



CONSEIL D'ADMINISTRATION

MAISON DU TOURISME DU LIVRADOIS-FOREZ

JEUDI 6 DECEMBRE 2018

COMPTE-RENDU

SAINT-GERVAIS-SOUS-MEYMONT

Fait à Saint-Gervais-sous-Meymont,
le 21 décembre 2018

La Présidente de la Maison du tourisme

Corinne MONDIN

PARTICIPANTS

Présents

Membres de droit

Gérard BERARD : communauté de communes Billom Communauté
Françoise BERNARD : communauté de communes Billom Communauté
Tony BERNARD : parc naturel régional Livradois-Forez
Michel BRAVARD : communauté de communes Ambert Livradois-Forez
Josiane COMBRIS : représentante de la communauté de communes Ambert Livradois-Forez
Jean-Claude DAURAT : communauté de communes Ambert Livradois-Forez
Monique FERRIER : communauté de communes Entre Dore et Allier
Bernard GARCIA : communauté de communes Thiers Dore et Montagne
Michel GONIN : communauté de communes Thiers Dore et Montagne
Josiane HUGUET : communauté de communes Entre Dore et Allier
Bernard LORTON : parc naturel régional Livradois-Forez
Corinne MONDIN : Parc naturel régional Livradois-Forez
Martine MUNOZ : communauté de communes Thiers Dore et Montagne
Patrice ROYET : communauté de communes Billom Communauté

Membres actifs

Bernard AUROY : Randonnée en Livradois-Forez, pouvoir remis à Jean Jallat
Marc CORMIER : jasserie et éco yourtes « Les Airelles »
Arnaud DE CADIER DE VEAUCE : château des Martinanches
Valérie GOBILLARD : le clos Goëlle
Gérard LECOQ : centre de ressources et chambres d'hôtes « Ana'chronique »
Christine MILLER : chambres d'hôtes « Le moulin de la Passerelle »
Alain NÉRON : Gîtes « Domaine du Faux Martel »
Helen SLIK : chambres d'hôtes « La Paresse en Douce »
Alain TARASSON : Association sur les Pas de Gaspard
Gilles VAYSSIÈRE : gîtes et yourte « La Clef des Puys ».

Autres participants

Brigitte ARCIS : Maison du tourisme
Benoît BARRÈS : Maison du tourisme
Christophe CHAVAROT : Maison du tourisme

Excusés / absents

Jean JALLAT : association « Les Champs d'ail de Billom », pouvoir à Alain NÉRON
Sylvain PERAUDEAU : Moulin Richard de Bas, pouvoir à Helen SLIK
Stéphane LIMOUSIN : chambres d'hôtes « Ailleurs »
Florent MONEYRON : communauté de communes Entre Dore et Allier
Christophe PILLIERE : Hôtel restaurant « Les Voyageurs »
Anthony PLANAT : Association Route des Métiers

ORDRE DU JOUR

A – AFFAIRE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Pôle administration

I - Orientations 2019

II - Informations sur les conventions entre la Maison du tourisme et les collectivités locales.

III - Convention de dévolution EPIC ALF

IV - Acquisition de logiciels et matériels informatiques

Pôle promotion

V - Code de marque de destination

B – INFORMATIONS

VI - Information sur les inscriptions au pack partenaire

VIII - Démonstration d'utilisation du nouveau logiciel de gestion de la relation client

IX - Présentation de l'intérêt de l'outil de vente en ligne Open System

C – QUESTIONS DIVERSES

A – AFFAIRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

I – ORIENTATIONS 2019

Élue référente : Corinne MONDIN

1 - Contexte

Le plan d'actions 2019 de la Maison du tourisme du Livradois-Forez sera discuté lors de l'assemblée générale du 14 février 2019. D'ici là plusieurs étapes de concertations sont nécessaires pour le finaliser

- Conférence de l'Entente de ce jour
- Conseil d'administration de ce jour
- Une présentation d'un projet de budget lors d'un prochain conseil d'administration.

2 - Propositions d'orientations 2019

La Maison du tourisme a élaboré un nouveau plan marketing sur la période 2018-2020. Les propositions d'orientations 2019 tiennent compte de ce plan considérant que plusieurs nouvelles actions engagées en 2018 ne verront leur application ou leur finalisation qu'en 2019.

