

**CONSEIL D'ADMINISTRATION**

**MAISON DU TOURISME DU LIVRADOIS-FOREZ**

**LUNDI 24 JUIN 2019**

**COMPTE-RENDU**

**SAINT-GERVAIS-SOUS-MEYMONT**

## **PARTICIPANTS**

---

### **Présents**

#### Membres de droit

Françoise BERNARD : communauté de communes Billom Communauté  
Patrick BESSEYRE : suppléant pour la communauté de communes Ambert Livradois Forez  
Josiane COMBRIS : représentant de la 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  
Claude GOUILLON-CHENOT : communauté de communes Thiers Dore et Montagne  
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

François ANSEL : Les demeures du Lac  
Nicole BOUCHERAT : Les Marguerites Aux Lotz  
Georges CHAMPAIN : Gîte des Erables  
Arnaud DE CADIER DE VEAUCE : château des Martinanches  
Gérard LECOQ : centre de ressources et chambres d'hôtes Ana'chronique  
Alain NÉRON : gîtes Domaine du Faux Martel  
Helen SLIK : chambres d'hôtes La Paresse en Douce  
Gilles VAYSSIÈRE : gîtes et yourte La Clef des Puys

#### Collège des présidents des collectivités membre

Jean-Claude DAURAT : communauté de communes Ambert Livradois Forez

#### Autres participants

Benoît BARRÈS : Maison du tourisme

### **Excusés / absents**

Bernard AUROY : Randonnée en Livradois-Forez  
Michel BRAVARD : communauté de communes Ambert Livradois-Forez  
Valérie GOBILLARD : chambres d'hôtes « Le clos Goëlle »  
Guy GORBINET : communauté de communes Ambert Livradois Forez  
Josiane HUGUET : communauté de communes Entre Dore et Allier, pouvoir à Monique FERRIER  
Jean JALLAT : association « Les Champs d'ail de Billom »  
Christine MILLER : chambres d'hôtes « Le moulin de la Passerelle »  
Simone MONNERIE : communauté de communes Ambert Livradois Forez  
Sylvain PERAUDEAU : Moulin Richard de Bas  
Anthony PLANAT : Association Route des Métiers

## ORDRE DU JOUR PRÉVISIONNEL

### A – AFFAIRE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

---

#### **Pôle Territoire, accueil touristique et relations locales**

- I - Pack partenaire 2020
- II - Service de réservation pour les structures n'ayant pas d'accès téléphonique ou numérique
- III - Observation touristique
- IV - Développement de la plateforme en ligne Livradois-Forez Randonnée
- V - Partenariat avec l'aire d'autoroute de Limagne sud

#### **Pôle Marketing**

- VI - Magazine de destination 2020
- VII – Présence de la MDT lors des manifestations locales 2019

#### **Pôle Administration**

- VIII - Mise à disposition de Marine Pereira
- IX - Annexe à la convention Thiers Dore et Montagne / Maison du tourisme

### B – INFORMATIONS

---

#### **Pôle Territoire, accueil touristique et relations locales**

- X - Développement de la plateforme de vente des packs
- XI - Bilan de la fréquentation des BIT : vacances de Pâques
- XII - Bilan des rencontres locales
- XIII - Calendrier des pots d'accueil 2019
- XIV - Guide « Balades et visites accompagnées »
- XV - Diffusion de la documentation lors des bourses aux documents
- XVI - Evolution de la collection des topo-guides locaux de randonnée

#### **Pôle Marketing**

- XVII - Site internet
- XVIII - Bilan d'opérations de communication (salon de la pêche, salon de la randonnée)
- XIX – Bilan du partenariat avec Coutellia
- XX - Relations presse
- XXI - Reportages photographiques

#### **Pôle Relations clients et relations commerciales**

- XXII – Création de séjours avec les concerts de Vollore

#### **Pôle Administration**

- XXIII - Information sur le personnel
- XXIV – Mise en réseau informatique des sites de la Maison du tourisme

### C – QUESTIONS DIVERSES

---

## A – AFFAIRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

### I – PACK PARTENAIRE 2020

Élu référente : Josiane COMBRIS

La Maison du tourisme a mis en place depuis 4 ans un pack partenaire (pack partenaire, pack publicitaire, pack réseau) formalisant le partenariat avec les acteurs touristiques du territoire. Il est proposé pour 2020 :

- I – une évolution du pack partenaire ;
- II – une évolution du pack publicitaire ;
- III – le maintien du pack réseau ;
- IV – la création d'un pack « événements majeurs » ;
- V – le maintien de certains services aux prestataires touristiques non partenaire.

