



# Bilan d'activité 2025 de la **Maison du tourisme** du Livradois-Forez

Les Turlurons © Christian Guy

## LE TOURISME EN LIVRADOIS-FOREZ \*

**3 millions** de nuitées  
**7-8 %** du PIB

**115 millions d'euros** de retombées  
économiques

**75 000 lits touristiques**  
(dont 14 000 lits marchands)

**Plus de 1 000 emplois** salariés

## BILAN D'ACTIVITÉ 2025 EN CHIFFRES

**526 000 € de vente en ligne** réalisés par  
les prestataires touristiques via la solution  
de vente en ligne proposée par la MDT

**331 000 € de chiffre d'affaires** pour  
les prestataires via la MDT (excursions,  
séjours, billets, boutique, etc.) : + 60 %  
en 5 ans

**300 000 visiteurs** uniques sur le site  
internet vacances-livradois-forez :  
+ 188 % en 5 ans

**90 000 visiteurs** uniques du site internet  
Livradois-Forez Randonnée :  
+ 66 % en 2024

**41 000 visiteurs** renseignés dans les  
bureaux d'information touristique

**35 000 abonnés** sur les réseaux sociaux :  
+ 26 % en 2024

**16 411 participants** au jeu concours 2024

**2 514 km de sentiers de randonnée**  
entretenus en partenariat avec RELF

**Plus de 500 participants** au programme  
des balades nature et patrimoine

**Près de 300 prestataires partenaires**  
(dont 12 événements et 3 réseaux  
touristiques)

**148 prestataires** utilisateurs de la  
marque Livradois-Forez

\* Sources : Tourisme, panorama et perspectives,  
PNR Livradois-Forez (2013), Orange Flux vision 2024,  
Données observatoire touristique régional Auvergne 2010.

## *La Maison du tourisme du Livradois-Forez fête ses 10 ans*

La Maison du tourisme du Livradois-Forez fête cette année, déjà, ses 10 ans. Créée sous l'impulsion d'élus locaux visionnaires, qui ont pris le parti de fusionner les anciens offices de tourisme en une seule structure, elle a, me semble-t-il, contribué à amplifier l'attractivité de la destination, à développer des synergies entre les prestataires touristiques et à mieux faire partager, à nos visiteurs, les richesses de notre destination.

À l'occasion de l'assemblée générale 2025 de la Maison du tourisme, j'ai souhaité que cette lettre d'information puisse vous présenter une synthèse des actions menées au cours de l'année écoulée. 5 thématiques sont abordées - l'accueil des visiteurs, la relation avec les prestataires touristiques, la promotion de la destination, la commercialisation et le développement de l'offre - qui vous permettront, je l'espère, de vous rendre compte de l'impact grandissant de l'action de la Maison du tourisme. Le nouveau partenariat engagé avec Orange Flux Vision grâce au conseil départemental du Puy-de-Dôme a bien confirmé que les 4 communautés de communes membres de la Maison du tourisme ont bénéficié cette année

de plus de 3 millions de nuitées touristiques, quasiment autant que sur le territoire du Sancy !

Je le dis souvent, je tiens beaucoup à ce que la Maison du tourisme soit « la maison de tous » et qu'elle puisse être un espace où s'allient des synergies entre collectivités, prestataires touristiques, acteurs locaux, habitants et partenaires extérieurs. Cet anniversaire doit être l'occasion de se retrouver pour mesurer le chemin parcouru et celui qu'il nous reste à faire, pour prendre aussi le temps de fêter l'évènement en toute convivialité. Je vous invite donc à retenir d'ores et déjà la date du jeudi 20 novembre (après-midi et soirée). On fêtera ce jour-là ces 10 ans de façon studieuse et festive ! Un programme détaillé des festivités vous sera communiqué prochainement.

Bonne saison touristique à toutes et tous.

**Corinne MONDIN**

Présidente de la Maison du tourisme  
du Livradois-Forez

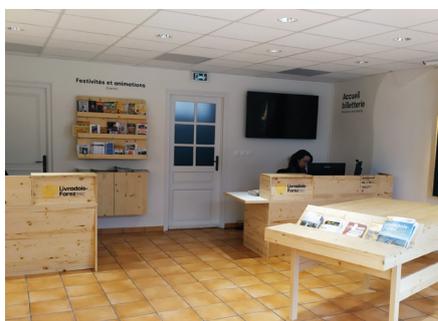


# Bilan activité 2024

## ACCUEIL DES PUBLICS

Élaboration d'un Schéma d'accueil et de diffusion de l'information (SADI) pour faire du Livradois-Forez une destination d'accueil de tous les publics valorisant les spécificités territoriales. Stratégie et plan d'action à 5 ans. 26 actions identifiées. Financement de plus de 200 000 € par les fonds européens Leader.

