



CONSEIL D'ADMINISTRATION
MAISON DU TOURISME DU LIVRADOIS-FOREZ
Mardi 26 janvier 2016
COMPTE RENDU

Fait à Saint-Gervais-sous-Meymont,
le 1^{er} février 2016

Le secrétaire de la Maison du tourisme

Gérard LECOQ

PARTICIPANTS

Présents

Membres de droit

Josiane COMBRIS : communauté de communes du Haut-Livradois
Chantal FACY : communauté de communes du Pays de Cunlhat
Monique FERRIER : communauté de communes Entre Dore et Allier
Daniel FORESTIER : communauté de communes du Pays d'Ambert
Catherine MAZELLIER : communauté de communes du Pays de Courpière
Alain MOLIMARD : communauté de communes du Pays d'Olliergues
Corinne MONDIN : vice-présidente du Parc naturel régional Livradois-Forez
Nicolas PINAUD : communauté de communes de Billom St-Dier – Vallée du Jauron

Membres actifs

Bernard AUROY : président de Randonnée en Livradois-Forez,
Patrick BESSEYRE : président du syndicat mixte des activités de pleine nature des Crêtes du Forez
Karine BRUGNEAUX : Le Chalet des Gentianes
Nadine DENIS – Les Sentiers du Forez
Robert DURET : Mus'Énergie
Gérard LECOQ : Ana'chronique
Sylvain PERAUDEAU : Moulins à papiers du Val de Laga
Denis PINOT : La Forêt de l'Aventure
Anthony PLANAT : associations la Route des Métiers et Sur les pas de Gaspard
Michèle POURCHER : Domaine de la Siarre
Helen SLIK : La Paresse en Douce

Autres participants

Michel GONIN : président de l'Entente
Brigitte ARCIS : responsable du pôle administration de la Maison du tourisme du Livradois-Forez
Benoît BARRÈS : directeur de la Maison du tourisme du Livradois-Forez

Excusés

Tony BERNARD : président du Parc naturel régional Livradois-Forez
Gérard BÉRARD : communauté de communes de Billom St-Dier – Vallée du Jauron (pouvoir remis à Nicolas PINAUD)
Johan IMBERT : communauté de communes du Pays d'Ambert (pouvoir remis à Corinne MONDIN)

ORDRE DU JOUR

I - PÔLE PROMOTION ET COMMERCIALISATION

- 1 – Plan d'action marketing 2016
- 2 – Participation des partenaires aux opérations marketing 2016
- 3 – Partenariat avec les réseaux touristiques

II - PÔLE ACCUEIL – INFORMATION – ANIMATION

- 4 - Programme des balades nature et patrimoine 2016

III - PÔLE ADMINISTRATION

- 5 – Projet de modifications statutaires
- 6 – Bilan comptable 2015
- 7 – Budget prévisionnel 2016
- 8 – Cotisations 2016
- 9 - Plan de financement des opérations à venir

IV – QUESTIONS DIVERSES

I – PÔLE PROMOTION ET PÔLE COMMERCIAL

Élus référents : Nicolas PINAUD et Gérard LECOQ

Corinne Mondin informe qu'il y a eu quelques changements concernant les élus référents : Nicolas Pinaud garde la responsabilité du pôle commercial, Gérard Lecoq prend en charge le pôle promotion, en remplacement de Nicolas Pinaud.

