

CONSEIL D'ADMINISTRATION
MAISON DU TOURISME DU LIVRADOIS-FOREZ
MARDI 9 DECEMBRE 2025
COMPTE-RENDU

Fait à Saint-Gervais-sous-Meymont,
Le 16 décembre 2025

La Présidente de la Maison du tourisme,

Corinne MONDIN

PRÉSENTS

Membres de droit

Tony BERNARD, Communauté de communes Thiers Dore et Montagnes
Frédéric CHONIER, Communauté de communes Thiers Dore et Montagne,
Vice-président en charge du pôle accueil des publics et relations prestataires de la Maison du tourisme du Livradois-Forez
Chantal FACY, Communauté de communes Ambert Livradois-Forez
Annick FORESTIER, Communauté de communes Entre Dore et Allier
Vice-présidente en charge du pôle relations clients, relations commerciales de la Maison du tourisme du Livradois-Forez
Corinne MONDIN, Parc Naturel régional du Livradois-Forez
Présidente de la Maison du tourisme du Livradois-Forez
Stéphane RODIER, Parc naturel Régional Livradois-Forez
Patrick SAUZEDDE, Communauté de communes Thiers Dore et Montagne

Membres actifs

Amaury ANDRIOT, Inserfac
François ANSEL, VV Demeures du Lac
Arnaud DE CADIER DE VEAUCE, Château des Martinanches
Marie-Paule DAUPHIN, Association Routes des Métiers
Jean JALLAT, Les champs d'Ail de Billom
Trésorier de la Maison du tourisme du Livradois-Forez
Didier LAMBERT, Centre historique du monde des sapeurs-pompiers
Helen SLIK, La Paresse en Douce
Pascal WILAND, Domaine de Marchal

Autres participants

Benoît BARRÈS, directeur de la Maison du tourisme du Livradois-Forez
Sandrine ROCHAS, responsable du pôle administratif de la Maison du tourisme du Livradois-Forez
Céline ROCHE, chargée des groupes

EXCUSÉS / ABSENTS

Bernard AUROY, Randonnée en Livradois-Forez pouvoir à Jean JALLAT
Vice-président en charge de la randonnée de la Maison du tourisme du Livradois-Forez
Patricia BARDOT, Moulin Richard de Bas
Bernard BÉRAUD, Communauté de Communes Ambert Livradois Forez
Pauline BOITEL, Coutellerie Le Fidèle
Michelle CIERGE, Communautés de communes Entre Dore et Allier, pouvoir à Annick FORESTIER
Pierre CONTIE, Communauté de communes Thiers Dore et Montagnes
Valérie GOBILLARD, Le Clos Goëlle
Guy GORBINET, Communauté de communes Ambert Livradois Forez pouvoir à Corinne MONDIN
Trésorier adjoint de la Maison du tourisme du Livradois-Forez
Bernard LORTON, Parc naturel régional Livradois-Forez
Vincent MAZIN, Communauté de communes Billom communauté
Christine MILLER, Moulin de la Passerelle
Secrétaire de la Maison du tourisme du Livradois-Forez
Alain MOLIMARD, Communauté de communes Ambert Livradois Forez
Alain NÉRON, Domaine du Faux Martel
Vice-président en charge du pôle marketing de la MDT du Livradois-Forez
Danielle RANCY, Communauté de communes Billom Communauté
Pierre ROZE, Communauté de communes Thiers Dore et Montagne

ORDRE DU JOUR

A – AFFAIRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Intervention (30 minutes) : **Partenariat avec les autocaristes pour faire venir des groupes en Livradois-Forez par Céline Roche, en charge des groupes.**

Pôle accueil des publics relations prestataires

- I - Plan de formation des prestataires touristiques : 2026
- II - Programme balades nature et patrimoine

Pôle marketing

- III - Plans de promotion mutualisés
- IV - Mission de relations-médias

B – INFORMATIONS

Pôle accueil des publics relations prestataires

- V - Bilan de la fréquentation des bureaux d'information touristiques lors des vacances d'automne
- VI - Schéma d'accueil et de diffusion de l'information : bilan 2025
- VII - Forum des acteurs touristiques : bilan

Pôle relations clients et relations commerciales

- VIII - Bilan ventes 2025 CSE Michelin et comparaison avec les années précédentes
- IX - Bilan workshop CSE organisé par Auvergne Rhône-Alpes Tourisme

Pôle marketing

- X – Bilan opérations presse 2025 avec agence Qui Plus Est

Pôle administration

- XI - Démarche qualité
- XII - Mouvements de personnels
- XIII - Remboursement des frais de déplacement des membres du conseil d'administration

ANNEXES

Annexe 1 – Rapport audit “Destination d’Excellence”

Annexe 2 - Présentation de l’activité “groupes” de la Maison du tourisme

PARTENARIAT AVEC LES AUTOCARISTES POUR FAIRE VENIR DES GROUPES EN LIVRADOIS-FOREZ

Par Céline Roche, chargée de la clientèle groupes.

