUDEAU - Moulin Richard de Bas
Helen SLIK - La Paresse en Douce

Autre participant

Benoît BARRÈS - Directeur de la Maison du tourisme du Livradois-Forez

Excusés/absents avec pouvoir

Bernard AUROY - Randonnée en Livradois-Forez
Guy GORBINET - Communauté de communes Ambert Livradois Forez, pouvoir à Corinne MONDIN
Jean DELAUGERRE - Communauté de communes Billom communauté

CM

ORDRE DU JOUR

I - AFFAIRES

Pôle administration

- I – Plan d'actions et orientations budgétaires prévisionnels 2021
- II – Avenant des conventions 2021 avec les collectivités membres de la MDT
- III – Programme de communication/information auprès des élus du territoire
- IV – Stagiaires 2021

Pôle accueil – territoire – relations locales

- V – Outils numériques d'accueil
- VI – Supports d'accueil et d'information

Pôle marketing

- VII – Marque Livradois-Forez : partenariat avec le syndicat mixte du PNR
- VIII – Développement et référencement du site internet 2021
- IX – Programme de photographies et vidéos 2021
- X – Relation presse 2021
- XI – Salon grand public
- XII – Jeu concours

II - INFORMATIONS

Pôle administration

- XIII – Mouvement de personnel et désistement d'un membre du conseil d'administration
- XIV – Conférence de l'Entente
- XV – Mission audit/management
- XVI – Compte-rendu des commissions de travail
- XVII – Calendrier des réunions
- XVIII – Remboursement des frais de déplacement des administrateurs

Pôle accueil – territoire – relations locales

- XIX – Bureaux d'information touristique : ouverture et bilan de fréquentation
- XX – Bilan des formations de l'automne
- XXI – Bilan des rendez-vous du tourisme

Pôle marketing

- XXII - Bilan de l'opérations de valorisation de la vente à emporter

Pôle relations clients, relations commerciales

- XXIII - Partenariat CSE Michelin
- XXIV - Catalogue spécial « petits groupes »
- XXV - ADN tourisme : Etude commercialisation et aide à la mise en marché :
« Quelles stratégies et quels outils pour les CDT, ADT, ADRT »

III – QUESTIONS DIVERSES

CM

IV - ANNEXES

Documents de la Maison du tourisme

- 1 – Plan d'actions et orientations budgétaires prévisionnels 2021
- 2 – Mission d'audit et management, proposition de l'agence Chemin d'Entreprise
- 3 – Rapport de référencement naturel du site internet (prestation 2020 Cybercité)

Documents de partenaires

- 4 – ADN tourisme : Etude commercialisation et aide à la mise en marché : « Quelles stratégies et quels outils pour les CDT, ADT, ADRT. »
- 5 – Parc Livradois-Forez : Marque Livradois-Forez, rapport de l'agence Thuria

Corinne Mondin ouvre la séance du conseil d'administration en visioconférence. Elle accueille et remercie les participants. Elle informe de la liste des membres excusés et précise que François-Xavier Aubert Lafayette a donné sa démission du conseil d'administration après avoir été embauché à la Maison du tourisme depuis le début de l'année, comme assistant administratif.

A – AFFAIRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

I – PLAN D' ACTIONS ET ORIENTATIONS BUDGETAIRES PREVISIONNELS 2021

Élu référent : Jean Jallat

Le projet de plan d'actions et orientations budgétaires prévisionnel 2021 est présenté en annexe. Ce document présente les premières orientations pour l'année à venir tenant compte du travail préalable réalisé notamment au sein des commissions de travail réunies en décembre 2020.

Il ne tient actuellement pas compte du bilan et compte de résultat 2020 (en cours de réalisation)

Il sera présenté lors de la conférence de l'Entente réunissant les représentants des 5 collectivités membres de la MDT le mercredi 27 janvier 2021 à 14h30.

Ces orientations devront donc ensuite être réajustées pour une élaboration du budget prévisionnel 2021 à présenter lors du prochain conseil d'administration (jeudi 25 janvier 2021) puis à adopter en Assemblée générale (jeudi 11 mars 2021).

Ce rapport est présenté en fin de séance.

Le conseil d'administration :

- **approuve ce projet de plan d'action et d'orientations budgétaires 2021 ;**
- **réaffirme la nécessité de débattre de nouveau, au cours de l'année, des orientations stratégiques de la MDT et de leur priorisation pour les années à venir et notamment de l'importance accordée d'un côté à la stratégie d'accueil information des visiteurs et de l'autre à la stratégie de promotion et commercialisation de la destination.**

En complément il est souhaité un éclaircissement des relations entre l'Entente et la Maison du tourisme pour favoriser la communication entre les élus et les prestataires touristiques.

II – AVENANTS AUX CONVENTIONS ENTRE LES COLLECTIVITÉS LOCALES ET LA MAISON DU TOURISME

Élu référent : Frédérique CHONIER

Les conventions de partenariat triennales (2019-2021) entre les collectivités membres et la Maison du tourisme arrivent à échéance fin 2021. Comme tous les ans, des avenants annuels sont nécessaires.

Les avenants comprendraient notamment :

- a) Les principes de financement des collectivités (identiques à l'an dernier) suivant le tableau ci-dessous :

Collectivités	Prévisionnel 2021	2020
CC Thiers Dore et Montagne	419 121 €	419 121 €
CC Ambert Livradois Forez	405 479 €	405 479 €
CC Billom Communauté	112 480 €	112 480 €
CC Entre Dore et Allier	66 364 €	66 364 €
PNR Livradois-Forez	128 792 €	128 792 €
TOTAL	1 132 236 €	1 132 236 €

- b) Les modalités de collaboration et de financement complémentaire lié au programme d'aménagement des bureaux d'information touristique adopté par le conseil d'administration et dont les modalités financières sont, pour rappel, les suivantes :

Dépenses

Contenu	Coût prévisionnel
Lot 1 : devanture – prestation de conseil	16 200 €
Lot 1 : devanture -aménagement	30 550 €
Lot 2 : étude aménagement	13 250 €
TOTAL	60 000 €

Recettes

Contenu	Coût prévisionnel
Conseil régional Auvergne	48 000 €
Communautés de communes	12 000 €
TOTAL	60 000 €

- c) L'identification d'actions spécifiques en fonction des collectivités :

- Thiers Dore et Montagne : extension du bureau d'information touristique de Thiers ; changement de lieu du PIT de Saint-Remy-sur-Durolle ; partenariat autour du label 'Territoire vélo' obtenu par Thiers Dore et Montagne.
- Entre Dore et Allier : changement de lieu du bureau d'information touristique de Lezoux.
- Parc naturel régional Livradois-Forez : nouveau partenariat autour de la marque Livradois-Forez (voir par ailleurs).