1/ PLAN D'ACTION MARKETING 2016 DE LA MAISON DU TOURISME

ACTIONS		DATE	BUDGET (HT)
MARCHÉ GÉNÉRIQUE (COMMUNES, TOUTES LES JEUNESSES)			
Élaboration du plan marketing 2017-2019	Mission d'un cabinet spécialisé en marketing pour formaliser le plan marketing 2017/2019 notamment sur les aspects numériques	Rendu juin	14 000
Pack partenaire	Proposer de nouveaux services pour le pack 2017 (reportage vidéo ; actions de communication)	Automne	
Photothèque	Diversifier la photothèque (clubs photos, achats de photographies) et communiquer sur son existence		800
Site internet vacances-livradois-forez	Développement du site internet	Fin 2016	14 000
Webmarketing	Création et développement d'une page Facebook Achats de mots clés et référencement	Création en février	4 800
Éditions touristiques	Édition et diffusion de brochures Guide des activités (français) Guide des activités (anglais) Guide hébergements et restaurant (Fr/Gb) Carte tourisme et patrimoine Dépliant d'appel (nouveau)	Sortie des éditions pour le printemps	35 000
Lettres d'information numérique	Diffusion de 4 lettres d'information numérique/an sur des idées de vacances et séjours en Livradois-Forez aux clients, prospects et prestataires touristiques.	4 saisons	
Jouons collectif	Sensibilisation et fourniture d'un ensemble d'outils aux prestataires touristiques locaux pour qu'ils valorisent le Livradois-Forez : autocollant valorisant le site internet, éditions, accès à la photothèque, etc.	Printemps	500
MARCHÉ FRANÇAIS (TOURISME INDIVIDUEL)			
Relation presse	Plan médias. Démarchage et accueil de journalistes.	4 saisons	900
	Organisation d'une journée visite de terrain pour l'équipe "presse" du CRDT	Printemps	100
"Happy fourme"	Participation à 3 opérations Happy-fourme en partenariat avec le SIFAM sur les places publiques de grandes villes françaises (Nantes, Lyon, Marseille)	Automne	1 000

Jeu concours Facebook	Jeu concours sur la page Facebook du Comité régional : "On a testé pour vous". Mise en valeur de 3 offres packagées "Livradois-Forez" (2 été, 1 hiver)	1 hiver / 2 été	
Guides touristiques nationaux	Diffusion d'une lettre d'information annuelle à l'ensemble des guides touristiques nationaux	Eté	
CLIENTÈLES DE PROXIMITÉ - le groupe			
Conception et réalisation d'un catalogue pour les groupes (excursions à la journée) et pochette commerciale	Création et diffusion d'un catalogue "excursions groupe".	Automne	1 300
Newsletter commerciale	Création d'une newsletter spécifique auprès des fédérations départementales, clubs des aînés ruraux et autocaristes	Juin Septembre	
Prospection de clientèles potentielles	. Référencement dans les catalogues autocaristes . Participation aux "assemblées générales" de la fédération des aînés ruraux du Puy-de-Dôme et de la Loire	Printemps et automne	500
Eductour en Livradois-Forez	Invitation des autocaristes à découvrir le Livradois-Forez	Automne	700
CLIENTÈLES DE PROXIMITÉ - le régional, individuel			
Guides touristiques locaux estivaux : achat d'espaces publicitaires et apport de contenus	Partenariat avec 4 supports : Version Fémina, Le petit gourmet, Le p'tit Bouzou, Le guide estival de La Gazette Thiers-Ambert	Printemps / été	1 500
Journées du Livradois-Forez à Clermont-Ferrand	Opération "coup-de-poing" à Clermont-Ferrand associant des espaces de présentation des acteurs touristiques, des animations, une campagne dans les restaurants d'entreprise, une campagne de communication (affichage, diffusion de flyers, presse)	Printemps	24 000
CLIENTÈLES DIVERSES - ZONE DE PROXIMITÉ			
Blog outdoor "live.auvergne-tourisme.info"	Commande d'un reportage auprès d'un blogueur "expert" valorisant un produit de randonnée itinérante (VTT ou Tour de Pays)	Printemps	350
Salon du Randonneur (Lyon)	Stand spécifique Livradois-Forez. Participation possible (payante) de partenaires	Printemps	3 500
Campagne de communication "hiver" du Comité régional	Participation à la campagne en valorisant l'offre locale "hiver"	Lancement de la campagne en octobre	
CLIENTÈLES DIVERSES			
Séjours scolaires (programme du CRDT)	Valorisation de l'offre séjour scolaire dans : . catalogue "Classes de découverte Auvergne" . campagne d'e-mailing régional Action menée sous réserve d'un co-financement de l'association <i>Sur les Pas de Gaspard</i> (750 €)	Printemps	750
Excursions à la journée	. Conception d'un « catalogue scolaire » Livradois-Forez pour les sorties de fin d'année . Démarchage des écoles de proximité . Accompagnement de l'association "Sur les pas de Gaspard" à une journée promotionnelle	Septembre (catalogue) Décembre (démarchage)	1 000