Céline Roche présente les partenariats mis en place par la Maison du tourisme pour faire venir les autocaristes dans le Livradois-Forez. Cette présentation est à retrouver en annexe de ce compte-rendu. La MDT exerce une activité similaire à celle d'une agence de voyage locale, elle répond aux mêmes obligations.

Céline Roche évoque les évolutions du marché depuis la sortie de la Covid : en attente de nouveauté, d'insolite, de destination non connue. Ce qui représente une aubaine pour la destination Livradois-Forez. Le public est au rendez-vous. La destination est de plus en plus fréquemment inscrite aux catalogues d'autocaristes.

Parmi les projets : intégrer des offres destinées aux groupes de personnes en situation de handicap, des séjours "bus verts" qui concentreront les kilomètres parcourus dans un rayon limité au départ de la première visite.

Benoît Barrès précise que le chiffre d'affaires a augmenté fortement au cours des 4 dernières années. La MDT n'est pas loin d'atteindre "un plafond d'activité" et ne pourra pas avoir les mêmes taux de progression dans les années à venir.

Jean Jallat souligne l'intérêt que portent les groupes à la découverte des activités, ainsi que la qualité des échanges entre professionnels et visiteurs.

I – PLAN DE FORMATION DES PRESTATAIRES TOURISTIQUES 2026

Élu référent : Frédéric Chonier

Chaque année, la Maison du tourisme propose un programme de formation à ses partenaires. Ce programme s'est renforcé depuis l'an passé car il est inscrit dans le Schéma d'accueil et de diffusion de l'information (SADI) financé par des fonds Leader. En 2025, 25 sessions de formation ont été organisées (278 participants à ce jour, il en reste 4) autour de la structuration suivante :

- Des podcasts thématiques : des sessions d'informations diffusées en numérique sur des actions de la Maison du tourisme.
- Des rencontres locales avec
 - o des journées de découverte du territoire
 - o des ateliers expérientiels visant à faire vivre des expériences
 - o des rencontres apéro chez de nouveaux partenaires pour créer du lien
- Des formations plus techniques en lien avec les missions de l'OT (accueil, communication, commercialisation)
- Des temps collectifs sous forme de forum pour imaginer ensemble le tourisme de demain.

Le détail du plan 2025 est consultable à l'adresse suivante : urlr.me/pAevbs

Il vous est proposé de renouveler le plan de formation pour 2026 en apportant quelques évolutions sur les aspects suivants :

Amplification des formations / actions dans le cadre de programme collectif

La Maison du tourisme engage de plus en plus de programmes d'actions thématiques en lien avec des réseaux d'acteurs dans le cadre de dynamiques collectives : plan de promotion mutualisé avec les sites touristiques majeurs et les 12 événements majeurs ; plan de promotion mutualisé avec les hébergements écoresponsables proposant des séjours bas carbone. En partenariat avec le syndicat mixte du PNR, elle pourrait également animer un réseau d'hébergements écoresponsables et/ou marqués Valeur Parc.

Pour 2026, il est proposé d'amplifier/structurer des actions de formation spécifique à ces dynamiques collectives visant à "créer en collectif". Exemples :

- stratégies marketing pour aider les sites touristiques majeurs à élaborer leur stratégie en lien avec le positionnement de la destination ;
- créations d'expériences pour les hébergements écoresponsables.

Thématiques

Il est proposé d'amplifier les thèmes des formations 2026 autour de la notion de tourisme durable que ce soit sur les aspects :

- écoresponsables (notion de bas carbone) ;
- mais également d'accessibilité (tourisme pour tous, tourisme et handicap).

Et d'imaginer pour la première année, une intervention spécifique auprès des restaurateurs autour du consommer local et du patrimoine culinaire visant à terme à : mettre en réseau les restaurateurs ; faire émerger un ou des plats emblématiques ; favoriser le consommer local ; améliorer la communication des restaurateurs.

