

**CONSEIL D'ADMINISTRATION**

**MAISON DU TOURISME DU LIVRADOIS-FOREZ**

**MARDI 22 JUIN 2021**

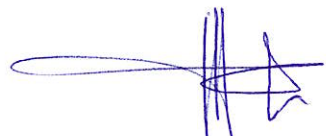
**COMPTE-RENDU**

**VISIO-CONFERENCE**

Fait à Saint-Gervais-sous-Meymont,  
le 24 juin 2021

La Présidente de la Maison du tourisme

Corinne MONDIN



## **PARTICIPANTS**

---

### Président(s) des collectivités membres de la MDT

- Tony BERNARD - Communauté de communes Thiers Dore et Montagne

### Membres de droit

- Céline AUGER - Communauté de communes Billom communauté
- Frédéric CHONIER - Communauté de communes Thiers Dore et Montagne
- Annick FORESTIER - Communauté de communes Entre Dore et Allier
- Guy GORBINET - Communauté de communes Ambert Livradois Forez
- Bernard LORTON - Parc naturel régional Livradois-Forez
- Corinne MONDIN - Parc naturel régional Livradois-Forez

### Membres actifs

- François ANSEL - Village vacances les Demeures du Lac
- Georges CHAMPAIN - Gîte des Érables
- Marie-Paule DAUPHIN - Association La Route des Métiers
- Arnaud DE CADIER DE VEAUCE - Château des Martinanches
- Jean JALLAT - Les Champs d'Ail de Billom
- Alain NÉRON - Domaine du Faux Martel
- Sylvain PÉRAUDEAU - Moulin Richard de Bas
- Helen SLIK - La Paresse en Douce

### Autre participant

- Benoît BARRÈS - Maison du tourisme du Livradois-Forez

## **ABSENTS / EXCUSES**

---

### Avec pouvoir

- Bernard AUROY - Randonnée en Livradois-Forez, pouvoir à Jean JALLAT
- Michelle CIERGE - Communauté de communes Entre Dore et Allier, pouvoir à Annick FORESTIER
- Christine MILLER - Le moulin de la Passerelle, pouvoir à Sylvain PERRAUDEAU
- Pierre CONTIE - Communauté de communes Thiers Dore et Montagne, pouvoir à Frédéric CHONIER
- Patrick SAUZEDDE - Communauté de communes Thiers Dore et Montagne, pouvoir à Frédéric CHONIER

### Sans pouvoir

- Bernard BERAUD - Communauté de communes Ambert Livradois Forez
- Nicole BOUCHERAT - Les Marguerites aux Lotz
- Jean DELAUGERRE - Communauté de communes Billom communauté
- Chantal FACY - Communauté de communes Ambert Livradois Forez
- Valérie GOBILLARD - Le Clos Goëlle
- Atlantique MESSAN - Communauté de communes Thiers Dore et Montagne
- Alain MOLIMARD - Communauté de communes Ambert Livradois Forez
- Stephane RODIER - Parc naturel régional Livradois-Forez

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

---

### Pôle administration

- I - Activité de la MDT dans le cadre de la crise sanitaire
- II - Evolution de l'organigramme de la Maison du tourisme
- III - Recrutement d'un chargé de mission stratégie de communication numérique
- IV - Mission « organisation / management de la MDT » : phase 2
- V - Acquisition de matériel informatique

### Pôle accueil – information – relations locales

- VI - Packs partenaires 2022
- VII - Présentoirs « magazine de destination »
- VIII – Produit boutique : fabrication de sacs
- IX - Billetterie : réduction sur les visites et balades pour les clients des hébergements partenaires de la MDT
- X – Représentants de la MDT à l'association des Champs d'ail de Billom

### Pôle marketing

- XI - Marque Livradois-Forez
- XII - Programmation éditoriale
- XIII - Photothèque

### Pôle relations clients / relations commerciales

- XIV - Evolution de la stratégie commerciale de la Maison du tourisme

## **B – QUESTIONS DIVERSES**

---

## **C - INFORMATIONS**

---

### Pôle accueil – information – relations locales

- XV - Aménagement des devantures des bureaux d'information touristique
- XVI - Guide des Balades Nature et patrimoine
- XVII - Valorisation des hébergements
- XVIII - Plateforme numérique régionale : tourisme de proximité bienveillant
- XIX - Diffusion de la documentation
- XX - Location temporaire d'un entrepôt pour le stockage de la documentation

### Pôle marketing

- XXI - Carte tourisme & patrimoine
- XXII - Jeu-concours 2021

### Pôle relations clients, relations commerciales

- XXIII - Partenariat avec le CSE Michelin

### Pôle administration

- XXIV - Mouvement de personnel
- XXV - Frais de déplacement des administrateurs de la Maison du tourisme

## D – ANNEXE

---

- Annexe 1 - Programmation éditoriale

## E – PIÈCES JOINTES (diffusés avec le rapport préparatoire)

---

- 1 - Plan d'amélioration de l'organisation et du management interne - Diagnostic - Rapport final
- 2 - Projet de nouvel organigramme de la Maison du tourisme
- 3 – Projet d'aménagement des devantures des bureaux d'information touristique
- 4 - Catalogue du CSE Michelin

# A – AFFAIRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

## I - ACTIVITÉ DE LA MDT DANS LA CADRE DE LA CRISE SANITAIRE

Élue référente : Corinne MONDIN

### Volet social

- Télétravail

Dans le respect des directives gouvernementales, la Maison du tourisme a organisé le télétravail pour ses salariés tout en proposant un jour en présentiel dit jour « soupe ». Les réunions, dont le séminaire d'équipe, se sont tenues en visioconférence.

- Activité partielle

Un agent a été en activité partielle du 12 au 25 avril, travaillant 28h au lieu de 35h.

### Réouverture des BIT

Les BIT de Thiers, Billom et Ambert ont réouverts depuis le 10 mai.  
Les autres BIT sont à nouveau ouverts depuis le 19 mai.

### Aides financières 2021

La Maison du tourisme étant considéré par l'Etat comme un acteur économique du secteur 1 et ayant eu une diminution de 50% de son chiffre d'affaires, elle a bénéficié en 2021, en complément des aides financières déjà accordées en 2020, deux types d'aide financières :

- URSSAF : exonération de cotisations sociales et aide au paiement des cotisations restantes pour un montant de 95 500 € ;
- Fonds de solidarité : 10 000 € reçu en février et 10 000 € en prévu en juin.

**Face à cet apport exceptionnel de 115 500 € en recette au budget, le conseil d'administration décide à l'unanimité :**

- **d'en profiter pour combler le déficit prévisionnel de l'exercice voté en AG (32 846 €).**

- **d'engager une programmation d'actions complémentaires prioritaires à hauteur de 32 654 € :**
  - **Carte tourisme et patrimoine (prestations complémentaires au budget initialement prévu pour la réalisation de 6 plans de ville) : 3 475 € - voir information XX du conseil d'administration du 22 juin.**
  - **Présentoirs de documentations : 3 440 € - voir affaire VII du conseil d'administration du 22 juin.**
  - **Photothèque : 800 € - voir affaire XII du conseil d'administration du 22 juin.**
  - **Achat d'articles boutique : 1 810 € - voir affaire VIII du conseil d'administration du 22 juin.**
  - **Mission de coaching managérial (complément au budget prévisionnel) : 2 288 € - voir affaire IV du conseil d'administration du 22 juin.**
  - **Mission de mise en conformité de la protection des données - RGPD : 7 549 €**
  - **Équipement en ordinateurs portables pour le télétravail : 13 292 € complémentaire à la délibération du 25 février 2021 (XII - Matériel et logiciel informatique : 14 760 €). - voir affaire V du conseil d'administration du 22 juin.**
- **de maintenir, en l'état actuel, un niveau de réserve à hauteur de 50 000 € dans l'attente des nouvelles négociations avec les collectivités pour les 3 années à venir.**
- **d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.**

## II - ÉVOLUTION DE L'ORGANIGRAMME DE LA MAISON DU TOURISME

*Élue référente : Corinne MONDIN*

Dans le cadre de la mission d'amélioration de l'organisation et du management interne que la Maison du tourisme a confiée à l'agence Chemins d'entreprise, un travail a été mené sur l'évolution de l'organigramme de l'équipe technique. La proposition d'évolution a été faite avec la participation active des salariés (pièce jointe 1 - Plan d'amélioration de l'organisation et du management interne). Le Comité sociale et économique a été consulté.