7. LES ECO-RESPONSABLES			
1 "salon écologique" ("Tatou Juste", Saint-Etienne)	Stand spécifique Livradois-Forez. Participation possible (payante) de partenaires	Automne	500
Achat d'un espace publicitaire	Achat d'un espace publicitaire dans le magazine "A NOUS LYON" (tirage : 40 000 ex)	Eté	2 300
Communiqué de presse "Eco-séjours-Slow Food"	Rédaction et diffusion d'un communiqué de presse annuel sur l'actualité "Eco-séjours-Slow Food" du territoire	Automne	
Création de séjours durables et vente sur des plateformes spécialisées	. Création et valorisation d'un séjour "durable" sur le site internet <i>Voyager autrement</i> en partenariat avec les parcs naturels du Massif central (IPAMAC) . Création d'un produit journée sans voiture promu par le CRT Rhône Alpes Auvergne (en partenariat avec IPAMAC)	Automne	
8. MARCHÉS ÉTRANGERS			
Promotion sur les marchés étrangers	. Promotion sur les sites internet du CRDT traduits en néerlandais, allemand et anglais . Organisation de rencontres déjeuner avec les prestataires d'origine néerlandaise (en partenariat avec le Comité régional)	Hiver-printemps	
Guides touristiques internationaux	Diffusion d'une lettre d'information annuelle à l'ensemble des guides touristiques étrangers (traduction en anglais, allemand, néerlandais)	Eté	
Accueil de journalistes étrangers en Livradois-Forez	Prise en charge et accompagnement d'accueils de presse en partenariat avec le Comité régional	Selon demandes ou opportunités	900
9. CHEMINEMENTS LOCALS ET RÉGIONAUX			
Excursions estivales	Création d'un catalogue et vente d'excursions estivales		800
Présentation du territoire lors d'événements locaux importants	Stand Maison du tourisme lors d'événements (ex : Fourmofolies, salon des sites remarquables du goût, Ronde des Copains, etc.)	Selon dates des manifestations	500
Kit du congressiste	Fourniture de kits du congressiste comprenant : documentations touristiques ; livret "nature en découverte" du Parc ; une affiche, etc.	Selon les opérations	

Synthèse financière

COMMERCIALISATION	5 050 €
Opérations commerciales (éductours, campagne, etc.)	1 200 €
Outils commerciaux (catalogues)	3 850 €
PROMOTION	104 150 €
Stratégie (marketing et e-tourisme)	14 000 €
Site internet et webmarketing	18 800 €
Éditions	35 000 €
Presse (accueil, achat d'espaces)	5 700 €
Opérations de communication diverses (salons, journées du LF)	30 650 €
TOTAL	109 200 €

Après présentation du projet de plan d'action ci-dessus par Gérard Lecoq et Nicolas Pinaud, quelques informations complémentaires sont apportées par les participants :

- le club photos d'Ambert « Instant et lumière » met à disposition gracieusement son fonds photographique pour la photothèque de la Maison du tourisme et pour les prestataires touristiques du territoire.
- les lettres d'information de la Maison du tourisme ont été appréciées par les prestataires, prospects et résidents secondaires.
- la Maison du tourisme devrait vérifier si elle ne pourrait pas bénéficier d'un DLA (dispositif local d'accompagnement, etc.) pour faire financer certaines actions dont l'étude stratégique marketing.

Le conseil d'administration :

- adopte le contenu du plan d'action commercial 2016
- faits les suggestions suivantes :
 - o Relation presse : prévoir, dans le cadre de la politique d'achats d'espaces auprès de la presse locale de communiquer sur le support **Central Parc**.
 - o Journées du Livradois-Forez :
 - mieux étudier les différentes possibilités d'outils de communication pour faire connaître l'opération (ex : communication sur les espaces abribus) ;
 - voir comment permettre aux artisans et producteurs de vendre leurs produits sur place ;
 - étudier la possibilité de développer l'opération sur une place du centre-ville en la couplant éventuellement avec les Journées de l'Europe.
 - faire en sorte que l'opération puisse bien valoriser le territoire et pas uniquement les offres individualisées des prestataires touristiques.
- autorise la Présidente à signer toute convention à intervenir.