Le conseil d'administration autorise la présidente à signer toute convention afférente avec l'ensemble des collectivités membres à partir des données prévisionnelles ci-dessus, sous réserve évidemment, d'adoption par les différentes collectivités concernées.

CM

III – PROGRAMME DE COMMUNICATION / INFORMATION AUPRES DES ELUS DU TERRITOIRE

Élu référent : Frédérique CHONIER

Afin de mieux faire connaître les missions, les actions et l'organisation de la Maison du tourisme, il vous est proposé de mettre en place un programme de communication/information auprès des élus du territoire.

1 – Développer des temps d'échange et de concertation

a) Auprès des élus des communautés de communes

- Proposition aux président.e.s des communautés de communes d'organiser un temps de présentation et d'échange lors d'un comité syndical et/ou lors de commissions de travail.

b) Auprès des élus des communes

- Organisation de temps de présentation et d'échange pour les maires et les élus en charge du tourisme et l'ensemble des élus locaux volontaires à l'échelle approximativement des anciens cantons, à savoir :
 - Vallée de l'Ance (à Saint-Anthème)
 - Pays d'Arlanc (à Arlanc)
 - Pays d'Ambert (à Ambert)
 - Haut-Livradois (à Saint-Germain l'Herm)
 - Pays d'Olliergues (à Olliergues)
 - Pays de Courpière (à Courpière)
 - Pays de Thiers (à Thiers)
 - Montagne thiernoise (à Arconsat)
 - Entre Allier et Bois Noir (à Puy-Guillaume)
 - Entre Dore et Allier (à Lezoux)
 - Pays de Billom St-Dier (à Billom)
 - Secteur Mur-es-Allier (à Mur-es-Allier)
 - Secteur Pays de Sauxillanges (à Sauxillanges)

c) Auprès des élus des 10 communes ayant un bureau d'information touristique

- Proposition aux maires des communes d'organiser un temps de présentation et d'échange lors d'une réunion de travail ou d'une commission de travail.

Ces temps seraient organisés après l'assemblée générale entre fin mars et début avril, si les conditions sanitaires le permettent.

2 – Développer des outils de communication

En complément de la diffusion en décembre 2020 de la dernière lettre d'information de la Maison du tourisme à l'ensemble des élus du territoire (via des diffusions par courrier à l'ensemble des mairies), il est proposé de développer la communication papier et numérique auprès de l'ensemble des élus du territoire avec les actions suivantes.

- Diffusion d'une 2^{ème} lettre d'information au cours du printemps présentant un bilan chiffré des actions engagées depuis la création de la Maison du tourisme le 1^{er} janvier 2015.

- La mise en place d'un dispositif d'information et d'inscription aux différents outils d'information de la MDT :
 - o réception de la lettre d'information bi-mensuelle
 - o réception des comptes-rendus de l'Assemblée générale, du conseil d'administration, des commissions de travail.
 - o incitation à la participation au groupe Facebook pro
 - o incitation au suivi des 2 pages Facebook de la Maison du tourisme (vacances ; information locale)
 - o incitation à l'adhésion à la news letter « client » de la Maison du tourisme
- L'ouverture à la participation à des actions de la MDT et notamment :
 - o les journées de découverte ;
 - o les commissions de travail.

Budget prévisionnel :

- Lettre d'information : 600 €

Le conseil d'administration adopte ce plan de communication et d'information auprès des élus du territoire pour un montant prévisionnel de 600 € sous réserve de l'adoption du budget prévisionnel 2021.

En complément :

- une lettre d'information de la MDT a été diffusée à tous les maires du Livradois-Forez pour diffusion à l'ensemble des conseillers municipaux. Ceux qui ne l'auraient pas reçu sont invités à reprendre contact avec les services de la MDT pour une nouvelle livraison.
- la liste des lieux où pourraient avoir les rencontres avec les élus évoquées au point 1b) est complétée en séance (Cunhat, etc.).

IV – STAGIAIRES 2021

Élue référente : Corinne MONDIN

Il est proposé d'organiser la présence de stagiaires pour 2021. La prévision est la suivante ;

Stage	Pôle concerné	Contenu prévisionnel	Durée prévisionnelle	Coût prévisionnel
Numérique	Administration	Evolution des outils numériques de la MDT (suivi de la mise à jour des fiches APIDAE, plateforme d'inscription aux packs partenaires, lien entre les différents logiciels de la MDT, développement des liens du site internet)	5 mois	2 844 €
Géotrek	Accueil	Intégration de circuits VTT et cyclotouristiques dans l'application Livradois-Forez-randonnée	3 mois	1 706 €
Photothèque	Marketing	Création d'une photothèque / classement des photos	3 mois	1 706 €
Schéma d'accueil et information	Accueil	Elaboration d'un schéma d'accueil	3 mois	1 706 €

Vente en ligne	Relation client / relation commerciale	Création d'un « guide pratique la vente en ligne » au profit des prestataires touristiques.	3 mois	1 706 €
----------------	--	---	--------	---------

En complément la Maison du tourisme est susceptible comme tous les ans d'accueillir des stagiaires de moins de 2 mois (sans indemnité) en fonction des opportunités.