### I - PACK PARTENAIRE : ÉVOLUTIONS 2020

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

#### 1. Création de nouveaux services

PRESTATIONS	ACTEURS CONCERNÉS
Utilisation du code de marque « Livradois-Forez, parc naturel régional en Auvergne » et organisation de journées de sensibilisation/formation à son application.	Tous les prestataires
Bon gratuit pour une balade ou visite accompagnée parmi l'ensemble des visites encadrées par la MDT (mentionnées avec un pictogramme spécifique dans la guide <i>Balades et visites accompagnées</i> )	

#### 2. Evolution de certains services

PRESTATIONS	ACTEURS CONCERNÉS
<u>Magazine de destination</u> . Il serait tiré à 40 000 exemplaires (au lieu de 30 000 ex) avec une diffusion en kiosque de près de 10 000 exemplaires avec des médias partenaire.	Tous les prestataires
<u>Agenda des animations</u> . La Maison du tourisme ne valoriserait que les animations qui seraient intégrées directement par les organisateurs dans l'agenda partagé en ligne.	

#### 3. Développement du principe de partenariat

Il est proposé de développer le principe de partenariat entre la Maison du tourisme et les prestataires touristiques dans l'idée que le pack ne corresponde pas seulement à un ensemble de prestations de service, mais puisse être un engagement réciproque entre les prestataires touristiques et la Maison du tourisme. Ainsi en souscrivant au pack, les prestataires pourraient :

- 1) contribuer à la promotion collective du territoire ;
- 2) s'engager à :
  - valoriser la destination « Livradois-Forez, parc naturel régional en Auvergne » avec si possible la souscription au code de marque ou à minima la création d'un lien vers le site internet de la Maison du tourisme ;

- mettre à jour régulièrement les informations de présentation de leur structure avec une attention particulière portée à la qualité des descriptifs et des photographies ;
- mettre à disposition leurs coordonnées à l'ensemble du réseau des partenaires de la Maison du tourisme permettant de favoriser les échanges d'information ;
- contribuer aux différentes enquêtes mises en place par la MDT (ex : enquête analyse de la saison touristique, etc.).

Il serait précisé que la Maison du tourisme ne valoriserait que les prestataires partenaires lors opérations promotionnelles (salons, relation presse, réseaux sociaux, etc.).

#### 4. Tarifs

Il est proposé le maintien des mêmes tarifs que l'an dernier suivant le tableau ci-dessous.

Type de prestataires touristiques		Prix 2019	Proposition de prix 2020
HÉBERGEMENT TOURISTIQUE	Hôtel-restaurant (plus de 20 lits) Village de vacances Camping (plus de 20 emplacements)	105 €	105 €
	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 €	85 €
	Chambre d'hôte Meublé de tourisme (- de 20 lits) Camping (- de 20 emplacements)	65 €	65 €
PRESTATAIRE D'ACTIVITÉ	Site touristique (+ 5 000 visiteurs) : musée, site de visite, artisan et producteur proposant une visite.	85 €	85 €
	Site touristique (- 5 000 visiteurs) : musée, site de visite, artisan et producteur proposant une visite. Prestataire d'activité (pédestre, équestre, vélo, activités hivernales, pêche, loisirs de l'air, escalade, etc.)	65 €	65 €
MULTI-ACTIVITES		110 €	110 €

NB : suite à la demande de quelques prestataires, une ouverture du pack à tous les prestataires du PNR et à des communes voisines a été étudié. Cependant, cette solution est trop compliquée à mettre œuvre pour des prestataires étant sur le périmètre d'intervention d'autres offices de tourisme. La MDT ne pourrait pas leur offrir la garantie : de la qualité des informations présentées (gérées par les autres OT), du respect de l'ensemble des services (gestion des disponibilités, diffusion des documents, etc.). En réponse à cette demande, il est plutôt proposé (voir par ailleurs) d'ouvrir le pack publicitaire à ces prestataires touristiques.