2/ PARTICIPATION DES PARTENAIRES AUX OPÉRATIONS PROMOTIONNELLES 2016

Les opérations du plan marketing visent à valoriser les prestataires touristiques du territoire ayant souscrit au pack partenaire. Hormis leur contribution au pack partenaire, aucune participation complémentaire ne leur serait demandée, sauf pour les opérations suivantes :

ACTIONS	PARTENAIRES	CONTRIBUTION
Catalogue scolaire Auvergne Présence sur le catalogue groupe séjours scolaires du CRT et participation à la campagne d'e-mailing national	Sur les Pas de Gaspard	750 €
Salon du Randonneur (Lyon)	. Partenaires et réseaux touristiques ayant souscrit à un pack . Offices de tourisme des territoires associés	850 € pour 3 jours ou 300 €/jour
Salon Tatou juste (Saint-Etienne)	. Partenaires et réseaux touristiques ayant souscrit à un pack . Offices de tourisme des territoires associés	60 €

Nota : la participation aux journées du Livradois-Forez et aux opérations Happy fourme (sous réserve, avec limitation du nombre d'inscrits) est gratuite pour les réseaux et les partenaires de la Maison du tourisme ainsi que pour les offices de tourisme des territoires associés.

Le conseil d'administration :

- adopte les modalités de participation des partenaires pour les opérations promotionnelles 2016 suivant les principes ci-dessus ;
- maintient le principe de gratuité pour les prestataires pour l'opération Journées du Livradois-Forez.

3/ PARTENARIAT AVEC LES RÉSEAUX TOURISTIQUES

En 2015, le pack partenaire était ouvert aux structures individuelles et non aux réseaux touristiques. Il est proposé de créer pour 2016 un pack spécifique pour les groupements, les collectifs, les associations de prestataires touristiques pour mieux répondre à leur demande.

Structures concernées

Tous les groupements, les collectifs, les associations de prestataires touristiques ayant tout ou partie (au moins 70 %) de leurs prestataires touristiques membres sur le périmètre d'intervention de la Maison du tourisme du Livradois-Forez.

Contenu du pack

PRESTATIONS
VALORISATION DU RÉSEAU SUR LE SITE INTERNET DE LA MAISON DU TOURISME. Présentation détaillée du réseau sur le site internet (pages en français) avec : coordonnées complètes ; mention du site internet ; descriptif ; photographies.
En complément d'une information générique, UNE PAGE DE PUBLICITÉ DANS LE GUIDE « HÉBERGEMENTS ET RESTAURANTS » ET/OU LE GUIDE « ACTIVITÉS » (en fonction de l'activité du réseau) sauf 2^{ème} et 4^{ème} de couverture
DIFFUSION DE LA DOCUMENTATION DU RÉSEAU DANS LES BUREAUX D'INFORMATION DE LA MDT. Diffusion et gestion des documentations en accès libre auprès des bureaux d'information de votre choix.
DIFFUSION DE LA DOCUMENTATION DU RÉSEAU VIA LES BOURSES D'ÉCHANGE DE DOCUMENTATIONS (43, 63, 42, 03).
VALORISATION DU RÉSEAU SUR LA PAGE FACEBOOK DE LA MAISON DU TOURISME. Rédaction et diffusion d'un billet concernant votre réseau (une fois par an), à condition que vous ayez une actualité à présenter.
PARTICIPATION DU RÉSEAU AUX OPÉRATIONS SUIVANTES : JOURNÉES DU LIVRADOIS-FOREZ OPÉRATIONS HAPPY FOURME (sous réserve)

Ces groupements pourraient bénéficier en complément (au même titre que les bénéficiaires individuels du pack) :

- du service billetterie ;
- des prestations à la carte du pack partenaire.

Tarifs

- Pour les réseaux membres de la Maison du tourisme : 300 € HT (supplément d'un recto pour la page de pub : 150 € HT)
- Pour les réseaux non-membres de la Maison du tourisme : 600 € HT

Le conseil d'administration :

- adopte les principes, le contenu et les tarifs du pack partenaire ;
- autorise la Présidente à signer toute convention à intervenir.

III – PÔLE ACCUEIL – INFORMATION - ANIMATION

Élue référente : Josiane COMBRIS

4 - PROGRAMME D'ANIMATIONS 2016 : VISITES GUIDÉES ET BALADES NATURE ET PATRIMOINE

La Maison du tourisme du Livradois-Forez développe et gère une offre d'animations touristiques en lien avec les spécificités du territoire.

Après une année de fonctionnement, il vous est proposé un programme de visites guidées et de « Balades nature et patrimoine » intégrant de nouvelles thématiques tout en maintenant des rendez-vous incontournables. L'ensemble de la programmation serait réservable en ligne sur le site internet et au comptoir des 8 bureaux d'information touristique de la MDT.

