



**Livradois-  
Forez**  
MAISON DU TOURISME

**CONSEIL D'ADMINISTRATION**

**MAISON DU TOURISME DU LIVRADOIS-FOREZ**

**JEUDI 3 MARS 2022**

**COMPTE-RENDU**

Fait à Saint-Gervais-sous-Meymont,  
le 10 mars 2022

La Présidente de la Maison du tourisme  
du Livradois-Forez

Corinne MONDIN

## **PARTICIPANTS**

---

### Membres de droit

- Michelle CIERGE - Communauté de communes Entre Dore et Allier
- Frédéric CHONIER - Communauté de communes Thiers Dore et Montagne
- Pierre CONTIE - Communauté de communes Thiers Dore et Montagne
- Marie-Paule DAUPHIN - Association La Route des Métiers
- Atlantique DE LAVERNAY - Communauté de communes Thiers Dore et Montagne, puis pouvoir pour les affaires II à XI à Frédéric CHONIER
- Chantal FACY - Communauté de communes Ambert Livradois Forez, puis pouvoir pour les affaires II à XI à Alain MOLIMARD
- Bernard LORTON - Parc naturel régional Livradois-Forez
- 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
- Nicole BOUCHERAT - Les Marguerites aux Lotz
- Arnaud DE CADIER DE VEAUCE - Château des Martinanches
- Georges CHAMPAIN - Gîte des Érables
- Jean JALLAT - Les Champs d'Ail de Billom
- Alain NÉRON - Domaine du Faux Martel
- Helen SLIK - La Paresse en Douce
- Gilles VAYSSIERE - La clef des puys

### Autre participant

- Benoît BARRÈS - Maison du tourisme du Livradois-Forez

## **ABSENTS / EXCUSES**

---

### Avec pouvoir

- Tony BERNARD - Communauté de communes Thiers Dore et Montagne pouvoir à Corinne MONDIN
- Guy GORBINET - Communauté de communes Ambert Livradois Forez, pouvoir à Corinne MONDIN
- Christine MILLER - Le moulin de la Passerelle, pouvoir à Alain NÉRON

### Sans pouvoir

- Céline AUGER - Communauté de communes Billom communauté
- Bernard BERAUD - Communauté de communes Ambert Livradois Forez
- Elisabeth BRUSSAT - Communauté de communes Entre Dore et Allier
- Jean DELAUGERRE - Communauté de communes Billom communauté
- Annick FORESTIER - Communauté de communes Entre Dore et Allier
- Valérie GOBILLARD - Le Clos Goëlle
- Stéphane RODIER - Parc naturel régional Livradois-Forez

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

---

I – Projet de plan d'action à 3 ans

### Pôle accueil – information – relations locales

II – Démarche qualité tourisme de l'office de tourisme : plan d'action

III – Programme de formation 2022 des prestataires touristiques

IV – Outils numériques d'accueil

V – Supports d'accueil et d'information

### Pôle marketing

VI – Observatoire touristique : enquête clientèles

VII – Actions marketing 2022

### Pôle relations clients et relations commerciales

VIII – Partenariat avec la plateforme « We go greenR »

### Pôle administration

IX – Adoption du compte de résultat et bilan 2021

X – Budget prévisionnel 2022

XI - Edition d'un magazine pour renforcer la reconnaissance des spécificités du Livradois-Forez (2022)

## **B - INFORMATIONS**

---

### Pôle accueil – information – relations locales

XII – Point sur l'aménagement intérieur des BIT

XIII – Fréquentation des BIT vacances scolaires de Noël

XIV – Diffusion du magazine dans les commerces

XV – Pack partenaire : bilan intermédiaire de la campagne partenariale

XVI – Bilan du programme de formation de prestataires touristique (automne 2021)

XVII – Convention CD63 appel d'offre rando

XVIII – Espace VTT Destination Grand Air

### Pôle marketing

XIX – Vidéo de destination

### Pôle relations clients, relations commerciales

XX – Bilan du partenariat 2021 avec le CSE Michelin 2021 et nouveaux séjours 2022

XXI – Actions commerciales en partenariat avec l'agence régionale de développement touristique Auvergne Rhône-Alpes.

### Pôle administration

XXII – Frais de déplacement des administrateurs de la Maison du tourisme

XXIII – Election du prochain conseil d'administration

## **C - PIECES JOINTES**

---

- Annexe 1 - Projet de plan d'action à 3 ans (2022-2024)
- Annexe 2 - Plan d'action de la démarche qualité
- Annexe 3 - Projet d'aménagement des bureaux d'information touristique

## **D - PIECES COMPLEMENTAIRES DIFFUSEES EN REUNION (PUIS AVEC LE COMPTE-RENDU DE REUNION)**

---

- Compte de résultat et bilan 2021
- Budget prévisionnel 2022

## A – AFFAIRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Corinne MONDIN accueille les participants. Compte-tenu de la présence de Mme BARTHELEMY du cabinet comptable MONET et associés, elle propose de modifier l'ordre du jour et de traiter en premier les points IX et X de l'ordre du jour.

En complément du rapport préparatoire diffusé, 2 affaires complémentaires seront présentées en fin séance :

- Réalisation et diffusion du magazine (voir affaire XI)
- Information sur les élections du prochain conseil d'administration lors de l'assemblée générale (voir affaire XXIII).

### I – PLAN D'ACTION DE LA MAISON DU TOURISME À 3 ANS

*Élue référente : Corinne MONDIN*

Les collectivités membres de droit de la Maison du tourisme sont en train d'adopter au sein de leur conseil communautaire respectif la nouvelle stratégie de la Maison du tourisme du Livradois-Foréz (2022-2027).