## II – PACK PUBLICITAIRE : ÉVOLUTIONS 2020

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

## 1. Evolution de certains services

<b>PRESTATIONS</b>	
<b>Evolution</b>	La 2 <sup>ème</sup> et 3 <sup>ème</sup> de couverture du magazine ne seraient plus proposées sous forme d'encarts publicitaires mais plutôt sous forme de publiereportages (co-construits avec la MDT) au même tarif que la page de publicité. L'objectif est d'avoir une cohérence graphique de ces 2 pages avec la nouvelle charte du magazine.
<b>Suppression</b>	Suppression de la possibilité de communiquer sur les sacs en papier, considérant que 10 000 sacs sont en cours de fabrication pour les saisons 2019 et 2020.

## 2. Evolution des bénéficiaires

Le pack publicitaire était réservé jusqu'à présent aux acteurs situés sur le périmètre d'intervention de la Maison du tourisme. Il vous est proposé de l'ouvrir à d'autres acteurs en dehors de ce périmètre à condition qu'ils respectent la charte en vigueur. Cette solution permettrait par exemple à des prestataires et à des gros opérateurs de proximité (Vulcania, Lemptégy, etc.) de communiquer sur les supports de la Maison du tourisme avec deux adaptations :

- une majoration des tarifs (hypothèse + 50% après analyse de la concurrence) ;
- une priorité laissée aux acteurs du territoire en fonction des espaces publicitaires disponibles.

## 3. Tarif (HT)

Il est proposé le maintien des mêmes tarifs que l'an dernier.

### Supports papier

<b>Format</b>	<b>Magazine de destination</b>	<b>Guide festivités et animations (forfait 4 guides)</b>	<b>Guide festivités et animations (tarif 1 guide)</b>
1/8 de page	102 €	82 €	29 €
1/4 de page	184 €	153 €	54 €
Publireportage	357 €	357 €	125 €
1 page intérieure quadrichromie	600 €	408 €	143 €
2e ou 3e de couverture quadrichromie	900 €	510 €	179 €

Réduction : - 30 % sur le deuxième achat (le - cher) et - 50 % sur le 3e achat et sur les suivants.  
Majoration de 50 % pour les acteurs hors du territoire.

### Site internet

102 € HT/mois de septembre à avril, 153 € HT/mois de mai à août.

## **III – PACK RÉSEAU**

Le pack réseau est réservé aux groupements de prestataires touristiques du territoire.

Il est proposé de ne pas faire de changement du pack réseau et de maintenir son contenu et son tarif.

### 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. Maintien des tarifs**

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

- une part variable de 8 € H.T. / membre du réseau ;
- tarif plafonné à 300 € H.T. pour le réseau ;
- avec un service spécifique (page de publicité) et une offre complémentaire (page de publicité supplémentaire de 150 €)

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

- une part fixe de 82 € H.T. + une part variable de 8 € H.T. / membre du réseau ;
- tarif plafonné à 300 € H.T. pour le réseau.

**IV – CRÉATION D'UN PACK « ÉVÈNEMENT MAJEUR »**

---

Il vous est proposé de créer un pack spécifique pour les « événements majeurs » du territoire visant à mutualiser collectivement des moyens pour mieux faire connaître conjointement l'événement et le territoire. Le principe serait donc de développer des complémentarités d'actions entre les partenaires davantage sous la forme d'un partenariat plutôt que d'un simple pack de service.

**1. Structures concernées**

Il est proposé de développer ce pack au profit des événements majeurs.

