



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

**CONSEIL D'ADMINISTRATION**

**MAISON DU TOURISME DU LIVRADOIS-FOREZ**

**MARDI 28 SEPTEMBRE 2021**

**COMPTE-RENDU**

## **PARTICIPANTS**

---

### Membres de droit

- Céline AUGER - Communauté de communes Billom communauté
- Bernard BERAUD - Communauté de communes Ambert Livradois Forez
- Frédéric CHONIER - Communauté de communes Thiers Dore et Montagne
- 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

### Membres actifs

- François ANSEL - Village vacances les Demeures du Lac
- Bernard AUROY - Randonnée en Livradois-Forez
- Jean JALLAT - Les Champs d'Ail de Billom
- Alain NÉRON - Domaine du Faux Martel
- Gilles VAYSSIERE - La clef des puys

### Autre participant

- Benoît BARRÈS - Maison du tourisme du Livradois-Forez

## **ABSENTS / EXCUSES**

---

### Avec pouvoir et/ou sans pouvoir

- Guy GORBINET - Communauté de communes Ambert Livradois Forez, pouvoir à Corinne MONDIN
- Georges CHAMPAIN - Gîte des Érables, pouvoir à François ANSEL
- Pierre CONTIE - Communauté de communes Thiers Dore et Montagne, pouvoir à Frédéric CHONIER
- Chantal FACY - Communauté de communes Ambert Livradois Forez, pouvoir à Alain MOLIMARD
- Valérie GOBILLARD - Le Clos Goëlle, pouvoir à Alain NÉRON
- Christine MILLER - Le moulin de la Passerelle, pouvoir à Alain NÉRON

### Sans pouvoir

- Nicole BOUCHERAT - Les Marguerites aux Lotz
- 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
- Jean DELAUGERRE - Communauté de communes Billom communauté
- Helen SLIK - La Paresse en Douce
- Tony BERNARD - Communauté de communes Thiers Dore et Montagne

## **A – AFFAIRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION**

---

- I - Bilan de la saison touristique estivale 2021
- II - Orientations stratégiques de la Maison du tourisme (2022-2027)

### Pôle administration

- III – Mise en place d'un nouveau système de téléphonie
- IV – Crises sanitaires / Aides complémentaires

### Pôle accueil – information – relations locales

- V - Programme d'aménagement des BIT : tranche II
- VI - Démarche qualité : mise en place du Groupe Qualité Destination
- VII – Pack publicitaire : modification tarifaire
- VIII - Labélisation Vignobles et découverte

### Pôle marketing

- IX – Plan marketing
- X - Magazine de destination 2022
- XI – Maintenance du site internet

## **B - INFORMATIONS**

---

### Pôle accueil – information – relations locales

- XII - Aménagement des BIT : point sur l'aménagement des devantures
- XIII - Plateforme numérique de randonnée : intégration des circuits de randonnée VTT
- XIV - Journée nationale du commerce de proximité, Lezoux

### Pôle marketing

- XV - Bilan des opérations de communication sur les réseaux sociaux

### Pôle relations clients / relations commerciales

- XVI - Bilan du stage « commercialisation touristique via les plateformes de vente en ligne ».

### Pôle administration

- XVII - Mouvements de personnel
- XVIII - Frais de déplacement des élus de la Maison du tourisme

## **C – QUESTIONS DIVERSES**

---

### **DOCUMENTS ENVOYES AVANT LA REUNION**

---

- 1 - Note d'orientations stratégique de la Maison du tourisme du Livradois-Forez confiées par les collectivités (projet).
- 2 – Diagnostic des 10 bureaux d'information touristique.

Corinne Mondin accueille les participants et les remercie de leur présence.

Elle donne la parole à Alain Néron qui souhaite faire part de remarques relatives à la marque Livradois-Forez. Alain Néron se félicite que le syndicat mixte du Parc développe la marque Livradois-Forez, créée initialement par la Maison du tourisme. Il fait cependant part de son insatisfaction concernant les modalités de partenariat engagé avec le syndicat mixte du Parc naturel régional Livradois-Forez (formalisation finale des documents contractuels, reconnaissance du travail de la MDT, etc.).

## A – AFFAIRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

### I – BILAN DE LA SAISON TOURISTIQUE

*Élue référente : Corinne MONDIN*

**Le bilan de la saison touristique est présenté en séance.**  
Il a été diffusé avec le rapport préparatoire avant la réunion.

### II – ORIENTATIONS STRATEGIQUES DE LA MAISON DU TOURISME

*Élue référente : Corinne MONDIN*

4 axes d'intervention avaient été élaborés dans la stratégie de développement touristique de l'Entente (2015-2017) et déclinés dans le cadre commun de partenariat entre les collectivités et la Maison du tourisme.

Compte-tenu :

- 1 - de l'évolution du contexte touristique international, national et local ;
  - 2 - de l'expérience, de l'organisation et des actions menées par de la MDT au cours des 6 années passées
  - 3 - de la crise sanitaire et des nouvelles tendances du marché
- ... le cadre stratégique méritait d'être adapté (sans être évidemment bouleversé).

La conférence de l'Entente du 21 janvier 2021 a décidé que la Maison du tourisme, en collaboration avec les 4 EPCI et le syndicat mixte du Parc (via le comité technique de la MDT et les commissions tourisme des collectivités), devait élaborer des propositions d'évolution du cadre stratégique d'intervention à soumettre à une conférence de l'Entente en septembre 2021.