Dans la déclinaison de ces orientations sur 6 ans il vous est proposé un plan d'action plus pratique pour les 3 prochaines années (2022-2024).

Ce plan d'action prévisionnel annexé au présent rapport est présenté en séance :

- Les actions du pôle marketing sont présentées par Alain Néron
- Les actions des autres pôles sont présentées – en l'absence des vice-présidentes Céline AUGER en charge du le accueil, territoire et relations locales et d'Annick FORESTIER e n charge du pôle relations clients – relations commerciales - par Benoît Barrès.

**Le conseil d'administration adopte à l'unanimité le plan d'action de la Maison du tourisme (2022-2024).**

### II – DEMARCHE QUALITE TOURISME DE L'OFFICE DE TOURISME : PLAN D'ACTION

*Élue référente : Céline AUGER*

La Maison du tourisme du Livradois-Foréz s'est engagée en juin dernier dans une démarche qualité pour obtenir la marque Qualité tourisme puis le classement en catégorie 1.

L'adhésion à la marque est conditionnée par la conformité à 85% des critères de son référentiel, sur la base d'un audit mystère et d'un audit complet réalisés par une structure indépendante agréée.

Un état des lieux a été réalisé au cours de l'été 2021 pour mettre en évidence les points forts et lacunes de la structure vis-à-vis des attentes du référentiel. Un projet de plan d'actions a été élaboré à la suite de ce diagnostic.

Au total près de 80 actions correctives ont été identifiées et planifiées en concertation avec les référents qualité de chaque pôle et en cohérence avec la nouvelle stratégie de la MDT. Elles s'appuient sur des moyens matériels nouveaux, de la formation, de la communication, de la formalisation de documents pour assurer l'adhésion au projet collectif ainsi que la continuité de service.

La proposition de plan d'action détaillé est fournie en annexe qui repose sur 4 grands chantiers :

- l'installation du nouveau système de téléphonie ;
- l'aménagement des bureaux d'information ;
- l'accueil du public étranger ;
- l'écoute client (e-réputation, satisfaction client, suivi des réclamations).

Chacune des actions proposées s'articulent autour de 4 thèmes : les moyens matériels à mettre en œuvre, le programme de formation du personnel, les actions de communication à mettre en place ainsi que l'aspect formalisation. Le calendrier de mise en œuvre des actions serait le suivant :

- Les moyens matériels pour accueillir le public : aménagements des bureaux, abords, signalétique (année 2022-printemps 2023) ; système de téléphonie (hiver 2021/2022).
- La formation interne (printemps 2022) et externe (novembre 2021 à avril 2022).
- La communication (automne 2021/printemps 2022) interne, avec les partenaires et élus (Groupe Qualité de Destination), à destination des socio-professionnels et du public.
- La formalisation (hiver 2021/printemps 2022) de stratégies et plans d'actions, de cahier des charges, de politique d'achat, d'impression ; de procédures et modes opératoires pour assurer la qualité et la continuité de service, le cas échéant ; d'outils pratiques (ex. : livret d'accueil destiné au personnel entrant).

**Le conseil d'administration adopte à l'unanimité le plan d'actions de la démarche qualité, en considérant que chaque action nécessitant une dépense fera l'objet, comme habituellement, d'une délibération spécifique.**

### III – PROGRAMME DE FORMATION 2022 DES PRESTATAIRES TOURISTIQUES

*Élue référente : Céline AUGER*

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

Le programme 2022 comprendrait les journées suivantes.

#### 1. Journées découverte

Ces journées 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 2022, 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.

Des rencontres locales thématiques seraient proposées sur 2 demi-journées autour des démarches qualité, labels et classements.

#### 2. Les Web TV

Initié en 2021, le concept de « Web Tv » serait reconduit avec le principe d'un RDV mensuel (ex : chaque 1er mardi du mois hors vacances scolaires). Ces temps permettent de créer du lien entre partenaires, apporter des conseils techniques et pratiques sur les services que la MDT propose, favoriser le partage d'expériences entre prestataires. Le lien du replay sera communiqué sur le groupe pro Facebook et via les lettres d'information.

- 1<sup>er</sup> mars : la vente en ligne
- 5 avril : la plateforme Partir Ici et Auvergne Destination
- 10 mai : la stratégie digitale de la Maison du tourisme
- 7 juin : les nouveaux outils d'information pour la saison estivale 2022
- 6 septembre : le service groupe
- 4 octobre : le pack partenaire
- 8 novembre : les mises à jour de la base de données de l'offre touristique 2023
- 6 décembre : le site internet Vacances Livradois-Forez

### 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 :

<b>Production</b>	Je rentre dans une Démarche Qualité, via un label, classement ou une marque
	Je revois les fondamentaux de l' <b>anglais du tourisme</b>
<b>Promotion</b>	Je crée des <b>publicités (payantes) sur Facebook</b>
	Je découvre les fonctionnalités d' <b>Instagram</b> et je crée un post
	J'apprends comment mettre en avant ma structure via les <b>photos</b> (règles de base + atelier de mise en pratique accompagné + retouches)
	Je gère ma <b>e-réputation</b> (marque, réponse, etc.)
<b>Commercialisation</b>	Je participe/découvre le <b>Club des utilisateurs de la vente en ligne</b> en Livradois-Forez
	Je découvre le logiciel de <b>commercialisation en ligne Open Pro</b>
	Comment mieux utiliser les <b>potentialités de la plateforme</b> de vente en ligne Open Pro ? (Niveau intermédiaire et expert)
	Je découvre le logiciel de vente de billets (activité) <b>Addock</b>
	Je crée des <b>codes promo</b> ou des <b>widjets</b> , découvre le <b>Channel Manager</b> ou des <b>modes de paiement</b> , je rédige mes <b>conditions générales de vente</b> , ou définis ma <b>politique tarifaire</b> ou de nouveaux partenariats avec des <b>plateformes affinitaires</b>

### 4. Les forums et temps collectifs

2 forums collectifs seraient organisés.