Les évolutions majeures de l'organigramme par rapport à l'existant seraient les suivantes :

- Renforcement de l'équipe du pôle marketing (+ 0,6 ETP) et du pôle relation clients/relation commerciale (+ 0,5 ETP).
- Regroupement au maximum des missions des agents sur un seul pôle.
- Lien hiérarchique / lien opérationnel : chaque agent aurait un seul référent hiérarchique et, selon ses missions, un ou plusieurs référents opérationnels.
- Posture managériale : le rôle et les responsabilités des responsables de pôle et des managers de destinations seraient renforcés.
- Centralisation des missions d'accompagnement des prestataires touristiques sur chaque territoire (TDM, ALF, Billom/Lezoux) et non plus par bureau d'information.
- Renforcement de certaines missions : vente en ligne, relation presse, communication interne.

L'organigramme proposé à l'issue de la mission est annexé au présent rapport (pièce jointe 2 - Projet de nouvel organigramme de la Maison du tourisme).

### **A l'unanimité, le conseil d'administration :**

- **adopte le nouvel organigramme de l'équipe technique de la Maison du tourisme ;**
- **autorise la présidente à signer toute modification de contrat de travail et fiche de poste afférents.**

CM

### III - RECRUTEMENT D'UN.E CHARGÉ.E DE MISSION COMMUNICATION NUMÉRIQUE

Élue référente : Corinne MONDIN

La mission d'amélioration de l'organisation et du management interne a établi que la Maison du tourisme manquait d'un expert en marketing digital appliqué au tourisme. Cet agent serait chargé de la communication numérique et aurait la responsabilité de la gestion et du développement du site internet, des réseaux sociaux et de la gestion de la relation-client. Le poste de chargé.e de mission stratégie de communication numérique serait à pourvoir à partir du 1<sup>er</sup> octobre 2021. Il remplacerait le poste non renouvelé de Mathilde Julien (animatrice de destination, guide conférencière et chargée de la valorisation des animations).

**A l'unanimité, le conseil d'administration :**

- **décide de recruter un.e chargé.e de mission stratégie de communication numérique aux conditions précisées ci-dessus ;**
- **autorise la présidente à signer toute convention et contrat de travail afférents.**

### IV - PLAN D'AMELIORATION DE L'ORGANISATION ET DU MANAGEMENT INTERNE (PHASE 2)

Élue référente : Corinne MONDIN

La Maison du tourisme a réalisé un diagnostic de son organisation et de son management grâce à l'appui d'un cabinet spécialisé dans le coaching des organisations. Ce travail a permis d'élaborer des pistes d'amélioration adopté au sein d'un comité de pilotage (le 3 juin dernier). Le rapport de synthèse est présenté en pièce jointe (1 - Plan d'amélioration de l'organisation et du management interne).

Il est aujourd'hui proposé de mettre en place, une partie ce plan d'amélioration, dans le cadre d'une deuxième phase d'accompagnement toujours avec l'appui de la société Chemin d'Entreprise.

Les objectifs sont notamment :

- l'appropriation des enjeux de la transformation avec l'ensemble de l'équipe ;
- l'accompagnement du comité opérationnel (COMOP) pour faire évoluer le positionnement des managers (responsables de pôle, managers de destination) ;
- l'évolution des collaborations entre élus et techniciens ;
- l'évolution des méthodes et des outils d'entretien d'évaluation des agents ;
- l'évolution des méthodes de gestion de projets impliquant plusieurs intervenants.

L'ensemble de ce travail se fera par des temps collectifs, associant, en fonction des thématiques : l'ensemble de l'équipe ; les managers ; les élus et managers ; les chefs de projet.

**A l'unanimité, le conseil d'administration :**

- **décide la mise en œuvre de la phase 2 du programme « organisation et management de la MDT » pour un montant prévisionnel de 8 288 € HT (6 000 euros inscrits au budget prévisionnel ; 2 288 € supplémentaire suite à l'affaire I) ;**
- **autorise la Présidente à signer toute convention afférente.**

## V - ACQUISITION DE MATERIEL INFORMATIQUE

Élue référente : Corinne MONDIN

La Maison du tourisme avait, par délibération en date du 25 février, délibéré pour l'acquisition d'un ensemble de matériel, licence et passerelle (14 760 €). En complément, grâce aux aides liées au Covid (voir affaire I), pour permettre aux agents de travailler en télétravail dans de bonnes conditions, il est proposé d'équiper chaque salarié d'un ordinateur portable (qu'il utiliserait au bureau, en télétravail, en réunion ou en déplacement). Des stations de travail avec écrans fixes et claviers viendraient en diminution des risques de troubles musculosquelettiques dus souvent au travail sur petits écrans.

Contenu prévisionnel : 8 portables, 15 stations, maintenance, installation.

Budget prévisionnel : 13 292 € HT.

**A l'unanimité, le conseil d'administration :**

- décide de réaliser l'ensemble des achats d'équipements informatiques cités ci-dessus pour un montant prévisionnel de 13 292 € HT.
- d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.

## VI – PACK PARTENAIRE 2022

Élue référente : Céline AUGER

La Maison du tourisme a mis en place plusieurs packs partenaires (pack prestataire, pack publicitaire, pack réseau, pack événement majeur) formalisant le partenariat avec les acteurs touristiques du territoire. Il est proposé pour 2022 :

- I – une évolution du pack prestataire ;
- II – une évolution du pack publicitaire ;
- III – une évolution du pack réseau ;
- IV – une évolution du pack « événements majeurs » ;
- V – le maintien de certains services aux prestataires touristiques non-partenaires ;
- VI - une évolution des réductions sur les produits boutiques de la MDT.

### I - PACK PRESTATAIRE : ÉVOLUTIONS 2022

Il est proposé de renouveler le pack partenaire et d'y apporter les évolutions suivantes.

#### 1. Suppression de certains services

PRESTATION	ARGUMENTAIRE
Disponibilités des hébergements (visible sur les vitrines des BIT)	Les BIT font l'objet d'une harmonisation des devantures. Il est donc important de supprimer ou limiter l'affichage de documents sur ces vitrines. L'information sur les disponibilités sera néanmoins toujours possible en comptoir ou sur les écrans en vitrine.

#### 2. Evolutions de certains services

PRESTATIONS	CONTENU
-------------	---------

<b>SITE INTERNET RANDONNÉE</b>	Le site internet sera étoffé avec l'intégration des circuits cyclo, VTT et trail.
<b>SERVICES LIÉS A LA RESERVATION EN LIGNE + CODE DE MARQUE</b>	En lien avec ces 2 services (réservation en ligne, code de marque), il est proposé de clarifier au mieux le besoin du partenaire : soit un renouvellement au(x) services dont il aurait déjà bénéficié l'année suivante ; soit une souscription au(x) service(s) ; soit seulement une demande d'information préalable.
<b>FORMATION PARTENAIRE</b>	La MDT organise cette année des formations WebTV qui n'étaient pas prévu au pack partenaire 2021. Il est proposé donc de les intégrer au pack 2022.