Le conseil d'administration décide :

- **d'effectuer les recherches et le recrutement de stagiaires à partir des éléments ci-dessus pour un montant prévisionnel de 9 668 € sous réserve de l'adoption du budget prévisionnel 2021 ;**
- **d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.**

L'ensemble des profils de postes seront diffusés aux administrateurs.

V – OUTILS D'ACCUEIL NUMERIQUE

Élue référente : Céline AUGER

La Maison du tourisme s'est équipée d'un ensemble d'outils numériques pour améliorer / développer la qualité de l'accueil sur le territoire et les relations avec les prestataires touristiques. Ces outils nécessitent des engagements financiers annuels comprenant :

- l'utilisation, la mise à jour et le suivi de la qualité de la base de données des offres touristiques du territoire comprenant la contribution annuelle à la SCIC APIDAE (en sachant que la MDT a pris 1000 € de part au sein de la SCIC en 2020) et l'hébergement d'un outil de suivi interne de la mise à jour des fiches APIDAE ;
- le développement de l'accueil numérique sur le territoire, comprenant : les abonnements Wifi pour certains BIT ; les abonnements nécessaires pour le fonctionnement de la borne numérique en centre-ville de Thiers ;
- le développement annuel de la plateforme d'inscription en ligne des packs partenaires (logiciel en Open source développée avec la société Scopika)
- les abonnements et coûts de maintenance au logiciel ALOA comprenant les modules : boutique / billetterie / gestion des groupes / gestion du temps.

Budget prévisionnel

- Base de données offre touristique (adhésion annuelle) : 2 000 €
- Wifi dans les BIT (abonnement) : 912 €
- Borne numérique de Thiers (abonnement et communication): 1 350 €
- Plateforme d'inscription au pack : 696 €
- Logiciel ALOA : 990 €
- Divers : 52 €
- Total : 6 000 €

Le conseil d'administration décide :

- **d'engager les dépenses liées au développement et à l'utilisation de ces outils d'accueil numérique pour un montant prévisionnel de 6 000 euros, sous réserve de l'adoption du budget prévisionnel 2021.**
- **d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.**

VI – SUPPORTS D'ACCUEIL ET D'INFORMATION

Élue référente : Céline AUGER

La Maison du tourisme réalise tous les ans des éditions pour assurer la qualité de l'accueil sur le territoire. Cette programmation comprend :

1 - L'édition de guides des animations locales

La Maison du tourisme édite tous les ans des guides *Festivités et animations* pour chaque petites vacances scolaires (soit 4 numéros/an). Ils sont diffusés :

- dans l'ensemble des BIT de la Maison du tourisme ;
- dans les commerces autour des BIT de la Maison du tourisme ;
- par e-mailing à l'ensemble des prestataires du territoire.

Ils sont également téléchargeables sur le site internet www.vacances-livradois-forez.com

Les guides recensent les animations à vocation touristique sur le périmètre des 4 communautés de communes membres et celles proposées par des prestataires appartenant à un réseau soutenu par le Parc naturel régional Livradois-Forez dès lors que l'animation est saisie par l'organisateur via le formulaire en ligne.

Voir un exemple de guide de l'an dernier : <https://fr.calameo.com/read/00058292779940404d8c4>

2 - Le guide balade nature et patrimoine

La réalisation de cette édition s'inscrit dans le cadre de la convention de partenariat avec le syndicat mixte du PNR Livradois-Forez visant à organiser et promouvoir un programme de balades et visites guidées autour de la nature et des patrimoines. La MDT réalise ce guide grâce à des financements du PNR. Ce guide recense environ 300 rendez-vous qui ont lieu de juin à septembre et qui valorisent le patrimoine emblématique du Parc (bâti, naturel, savoir-faire...). Il est tiré à 8 000 exemplaires et est largement diffusé sur l'ensemble du territoire.

Voir l'exemplaire de l'an dernier : <https://fr.calameo.com/read/00058292743bfe3bc3732>

3 - Des fiches suggestions

La Maison du tourisme a conçu 11 fiches suggestions pour aider les hébergeurs du territoire à personnaliser davantage les suggestions d'activités à faire à proximité de leur structure aux profits de leurs clientèles.

- ▶ Elles comprennent une liste de sites et d'activités incontournables à réaliser sur 3 jours (en précisant pour le jour 1 : les activités les plus proches, pour le jour 3 : les activités les plus éloignées).
- ▶ Elles sont rédigées de façon plus « personnelle et expérientielle » .
- ▶ Elles sont adaptées à chaque secteur géographique (Thiers, Ambert, montagne thiernoise, Lezoux, Billom, Courpière, Olliegues, Cunlhat, Haut-Livradois, Vallée de l'Ance, Arlanc).

En 2021, les fiches seraient actualisées en termes de contenu et seraient traduites en anglais. Elles seraient diffusées à l'ensemble des hébergeurs partenaires de la MDT et dans les bureaux d'information touristiques.

Voir les exemplaires de l'an dernier : <https://www.vacances-livradois-forez.com/espace-pro/les-services-aux-partenaires-de-la-maison-du-tourisme/fiches-suggestions/>

4 Des sacs en papier

La Maison du tourisme diffuse depuis l'an dernier des sacs en papier dans ses bureaux d'information touristique. Pour 2021, elle s'est engagée, en complément, à fournir 20 sacs en papier aux prestataires dans le cadre du pack partenaire. Ces sacs seraient imprimés en un modèle un peu plus petit que l'an dernier.

5 Un guide hébergements « d'impression à la demande »

La Maison du tourisme réalise depuis 2 ans un guide hébergements « d'impression à la demande » diffusé uniquement dans les bureaux d'information touristique. Il se compose d'une couverture cartonnée et de fiches par type d'hébergement et par territoire. Il est ainsi possible de diffuser le guide dans son intégralité ou de manière partielle selon la demande.

