

CONSEIL D'ADMINISTRATION

MAISON DU TOURISME DU LIVRADOIS-FOREZ

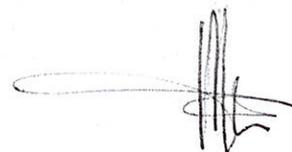
JEUDI 25 FEVRIER 2021

COMPTE-RENDU

VISIO-CONFERENCE

Fait à Saint-Gervais-sous-Meymont
Le 3 mars 2021

Corinne Mondin
Présidente



PARTICIPANTS

Membres de droit

- Céline AUGER - Communauté de communes Billom communauté
- Jean DELAUGERRE - Communauté de communes Billom communauté
- 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

Membres actifs

- François ANSEL - Village vacances les Demeures du Lac
- Bernard AUROY - Randonnée en Livradois-Forez
- 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

- Brigitte ARCIS – Responsable du pôle administration de la Maison du tourisme du Livradois-Forez
- Benoît BARRÈS - Directeur de la Maison du tourisme du Livradois-Forez
- Marie-Pierre BARTHELEMY – Cabinet Monet et associés

Excusés/absents avec pouvoir

- Bernard BERAUD - Communauté de communes Ambert Livradois Forez, pouvoir à Chantal FACY
- Frédéric CHONIER - Communauté de communes Thiers Dore et Montagne
- Pierre CONTIE - Communauté de communes Thiers Dore et Montagne, pouvoir à Frédéric CHONIER
- Guy GORBINET - Communauté de communes Ambert Livradois Forez, pouvoir à Corinne MONDIN

A – AFFAIRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Pôle accueil – information – relations locales

- I - Outil d'accueil numérique : acquisition d'un logiciel de mise à jour des offres touristiques par les prestataires touristiques (Open Edit)
- II - Pack partenaire « acheter local »
- III - Programme visites et balades nature et patrimoine 2021
- IV - Programme de formation 2021 des prestataires touristiques
- V - Valorisation des circuits VTT et cyclotouristiques

CM

- VI - Convention triennale Maison du tourisme / PNR Livradois-Forez / Randonnée en Livradois-Forez

Pôle marketing

- VII - Campagne de communication avec Auvergne Rhône Alpes Tourisme et les Parcs naturels régionaux de la région
- VIII – Campagne réseau sociaux et campagne de médiation publicitaire
- IX – Accueil du blogueur Bruno Maltor
- X - Communication et routage du magazine 2021
- XI – Boite à outils de la marque Livradois-Forez

Pôle administration

- XII - Matériel et logiciel informatique
- XIII - Classement de l'office de tourisme, démarche qualité et schéma d'accueil et d'information touristique
- XIV - Adoption du compte de résultat et bilan 2020
- XV - Budget prévisionnel 2021

Questions diverses

- XVI - Centralisation et affichage des avis clients

B - INFORMATIONS

Pôle accueil – information – relations locales

- XVI - Appel d'offre du conseil départemental du Puy-de-Dôme : maintenance des itinéraires de randonnée.
- XVII - Bilan des balades nature et patrimoine 2020

Pôle marketing

- XVIII - Bilan de l'étude d'image et de notoriété des parcs naturels régionaux Auvergne Rhônes-Alpes

Pôle relations clients, relations commerciales

- XIX – Partenariat avec le CSE Michelin

Pôle administration

- XX - Organisation de l'assemblée générale du 11 mars 2021
- XXI - CR réunion de la conférence de l'Entente du 27 janvier 2021
- XXII – Mission d'audit et de coaching : point d'étape
- XXIII - Mouvement de personnel
- XXIV - Frais de déplacement des administrateurs de la Maison du tourisme

C - PIECES JOINTES

- 1 - CR réunion de la conférence de l'Entente
- 2 - Mission management : synthèse de l'enquête auprès des administrateurs
- 3 - Partenariat agence régionale Auvergne Rhône-Alpes tourisme et les parcs naturels régionaux : bilan des actions 2020 et perspectives 2021

- 4 - Résultat de l'étude image et notoriété des Parcs naturels régionaux d' Auvergne Rhône-Alpes
- 5 - Classement des offices de tourisme : guide méthodologique
- 6 - Marque qualité tourisme : guide méthodologique des filières
- 7 - Marque qualité tourisme : formulaire d'audit des offices de tourisme
- 8 - Commune touristique et stations classées : guide méthodologique

D - PIECES COMPLEMENTAIRES DIFFUSEES EN REUNION

- Compte de résultat et bilan 2020
- Budget prévisionnel 2021

A – AFFAIRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

I - OUTILS D'ACCUEIL NUMÉRIQUE : ACQUISITION D'UN LOGICIEL DE MISE A JOUR DES OFFRES TOURISTIQUES DIRECTEMENT PAR LES PRESTATAIRES TOURISTIQUES (OPEN EDIT)

Élue référente : Céline AUGER

Dans le cadre de l'amélioration / développement de la qualité de l'accueil sur le territoire et les relations avec les prestataires touristiques, la Maison du tourisme souhaite s'équiper d'un outil qui permettrait de :

- simplifier la collecte et l'actualisation des données liées à l'offre touristique (base de données APIDAE) ;
- simplifier les interactions avec les socio-professionnels.

L'objectif est de donner la possibilité aux prestataires touristiques de modifier eux-mêmes directement les informations de leurs offres touristiques dans la base de données (prix, photos, descriptifs commerciaux, informations pratiques) permettant également une remise à jour automatique de ces informations sur le site internet de la Maison du tourisme :

- soit par un formulaire personnalisé simplifié,
- soit directement sur la page de présentation de leur offre touristique du site internet de la MDT (boutons présents en mode privé).

Après une étude de marché et des avis récoltés au sein du réseau des offices de tourisme, la solution proposée serait « Open Edit », développée par la société HOTENTIC.

La mise en œuvre du projet nécessite 1 mois de travail de paramétrage et de test. La Maison du tourisme souhaite également s'appuyer sur quelques prestataires pour tester le logiciel et la mise en œuvre de l'accompagnement fin du printemps et déployer le service après la saison lors de la prochaine campagne de mise à jour.

Budget prévisionnel : 950 €

Le conseil d'administration décide :

- **d'engager les dépenses liées à l'acquisition d'un logiciel de mise à jour des offres touristiques directement par les prestataires (Open Edit) pour un montant prévisionnel de 950 euros HT, sous réserve de l'adoption du budget prévisionnel 2021.**
- **d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.**

II - PACK PARTENAIRE « ACHETER LOCAL »

Élue référente : Céline AUGER

Dans le cadre de sa stratégie de partenariat avec les acteurs touristiques du Livradois-Forez, la Maison du tourisme souhaite proposer une offre de service complémentaire « pack partenaire acheter local ». Ce serait un pack partenaire qui permettrait à des structures ne proposant pas de visite possédant une boutique de produits emblématiques du Livradois-Forez :

- d'avoir une visibilité sur le site internet dans une rubrique « acheter local » pour la saison 2021
- d'avoir une visibilité sur le magazine de destination pour l'édition 2022.