Rencontres locales

Il est proposé

- de maintenir le principe des journées de découverte en intégrant une thématique pour apporter du contenu culture : ex. une journée sur le thème de la lecture de paysage.
- de supprimer les rencontres apéro chez de nouveaux partenaires qui n'ont malheureusement pas très bien fonctionné l'an dernier.
- de relayer les ateliers expérientiels mis en place par les prestataires, mais de les faire prendre en charge en totalité par les participants (sans contribution financière de la MDT).

Temps collectifs

- Le séminaire de lancement de saison pourrait se faire au Château d'Aulteribe avec une intervention musicale proposée par les Concerts de Vollore.
- Le forum d'automne pourrait être consacré au "tourisme pour tous".

L'assemblée décide à l'unanimité :

- d'adopter les principes ci-dessus du plan de formation des prestataires 2026 ;
- d'engager 10 000 € dont 5 760 € sont financés dans le cadre du programme Leader, sous réserve d'adoption du budget prévisionnel 2026 de la Maison du tourisme lors de sa prochaine assemblée générale ;
- d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.

II – BALADES NATURE ET PATRIMOINE 2026

Élu référent : Frédéric Chonier

Le développement des activités de découverte du patrimoine est un axe du schéma de développement de l'offre touristique durable du syndicat mixte du Parc naturel régional Livradois-Forez.

Le programme des balades nature et patrimoine, dont l'objectif est de faire connaître la qualité et la diversité du patrimoine culturel et naturel du Livradois-Forez via des médiateurs spécialisés, s'inscrit dans ce dispositif.

Il vous est proposé de le faire évoluer au cours des trois prochaines années autour des thématiques suivantes :

- en termes d'offres : concentrer l'offre sur des incontournables (proposer moins de sites différents mais augmenter les dates sur les sites importants - éviter la dispersion) ; développer le côté expérientiel, insolite et l'adaptation aux familles ; limiter la programmation en période estivale et la développer en ailes saison (à partir de 2027 : vacances de Pâques, WE de mai) ; développer la formation des guides en lien avec le syndicat mixte du PNR.

- en termes de public : augmenter la fréquentation, inciter la population locale et les élus locaux à participer à ces moments de rencontre.
- en termes de communication : amplifier la communication et développer des partenariats avec les collectivités locales.
- en termes d'organisation : impliquer l'ensemble des acteurs dans un projet plus collectif.

Spécifiquement pour 2026, il est proposé les évolutions suivantes :

Les balades aux sommets

L'an dernier, pour la première fois, des balades aux sommets étaient organisées. Le principe était d'observer la beauté du Livradois-Forez, sur les sommets, au coucher du soleil avec un temps de pause thématique (observation d'étoiles, conte, dégustation, musique). Il est proposé de maintenir ces balades en apportant les évolutions suivantes :

- o Les proposer sur 4 sites avec 4 dates sur chacun des sommets au lieu de 2 (soit 16 dates au lieu de 8).
- o Mieux étaler la programmation : plutôt un jour récurrent dans la semaine pour une meilleure répartition tout au long de l'été
- o Proposition de programmation
 - CCEDA : maintien du puy de Courcourt (gourmand)
 - Billom communauté : maintien du Turluron (musical)
 - ALF : maintien du col des Supeyres (étoilé)
 - TDM : Montoncel (plus facile d'accès que Rez de sol et Pierre Pamole) éventuellement avec un nouveau thème (lecture/conte avec le réseau Passeurs de mots).

Les visites guidées des villes et bourgs de caractère

- o Mettre en évidence les incontournables autour des bourgs de caractère (centres historiques, plus beaux villages de France, petites cités de caractère)
- o Faire évoluer les balades sur ces sites pour développer l'expérience visiteur, le côté familial, et proposer une activité complémentaire (visite d'un site inédit, rencontre d'une personnalité, etc.)
- o Développer des partenariats avec les communes pour qu'elles portent davantage cette programmation (information au conseil municipal, invitation des élus, communication, etc.)

Les balades "nature"

- o Centrer les visites sur les sites naturels incontournables (à identifier avec le PNR).
- o Développer la proposition de sorties nature où l'on "fait" : observer les oiseaux, faire son herbier, cueillir des plantes sauvages pour les cuisiner, etc.
- o Organiser 4 nouvelles balades "estives" financées par le PNR dans le cadre de l'année mondiale des estives.

Les tarifs seraient inchangés. Un supplément de 3 euros serait demandé pour les balades avec dégustation qualitative (vins, charcuterie, fromage, etc.).

Comme tous les ans un guide serait édité en 6 000 exemplaires. En concertation avec les guides, une réflexion pour augmenter les jauge seraient engagée.