Budget prévisionnel

- Guide des animations : 2 000 €
- Guide des balades nature et patrimoine : 3 000 €
- Fiches suggestion : 1 000 €
- Sacs en papier : 3 500 €
- Guides hébergements : 1 000 €
- Total : 10 500 €

Le conseil d'administration décide :

- **de réaliser l'ensemble des supports d'accueil et d'information comprenant 4 guides des festivités et animations locales, 1 guide des balades nature et patrimoine, 11 fiches suggestions et des sacs en papier, le guide hébergements "d'impression à la demande" pour un montant prévisionnel de 10 500 € euros, sous réserve de l'adoption du budget prévisionnel 2021 ;**
- **d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.**

VII – MARQUE LIVRADOIS-FOREZ : PARTENARIAT AVEC LE SYNDICAT MIXTE DU PNR

Élu référent : Alain Néron

La Maison du tourisme du Livradois-Forez a créé, en partenariat avec l'ensemble de ses membres publics et privés, la marque « Livradois-Forez » dont elle est propriétaire (dépôt INPI). Cette marque a vocation à promouvoir collectivement la destination Livradois-Forez. Gérée par la Maison du tourisme, elle a été attribuée, à ce jour, à des acteurs touristiques publics ou privés qui ont signé une convention de partenariat.

Dès l'origine il avait été évoqué que cette marque puisse ensuite être reprise ou développée à l'échelle du Livradois-Forez pour d'autres activités (commerce, industrie, agriculture, artisanat, etc.). Le plan marketing 2018-2020 suggère une évolution de la stratégie de marque de destination (donc touristique) sur la période 2018-2020 vers une stratégie de marque de territoire (donc plus globale) à partir de 2021, sans préciser de modalités de transfert.

La mise en œuvre de la marque a fait l'objet d'une prestation de service avec l'agence Hula-Hoop financée par la Maison de tourisme (montant : 30 000€ HT). Cette marque fait aujourd'hui partie des actifs de la Maison du tourisme.

Incité par la démarche marketing de la Maison du tourisme, le Parc naturel régional Livradois-Forez a ensuite mobilisé l'ensemble des acteurs intéressés par l'attractivité du Livradois-Forez pour élaborer une stratégie d'attractivité plus globale du territoire. Dans une logique de pragmatisme et d'efficacité, les acteurs mobilisés par le Parc souhaitent utiliser le marqueur développé par la Maison du tourisme comme élément fédérateur de promotion collective du Livradois-Forez. Afin de mettre en place ce nouveau code de marque qui sera commun à l'ensemble des acteurs du territoire, une mission a été confiée à l'agence Thuria.

La marque pourrait être utilisée par 4 grand types d'acteurs et champs d'attractivité :

- attractivité touristique
- attractivité économique
- attractivité socio-culturelle
- attractivité institutionnelle

La Maison du tourisme du Livradois-Forez se réjouit que sa marque puisse être reprise et développée à d'autres secteurs d'activité. C'est une assurance complémentaire pour le développement de la notoriété du territoire et donc la destination touristique Livradois-Forez. Elle souhaite donc s'engager pleinement et de façon constructive, aux côtés de l'ensemble des forces vives du territoire, pour en garantir son succès.

Le bureau de la Maison du tourisme a confirmé, au cours de l'été 2020, son accord de principe pour élargir l'utilisation de la marque. Plusieurs points sont en cours de discussion avec le syndicat mixte du Parc, sachant qu'une étude juridique va être lancée par le syndicat mixte pour étudier les aspects liés à la propriété et à la gestion future de la marque.

1. Propriété de la marque

La marque se développant à d'autres activités que le tourisme se pose la question de la propriété de la marque. L'étude juridique devrait proposer plusieurs scénarios de propriété (copropriété Maison du tourisme/syndicat mixte du Parc ; transfert de la Maison du tourisme au syndicat du Parc ; délégation de la Maison du tourisme au syndicat du Parc, etc.).

2. Gestion de la marque

La Maison du tourisme est bien consciente que de nouvelles modalités de gestion de cette marque devront être imaginées. Elle souhaite :

- être associée au dispositif global de la gestion de la marque, à l'échelle du territoire, dans le cadre d'une gouvernance partagée ;
- gérer elle-même l'attribution de la marque aux acteurs touristiques du territoire suivant son propre calendrier et ses propres priorités ;
- mettre en place un système de gestion très strict de la marque quant aux types d'acteurs bénéficiaires et aux types de structures attributrices notamment pour des acteurs qui pourraient faire partie de plusieurs filières. Exemple : quelle structure attribuerait la marque à un restaurateur ou à un artisan membre de la Maison du tourisme qui souhaiterait marquer des produits artisanaux, ou des prestations de visites.

Ces différents points font également partie du projet d'étude juridique.

3. Conditions d'utilisation de la marque

Les conditions d'utilisation de la marque devraient pouvoir être harmonisées avec l'ensemble des secteurs d'activité et la convention d'utilisation qu'elle a mise en place pour le secteur du tourisme pourra donc évoluer. La MDT a proposé au syndicat mixte du Parc que :

- les principes de la convention existante puissent servir de modèle ;
- les conditions d'utilisation pour les signataires actuels ne soient pas modifiées et qu'une période de transition soit prévue.

CM

4. Manifeste

La Maison du tourisme a élaboré un manifeste spécifique au tourisme. Elle souhaite conserver ce manifeste en complément du manifeste général du territoire quitte à ce qu'il soit évidemment adapté (en tenant compte du manifeste général).