- Préparation de l'audit en vue de l'obtention de la marque « **Destination d'excellence** » et du **classement de l'office de tourisme** (en 2025).
- Aménagement et inauguration du bureau d'information touristique de Billom.



- **41 000 visiteurs** renseignés en comptoir et par téléphone (+ 3 %) dans les bureaux d'information touristique.
- **2 800 visiteurs** renseignés « hors les murs » (pots d'accueil dans les hébergements de plus de 100 lits, accueil dans des sites partenaires, stand lors de manifestations locales).
- Gestion de la **diffusion de plus de 82 000 documents**.
- Observatoire de la clientèle. Adhésion à l'outil d'observation de l'opérateur téléphonique d'Orange (grâce au conseil départemental du Puy-de-Dôme).
- Gestion d'une base de données de l'information touristique : **plus de 3 000 fiches d'information**.

## L'ASSOCIATION

une structure partenariale entre les collectivités locales et les acteurs touristiques locaux

## STATUT JURIDIQUE

Association

## DATE DE CRÉATION

2015

## COMPOSITION

### Membres de droit :

- 4 communautés de communes (Ambert Livradois-Forez, Billom communauté, Entre Dore et Allier, Thiers Dore et Montagne)
- Parc naturel régional Livradois-Forez

### Membres actifs :

### environ 300 prestataires touristiques et des réseaux de prestataires touristiques

(ex : Route des Métiers, Sur les Pas de Gaspard, Randonnée en Livradois-Forez, À pas de lynx)

## REPRÉSENTATION

à **50/50** entre les membres actifs (socio-professionnels) et les membres de droit (collectivités)

## CONSEIL D'ADMINISTRATION

**28 membres**

(14 élus, 14 socio-professionnels)

## BUREAU

**10 membres**

(5 élus, 5 socio-professionnels)

## ÉQUIPE TECHNIQUE

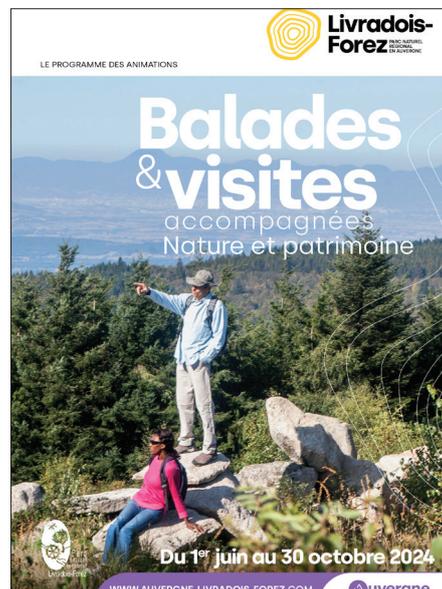
**25 ETP**

**8 à 10 saisonniers**

## RELATIONS PRESTATAIRES TOURISTIQUES

300 packs partenaires (285 packs prestataires individuels, 12 packs « événements majeurs », 3 packs « réseaux »).

- **Programme de formation** des prestataires touristiques : 10 sessions, 2 forums. 2 journées de découverte, 5 vidéos/podcasts.
- Organisation d'un **programme de balades et visites accompagnées** : 40 balades. 523 participants.
- **Valorisation des animations locales**. 900 animations recensées. Édition de 4 guides festivités et animations et 2 éditions thématiques. Plus de 100 000 vues sur le site internet.
- **Service de billetterie**. 45 partenaires billetteries. 316 412 € de billetterie (+ 12 %) réalisés directement par les opérateurs touristiques grâce aux outils de vente en ligne fournis par la MDT. 82 107 € de ventes assurées directement par la MDT (+ 3 %).
- **Vente de produits locaux** dans les boutiques de la MDT. 101 références et 35 fournisseurs. 9 745 € de chiffre d'affaires.
- **Communication** : gestion de l'espace pro du site internet et d'un groupe Facebook, diffusion de 7 lettres d'information.



## PROMOTION DE LA DESTINATION

Mise en place du premier plan de promotion mutualisé. Objectif : mutualiser des moyens de communication entre les sites et événements majeurs partenaires pour améliorer collectivement les performances de leur plan de communication respectif. 14 participants. 30 000 € HT mutualisés. 2 millions de vues via 2 campagnes d'affichage d'une semaine à Lyon et Clermont-Ferrand et les campagnes sur les réseaux sociaux. Environ 1 000 utilisateurs du pass inter-sites.