### **3. Ouverture du pack à de nouveaux acteurs**

La Maison du tourisme assure actuellement la promotion des prestataires touristiques :

- situés sur le périmètre des 4 communautés de communes membres de la Maison du tourisme ;
- situés en dehors de ces communautés de communes à condition qu'ils soient sur le territoire du PNR Livradois-Forez et en même temps :
  - o soit engagés dans une démarche de tourisme durable spécifique qualifiée par le PNR Livradois-Forez (marque « Valeurs Parc naturel régional » et Charte européenne du tourisme durable dans les espaces naturels protégés) ;
  - o soit structuré collectivement en réseaux de prestataires organisés à l'échelle du Parc (cf. article 14.2)

**Le syndicat mixte du Parc naturel régional propose d'ouvrir ce partenariat à 2 nouvelles catégories d'acteurs :**

- o **les prestataires situés sur un circuit d'itinérance (à pied, à cheval, à vélo, en train, etc.) pouvant nécessiter la formalisation d'un séjour packagé ;**
- o **les sites touristiques structurants pour l'attractivité touristique du Livradois-Forez situés sur le territoire du PNR (tels que la station de ski de Chalmazel, le château de Chavagnac Lafayette...) à condition qu'ils accueillent plus de 8 000 visiteurs par an.**

### **4. Tarifs**

Le tarif du pack partenaire n'a pas augmenté depuis plusieurs années. Comme la MDT investit de plus en plus sur les aspects de communication, il est proposé l'évolution suivante :



Type de prestataires touristiques		Tarif 2021 (pour mémoire)	Tarifs 2022 (+ 10 €/pack/an)
HÉBERGEMENT TOURISTIQUE	Hôtel-restaurant (plus de 20 lits) Village de vacances Camping (avec hébergements de loisirs)	105 €	115 €
	Meublé de tourisme de plus de 20 lits Gîte de groupe ou d'étape de plus de 20 lits Auberge de pays et hôtel-restaurant (- 20 lits) Restaurant (sans chambre d'hôte)	85 €	95 €
	Chambre d'hôte Meublé de tourisme (- de 20 lits) Camping (sans hébergements de loisirs)	65 €	75 €
	Site touristique (+ 5 000 visiteurs) : musée, site de visite, artisan et producteur proposant une visite.	85 €	95 €
PRESTATAIRE D'ACTIVITÉ	Site touristique (- 5 000 visiteurs) : musée, site de visite, artisan et producteur proposant une visite.	65 €	75 €
	Prestataire d'activité (pédestre, équestre, vélo, activités hivernales, pêche, loisirs de l'air, escalade, etc.)		
MULTI- ACTIVITÉS		110 €	120 €
<b>ESTIMATION DU MONTANT DES RECETTES SUPPLEMENTAIRES</b>		<b>0 €</b>	<b>2 500 €</b>

En complément une méthode de sensibilisation/prospection/démarchage des prestataires du territoire sera mise en place pour essayer d'étoffer le nombre de partenaires.

## II – PACK PUBLICITAIRE : ÉVOLUTIONS 2022

Il est proposé de renouveler le pack publicitaire et d'y apporter les évolutions suivantes.

### 1. Suppression de certains services

PRESTATION	ARGUMENTAIRE
Communication sur les guides des festivités (petites vacances scolaires)	Suite à une décision du CA, ces guides n'existeront plus en 2022. Il a été décidé de retirer cette édition, redondante avec les informations présentes sur les guides des animations locales.

### 2. Création de nouveaux services

Afin de répondre aux demandes de certains producteurs, artisans ou commerçants ne pouvant proposer des visites, la MDT a mis en place un pack shopping. Ce dernier propose une visibilité sur le site internet

de la MDT (partie séjourner – acheter local). Il a été validé début 2021 mais n'a pas fait l'objet d'un démarchage spécifique, ce qui est envisagé pour 2022.

PRESTATION	ARGUMENTAIRE
<b>PACK SHOPPING</b> Visibilité sur le site internet de la destination (partie séjourner – acheter local) + 1 post Facebook	Pour les producteurs, commerçants et artisans ne proposant pas de visites mais souhaitant une visibilité sur leur offre. 30 € HT sans adhésion.

### 3. Tarif (HT)

#### Magazine de destination

Format	Tarif 2021 (pour mémoire)	Tarif 2022
1/8 de page	102 €	<b>112 €</b>
1/4 de page	184 €	<b>202 €</b>
Publireportage	357 €	<b>393 €</b>
1 page intérieure quadrichromie	600 €	<b>660 €</b>
2e ou 3e de couverture quadrichromie	900 €	<b>900 €</b>

### III – EVOLUTION DU PACK RÉSEAU 2022

Le pack réseau est réservé aux groupements de prestataires touristiques du territoire. En 2021, 4 réseaux étaient partenaires (Route des Métiers, Sur les Pas de Gaspard, A pas de lynx, Casa d'art).

#### 1. Maintien des services existants

##### 1.1. *Les services génériques*

- La promotion du réseau dans les éditions qui concernent son / ses activité(s)
- La documentation en libre-service dans les bureaux d'information touristique
- La présentation générique du réseau sur le site internet de la Maison du tourisme
- La valorisation de l'actualité du réseau sur la page Facebook de la Maison du tourisme
- La diffusion de la documentation du réseau dans les bourses d'échanges touristiques départementales
- La réservation et la vente des offres packagées du réseau avec l'Open System
- La représentation du réseau aux journées de découverte et de rencontres locales

##### 1.2. *Le service réservé aux réseaux engagés dans une démarche soutenue par le Parc naturel régional Livradois-Forez*

- Une page de publicité dans le magazine de destination tiré à 40 000 exemplaires.

#### 2. Rajout d'un service complémentaire

Il est proposé de rajouter le service suivant :

- Cofinancement d'une campagne (publicité) sur le Facebook de la Maison du tourisme pour les réseaux intéressés : financement de 50 % de la MDT plafonné à 500 €.

#### 3. Evolutions des tarifs

Il est proposé, comme pour tous les packs, d'apporter une évolution tarifaire.

### **3.1. Pour les réseaux engagés dans une démarche soutenue par le Parc naturel régional Livradois-Forez :**

- une part variable de **9 € H.T. / membre du réseau** (au lieu de 8 € HT l'an dernier).
- tarif plafonné à **330 € H.T. pour le réseau** (au lieu de de 300 € HT l'an dernier)

### **3.2. Pour les réseaux présents sur le périmètre de la Maison du tourisme :**

- **une part fixe de 90 € H.T.** (au lieu de 82 € l'an dernier) + **une part variable de 9 € HT / membre du réseau** (au lieu de 8 € HT l'an dernier).
- **tarif plafonné à 330 € H.T. pour le réseau si maintien** (au lieu de 300 € HT l'an dernier).

## **IV – MAINTIEN DU PACK « ÉVÈNEMENT MAJEUR »**

---

Il vous est proposé de maintenir le pack évènement majeur.

### **1. Structures concernées**

La Maison du tourisme du Livradois-Forez propose un partenariat aux évènements majeurs du Livradois-Forez pour mutualiser des moyens visant à mieux faire connaître conjointement d'un côté l'évènement, et de l'autre le territoire. Le principe est donc de développer des complémentarités d'actions entre les partenaires.

Sont considérés comme évènements majeurs concernés ceux ayant un impact au-delà de la « région Auvergne » et disposant de moyens de communication.

Le partenariat comprend 2 volets :

- 1 cadre commun, identique à chacune des conventions entre la Maison du tourisme et les évènements majeurs partenaires ;
- 1 cadre de partenariat spécifique à chacun des évènements identifiant les collaborations en termes de communication (complémentaires au cadre commun) via des services à la carte. Nouveauté : proposition de prêt de matériel aux couleurs du code de marque pour les salons/opérations de promotion.

### **2. Tarifs**

Il est proposé de maintenir le tarif à 180 euros HT euros/an + adhésion de 20 € (si l'évènement n'a pas également souscrit un autre pack incluant l'adhésion).

## **V – LES SERVICES PROPOSÉS POUR LES NON-PARTENAIRES**

---

La Maison du tourisme offre quelques services pour les prestataires touristiques même non-partenaires, à savoir :

- Mise à disposition des documents de la MDT
- Invitation aux journées de rencontres locales et journées de découverte et à la WebTV de la MDT (nouveauté depuis 2021)
- Diffusion des lettres et notes d'information de la Maison du tourisme
- Mise à jour de la fiche d'information du prestataire dans la base de données Apidae selon un nouveau mode de fonctionnement avec la mise en service du nouvel outil « Open Edit ».

**A l'unanimité, le conseil d'administration :**

- **adopte, suivant les principes, ci-dessus :**

- les évolutions du pack prestataire ;
  - les évolutions du pack publicitaire ;
  - les évolutions du pack réseau ;
  - les évolutions du pack « événements majeurs » ;
  - le maintien de certains services aux prestataires touristiques non-partenaires ;
- autorise la Présidente à signer toute convention à intervenir.