Ce pack s'adresserait aux commerces « de bouche » qui proposent des spécialités en lien avec le territoire (ex : producteurs, artisans boulangers, artisans bouchers, épicerie fines, épicerie bio, cavistes...) et aux commerces et services en lien avec les pratiques touristiques (ex : artisans d'art, artistes ayant un label, galeries d'art, magasins de couteaux, magasins de vêtements de sport, librairies ayant un fonds régional, loueurs et réparateurs de vélo...) du territoire de la Maison du tourisme installés sur l'une des 4 communautés de communes associées (Billom communauté, Entre Dore et Allier, Thiers Dore et Montagne et Ambert Livradois Forez), ou les commerçants du réseau « Saveurs du Livradois-Forez » situés sur une commune du Parc naturel régional Livradois Forez.

Pour les prestataires touristiques qui proposent une visite, qui ont une boutique et qui ont souscrit à un pack partenaire prestataire ou à un pack publicitaire, le pack partenaire « acheter local » serait gratuit.

Pour les autres structures qui ne peuvent pas proposer de visite, le montant du pack s'élèverait à 30 € HT.

Les modalités de souscription seraient les mêmes que pour le pack partenaire prestataire, c'est-à-dire une inscription sur le site internet dédié : <https://partenaires.vacances-livradois-forez.com/>.

Ce pack ne comprendrait pas l'adhésion à la Maison du tourisme.

Le conseil d'administration décide :

- **de mettre en place ce nouveau pack partenaire « acheter local » pour un montant de 30 € HT ;**
- **de bien préciser les types de partenaires susceptibles d'acquies ce pack (cas spécifique des producteurs qui ne font que de la vente à distance, qui ne sont présents que sur les marchés, etc.) ;**
- **d'en profiter pour mieux valoriser les marchés dans les outils d'information de la Maison du tourisme en précisant leurs spécificités.**

III - PROGRAMME DES VISITES ET BALADES NATURE ET PATRIMOINE

Élue référente : Céline AUGER

La MDT propose un programme de découverte des patrimoines avec des visites guidées conduites par ses guides-conférenciers ou des « balades nature et patrimoine » en partenariat avec des accompagnateurs qualifiés. Ce programme s'inscrit dans la convention de partenariat avec le PNR Livradois-Forez dans laquelle la MDT intervient en termes de coordination et de valorisation.

La MDT programmera en 2021 des rendez-vous sur les périmètres de Thiers Dore et Montagne, Billom communauté, Entre Dore et Allier et Ambert Livradois-Forez.

Compte tenu du contexte sanitaire actuel, le programme des balades nature et patrimoine proposé par la MDT décrit ci-dessous peut être amené à évoluer.

1) Périmètre Thiers, Dore et Montagne : 26 rendez-vous (dont 2 achats de prestations extérieures)

- Thiers la médiévale : 10 dates
- Thiers, la vallée des usines aux lumières : 4 dates
- Châteldon : 7 dates
- Courpière : 3 dates
- Montagne thiernoise : 2 dates

2) Périmètre Billom/Lezoux : 33 rendez-vous (dont une formation théâtre et 6 achats de prestations extérieures)

- Visites nocturnes Rondes médiévales : 4 dates (sous réserve des conditions sanitaires à mettre en œuvre)
- Billom médiévale : 12 dates
- Couleur romane : 2 dates
- Saint-Dier la casadéenne : 1 date
- Les forts villageois : 1 date
- Lezoux : 4 dates
- Mystères des Templiers (Culhat) : 2 dates
- Visite familiale animée sur la thématique de l'eau (Bort l'Étang) : 2 dates
- Les bords d'Allier (Joze) : 4 dates

3) Périmètre Ambert Livradois-Forez : 27 rendez-vous (dont 12 achats de prestations extérieures)

- Visites du goût Ambert : 5 dates
- Haut-Livradois : 4 dates (thématiques : chouettes et forêts, panorama volcanique)
- Arlanc : 2 dates (nature)
- Visites du bourg d'Olliergues : 7 dates
- Vallée de l'Ance : 9 dates (3 visites musicales sur le site du volcan de Montpeloux, 3 rando'tisane, 3 visites du bourg de Viverols).

La MDT proposera donc 86 dates de visites et balades accompagnées dont 60 visites seront conduites par les guides-conférenciers de la MDT.

Le budget prévisionnel du programme comprend l'achat de prestations extérieures (guides ou accompagnateurs en montagne), la formation théâtre des bénévoles pour les rondes de nuit à Billom, les achats de boissons ou en-cas pour les participants et il s'élève à 3 500 € pour l'année 2021.

Le conseil d'administration décide :

- d'organiser ce programme de visites et balades nature et patrimoine pour un montant prévisionnel de 3 500 € HT, sous réserve de l'adoption du budget prévisionnel 2021.
- d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.

Le conseil d'administration propose en complément de diffuser les 3 guides des animations locaux (Thiers Dore et Montagne, Ambert Livradois-Forez, Entre Dore et Allier) à l'ensemble des prestataires touristiques du Livradois-Forez (et non plus uniquement un guide / prestataire).

Les élus qui souhaitent développer ou faire évoluer les visites sont invités à prendre contact avec les référents des bureaux d'information touristique locaux.

[Complément d'information suite à la réunion : la Maison du tourisme édite les guides des animations locaux, en saison estivale, toutes les semaines. Ils sont disponibles sur l'espace pro du site internet]

IV - PROGRAMME DE FORMATION DES ACTEURS TOURISTIQUES

Élue référente : Céline AUGER

La Maison du tourisme développe un programme de formations, d'échanges et de rencontres destinées aux acteurs touristiques : connaissance du territoire, amélioration des pratiques en matière de communication et de commercialisation.

1) Journées découverte

Chaque année, plusieurs journées sont organisées à l'échelle du territoire du Parc naturel régional Livradois-Forez. Elles sont ouvertes à tous les acteurs partenaires ou non et ont pour objectif de :

- visiter des structures touristiques phares ou exemplaires pour le territoire ;
- se rencontrer pour mieux se connaître ;
- faire connaître les prestations aux conseillers en séjours des 10 bureaux d'information touristique de la Maison du tourisme.

En 2021, la Maison du tourisme proposerait 2 journées initialement prévues au printemps 2020 qui avaient dû être reportées : le territoire de La Chaise-Dieu et le secteur du Vernet-Chaméane/Sauxillanges. Ces journées seraient programmées en mai et juin si la situation sanitaire le permet, sinon à l'automne.