Un forum au printemps consacré au lancement de la saison touristique :

- présentation des nouveautés et des outils d'information/communication de la Maison du tourisme ;
- temps de présentation dynamique des activités proposées par les prestataires ;
- moment d'échange de documentation entre prestataires.

Un forum ou workshop à l'automne en invitant des partenaires extérieurs et intervention des prestataires autour d'une thématique qu'ils aimeraient partager.

En complément, en partenariat avec le syndicat mixte du Parc, une journée d'accompagnement spécifique pour les membres de la Route des Métiers serait organisée. L'objectif de cette journée serait d'accompagner ce réseau sur son projet associatif pour les années à venir tout en faisant le lien avec le positionnement de la destination Livradois-Forez et les actions de la MDT.

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**

- **adopte à l'unanimité l'organisation de ce programme de formations, d'échanges et de rencontres pour un montant prévisionnel de 4 000 € HT, sous réserve de l'adoption du budget prévisionnel 2022 ;**
- **autorise la présidente à signer toute convention afférente.**

### **IV – OUTILS D'ACCUEIL NUMERIQUE**

*Élue référente : Céline AUGER*

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

- l'utilisation, la mise à jour et le suivi de la qualité de la base de données des offres touristiques du territoire comprenant la contribution annuelle à la SCIC APIDAE (en sachant que la MDT a pris 1000 € de part au sein de la SCIC 2020) et l'hébergement d'un outil de suivi interne de la mise à jour des fiches APIDAE ; une forte augmentation est imposée pour 2022 (+ 1 500 euros) ;
- le développement de l'accueil numérique sur le territoire, comprenant : les abonnements Wifi pour certains BIT ; les abonnements nécessaires pour le fonctionnement de la borne numérique en centre-ville de Thiers ;
- le développement annuel et la maintenance de la plateforme d'inscription en ligne des packs partenaires ;
- les abonnements et coûts de maintenance du logiciel de ventes des produits boutique et de la billetterie.

#### Budget prévisionnel

- Base de données offre touristique : adhésion annuelle à la coopérative APIDAE (3 350 €) ; maintenance (500 €)
- Logiciel de mise à jour des offres touristiques par les prestataires touristiques : 950 euros
- Wifi dans les BIT (abonnement) : 1 350 €
- Borne numérique de Thiers (abonnement et communication) : 1 350 euros
- Plateforme d'inscription au pack partenaire (évolution) : 1 520 euros
- Logiciel boutique et billetterie : 1 050 euros
- Total : 10 070 euros

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

- **d'engager les dépenses liées au développement et à l'utilisation de ces outils d'accueil numérique pour un montant prévisionnel de 10 070 euros, sous réserve de l'adoption du budget prévisionnel 2022 ;**
- **d'engager une réflexion, en concertation avec la ville de Thiers, sur le devenir de la borne d'information touristiques du centre-ville de Thiers ;**
- **d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.**

## V – SUPPORTS D'ACCUEIL ET D'INFORMATION

Élue référente : Céline AUGER

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

### 1 - L'édition de guides des animations

La Maison du tourisme édite tous les ans des guides *Festivités et animations* pour chaque petites vacances scolaires (soit 4 numéros/an). En 2022, ils seraient simplement édités à la demande dans les bureaux d'information touristique et diffusés en version numérique à l'ensemble des prestataires et collectivités du territoire. Ils seraient également téléchargeables sur le site internet [www.vacances-livradois-forez.com](http://www.vacances-livradois-forez.com)

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

Voir l'exemplaire du guide des vacances de Noël : [Guide Festivités et animations vacances de Noël 2021 \(calameo.com\)](#)

### 2 - Le guide balade nature et patrimoine

La réalisation de cette édition s'inscrit dans le cadre de la convention de partenariat avec le syndicat mixte du PNR Livradois-Forez visant à organiser et promouvoir un programme de balades et visites guidées autour de la nature et des patrimoines. La MDT réalise ce guide grâce à des financements du PNR. Ce guide recense environ 300 rendez-vous qui ont lieu de juin à septembre et qui valorisent le patrimoine emblématique du Parc (bâti, naturel, savoir-faire...). Il est tiré à 8 000 exemplaires et est largement diffusé sur l'ensemble du territoire. En 2022, le Parc confie également à la MDT la coordination générale du programme dont le contenu sera présenté lors du prochain conseil d'administration.

Voir l'exemplaire de l'an dernier : [Guide des balades et visites accompagnées nature et patrimoine 2021 \(calameo.com\)](#)

### 3 Des fiches suggestions

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

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

En 2022, les fiches seraient actualisées en termes de contenu. Elles seraient diffusées à l'ensemble des hébergeurs partenaires de la MDT et dans les bureaux d'information touristique.

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

#### **4 Des sacs en papier**

La Maison du tourisme diffuse depuis deux ans, des sacs en papier dans ses bureaux d'information touristique. Depuis l'an passé, elle s'est engagée, en complément, à fournir 20 sacs en papier aux prestataires dans le cadre du pack partenaire ; 50 sacs en papier aux organisateurs d'événements dans le cadre du pack événement majeur. Ces sacs (dont le format est plus petit depuis l'an dernier) seraient imprimés en une matière un peu plus résistante.