## VII – PRÉSENTOIRS « MAGAZINE DE DESTINATION »

*Élue référente : Céline AUGER*

La Maison du tourisme souhaite intensifier la diffusion du magazine sur le territoire Livradois-Forez. Pour une meilleure visibilité, un présentoir pourrait être fabriqué pour agencer une dizaine de magazines. Il est proposé de faire fabriquer des présentoirs en carton, déclinant les couleurs de la destination (fond jaune, écriture noire), à poser sur une table ou sur une banque, répartis entre les commerces et les mairies du territoire. Les commerces ont été identifiés et contactés au préalable par téléphone pour connaître leur besoin en quantité de magazines.

**A l'unanimité, le conseil d'administration :**

- engage les dépenses non prévues au budget prévisionnel liées à la fabrication de présentoirs au couleur de la destination pour un montant de 3 440 € ;
- souhaite que les présentoirs réalisés puissent être « écologiques » et soient également diffusés aux prestataires touristiques partenaires ;
- souhaite que les coûts de fabrication soit bien inférieurs à ceux présentés en réunion (8 € l'exemplaire) ;
- autorise la présidente à signer toute convention afférente.

## VIII – PRODUIT BOUTIQUE : FABRICATION DE SACS

*Élue référente : Céline AUGER*

Il est proposé que la Maison du tourisme complète sa gamme de produits boutique déclinant le code marque avec la réalisation de sacs. Ces sacs seraient vendus dans l'ensemble des boutiques des BIT au tarif prévisionnel de 8 € TTC. Il serait également proposé aux prestataires partenaires au tarif de 6,50 €.

**A l'unanimité, le conseil d'administration :**

- décide d'engager les dépenses non prévues au budget prévisionnel liées à la réalisation de sacs au code de marque pour un montant de 1 810 euros HT ;
- souhaite que les sacs soient réalisés dans une matière écologique (considérant que la Maison du tourisme doit être exemplaire en matière de développement durable) ;
- adopte le principe de revente des sacs ;
- autorise la présidente à signer toute convention afférente.

**IX – BILLETTERIE :  
REDUCTION SUR LES VISITES ET BALADES ORGANISEES POUR LES CLIENTS DES  
HEBERGEMENTS PARTENAIRES**

*Élue référente : Céline AUGER*

La Maison du tourisme a inclus dans le pack partenaire la possibilité aux hébergeurs de proposer à leurs hôtes un tarif réduit aux visites et balades organisées par la Maison du tourisme. Cette réduction prend la forme d'un code de promotion qui sera transmis aux structures partenaires qui ne sera possible qu'à partir d'une réservation directe sur le site internet [www.vacances-livradois-forez.com](http://www.vacances-livradois-forez.com). La MDT pourrait proposer une réduction de 20 % sur les billets « adulte », soit pour un billet à 5,50 € TTC une remise de 1,10 € et pour billet de 7 € TTC une remise de 1,40 €.

**A l'unanimité, le conseil d'administration :**

- **adopte un pourcentage de réduction de 20 % sur les visites et balades proposées par la MDT aux clients des hébergeurs partenaires de la MDT ;**
- **autorise la présidente à signer toute convention afférente.**

**X – REPRESENTANTS DE LA MAISON DU TOURISME  
A L'ASSOCIATION DES CHAMPS D'AIL DE BILLOM**

*Élue référente : Céline AUGER*

La Maison du tourisme est membre de l'association des Champs d'ail de Billom.

Elle avait 3 représentants.

Il est nécessaire de renouveler ses représentants.

**A l'unanimité, le conseil d'administration désigne comme représentants à l'association des Champs d'ail de Billom : Jean Jallat, Alain Néron et Annick Forestier.**

**XI – MARQUE LIVRADOIS-FOREZ**

*Élu référent : Alain NERON*

La Maison du tourisme du Livradois-Forez a créé, en partenariat avec l'ensemble de ses membres publics et privés, la marque « Livradois-Forez » dont elle est propriétaire (dépôt INPI). Cette marque a vocation à promouvoir collectivement la destination Livradois-Forez. Gérée par la Maison du tourisme, elle a été attribuée, à ce jour, à de nombreux acteurs touristiques publics ou privés qui ont signé une convention de partenariat.

Incidé par la démarche marketing de la Maison du tourisme, le Parc naturel régional Livradois-Forez a décidé de faire évoluer cette marque et de la développer à d'autres secteurs d'activité. Suite à une mission confiée à l'agence MMAP pour en développer les principes, puis à l'agence de communication Thuria sur les aspects de communication un travail sur l'aspect juridique a été engagé.

La Maison du tourisme avait confirmé son accord pour élargir l'utilisation de la marque et réfléchir aux côtés du Parc aux évolutions juridiques nécessaires.

Un cabinet juridique, mandaté par le syndicat mixte du Parc, a structuré la réflexion autour de 2 thématiques :

- le choix du type de marque
- le scénario de propriété / gestion entre le syndicat mixte du Parc et la Maison du Tourisme

L'agence juridique préconise :

- Type de marque : marque collective française.
- Propriété de la marque : le syndicat mixte du Parc avec un contrat de licence pour les délégataires dont la Maison du tourisme.

Le contrat de licence permettrait à la Maison du tourisme de continuer à développer la marque dans le secteur d'activité du tourisme. La Maison du tourisme souhaite que plusieurs points soient clairement évoqués dans le règlement de ce contrat de licence.

#### 1/ Cession de la marque

Consciente que la marque a été financée par des fonds publics, la Maison du tourisme du Livradois-Forez, est prête à la céder, au syndicat mixte du PNR, à titre gracieux.

#### 2/ Convention d'utilisation de la marque par les acteurs touristiques

La Maison du tourisme souhaite continuer à développer la marque auprès des « acteurs touristiques » répondant *a priori* aux exigences actuellement mentionnées dans la convention d'utilisation. Concernant les acteurs touristiques situés sur le territoire « Parc » non couvert par l'une des 4 communautés de communes, il sera rajouté une mention spéciale incitant la Maison du tourisme à développer la marque auprès d'eux, à condition qu'ils s'engagent à devenir partenaire de la Maison du tourisme.

#### 3/ Signature de la marque « Parc naturel régional en Auvergne »

La Maison du tourisme développe actuellement la marque avec cette signature sur des communes qui ne sont pas classées « Parc naturel ». Une solution devra être trouvée pour laisser la possibilité à ces acteurs d'utiliser la marque Livradois-Forez tout en adaptant la signature : soit en lui trouvant une nouvelle appellation (ex : Auvergne destination), ou en la supprimant.

#### 4/ Répartition des missions entre le propriétaire et le délégataire

Un travail est en cours entre les services techniques du Parc et de la MDT pour clarifier laquelle des deux structures serait le contact pour des partenaires qui souhaiteraient avoir la marque.

#### 5/ Animation de la marque

Le développement d'une marque territoriale nécessite l'implication du propriétaire et de l'ensemble des délégataires. Afin de permettre une évolution et des actions concertées autour de cette marque (communication, relations avec les bénéficiaires, etc.), la Maison du tourisme souhaite qu'une instance de concertation puisse se mettre en place pour, conjointement, définir les actions à mener ensemble, échanger sur le retour d'expérience, faire le bilan d'actions menées, etc.

#### 6/ Rétrocession de la marque

Au cas où le syndicat mixte du PNR arrêterait le développement de la marque, un système de rétrocession de la marque à la MDT devra être effectué.

#### 7/ Délais entre cession de la marque et contrat de licence

Enfin, la Maison du tourisme attire l'attention sur l'éventuel délai entre la cession de la marque de la Maison du tourisme au syndicat mixte du Parc et à la signature de convention de licence pour trouver une solution de fonctionnement.

**A l'unanimité, le conseil d'administration :**

- décide de céder la marque « Livradois-Forez » au Parc naturel régional Livradois-Forez à titre gratuit ;
- adopte le principe de signer une convention de licence entre le Parc et la Maison du tourisme tenant compte des suggestions ci-dessus ;
- autorise la présidente et le vice-président à formaliser, sur la base des éléments ci-dessus, l'ensemble des documents contractuels entre le syndicat mixte du Parc naturel régional et la Maison du tourisme pour le développement de la marque « Livradois-Forez ».