Pour rappel, la MDT assurera la promotion de l'ensemble des « Balades nature et patrimoine » du territoire classé parc naturel.

Tarification 2016

- Tarif 1/visite guidée d'une durée de 1h-2h (visite de site, d'édifice, de ville, de bourg) : 5 € par adulte ; tarif réduit : 3 € ; gratuit pour les moins de 12 ans.
- Tarif 2/visite guidée et balade accompagnée d'une durée de 2 h 30/3 heures : 6,50 € par adulte tarif réduit : 3 € ; gratuit pour les moins de 12 ans
- Tarif 3/visite « excursion » d'une durée de 3 h 30 transport compris : tarif unique 10 € (8 places maximum).

Tarif réduit à 3 € pour :

- 12-17 ans ;
- étudiants ;
- demandeurs d'emploi.

Réduction de 10 % accordée aux détenteurs de la carte CEZAM.

La seule modification proposée par rapport à 2015 est d'intégrer au tarif réduit : les étudiants et les demandeurs d'emploi.

Programmation 2016

Le tableau ci-joint détaille la programmation 2016 à laquelle manquent à ce jour les visites théâtralisées de Billom.

Bureau d'information touristique	Nom de l'animation	Tarif	Intervenants	Nombre 2016	Coût
CUNLHAT	Derrière les pommes	2	Prestation externe	2	300 €
	Balade botanique Cunlhat	2	Prestation externe	2	250 €
	À la découverte des chauves-souris : Domaize	2	Prestation externe	2	295 €
COURPIÈRE	Courpière : bourg de caractère	1	Guide MDT	7	
	Dore, la surprenante	2	Prestation externe		360 €
LEZOUX	Lezoux entre patrimoine et fontaines	1	Guide MDT	4	
	Lezoux archéologique	1	Guide MDT	3	
OLLIERGUES	Visite du bourg	1	Guide MDT	3	
	Visite nocturne	2	Guide MDT	3	
LIVRADOIS PORTE D'AUVERGNE	L'étang et la forêt	2	Prestation externe	2	300 €
	Balades raquettes	Autres	Prestation externe	2	280 €
	Dans les petits papiers du pisé	1	Guide MDT	2	
BILLOM	Laissez-vous conter Billom	1	Guide MDT	17	
	Laissez-vous conter St-Dier d'Auvergne	1	Guide MDT	3	
	Les forts villageois	2	Guide MDT	2	
	La vallée du Miodet	2	Guide MDT	4	
	Église de Glaine-Montaigut	1	Guide MDT	1	
	Visites-excursions art roman	3	Guide MDT	4	
MONTAGNE THIÉROISE	6 balades nature				
	3 balades patrimoine				
	4 balades eau, pêche		4 prestations	15	2 800 €
	2 balades environnement	2	externes		
TOTAL				78	4 585 €

Le conseil d'administration :

- adopte ce programme des animations 2016, les tarifs 2016 et le budget prévisionnel ;
- autorise la Présidente à signer toute convention à intervenir.

IV – PÔLE ADMINISTRATION

5 – MODIFICATIONS STATUTAIRES

Élue référente : Corinne MONDIN

La Maison du tourisme va devoir modifier ses statuts pour l'année 2016 en sachant que de nouveaux statuts seront également à prévoir en 2017 compte tenu de la loi NOTRe et de la nouvelle réorganisation des collectivités locales.

1. Principes des modifications à prévoir

a) Intégration de nouvelles collectivités membres de droit

2 nouvelles communautés de communes ont délibéré pour adhérer à la Maison du tourisme :

- la communauté de communes de la Montagne thiernoise en date du 19 octobre 2015 ;
- la communauté de communes Entre Allier et Bois Noirs en date du 4 janvier 2016.

b) Collège des membres actifs

Actuellement le collège des membres actifs est ouvert à des réseaux de prestataires et à des représentants de prestataires touristiques. Cette solution ne semble cependant pas être tout à fait en règle avec la loi car les représentants des branches « hébergements » et « activités » ne représentent dans les faits aucun organisme. Étant entendu qu'il n'existe pas d'organismes représentatifs de l'ensemble des types d'acteurs touristiques du territoire, la proposition serait donc de faire adhérer directement les prestataires touristiques à la Maison du tourisme.

c) Autres modifications

Changement de région (article 6)

Le changement de région implique d'apporter une petite réactualisation à la liste des membres partenaires avec voix consultative (article 6) en remplaçant le « Comité régional de développement touristique d'Auvergne » par le « Comité régional de développement touristique de la région de rattachement ».