La proposition de critères est la suivante, en sachant qu'une réflexion plus aboutie sera menée par la commission accueil, territoire, relations locales :

- animations ayant un impact au-delà de la « région Auvergne » et disposant de moyens de communication (un budget de communication supérieur à 10 000 euros).
- Exemples d'événements qui auraient la possibilité de souscrire au pack « événement majeur » :

**2. Engagements de la Maison du tourisme**

**a) Comme pour les autres animations du territoire (services réalisés à titre gratuit)**

- Diffusion des plaquettes et affiche dans les bureaux d'information
- Une présentation du festival sur le site internet
- Une présentation dans les guides d'animations locaux
- Une présentation dans les guides festivités et animations
- Service de billetterie en comptoir et en ligne (comme pour les autres événements) avec commission de 5%

### **b) Engagements complémentaires spécifique au pack « événement majeur »**

- Identification spécifique sur le site internet :
  - o Rubrique temps fort de la page d'accueil
  - o Une valorisation dans l'espace « expérience » du site internet. Rédaction d'un texte et reportage photo
- Magazine de destination :
  - o Un cahier des festivals : 1/2 page de présentation par festival.
- Diffusion d'une newsletter « spécial évènements majeurs » fin avril aux 10 000 adresses du fichier de la MDT.
- Réseaux sociaux :
  - o Facebook : relais de plusieurs posts Facebook sur la page de la MDT
  - o Instragram : sélection de 10 images par événement
- Mise à disposition d'un widget des hébergements disponibles et réservables en proximité
- Invitation aux journées de rencontres locales
- Le jour de l'évènement et en fonction de l'intérêt en concertation avec l'organisateur de l'évènement :
  - o un stand de présentation du territoire avec un agent de la MDT (pour les manifestations regroupant le jour J plus de 1000 personnes).
  - o organisation d'un jeu concours. Prise en charge de l'ensemble du jeu. Fourniture d'un lot par la MDT.
- Appui technique à la création de produits associant des hébergements (sous réserve, au cas par cas).
- Organisation d'une offre de visite patrimoniale spécifique lors de l'évènement (sous réserve, au cas par cas).

### **3. Engagements de l'organisateur de l'évènement**

- Utilisation du code de marque de la destination sur les supports de communication (dépliant, courrier, site internet, Facebook)
- Utilisation d'une virgule sonore « Livradois-forez » élaborée par la MDT pour l'ensemble des messages radiophoniques.
- Lien internet vers le site de la Maison du tourisme
- Lien vers le jeu concours de La Maison du tourisme
- Inviter la MDT lors d'éventuelles conférence de presse avec un temps de présentation du territoire (10 minutes)
- Accueil d'un stand de la Maison du tourisme lors de l'évènement (sous réserve, au cas par cas).

### **4. Tarifs**

- 200 euros HT euros/an comprenant l'adhésion à la Maison du tourisme (20 euros).

NB : possibilité en complément de souscrire au pack publicitaire.

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

---

La Maison du tourisme offre quelques services pour les prestataires non-partenaires.

- Renseignement de la base de données Apidae
- Mise à disposition des documents de la MDT
- Invitation aux journées de rencontres locales et journée de découverte

Il est proposé en complément de leur diffuser l'ensemble des lettres et notes d'information de la Maison du tourisme.



**Le conseil d'administration adopte, suivant les principes ci-dessus :**

- les évolutions du pack partenaire 2020 ;
- les évolutions du pack publicitaire 2020 ;
- le maintien du pack réseau ;
- la création d'un pack « évènement majeur », considérant qu'un temps de concertation avec les organisateurs d'évènement est nécessaire d'ici le prochain conseil d'administration, pour apporter d'éventuelles évolutions à cette proposition ;
- les évolutions des services aux prestataires non partenaire.

En complément, Martine Munoz considère que les collectivités ne peuvent pas sans cesse, en complément de leurs adhésions, payer le pack partenaire, le pack publicitaire, les commissions sur la billetterie. D'après elle, il n'est pas logique, que la MDT refacture la promotion de d'évènements locaux. Corinne Mondin propose que ce point soit préparé par un prochain bureau.

## **II – SERVICE DE RÉSERVATION POUR LES STRUCTURES N'AYANT PAS D'ACCÈS TÉLÉPHONIQUE OU NUMÉRIQUE**

*Élue référente : Josiane COMBRIS*

Compte-tenu de l'absence d'accès de réseau téléphonique ou numérique, il arrive que certaines structures touristiques du Livradois-Forez ne peuvent assurer un service de réservation à leur clientèle. C'est notamment le cas de la Jasserie du Coq Noir gérée par l'association Sur les traces du Coq Noir.