## XII - PROGRAMMATION EDITORIALE

Élu référent : Alain NERON

Dans le cadre de son plan de communication, la Maison du tourisme élabore une programmation éditoriale qui permet de mettre en avant une thématique tous les mois. Cette programmation est déclinée en lien avec l'ensemble des actions de communication adoptées lors du dernier conseil d'administration.

Le projet de programmation pour les 6 prochaines mois est le suivant.

Mois	Thème	Cibles Marketing
Juillet	La montagne en été : loisirs sportifs + festif	Familles/sportifs/toutes
Août	Architectures remarquables et hauts lieux historiques / artisanat) + festif (+ hébergements. en lien)	Familles/ttes
Septembre	Les secrets du Livradois-Forez (activités / visites)	Couples sans enfants
Octobre	La nature en famille (observation faune /flore, balades, etc.)	Familles
Novembre	WE déconnexion et parcours initiatiques (itinérance)	Couples sans enfants /séniors/sportifs
Décembre	Eveillez vos 5 sens en L-F (gastronomie /concerts/visites nocturnes/parfums des bois/initiations manuelles)	Toutes

L'ensemble de la programmation éditoriale est présenté en annexe.

**A l'unanimité, le conseil d'administration adopte les principes de la programmation éditoriale ci-dessus.**

## XIII – PHOTOTHEQUE

Élu référent : Alain NERON

La Maison du tourisme souhaite mettre en place une photothèque pour une meilleure gestion interne de l'ensemble des photographies et vidéos.

Le fonctionnement actuel de la MDT n'offre pas la possibilité d'avoir tous les clichés regroupés au même endroit (de type « serveur »), ni de s'assurer rapidement des possibilités d'usages.

L'objectif de cette photothèque est qu'elle puisse être partagée par l'équipe de la MDT (dans un premier temps), et que chaque demande extérieure (d'un journaliste, d'un partenaire touristique, etc.) puisse être honorée rapidement.

La solution proposée est Piwigo. Les avantages sont les suivants :

- Solution en open source
- Gratuité
- Possibilité de restreindre les accès de certaines photos à des utilisateurs
- Simple à administrer
- Possibilité d'extension de l'application à un grand nombre de besoins

Les seuls coûts pour la MDT seraient l'hébergement et la location d'un serveur.

**A l'unanimité, le conseil d'administration :**

- **attribue un budget de 800 €/an pour le fonctionnement de la photothèque ;**
- **autorise la Présidente à signer tout contrat afférent afin que la photothèque soit opérationnelle pour début 2022.**

## XIV – EVOLUTION DE LA STRATEGIE DE COMMERCIALISATION

*Élue référente : Annick FORESTIER*

Comme pour la plupart des offices de tourisme qui ont une mission de commercialisation, l'organisation de l'activité du pôle relations clients/relations commerciales est en pleine évolution. Compte-tenu des évolutions des modalités de vente des séjours, l'enjeu n'est plus, petit à petit, de faire de la Maison du tourisme seulement un producteur et commercialisateur direct d'offres touristiques pour les groupes (qui reste un marché de niche) dans le cadre d'un modèle dit « centralisé » (où la Maison du tourisme passe beaucoup de temps à démarcher individuellement chacun des clients potentiels) mais plutôt qu'elle passe à un modèle « plus agile » (tourné vers la vente en ligne multicanale de vacances pour des publics individuels) dans l'objectif d'amplifier les retombées sur le territoire. Cette stratégie nécessite d'associer plusieurs démarches à la fois :

- en accompagnant à la création de produits touristiques autour d'expériences originales en lien avec le positionnement de la destination ;
- en développant la commercialisation directe des opérateurs touristiques via la place de marché Open ;
- en accompagnant les prestataires à trouver les bons outils, réseaux et plateformes de vente en ligne.

Dans ce modèle, la MDT n'est plus directement un vendeur, mais devient plutôt un assistant/formateur des prestataires touristiques locaux pour les aider à créer, designer, commercialiser des offres. Pour être schématique, l'évaluation de l'action de la MDT ne doit pas se faire par le chiffre d'affaires des ventes qu'elle réalise directement mais plutôt par les retombées économiques qu'elle engendre – quel que soit le canal - chez les prestataires touristiques locaux.

Cette mutation, à moyen constant, d'un modèle « centralisé » (actuel) à un modèle « agile » (d'avenir), implique une transition en douceur.

**A l'unanimité, le conseil d'administration décide :**

- **d'une part, d'un engagement plus fort sur les questions de vente en ligne avec le conseil et la formation des prestataires touristiques et la recherche de partenariats commerciaux. Concernant ces partenaires commerciaux, la Maison du tourisme devra développer des collaborations en priorité avec des plateformes numériques alternatives**



engagés dans des démarches de développement durable voire même à contribuer à leur émergence (ex : démarche « Destination Parc » en cours).

d'autre part, d'une légère diminution de l'activité plus traditionnelle de « réceptif ». Si l'activité de production/commercialisation au profit des groupes de seniors constitué serait maintenue, au moins pendant quelques temps la Maison du tourisme ne répondrait qu'à la demande des autres groupes (jeunes publics, groupes sportifs), sans éditer directement de catalogue et d'organiser des opérations de démarchage direct, qui étaient, malgré un intérêt notamment pédagogique, très chronophages et malheureusement sans impact économique fort sur le territoire (le secteur du scolaire de la MDT représentait à peine 6 000 € de chiffre d'affaire en 2019).

## **B – QUESTIONS DIVERSES**

### **1 – Diffusion des documents de la MDT**

Deux prestataires du conseil d'administration font part de leur manque d'information quant à la diffusion des documents de la MDT. Une nouvelle information des prestataires va donc être refaite rapidement.

### **2 – Produits boutique**

Un membre du conseil d'administration propose que la Maison du tourisme puisse proposer, l'an prochain, l'ensemble de ses produits boutique avec une réduction à l'ensemble de ses prestataires partenaires (comme cela est fait actuellement sur les topo-guides et les coffrets de couteau).

### **3 – Auvergne Destination**

Suite à une interrogation d'une membre conseil d'administration, Corinne Mondin informe de l'état d'avancement de la démarche Auvergne Destination qui assure la promotion de l'Auvergne grâce à un partenariat entre les conseils départementaux du Puy-de-Dôme et du Cantal (auquel se sont associés cette année les conseils départementaux de l'Allier et de la Haute-Loire). Elle concède que la Maison du tourisme, ni aucun office de tourisme du département d'ailleurs, n'a réussi, à ce jour, à engager un partenariat solide avec eux. Les collaborations avec l'agence régionale du tourisme Auvergne Rhône-Alpes sont bien plus faciles.

### **4 – Chambre d'hôte référence**

Un hébergeur, membre du conseil d'administration, fait part du manque d'information concernant le label « Chambre d'hôte référence » (coordonné par Atout France). Dans le Puy-de-Dôme ce label serait géré par les Gîtes de France. Alain Néron, membre des Gîtes de France se renseignera et transmettra l'information.

## C - INFORMATIONS

### XV – AMENAGEMENT DES DEVANTURES DES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

*Élue référente : Céline AUGER*

La MDT a démarré le projet d'aménagement des BIT. La première étape qui consiste à traiter de l'aménagement extérieur arrive à sa phase de réalisation.

A partir de l'étude globale d'aménagement extérieur des BIT, la MDT a organisé des visites de terrain avec chaque acteur concerné (commune, communauté de communes et le cas échéant le propriétaire) pour valider les plans d'aménagement. Les dossiers administratifs permettant la réalisation des travaux sont en cours d'instruction. Les travaux vont bientôt pouvoir démarrer sauf sur le BIT de Billom. Les travaux préconisés par l'architecte des bâtiments de France, réalisation d'une applique en bois actée par Billom communauté sont de plus grande ampleur et nécessitent un délai de fabrication plus important.

Les projets d'aménagement des devantures ont été validés en comité de pilotage. Ils sont présentés en pièce jointe (Pièce jointe 3 – Projet d'aménagement des devantures des bureaux d'information touristique)

Les visites de terrain concernant l'étude de l'aménagement intérieur des BIT vont démarrer fin juin.