Charges prévisionnelles

- Organisation des balades (guides, achats divers, etc.) : 13 000 € HT
- Edition d'un guide en version papier : 2 500 €
- Total : 15 500 €

Recette prévisionnelles

- Billets visiteurs : 2 500 €
- PNR (programme estive) : 1 000 €
- Autofinancement : 12 000 €

L'assemblée décide à l'unanimité :

- **d'adopter les principes du programme de balades nature et patrimoine pour 2026 ;**
- **d'engager 15 500 € pour l'organisation des balades et l'édition d'un guide, sous réserve d'adoption du budget prévisionnel 2026 de la Maison du tourisme lors de sa prochaine assemblée générale ;**
- **d'étudier en complément du rapport préparatoire une solution pour traduire ces visites pour des clientèles étrangères (ex : oreillettes convertibles par exemple, application Wevisit, etc.)**
- **d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.**

III - PLANS DE PROMOTION MUTUALISES

Élu référent : Alain Néron

La Maison du tourisme du Livradois-Forez propose depuis deux ans un plan de promotion mutualisé au profit de certains opérateurs touristiques. L'objectif est simple : mutualiser les moyens de communication entre les différents partenaires pour améliorer collectivement les performances de leur plan de communication respectif.

Ce plan est proposé :

- depuis 2024 aux sites touristiques incontournables et aux 12 évènements signataires du pack évènements ;
- depuis 2025 aux hébergements écologiques.

Il vous est proposé de renouveler l'opération avec quelques ajustements.

I – Plan de promotion mutualisée des sites incontournables et évènements majeurs

Structures pouvant être bénéficiaires :

- Les évènements majeurs signataires d'un pack évènements majeurs. Exemples 2025 : Festival de la Chaise-Dieu, Cyclo Les Copains, Pamparina, World Festival Ambert, Fourmofolies, Coutellia, Rencontres Arioso, Concerts de Vollore, Festival de Montpeloux, Foire à l'ail, Marché des potiers, Village des producteurs des sites remarquables du goût.
- Les sites touristiques incontournables :
 - o Les sites culturels : ville de Thiers, ville d'Ambert, ville de Billom, musée de la coutellerie de Thiers, Centre d'Art contemporain Le Creux de l'Enfer, musée de la céramique de Lezoux, Moulin Richard-de-Bas, Coq noir, Train touristique, Château d'Aulteribe, musée de la Fourme, abbaye de la Chaise-Dieu.
 - o les structures d'activités de plein air : station nature (ex : Parc d'activités nature de Prabouré), stations de ski (col de la Loge), acteurs proposant un réseau d'itinéraires labelisée FFC, FFCT ou CRTE (ex. : centres VTT, Boucle Dore, etc.)
- Réseaux touristiques partenaires. Exemples : Route des métiers, A pas de lynx, Sur les Pas de Gaspard, etc.

Conditions d'adhésion

- Souscrire un pack partenaire de la MDT.
- Être souscripteur de la marque Livradois-Forez et la valoriser.
- Faire un lien vers le site de la MDT.

Actions proposées :

- Pass découverte pour les sites culturels proposant des réductions à partir du 2ème achat. Une version numérique a été mise en place en 2025. Des améliorations seraient apportées en 2026.
- Affichage urbain dans les villes de proximité (Clermont-Ferrand et Lyon)
- Campagnes sponsorisées et posts boostés sur réseaux sociaux
- Publireportages (sélection de supports en fonction des besoins)
- Salons. Participation au Salon origine Auvergne.
- Formation. Il est proposé de mettre en place pour la première année, une formation / action collective pour aider les partenaires à élaborer leur stratégie marketing en lien avec le positionnement de la destination.

Il est proposé d'arrêter la prestation proposée l'an dernier pour réaliser des photographies et vidéos spécifiques à chacun des sites (trop chronophage).

II – Plan de promotion mutualisé des hébergements écologiques

Structures pouvant participer à ce plan :

- Les hébergements touristiques bénéficiaires d'un label ou d'une marque aux valeurs "environnementales" : Valeur Parc, Natitude, éco-gîte, Clef Verte, etc.

Conditions d'adhésion

- Souscrire un pack partenaire de la MDT.
- Être souscripteur de la marque Livradois-Forez et la valoriser.
- Être "réservable en ligne" ;
- Faire un lien vers le site de la MDT.

Engagement du prestataire

- Proposer un ou deux séjours (sous forme de suggestions ou de produits forfaitisés) à partir de son hébergement (au moins 3 jours/2nuits) à savoir un séjour "expérientiel" et/ou un séjour "bas carbone sans voiture".