Il vous est proposé les orientations majeures suivantes :

a) En termes d'organisation

La Maison du tourisme va regrouper au 1^{er} janvier 2019 27 agents. L'objectif de l'année est de permettre à l'équipe technique de travailler collectivement de façon sereine avec :

- l'intégration des nouveaux personnels ;
- la mise en application du nouvel organigramme ;
- la mise en place d'un plan de formation des agents suite à la nouvelle organisation. Priorité sera donnée aux agents assurant des nouvelles missions.
- la mise en place des nouvelles méthodes de travail collectives et collaboratives (temps de travail collectif hors saison dans les BIT principaux : Ambert, Thiers, Billom ; mise en place des groupes projet « transversaux »).

b) En termes de marketing / commercialisation

- Le code de marque devrait être déployé auprès des acteurs touristiques volontaires. Des moments d'information et des outils de sensibilisation (kit numérique, lettre d'information) seront créés pour favoriser le partage collectif de la nouvelle identité visuelle et graphique de la destination.
- Le site internet va être comme convenu « relooké » pour qu'il devienne « le média de la destination » avec une meilleure valorisation des « expériences » à faire dans le PNR Livradois-Forez, une meilleure visibilité des territoires et des nouveaux partenaires, une amélioration des moteurs de recherche et de sa fluidité (ergonomie), etc. Cette nouvelle version devrait être en ligne pour le printemps 2019 (avec une version traduite en anglais dans le cours de l'année). Il fera l'objet d'une politique de référencement pour le développement de sa fréquentation (objectif : + 20% en 2019).

- Le nouveau magazine de destination sortira au printemps. Il présentera la destination de façon plus dynamique et contemporaine.
- Le développement du « programme des nouvelles expériences » sera valorisé sur le site internet et le magazine de destination avec la présentation d'expériences originales et innovantes.
- Le budget des éditions papier serait en diminution (intégration des adresses du guide gourmande dans le magazine, suppression du guide hébergement) pour permettre de développer :
 - o des opérations de Webmarketing (campagne sur des sites de vente en ligne ; référencement du site internet ; etc.) qui seraient en fort développement cette année : + 30 000 €.
 - o un programme de développement des outils de communication (campagne photographique, préparation à la réalisation de vidéos) le territoire manquant de visuels attractifs.
 - o un programme de relation presse avec : l'accompagnement d'une agence de presse spécialisée pour faire connaître le nouveau positionnement de la destination en lien avec les nouveaux outils de communication ; des partenariats avec des organisateurs de manifestations (ex : opération presse à Paris avec Coutelia).
- En complément la Maison du tourisme pourrait participer à des opérations de communication type salons à condition que des partenariats soient développés pour que la MDT ait peu de frais d'inscription.
- L'envoi de documents sera poursuivi. Une nouvelle opération de routage sur des clients fidèles sera réalisée pour leur envoyer le magazine de destination.
- L'effort de traduction et d'adaptation des outils de communication au profit des clientèles étrangères sera poursuivi. Les fiches « suggestions », le magazine et nouveauté, cette année, le site internet, seront traduits en anglais.
- Le développement de l'activité du service réceptif vise toujours à faire venir sur le territoire des groupes de seniors, des groupes d'enfants et des groupes de sportifs. L'effort portera cette année sur les points suivants :
 - o 1 : les scolaires (considérant qu'un gros travail de production a été fait l'an dernier, mais que l'action de démarchage a pas encore vraiment démarré) ;
 - o 2 : les sportifs (pour les mêmes raisons, considérant que c'est une clientèle intéressante en termes d'images) ;
 - o 3 : les groupes (considérant qu'un gros travail de la MDT a été fait). L'action de démarchage devant surtout se concentrer dorénavant davantage sur le B to B (les revendeurs comme les autocaristes) plutôt que sur le B to C (les responsables de groupes par exemple) pour avoir un effet démultiplicateur plus fort.
- La Maison du tourisme va pouvoir pour la première année, déployer la nouvelle stratégie de la gestion de la relation client comprenant :
 - o le développement du logiciel de la gestion de la relation client ;
 - o l'augmentation significative du nombre de clients et de prospects dans la base de données ;
 - o le développement d'un programme d'envoi de lettres d'information en fonction des types de clientèles et des saisons.
- La poursuite du déploiement de la place de marché Open System devrait permettre à une vingtaine de prestataires touristiques complémentaires (110 contre 90 aujourd'hui) de bénéficier de la vente en ligne et d'augmenter les recettes engendrées sur le territoire par ce dispositif.