La Maison du tourisme pourrait donc assurer la prise en charge des réservations pour ces structures suivant les principes suivants :

- Engagements de la Maison du tourisme : prendre en charge les réservation (de repas, d'animations, d'hébergement, etc.) grâce à ses agents dans les BIT.
- Tarif du service : 450 euros HT/ an.

**Le conseil d'administration décide :**

- de mettre en place ce partenariat pour les structures qui pourraient être intéressées ;
- de mettre en place ce partenariat avec l'association Sur les traces du Coq noir pour les réservations de ses repas et animations (sur le même principe que la convention qu'elle avait signé l'an dernier avec l'EPIC Ambert Livradois-Forez tourisme) ;
- d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.

## **III – OBSERVATION TOURISTIQUE**

*Élue référente : Josiane COMBRIS*

**Le conseil d'administration décide d'adopter la mise en place des outils d'observation de l'activité touristique du Livradois-forez suivant le tableau ci-dessous.**

<b>DONNÉES D'OBSERVATION</b>	<b>CONTENU</b>	<b>NOUVEAU / EXISTANT</b>	<b>PÉRIODICITÉ</b>
<b>Bilan de fréquentation des BIT</b>	Accueil dans les BIT (nb de contacts)	Existant	. Après chaque période de vacances scolaires . Bilan annuel
<b>Bilan de la saison estivale</b>	. Recueil de données fréquentation nationale, régionale et des tendances de consommation. Analyse de l'activité MDT : visites, billetterie, site internet, écocompteurs, activités commerciales . Enquête de conjoncture (voir ci-dessous).	Existant	Annuel (Mi-septembre)
<b>Analyse de la fréquentation du territoire</b>	<u>Enquête de conjoncture estivale</u> : l'étude Novamétrie « conjoncture » organisée en partenariat avec le CRT n'existe plus. Il est donc proposé que la MDT organise elle-même une enquête (entre le 20 et 30 août) via un questionnaire en ligne auprès de tous les prestataires partenaires avec 10 questions simples permettant d'analyser la saison.	<b>Nouveau</b>	Annuel (Entre 20 et 30 août)
	<u>Analyse de la taxe de séjour</u> . Une méthode d'analyse de l'évolution de la taxe de séjour est en cours en concertation avec les 4 communautés de communes.	<b>Nouveau</b>	Bilan annuel
<b>Analyse des clientèles de la destination</b>	Evaluation des clientèles accueillies dans les BIT : provenance, durée de séjour centre d'intérêt, part de la population locale. Réalisation à partir des données du logiciel Koezio.	<b>Nouveau</b>	Bilan annuel
<b>Satisfaction des visiteurs des services de la MDT</b>	La MDT a mis en place des questionnaires satisfaction de satisfaction clients (service commercial, visites guidées, bureau à l'accueil) et des cahiers de suggestions dans chacun des BIT.	Existant	Bilan annuel

**En complément, le conseil d'administration propose :**

- **de mettre en place un questionnaire d'évaluation du magazine ;**
- **de mieux utiliser trip advisor pour évaluer la satisfaction des visiteurs.**

#### **IV – DÉVELOPPEMENT DE LA PLATEFORME NUMÉRIQUE LIVRADOIS-FOREZ RANDONNÉE**

*Élu référent : Bernard AUROY*

La commission de travail « randonnée » réunie le 29 mai dernier a examiné, suite aux remarques du dernier conseil d'administration, le type de circuits de randonnée à intégrer sur la plateforme numérique de randonnée Livradois-forez-randonnée.

2 hypothèses ont été étudiées :

- soit la présentation d'une sélection d'itinéraires sur cette plateforme considérant que les communautés de communes ont investi dans des topo-guides « papier » et qu'il pourrait y avoir une forme de « concurrence » ;
- soit la présentation de l'ensemble de l'offre de randonnée considérant que ce serait un service complémentaire intéressant pour les randonneurs.

Après examen de ces deux hypothèses, la commission de travail préconise la deuxième solution.