Ce travail de concertation a eu lieu. Il a compris les étapes suivantes :

#### Réunions avec les collectivités membres

Thiers Dore et Montagne	Commission tourisme (Thiers)	Lundi 31 mai
Billom communauté	Commission tourisme (Chas)	Mardi 8 juin
Ambert Livradois-Forez	Commission tourisme (Le Brugeron)	Mercredi 16 juin
Entre Dore et Allier	Commission tourisme	Lundi 23 août
PNR Livradois-Forez	RDV Président et directeur	Lundi 5 juillet

#### Réunions de la Maison du tourisme

Séminaire équipe	18 mai
Equipes des pôles marketing / relations clients-relations commerciales	22 juin
Equipes des pôles accueil -territoire et relations locales / administration	23 juin
Réunion de bureau	7 septembre

Toutes les commissions prévues en juin ont malheureusement été annulées.

Le document « Note d'orientations stratégiques de la Maison du tourisme du Livradois-Forez » est présenté en pièce jointe. Il a été examiné par les membres de la conférence de l'Entente le 16 septembre.

Sa formalisation définitive se fera lors d'une prochaine conférence de l'Entente (fin novembre) avant une mise en délibération par chacun des conseils communautaires ou du conseil syndical du Parc (a priori en décembre/janvier).

**Le conseil d'administration décide à l'unanimité :**

- **de valider le contenu du document « Note d'orientations stratégiques de la Maison du tourisme du Livradois-Forez » ;**
- **de lancer une dernière phase de concertation à partir de cette version :**
  - a. **auprès des 4 communautés de communes ;**
  - b. **auprès des prestataires touristiques et partenaires de la Maison du tourisme (offices de tourisme de proximité, conseils départementaux du tourisme, conseils généraux, agence régionale de développement touristique) via une consultation par courrier et/ou mail.**

### III - CRISE SANITAIRE / AIDES COMPLEMENTAIRES

*Élue référente : Corinne MONDIN*

La Maison du tourisme étant considérée par l'Etat comme un acteur économique du secteur 1 et ayant eu une diminution de 50% de son chiffre d'affaires, elle a bénéficié en 2021, en complément des aides financières déjà accordées en 2020, deux types d'aide financières :

- URSSAF : exonération de cotisations sociales et aide au paiement des cotisations restantes pour un montant de 95 500 € ;
- Fonds de solidarité : 10 000 € reçu en février et 10 000 € prévu en juin.

Avec cet apport exceptionnel de 115 500 € en recette au budget, la Maison du tourisme a adopté (lors du CA du 20 juin dernier) un programme de dépenses supplémentaires.

Il s'avère que ces aides seront complétées à hauteur de 35 000 €.

**Le conseil d'administration décide à l'unanimité :**

- **d'en programmer 14 000 € d'ici la fin de l'année 2021 de la façon suivante :**
  - o **Campagne de communication via les réseaux sociaux : + 10 000 € (complémentaire à la délibération VIII du 25 février 2021) ;**
  - o **Diagnostic et formation des équipes aux langues étrangères : + 4 000 € complémentaires (voir affaire correspondante).**
- **d'en réserver 21 000 € pour l'année prochaine (en vue notamment du programme de formation en anglais, de l'aménagement des bureaux d'information touristique, etc.).**
- **d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.**

## IV – MISE EN PLACE D'UN NOUVEAU SYSTEME DE TELEPHONIE

Élue référente : Corinne MONDIN

La Maison du tourisme souhaite améliorer / développer sa qualité d'accueil téléphonique et numérique via un accueil plus fonctionnel, plus rapide et plus personnalisé au profit des visiteurs et des agents d'accueil. Cette nouvelle organisation s'inscrit dans les prérequis de la démarche qualité.

L'objectif principal est d'améliorer le service d'accueil téléphonique vis-à-vis des utilisateurs (en priorité les touristes, mais également les prestataires et partenaires) :

- permettre d'obtenir une réponse le plus rapidement possible : renvoi automatique vers un deuxième agent en cas de non-disponibilité.
- permettre de pouvoir contacter un agent lors de plages horaires plus importantes ;
- permettre d'avoir le bon interlocuteur en fonction des demandes : touristique, administrative, billetterie, commerciale, langue étrangère, etc. ;
- gérer facilement, à distance, les transferts d'appels entre bureaux d'information touristique.

Il s'agit également d'améliorer le confort de travail des agents et la souplesse de la structure : télétravail, équilibre de la charge de travail, analyse des appels.

Les agents, en télétravail, pourront être joignables en appelant ou étant appelé via leur ordinateur portable (plus besoin de téléphones analogiques).

Dans ce cadre une consultation a été initiée pour :

- mettre en place la stratégie d'organisation de l'accueil téléphonique (en passant de l'analogique au numérique) ;
- fournir du matériel adapté à la mise en place de la nouvelle stratégie d'accueil ;
- mettre en place un dispositif téléphonique en ligne ;
- élaborer un contrat de téléphonie et d'assistance de l'organisation téléphonique ;
- permettre une formation des personnels.