c) En termes d'accueil, d'information et d'animations

- La mise en application des nouvelles modalités de fonctionnement et d'ouverture des bureaux d'information touristique suivant les nouvelles conventions avec les collectivités locales : harmonisation des pratiques d'accueil dans les bureaux du territoire Ambert Livradois Forez avec les autres bureaux de la MDT, application de nouveaux horaires, partenariat avec les 2 maisons de services de Viverols et Cunlhat, etc.
- Le développement d'un programme d'accompagnement et de services au profit des acteurs touristiques : création de temps d'échange et de partage à des échelles locales entre acteurs touristiques ; évolution des services et du fonctionnement du pack partenaire ; élaboration d'un programme de formation (découverte du territoire, formation numérique) ; accompagnement des prestataires autour des nouveaux services de la Maison du tourisme (code de marque, commercialisation en ligne, etc.).
- Le développement de « l'accueil hors les murs » avec en priorité la présentation du territoire par des agents de la MDT lors des pots d'accueil des structures touristiques partenaires, de plus de 100 lits, au moins pendant 4 dates en saison touristique.
- En complément seront menées les actions suivantes :
 - o le développement d'un programme de balades nature et patrimoine en lien avec les spécificités du territoire.
 - o le développement des fiches de suggestions à mettre dans les hébergements proposant des activités à faire à l'échelle de 13 micro-territoires. Par rapport à l'an dernier, ces fiches seront : modifiées, traduites en anglais et distribuées plus tôt dans la saison.
 - o le développement du programme de la billetterie.
 - o la mise en place du logiciel boutique.

Le conseil d'administration adopte ces orientations pour que puisse être élaboré le projet de budget prévisionnel 2019 (qui sera lui-même à présenter lors du prochain conseil d'administration avant voir en assemblée générale).

**II – INFORMATION SUR LES CONVENTIONS ENTRE LA MAISON DU TOURISME
ET LES COLLECTIVITÉS LOCALES**

Élue référente : Corinne MONDIN

Corinne MONDIN et Patrice ROYET ont rencontré les présidents et leurs équipes des 4 communautés de communes membres de la Maison du tourisme. Ces rencontres ont permis de formaliser les parties spécifiques de chacune des conventions de partenariat.

1 – Contribution des collectivités partenaires

Le tableau des contributions financières devrait être le suivant :

Collectivités	Total 2019	Rappel 2018
PNR Livradois-Forez	127 335 €	109 349 €
CC Ambert Livradois Forez	385 084 €	143 201 €
CC Billom Communauté	112 480 €	114 508 €
CC Entre Dore et Allier	66 364 €	56 364 €
CC Thiers Dore et Montagne	404 795 €	404 795 €
MEMBRES S/TOTAL 1	1 096 058 €	828 217 €
CA Le Puy / La Chaise-Dieu	1 676 €	1 676 €
ASSOCIÉS S/TOTAL 2	1 676 €	1 676 €
TOTAL	1 097 734 €	829 893 €

- La contribution d'Ambert Livradois Forez est pour l'instant donnée à titre indicatif. Elle pourrait faire l'objet de quelques réajustements (la concertation entre la communauté de communes et la MDT n'étant pas terminée au moment de la rédaction de ce document).
- Les contributions de Billom communauté et Entre Dore et Allier évoluent :
 - o + 10 000 € pour entre Dore et Allier
 - o - 10 000 € pour Billom communauté mais suppression de la dérogation effective depuis 2 ans (intégration de la population de l'ex communauté de communes Mur-es-Allier dans le calcul de la part variable : 6993 habitants * 1,14 euro/hab).
- La contribution du PNR Livradois-Forez augmente du fait de la mise à disposition formelle d'un agent administratif à mi-temps

2 – Synthèse des éléments la partie spécifique de chacune des conventions

Ces informations sont données à titre indicatif. Elles n'ont pas encore été adoptées par chacune des collectivités.