**Le conseil d'administration décide d'intégrer l'ensemble des circuits de randonnée du territoire sur la plateforme numérique de randonnée.**

**En complément :**

- **Helen Slik considère qu'il existe, pour les randonneurs, une complémentarité entre les supports d'information papier (topo-guide) et le numérique. Le retour des randonneurs de l'application est très bon.**
- **Patrick Besseyre, fait part que le support papier ne sert plus à rien pour les pratiquants du VTT, adeptes des outils numériques. Une évolution de l'application serait nécessaire pour les circuits VTT.**
- **il est proposé de vérifier que les circuits de St-Remy-sur-Durolle soient bien présentés.**

## V – PARTENARIAT AVEC L'AIRE D'AUTOROUTE DE LIMAGNE SUD

*Élu référente : Josiane COMBRIS*

2 aires d'autoroutes de l'A 89 sont situées à proximité du Livradois-Forez. Grâce à l'intermédiaire de la communauté de communes Thiers Dore et Montagne des contacts ont pu s'établir avec VINCI, le concessionnaire de ces aires, et TOTAL, gestionnaire de l'aire d'autoroute Limagne sud (située à proximité de Lezoux) sachant qu'un contact complémentaire sera pris prochainement avec les gestionnaires de l'aire du Haut-Forez.

Les premiers échanges ont permis de développer des pistes de partenariat sur l'aire de Limagne sud :

- À court terme et ce dès cet été :
  - o Organisée par la MDT (et sans aucun coût de location d'espace)
    - la mise en place de 2 roll up de présentation du territoire ;
    - la mise en place d'un présentoir du territoire avec la mise à disposition gratuite des magazines de destination Livradois-Forez
  - o Organisée par Total (et sans aucun coût pour la MDT) :
    - une journée de dégustation de produits du terroir (salaison Fournet Fayard) dont les produits sont revendus sur l'aire.
- À moyen terme : la mise en place d'un espace de présentation permanent du territoire (grande affiche). Une évaluation technique et financière devrait être réalisée et pourrait faire l'objet d'une présentation lors d'un prochain conseil d'administration.

Enfin a été évoqué l'idée de mettre en place une borne interactive. Cette solution pourrait être étudiée, une fois l'accord de principe validé par VINCI et TOTAL.

**Le conseil d'administration décide :**

- **de mettre en place les actions identifiées à court terme pour cet été ;**
- **de voir si ce partenariat pourrait être développé avec l'aire des volcans.**

## VI – MAGAZINE DE DESTINATION 2020

Élu référent : Alain NERON

La Maison du tourisme a édité le premier magazine de destination. La commission marketing du 16 mai dernier en a réalisé le bilan et étudié des pistes d'évolution pour la réalisation du numéro 2 pour l'année 2020. Ces préconisations ont été enrichies depuis.

### Proposition d'évolutions du contenu

- Reportage emblématique. Le premier numéro l'ayant consacré aux savoir-faire, il est proposé de mettre l'accent cette année sur le patrimoine naturel.
- Création d'un cahier des festivals (avec 1 page par festival souscrivant au pack partenaire « évènement majeur »).
- Proposer des idées de séjours et d'hébergement (afin de communiquer sur les hébergements et d'ancrer le Livradois-forez comme une destination de séjours).
- Proposer une page MICE (Meetings Incentives Conventions & Events) en montrant qu'il existe un service dédié à toute immersion nature pour des groupes et des entreprises qui voudraient venir se "mettre au vert" (sorties annuelles, séminaires, renforcement d'équipe de type "Team Building", etc).

### Proposition d'évolutions de la forme

- Présenter une photographie plus accrocheuse en couverture.
- Améliorer la qualité des photos (grâce notamment aux reportages photographiques adoptés par le dernier conseil d'administration).
- Revoir le placement de certaines publicités et proposer du publipostage pour la 2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> de couverture.

### Proposition d'évolutions de la diffusion :

- Augmenter le tirage (40 000 exemplaires au lieu de 30 000).
- Prévoir une diffusion en kiosque (d'environ 10 000 exemplaires) en partenariat avec des magazines de presse en lien avec les cibles du plan marketing de la MDT.

### Evolution de la méthode

- Sortie du magazine. L'objectif est que le magazine soit disponible pour les vacances de Pâques.
- Création d'un groupe de travail "spécialiste" de la thématique annuelle afin d'avoir une connaissance optimisée du sujet.