Parmi les 3 offres chiffrées reçues, c'est la société ARTEL qui propose la meilleure solution intégrant :

- o le câblage numérique (et non analogique) ;
- o le matériel (l'ensemble des nouveaux postes téléphoniques branchés sur internet ainsi que des téléphones portables) ;
- o la licence du logiciel de téléphonie ;
- o l'installation du matériel et des logiciels sur les ordinateurs ;
- o la location temporaire des bornes 4G pendant 3 mois (le temps de la transition du système téléphonique) ;
- o la possibilité de passer les appels via internet (« trunk sip ») ;
- o l'achat complémentaire de casques audios ;
- o les abonnements Orange (accès à la fibre).

### Dépenses prévisionnelles

26 753 €

### Plan de financement prévisionnel

Le programme Leader pourrait contribuer au financement

- d'équipement/travaux réseaux THD (câblage, borne)
- d'acquisition de matériel (nouveau système de téléphonie)
- du développement et de l'hébergement des systèmes d'information et de communication pour l'année 1 (année d'installation)

Soit un coût total éligible HT de 18 201,49€

Le plan de financement est donc le suivant :

Leader	15 961 €
Autofinancement	10 792 €
<b>TOTAL</b>	<b>26 753 €</b>

Ce nouveau dispositif va cependant nécessiter de se désengager de l'opérateur téléphonique historique (Orange) dont les coûts n'ont pas pu encore être chiffrés à cette date.

Hormis les coûts d'installation, les coûts de fonctionnement annuels sont estimés à 10 478 € soit environ 4 000 euros moins élevés que les années précédentes (14 448 € en 2020).

**Le conseil d'administration décide à l'unanimité :**

- **d'engager les dépenses liées à la mise en place et au développement de l'accueil téléphonique numérique pour un montant prévisionnel de 26 753 € ;**
- **de solliciter les demandes de financement nécessaires dans le cadre du programme européen Leader pour un montant estimatif de 15 961 € ;**
- **d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.**

## V – PROGRAMME D'AMENAGEMENT DES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

*Élue référente : Céline AUGER*

La Maison du tourisme du Livradois-Forez accueille environ 48 000 visiteurs dans ses 10 bureaux d'information touristique. Par délibération du 20 octobre 2020, elle a affirmé son souhait d'améliorer la qualité des services d'accueil proposés aux clientèles touristiques et aux habitants au sein des bureaux d'information. Cette évolution est devenue nécessaire compte tenu des éléments suivants :

- certains BIT n'ont pas fait l'objet d'aménagement, d'adaptation depuis de nombreuses années ;
- le nouveau fonctionnement de la MDT a mis en évidence la disparité des équipements et des fonctionnements entre les BIT ;
- la Maison du tourisme n'a pas pris le virage numérique au sein des BIT ;
- les devantures sont toutes anciennes et présentent une appellation qui n'est plus adaptée sans mettre en valeur le nouveau nom de l'office de tourisme, le nouveau nom de la destination et de sa marque ;
- les pratiques touristiques évoluent fortement. Les attentes des touristes vis-à-vis des bureaux d'informations vont encore énormément varier dans les années à venir. Un regard prospectif est devenu nécessaire.

Sans consacrer des moyens démesurés, il a été adopté 2 phases.

### PHASE 1

#### LOT 1 : DEVANTURES DES BIT

Contenu de l'opération : création et pose d'enseignes homogènes sur les devantures des 9 bureaux d'information touristique et du point d'information touristique de St-Remy-sur-Durolle en lien avec le nouveau code de marque de la destination « Livradois-Forez » : nom de la structure « Maison du tourisme », pose du i, affichage d'une carte du territoire, et sur les vitrines quelques éléments graphiques

de la charte graphique de la marque Livradois-Forez. Ces devantures sont pratiquement toutes terminées.

Cette première phase est en cours. **Le diagnostic des bureaux d'information touristique est présenté en annexe.**

## **LOT 2 : ÉTUDE POUR L'AMÉNAGEMENT INTERIEUR ET EXTERIEUR DES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE**

Contenu de l'opération : étude pour le réaménagement intérieur et extérieur d'une partie des bureaux d'information touristique tenant compte des priorités (les BIT les plus fréquentés) et d'éventuelles contraintes (ex : projet de déménagement). Cela concerne :

- ce qui relève du locataire : le mobilier, les équipements informatiques au profit des visiteurs (grands écrans, tablettes tactiles, etc.), la décoration, etc.
- ce qui relève du propriétaire : gros œuvre, électricité, éclairage, etc.

Ce travail sera rendu comme convenu au cours de l'automne 2021.

## **PHASE 2 / INVESTISSEMENT**

- Contenu de l'opération : réalisation des investissements suite aux préconisations de la tranche 1 concernant l'aménagement intérieur (et éventuellement extérieur) : espace d'accueil des visiteurs ; espace de travail des salariés ; espace de présentation des documents ; espace boutique ; espace de présentation du territoire ; espace enfants ; espace numérique ; espace qualité ; espace d'affichage (papier, électronique) ; espace de stockage.

## **COÛT ET PLAN DE FINANCEMENT PREVISIONNEL DE LA PHASE 2**

### **1 – Coût estimatif**

La première phase était d'un montant de 60 000 € HT

La phase II d'investissement est estimée à **118 750 € HT**.

### **2 - Plan financement prévisionnel de la tranche 2**

Pour financer cette 2<sup>ème</sup> tranche une subvention de **95 000 €** soit 80 % est sollicité auprès du Conseil régional Auvergne-Rhône-Alpes dans le cadre du contrat de Parc.