Entente (article 1)

L'Entente est actuellement seulement mentionnée dans le préambule des statuts qui n'a aucune valeur juridique. Il est donc proposé de rajouter son existence à l'article 1 des statuts.

Intégration de l'ancien règlement intérieur au sein des statuts (article 10)

Les conditions de représentation des membres au CA étaient présentées dans un règlement intérieur. Compte tenu des changements qui vont de toute façon devoir être faits pour 2017, il est aussi simple d'intégrer ces considérations au sein des statuts.

2. Projet de modifications statutaires

Le projet des nouveaux statuts est présenté en annexe.

Le conseil d'administration valide les projets de statuts pour qu'ils puissent être présentés à l'Assemblée générale extraordinaire prévue le 23 février.

6 – BILAN COMPTABLE 2015

Élue référente : Monique FERRIER

Le projet de bilan comptable est diffusé en séance (voir document annexe).

Le conseil d'administration adopte les projets de bilan 2015 et de compte de résultat 2015 pour le présenter à la prochaine Assemblée générale ordinaire 2016.

7 – BUDGET PRÉVISIONNEL 2016

Élue référente : Monique FERRIER

Le budget prévisionnel 2016 est présenté en séance.

Le conseil d'administration adopte le projet de budget pour le présenter à la prochaine Assemblée générale ordinaire 2016.

8 – COTISATIONS 2016

Élue référente : Monique FERRIER

Les nouveaux statuts 2016 vont engendrer de nouvelles modalités de fonctionnement. Les prestataires touristiques vont donc adhérer à la Maison du tourisme. Il est donc nécessaire de clarifier ce qui relève de l'adhésion et ce qui relève de la prestation dans le cadre du pack.

1. La différence entre cotisation et prestation de service

Offices de tourisme de France et la démarche qualité invitent à proposer et clarifier ce qui relève de la cotisation et ce qui relève de la prestation de service.

Cotisation	Prestation de service (pack partenaire)
<u>Définition de la cotisation</u> C'est une somme d'argent versée par les personnes souhaitant adhérer à l'office de tourisme (individuelles, professionnelles, associations, ...).	<u>Définition</u> La prestation de services peut-être proposée par l'office de tourisme à un professionnel, adhérent ou non . Cela permet d'offrir aux professionnels des prestations payantes de type promotionnelles.
La cotisation n'est que l'adhésion à l'objet social de l'association.	
<u>Conséquences de l'adhésion par la cotisation :</u> - délibérer, participer au débat de l'A.G ;	<u>Exemples :</u> - insertion dans les brochures de l'office de

<ul style="list-style-type: none"> - participer aux réunions ; - voter (élection des membres du C.A., approbation des bilans, rapports et projets ; - faire acte de candidature pour être élu au C.A. <p><u>Adhérer, c'est :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - soutenir l'office de tourisme dans son investissement dans les missions d'accueil, d'information, de promotion.... ; - avoir la possibilité de participer à des réflexions thématiques ; - pouvoir afficher une vitrophane indiquant son partenariat avec l'office de tourisme et par là même son implication dans la dynamique locale. 	<p>tourisme</p> <ul style="list-style-type: none"> - promotion pendant les salons - promotion sur le site internet de l'office avec lien vers le site internet du demandeur - insertions publicitaires dans les outils de communication de l'office - mise en libre-service de la documentation <p><u>Avantages pour l'office :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - valoriser son rôle de vitrine du territoire - augmentation de son autofinancement - pouvoir toucher des professionnels hors zone de compétence
---	--

1. Cotisations 2016

L'objectif est de ne pas impacter le budget des prestataires touristiques et des réseaux. Il s'agira donc simplement d'informer les prestataires touristiques et les réseaux touristiques que leur souscription au pack partenaire comprend pour cette année également leur cotisation à la Maison du tourisme. Pour cette année donc, leur souscription au pack les fait devenir automatiquement membre de la Maison du tourisme.

Cotisation des prestataires touristiques individuels	20 €
Cotisation des réseaux touristiques	50 €

NB : pas de TVA sur les cotisations.