2) Ateliers de la MDT (Médiation Dérivée mais Technique)

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, favoriser le partage d'expériences entre prestataires, etc. Exemples : les outils de valorisation de la randonnée dont la plateforme Livradois-Forez randonnée ; le référencement d'un site internet ; etc.

En remplacement des rendez-vous du tourisme, il est proposé un nouveau format d'échange en lançant une « WebTV », avec un RDV mensuel (ex : chaque 1er mardi du mois hors vacances scolaires). Le lien du replay serait communiqué sur le groupe pro Facebook et sur les lettres d'information.

3) Ateliers de formation (collectifs et individuels)

La Maison du tourisme souhaite accompagner les prestataires touristiques dans le développement de leur offre touristique, leur communication et leur commercialisation. Elle proposerait des « ateliers de formation » autour de 3 grands thèmes :

Production	Meublé de tourisme : réglementation et régimes fiscaux
	Le tourisme expérientiel – Atelier participatif (report de 2020)
Promotion	Le storytelling : les conseils pour raconter (et vendre) votre produit
	Comment créer et/ou faire évoluer mon site internet ? (Niveau débutant et intermédiaire)
	Comment créer une page Facebook ou LinkedIn et communiquer efficacement ? (Niveau débutant et intermédiaire)
	Comment communiquer plus efficacement grâce à mon site internet et les réseaux sociaux ? (Niveau intermédiaire et expert)
	Savoir se référencer sur Google My Business
	CANVAS : un logiciel qui va changer la vie de votre communication
	Code de marque – Utilisation code de marque et conseils techniques pour la création d'un nouveau dépliant (report de 2020)
Commercialisation	Initiation à l'utilisation du logiciel de vente en ligne Open
	Comment mieux utiliser les potentialités de la plateforme de vente en ligne Open Pro ?
	Initiation à l'utilisation du logiciel de vente de billets (activité) Addock

Un programme détaillé sera transmis à tous les acteurs dès que le planning sera finalisé. L'objectif est d'organiser des webinaires pendant la période de crise sanitaire avant la saison touristique.

Le conseil d'administration décide :

- **d'organiser ce programme de formation, d'échanges et de rencontres pour un montant prévisionnel de 7 000 € HT, sous réserve de l'adoption du budget prévisionnel 2021.**
- **d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.**

En complément, il est proposé que soit étudié la possibilité d'intégrer un module facturation au sein du logiciel de vente en ligne Open Pro.

V - VALORISATION DES CIRCUITS BALISES VTT ET CYCLO

Élu référent : Bernard AUROY

Depuis plus de 2 ans, la Maison du tourisme du Livradois-Forez en partenariat avec le Parc naturel régional Livradois-Forez a mis en place un site internet dédié à la randonnée : www.livradois-forez-rando.fr. Ce site (20 000 connexions en 2020) regroupe depuis cette année près de 200 circuits de randonnée pédestre consultables, imprimables et téléchargeables gratuitement. Il existe également une application qui découle du site internet : **Livradois-Forez rando**. Elle permet par exemple une géo-localisation permanente et un mode « hors ligne » sans avoir besoin de réseau téléphonique ou d'internet (en ayant au préalable téléchargé la/les randonnée(s)).

Il est proposé d'intégrer sur cette plateforme, en 2021, les circuits cyclotouristiques et VTT en partenariat avec les acteurs de « pleine nature » (centre VTT d'Ambert, centre VTT des Bois Noirs, centre VTT N°1, centre cyclo des 4 vents, Chemin de Sainte-Agathe...) avec lesquels une convention pourrait être signée pour définir ensemble les circuits à valoriser

Le conseil d'administration décide :

- **d'intégrer les circuits cyclotouristiques et VTT sur la plateforme Livradois-Forez rando et ce même pour les circuits dépassant le périmètre du territoire ;**
- **d'autoriser la présidente à signer des conventions de partenariat avec les acteurs de pleine nature.**

En complément information est donnée de l'action de la communauté de communes de Thiers Dore et Montagne en faveur de la valorisation du vélo et du VTT notamment en partenariat avec le centre VTT des Bois Noirs.

VI – CONVENTION TRIENNALE MAISON DU TOURISME / PARC NATUREL REGIONAL LIVRADOIS-FOREZ / RANDONNEE EN LIVRADOIS-FOREZ

Élu référent : Bernard AUROY

Des conventions de partenariat entre le Parc naturel régional Livradois-Forez, Randonnée en Livradois-Forez (RELF) et la Maison du tourisme du Livradois-Forez sont signées pour une période de 3 ans depuis 2014 pour organiser le développement de la randonnée en Livradois-Forez.

L'un des aspects de la convention concerne le financement de l'association Randonnée en Livradois-Forez.

En effet, suite à l'intégration du personnel anciennement de RELF à la Maison du tourisme et au transfert de ses financements publics liés au fonctionnement (contribution des communautés de communes, financement du Conseil départemental), RELF ne bénéficie plus d'aucun financement pour assurer un minimum de vie associative (que lui permettait le fonctionnement précédent).

La Maison du tourisme s'était donc engagée à aider financièrement RELF à assurer ses missions d'autant que c'est elle qui répond à l'appel d'offre du conseil départemental (voir par ailleurs) pour l'entretien des sentiers de randonnée et qu'elle s'appuie pour cela sur le savoir-faire de RELF.

L'association a un besoin estimé à 7 500 euros/an pour assurer l'animation de son réseau de bénévoles. La Maison du tourisme s'était jusqu'à présent engagée par convention à attribuer une aide financière pour contribuer au fonctionnement de l'association RELF d'un montant de 4 000 € / an.

Le conseil d'administration décide de renouveler cette convention pour une durée de trois ans et de soutenir l'association Randonnée en Livradois-Forez pour un montant de 4 000 € / an.

VII – CAMPAGNE DE DE COMMUNICATION AVEC AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME

Élu référent : Alain Néron

1 – Campagne de communication avec les Parcs d'Auvergne Rhône-Alpes

L'agence régionale Auvergne-Rhône-Alpes tourisme (ART) et les Parcs naturels Régionaux de la région ont signé une convention de partenariat dans l'objectif de valoriser les destinations de Parcs.

Les résultats d'une enquête de notoriété des parcs sur le Web sont également présentés en annexe. **Le Livradois-Forez a été le PNR de la région, le plus recherché sur internet au cours de ces 12 derniers mois.**

Pour 2021, il est notamment prévu une action de promotion commune.