### **Le conseil d'administration décide :**

- **de réaliser ce document à partir des éléments ci-dessus pour un montant prévisionnel de 43 000 € HT sans attendre l'adoption du budget prévisionnel 2020 ;**
- **d'autoriser la Présidente à signer toute convention à intervenir.**

**En complément le débat sur l'évolution du magazine pour 2020 fait apparaître les points suivants. Gérard Lecoq fait part de sa déception concernant la réalisation du magazine qui a montré, selon lui, les limites de l'équipe technique de la Maison du tourisme. Il relève des problèmes de forme et de fond et notamment :**

- **la magazine n'est pas assez révélateur du territoire ;**
- **le magazine ne met pas assez en évidence les nouvelles tendances de la société, plus demandeuse d'environnement (aucun écho n'est fait de prestataires qui font de belles choses) ;**
- **la rédaction est souvent lénifiante ;**

- le magazine manque de sens et de ligne éditoriale ;
- le magazine a trop tendance à vouloir satisfaire tout le monde. On regarde un peu dans le rétro ;
- la charte ne fonctionne pas. Il faut l'adapter ou l'arrêter ;
- les publi-rédactionnels sont parfois mal rédigés et mal intégrés ;
- le slogan du parc naturel régional « une autre vie s'invite ici » n'est pas du tout valorisé.

Les autres participants trouvent le magazine réussi voir très réussi (« Les clients l'aiment bien », « tous les magazines du gîte ont été consultés », « je tire mon chapeau à l'équipe technique », « je le trouve magnifique ») et identifie les évolutions à apporter :

- diversifier le ton du magazine. Il y a une unité de ton qui peut être améliorée.
- Comment faire pour que le magazine soit différent tous les ans tout en présentant l'ensemble des offres touristiques ? Est-ce un magazine ou un guide ?
- Identifier les éventuels oublis.

## VII – PARTICIPATION DE LA MDT À DES MANIFESTATIONS LOCALES 2019

*Élu référent : Alain NERON*

En complément d'actions de promotion, la Maison du tourisme pourrait être présente lors de diverses animations locales :

### **1/ Fourmofolies (3 et 4 août, Ambert)**

- Type d'événement : valorisation de la fourme d'Ambert, marché de terroir, présentation d'animations, animations et concerts
- Engagement de la Maison du tourisme :
  - o stand d'information en extérieur devant le bureau d'information touristique ;
  - o organisation d'un jeu concours avec un lot à gagner.

### **2/ Fête de la clémentine (1<sup>er</sup> septembre, Chambon-sur-Dolore)**

- Type d'événement : fête organisée en l'honneur de Frère Clément, inventeur de la clémentine et originaire de la commune de Chambon-sur-Dolore.
- Engagement de la Maison du tourisme :
  - o stand de présentation du territoire par un agent de la Maison du tourisme ;
  - o remise de cadeaux aux représentants de Puissarguiers, partenaire de la manifestation ;
  - o organisation d'un jeu concours avec un lot à gagner.

### **3/ La cyclo les copains (le 6 et 7 juillet, village des exposants, Ambert,)**

- Engagement de la Maison du tourisme :
  - o stand de présentation du territoire par un agent de la Maison du tourisme ;
  - o organisation d'un jeu concours avec un lot à gagner.

**Le conseil d'administration décide d'adopter la participation de la Maison du tourisme aux différentes manifestations locales, considérant que cette liste n'est pas forcément exhaustive.**

En complément la Maison du tourisme a participé à la fête de la Randonnée (le 16 juin, col des Pradeaux).

- Type d'événement : valorisation de l'activité "randonnée", animations. Manifestation organisée par l'association randonnée en Livradois-Forez
- Engagement de la Maison du tourisme : stand d'information en extérieur le samedi.

## VIII – MISE À DISPOSITION DE MARINE PEREIRA

*Élue référente : Corinne MONDIN*

**Cette affaire est ajournée.**

## IX – ANNEXE A LA CONVENTION THIERS DORE ET MONTAGNE / MAISON DU TOURISME

*Élue référente : Corinne MONDIN*

En complément de la convention triennale entre Thiers Dore et Montagne et la Maison du tourisme, il vous est proposé la signature d'un avenant relatif aux points suivants.