#### **5 Un guide hébergement imprimé à la demande**

La Maison du tourisme réalise un guide hébergement imprimé à la demande. Il se compose d'une couverture cartonnée et de fiches par type d'hébergement et par territoire. Il est ainsi possible de diffuser le guide dans son intégralité ou de manière partielle selon la demande.

Budget prévisionnel

- Guide des balades nature et patrimoine : 2 200 €
- Fiches suggestion : 900 €
- Sacs en papier : 3 000 €
- Guides hébergements numériques : 900 €
- **Total : 7 000 € HT**

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

- **de réaliser l'ensemble des supports d'accueil et d'information comprenant 4 guides des festivités et animations locales, 1 guide des balades nature et patrimoine, 11 fiches suggestions et des sacs en papier pour un montant prévisionnel de 7 000 € HT euros ;**
- **d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.**

## **VI – OBSERVATOIRE TOURISTIQUE : ENQUÊTE CLIENTELES**

*Élu référent : Alain Néron*

Il vous est proposé de mettre en place une enquête clientèles pendant 8 mois (avril à novembre) pour mieux connaître les vacanciers et visiteurs du Livradois-Forez. Cette enquête serait coordonnée par Clermont-Auvergne Métropole (à laquelle adhère Thiers Dore et Montagne), et pourrait, à titre exceptionnel et expérimental, être élargie à l'ensemble du périmètre de la Maison du tourisme du Livradois-Forez.

Éléments à analyser :

- les motifs de venue sur la destination ;
- les sources d'information et de réservation ;
- les comportements (type d'activités, type d'hébergements, modalités de transports, etc.) ;
- les motifs de satisfaction du séjour ;
- l'image de la destination ;
- les profils des visiteurs (origine, CSP, composition, etc.) ;

Questionnaires : papier et numérique

Objectif : 300 à 500 questionnaires à l'échelle du Livradois-Forez

3 modalités de diffusion du questionnaire :

- par mail, via le fichier clients de la Maison du tourisme ;
- dans les bureaux d'information touristique via des enquêtes en face à face (avec l'appui de saisonniers) et des questionnaires mis à disposition (tablette et version papier) ;

CM

- quelques sites de visite du territoire. Proposition a été faite à l'association de la Route des Métiers (réseau partenaire de la MDT) qui regroupent la plupart des sites importants du territoire. Ce partenariat permettrait d'un côté à l'association de bénéficier d'une extrapolation spécifique de cette enquête pour ses visiteurs ; un appui du réseau pour animer la diffusion du questionnaire.

Les modalités d'organisation ont été concertées et harmonisées avec l'ensemble des communautés de communes et offices de tourisme de Clermont-Auvergne Métropole.

Le traitement et l'exploitation des questionnaires seraient réalisés par l'agence d'urbanisme d'Auvergne Clermont métropole.

La Maison du tourisme proposerait un lot d'une valeur de 500 euros pour inciter les visiteurs à remplir le questionnaire.

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

- **de mettre en place une enquête de clientèles suivant les principes ci-dessous pour un montant prévisionnel de 500 € HT ;**
- **d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.**

## VII – ACTIONS MARKETING 2022

*Élu référent : Alain Néron*

Le plan marketing pour les 3 prochaines années est en cours de réalisation. Pour 2022, il est prévu les actions suivantes :

1 – Campagnes de communication en partenariat avec Auvergne Rhône-Alpes tourisme sur la page Facebook « Auvergne tourisme » : deux campagnes seront mises en place pour un co-financement entre Auvergne-Rhône-Alpes tourisme et la Maison du tourisme prévu de 5000 € pour chacune des parties (budget total engagé = 10 000 €).

L'an dernier, la Maison du tourisme avait co-financé trois campagnes de communication sur la page Facebook Auvergne tourisme. Cette opération représentait une dépense totale de 10 000 € co-financée entre Auvergne-Rhône-Alpes tourisme et la Maison du tourisme (5000 € dépensés pour chacune des parties). La campagne été, en 2 actes, représente une dépense totale de 9 000 €. La campagne "aile de saison-automne" représente une dépense totale de 1 000 €.

- Campagne été /acte 1 : "expériences en L-F, activités nature et vacances "durables" (du 29/06 au 25/07)
- Campagne été / acte 2 : "expériences en L-F, culture, savoir-faire et initiation" (du 26/07 au 27/08,
- Campagne "ailes de saison" automne : Idées séjours et expériences en L-F (du 18/10 au 29/10)

Bilan :

Trois campagnes qui ont très bien fonctionné en été, ainsi que pour les ailes de saison (la campagne automne, qualifiée auprès d'un public plus "qualifié" affiche une belle audience).

- Campagne été : 49 760 "clics" (18 109 clics pour l'acte 1 et 31 651 clics pour l'acte 2)/ affichage en nombre d'impressions sur un écran : 1 435 449 affichages / nombre de personnes uniques touchées : 845 896/ CPC (= coût par clic) pour l'acte 1 : 0.08 € ; pour l'acte 2 : 0.05 €

CM

- Campagne "aile de saison –automne" : 6 045 "clics" (3 163 "couples" et 2 882 "parents/familles".  
Affichage : 1 013 818 affichages / nombre de personnes uniques touchées : 494 000/ CPC : 0.17 €.

~~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 96 725 "clics" et interactions vers le site internet de la Maison du tourisme (sur la base de 1 672 706 personnes uniques "touchées" pour la campagne "nature" et de 495 365 personnes uniques touchées pour la campagne "culture & patrimoine").~~

Ce partenariat permet de capter une audience qualitative intéressée par l'Auvergne, et de la "re-diriger" vers le site internet de la destination Livradois-Foréz.