Cibles :

- Familles autour de l'aventure nature
- Sportifs autour des activités de pleine nature dont le VTT et le cyclotourisme

Marché : France (hors AURA) dont en priorité les centres urbains

Campagnes :

- Campagne via les réseaux sociaux
- Campagne de relation presse
- Campagne photographique
-

Période : une action de médiation est prévue au printemps (préparation en mars pour communication à l'occasion des vacances de Printemps).

Le plan d'action est en cours de finalisation. Celui de l'an dernier était de 200 000 euros l'an dernier (le bilan des actions engagées en 2020 est présenté dans un document annexe).

Budget prévisionnel (considérant que les règles de partenariat n'ont pas encore été définies par l'agence régionale Auvergne-Rhône-Alpes tourisme)

- Une contribution prévisionnelle de 1 000 €/PNR (cout prévisionnel de la participation du pot commun soit 10 000,00 € pour les 10 parcs).
- Une contribution prévisionnelle de 3 000 € maximum pour une meilleure mise en avant du Livradois-Forez dans certaines campagnes.

2 – Campagne de communication Livradois-Forez sur la page « Auvergne tourisme »

L'an dernier la Maison du tourisme avait co-financé une campagne de communication sur la page Facebook Auvergne tourisme. Cette opération de 5000 € et qui avait été prise en charge à 50/50 entre la MDT (2500 €) et l'ART (2500 €) avait notamment permis plus de 30 000 interactions vers le site internet de la Maison du tourisme. Il est prévu de renouveler ce type d'opération pour un montant 2 fois supérieur suivant les mêmes règles de financement : 1 € d'apport de la MDT implique 1 € d'apport de l'agence régionale Auvergne-Rhône-Alpes tourisme

Le conseil d'administration décide :

- **d'engager, le programme de promotion en partenariat avec l'agence régionale Auvergne Rhône-Alpes tourisme pour un montant prévisionnel de 9 000 € HT sous réserve d'adoption du budget prévisionnel 2021 lors de l'assemblée générale 2021.**
- **d'autoriser la Présidente à signer toute convention afférente.**

VIII – CAMPAGNES « RESEAUX SOCIAUX » ET CAMPAGNE DE MEDIATION PUBLICITAIRE

Élu référent : Alain Néron

Dans le cadre de la stratégie de communication touristique, la MDT met de plus en plus l'accent sur le développement de la communication digitale notamment via les réseaux sociaux (Facebook et Instagram).

Ce « tournant digital » permet de capter l'attention de nouvelles clientèles, en lien avec le plan marketing et les offres à valoriser. Il permet d'adresser « le bon message/ la bonne offre » à la « bonne personne » en tenant compte de : la zone géographique d'identification (IP), la géolocalisation sur le territoire (itinérance), les tranches d'âge, les centres d'intérêt, etc.

Ces campagnes ont plusieurs objectifs : montrer, faire désirer, acheter ... et créer du trafic par retour sur le site internet. Ces interactions entre les réseaux sociaux et le site internet seront renforcées ensuite par l'outil de « gestion relation client » qui permettra de qualifier un contact de l'engager en vue de le fidéliser.

Il est notamment prévu, *a minima* :

- une campagne sponsorisée annuelle sur Facebook valorisant les séjours et une campagne promouvant les hébergements
- 5 campagnes « vacances scolaires » sur Facebook
- une campagne « été » sur Facebook
- une campagne publicitaire achetée sur le site internet du « petit Futé » et renvoyant aux hébergements du L-F. Cette campagne avait permis l'an dernier 300 000 vues et 1 800 clics sur le site internet de la Maison du tourisme.

Coût prévisionnel

- Total estimé : 20 000 € HT

Le conseil d'administration décide :

- **d'engager des campagnes sponsorisées et autres achats publicitaires pour un montant prévisionnel de 20 000 euros HT ;**
- **d'autoriser la Présidente à signer toute convention afférente.**

IX – ACCUEIL DU BLOGUEUR BRUNO MALTOR

Élu référent : Alain Néron

Le blogueur Bruno Maltor, originaire d'Ambert, est un des plus grands influenceurs voyage de France. Il était venu en reportage l'an dernier, pendant une semaine, sur le secteur du Cantal et dans une partie du Puy-de-Dôme (Sancy-Volcans), à l'initiative d'AuRA-Tourisme.

Il a été contacté par le service communication d'Ambert Livradois-Forez et les organisateurs du Festival d'Ambert pour réaliser un reportage sur le secteur Ambert Livradois-Forez.

Sous réserve de l'évolution des conditions sanitaires et de l'organisation des festivals du secteur, l'objectif serait qu'il puisse :

- venir 1 semaine en juillet 2021 sur la destination autour du thème des activités de pleine nature (secteur Hautes-chaumes), des produits locaux (fourme d'Ambert) et du festival d'Ambert.
- réaliser un film d'une quinzaine de minutes
- rédiger un article
- diffuser cet article et ce film via sa communauté estimée à près d'un million de personnes.
https://www.youtube.com/watch?v=dZc-S_my7nk

Le coût d'une telle opération est de 17 400 euros TTC (hors frais d'hébergement, de restauration et d'accompagnement sur le terrain).

Plusieurs partenaires locaux seraient intéressés par cet accueil et seraient prêts à mutualiser les coûts : Ambert Livradois-Forez, mairie d'Ambert, Les Fourmofolies, festival d'Ambert, AuRA Tourisme.

La Maison du tourisme a été sollicitée pour participer au projet dont il reste à finaliser le programme précis, les modalités de partenariat et le plan de financement.

Le conseil d'administration décide :

- **de donner un accord de principe pour participer à l'accueil du blogueur Bruno Maltor pour un montant prévisionnel de 3 000 € HT, considérant que ce type de partenariat test (contribution à un projet d'un partenaire) pourrait être développé avec d'autres partenaires et territoires ;**
- **d'autoriser la Présidente à signer toute convention afférente.**

X – COMMUNICATION ET ROUTAGE DU MAGAZINE DE DESTINATION N°3

Élu référent : Alain Néron

Depuis 2019, la Maison du tourisme du Livradois-Forez a créé un partenariat de diffusion du magazine de destination avec deux magazines : *Tout Clermont* et *Mag2 Lyon*, afin de profiter de leur diffusion, et de recommander le magazine, et la destination, auprès de leurs lectorats respectifs. Cette opération permet à la Maison du tourisme de diffuser son magazine de destination auprès d'un lectorat qualifié, qui répond parfaitement au ciblage de « clientèles » qui sont approchées (population urbaine de proximité, CSP +, intérêts pour la nature, l'art de vivre, les actualités de la région, les idées de sorties et week-ends).

En complément il est proposé de réaliser une affiche de la couverture du magazine à diffuser chez les prestataires touristiques et les commerces locaux.

Budget prévisionnel

- Routage : 5 000 €
- Affiche : 500 €
- Total : 5 500 €

Est également à l'étude la réalisation d'un présentoir.