Actions proposées

- Appui à la production : formation collective et appui technique individuel à la création d'expériences
- Promotion
 - o Campagnes sponsorisées et post boostés sur les réseaux sociaux
 - o Publireportage partagé (choix collectif d'un support)
- Appui à la commercialisation
 - o Mise en valeur du séjour sur une plateforme de vente en ligne.

III – Contribution financière des partenaires

Opération	Coût prévisionnel du programme	Principe contribution financière	Coût unitaire / prestataire
Pass découverte	2 000 € (évolution pass) 2 000 € (supports de communication)		150 €
Affichage urbain	14 000 € (valeur 28 000 €)	50 % de la valeur de l'impression et pose + 100 % conception par partenaire	2250 €
Post boosté Facebook	4 000 €	Financement 50/50 entre prestataire et MDT	75 €
Campagne numérique	2 000 €	Financement 50/50 entre prestataire et MDT	150 €

Achat d'espace presse	4 000 €	Financement entre le collectif des prestataires et MDT	50/50 Variable
Salons	4 000 €		300 € / comptoir

Coût et plan de financement prévisionnel :

- Coût total : 32 000 € (valeur 42 000 €) dont
 - o 6 000 € sont imputés sur la ligne budgétaire réseaux sociaux ;
 - o 4 000 € sont imputés sur la ligne budgétaire salons ;
 - o 22 000 € sont imputés spécifiquement au plan de promotion mutualisé
- Contribution prévisionnelle des partenaires : 20 000 €
- Contribution prévisionnelle de la MDT : 12 000 €

En moyenne, pour 1 euro investi, les partenaires bénéficient de plus de 2 euros de promotion.

Corinne MONDIN précise que le salon Origine Auvergne a enregistré cette année une belle fréquentation. Un stand mutualisé autour de la MDT ainsi que des prestataires isolés représentaient le Livradois-Forez. La destination était bien visible.

Marie-Paule DAUPHIN souligne que proposer, en tant que prestataire, une activité, un hébergement et de la restauration représente un investissement personnel important.

Pascal WILAND confirme qu'accompagner une activité et proposer la restauration et l'hébergement restent une charge lourde.

Helen SLIK fait part de son expérience, sur le bas carbone autour des thématiques cocooning et bien-être, relativement faciles à mettre en œuvre. Elle suggère de proposer ces séjours dans les périodes comme les ailes de saison pour alléger la charge de travail.

Marie-Paule DAUPHIN souligne le manque d'animation de Valeurs parc au cours des dernières années.

Corinne MONDIN précise qu'une personne a été recrutée au Parc pour relancer cette animation. Le label, initialement ouvert aux hébergeurs, devrait évoluer vers les activités à moyen terme.

Jean JALLAT soumet son questionnement sur le poids de l'affichage urbain face aux réseaux sociaux.

Helen SLIK souligne l'intérêt d'être présent sur plusieurs supports pour jouer de la complémentarité (affichage urbain, réseaux sociaux...).

Benoît BARRES rappelle que le nombre de vues liées aux actions du plan de promotion mutualisé est impressionnant. La MDT ne finance que la moitié de l'opération. Le projet rend accessible ce genre d'opération à des opérateurs qui n'en auraient pas les moyens seuls.

L'assemblée conclut à la nécessité de communiquer sur des supports variés.

L'assemblée décide à une abstention et 15 voix pour :

- d'adopter les principes du plan de promotion mutualisé 2026 ;
- d'engager 32 000 € pour l'organisation du plan de promotion mutualisé, sous réserve d'adoption du budget prévisionnel 2026 de la Maison du tourisme lors de sa prochaine assemblée générale ;
- d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.

IV – MISSION DE RELATIONS-MÉDIAS

Élu référent : Alain Néron

La communication de la destination nécessite une visibilité via différents médias (presses, influenceurs, etc.)

Depuis 2019, la Maison du tourisme s'appuie sur une double stratégie

- Le développement de relation avec la presse plutôt traditionnelle grâce à l'expertise d'une agence de relations médias pour faire rayonner le Livradois-Forez. Reportages TV, articles dans la presse nationale, sollicitations de magazines spécialisés, accueils de journalistes sur le terrain... chaque année, ce partenariat offre au territoire une visibilité précieuse et permet de renforcer son image auprès du grand public comme des professionnels.
- L'accueil d'influenceurs souvent assurés dans le cadre de partenariat avec des structures départementales ou régionales.