5. Univers graphique

L'agence Thuria a proposé de reprendre l'univers graphique de la marque telle qu'elle a été créée par la Maison du tourisme avec quelques adaptations. A ce jour, l'état de la réflexion est le suivant :

- La marque utilisée serait la même que celle de la MDT.
- Les base line (découvrir, partager, etc.) seraient similaires.
- L'agence Thuria a fait la proposition complémentaire d'utiliser en complément, pour les acteurs intéressés, des « phrases totem » spécifiques à chaque secteur d'activités. Après consultation de différents acteurs, les phrases adoptées sont les suivantes :
 - o Secteur touristique : Aujourd'hui commencent vos vacances de demain
 - o Secteur institutionnel : La vie de demain se réinvente au grand air
 - o Secteur économique : Contribuer à une économie riche tout en vivant en pleine nature
 - o Secteur social et culturel : Les grands espaces rapprochent les grands esprits

Le conseil d'administration :

- **décide de poursuivre le développement de la marque Livradois-Forez en partenariat avec le syndicat du mixte du Parc sur la base des éléments ci-dessus ;**
- **mandate la présidente et le vice-président en charge du marketing pour participer à l'étude juridique menée par le syndicat mixte du Parc.**

VIII – DÉVELOPPEMENT ET REFERENCEMENT DU SITE INTERNET VACANCES-LIVRADOIS-FOREZ
--

Élu référent : Alain Néron

1 – Evolution du site internet

La nouvelle version du site internet www.vacances-livradois-forez a été mis en ligne le 9 juillet 2019. Véritable média de la destination, en pleine expansion (**il a dépassé les 215 000 connexions uniques en 2020, contre 110 000 l'année précédente**) il est nécessaire, comme tous les ans, de le faire évoluer et d'apporter quelques ajustements et notamment :

- le développement de contenus d'information (destinations, expériences, blog, etc.) en lien avec les spécificités du territoire ;
- l'amélioration de la recherche d'information en fonction des publics cibles du plan marketing (et en priorité les familles et les clientèles « activités de pleine nature ») notamment au sein de la rubrique « séjourner » ;
- le développement de la présentation des offres commercialisées par les prestataires touristiques locaux (des séjours à thèmes) ;
- l'adaptation des pages et l'amélioration de la traduction pour les publics anglophones ;
- l'adaptation du site en fonction des saisons ;
- l'amélioration de la présentation sur mobil.

Ce travail serait réalisé en partenariat avec l'agence Iris Interactive qui a réalisé le site internet.

Coût prévisionnel

Investissement (HT)	Fonctionnement (HT)
----------------------------	----------------------------

Développement du site internet (prestation Iris interactive)	4 275 €	Nom de domaine et hébergement	770 €
TOTAL	4 275 €	TOTAL	770 €

2 – Référencement du site internet

Depuis 2019, la Maison du tourisme a investi dans le référencement naturel du site internet. **Le bilan de l'année 2020 est présenté en annexe.** Grâce en partie à ce travail, le site internet a connu un trafic en forte expansion. A titre indicatif, la mission de référencement a permis :

- une augmentation de la fréquentation « naturelle » du site (avec plus de 50 000 visiteurs supplémentaires) hors autre monde de trafic (réseaux sociaux, liens, trafic direct).
- 439 mots clés permettent de faire remonter le site internet de la MDT dans le top 10 des recherches sur Google (contre 348 l'année précédente), soit une progression de + 26%
- Parmi les 108 mots clés cibles (considérés par la MDT comme les plus importants) :
 - 46 % sont mieux positionnés que l'année dernière ;
 - 32 % font apparaître le site internet de la MDT dans le top 10 des recherches sur Google (contre 20% l'année précédente), soit une progression de + 60%.

Ce travail devrait être poursuivi. La priorité de l'année serait :

- de poursuivre le bon positionnement du site pour toute recherche en lien avec le territoire : les « spots » géographiques et touristiques ; les villes pôles ; les massifs ; les « spots » touristiques. Puis dans un second temps pour les recherches en lien avec l'Auvergne (ex de mots clés : randonnée en Auvergne ; hébergements en Auvergne, etc.).
- de finaliser l'outil de suivi mis en place en 2020 pour une meilleure connaissance de la navigation des internautes au sein même du site internet (plan de marquage).

Coût prévisionnel

- Mission référencement (agence Cybercité) : 6 250 €

Le conseil d'administration :

- **décide d'engager le programme de développement du site internet et le développement de son référencement pour un montant prévisionnel de 11 295 euros HT (4 275 € en investissement ; 7 020 € en fonctionnement).**
- **autorise la Présidente à signer toute convention afférente.**

En complément, il est proposé d'organiser une session de travail avec les prestataires touristiques sur le thème du référencement d'un site internet à partir de l'exemple du site internet de la Maison du tourisme.

IX – REALISATION DE PHOTOGRAPHIES ET VIDEOS DE LA DESTINATION

Élu référent : Alain Néron

En 2020 la Maison du tourisme avait adopté le principe de réaliser des reportages photos et vidéos. Les moyens initialement prévus à la réalisation des vidéos ont finalement été consacrés au plan de relance au printemps 2020 suite à la crise sanitaire.

Pour 2021, il vous est proposé d'engager :

- la réalisation de premières vidéos de la destination Livradois-Forez comprenant *a priori* :
 - o un « clip vidéo » de promotion du Livradois-Forez ;

- de courts reportages promotionnels de la destination ;
 - le cofinancement de courtes vidéos sur les évènements partenaires majeurs du territoire, réalisées avec ceux qui en ont exprimé le besoin dans le cadre du pack évènements majeurs à condition qu'ils valorisent la destination dans leur support.
- un programme « photographies » comprenant :
- l'organisation de reportages et l'acquisition de photographies
 - le cofinancement de reportages photographiques avec les évènements majeurs du territoire, réalisés avec ceux qui en ont exprimé le besoin dans le cadre du pack évènements majeurs à condition qu'ils valorisent la destination dans leur support.
 - Le cofinancement de reportages photographiques avec d'autres partenaires (Gîte de France, etc.)