Syndicat mixte du parc naturel régional Livradois-Forez

- Valorisation du label « Parc naturel régional »
- Création de la « Carte tourisme et patrimoine »
- Appui au programme des balades nature et patrimoine et édition du guide correspondant
- Promotion générale de l'offre qualifiée par le syndicat mixte du Parc à travers la marque « Valeurs Parc naturel régional » et la Charte européenne du tourisme ainsi que l'offre structurée par le syndicat mixte du Parc au titre des éco-manifestations et des balades nature et patrimoine.
- Coordination de la politique randonnée : suivi et maintenance des équipements ; mission de pose d'équipements ; appui au développement de l'application Géotreck

Ambert Livradois Forez

- 7 postes seront transférés au sein de la Maison du tourisme émanant du transfert d'activité de l'EPIC Office de tourisme Ambert. Cela comprend un poste de moins que prévu initialement (un agent de la communauté de communes n'a pas souhaité être mis à disposition de la Maison du tourisme).
- Le maintien de certains postes saisonniers.
- Les nouveaux horaires d'ouverture des BIT tenant compte du Schéma d'accueil et d'information touristique élaboré en 2018 par la communauté de communes.
- Les nouvelles modalités de partenariat avec les maisons de services de Viverols et de Cunlhat.
- L'accompagnement des prestataires touristiques pour mieux les conseiller dans leur stratégie de développement, de promotion et de commercialisation
- Le développement d'un partenariat avec le pôle de pleine nature « Ambert Crêtes du Forez »

Billom communauté

- L'appui au Pays d'art et d'histoire
- L'appui à la vente et à l'organisation de balades nature et patrimoine
- L'édition mensuelle de guides des animations locales du territoire de la communauté de communes en lien avec le territoire Entre Dore et Allier.
- La participation aux opérations et animations locales (ex : Village des Producteurs des sites remarquable du goût début décembre)
- Le développement des chemins de petites randonnées, cyclotourisme, activités autour de l'Allier (canoë-kayak...), voies vertes, itinéraires culturels (GR89 – chemin de Montaigne, itinéraires clunisien...)

Entre Dore et Allier

- La recherche d'une synergie d'accueil en lien avec le musée de la céramique
- L'édition mensuelle de guides des animations locales du territoire de la communauté de communes en lien avec le territoire Billom communauté
- La gestion de l'aménagement/décoration saisonnier des vitrines du bureau d'information.
- L'aide au choix des expositions de la communauté mis en place dans le BIT, aide au montage et démontage.
- Le soutien à des événements identitaires organisés par la communauté de communes Entre Dore et Allier.
- La promotion locale des balades nature et patrimoine organisées par la communauté de communes (diffusion des outils de communication).

Thiers Dore et Montagne

- La participation aux opérations d'animation locale (Pamparina, etc.)
- La mise en place des nouveaux horaires des BIT (fermeture prévisionnelle de Celles-sur-Durolle)
- L'ouverture d'un PIT saisonnier à Saint-Remy-sur-Durolle.
- L'organisation de balades 1 fois par semaine en saison sur le site du lac de Saint-Remy-sur-Durolle.
- Le maintien d'un programme de BNP organisé par des animateurs extérieurs à la MDT sur le secteur de la Montagne thiernoise.
- La participation à des opérations de communication spécifique qui pourraient être pilotées par d'autres collectivités (mairies, etc.)

III – CONVENTION DE DÉVOLUTION ENTRE LA MAISON DU TOURISME ET L'EPIC AMBERT LIVRADOIS FOREZ TOURISME

Élue référente : Corinne MONDIN

La communauté de communes Ambert Livradois Forez a approuvé par délibération du 7 juin 2018 le principe de sa participation à la Maison du tourisme du Livradois-Forez et par conséquent du transfert de l'activité de l'EPIC Ambert Livradois-Forez tourisme à la Maison du tourisme.

Une convention entre la Maison du tourisme et l'EPIC devrait être signée pour préciser les modalités du transfert de cette activité.

Les aspects importants de cette convention sont les suivants :

- Le transfert d'activité : l'activité de l'EPIC Ambert Livradois Forez tourisme sera transférée à la Maison du tourisme avec les moyens de production associés au 1^{er} janvier 2019.