Le conseil d'administration décide :

- de réaliser une affiche de la couverture du magazine et de renouveler en 2021 l'opération de diffusion conjointe du magazine *Livradois-Forez* avec le magazine *Mag 2 Lyon* et le magazine *Tout Clermont* pour un montant prévisionnel de 5 500 € HT ;
- d'autoriser la Présidente à signer toute convention afférente.

XI – « BOÎTE A OUTILS » DE LA MARQUE LIVRADOIS-FOREZ

Élu référent : Alain Néron

La Maison du tourisme développe la marque Livradois-Forez. Afin de sensibiliser, d'aider et d'accompagner les acteurs touristiques à utiliser cette marque, elle a mis à leur disposition une « boîte à outils » consultable sur l'espace professionnel du site internet comprenant : les visuels de la marque, la charte d'utilisation, des photographies, des vidéos et divers supports pédagogiques.

Il est proposé de compléter cette boîte à outils en fournissant gracieusement d'autres photographies du territoire :

- soit en négociant l'achat d'extension des droits-photos auprès des photographes partenaires de la Maison du tourisme ;
- soit en effectuant des achats de cession de droits de photos déjà existantes.

Cet usage serait réservé exclusivement à la communication qui pourrait être faite sur les sites internet et les pages Facebook des signataires de la marque (à l'exclusion de l'usage imprimé, publicitaire et commercial).

Coût prévisionnel

- Total estimé : 1 000 € HT

Le conseil d'administration décide :

- d'engager la négociation de l'extension des droits d'usage pour un montant prévisionnel de 1 000 euros HT considérant que ce montant pourrait être supérieur (dans la mesure où les dépenses globales du pôle marketing en 2021 correspondent bien aux prévisions) ;
- d'autoriser la Présidente à signer toute contrat afférent.

XII – MATÉRIEL & LOGICIEL INFORMATIQUE

Élue référente : Corinne Mondin

Le matériel informatique nécessite un renouvellement régulier afin de garantir la qualité du travail des agents de la Maison du tourisme du Livradois-Forez.

L'ensemble du matériel informatique fait l'objet d'une maintenance par une société spécialisée.

Les ordinateurs fonctionnent grâce à un système d'exploitation (Windows) qui nécessite l'achat de licences.

Une sauvegarde des fichiers de travail est effectuée en continu pour un volume de donnée de 500Go.

Un logiciel Antivirus complète la sécurité des données.

Un logiciel de visio-conférence (Zoom) est nécessaire à la communication (CA, AG, formations en ligne) ainsi qu'un logiciel d'envoi de mails en nombre : Mailjet.

Le système numérique en place nécessite des passerelles favorisant les interconnexions entre plusieurs logiciels. Comme tous les ans, il est nécessaire de prendre un abonnement pour 2 passerelles informatiques.

Budget prévisionnel

Outils nécessaires rattachés au pôle administratif

- 5 Ordinateurs : 3 000 €
- Maintenance/installation des ordinateurs : 4 300 €
- Stockage et sauvegarde en continu des données MDT : 2 100 €
- Petit matériel informatique (écrans, imprimantes, casques, micro, clefs USB, webcam) : 2 000 €
- Licences informatiques pour 1 an : 1 200 €
- Antivirus pour 1 an : 1 400 €
- Licence Zoom pour 1 an : 140 €
- Mailjet pour 1 an : 200 €

Outils nécessaire rattachés au pôle relations clients-relations commerciales

- Passerelle entre les logiciels de vente en ligne (open experience) et le site internet pour permettre la réservation en ligne : 360 €
- Passerelle entre les logiciels de billetterie (open billet) et le logiciel de comptabilité : 60 €

Total : 14 760 €

Le conseil d'administration décide :

- **de réaliser l'ensemble des achats matériels et logiciels informatiques cités ci-dessus pour un montant prévisionnel de 14 760 €, sous réserve d'adoption du budget prévisionnel lors de l'assemblée générale.**
- **d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.**

XIII – CLASSEMENT DE L'OFFICE DE TOURISME, DEMARCHE QUALITE ET SCHEMA D'ACCUEIL ET D'INFORMATION TOURISTIQUE »

Élue référente : Corinne Mondin

Afin d'améliorer la qualité de l'accueil et de l'information touristique sur le territoire, il est proposé d'engager un ensemble de démarches de façon logique et intégrée regroupant à la fois

- une démarche qualité permettant de solidifier la qualité des services proposés aux visiteurs (mais aussi aux prestataires touristiques, salariés et collectivités locales)

- la création d'un schéma d'accueil et d'information touristique pour apporter de la cohérence à l'ensemble de la démarche d'accueil concernant l'ensemble des acteurs de la destination (MDT, prestataires, collectivités locales)
- le classement de l'office de tourisme.

1- Démarche qualité

Le lancement d'une démarche qualité permettrait à l'office de tourisme de garantir la qualité de l'ensemble de ces services que ce soit auprès :

- des visiteurs ;
- des prestataires touristiques ;
- des collectivités locales partenaires ;
- des salariés.

S'engager dans une telle démarche nécessite de formaliser l'ensemble des process de la structure mais aussi de

- mettre en place une écoute client (traitement des réclamations, questionnaire de satisfaction, analyse de l'e-réputation...) ;
- être audité de façon externe et indépendante sur la base du référentiel national par un cabinet agréé lors d'une visite en « client-mystère » et par auditeur agréé lors d'un audit « complet » à une fréquence régulière (5 ans) ;
- atteindre un réel niveau de performance lors des audits réalisés en client mystère et en audit complet (score minimal de 85%).

Il est proposé que la Maison du tourisme s'engage dans la démarche Marque Qualité Tourisme™ pilotée par l'Etat. Il est à préciser que :

- la demande d'audit doit se faire après au minimum 6 mois de fonctionnement de la démarche qualité (application des dispositions d'organisation, mise en place de l'écoute client, enregistrements, compte rendu du Groupe Qualité de Destination...).
- le classement d'un office peut être obtenu dans les 6 mois suivant la décision d'attribution de la Marque Qualité Tourisme™ par la DGE.

2- Schéma d'accueil et d'information touristique (SADI)

Le Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI) permet de mener une réflexion et un projet autour de l'accueil des visiteurs sur l'ensemble de la destination et pas uniquement par des actions de la Maison du tourisme. L'accueil comprend par exemple : l'accueil dans les stations de transport (gare, aire d'autoroute, etc.), dans les sites touristiques et les sites naturels, l'accueil numérique, l'accueil chez les prestataires touristiques, etc. La réalisation du SADI implique :

- la connaissance des comportements et des usages des clientèles qui fréquentent le territoire (identification des clientèles prioritaires et leurs besoins en termes d'accueil et d'information).
- un état des lieux des outils d'accueil et de diffusion de l'information à partir des parcours clients « dans les murs » (dans l'office de tourisme) et « hors les murs » (chez les prestataires, dans les lieux publics, etc.).
- la construction du schéma proposant des scénarios de progression et un plan d'action intégrant les actions menées par l'ensemble des partenaires.
- l'animation de ce SADI et de son déploiement.