Le conseil d'administration adopte les montants de ces cotisations pour les présenter à la prochaine Assemblée générale ordinaire.

9 – SOLLICITATIONS DE FINANCEMENT

Élue référente : Corinne MONDIN

Dans le cadre des différents programmes d'actions prévus, la Maison du tourisme va devoir déposer les dossiers de financement. Il vous est proposé d'adopter les nouveaux plans de financement des différentes opérations pour 2016. Ces opérations seront réalisées sous réserve d'adoption du plan d'actions et du budget prévisionnel 2016 par l'Assemblée générale.

1. Développement de l'e-tourisme

La Maison du tourisme souhaite redéfinir sa stratégie marketing pour la période 2017-2019 en la déclinant notamment sur les aspects numériques. Seront ensuite déclinées : une évolution de son site internet et la mise en œuvre d'opérations marketing. La MDT solliciterait pour cela un cabinet d'ingénierie marketing et une agence Web.

Dépenses prévisionnelles HT : 40 000 €

- Stratégie : 14 000 €
- Stagiaire : 2 400 €
- Évolution du site internet : 14 000 €
- Rédaction de contenus « randonnée » : 4 800 €

- Actions de webmarketing : 4 800 €

Recettes prévisionnelles HT

- Conseil régional (contrat Auvergne +) : 16 000 €
- Leader : 14 000 €
- MDT (20 %) : 10 000 €

Le conseil d'administration :

- **adopte le contenu et le plan de financement prévisionnel de l'opération ;**
- **autorise la Présidente à déposer les dossiers de demande de financement nécessaire.**

2. Équipements numériques pour le travail en réseau entre les bureaux d'information

Du fait de son éclatement en 9 sites (8 bureaux d'information et le siège) la Maison du tourisme a besoin de mettre en place des outils de partage dans différents domaines :

- partage d'informations entre les bureaux (ex : serveur) ;
- acquisition d'outils de gestion commerciale pour les boutiques, la gestion des encaissements et de la facturation ;
- acquisition d'outils pour la gestion des ressources humaines (planning, congés, etc.) ;
- sauvegarde et sécurisation des données partagées ;
- harmonisation des adresses mails.

La mission d'un coach Web a permis de définir l'ensemble des équipements nécessaires.

Dépenses prévisionnelles : 30 000 € HT.

Recettes prévisionnelles :

- Leader : 24 000 €
- MDT : 6 000 €

Le conseil d'administration :

- **adopte le contenu et le plan de financement prévisionnel de l'opération ;**
- **autorise la Présidente à déposer les dossiers de demande de financement nécessaire.**

3. Valorisation des animations du territoire

La Maison du tourisme met en place tout un programme de développement et de valorisation des patrimoines au profit des habitants et des clientèles touristiques. Elle organise des « Balades nature et patrimoine » et des visites guidées. Elle édite également des supports de valorisation et de sensibilisation sur les richesses patrimoniales du territoire.

Dépenses prévisionnelles HT : 52 500 €

- Organisation de visites guidées du territoire : 13 500 €
- Édition de 2 guides festivités / animations (1 automne/hiver ; 1 été) : 14 000 €



- Édition d'un guide des activités : 25 000 €

Recettes prévisionnelles

- Leader : 20 000 €
- Contribution des participants aux visites guidées du territoire : 3 750 €
- Autofinancement : 28 750 €

Le conseil d'administration :

- **adopte le contenu et le plan de financement prévisionnel de l'opération ;**
- **autorise la Présidente à déposer les dossiers de demande de financement nécessaire.**

4. Organisation d'un événement promotionnel du territoire « Les journées du Livradois-Forez » à Clermont-Ferrand

Dans le cadre de son plan marketing, la Maison du tourisme souhaite organiser un événement promotionnel du territoire - « Les Journées du Livradois-Forez » à Clermont-Ferrand -, qui a pour objectifs :

- de promouvoir les atouts du territoire auprès de la clientèle de proximité ;
- d'inciter les Clermontois à passer à l'est.

Le principe serait de :

- présenter de façon attractive et vivante les potentialités touristiques du Livradois-Forez auprès des clientèles de proximité ;
- profiter de ce type d'événement pour fédérer l'ensemble des prestataires touristiques volontaires et en profiter pour les inciter à construire des offres spécifiques « courts séjours » pour les marchés de proximité.