Pour 2026, il vous est proposé de poursuivre cette ambition. L'objectif : poursuivre un rythme soutenu de communication, renforcer les contacts presse et multiplier les opportunités éditoriales.

Budget prévisionnel 2026

- Mission de l'agence comprenant réalisation d'un dossier de presse et deux communiqués :
 - o 10 000 € HT
- Frais d'accueil d'influenceurs et de journalistes + frais techniques : 7 000 €
- Total : 17 000 € HT

François ANSEL précise qu'il n'est pas favorable à l'accueil d'influenceurs.

Benoît BARRES rappelle l'évolution des besoins de communication, notamment chez les jeunes, qui sont attentifs à ce type de contenus. Les influenceurs permettent de cibler de nouvelles communautés, plus affinitaires. La MDT observe une évolution de la fréquentation des publics par réseaux sociaux.

Pascal WILAND est favorable à diversifier les vecteurs de promotion.

Jean JALLAT témoigne de l'influence des réseaux sociaux sur la fréquentation des événements, en effet le Village des producteurs en a profité début décembre.

L'assemblée décide à l'unanimité :

- **d'engager la mission de relations-médias (presse et influenceur) 2026 pour un montant prévisionnel de 17 000 € HT, afin d'amplifier la présence médiatique du territoire ;**
- **d'autoriser la Présidente à signer toute convention afférente.**

V – REMARQUES DIVERSES

Des prestataires ont constaté une baisse de fréquentation pour les mois de septembre et octobre, contrairement au musée des sapeurs-pompiers, à Thiers, qui enregistre une hausse de 20% à cette période.

B – INFORMATIONS

V – BILAN DE LA FRÉQUENTATION DES BIT PENDANT LES VACANCES D'AUTOMNE

Élu référent: Frédéric Chonier

Au global, la fréquentation dans les BIT est en baisse : 32 actes d'accueil en moins soit -8 %. En nombre de visiteurs Billom est le bureau qui montre le plus de progression, suivi de Saint-Anthème. Courpière reste stable. Ambert est en légère baisse (- 7 %) et Thiers affiche une diminution plus marquée (- 43%). Les 3 bureaux principaux accueillent 85 % des visiteurs à cette période.

Nombre de contacts dans les BIT (guichet + téléphone)

	2025	2024	Évolution 2025/2024	
			en %	en nb
Ambert	98	117	- 16%	-19
Billom	120	106	13%	+14
Courpière	33	39	-15%	-6
Olliergues	3	0		+3
Saint-Anthème	35	32	9%	+3
Thiers	81	108	-25%	-27
Total général	370	402	-8%	-32

Nombre de visiteurs dans les BIT

	2025	2024	Évolution 2025/2024	
			en %	en nb
Ambert	180	194	-7%	-14
Billom	152	113	35%	+39
Courpière	42	42	0%	=
Olliergues	6	0		+6
Saint-Anthème	42	33	27%	+9
Thiers	184	322	-43%	-138
Total général	606	704	-14%	-98

VI – SCHÉMA D'ACCUEIL ET DE DIFFUSION DE L'INFORMATION : BILAN 2025

Élu référent : Frédéric Chonier

Le schéma d'accueil et de diffusion de l'information touristique (SADI) est consultable en ligne sur le site internet de la MDT : <https://urlr.me/BXJvMF>

Le programme des 4 années est présenté page 61.

Concernant 2025 et les actions envisagées :

Actions prévues	Taux de réalisation	Commentaires
Limitation du nombre de bureaux d'information touristique (7 au lieu de 9)	100 %	Nouvelle convention avec ALF
Aménagement d'un point d'information touristique (Lezoux)	100 %	Inauguration au printemps
Audit final démarche qualité	100 %	Rendu du rapport fin octobre.
Un pass découverte en version numérique	100 %	Mise en œuvre dans le cadre du plan de promotion mutualisé avec les sites majeurs (2 nouveaux partenaires en 2025 : Creux de l'Enfer, vélo rail Agrivap)
Un nouveau schéma de développement touristique de la destination tenant compte du SADI (signalisation notamment)	100 %	Finalisation du schéma de développement touristique en 2025. Vote en cours par les différentes collectivités partenaires.
Rédaction d'un cadre de partenariat (charte, convention) pour les RIT et PIT à partir d'un ou 2 sites test	En cours	Un peu de retard sur ces deux actions, suite à l'énergie consacrée à la démarche qualité
Du nouveau matériel pour les accueils "hors les murs"	Reporté à 2026	