	Montant des travaux	Taux d'aide de la région	Montant aide
2021	118 750 € HT	80 %	95 000 €

En complément de la délibération du 20 octobre 2020, le conseil d'administration décide à l'unanimité :

- de réaliser la deuxième tranche comprenant la réalisation des aménagements intérieurs des bureaux d'information touristique pour un montant prévisionnel de 118 750 € HT ;
- de solliciter des subventions auprès du conseil régional Auvergne Rhône-Alpes au titre du contrat de Parc du Livradois-Forez à hauteur de 80 % pour un montant de 95 000 € ;
- d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.

**NB** : Le lendemain du conseil d'administration, le syndicat mixte du Parc naturel régional a fait savoir à la MDT que le montant d'aide du conseil régional Auvergne Rhône-Alpes au titre du contrat de Parc du Livradois-Forez pouvait être de 13 000 € supplémentaire (soit 95 000 €) par rapport au montant présenté en séance (82 000 €). Le présent compte-rendu tient compte de ce réajustement.

## VI – DEMARCHE QUALITE : MISE EN PLACE DU GROUPE DESTINATION QUALITE

Élue référente : Céline AUGER

La MDT s'est engagée dans un projet de démarche qualité afin d'obtenir la marque « Qualité tourisme » élément nécessaire au classement de l'Office de tourisme en catégorie I. Le principe de la démarche qualité est l'amélioration continue des services de l'office de tourisme.

Le projet qui a démarré en juin dernier a pour objectifs de mettre en place les processus et outils nécessaires à l'obtention de la marque Qualité tourisme pour :

- augmenter la notoriété du Livradois-Forez à partir de la satisfaction client ;
- être identifié parmi les 600 offices de tourisme garants d'un accueil de qualité reconnu nationalement ;
- inscrire l'équipe technique dans une démarche de progression continue, assurer sa formation ;
- structurer l'organisation, fluidifier et valoriser le travail de chacun de ses membres ;
- associer les prestataires touristiques, les élus, à cette démarche qualité ;
- renforcer les liens avec les collectivités dans la définition de la politique touristique (schéma touristique local, stratégie politique de l'OT) ;
- valoriser les productions locales (boutique) ;
- valoriser la démarche de développement durable de la Maison du tourisme ;
- favoriser le classement de l'OT en catégorie 1 ;
- renforcer l'assurance sanitaire pour l'équipe et les publics accueillis, selon l'évolution du contexte.

### 1) Mise en place du Groupe Qualité de Destination

La création du Groupe Qualité de Destination (GQD) constitue un point réglementaire du référentiel Qualité tourisme. Il réunit les principaux représentants des intérêts des acteurs impliqués dans le dispositif. Une fréquence biannuelle pour la réunion du Groupe Qualité de Destination, et les critères suivants qui en découlent sont recommandés :

- la présentation du bilan de l'écoute client au groupe GQD ;
- l'analyse des remarques, suggestions et dysfonctionnements à l'échelle de la destination et programme d'actions correctives ;
- le suivi des projets à l'échelle du territoire dans le cadre des démarches de progrès ;
- l'enregistrement du suivi des actions menées par le groupe.

La composition du Groupe Qualité de Destination pourrait être la suivante :

- au sein de la MDT : la présidente, la vice-présidente en charge de l'accueil et le vice-président en charge du Marketing, le directeur, la responsable du pôle « accueil », la référente Qualité
- les acteurs partenaires : un représentant technique de chaque communauté de communes, un représentant du Parc, le représentant d'un des réseaux partenaires de la MDT ayant le plus de membres (Route des métiers), un représentant du réseau Coccinelles du Parc.

La première réunion du GQD est fixée le 9 novembre 2021 à 14h30 au siège de la MDT à Saint-Gervais-sous-Meymont.

### 2) Premières orientations issues de l'état des lieux du référentiel « Qualité tourisme » (en cours de finalisation)

Sur la totalité des 205 critères actuels du référentiel, à ce jour 57 sont conformes (dont 20 attribués à l'assurance sanitaire), 67 sont partiellement conformes, 47 sont non conformes, 19 sont non applicables.

Pour être conforme un critère doit s'appliquer à l'ensemble de la structure.

Synthèse de l'état des lieux du référentiel « Qualité Tourisme » :