### XVI – GUIDE DES BALADES NATURE ET PATRIMOINE

*Élue référente : Céline AUGER*

La MDT en partenariat avec le PNR Livradois-Forez a réalisé le guide des Balades Nature et patrimoine qui propose près de 200 rendez-vous pour la période juin-octobre 2021. Il a été tiré en 8 000 ex et a été diffusé aux prestataires qui l'ont commandé. Il est disponible dans les BIT de la MDT et il est téléchargeable sur le site internet : [Brochures touristiques Livradois Forez : guide à télécharger pour vos vacances en Auvergne \(vacances-livradois-forez.com\)](https://www.vacances-livradois-forez.com)

### XVII – VALORISATION DES HÉBERGEMENTS

*Élue référente : Céline AUGER*

#### GUIDE HÉBERGEMENT IMPRIMABLE À LA DEMANDE

La MDT a réalisé un guide hébergement par territoire et par typologie d'hébergement. Il est imprimable à la demande au comptoir des BIT de la MDT. Le guide complet est téléchargeable sur le site internet : rubrique infos pratique, brochures interactives.

#### LISTES EXHAUSTIVES

Des listes exhaustives présentant l'ensemble des hébergements connus sur le territoire ont été préparées. Elles font apparaître le nom de la commune, le nom et l'adresse de l'établissement les coordonnées téléphoniques et e-mail, la capacité d'accueil ainsi que le classement. Ces listes ont été établies par typologie d'hébergement. Elles sont délivrables dans les BIT de la MDT et sont téléchargeables sous forme de fichier pdf sur le site internet.

## **XVIII – PLATEFORME NUMERIQUE REGIONALE : TOURISME BIENVEILLANT DE PROXIMITE**

*Élue référente : Céline AUGER*

Face à la crise sanitaire qui touche de plein fouet les acteurs du tourisme, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme s'attache en toute priorité à mener des actions de relance de la consommation.

L'Agence régionale de tourisme lance un nouveau service pour les habitants de la région pour contribuer au développement d'un tourisme respectueux des enjeux environnementaux, valorisant les économies locales et créant du lien entre les habitants et les visiteurs de la région.

L'objectif est de proposer et faire découvrir aux clientèles régionales ciblées toutes les excursions, activités, visites et événements touristiques répondant à leurs aspirations pour un tourisme durable et bienveillant.)

Cette plateforme a donc vocation à valoriser des offres justifiant d'un engagement cohérent en matière sociale, environnement et économique. Si le niveau d'engagement peut varier entre ces trois dimensions, il ne peut pas être inexistant sur l'une ou l'autre.

Calendrier de mise en œuvre :

### Étape 1 – présélection des offres (avril)

Les offices de tourisme sont en charge de présélectionner les offres potentielles qui seront valorisées sur la plateforme. Toutes les offres présélectionnées seront ensuite soumises automatiquement à une auto-évaluation réalisée par les socio-professionnels eux-mêmes à partir du mois de mai.

### Étape 2 – auto-évaluation des socio-pro et enrichissement des fiches Apidae (début mai à fin juin)

Tous les socio-pro des offres présélectionnées dans l'étape 1 recevront, par l'intermédiaire d'une agence spécialisée dans la collecte, un questionnaire d'auto-évaluation.

En parallèle, l'agence régionale travaille sur l'élaboration technique de la plateforme ainsi que d'un plan de communication assorti.

## **XIX – DIFFUSION DE LA DOCUMENTATION**

*Élue référente : Céline AUGER*

La Maison du tourisme distribue la documentation selon le plan de diffusion suivant :

- participation aux bourses d'échange départementales. La MDT diffuse la documentation générale (magazine, carte de la Route des métiers) ainsi que la documentation des prestataires d'activités partenaires qui ont coché le service lors de la souscription au pack qui ont été préalablement commandées par les offices de tourisme ou structures touristiques. Avec la situation sanitaire, les rendez-vous qui ont lieu habituellement avant les vacances printemps ont été reportés en juin : le 8 juin pour la Haute-Loire, le 10 juin pour l'Allier et le 15 juin pour le département du Puy-de-Dôme.
- diffusion de la documentation des prestataires partenaires dans l'ensemble des BIT de la MDT
- diffusion de la documentation commandée par l'ensemble des acteurs touristiques du Livradois-Forez/La MDT transmet à l'ensemble des acteurs touristiques du Livradois-Forez un bon de commande de documentation. Cet envoi a été effectué début avril avec un rappel fin avril. Les documentations commandées sont disponibles dans les BIT choisis par les prestataires. Seules les commandes en grande quantité ont été livrées directement chez le prestataire par la MDT.
- diffusion du magazine dans les commerces « volontaires » du territoire, commerces qui ont été contactés par téléphone pour estimer le nombre d'exemplaires à livrer et fixer le jour de livraison.

Un bilan précis sur les quantités diffusées sera réalisé ultérieurement.

## **XX – LOCATION TEMPORAIRE D'UN ENTREPÔT POUR LE STOCKAGE DE LA DOCUMENTATION**

*Élue référente : Céline AUGER*

La Maison du tourisme du Livradois-Forez utilisait l'entrepôt de la communauté de communes Thiers Dore et Montagne à Courpière pour stocker notamment les palettes du magazine de destination. Ces locaux sont amenés à être rasés. La Maison du tourisme a donc prospecté dans les environs du siège administratif pour trouver une solution de stockage de 30 palettes. Une solution a été trouvée avec SCI BOIS, sis Le Genilhat à Marat pour louer un espace de 20 m<sup>2</sup> pour un montant de 150 € HT/trimestre. La convention serait reconduite de manière tacite tous les 3 mois. Elle pourra être dénoncée lorsqu'une autre solution de stockage sera trouvée.

## **XXI – CARTE TOURISME ET PATRIMOINE**

*Élu référent : Alain NERON*

Le conseil d'administration de la Maison du tourisme avait adopté par délibération du 29 janvier 2019 l'édition d'une nouvelle carte tourisme et patrimoine réalisée en partenariat avec le Parc naturel régional Livradois-Forez. Suite au CA du 23 septembre 2020, il avait été validé la réalisation de cette nouvelle carte, et son impression pour un montant prévisionnel de 6 000 euros.

La carte est en cours de finalisation pour sa conception graphique. Pour l'intégration des plans de ville détaillés à son verso, une harmonisation de cartographie a été nécessaire. Elle a consisté à reprendre le dessin de chaque plan, puisque la solution convenue initialement ne nous donnait pas satisfaction (reprendre les tracés des plans de ville à partir des copies d'écran de « Google Maps »).

Afin de finaliser ce travail, la Maison du tourisme a engagé une nouvelle dépense pour créer et harmoniser les plans des 6 villes principales du Livradois-Forez, pour un coût additionnel de 3 475 € HT.

## **XXII – JEU-CONCOURS 2021**

*Élu référent : Alain NERON*

Le conseil d'administration a adopté le principe de réaliser un jeu-concours pour un coût prévisionnel de 800 € HT (CA du 21/01/2021).

Chaque année, en fonction de critères définis autour de la cible clientèle des « familles », des structures d'hébergement différentes sont contactées pour cette mise en place.

Cette année, place à une nouveauté avec la mise en valeur du nouvel équipement partenaire : le « Camping Paradis les Chanterelles », situé à Saint-Rémy-sur-Durolle. <https://www.vacances-livradois-forez.com/camping-aire-camping-car/camping-les-chanterelles-saint-remy-sur-durolle/>

Le jeu-concours, ses modalités et sa conception publicitaire ont été définies avec le directeur du camping, José PERES.

Il a été dénommé « Libre à vous d'aller au Paradis », en rapport au code de marque et à sa tonalité taquine. Le lot à gagner est un séjour d'une semaine à réserver en été 2022 pour 4/5 personnes, en bungalow, dans un cadre reprenant l'univers et l'ambiance de la série TV.

Il est présenté sur le site internet <https://www.vacances-livradois-forez.com/sejourner/infos-pratiques/jeu-concours-livradois-forez/> dans les supports imprimés suivants : le magazine de destination « Livradois-Forez #3 » ; les guides « vacances scolaires ».