- **Développement d'opérations partenariales** avec Auvergne Rhône-Alpes tourisme, le Conseil départemental du Puy-de-Dôme, la Maison du tourisme de la Haute-Loire et les Gîtes de France Puy-de-Dôme. Plus de 20 000 € d'opérations mutualisées.
- Développement de la **marque collective Livradois-Forez** : 148 prestataires partenaires.
- **Partenariat avec 12 événements majeurs.**
- **12 campagnes de promotion mensuelles.**
- Sortie d'un **nouveau site internet** de destination [www.auvergne-livradois-forez.com](http://www.auvergne-livradois-forez.com)
- **Développement des réseaux sociaux** : 36 000 abonnés. Gestion de 79 campagnes de promotion sur le réseau Méta. Plus de 500 publications dans l'année.
- Édition du **magazine de destination**.
- Participation à **3 salons touristiques grand public.**
- **Développement des relations presse** : 9 reportages dans les TV nationales, 18,4 millions d'audience cumulée.
- Co-production d'un **film sur l'ail rose de Billom.**
- **Organisation d'un jeu concours** : plus de 16 000 participants.

## COMMERCIALISATION DE LA DESTINATION

Clientèles groupes : accueil de 114 groupes. 180 064 € de chiffre d'affaires (+ 82 %). 30 revendeurs d'excursions et de séjours. 5 opérations de promotion des ventes.

- **Clientèles individuelles** : création ou mise à jour de 10 expériences.
- **Comités d'entreprise** : partenariat avec le CSE Michelin. Création de 15 séjours dans des hébergements durables. 76 738 € de chiffre d'affaires (+ 5%). 2 opérations de promotion des ventes auprès d'autres comités d'entreprise.
- **Accompagnement des prestataires touristiques** : 111 prestataires touristiques utilisateurs du logiciel de vente en ligne proposé par la MDT. 5 diagnostics d'entreprises "vente en ligne". Animation d'un club des utilisateurs de la vente en ligne.
- **Partenariat avec 2 plateformes de vente en ligne** (Gîte de France, Cybevasion).

## DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE TOURISTIQUE

- **Maintenance et coordination de l'entretien et du balisage** de 2500 km de sentier de randonnée en partenariat avec l'association RELF.
- Développement du **site internet randonnée** : plus de 90 000 utilisateurs (+ 66 % en 2024)
- Soutien à la création de **2 topo-guides de randonnée** : *Balades et randonnées Billom, des monts au Val d'Allier*, *Balades et randonnées en pays de Courpière*.
- Contribution à l'évolution de **Destination Grand'R**, le plus grand espace VTT de France. Co-édition d'une carte et co-réalisation d'un site internet.
- Participation au projet de **Schéma de développement de l'offre touristique** animé par le syndicat mixte du PNR Livradois-Forez.

Focus  
sur 5 projets  
pour 2025

### LA MAISON DU TOURISME VISE L'OBTENTION DE LA MARQUE DESTINATION



### D'EXCELLENCE ET LE CLASSEMENT DE L'OT CATÉGORIE 1

pour garantir la qualité des services auprès de 3 publics : les visiteurs, les prestataires touristiques et les collectivités.

### PLAN DE PROMOTION MUTUALISÉ

avec les sites majeurs, les événements majeurs et les hébergements écoresponsables. Création de séjours expérientiels et bas carbone. Prestation de réalisation de vidéos pour les partenaires engagés. Numérisation d'un pass inter-sites.

### NOUVEAU MAGAZINE DE DESTINATION

Nouvelle organisation,  
nouvelle maquette.