- Promotion communication : le processus de réponses aux demandes d'informations qui émanent des réseaux sociaux est à formaliser (dont l'identification du personnel qui assure cette mission).
- Stratégie d'accueil :
  - o Maîtrise des langues étrangères : évaluer le niveau de maîtrise de l'anglais des animateurs de destination et former le personnel nécessaire à l'accueil des visiteurs étrangers sur l'ensemble des bureaux pour répondre pendant les horaires d'ouverture, en présence et par téléphone.
  - o Gestion des appels : la gestion des flux d'appels est à organiser (à relier avec le projet de mise en place de l'accueil téléphonique numérique)
  - o La documentation sur la destination : la traduction en anglais de l'ensemble des supports édités par la MDT est à développer.
  - o Aménagements intérieurs, extérieurs, signalétique : ils sont à faire évoluer (à relier avec les projets en cours d'aménagement des bureaux d'information touristique).
- Services complémentaires :
  - o La boutique : la stratégie de la boutique est à enrichir. Les réaménagements intérieurs devront tenir compte de l'espace boutique.
  - o Commercialisation : la formation des animateurs de destination aux produits proposés et à la billetterie est à amplifier.
- Écoute client : les 5 critères sont éliminatoires, ils ne sont pas tout à fait conformes à ce jour.
- Développement durable :
  - o L'équipe est sensibilisée. Les démarches sont à formaliser. Tout comme les politiques d'acquisition du matériel et d'impression des éditions.
  - o La MDT doit améliorer sa communication vis-à-vis des visiteurs sur les démarches de développement durable internes et externes.
- Promotion de la qualité :
  - o L'information du public et la sensibilisation des socio-professionnels aux démarches qualité et développement durable doivent être amplifiées.
  - o Pour assurer la continuité de service, la structure documentaire de la MDT doit être formalisée et centralisée.
- Engagements internes : la stratégie de l'OT sera formalisée avec l'Entente au 1<sup>er</sup> janvier 2022 pour la période de 2022 à 2027. Les politiques stratégique et qualité devront être présentées aux prestataires et au personnel.
- Dispositions de management :
  - o L'évolution de la structuration et de l'organisation fonctionnelle doit être poursuivie comme prévu dans le cadre de la mission d'organisation et management mise en place. Un dispositif d'amélioration continue en interne devra être mis en place.
  - o A ce jour et jusqu'en novembre 2022, Sandrine Rochas assure la mission de chargée de mission qualité. Un référent qualité est à identifier d'ici la fin de sa mission. Une période de transmission est à planifier.
- Réassurance sanitaire : diagnostic en cours de finalisation. L'ensemble des critères semblent conformes, exceptées les critères liés à l'information du public via le site Internet.

L'état des lieux est donc en cours de finalisation. Un plan d'actions sera proposé à l'automne.

**Le conseil d'administration décide à l'unanimité :**

- de mettre en place le Groupe Qualité de Destination selon la composition proposée ;
- d'engager d'ores et déjà compte-tenu des délais, un programme de formation en anglais comprenant l'évaluation du niveau d'anglais de l'équipe accueil pour un montant prévisionnel de 4 000 € ;
- d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.

## VII – PACK PUBLICITAIRE : MODIFICATION TARIFAIRE

Élue référente : Céline AUGER

Le conseil d'administration a adopté lors de sa séance de juin les principes d'évolution des packs partenaires pour 2022. Une erreur s'étant glissé dans les propositions tarifaires du pack publicitaire, il vous est proposé les évolutions suivantes :

### Magazine de destination

Format	Tarif HT 2021	Tarif HT 2022 Majoration d'env 10 % arrondie
1/8 de page	125 €	138 €
1/4 de page	210 €	230 €
1/2 page	390 €	430 €
Publireportage	350 €	385 €
1 page intérieure quadrichromie	750 €	825 €
2e ou 3e de couverture quadrichromie	1 000 €	1 000 €

**Le conseil d'administration décide à l'unanimité :**

- d'adopter les évolutions tarifaires ci-dessus du pack publicitaire ;
- d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.

## VIII – LABELLISATION VIGNOBLES ET DECOUVERTE

Élue référente : Céline AUGER

Créé en 2009, le label Vignobles & Découvertes est attribué pour une durée de 3 ans par Atout France, après recommandation du Conseil Supérieur de l'Œnotourisme, à une destination à vocation touristique et viticole proposant une offre de produits touristiques multiples et complémentaires (hébergement, restauration, visite de cave et dégustation, musée, événement...) et permettant au client de faciliter l'organisation de son séjour et de l'orienter sur des prestations qualifiées.

Les services tourisme et agriculture du CD 63 ont été sollicités par la filière viticole du Puy-de-Dôme pour étudier la faisabilité de la mise en place du label sur le Puy-de-Dôme. La MDT a participé à l'étude du projet en fournissant une liste des offres touristiques répondant au cahier des charges sur le secteur de Billom communauté et Entre Dore et Allier. Les prestataires ont été audités courant 2020/2021. Les structures qui intègrent la démarche et qui seront labellisées en 2022 sont : la chambre d'hôtes Le clos Goëlle à Moissat, le restaurant Les petits ventres à Billom et la Foire à l'ail et aux vins de Billom.

Le Conseil départemental du Puy-de-Dôme déposera le dossier de candidature auprès d'Atout France avant fin 2021 et sollicite la MDT pour savoir si l'office de tourisme souhaite intégrer le réseau de partenaires labellisés soit en tant qu'office de tourisme (à condition d'être classé selon les nouvelles normes ou avoir engagé sa démarche de classement selon les nouvelles normes) soit en tant que structure réceptive. À ce jour, la MDT ne peut se positionner qu'en tant que structure réceptive.

Les engagements seraient pour la MDT de :

- respecter l'ensemble des dispositions du règlement d'usage de la marque Vignobles & Découvertes durant les trois années de labellisation ;
- respecter l'intégralité des critères du label national « Vignobles & Découvertes » et à se plier aux éventuels contrôles du respect des différents critères ;
- communiquer sur la marque « Vignobles et Découvertes » ;
- renvoyer la clientèle vers les autres prestataires porteurs de la marque, lorsque la prestation répond à la demande du visiteur ;
- fournir les chiffres de fréquentation de son établissement ;
- participer aux opérations de communication et de promotion menées par les partenaires dans le cadre du label, dans la mesure où les actions sont compatibles avec la stratégie globale du prestataire ;
- respecter la réglementation en vigueur concernant son établissement et affirmer disposer de toutes les autorisations requises pour exercer son activité ;
- prôner et pratiquer la consommation responsable.