- Le transfert des contrats de travail : l'ensemble des contrats de travail des personnels salariés par l'EPIC Ambert Livradois-Forez tourisme seront transférés à la Maison du tourisme à la date du 1^{er} janvier 2019
- Le stock boutiques : l'EPIC Ambert Livradois-Forez tourisme vend à la Maison du tourisme au 1er janvier 2019 le stock des boutiques des bureaux d'information touristique (Ambert, Arlanc, Saint-Germain-l'Herm, Saint-Anthème, Olliergues) pour la valeur de 1 euro symbolique sur présentation d'une facture.
- Les modifications des contrats de gestion : L'EPIC Ambert Livradois-Forez tourisme informe ses différents fournisseurs concernés par le transfert de son activité (assurances, opérateurs téléphoniques, etc.)
- Les congés des salariés : Pour les soldes des congés et des récupérations non prises au 31 décembre 2018 par les personnels de l'EPIC transférés à la MDT, la Maison du tourisme présentera une facture à l'office de tourisme identifiant pour chaque salarié : le nombre de jours de congés et les récupérations restant dûs, le coût journalier.

Sous réserve de délibération de l'EPIC Ambert Livradois Forez tourisme, le conseil d'administration autorise la présidente de la Maison du tourisme à signer cette convention.

IV – ACQUISITION DE LOGICIELS ET MATÉRIELS INFORMATIQUES

Élue référente : Corinne MONDIN

La Maison du tourisme a délibéré :

- Le 26 juin pour l'acquisition de logiciel (gestion de la relation client, gestion de l'activité commerciale, boutique-billetterie, gestion des ressources humaines, module informatique pour la gestion packs partenaires) pour un montant de 40 000 HT sur la base du plan de financement prévisionnel suivant :
 - o Conseil régional Auvergne Rhône-Alpes : 16 000 €
 - o Leader : 16 000 €
 - o Autofinancement : 8 000 €
- Le 23 octobre dernier pour le développement et le référencement du site internet de la Maison du tourisme pour un montant 25 956 € HT sur la base du plan de financement prévisionnel suivant :
 - o Leader : 18 079 €
 - o Autofinancement : 7 877 €

Compte tenu des éléments suivants :

- la connaissance plus précise des montants de l'ensemble des prestations et outils ;
- la nécessité d'acquérir en complément du matériel informatique portable compte tenu du développement des mobilités de l'équipe technique ;
- d'une plus grande précision sur les financements mobilisables ;
- du projet de déposer un seul dossier de financement auprès du programme Leader pour l'ensemble de ces opérations.

Le conseil d'administration adopte le nouveau plan de financement suivant :

Dépenses

	Anciennes propositions	Nouvelles propositions
Acquisition de logiciels	40 000 €	48 823 €
Site internet et référencement	25 956 €	25 956 €
Matériel informatique (ordinateurs portables)	0 €	5 000 €
TOTAL	65 956 €	79 779 €

Recettes

	Anciennes propositions	Nouvelles propositions
Conseil régional	16 000 €	16 000 €
Leader	34 079 €	47 823 €
Autofinancement	15 877 €	15 956 €
TOTAL	65 956 €	79 779 €

V – CODE DE MARQUE DE LA DESTINATION

Élu référent : Alain NÉRON

Le conseil d'administration de la Maison du tourisme du Livradois-Forez du 26 juin a décidé de faire appel à une agence de communication touristique pour l'aider à déployer sa communication, en fonction des préconisations du plan marketing. L'objectif demandé à l'agence (Hula Hoop) est de trouver le meilleur moyen pour permettre à un maximum de prestataires touristiques de se revendiquer de la destination « *Parc naturel régional Livradois-Forez* »

Il lui a été demandé :

- de proposer éventuellement un nouveau nom de la « marque » ;
- d'élaborer un « code de marque » déclinant cette « marque » sous une forme communicationnelle qui puisse être utilisée de façon simple, « souple » et pratique par l'ensemble des acteurs touristiques de la destination : la Maison du tourisme, les collectivités locales, les prestataires touristiques, etc.
- d'élaborer le logo de la Maison du tourisme ainsi qu'une « charte graphique » spécifique pour ses supports de communication ;
- d'élaborer les maquettes de quelques supports de communication pour la Maison du tourisme.