### NOUVEAU CATALOGUE GROUPES 2025-2026



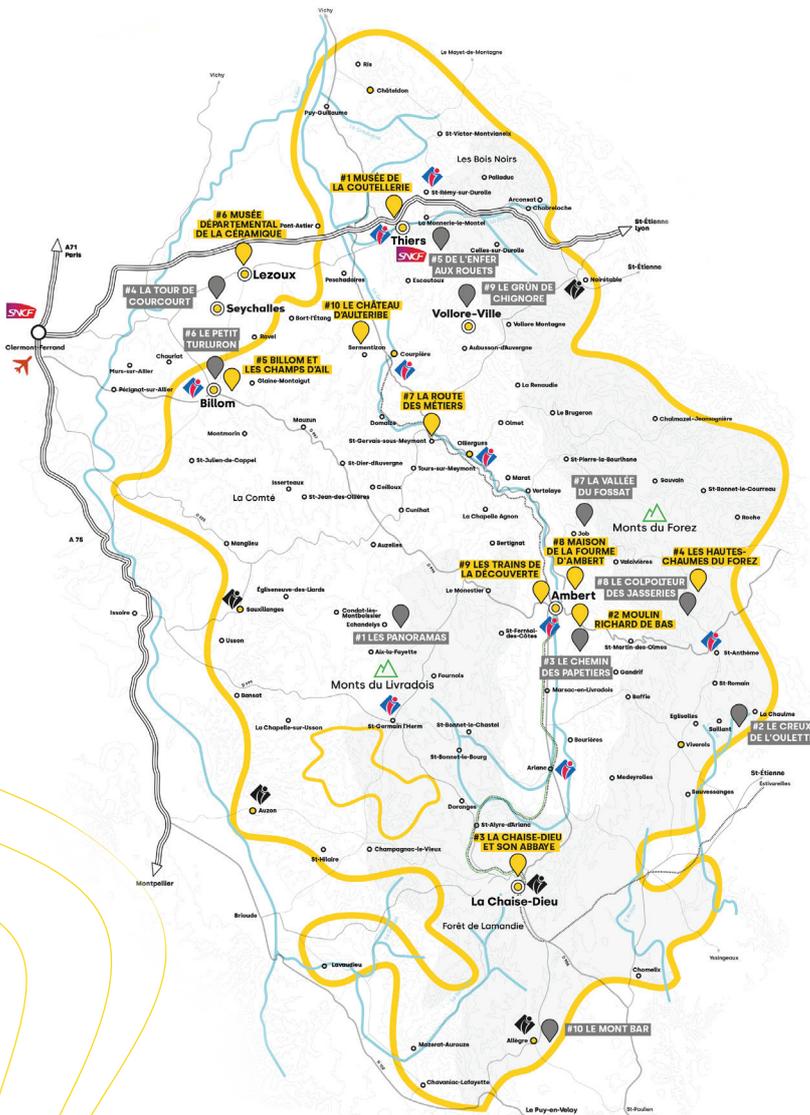
LA MAISON DU TOURISME  
FÊTE SES 10 ANS !  
ÇA SE PASSERA  
LE JEUDI 20 NOVEMBRE 2025.

On vous en dira plus très prochainement.

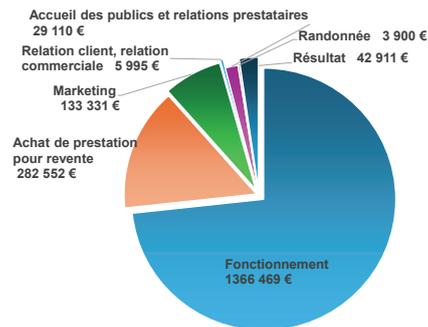
# Le territoire de la Maison du tourisme

- **190** communes (dont 127 sur les 4 communautés de communes membres et 63 avec le label Parc naturel régional Livradois-Forez).
- **136 505** habitants (dont 112 046 sur les 4 communautés de communes membres et 24 459 avec le label Parc naturel régional Livradois-Forez).

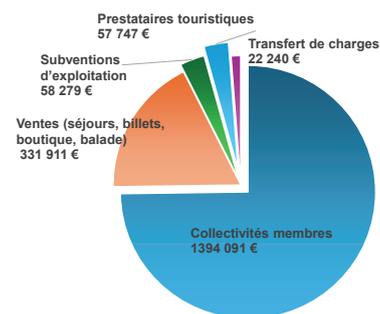
# Budget 2024



## CHARGES



## PRODUITS



## Contribution financière des collectivités 2024

CC Thiers Dore et Montagne	<b>501 425 €</b>
CC Ambert-Livradois-Forez	<b>485 716 €</b>
CC Billom communauté	<b>129 004 €</b>
CC Entre Dore et Allier	<b>79 512 €</b>
PNR Livradois-Forez	<b>58 934 €</b>
Valorisation des mises à disposition	<b>124 355 €</b>
Actions spécifiques	<b>15 145 €</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1 394 091 €</b>

## Plus d'infos

Bilan détaillé du rapport d'activité



Plan marketing de la Maison du tourisme 2023-2027



Stratégie de la Maison du tourisme 2022-2027



Schéma d'accueil et de diffusion de l'information touristique



Espace pro du site internet



## 3 millions de nuitées touristiques en 2024

Fréquentation en nuitée