**Le conseil d'administration décide à l'unanimité :**

- **de devenir partenaire du label « Vignobles et découverte » via une charte d'engagement ;**
- **d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.**

## IX – PLAN MARKETING 2022-2027

*Élu référent : Alain NERON*

La Maison du tourisme avait élaboré un plan marketing sur la période 2018-2020.

Compte tenu :

- de la fin de ce plan ;
- des nouvelles orientations qui seront données par les collectivités membres de droit de la Maison du tourisme ;
- des évolutions du secteur du tourisme suite à la crise sanitaire ;
- du virage pris par la MDT en termes de stratégie marketing...

...il est devenu nécessaire, comme convenu dans le plan d'action prévisionnel 2021 de la Maison du tourisme, d'élaborer un nouveau plan marketing pour les 6 années à venir (2022-2027).

Il est proposé une démarche en deux temps.

### **Temps 1 : une meilleure connaissance des clientèles, des marchés et de l'offre**

La connaissance des clientèles et des marchés (en lien avec le plan marketing) devra être affinée. Ce travail devra se faire en partenariat avec l'Agence régional du tourisme en Auvergne Rhône-Alpes via notamment une enquête clientèles pour analyser :

- la typologie des clientèles présentes sur le territoire (origine, comportement, durée de séjour, consommation, catégories sociales, centres d'intérêt, etc.) ;
- une analyse de leur différence par secteurs géographique ;
- une analyse de leur circulation sur le territoire ;

- et en complément, une analyse de l'offre touristique.

## Temps 2 : élaboration du plan marketing

L'objectif n'est pas de refaire intégralement le plan marketing élaboré en 2018, mais plutôt de l'enrichir, de la compléter en gardant par exemple :

- le nom de la destination : Livradois-Forez
- le positionnement de la destination (concept) : l'Auvergne des nouvelles expériences
- les marchés cibles prioritaires : les familles, les seniors actifs, les couples sans enfants, les sportifs et itinérants et les résidents secondaires.

Il devra par contre être étoffé et préciser notamment :

- les actions de communication auprès des habitants ;
- les filières identitaires de la destination pour lesquels des plans spécifiques de promotion pourraient être mis en place (ex : sports de pleine nature, etc.) ;
- les modalités d'implication des prestataires pour mettre en place des opérations de communication commune ;
- la structuration de la communication vers les réseaux sociaux ;
- les modalités de partenariat avec les partenaires supra-territoriaux (ART, Auvergne destination volcans, etc.) pour toucher les marchés nationaux voir internationaux de proximité.

Il devra aboutir à un plan d'action chiffré pour les 6 prochaines années.

Coût prévisionnel : 15 000 € HT

Plan de financement prévisionnel	
Europe - Leader 75 % (récurrence)	11 250 € HT
Autofinancement	3 750 € HT

**Le conseil d'administration décide à l'unanimité :**

- **d'engager la réalisation du nouveau plan marketing 2022-2027 de la Maison du tourisme pour un montant prévisionnel de 15 000 € HT ;**
- **de solliciter les demandes de financement Leader pour un montant de 11 250 € ;**
- **d'autoriser la Présidente à signer toute convention afférente.**

### X- MAGAZINE VACANCES ET LOISIRS #4 (2022)

*Élu référent : Alain Néron*

Depuis 2019, la Maison du tourisme a édité 3 magazines « Vacances et loisirs ». Il est proposé d'éditer le numéro 4 (millésime 2022).

L'objectif du magazine est multiple :

- Donner une image attractive de la destination en développant un « côté séduction » pour que le magazine puisse être conservé, montré à des amis au retour des vacances
- Aider les visiteurs à organiser leurs vacances une fois sur place
- Proposer une qualité d'information (hiérarchiser les offres touristiques présentées)
- Valoriser davantage le territoire dans son ensemble et pas uniquement une juxtaposition d'offres touristiques.
- Développer le relationnel entre les visiteurs et la destination pour leur donner un autre regard, leur apporter du contenu (et les inviter pourquoi pas à venir y vivre ou installer leur activité).

Le premier numéro consacrait le reportage central aux savoir-faire, le second à la nature, et le troisième au patrimoine architectural du Livradois-Forez et à son histoire.

Pour la prochaine édition, il est proposé faire découvrir le Livradois-Forez en valorisant les produits du terroir « du champ à l'assiette », les cueillettes « nature », les filières « courtes », les bonnes initiatives locales (magasins de producteurs), sans oublier les chefs cuisiniers et les restaurateurs qui travaillent et proposent toute l'année ces produits en les revisitant parfois de manière surprenante.

Un comité éditorial, animé par le vice-président en charge du pôle marketing et associant notamment les chargés de communication des 5 collectivités membres a finalisé le synopsis du magazine.

Sortie prévisionnelle : mars 2022

Tirage prévu : 40 000 exemplaires

Budget prévisionnel :

Impression : 33 000 € HT

Retouches et composition PAO : 2 500 € HT

Rédaction grand reportage : 600 € HT

Illustration page de jeu : 400 € HT

Traductions : 1 300 € HT.