## **2 – Campagnes de communication sur les réseaux sociaux de la Maison du tourisme**

- 4 campagnes thématiques "vacances scolaires" valorisant les séjours et les hébergements en fonction des 3 "univers" (pleine nature-Outdoor/Slow-durable & détox / Art de vivre) ;
- 2 campagnes thématiques estivales ;
- 2 campagnes thématiques "ailes de saison" ;
- des posts boostés en fonction des objectifs et des audiences réalisées.

## **3 – Campagne publicitaire**

1 campagne publicitaire (bannière cliquable) achetée sur le site internet du « petit Futé » et renvoyant aux hébergements du L-F. Cette campagne avait permis l'an dernier 333 334 vues sur le site internet du Petit Futé et 565 clics redirigés sur la page des "hébergements réservables en ligne" du site internet de la Maison du tourisme.

## **4 - Marque Auvergne**

Il est proposé de renouveler l'adhésion à la Marque Auvergne.

### Budget prévisionnel

- Campagne Partenariat ART : 6 000 €
- Campagne sur les réseaux sociaux et campagne publicitaire : 20 000 €
- Marque Auvergne : 200 €

Total : 26 200 € HT

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

- **d'engager l'ensemble de ces actions marketing pour l'année 2022 pour un montant prévisionnel de 26 200 € sous réserva d'adoption du budget prévisionnel 2022 en assemblée générale.**
- **d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.**

## **VIII – PARTENARIAT AVEC LA PLATEFORME « WE GO GREEN R »**

*Élue référente : Annick Forestier*

L'agence « We Go GreenR » est une jeune startup créée en 2020. C'est une plateforme qui offre aux internautes l'accès à un tourisme plus authentique et plus responsable pour repenser le sens de « passer de bonnes vacances » en voyageant moins loin et mieux.

CM

Un partenariat entre l'agence régionale du tourisme Auvergne Rhône-Alpes et « We Go GreenR » a été établi en 2022. Il est destiné à tous les prestataires touristiques d'hébergement déjà présents sur la place de marché régional Open et qui souhaitent aller plus loin en travaillant avec des plateformes écoresponsables.

En découlent des avantages pour les prestataires touristiques : pas de droit d'entrée, taux de commission moins important sur les ventes, visibilité supplémentaire sur un nouveau canal en lien avec leur positionnement.

L'agence régionale du tourisme propose aux offices de tourisme de déployer ce partenariat auprès des acteurs touristiques grâce à des ateliers de sensibilisation à la démarche écoresponsable et l'inscription sur la plateforme pour les partenaires répondant aux critères d'entrée.

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

- **la participation de la Maison du tourisme au déploiement de la plateforme We Go GreenR sur le territoire du Livradois-Forez ;**
- **d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.**

## IX – ADOPTION DU COMPTE DE RÉSULTAT ET BILAN 2021

*Élu référent : Jean Jallat*

Le compte de résultat et le bilan 2021 sont présentés en séance par le cabinet BTB.

Le cabinet rappelle que les employeurs sont soumis à l'obligation d'emploi de travailleurs handicapés. En cas de non-respect, ils sont soumis au paiement de la taxe Agefiph. Cette taxe n'a pas encore été intégrée dans les documents présentés mais le document transmis avec le compte-rendu de cette réunion prend bien en compte cette taxe.

Les comptes de la Maison du tourisme intègrent pour la première fois une provision pour les indemnités de fin de carrière (IFC) du personnel ; jusqu'à présent, le montant était porté en annexe. La règle comptable consiste à prendre sur les fonds propres le montant des IFC dû au titre des années précédentes et inscrire en charges, au compte de résultat, uniquement l'évolution des IFC entre 2021 et 2020.

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

- **d'adopter la nouvelle méthode de comptabilisation des indemnités de fin de carrière**
- **d'arrêter ce bilan et ce compte de résultat ;**
- **de le transmettre au commissaire aux comptes ;**
- **de le présenter à la prochaine assemblée générale.**

## X – BUDGET PRÉVISIONNEL 2022

*Élu référent : Jean Jallat*

Le budget prévisionnel 2022 de la Maison du tourisme est diffusé en séance. Il est présenté par Jean Jallat.

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

CM

**XI – EDITION D'UN MAGAZINE  
POUR RENFORCER LA RECONNAISSANCE DES SPECIFICITES DU LIVRADOIS-FOREZ (2022)**

*Élu référent : Corinne Mondin*

La Maison du tourisme a pris la décision en conseil d'administration du 28 septembre d'éditer le magazine « Vacances et loisirs » pour la saison touristique 2022.

L'objectif du magazine est multiple :

- Renforcer la reconnaissance des spécificités du Livradois-Forez
- 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 et ses spécificités 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).

Il vous est proposé

- de réajuster le coût de l'opération, compte-tenu des augmentations importantes de papier.
- de faire fabriquer en complément des présentoirs de documentation touristique pour les diffuser dans les commerces locaux et les mairies
- d'engager des partenariats avec des distributeurs pour qu'ils soient présentés en kiosque.

Tirage prévu : 40 000 exemplaires

Le budget réajusté est le suivant :

Impression : 43 000 €  
PAO : 1 885 €  
Rédaction grand reportage : 975 €  
Traductions : 1 090 €  
Diffusion en kiosque : 3 600 €  
Réalisation de présentoirs : 3 440 €

**Total : 53 990 € HT**

Plan de financement prévisionnel

Leader (80%) : 43 192 €  
Autofinancement : 10 798 €

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

- **d'éditer la quatrième édition du magazine de destination et d'assurer sa diffusion pour un montant prévisionnel de 53 990 € HT ;**
- **de solliciter les fonds européennes Leader pour un montant prévisionnel de 43 192 €.**
- **d'autoriser la Présidente à signer toute convention afférente.**

CM

## B – INFORMATIONS

### XII – AMENAGEMENT DES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

Élu référent : Céline Auger

Le projet d'aménagement type des bureaux d'information touristique a été validé en comité de pilotage avec les représentants de l'ensemble des communautés de communes.