Budget prévisionnel

- Photographies : 5 200 €
- Vidéos : 12 500 €

Le conseil d'administration :

- **décide de réaliser le programme des photographies et vidéos ci-dessus pour un montant prévisionnel de 17 700 euros HT ;**
- **met en place un jury de sélection d'une agence vidéo comprenant la présidente, le vice-président du pôle marketing et des représentants du CA volontaires : Annick Forestier, Gérard Lecoq, Atlantique Messan, Marie-Paule Dauphin, Pierre Contie, Georges Champain.**
- **autorise la Présidente à signer toute convention afférente.**

En complément, il est proposé :

- **de voir dans quelle mesure un reportage au cours de cet hiver à l'enneigement exceptionnel ne serait pas envisageable ;**
- **de ne pas reporter cette opération comme cela a été le cas l'an dernier.**

X – SALON 2021

Élu référent : Alain Néron

Cette affaire est annulée en raison de l'annulation du Salon du randonneur initialement prévu à Lyon en mars 2021.

XI – RELATIONS PRESSE

Élu référent : Alain Néron

Depuis 2019, la Maison du tourisme du Livradois-Forez a fait appel à l'agence Qui Plus Est pour gérer ses relations-médias.

La Maison du tourisme a attribué à l'agence de nouveaux objectifs de conquête de grands médias de TV, de presse écrite ou de radio à approcher pour la destination Livradois-Forez. 100 médias nationaux ont été identifiés avec comme cibles prioritaires : TFI (JT), France 2 (émission Télématin), France 3 (émission Des racines et des ailes), *Le Monde*, *Le Figaro*, France Inter, France Info, *Elle* (cahier régional Rhône-Alpes), *Géo*, *Détours en France*.

Un bilan détaillé sera présenté dans le rapport de l'assemblée générale. La mission 2020 a notamment permis d'avoir 1 reportage au JT de France 2 et 3 reportages dans les JT de France 3 Auvergne Rhône Alpes.

Dans le cadre de cette mission, il est prévu :

- la conception/diffusion d'un dossier de presse (printemps) ;
- la conception/diffusion de deux communiqués de presse (un pour le lancement de saison ; et un deuxième en mai/juin afin d'annoncer la saison estivale).

Coût prévisionnel

- Prestation de l'agence Qui Plus Est : 10 000 € HT
 - Frais annexes (impression de supports) : 1 000 € HT
 - Frais d'accueil de journalistes : 2 000 € HT
- Total : 13 000 € HT**

Le conseil d'administration :

- **décide d'engager la dépense des relations-médias pour un montant prévisionnel de 13 000 euros HT ;**
- **autorise la Présidente à signer toute convention afférente.**

En complément, il est souhaité de bien valoriser le label « Parc naturel régional », plus-value différenciante pour attirer les rédactions.

XII – JEU-CONCOURS 2021

Élu référent : Alain Néron

La Maison du tourisme organise depuis 2 ans un jeu concours annuel dans l'objectif de collecter des informations sur des visiteurs intéressés par la destination (courriel, centres d'intérêt).

La communication du jeu se fait via le site internet, les supports imprimés (le magazine de destination Livradois-Forez, les guides *Festivités et animations*) et des bulletins de jeu mis à disposition dans les bureaux d'information touristique et lors des salons et autres opérations de communication des partenaires organisateurs d'événementiels.

Il vous est proposé de renouveler ce jeu concours pour 2021 dans l'objectif de récolter environ 2000 contacts supplémentaires.

Coût prévisionnel (dépôt, achat d'un lot, frais annexe) : 800 € HT

Le conseil d'administration :

- **décide de mettre en place le jeu-concours annuel 2021 pour un montant prévisionnel de 800 euros HT ;**
- **autorise la Présidente à signer toute convention afférente.**

En complément, les demeures du lac (Saint-Remy-sur-Durolle) se proposent d'offrir un séjour au camping Paradis et d'aider à la communication du jeu concours.

B – INFORMATIONS

XIII - MOUVEMENT DE PERSONNEL ET DESISTEMENT D'UN MEMBRE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Élu référent : Corinne MONDIN

La Maison du tourisme a embauché, comme prévu lors de sa délibération du 23 septembre dernier, un assistant administratif. Il s'agit de François Xavier-Aubert La Fayette. Comme il est prestataire touristique (gestionnaire du château de Vollore) et membre du conseil d'administration, il a apporté sa démission du conseil d'administration.

Mathilde Julien (guide conférencière, chargée de la valorisation des animations et animatrice de destination du secteur de Thiers Dore et Montagne) n'a pas souhaité renouveler son CDD qui prenait fin le 8 décembre dernier. Il est proposé d'attendre la fin de la mission d'audit de l'organisation avant de prévoir un éventuel nouveau recrutement.

Enfin, Cécile de Malleray est en congé maternité depuis fin 2020.

XIV - CONFERENCE DE L'ENTENTE

Élu référent : Corinne MONDIN

La prochaine conférence de l'Entente devrait se réunir le mercredi 27 janvier à 14h30. L'ordre du jour prévisionnel est le suivant :

- Election du/de la président.e de l'Entente
- Quelques indicateurs de bilan de la Maison du tourisme 2015-2020
- Orientations budgétaires 2021 de la Maison du tourisme
- Préparation du partenariat entre les collectivités et la Maison du tourisme à partir du 1^{er} janvier 2022 (fin de conventions triennales) : transfert de compétence ou poursuite de la délégation de compétence ?
- Projet d'élaboration de la stratégie de développement touristique de l'Entente 2022-2026
- Co-financement du projet d'aménagement des bureaux d'information touristique
- Classement de l'office de tourisme
- Questions diverses

XV - MISSION D'AUDIT DU MANAGEMENT ET DE L'ORGANISATION INTERNE

Élu référent : Corinne MONDIN

Le conseil d'administration a adopté le principe de réaliser une mission d'audit d'organisation et de management interne. Un contrat a été signé avec l'agence Chemin d'entreprise.

La première partie liée à l'analyse est bientôt terminée.

Des rencontres individuelles ont été réalisées avec la présidente, le directeur, les responsables de pôle et les manageurs de destinations.

Des rencontres collectives ont été organisées avec le comité de pilotage et en 2 groupes distincts avec les membres de l'équipe technique.

Deux enquêtes en ligne ont été menées : l'une auprès de l'ensemble des agents ; l'autre auprès de l'ensemble des administrateurs.