**Total : 37 800 € HT**

**Le conseil d'administration décide à l'unanimité :**

- **d'éditer la quatrième édition du magazine de destination pour un montant prévisionnel de 37 800 € HT ;**
- **d'autoriser la Présidente à signer toute convention afférente.**

## **XI – MAINTENANCE DU SITE INTERNET**

*Élu référent : Alain Néron*

La Maison du tourisme travaille régulièrement à l'amélioration du site internet notamment dans l'organisation des contenus des pages. De plus, elle s'est équipée, conformément aux délibérations du 25 février 2021, d'une nouvelle solution pour faciliter la mise à jour des offres touristiques qui nécessite l'intervention du prestataire gérant le site internet. Aussi, pour mettre en œuvre l'ensemble de ces évolutions, la MDT a besoin d'un nouveau forfait de maintenance de 12h auprès de la société IRIS Interactive d'un montant de 840 € HT non prévu initialement au budget prévisionnel 2021.

**Le conseil d'administration décide à l'unanimité :**

- **d'engager la somme prévisionnelle de 840 € HT pour financer un forfait de maintenance complémentaire auprès de la société IRIS Interactive ;**
- **d'autoriser la Présidente à signer toute convention afférente.**

## B – INFORMATIONS

### XII – AMENAGEMENT DES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE : POINT SUR L'AMENAGEMENT DES DEVANTURES

*Élue référente : Céline AUGER*

La MDT a démarré la phase de réalisation de l'aménagement extérieur des BIT. Les premiers travaux ont été réalisés en juillet : installation de la vitrophanie (courbes, et logo de la marque), des enseignes drapeaux normés « Office de tourisme de France », des boîtes transparentes pour laisser de la documentation en libre-service lors de la fermeture des BIT. La fabrication des enseignes « Maison du tourisme du Livradois-Forez » composées de lettres en acier et en Corten est en cours de réalisation. En effet, ce retard est lié à la pénurie en approvisionnement de ces matériaux (effet de la crise sanitaire et congés d'été). Les travaux se poursuivront dès le mois de septembre.

### XIII – PLATEFORME NUMERIQUE DE RANDONNEE : INTEGRATION DES CIRCUITS DE RANDONNEE VTT

*Élu référent : Bernard AUROY*

La Maison du tourisme du Livradois-Forez en collaboration avec le Parc naturel régional du Livradois-Forez a développé un site internet <https://www.livradois-forez-rando.fr/> et une application LIVRADOIS-FOREZ RANDO (depuis juillet 2020) dédiés à la promotion de la randonnée sur le territoire du Livradois-Forez. Jusqu'à présent, seule la partie randonnée pédestre était développée avec la mise en ligne de près de 200 circuits de randonnée pédestre. Cette année, la Maison du tourisme a intégré les circuits VTT créés par les centres VTT implantés dans le Livradois-Forez :

- le centre VTT d'Ambert : 36 circuits
- le centre VTT des Bois Noirs : 49 circuits
- le centre nature des 4 vents : 18 circuits

Ainsi, plus de 100 circuits VTT ont été mis en ligne depuis juillet 2021. Ils sont donc accessibles sur le site internet et l'application. Ils bénéficient donc, au même titre que les circuits de randonnées pédestres du système de géo localisation permanente et du mode de consultation « hors ligne » sur l'application, des fonctions très appréciées des vététistes. Une convention sera signée prochainement avec chaque centre pour définir les rôles de chacun (entretien, balisage, promotion des circuits,...).

### XIV – JOURNEE NATIONALE DU COMMERCE DE PROXIMITE, LEZOUX, 09 OCTOBRE 2021

*Élue référente : Céline AUGER*

Chaque année, la communauté de communes Entre Dore et Allier sollicite la MDT pour être partenaire de l'action menée par la collectivité lors de la Journée nationale du commerce de proximité qui aura lieu le 9 octobre prochain à Lezoux. La MDT sera présente le samedi matin sur le stand prévu par la communauté de communes, installé au cœur du marché de Lezoux, valorisant les producteurs, artisans et commerçants engagés dans la manifestation et proposera une visite guidée thématique de Lezoux.

## XV – BILAN DES OPERATIONS DE COMMUNICATION SUR LES RESEAUX SOCIAUX

Élu référent : Alain Néron

### **Bannière publicitaire**

Bannière publicitaire "cliquable" sur le site internet du Petit Futé (retargeting hébergements réservables en ligne) : <https://www.petitfute.com/z208-auvergne/>

Le partenariat a été reconduit avec le site internet Le Petit Futé, qui consiste à placer une bannière publicitaire "cliquable" qui renvoie sur la rubrique des hébergements réservables en ligne, disponibles sur notre site internet : : <https://www.vacances-livradois-forez.com/sejourner/se-loger/hebergements-reservables-en-ligne/page/2/>

### **Instagram**

Partis de quelques dizaines d'abonnés en mars 2021, le millier d'abonnés a été dépassé cet été !

### **Facebook**

- Les publicités sponsorisées. Tout l'été, en fonction de la mise en place du "pass sanitaire", les partenaires de la MDT ont été valorisés avec des publicités et des posts "boostés" qui ont connu de bonnes audiences.
- Les campagnes avec Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme. Les deux campagnes engagées ont très bien fonctionné en termes d'audience.