Les projets sont présentés, à titre d'information, en annexe.

3 réunions locales ont été organisées ou sont prévues pour finaliser chacun des projets :

- Ambert Livradois Forez : 7 février
- Billom communauté : 8 février
- Thiers Dore et Montagne : 8 mars

### XIII – FREQUENTATION DANS LES BIT PENDANT LES VACANCES DE NOEL

Élu référent : Céline Auger

#### Nombre de visiteurs au guichet

BIT	Nb Visiteur 2021	Nb Visiteur 2020	Évolution 2021/2020
Ambert	67	47	+ 43%
Arlanc	10	fermé	
Billom	19	30	- 37%
Courpière	24	fermé	
Olliergues	15	fermé	
Saint-Anthème	53	fermé	
Thiers	95	65	+ 46%
<b>Total général</b>	<b>283</b>	<b>142</b>	<b>+ 99%</b>

Information : les travaux d'aménagement extérieur du BIT de Billom empêchent la visibilité de l'espace d'accueil et rendent difficile l'accès au BIT.

### XIV – DIFFUSION DU MAGAZINE DANS LES COMMERCES

Élu référent : Céline Auger

La MDT a organisé une tournée de diffusion du magazine dans les commerces du territoire début décembre. Un partenariat a été conclu avec le PNR pour diffuser également le journal du Parc. Ainsi

CH

2400 magazines ont été distribués sur les secteurs d'Ambert, Courpière, Olliergues, Billom, Lezoux, Puy-Guillaume et Châteldon après avoir au préalable pris contact par téléphone avec les dépositaires.

## **XV – BILAN DU PROGRAMME DE FORMATION DES PRESTATAIRES TOURISTIQUES (AUTOMNE 2021)**

*Élue référente : Céline AUGER*

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

- **GOOGLE MY BUSINESS – 16/11 (3h30)**
  - Objectif : comment être visible sur Google My Business ? Fonctionnalités, intérêts et éléments clés.
  - 7 participants.
  - Session au printemps, en visio : 12 participants, 25 vues en replay.
  
- **FACBOOK ET/OU LINKEDIN - 19/10 (3h30 chaque session)**
  - Objectif : découverte de réseaux sociaux
  - 6 participants pour Facebook, 2 pour LinkedIn.
  - Session au printemps, en visio (replay disponible) : 3 participants pour Facebook et 1 pour LinkedIn, 11 vues (pour chaque session) en replay.
  - Peu de participants pour Facebook alors que plusieurs partenaires en avaient fait la demande : problème de date, d'horaire ? Avantage : replay à disposition pour découvrir les bases du réseau.
  
- **CANVA - 21/10 (1h)**
  - Objectif : découverte du logiciel de création CANVA (avec invitation à utiliser le code de marque).
  - 3 participants, 13 vues du replay.
  - Remarques :
    - Formation très dynamique, les partenaires ont participé et se sont exprimés.
    - Pleins d'exemples et de cas concrets, de tests.
  
- **STORYTELLING - 20/11 (3h30)**
  - Objectif : memorandum des 10 éléments clés pour faire du storytelling.
  - 6 participants, pas de replay.
  - Remarques :
    - Formation très dynamique, les partenaires ont été invité à participer et ont apprécié (permet de prendre son exemple personnel).
    - Pleins d'exemples et de cas concrets, atelier pratique.
    - Faisait suite à la formation sur le tourisme expérientiel (automne 2020).
  
- **COMMUNICATION DIGITALE (CYCLE DE FORMATION, 2 JOURS) - 23/11 + 7/12 (2 jours)**
  - Objectif : co-crédation d'un plan d'action de communication (digitale mais pas seulement).
  - 6/7 participants sur la 1<sup>ère</sup> journée et 3/5 sur la seconde/
  
- **WEBTV :**

### **Objectif :**

- Bilan saison estivale : 07/09, personne donc annulée (pas de replay)
  - Pack partenaire : 12/10, 2 personnes arrivées en cours d'enregistrement (9 vues)
  - Mises à jour, nouveautés : 09/11, 1 personne (16 vues)
  - Code de marque : 07/12, 2 personnes (27 vues)
- **FORMATION BILLETTERIE ADDOCK – Session au cours de l'année – Durée : env. 2h**
    - Objectif : découvrir les fonctionnalités du logiciel de billetterie Addock
    - 6 partenaires accompagnés et 2 sur l'Open partagé
  - **FORMATION OPEN PRO - INITIATION - Session au cours de l'année - Durée : env. 2h**
    - Objectif : découvrir les fonctionnalités de base de l'Open Pro et configurer son espace
    - 7 partenaires formés

Nouveauté fin 2021 : création d'un club utilisateurs de la vente en ligne en Livradois-Forez. Objectif : échanger autour de la vente en ligne, partager des pratiques, méthodes de travail, donner la parole aux prestataires pour collecter leurs avis et faire remonter les dysfonctionnements. Rencontre : 1/mois.

Les résumés de ces formations sont disponibles sur l'espace pro et le groupe Facebook. Les replays sont disponibles sur la chaîne YouTube de la MDT. Des informations régulières sont transmises pour fournir les liens d'accès aux supports (lettres d'information bimensuelle, posts Facebook, etc.).

## **XVI – PACK PARTENAIRE 2022 : BILAN INTERMEDIAIRE**

*Élue référente : Céline AUGER*

La Maison du tourisme propose aux acteurs touristiques locaux des services dans le cadre de pack partenaire. La campagne partenariale 2022, qui a été lancée à la mi-octobre, est bientôt terminée. Les souscriptions sont possibles toute l'année.