Le résultat de cette enquête sont présentées en comité de pilotage le 19 janvier. Une présentation sera effectuée lors du prochain conseil d'administration (25 février).

XVI - COMPTE-RENDUS DES COMMISSIONS DE TRAVAIL

Élu référent : Corinne MONDIN

3 commissions de travail ont été organisées en décembre

- Lundi 14 décembre à 10h00 : commission marketing
- Lundi 14 décembre à 14h00 : commission relations clients, relations commerciales
- Jeudi 17 décembre à 14h00 : commission accueil, territoire et relations locales

Les comptes-rendus de ces commissions sont consultables sur l'espace pro : <https://www.vacances-livradois-forez.com/espace-pro/loffice-de-tourisme-2/comptes-rendu-de-reunion/commissions-de-traail/>

XVII - CALENDRIER DES REUNIONS

Élu référent : Corinne MONDIN

Conseil d'administration : jeudi 25 février 2021 (17h00)

Ordre du jour prévisionnel

- Adoption du compte de résultat prévisionnel
- Préparation de l'assemblée générale
- Classement de l'office de tourisme
- Rendu intermédiaire de la mission d'audit de l'organisation et du management
- Programme balades nature et patrimoine
- Convention RELF
- Convention avec les centres VTT du Livradois-Forez
- Communication et routage du magazine 2021
- Pack commerce
- Boutique
- Plan d'action commercial

Assemblée générale : jeudi 11 mars 2021 (18h00)

- Rapport moral
- Rapport d'activité
- Bilan financier
- Plan d'action prévisionnel 2021
- Budget prévisionnel 2021
- Cotisation 2022
- Affectation du résultat
- Election du conseil d'administration

XVIII - FRAIS DE DÉPLACEMENT DES ÉLUS DE LA MAISON DU TOURISME

Élue référente : Corinne MONDIN

Depuis le dernier conseil d'administration, les remboursements de frais de déplacement pour les membres du conseil d'administration sont les suivants :

RDV	Lieu	Montant	Administrateur
Conseil départemental du Puy-de-dôme	Clermont-Ferrand	108,18 €	B. Auroy

XIX - BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE : OUVERTURE ET FREQUENTATION

Élue référente : Céline AUGER

Les bureaux d'information touristique sont fermés depuis le 2^{ème} confinement. Seuls les 3 BIT principaux (Ambert, Thiers, Billom) ont réouvert.

Bilan de fréquentation vacances Toussaint

Nombre de contacts	2019	2020	Variation
Ambert	95	69	-27%
Arlanc	23	10	-57%
Billom	104	79	-24%
Courpière	42	35	-17%
Lezoux	21	0	-100%
Olliergues	12	8	-33%
Saint-Anthème	51	32	-37%
Saint-Germain-L'Herm	2	1	-50%
Thiers	228	116	-49%
Total	578	350	-39%

Bilan de fréquentation vacances de Noël

En nombre de visiteurs

BIT	2020	2019
Ambert	47	148
Billom	30	114
Thiers	65	255
Total	142	517

Un espace d'information touristique sera réalisé par Ambert Livradois-Forez au sein de la maison de service de Cunlhat.

XX - BILAN DES FORMATIONS DE L'AUTOMNE

Élue référente : Céline AUGER

La Maison du tourisme a organisé un ensemble de formations au cours de l'automne. Le bilan est la suivant.

- **STRATEGIE DE COMMUNICATION - 12/11 (3h30)**
 - Objectif : comment communiquer à l'ère du COVID?
 - Une petite quinzaine de participants.

- **CODE DE MARQUE / DEPLIANT - 19/11 (3h)**
 - Objectif : donner des pistes pour créer un dépliant et développer la marque Livradois-Forez
 - 25/30 participants
 - Remarques :
 - Les partenaires ont découvert pour beaucoup le code de marque, ses objectifs, son utilisation
 - L'équipe technique va prendre le relais pour la partie accompagnement
 - Le contenu de la formation n'était pas tout à fait à la hauteur des attentes.

- **TOURISME EXPERIENTIEL - 20/11 (3h30)**
 - Objectif : faire émerger une offre de tourisme expérientiel
 - 25/30 participants
 - Remarques :
 - Formation très dynamique, les partenaires ont participé et se sont exprimés
 - Plein d'exemples et de cas concrets
 - Les participants se sont rendu compte que beaucoup d'entre eux faisaient déjà du tourisme expérientiel et que cela était en phase avec les atouts du territoire (se ressourcer, se retrouver, environnement...)

- **FORMATION OPEN PRO - CHANNEL MANAGER EVIIVO - 30 septembre 2020 - Durée : 1h30**
 - Objectif : comment mieux utiliser les fonctionnalités de la plateforme OPEN System - Découverte du channel manager EVIIVO
 - 12 participants
 - Remarques : participation active des hébergeurs.

- **FORMATION OPEN PRO - CHANNEL MANAGER EVIIVO - 15 octobre 2020 - Durée : 1h30**
 - Objectif : comment mieux utiliser les fonctionnalités de la plateforme OPEN System - Découverte du channel manager EVIIVO
 - 8 participants
 - Remarques : participation active des hébergeurs.

- **LA SOLUTION DE PAIEMENT EN LIGNE "ONE SHOT PAY" - 26 novembre 2020 - Durée : 1h**
 - Objectif : comment développer ses ventes, découverte du système ONE SHOT PAY
 - 16 participants
 - Remarques : formation très vivante de nombreuses questions et échanges.

Les résumés de ces formations sont disponibles sur l'espace pro et le groupe Facebook. Les replays seront disponibles sur la chaîne Youtube de la MDT. Un mail récapitulatif avec tous les documents (supports, résumés et lien vers la chaîne Youtube) a été envoyé à tous les participants.

Un programme de formation 2021 sera proposé lors du prochain conseil d'administration.