4 réunions de travail associant des élus et techniciens de la Maison du tourisme, des collectivités partenaires, des prestataires touristiques et des acteurs locaux ont permis d'élaborer un projet de code de marque.

Le projet sera présenté en séance.

Le conseil d'administration adopte les principes du code de marque suivant la présentation réalisée en séance.

B – INFORMATIONS

VI – INFORMATION SUR LES INSCRIPTIONS AU PACK PARTENAIRE

Élue référente : Josiane COMBRIS

Une information a été faite en séance.

VII – DÉMONSTRATION D'UTILISATION DU NOUVEAU LOGICIEL DE LA GESTION DE LA RELATION CLIENT

Élu référent : Gilles VAYSSIERE

Une démonstration a été réalisée en séance.

VIII – PRÉSENTATION DE L'INTERET DE L'OUTIL DE VENTE EN LIGNE « OPEN SYSTEM »

Élu référent : Gilles VAYSSIERE

Une démonstration a été réalisée en séance.

C – QUESTIONS DIVERSES

En complément des points abordés, les membres du conseil d'administration ont échangé sur les points suivants :

Toscane d'Auvergne. Il est souhaité que la Maison du tourisme développe des liens avec l'association la Toscane d'Auvergne (pack partenaire, code de marque, etc.).

Pots d'accueil dans les hébergements de plus de 100 lits touristiques. La Maison du tourisme prévoit pour les hébergeurs intéressés que les animateurs de destination viennent faire une présentation du territoire lors des différents pots d'accueil de ces structures (4/an en saison estivale). A cette occasion un diaporama de présentation du territoire sera réalisé. Il est souhaité que ce support puisse être donné aux structures partenaires qui souhaitent l'utiliser.

Fiches suggestions. La Maison du tourisme va rééditer des fiches suggestions d'activités à faire sur chacun des micros-territoires. Cette année il est prévu qu'elles soient traduites en anglais. Le conseil d'administration souhaite que l'équipe technique trouve une solution pour que le coût de cette réalisation ne soient pas trop élevés compte-tenu du peu de clientèles étrangères accueillies.

Salons. Les cabinets d'étude qui ont aider la MDT a élaboré le plan marketing 208-2020 suggéraient à la MDT de limiter sa participation aux salons touristiques et d'accentuer la communication plutôt sur les outils numériques. Le conseil d'administration souhaite que la Maison du tourisme participe tout de même à certaines opérations de communication de type salons dans la mesure où ces salons ont un lien avec les clientèles ciblées, ont fait preuve de leur efficacité, engendrent un rapport au « coût du contact » intéressant et que la participation de la MDT s'inscrive dans la durée. Quelques pistes : salon de la randonnée, salon de l'élevage, etc. Une proposition devra être faite pour le prochain conseil d'administration.

La Chaise-Dieu. Le secteur de la Chaise-Dieu et ses opérateurs touristiques bénéficient d'une promotion touristique de la Maison du tourisme alors que les collectivités locales ne sont pas membres de la Maison du tourisme. Cela est possible car une convention de partenariat a été élaborée avec la communauté d'agglomération du Puy-en-Velay. Un débat s'est instauré entre les membres du conseil d'administration. Certains considèrent que la contribution de la communauté d'agglomération du Puy-en-Velay (moins de 2000 euros/an) n'est pas suffisante au regard des services rendus. D'autres, au contraire, considèrent que les liens doivent être maintenus avec ce secteur du PNR Livradois-Forez, d'autant que le territoire bénéficie de l'image de marque de La Chaise-Dieu.

CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA MAISON DU TOURISME

RÉSOLUTIONS

Nombre de participants à la réunion : 27

Nombre de votants présents : 24

Nombre de votants présents ou représentés : 26

Le quorum d'1/3 est atteint : 26 présents ou représentés (sur les 30 membres du conseil d'administration).

- **AFFAIRE I – Orientations 2019**

Pour	26
Contre	0
Abstention	0

- **AFFAIRE III – Convention de dévolution avec l'EPIC Ambert Livradois Forez tourisme**

Pour	26
Contre	0
Abstention	0

- **AFFAIRE IV – Acquisition de logiciels et matériels informatiques**

Pour	26
Contre	0
Abstention	0

- **AFFAIRE V – Code de marque de la destination**

Pour	26
Contre	0
Abstention	0