Rappel du plan d'action 2026

Aménagement de 2 bureaux d'information même provisoire (Thiers et Courpière)
Obtention de la marque qualité tourisme + classement en catégorie 1
Contractualisation et développement du réseau de points d'information touristique et relais d'information touristique
Lancement du roadbook numérique
Une nouvelle collection d'affiches

VII – FORUM DES ACTEURS TOURISTIQUES

Élu référent : Frédéric Chonier

La Maison du tourisme a organisé le forum des acteurs touristiques sur le thème de tourisme de demain le jeudi 20 novembre à Saint-Gervais-sous-Meymont. L'idée ? Échanger entre élus, socio-professionnels, acteurs du changement et habitants autour des mutations du tourisme.

Au programme :

Jean Pinard – ancien directeur des Comités régionaux du tourisme d'Auvergne et d'Occitanie, aujourd'hui gérant du cabinet Futourism. « Comment anticiper le tourisme de demain ? Les défis à venir des territoires ruraux »

Marc Chaumeix – gérant de l'agence de communication Qui Plus Est - Communication et relations médias. "Attractivité territoriale et communication touristique."

Etienne Clair – chargé de développement économique du Parc naturel régional Livradois-Forez. Présentation du schéma de développement de l'offre touristique.

Plus de 70 personnes ont participé à cette journée.

VIII – BILAN DES VENTES 2025 CSE MICHELIN ET COMPARAISON AVEC LES ANNÉES PRÉCÉDENTES

Élu référent: Annick Forestier

Dans le cadre du partenariat engagé avec le CSE depuis 2021, la Maison du tourisme du Livradois-Forez propose des séjours WE en ailes de saison.

Tableau comparatif

	2021	2022	2023	2024	2025	Total
CA Printemps	18 030 €	21 577 €	26 575 €	32 189 €	27 554 €	125 925
CA Automne	31 404 €	29 588 €	46 448 €	44 459 €	24 253 €	176 152
CA Global	49 434 €	51 165 €	73 023 €	76 648 €	*51 808 €	302 078 €

La baisse des ventes en 2025 s'explique par la diminution de la prise en charge du CSE Michelin sur la vente des séjours (- 48%).

Perspectives d'évolution

- Anticiper une nouvelle baisse de la prise en charge du CSE Michelin sur les séjours pour les adhérents,
- Augmenter nos partenariats avec d'autres CSE (Limagrain en 2026),
- Pousser des produits journée et ½ journée en complément des séjours,
- Accentuer la création de produits expérientiels et durable correspondants au positionnement de la destination.
- Les mettre en avant sur le site internet de la destination.

IX – BILAN WORKSHOP CSE AUVERGNE RHÔNES-ALPES TOURISME

Élu référent: Annick Forestier

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme soutenu par l'ANCV a organisé le 4 novembre dernier une rencontre professionnelle type workshop dédié aux CSE au château de Ravatys dans le Beaujolais.

Étaient présents :

- 18 CSE : 2 Isère, 2 Loire, 6 Puy-de-Dôme, 6 Rhône, 1 Saône-et-Loire, 1 Savoie.
- 19 partenaires touristiques régionaux.

L'événement s'est déroulé sous forme de *speed dating*, permettant à chaque partenaire de rencontrer l'ensemble des CSE.

Eléments d'analyse :

- La présence de nombreux CSE, témoignant de leur volonté de découvrir de nouvelles idées touristiques à proposer à leurs adhérents,

- L'intérêt marqué pour la démarche du CSE Michelin, notamment autour de l'offre de courts séjours de proximité,
- Une forte demande à la fois pour des séjours et pour des journées destinées aux CSE situés près de la destination,
- Une recherche croissante d'offres expérientielles, axées sur la découverte et l'expérimentation.

X – BILAN RELATIONS PRESSE 2025 AVEC L'AGENCE QUI PLUS EST

Élu référent : Alain Néron

La Maison du tourisme accueille des journalistes. Certains en direct, d'autres via des partenaires (conseil départemental du Puy-de-Dôme, Auvergne Rhône-Alpes tourisme, etc.) ou alors via l'agence de presse Qui Plus Est avec laquelle elle a un partenariat.