3 - Classement de l'office de tourisme

La Maison du tourisme est un office de tourisme intercommunautaire qui n'est actuellement pas classé.

Le classement permet une vérification de la qualité de certains services d'accueil, une garantie pour les visiteurs et une reconnaissance du travail de l'office de tourisme.

La réforme du classement des offices de tourisme opérée par l'arrêté du 16 avril 2019 s'appuie sur deux principes : la simplification administrative et une meilleure articulation avec la dénomination touristique des communes ou leur classement en station de tourisme.

Ainsi, il existe :

- une première strate d'offices de tourisme non classés dans les communes souhaitant mettre en valeur leur patrimoine touristique sans rentrer dans une démarche de reconnaissance de ces efforts par l'État.
- la deuxième strate d'offices de tourisme est constituée par la catégorie II, classement qui ouvre droit à la dénomination touristique de la commune ou de l'EPCI accueillant l'office de tourisme.
- enfin, la dernière strate sera constituée par les offices de tourisme de catégorie I, classement qui seul permet le classement de la commune en station de tourisme, qui correspond à l'excellence en termes d'accueil de la clientèle touristique. Cette correspondance entre le classement de l'office de tourisme et le statut de la commune rend plus intelligible la réglementation.

Les critères de classement et l'ensemble des aspects techniques sont présentés dans un document annexe « Guide méthodologique : procédure relative au classement des offices de tourisme ».

Globalement la Maison du tourisme répond aux critères de la démarche de classement de niveau 1 et 2. Il lui manque simplement :

- Pour un classement en catégorie II : après des échanges avec la préfecture et compte-tenu de la situation spécifique du Livradois-Forez qui accueille peu de clientèles internationales (7%), la MDT n'aurait pas besoin de traduire ces différents supports dans une troisième langue.
- Pour un classement en catégorie I, en complément des exigences pour la catégorie II il est nécessaire de mettre en place une marque Qualité. L'arrêté précise que pour être classé en catégorie 1, « L'office de tourisme est certifié ou labellisé ou détenteur d'une marque sur la base d'un référentiel national ou international relatif à la qualité de service se caractérisant par un dispositif de reconnaissance par une tierce partie. »

La conférence de l'Entente du 27 janvier a adopté le principe de faire délibérer les 4 communautés de communes et le syndicat mixte

Pour réaliser l'ensemble de ces missions, il est proposé de recruter un.e chargé.e de mission pour une période de 18 mois.

Coût estimatif (18 mois)

Salaire et charges et / ou prestation de service	50 000 €
Frais de structure	7 500 €
Audit et autres	2 500 €
TOTAL	60 000 €

Projet de plan de financement

Europe - Leader (80 %)	48 000 €
Communautés de communes (20 %)	12 000 €

Répartition par communauté de communes (suivant convention triennale)

ALF	40 %	4 800 €
Billom	15 %	1 800 €
Entre Dore et Allier	12,1%	1 440 €
TDM	32,9%	3 960 €

Le conseil d'administration décide - sous réserve de délibérations correspondantes des 4 communautés de communes membres de la Maison du tourisme et de l'adoption du budget prévisionnel 2021 lors de l'assemblée générale 2021 -, de :

- mettre en place une démarche de qualité pour obtenir la marque Qualité tourisme ;
- mettre en place un schéma d'accueil et d'information touristique ;
- recruter un chargé de mission pour élaborer la démarche de qualité et le schéma d'accueil et d'information touristique ;
- solliciter les fonds Leader et les communautés de communes pour financer ce programme d'actions ;
- autoriser la présidente à signer toute convention afférente.

XIV – ADOPTION DU COMPTE DE RÉSULTAT ET BILAN 2020

Élu référent : Jean Jallat

Le compte de résultat et le bilan 2020 ont été présentés en séance par le cabinet Monnet et associés.

Le conseil d'administration décide :

- d'arrêter ce bilan et ce compte de résultat ;
- de le transmettre au commissaire aux comptes ;
- de le présenter à la prochaine assemblée générale ;
- de proposer à l'assemblée générale d'affecter le résultat au fond associatif de la Maison du tourisme.

XV – BUDGET PRÉVISIONNEL 2021

Élu référent : Jean Jallat

Les orientations budgétaires 2021 de la Maison du tourisme ont été adoptées le 21 janvier en conseil d'administration et le 27 janvier 2021 à la conférence de l'Entente.

A partir des données du compte de résultat 2020, ces orientations ont été peaufinées pour en faire le budget prévisionnel 2021.

Le budget prévisionnel est présenté en séance.

Les quelques modifications apportées par rapport aux orientations budgétaires adoptées lors du CA sont surlignées en gris.

Le conseil d'administration décide de présenter ce budget prévisionnel à la prochaine assemblée générale.

XVI – QUESTION DIVERSE : CENTALISATION ET AFFICHAGE DES AVIS CLIENTS

Élu référent : Alain Néron

Les avis clients deviennent un élément très important pour rassurer tout client potentiel avant une réservation d'un séjour de vacances. Le site internet actuel de la MDT ne permet pas de présenter ces avis.

Les offices de tourisme du Puy-de-Dôme ont mené collectivement une réflexion pour mutualiser un outil de recueil de ces avis. Après analyse des différentes solutions sur le marché, celle de « Fairquest » semble la plus appropriée <https://www.fairquest.com/>. Elle permet :

- la collecte/le regroupement spontanée des avis des "clients" provenant de plusieurs plateformes permettant de suivre le retour clients de quelques sites majeurs de la destination (estimation à 60). Cette action pourrait permettre également de sensibiliser les sites touristiques concernés à l'importance de ces avis.
- la mise en place de recommandation sur le site internet de la MDT en diffusant les avis des "clients".

La prestation de service d'une telle plateforme comprend :

- un investissement de départ dans le logiciel (**mutualisé** entre les offices de tourisme) : 830 € HT.
- un abonnement annuel en fonction du nombre d'établissements concernés par territoire.