Le jeu se déroule jusqu'au 31/12/2021, minuit. Le tirage au sort aura lieu le 07/01/2022 à 12h00. Son règlement a été déposé chez l'Huissier de Justice (Maître Marie-Laure GEMON-KHATTIR, à Ambert).

## XXIII – PARTENARIAT AVEC LE CSE MICHELIN

Élue référente : Annick Forestier

Tirant les conclusions de la crise sanitaire, le Comité social et économique de Michelin a fait le pari audacieux de modifier (en partie) son modèle traditionnel d'aide aux départs en vacances de ses salariés. En voici les idées principales :

1/ Proposer des vacances originales à ses salariés favorisant « l'expérience », l'échange, la rencontre, l'apprentissage auprès des habitants, artisans, producteurs et acteurs du milieu rural. Ce qui veut dire, proposer une alternative aux traditionnels hébergements de grande capacité des spots touristiques surbondés (stations des Alpes, bords de mer, etc.) pour le bien-être de ses salariés.

2/ Faire profiter les territoires « en transition », à proximité de l'entreprise, des retombées économiques d'une telle activité. Ici, seuls des séjours (WE d'ailes de saison) dans le département du Puy-de-Dôme (siège de Michelin) sont proposés.

3/ S'appuyer sur des partenaires locaux (office de tourisme, réseaux de prestataires, etc.) pour dénicher des offres originales, proposer des produits sur mesure de petites capacités, ayant un savoir-faire en vente de séjours.

Côté économique, le CSE Michelin va ainsi injecter au moins 300 000 € au service des territoires locaux. A cela, s'ajouteront plus de 100 000 € en provenance des familles, par leurs contributions directes ou indirectes aux séjours retenus.

Au côté de l'association des villes thermales d'Auvergne (Therm'Auvergne), la Maison du tourisme du Livradois-Forez a fait partie de cette aventure.

### Production touristique en Livradois-Forez

- Production : 18 séjours réalisés en LF comprenant une cinquantaine de prestataires touristiques.
- Durée : 3 jours/2 nuits ou 2 jours/1 nuit, en pension complète.
- Réservations pour les adhérents du CSE : à partir du 11 mai jusqu'à fin octobre 2021, principalement les week-ends.

L'ouverture des inscriptions, prévue initialement au 01 mai, a été repoussé en raison des nombreuses incertitudes d'ouverture des sites touristiques liées à la crise sanitaire.

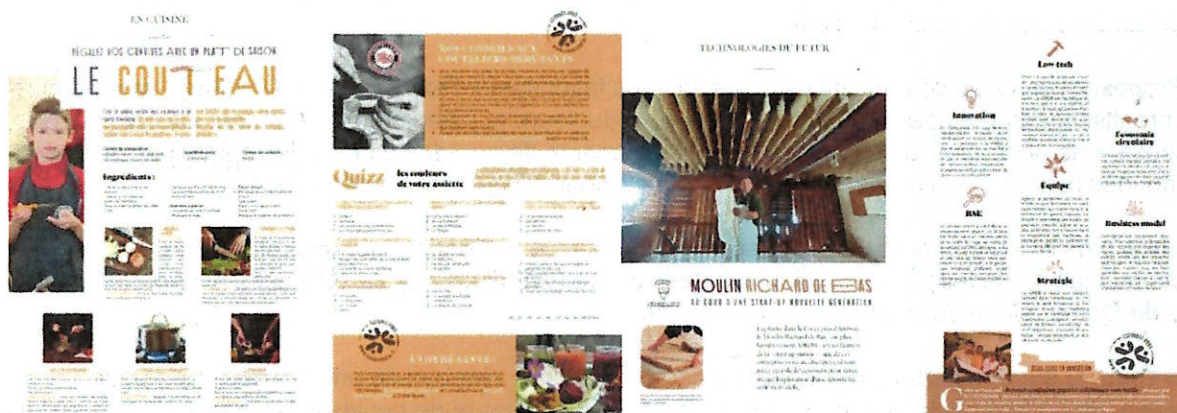
### Supports de commercialisation

- 1 "magalogue" (souhaité par le CSE Michelin comme très décalé, fun, amusant en cette période morose de crise sanitaire, *en pièce jointe*) à destination de l'ensemble des adhérents du CSE soit 35 000 adhérents,

- Référencement des séjours sur le site internet du CSE,

### Communication médias

- Conférence de presse pour présenter le "magalogue".
- Web TV animée par Marc-Alexis Roquejoffre le 30 juin 2021 consacrée à la présentation du partenariat entre le CSE Michelin et le Livradois-Forez. En présentiel, au parc naturel Livradois-Forez, les élus des 2 instances et 2 interviews (en distanciel) d'acteurs touristiques locaux : le moulin de Richard-de-Bas et un accompagnateur moyenne montagne, membre de l'association A pas de Lynx.
- Quelques retours médias :
  - o <https://www.francebleu.fr/infos/economie-social/clermont-ferrand-des-vacances-en-circuit-court-pour-les-bibs-avec-le-cse-michelin-1618580127>
  - o <https://www.7joursaclermont.fr/le-cse-michelin-veut-promouvoir-le-tourisme-de-proximite/>
  - o <https://lejournaldeleco.fr/cse-michelin-au-service-des-adherents-et-des-territoires/>



## XXIV - MOUVEMENT DE PERSONNEL

Élue référente : Corinne MONDIN

### 1 – Recrutement de personnel (CDD)

La Maison du tourisme a embauché Sandrine Rochas au poste de chargée de mission Qualité Classement depuis le 1<sup>er</sup> juin, selon les modalités validées au précédent conseil d'administration.

Sandrine Rochas est installée dans les locaux de Thiers, place du Pirou.

### 2 – Recrutement de saisonniers

2 Pour la saison 2021, il a été prévu de recruter du 21 juin au 28 août 2021, dix saisonniers répartis sur les différents bureaux d'accueil comme suit :

- Ambert : 2 personnes à 30h / semaine
- Arlanc : 1 personne à 28h / semaine
- Billom - Lezoux : 1 personne 30h/semaine
- Courpière - Thiers : 1 personne à 32h / semaine
- Olliergues - Arlanc : 1 personne à 24h / semaine
- Saint-Anthème : 1 personne à 24h / semaine

CM

- Saint-Germain l'Herm - Ambert : 1 personne 24h / semaine.
- Saint-Rémy-sur-Durolle - Thiers : 1 personne 31h / semaine
- Thiers : 1 personne 25h / semaine.

Il reste à ce jour quelques postes à pourvoir malgré une diffusion des annonces plus tôt que les années précédentes.

Par ailleurs, la Maison du tourisme a recruté Mickaël SCHMISSER du 26 avril au 25 juillet pour l'entretien et la maintenance des sentiers de randonnées. Ce saisonnier revient pour la 3<sup>ème</sup> année.

### **3 – Accueil de stagiaires**

Pour contribuer à la professionnalisation des étudiants et conforter son équipe technique, la Maison du tourisme accueille régulièrement des stagiaires dans différents domaines.

#### Pôle relations commerciales

- Lia BASCHENIS d'Arpheuilles-Saint-Priest (03) étudiante en Master 2 Direction de projets ou établissements culturels - Accompagnement culturel et touristique des territoires à l'Université Clermont Auvergne  
Stage de 4 mois et demi, d'avril à mi-août, pour le développement de la vente en ligne des produits touristiques.

#### Pôle Accueil - information – relations locales

- Alexandre HENNIN de Saint-Bonnet-près-Riom (63) étudiant en Master 2 Informatique - Génie logiciel Intégration d'applications à l'Université Clermont Auvergne  
Stage de 5 mois, d'avril à fin-août, pour le développement de l'outil de suivi de la base de données APIDAE.
- Audrey ROLHION de Saint-Amant-Roche-Savine (63) étudiante en 1<sup>ère</sup> année BTS Tourisme au lycée de Chamalières  
Stage de 2 mois, mai et juin, au BIT d'Ambert (stage à mi-temps partagé avec la MSAP de Cunlhat)
- Emy VIGIER de Veyre-Monton (63) étudiante en 1<sup>ère</sup> année BTS Tourisme au lycée de Chamalières  
Stage de 2 mois, mai et juin, au BIT d'Ambert.