Les publications réalisées grâce au partenariat avec l'agence Qui Plus Est sont les suivantes :

PRESSE ÉCRITE					
MÉDIA	DATE	TITRE	FORMAT	Lectorat	Equ. Pub
ESPRIT D'ICI	Janv/Fev 2025	De la couleur mine de rien	4 pages	280 290	30 400
CUISINE ACTUELLE	01/05/2025	L'ail rose de Sébastien Bourletias	1 page	134 601	14 300
ELLE LYON	10/07/2025	World Festival	1/6 page	1931000	500
		Cuvée Nature - Le			
ELLE LYON	24/07/2025	Brindезingue	1/6 page	1931000	500
					4 276 891 45 700
ARTICLES WEB					
MÉDIA	DATE	TITRE - LIEN	Lectorat	Equ. Pub	
Leparisien.fr	16/06/2025	« On marche, on pédale... » : vacances sans voiture, dans le Puy-de-Dôme goûtez aux séjours touristiques bas-carbone ! -	13 792 131		
Leparisien.fr	09/09/2025	« On peut repartir avec des pierres » : en Auvergne, le plus grand gisement d'améthystes d'Europe se visite -	13792131		
					27 584 262

Tous les articles et reportages parus en 2025 sont disponibles ici : <https://www.auvergne-livradois-forez.com/presse/on-parle-de-nous/>

XI - DEMARCHE QUALITE

Élu référente : Corinne MONDIN

I - Destination d'Excellence

La Maison du tourisme est officiellement détentrice du label Destination d'excellence depuis le 27/11/25.

Le rapport d'audit définitif a été communiqué à la MDT le 15/10/25. Il est présenté en annexe 1.

- Taux de conformité pilier Qualité : 89,70 % (attendu 85%)
- Taux de conformité pilier éco-responsable 91,49 % (attendu 60% en adhésion, 80% en renouvellement).
- La commission nationale doit se prononcer fin novembre. La MDT aura 6 mois à compter de la réception de ce mail pour fournir l'arrêté de classement de l'office de tourisme. (Soit fin mai)

II – Classement catégorie 1

Pour mémoire, le délai de traitement du dossier en préfecture est de 2 mois, la MDT doit transmettre le dossier complet fin mars 2026.

Les pièces justificatives portent majoritairement sur le bureau principal et les bureaux situés sur les communes qui souhaitent, à terme, candidater au classement station de tourisme. Les communes qui envisagent d'engager cette démarche doivent le faire savoir rapidement à la Maison du tourisme. Suite au dernier comité technique, les techniciens ont prévu de travailler sur le sujet.

Après échange avec la préfecture du Puy-de-Dôme, le bureau d'information touristique de Thiers est identifié comme bureau principal.

Le dossier sera construit en concertation avec le service réglementation de la préfecture du Puy-de-Dôme.

XII - MOUVEMENTS DE PERSONNELS

Élue référente : Corinne MONDIN

Départ

- Départ de Canelle PARIZE-GAUMET en date du 2 décembre 2025.

Absences

- 1 arrêt longue durée depuis le 11 décembre 2023
- 1 mi-temps thérapeutique du 15-07-2025 au 15-01-2026
- 1 congé maternité à compter du 1er octobre

Mouvement interne

- Marie Cornée est recrutée au poste de chargée de la valorisation des animations - conseillère en séjour. Prise de poste prévue en janvier 2026.

Recrutements en cours

- Recrutement d'un.e chargé.e RH en prévision du départ en retraite de Frédérique LE ROY (départ administratif au 30 juin). Jury de recrutement le 19 décembre. Prise de poste prévue en février 2026.
- Recrutement d'un.e chargé.e de la billetterie. Prise de poste prévue en janvier 2026.
- Recrutement d'un.e chargé.e de l'itinérance. Prise de poste au 1er mars ou 1er avril 2026 (sous réserve d'arrêté d'attribution du financement du programme Leader). Jury de recrutement le 19 décembre.

XIII - REMBOURSEMENT DES FRAIS DE DÉPLACEMENT DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Élue référente : Corinne MONDIN

Aucune demande de remboursement de frais de déplacement n'a été présentée depuis le dernier conseil d'administration.

CONSEIL D'ADMINISTRATION 09 DECEMBRE 2025 RÉSOLUTIONS

Nombre de participants à la réunion : 18

Nombre de votants présents : 13

Nombre de voix (présents et représentés) : 16

Le quorum d'1/2 de 28 (14) est atteint.

1ère RÉSOLUTION / Affaire I

Pour	16
Contre	0
Abstention	0

2ème RÉSOLUTION / Affaire II :

Pour	16
Contre	0
Abstention	0

3ème RÉSOLUTION /Affaire III:

Pour	15
Contre	0
Abstention	1

4ème RÉSOLUTION /Affaire IV :

Pour	16
Contre	0
Abstention	0