Afin de pouvoir bénéficier de la démarche collective, et donc d'un tarif préférentiel, le conseil d'administration décide :

- **de contribuer à l'investissement de départ dans le logiciel en 2021 à hauteur prévisionnelle de 800 euros HT avant un réel déploiement de l'outil au cours de l'année 2022 (abonnement annuel estimé à 2100 euros par an pour 60 structures) ;**
- **d'autoriser la Présidente à signer tout contrat afférent.**

B – INFORMATIONS

XVII – APPEL D'OFFRE DU CONSEIL DEPARTEMENTAL DU PUY-DE-DÔME : MAINTENANCE DES ITINERAIRES DE RANDONNEE

Élu référent : Bernard Auroy

En collaboration avec l'association RELF (Randonnée en Livradois-Forez), la Maison du tourisme s'efforce de garantir une offre de randonnée pedestre de qualité à travers le balisage, l'entretien et la maintenance des sentiers en Livradois-Forez.

La Maison du tourisme répond chaque année à l'appel d'offres lancé par le Conseil départemental du Puy-de-Dôme pour la maintenance des chemins inscrits au PDIPR (Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée) pour la Petite Randonnée (PR) et les circuits de petite itinérance.

Cette mission comprendrait en 2021

- le balisage et la vérification du réseau et des équipements de 940 km ;
- le géoréférencement de 4 itinéraires ;
- la réalisation de textes descriptifs.

Habituellement, le CD63 lance l'appel d'offres chaque année. En 2021, il couvrira la période 2021/2024. La Maison du tourisme a fait une proposition à hauteur de 19 500 € TTC par an pour assurer la mission.

XVIII – BILAN DES BALADES NATURE ET PATRIMOINE 2020

Élue référente : Céline AUGER

La MDT propose un programme de découverte des patrimoines avec des visites guidées conduites par ses guides-conférenciers ou des « balades nature et patrimoine » en partenariat avec des accompagnateurs qualifiés. Ce programme s'inscrit dans la convention de partenariat avec le PNR Livradois-Forez dans laquelle la MDT intervient en termes de coordination et de valorisation.

La MDT a pu programmer 71 rendez-vous, sur les 94 initialement prévus, sur le périmètre des 4 communautés de communes permettant de découvrir des lieux ou des thèmes emblématiques du territoire. 49 sont parties avec au total 489 participants pour un CA de 2 429 € (contre 3 124 € en 2019). Le taux de départ des balades est de 69 % (65 % en 2019) et le nombre moyen de participants est de 10 personnes par balade (contre 13,2 personnes en 2019).

	Nbre de rdv prévus	Nbre de rdv réalisés	Nbre de participants	Taux de départ	Nbre de pers/balade	Dépenses	Chiffre d'affaires
Secteur ALF	31	24	248	77%	10	2415	1310,5
Secteur TDM	25	17	134	68%	8	600	587,5
Secteur Billom	11	9	107	82%	12	0	531,5
Secteur Lezoux	5	0	0	0%	0	0	0
Bilan global	72	50	489	69%	10	3015	2429,5

XIX - BILAN DE L'ETUDE « IMAGE ET NOTORIETE DES PARCS NATURELS REGIONAUX »

Élu référent : Alain Néron

Dans le cadre du plan d'action entre les PNR et Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, il a été réalisé une étude de notoriété des PNR sur le web.

Les objectifs de cette analyse, réalisée par l'Agence Cybercité, étaient les suivants :

- définir un classement des parcs naturels les plus spontanément recherchés.
- découvrir par le "social listening" comment les gens parlent des parcs pour adapter la communication.
- être au plus près de l'audience pour améliorer le référencement.
- découvrir quels sont les mots-clés utilisés pour trouver les parcs et améliorer à terme l'offre touristique.
- savoir s'il y a eu un changement dans l'approche avec le confinement (comparaison des étés 2019 & 2020).

48 500 requêtes sur différents mots-clés ont ainsi été analysées soit un volume de 16,5 millions de recherches mensuelles estimées cumulées. Les résultats de l'étude (très techniques) sont présentés en annexe.

Auvergne Rhône-Alpes tourisme en a fait la synthèse suivante :

1. **Une notoriété portée par la communication. Au cours des 12 derniers mois, le parc le plus recherché d'Auvergne Rhône Alpes sur Internet en France est celui du Livradois-Forez.**
2. Le premier confinement (du 17 mars au 11 mai 2020) a eu un impact certain sur l'attractivité des Parcs. Entre 2019 et 2020, nous notons des recherches qui ont commencé ultérieurement dès la mi-mai, et qui se sont prolongés jusqu'à un niveau plafond lors de la 2^{ème} semaine d'août sans jamais fléchir et se sont poursuivies ensuite jusqu'à la fin du mois de septembre.
3. Les thématiques recherchées par les internautes renseignent sur leurs attentes. Ainsi les Parcs sont-ils conseillés à présenter prioritairement :
 1. Leurs accès et l'itinéraires pour se rendre à destination (géolocalisation) ;
 2. Les activités récréatives, sportives et culturelles, cette information trouvée, on peut deviner que la peur de l'ennui est vaincue ; les touristes seront plus susceptibles de transformer en séjours se réalisera ;
 3. Les possibilités de se restaurer et d'être hébergés dans le respect des gestes barrières ;
 4. Les retrouvailles avec les proches et la recherche de bien-être, compléteront qualitativement l'offre des Parcs.

XX – PARTENARIAT CSE MICHELIN

Élu référent : Annick Forestier

La Maison du tourisme du Livradois-Forez a été sollicitée par la CSE Michelin pour élaborer un catalogue d'expériences à vivre lors de courts séjours de proximité de 2 jours/1 nuit.

Après suggestions du bureau, 2 séjours de 3 jours/2 nuits ont finalement été acceptés par le CSE Michelin en raison de la thématique qui ne pouvait pas être traitée lors d'un séjour plus court.

Les fiches techniques séjours devaient être remises au CSE Michelin le 08 janvier 2021, dernier délai, afin que l'agence de communication puisse commencer la conception du « Magalogue » et l'insertion sur le site internet.

Le magalogue devrait être diffusé aux salariés Michelin en avril.

Les premiers séjours débuteront en mai.

Une communication locale sur l'opération devrait être prévue par le CSE Michelin.

17 séjours à destination des individuels ont été réalisés :

- Amusez-vous en famille dans un parc d'aventures en pleine nature,
- Apprenez à redevenir cueilleurs de plantes sauvages comestibles,
- Déconnectez-vous et ressourcez-vous dans un bain de forêt,
- Devenez compagnon papetier et fabriquez votre feuille,
- Évadez-vous en tribu : balade, bivouac et bricolage nature,
- Marchez sur les traces des couteliers Thiernois et fabriquez votre couteau,
- Partez à vélo, à l'assaut des monts du Livradois et du Forez,
- Pédalez sur le chemin de Gaspard des montagnes et savourez la fourme d'Ambert,
- Prenez de l'altitude et fabriquez votre fromage au pays de la Fourme d'Ambert,
- Prenez soin de vous, séjour Zen et bien-être en chambres d'hôtes,
- Profitez d'un séjour multisports sur les Hautes-Chaumes du Forez,
- Réalisez votre rêve, offrez-vous un vol découverte en avion,
- Se nourrir pour s'épanouir !
- Sillonnez le Livradois-Forez à vélo, entre cols et vallées,
- Transformez-vous en Davy Crockett le temps d'un week-end trappeur,
- Vivez une nuit insolite en duo dans un château ou un manoir,
- Voyagez en montgolfière, un rêve accessible à tous.