## XVI – BILAN DU STAGE « COMMERCIALISATION EN LIGNE »

Élue référente : Annick FORESTIER

Lia Baschenis a terminé son stage sur la commercialisation en ligne mi-août. Un guide de sensibilisation a été réalisé et, sera complété dans les semaines à venir. Des réunions d'informations sur le rôle des différentes plateformes touristiques de commercialisation en ligne (OTAs) seront programmées très prochainement pour les prestataires du LF.

## XVII - MOUVEMENT DE PERSONNELS DEPUIS JUIN 2021

Élue référente : Corinne MONDIN

### **Départs / Arrivées :**

- Marine Pereira : départ le 3 septembre. Recrutement en cours.
- Sandrine Rochas : Chargée démarche qualité. CDD 18 mois du 1<sup>er</sup> juin 2021 au 31 décembre 2022.
- Sébastien Juillard. CDD remplacement congé maternité depuis le 1<sup>er</sup> mars 2021. Continué en CDD à terme imprécis jusqu'au retour de Cécile de Malleray

### **Saisonniers animateurs.rices de destination :**

- Ambert :

- Ait Arguigue Hanan : 30 h. Du 21 juin au 28 août
- Vigier Emy : 30h . Du 28 juin au 28 août
- Ambert et Saint-Germain : Marine Duchampt : 24h. Du 21 juin au 28 août. A partir du 17 août uniquement présente sur Saint-Germain -l'Herm les mercredis et samedis matin, car autre contrat à la MSAP d'Olliegues. Accueil sur Saint-Germain assuré par Mégane (1/2 journée) et Frédérique (6 ½ journée)
- Arlanc : Sybelia Malcros : 28h. Du 1<sup>er</sup> juillet au 28 août.
- Arlanc et Olliegues : Coralie Reyrolle-Plasse : 24h. Du 21 juin au 28 août
- Saint-Anthème : Louise Beaudoux : 24h. Du 30 juin au 28 août
- Billom : Enzo Caporale : remplacement sur mi-temps thérapeutique de Carole Prat. 24h. Du 6 juillet au 30 septembre
- Billom et Lezoux : Emma Gayard : 30h. Du 21 juin au 28 août
- Thiers : Camille Courtadon : 25h. Du 21 juin au 28 août
- Thiers et Courpière : Camille Lor : 32h. Du 21 juin au 28 août
- Thiers et Saint-Rémy-sur-Durolle : Camille Djidda : 31h. du 21 juin au 28 août

#### **Autre saisonnier :**

- Mickaël Schmisser. Entretien des chemins. Du 26 avril au 15 juillet.

#### **Stagiaires :**

- Alexandre Henin : Master informatique. Au sein de la MDTLF, développement des sites internet. En stage du 6 avril au 3 septembre.
- Lia Baschenis : Master direction de projet, parcours accompagnement culturel et touristique des territoires. Au sein de la MDTLF, chargée de mission commercialisation en ligne de produits touristiques. En stage du 29 mars au 13 août.
- Audrey Rolhion : BTS tourisme. Stage partagé avec ALF, la MSAP de Cunlhat. Au sein de la MDTLF : animatrice de destination. En stage du 03 mai au 29 juin
- Emy Vigier : BTS Tourisme. Au sein de la MDTLF : animatrice de destination. En stage du 03 mai au 26 juin, puis en CDD saisonnier du 28 juin au 28 août 2021.
- Maxence Ducros : Titulaire du BTS tourisme. Stagiaire Misson Locale. Au sein de la MDTLF : animateur de destination. En stage du 28 juin au 28 août

#### **Maladie :**

- Carole Prat : Arrêt la semaine du 7 au 12 juin. Mi-temps thérapeutique du 15 juin au 30 septembre.
- Brigitte Arcis : Arrêt du 23 août au 21 septembre.
- Retour de Pascale Saint-Joanis et Christophe Chavarot sur site début septembre.

### **XVIII - 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 28 SEPTEMBRE 2021**  
**RÉSOLUTIONS**

Nombre de participants à la réunion : 15

Nombre de votants présents : 14

Nombre de voix (présents et représentés) : 20

Le quorum d'1/2 (14) est atteint : 20 présents ou représentés (sur les 28 membres du conseil d'administration).

**AFFAIRE II – Orientations stratégiques de la Maison du tourisme (2022-2027)**

Pour	20
Contre	0
Abstention	0

**AFFAIRE III – Mise en place d'un nouveau système de téléphonie**

Pour	20
Contre	0
Abstention	0

**AFFAIRE IV – Crises sanitaires / Aides complémentaires**

Pour	20
Contre	0
Abstention	0

**AFFAIRE V – Programme d'aménagement des BIT : tranche II**

Pour	20
Contre	0
Abstention	0

**AFFAIRE VI – Démarche qualité : mise en place du Groupe Qualité Destination**

Pour	20
Contre	0
Abstention	0

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

Pour	20
Contre	0
Abstention	0

**AFFAIRE VIII – Pack publicitaire : modification tarifaire**

Pour	20
Contre	0
Abstention	1

**AFFAIRE IX – Labelisation Vignobles et découverte**

Pour	20
Contre	0
Abstention	0

**AFFAIRE X – Plan marketing**

Pour	20
Contre	0
Abstention	0

**AFFAIRE XI – Magazine de destination 2022**

Pour	20
Contre	0
Abstention	0

**AFFAIRE XII – Maintenance du site internet**

Pour	20
Contre	0
Abstention	0

CM