Le bilan intermédiaire (au 31 janvier 2022) est le suivant :

266 packs dont

- 233 packs partenaires dont :

- 60 packs « hébergement »
- 27 packs « restaurant »
- 91 packs « activité »
- 55 packs « multi-activités »

- 3 packs réseau

- 12 packs événements majeur

- 18 packs publicitaires dont 6 packs « acheter local »

## **XVII – MAINTENANCE DES ITINÉRAIRES DE RANDONNÉE : APPEL D’OFFRE DU CONSEIL DÉPARTEMENTAL DU PUY-DE-DOME**

*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 pédestre 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).

L'année dernière, la MDT a obtenu le marché « Maintenance des chemins inscrits au PDIPR » pour la période 2021/2024. Cette année, une proposition à hauteur de 19 932 € TTC (16 610 € HT) a été demandée pour assurer la mission.

Cette mission comprendrait en 2022

- le balisage et la vérification du réseau et des équipements de 970 km ;
- le géoréférencement de 3 itinéraires ;
- la réalisation de textes descriptifs des 3 itinéraires modifiés.

## **XVIII – ESPACE VTT : DESTINATION « GRAND AIR »**

*Élu référent : Bernard Auroy*

Espace VTT Grand air regroupe actuellement 3 centres VTT (Bois Noirs, Ambert Crêtes du Forez, Montagne bourbonnaise) auquel va se joindre le nouvel espace VTT de Roanne. Un comité technique organisé mi-décembre a permis d'étudier comment faire pour organiser cet espace de façon plus structurée notamment en termes de communication avec l'appui de l'ensemble des offices de tourisme concernés (Vichy, Roanne, Loire-Forez, Livradois-Forez). La conclusion de la réunion a été de suggérer de structurer cet espace et de définir un plan de développement et plan marketing commun (harmonisation de l'offre, création d'un élément majeur autour du VTT, création d'un circuit itinérant, élaboration d'un plan de communication collectif, etc.). Compte-tenu de la multiplicité des acteurs il a été proposé de bénéficier de l'appui d'un animateur extérieur pour aider à coordonner le projet (et éviter les éventuelles guerres de chapelles). Un comité de pilotage plus politique devrait s'organiser au cours du printemps.

## **XIX – VIDEO DE DESTINATION**

*Élu référent : Alain Néron*

Les derniers tournages pour la vidéo de la destination, avec les figurants, se sont déroulés fin janvier (4 jours à Thiers et à La Chaise-Dieu). La fin du tournage est prévu à la fin février au musée de la Céramique et au Manoir de la Manantie.

L'agence procédera au montage final les deux premières semaines de mars.

La livraison définitive est prévue au plus tard le 23 mars pour première diffusion au salon du Randonneur et en assemblée générale le jeudi 24 mars.

CJ

## **XXI – ACTIONS COMMERCIALES EN PARTENARIAT AVEC L'AGENCE REGIONALE DE TOURISME AUVERGNE RHONE-ALPES**

*Élue référente : Annick Forestier*

### **1 - Sensibilisation des prestataires touristiques au dispositif de vente en ligne proposé par la Maison du tourisme en partenariat avec l'agence régionale du tourisme**

L'agence régionale du tourisme poursuit son engagement au service des prestataires touristiques dans le déploiement de la place de marché et la digitalisation des offres. L'objectif à 2023 est la digitalisation de 25% de l'offre régionale contre 11% seulement à l'heure actuelle.

Une action de phoning, réalisée par une entreprise privée, a été lancée auprès de nombreux prestataires touristiques afin de les sensibiliser à mieux utiliser les outils de vente en ligne mis gratuitement à leur disposition.

Ce travail est complémentaire à celui déjà engagé par la Maison du tourisme depuis de nombreuses années. Il est totalement financé par l'agence régionale du tourisme.

### **2 - Vidéo « paroles d'acteurs »**

Les vidéos « paroles d'acteurs » présentent des témoignages de prestataires touristiques qui utilisent la place de marché régional Open System. L'objectif de ces vidéos (diffusés notamment via les réseaux sociaux) est de valoriser des retours d'expériences intéressantes pour inciter d'autres prestataires à utiliser cette place de marché.

Pour l'instant, un prestataire du Livradois-Forez s'est prêté au jeu : le moulin de la Fortie. <https://pro.auvergnerhonealpes-tourisme.tv/Portraits-d-acteurs/Paroles-d-acteurs-la-Place-de-Marche-EP2-d2fc9d61b4.html>. D'ici la fin de l'année, d'autres vidéos devraient être réalisés avec des prestataires touristique du Livradois-Forez.

## **XXII - FRAIS DE DÉPLACEMENT DES ADMINISTRATEURS DE LA MAISON DU TOURISME**

*Élue référente : Corinne MONDIN*

Depuis le dernier conseil d'administration, aucun remboursements ou prise en charge des frais de déplacement n'a été effectué pour les administrateurs de la Maison du tourisme.

## **XXIII – ELECTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION**

*Élue référente : Corinne MONDIN*

Corinne MONDIN informe qu'un appel à candidature au conseil d'administration a été fait par courrier au moment de l'invitation à l'Assemblée générale.