<b>XXV - FRAIS DE DÉPLACEMENT DES ADMINISTRATEURS DE LA MAISON DU TOURISME</b>
--

*Élue référente : Corinne MONDIN*

Depuis le dernier conseil d'administration, aucun administrateur n'a sollicité de remboursements de frais de déplacement.

CM

## ANNEXE 1 : PROGRAMMATION EDITORIALE

Mois	Thématique	Dates de communication des campagnes	Offres mises en avant (1)	Cibles		Temps fort de communication
				Cientèles (2)	Marchés (3)	
<b>PLANNIFICATION SAISONNIERE</b>						
Avril	Reconquête de l'espace	Avril	. Randonnée + manger local + hébergements ouverts	Familles Couples urbains sans enfant Sportifs Detox Seniors actifs Habitants	Livradois-Forez + 10 km autour	
Mai	Détour-slow tourisme : en L-F on ne manque pas d'air, ni d'espace	Avril	. Courts séjours (mai/ début juin) : offre d'hébergements de WE . Activités : offre de nature	Familles Couples sans enfant		. Communiqué de presse "Tourisme porteur de sens" . Campagne de communication Facebook Auvergne (ART) : "Séjour nature detox" . Publicité Facebook "Détour" . Publicité Facebook "Week-end expérience" . 1 post sponsorisé
Juin	L'eau en Livradois-Forez	Mai	. WE hébergements avec piscine et/ou proximité de zone d'eau . Offres d'activités (baignades, activités aquatiques)	Familles Couples sans enfant		. Changement page d'accueil du site internet "mode été" . 1 post sponsorisé
Juillet	La montagne en été	Juin	. Séjours semaines "hébergements secs" . Séjours thématiques semaine . Activités : loisirs sportifs ; les festivals	Familles Couples urbains sans enfant Sportifs Detox Seniors actifs		. Campagne de communication Facebook Auvergne (ART) : "Famille" - Phase 1 /Nature . 1 post sponsorisé
Août	Culture en Livradois-forez :	Juillet	. Séjours à la semaine (tous les hébergements réservables en ligne) . architectures remarquables et hauts lieux historiques ; artisanat ; festivals ; visites culturelles.	Familles Couples urbains sans enfant Sportifs Detox Seniors actifs	3h autour du Livradois-Forez (sauf France lors des campagnes avec l'ART)	. Campagne de communication Facebook Auvergne (ART) : "Famille" - Phase 2 / Culture . 1 post sponsorisé
Septembre	Les secrets du Livradois-Forez	Août	. WE hors saison atypique : hébergements secs + WE thématiques . Mise en évidence d'une offre atypique	Familles Couples sans enfant		. Communiqué de presse "Les secrets du Livradois-Forez / nature en famille" . Changement page d'accueil du site internet "mode automne" . 1 post sponsorisé
Octobre	La nature en famille	Septembre	. Séjours famille pour les vacances de Toussaint. . Activité autour de la nature : observation/faune /flore, balades, etc.	Familles		. Campagne de communication Facebook Auvergne (ART) : "vacances d'automne" . 1 post sponsorisé
Novembre	Déconnexion	Octobre	. WE hébergements secs "randonnée" . WE et séjours déconnexion . Séjours en itinérance	Couples urbains sans enfant Sportifs Seniors actifs		. 1 post sponsorisé
Décembre	Les 5 sens	Novembre	. Séjours hébergements Vacances de Noël . Activités : gastronomie /concerts/visites nocturnes/parfums des bois/initiations manuelles)	Familles Couples urbains sans enfant Sportifs Detox Seniors actifs		. 1 post sponsorisé
<b>PLANNIFICATION "TEMPS FORTS"</b>						
Mai	Ouverture des restaurants	Fin mai	. Restaurants qui réouvrent			. 1 post sponsorisé
Alles de saison	Séjours "expériences" packagés	Fin mai	. Séjours "expériences" packagés présents sur le site internet de la MDT	Couples urbains sans enfant Sportifs Detox Seniors actifs	3h autour du Livradois-Forez	. 1 post sponsorisé
Juin puis Juillet	Ouverture des lieux culturels et de visite	Fin mai puis a priori courant juin	. Lieux de visite et culturels qui réouvrent			. 2 posts sponsorisés
Juillet et août	Visites et balades nature	Juillet et août	. Programme des balades natures de la MDT			. 2 posts sponsorisés. 1 en juillet / 1 en août
Variable	Evénements majeurs	Variable	. Promotion des 6 événements majeurs			. Des posts de contenu variable en fonction des événements majeurs
<b>PLANNIFICATION "ACTIONS DE COMMUNICATION INTERNE"</b>						
	Sortie du magazine	Mars	-	Journalistes, habitants, clientèles touristiques	-	. 1 post de contenu
	Présence du magazine avec Tout Clermont et mag 2 Lyon	Mai	-	Journalistes, habitants, clientèles touristiques	-	. 1 post de contenu
	Sortie des dossiers de presse et du communiqué de presse	Mai	-	Journalistes, partenaires locaux	-	. 1 post de contenu

(1) La stratégie est de mettre en avant une sélection "d'offres vitrines" lors des différentes actions de communication (tout en trouvant, si possible, des solutions pour faire des renvois vers l'ensemble de l'offre).

La sélection des offres est effectuée par le service marketing en tenant compte des critères suivants :

- critère 1 : offre en lien avec la thématique



- critère 2 : qualité de l'offre via la reconnaissance des différents labels et marques donnant des garanties notamment en termes de développement durable
- critère 3 : offre réservable en ligne
- critère 4 : tenir compte le plus possible d'une équité territoriale tenant compte du poids touristique des "territoires" (ALF, TDM, Billom-Lezoux)

Le renvoi sur l'ensemble de l'offre peut se faire via vers des renvois (dossier de presse : vers le site internet / page d'atterrissage du site internet : vers les listes exhaustives de structures)

(2) Les cibles de clientèles ont été définies dans le plan marketing de la MDT

(3) La stratégie adoptée est de communiquer Livradois-Forez "seul" dans un rayon de 3 heures et de s'appuyer / s'adosser sur la marque Auvergne pour toucher les clientèles nationales (partenariat avec l'ART ou Auvergne destination Volcans)

cm

# CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA MAISON DU TOURISME

MARDI 22 JUIN 2021

## RÉSOLUTIONS

Nombre de participants à la réunion : 16

Nombre de votants présents : 14

Nombre de voix (présents et représentés) : 19

Le quorum d'1/2 (14) est atteint : 19 présents ou représentés (sur les 28 membres du conseil d'administration).

### AFFAIRE I - Activité de la MDT dans la cadre de la crise sanitaire

Pour	19
Contre	0
Abstention	0

### AFFAIRE II – Evolution de l'organigramme de la Maison du tourisme

Pour	19
Contre	0
Abstention	1

### AFFAIRE III – Recrutement d'un chargé de mission stratégie de communication numérique

Pour	19
Contre	0
Abstention	0

### AFFAIRE IV – Mission « organisation / management de la MDT » : phase 2

Pour	19
Contre	0
Abstention	0

### AFFAIRE V – Acquisition de matériel informatique

Pour	19
Contre	0
Abstention	0

### AFFAIRE VI – Packs partenaires 2022

Pour	19
Contre	0
Abstention	0

### AFFAIRE VII – Présentoirs de présentation du magazine de destination

Pour	19
Contre	0
Abstention	0

### AFFAIRE VIII – Produit boutique : fabrication de sacs en coton

Pour	19
Contre	0
Abstention	0

**AFFAIRE IX – Billetterie : réduction sur les visites et balades pour les clients des hébergements partenaires de la MDT**

Pour	19
Contre	0
Abstention	0

**AFFAIRE X – Représentants de la MDT à l'association des Champs d'ail de Billom**

Pour	19
Contre	0
Abstention	0

**AFFAIRE XI – Marque Livradois-Forez**

Pour	19
Contre	0
Abstention	0

**AFFAIRE XII – Programmation éditoriale**

Pour	19
Contre	0
Abstention	0

**AFFAIRE XIII – Photothèque**

Pour	19
Contre	0
Abstention	0

**AFFAIRE XIV – Evolution de la stratégie commerciale de la Maison du tourisme**

Pour	19
Contre	0
Abstention	0

CM