XXI - BILAN DES RENDEZ-VOUS DU TOURISME

Élue référente : Céline AUGER

La Maison du tourisme du Livradois-Forez souhaite créer du lien entre ses partenaires, apporter des conseils techniques et pratiques sur les services qu'elle propose et permettre l'identification des attentes des prestataires. Chaque automne, la MDT organise donc les Rendez-vous du Tourisme – Atelier services du Pack partenaire animés par les techniciens de la MDT.

3 RDV du tourisme ont été organisés.

- Mardi 6 octobre à 14 h 30 : secteur d'Ambert Livradois-Forez au Jardin pour la Terre (Arlanc)
- Mercredi 7 octobre à 14 h 30 : secteur de Billom/Lezoux au Château des Martinanches (Saint-Dier d'Auvergne)

- Jeudi 8 octobre à 14 h 30 : secteur de Thiers Dore Montagne les Demeures du lac (Saint-Rémy-sur-Durolle)

Les thématiques abordés étaient les suivantes :

Thème	Sujets évoqués
Numérique	Être mieux présent sur le site internet de la MDT et d'Auvergne destination volcans ? Quel partenariat avec la MDT pour être présent sur Facebook ?
Vente en ligne des hébergements	Comment développer ma vente en ligne ?
Billetterie des activités, musées et événements	Comment vendre ma billetterie en partenariat avec la Maison du tourisme ?
Diffusion de documentation/ mise à jour des offres	Comment mieux diffuser mes documents dans les BIT ? Quelles informations indispensables dois-je fournir pour mes mises à jour ?
La marque de la destination	Comment puis-je être partenaire de la marque de destination Livradois-Forez, Parc naturel régional en Auvergne ?
Expériences	Comment puis-je faire partie du programme d'expérience en partenariat avec la Maison du tourisme ? Quelles sont les modalités ?
Pack partenaire et pack publicitaire	Comment devenir partenaire de la Maison du tourisme ? Quels services sont les plus adaptés à mon activité ?

Le bilan est le suivant :

- Très peu de participants (15 seulement pour les 3 RDV).
- Des réponses ont pu être adaptées et personnalisés aux questions des prestataires touristiques.
- Ces temps sont globalement très appréciés par les participants.
- Une évolution de la formule est à prévoir pour l'année prochaine.

XXII - BILAN DE LA CAMPAGNE D'APPUI AUX RESTAURATEURS

Élu référent : Alain Néron

La Maison du tourisme a lancé une campagne d'appui aux restaurateurs via les réseaux sociaux (campagne Facebook). Pour un montant comme prévu de 2000 euros, le bilan est le suivant :

Impact sur Facebook			Impact sur le site internet de la MDT
Nombres de vues	Nombre de clics	Coût du clic	Nombre de vues de la page « plats à emporter
729 564	8 088	0.22	5 418 sessions

XXIII - PARTENARIAT AVEC LE COMITE SOCIAL ET ECONOMIQUE DE MICHELIN

Élue référente : Annick Forestier

Le CE Michelin souhaite éditer un catalogue de courts séjours dans le Puy de dôme. Il s'est mis en contact avec l'OT du Sancy, Thermauvergne et la Maison du tourisme pour réaliser ce catalogue. L'état de la réflexion engagée est le suivant :

- Public : famille, individuel, couple sans enfant.
- Date : mai, juin, septembre, octobre.

- Durée : court séjour
- Thématiques expérientielles en valorisant des valeurs telles que le développement durable, la sensibilité à l'environnement, les rencontres locales, les circuits-courts, l'apprentissage (vacances apprenantes), etc.
- Critères de sélection des offres d'hébergements : marque accueil du Parc ou charte européenne du tourisme durable.
- Le CE Michelin finance généralement les vacances à hauteur de 50 % . Ce taux pourrait être plus élevé pour ce catalogue.

La Maison du tourisme et le CE Michelin travaillent actuellement à la formalisation de ces séjours. Les retombées pourraient être d'environ 100 000 euros sur le Livradois-Forez pour 2021.

XXIV- CATALOGUE SPECIAL « PETITS GROUPES »

Élue référente : Annick Forestier

Suite à la crise sanitaire, et comme convenu par le conseil d'administration, un catalogue spécial petits groupes a été réalisé. Il est consultable à l'adresse suivante :

<https://fr.calameo.com/read/000582927b122da3f8810>

XXV – ADN TOURISME : ETUDE COMMERCIALISATION ET AIDE A LA MISE EN MARCHÉ : QUELLES STRATEGIES ET QUELS OUTILS POUR LES CDT, ADT, ADRT

Élue référente : Annick Forestier

La fédération ADN tourisme à laquelle adhère la MDT a réalisé une étude sur la commercialisation et la mise en marché des CDT, ADT et ADRT. Les conclusions sont présentées dans un document annexe.

CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA MAISON DU TOURISME

JEUDI 21 JANVIER 2021

RÉSOLUTIONS

Nombre de participants à la réunion : 24

Nombre de votants présents : 23

Nombre de voix (présents et représentés) : 24

Le quorum d'1/2 (14) est atteint : 24 présents ou représentés (sur les 28 membres du conseil d'administration).

AFFAIRE I - Plan d'actions et orientations budgétaires prévisionnels 2021

Pour	24
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE II – Avenant des conventions 2021 avec les collectivités membres de la MDT

Pour	23
Contre	0
Abstention	1

AFFAIRE III – Programme de communication/information auprès des élus du territoire

Pour	24
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE IV – Stagiaires 2021

Pour	24
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE V – Outils numériques d'accueil

Pour	24
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE VI – Supports d'accueil et d'information

Pour	24
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE VII – Marque Livradois-Forez : partenariat avec le syndicat mixte du PNR

Pour	24
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE VIII – Développement et référencement du site internet 2021

Pour	23
Contre	0
Abstention	1

AFFAIRE IX – Programme de photographies et vidéos 2021

Pour	24
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE X – Relation presse 2021

Pour	24
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE XI – Salon grand public

Pour	24
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE XII – Jeu concours

Pour	24
Contre	0
Abstention	0