Les informations transmises à l'ensemble des membres actifs sont les suivants :

### **COMPOSITION ACTUELLE DU COLLEGE DES MEMBRES ACTIFS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION**

Les représentants des membres actifs (socio-professionnels) au conseil d'administration sont actuellement les suivants :

## XX – BILAN DU PARTENARIAT 2021 AVEC LE CSE MICHELIN

Élue référente : Annick Forestier

### 1- Nombre de personnes accueillies

Séjours	Nb de personnes		Total
	Printemps	Automne	
Amusez-vous en famille dans un parc d'aventures en pleine nature	44	32	76
Marchez sur les traces des couteliers Thiernois et fabriquez votre couteau	31	40	71
Réalisez votre rêve, offre-vous un vol découverte en avion	8	30	38
Vivez une nuit insolite en duo dans un manoir ou un château	10	28	38
Devenez compagnon papetier et fabriquez votre feuille	14	16	30
Façonnez votre bijou avec une Améthyste d'auvergne	4	21	25
Prenez soin de vous, séjour zen et bien-être en chambres d'hôtes	4	14	18
Voyagez en montgolfière, un rêve accessible à tous	8	8	16
Transformez-vous en Davy Crockett le temps d'un week-end trappeur	NP	8	8
Déconnectez-vous et ressourcez-vous dans un bain de forêt	NP	4	4
Prenez de l'altitude et fabriquez votre fromage au pays de la Fourme d'Ambert	2	0	2
Évadez-vous en tribu : balade, bivouac et bricolage nature	NP	0	0
Se nourrir pour s'épanouir !	NP	0	0
Apprenez à redevenir cueilleurs de plante sauvages comestibles	0	NP	0
Profitez d'un séjour multisports sur les Hautes-Chaumes du Forez	0	NP	0
Pédalez sur le chemin de Gaspard des montagnes et savourez la fourme d'Ambert/sillonnez le LF/Entre cols et vallées	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>125</b>	<b>201</b>	<b>326</b>

NP : non programmé

### 2- Chiffres d'affaires opération de partenariat 2021 avec le CSE Michelin

Printemps	18 030 €
Automne	31 313 €
<b>Total</b>	<b>49 343 €</b>

### 3 - Évolution de ce partenariat en 2022

Les séjours qui ce sont les mieux vendus en 2021 ont été conservés en catalogue pour 2022 et 2 nouveaux circuits sont venus compléter l'offre en Livradois-Forez. La diminution du nombre de séjours devrait être compensée par une augmentation des ventes chez les partenaires touristiques d'hébergement et activité.

cy

Nom - Prénom	Structure	Catégorie	Communauté de communes
MILLER Christine	Moulin de la Passerelle	HR	Ambert Livradois Forez
SLIK Helen	La Paresse en Douce	HR	
DE CADIER DE VEAUCE Arnaud	Château des Martinanches	ACT / HR	Billom communauté
JALLAT Jean	Les Champs d'Ail de Billom	ACT	
CHAMPAIN Georges	Chalet et Gîte les Erables	HR	Thiers Dore et Montagne
NERON Alain	Domaine du Faux Martel	HR	
ANSEL François	Les demeures du lac	HR	
VAYSSIERE Gilles	La clé des puys	HR	
GOBILLARD Valérie	Chambres d'hôtes "Le clos Goëlle"	HR	Entre Dore et Allier
BOUCHERAT Nicole	Les Marguerites aux Lotz	HR	

Suite à la démission de 2 membres actifs du secteur Ambert Livradois-Forez

### **MEMBRES SORTANTS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION (COLLEGE DES MEMBRES ACTIFS)**

Les statuts prévoient un renouvellement par tiers tous les ans des membres actifs. Le conseil d'administration du 20 février 2020 a procédé au tirage au sort de ses 4 membres sortants :

- Nicole BOUCHERAT
- Alain NERON
- Christine MILLER
- Sylvain PERAUDEAU (démissionnaire)

### **1 POSTE VACANT**

Gérard LECOQ a démissionné du conseil d'administration en juin 2021.

### **5 POSTES A POURVOIR**

- 3 sur le secteur Ambert Livradois Forez
- 1 sur le secteur Thiers Dore et Montagne
- 1 sur le secteur Entre Dore et Allier

### **DATE LIMITE DE CANDIDATURE**

avant le 17 mars 2022 minuit.

# CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA MAISON DU TOURISME

JEUDI 3 MARS 2022

## RÉSOLUTIONS

Nombre de participants à la réunion : 20

Nombre de votants présents : 19

Nombre de voix (présents et représentés) : 22

Le quorum d'1/2 (14) est atteint : 22 présents ou représentés (sur les 28 membres du conseil d'administration).

### AFFAIRE I – Projet de plan d'actions à 3 ans

Pour	22
Contre	0
Abstention	0

### AFFAIRE II – Démarche qualité tourisme de l'office de tourisme : plan d'action

Pour	22
Contre	0
Abstention	0

### AFFAIRE III – Programme de formation 2022 des prestataires touristiques

Pour	22
Contre	0
Abstention	0

### AFFAIRE IV – Outils numériques d'accueil

Pour	22
Contre	0
Abstention	0

### AFFAIRE V – Supports d'accueil et d'information

Pour	22
Contre	0
Abstention	0

### AFFAIRE VI – Observatoire touristique : enquête clientèles

Pour	22
Contre	0
Abstention	0

### AFFAIRE VII – Actions marketing 2022

Pour	22
Contre	0
Abstention	0

CM

**AFFAIRE VIII - Partenariat avec la plateforme « We go greenR »**

Pour	22
Contre	0
Abstention	0

**AFFAIRE IX – Adoption du compte de résultat et bilan 2021**

Pour	22
Contre	0
Abstention	0

**AFFAIRE X – Budget prévisionnel 2022**

Pour	22
Contre	0
Abstention	0

**AFFAIRE XI - Edition d'un magazine pour renforcer la reconnaissance des spécificités du Livradois-Forez (2022)**

Pour	22
Contre	0
Abstention	0