Date : avril, mai et juin 2016

Dépenses prévisionnelles HT : 24 000 €

- Outils de communication (affichage, flyers, diffusion) : 17 000 €
- Stagiaire : 1 600 €
- Logistique, location espace, frais divers : 5 400 €

Recettes prévisionnelles

- Leader : 19 200 €
- MDT : 4 800 €

Le conseil d'administration :

- **adopte le contenu et le plan de financement prévisionnel de l'opération ;**
- **autorise la Présidente à déposer les dossiers de demande de financement nécessaire.**

V – QUESTIONS DIVERSES

1. Convocation et rapport préparatoire.

Le conseil d'administration :

- décide, sur proposition d'Anthony Planat, de transmettre les rapports préparatoires et les comptes rendus également aux présidents des réseaux ;
- souhaite, sur proposition de Daniel Forestier, que les rapports préparatoires puissent être envoyés si possible en même temps que les convocations par papier et non pas courriel.

2. 4ème de couverture des documents

Le conseil d'administration décide, sur proposition de Monique Ferrier, de modifier la présentation des bureaux d'information touristique sur les 4^{èmes} de couverture des éditions de la Maison du tourisme.

Il est convenu les modifications suivantes :

- remplacer « Bureaux d'informations touristiques de la Maison du tourisme du Livradois-Forez » par Maison du tourisme du Livradois-Forez
Liste des bureaux d'informations touristiques
- supprimer les noms des bureaux d'information touristiques et présenter chacun des bureaux de la façon suivante :

LEZOUX

~~Bureau d'information touristique Entre Allier et Bois Noirs~~
16, rue du Maréchal Leclerc,
Etc...

3. Valorisation du logo MDT sur les dépliants des prestataires partenaires

Chantal Facy informe qu'elle a été sollicitée par un prestataire qui demande l'accord de la Maison du tourisme pour mentionner le logo de la Maison du tourisme sur un dépliant de communication.

Le conseil d'administration :

- considère l'intention intéressante ;
- décide que le bureau devrait, au préalable, travailler sur une proposition permettant de clarifier le droit d'usage de la marque « MDT ».

- **refuse en attendant, pour cette année 2016, toute utilisation du logo « MDT » par un acteur touristique privé, même partenaire.**

4. Pass musées

Sylvain PERRAUDEAU présente le projet de « pass » entre 4 sites touristiques (Maison de la fourme, Mus'énergie, Richard de Bas, Musée de l'école 1900) : mise en place d'un billet commun à l'échelle des 4 structures pour un prix de 19,90 euros. Il sollicite la Maison du tourisme pour vendre ce pass sans que la commission habituelle (5%) puisse être appliquée au moins pendant la première année considérant que :

- l'initiative regroupe plusieurs acteurs et pourrait faire effet de boule de neige auprès d'autres prestataires touristiques du territoire ;
- l'effort financier des 4 structures est déjà important, le prix du billet incluant déjà une réduction de plus de 5%.

Jugeant le projet intéressant et après examen de différentes alternatives, le conseil d'administration :

- **décide d'appliquer les règles actuelles de commissionnement commercial pour maintenir le principe d'homogénéité et d'équité vis-à-vis des autres acteurs du territoire et d'éviter de créer un différend ;**
- **rappelle qu'elle peut proposer au lieu du système de commissionnement à 5%, celui des gratuités (à savoir 1 gratuité pour 19 billets vendus).**

CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA MAISON DU TOURISME / RÉSOLUTIONS

Le quorum est atteint : 19 administrateurs ayant voix délibérative sont présents et 2 pouvoirs sont remis (21 votants).

AFFAIRE 1 : Plan d'action marketing 2016

Pour	21
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE 2 : Participation des partenaires aux opérations marketing 2016

Pour	21
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE 3 : Partenariat avec les réseaux touristiques

Pour	21
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE 4 : Programme des balades nature et patrimoine 2016

Pour	21
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE 5 : Projet de modifications statutaires

Pour	21
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE 6 : Bilan comptable 2015

Pour	21
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE 7 : Budget prévisionnel 2016

Pour	21
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE 8 : Cotisations 2016

Pour	21
Contre	0
Abstention	0

AFFAIRE 9 : Plan de financement des opérations à venir

Pour	21
Contre	0
Abstention	0