XXI – ORGANISATION DE L'ASSEMBLEE GENERALE

Élue référente : Corinne MONDIN

1 – Ordre du jour prévisionnel de l'assemblée générale

L'ordre du jour de l'assemblée générale serait le suivant :

I - Rapport moral, rapport d'activité 2020 et orientations 2021 :

- rapport moral ;
- rapport d'activité 2020 ;
- orientations 2021.

II – Rapport financier 2020 et budget prévisionnel 2021

- rapport financier 2020 ;
- affectation du résultat 2020 ;
- cotisations 2022 ;
- budget prévisionnel 2021.

III - Élection du conseil d'administration

IV - Questions diverses.

Un CA suivra l'AG pour l'élection du / de la président.e de la Maison du tourisme

2. Modalités du renouvellement du collège des membres actifs du conseil d'administration

Le conseil d'administration se compose de 28 administrateurs maximum, issus des représentants à l'Assemblée Générale, à raison de :

- 14 représentants des membres de droit ;
- 14 représentants des membres actifs.

Seul le collège des 14 représentants des membres actifs est renouvelable tous les ans.

Les représentants des membres actifs sont 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 avait mis en place un tirage au sort.

Avait été établi la liste des sortants suivant le calendrier ci-dessous :

Sortants 2020	François ANSEL Valérie GOBILLARD Arnaud DE CADIER DE VAUCE Gilles VAYSSIERES
Sortants 2021	Georges CHAMPAIN Jean JALLAT Gérard LECOQ Hélène SLICK
Sortants 2022	Nicole BOUCHERAT Alain NERON Christine MILLER Sylvain PERRAUDEAU

Il y a donc 4 sortants pour 2021 + le remplacement de François Xavier Aubert Lafayette.

Un appel à candidature pour remplacer ces **5 sortants** va être réalisé par courriel.

Les candidatures sont recevables jusqu'au **jeudi 4 mars minuit**

Dans la mesure où il y aurait à la date de clôture moins de candidats que de postes disponibles, d'autres candidatures seraient possibles en séance. Dans le cas contraire, les candidatures seraient closes au 4 mars minuit.

3 – Organisation de l'assemblée générale

L'assemblée générale se tiendra en visio-conférence via Zoom.

Les votes se feront en séance.

Les convocations :

- Envoi postal : mercredi 17 février 2021, soit 3 semaines avant l'AG
- Envoi par mail : jeudi 18 février 2021

Envoi numérique une semaine avant :

- Bilan des actions 2020 et Plan d'actions 2021
- Comptes de résultats et bilan 2020
- Budget 2021
- Candidatures au CA

En présentiel à la maison du Parc : Corinne Mondin et les agents techniques de la Maison du tourisme (Benoît, Brigitte, Aubéri, Nicolas)

XXII - COMPTE-RENDU DE LA CONFERENCE DE L'ENTENTE DU 27 JANVIER 2021

Élue référente : Corinne MONDIN

La conférence de l'Entente s'est réunie le 27 janvier dernier. Tony Bernard, vice-président du Parc naturel régional Livradois-Forez en a été élu président.

Le compte-rendu de la conférence est présenté en annexe.

XXIII – MISSION D'AUDIT ET DE COACHING : POINT D'ETAPE

Élue référente : Corinne MONDIN

La Maison du tourisme a décidé de mettre en place :

- un audit du fonctionnement de la structure avec des préconisations d'évolutions ;
- une mission de coaching avec l'équipe technique pour améliorer son organisation interne et son fonctionnement.

L'intérêt de la mission est d'avoir une approche systémique de l'organisation de la Maison du tourisme.

La mission est en cours.

L'ensemble des administrateurs ont été invités à répondre à une enquête. **Les résultats sont présentés dans un document annexe.**

Un rendu (bilan/pistes) sera présenté en deux temps, d'une part aux membres de l'équipe technique, d'autre part au comité de pilotage dans le courant du mois d'avril.

XXIV - MOUVEMENT DE PERSONNEL

Élue référente : Corinne MONDIN

En remplacement de Cécile de MALLERAY, en congés maternité, la Maison du tourisme a recruté un community manager / gestionnaire de contenu.

Mission prioritaire : animation des réseaux sociaux.

XXV - FRAIS DE DÉPLACEMENT DES ADMINISTRATEURS DE LA MAISON DU TOURISME

Élue référente : Corinne MONDIN

Depuis le dernier conseil d'administration, aucun administrateur n'a sollicité de remboursements de frais de déplacement.

CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA MAISON DU TOURISME

JEUDI 25 FEVRIER 2021

RÉSOLUTIONS

Nombre de participants à la réunion : 26

Nombre de votants présents : 23

Nombre de voix (présents et représentés) : 26

Le quorum d'1/2 (14) est atteint : 26 présents ou représentés (sur les 28 membres du conseil d'administration).

AFFAIRE I - Outil d'accueil numérique

Pour	26
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE II – Pack partenaire « acheter local »

Pour	26
Contre	0
Abstention	1

AFFAIRE III – Programme visites et balades nature et patrimoine 2021

Pour	26
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE IV – Programme de formation 2021 des prestataires touristiques

Pour	26
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE V – Valorisation des circuits VTT et cyclotouristiques

Pour	26
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE VI – Convention triennale Maison du tourisme / PNR Livradois-Forez / Randonnée en Livradois-Forez

Pour	26
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE VII – Campagne de communication avec Auvergne Rhône Alpes Tourisme et les Parcs naturels régionaux de la région

Pour	26
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE VIII – Campagne réseau sociaux et campagne de médiation publicitaire

Pour	26
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE IX – Accueil du blogueur Bruno Maltor

Pour	26
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE X – Communication et routage du magazine 2021

Pour	26
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE XI – Boîte à outils de la marque Livradois-Forez

Pour	26
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE XII – Matériel et logiciel informatique

Pour	26
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE XIII – Classement de l'office de tourisme, démarche qualité et schéma d'accueil et d'information touristique

Pour	26
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE XIV – Adoption du compte de résultat et bilan 2020

Pour	26
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE XV – Budget prévisionnel 2021

Pour	26
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE XVI – Question diverse : centralisation et affichage des avis clients

Pour	26
Contre	0
Abstention	0