### Personnel saisonnier

Au regard de la réorganisation des missions des agents de la Maison du tourisme et de la demande accrue des visiteurs en visite de ville, deux postes de saisonniers « conseillers en séjour » vont être créés au bureau d'information touristique de Thiers. Ces postes seront renouvelés tous les ans de la façon suivante : 2 CDD de 2 mois (juillet-août) de 35h/semaine. La Maison du tourisme s'engage à assurer et prendre en charge ces recrutements tous les ans.

### Billetterie

La Maison du tourisme assurerait la billetterie des activités suivantes :

- balades nature et patrimoine assurées par les services internes à la Communauté de Communes (ex. : La Catiche) ;
- Saison culturelle Communauté de Communes Thiers Dore et Montagne.

### Balades nature et patrimoine

Il est convenu que la Maison du tourisme organise tous les ans un programme de Balades Natures et Patrimoine se déroulant sur le territoire de Thiers Dore et Montagne (prestation et collation). La Maison du tourisme s'engagerait à organiser, en complément des balades organisées par ses propres guides, un programme d'une dizaine de balades :

- sur le territoire de la communauté de communes
- faisant appel à des prestataires extérieures ;
- proposant une collation ;
- intégrant quelques balades gratuites notamment dans le cadre de journées nationales ;
- pour un budget prévisionnel de 2 500 euros TTC. Cette contribution est déjà intégrée au calcul de la participation de la Communauté de Communes à la Maison du Tourisme prévue dans la convention cadre, aucune contribution supplémentaire n'est donc prévue sur ce point.

**Sous réserve d'adoption de ce projet par le conseil communautaire de Thiers Dore et Montagne, le conseil d'administration décide :**

- **d'adopter les principes d'un avenant à la convention triennale avec Thiers Dore et Montagne suivant les principes ci-dessus.**
- **d'autoriser la Présidente à signer toute convention à intervenir.**

**QUESTION DIVERSE 1 :  
INFORMATION : FÉDÉRATION RÉGIONALE DES OFFICES  
DE TOURISME AUVERGNE RHÔNE-ALPES**

*Élue référente : Corinne MONDIN*

Suite à la fusion des régions et des comités régionaux de tourisme, une évolution des fédérations régionale des offices de tourisme a eu lieu. Une fédération des offices de tourisme Auvergne Rhône Alpes a été créée. Une réunion d'information à laquelle a participé Corinne Mondin s'est tenue au printemps à Clermont-Ferrand.

Eric Debruère président OT 73 Savoie Mont Blanc, en est le président.

Chaque département est représenté par deux délégués au conseil d'administration plus un représentant du CRT AURA et un de la Région. Les 2 représentants du Puy de Dôme sont Cédric CORRE, directeur de l'office de tourisme de Riom Limagne et Marie-Claire Mercier, vice-présidente de l'office de tourisme des Combrailles.

La cotisation est de 500 euros par fédération et 50 euros par office de tourisme sans fédération (ce qui est le cas pour la Maison du tourisme). Le budget 2019 adopté est de 10 000 euros auquel il faut ajouter les appuis économiques et logistiques des adhérents.

**QUESTION DIVERSE 2 :  
CAMPAGNE SUR LES PLATEFORMES NUMÉRIQUE D'INFORMATION ET DE RÉSERVATION**

*Élu référent : Alain NERON*

La Maison du tourisme a proposé dans le cadre du pack partenaire de lancer une campagne de communication numérique sur les plateformes d'information et de réservation au profit notamment des hébergements touristiques pour développer des séjours. Après analyse de l'ensemble des possibilités de partenariat avec les différentes plateformes, il est proposé la campagne de communication suivante

**1. Achat d'espace sur le Routard.com et le Petitfute.com**

Site	Données de fréquentation	Période de la campagne message	Ciblage	Coût (HT)
Routard.com	Page Auvergne : 317 000 pages vues en 2018 ; 43589 pages vues en juin 2018	. Format : 300*600 . Message : Séjours et week-ends . Date de la campagne : 15/07 au 15/08 . Pages concernées : Auvergne + Lyon et ses environs	Un ciblage par 4 entrées complémentaires : tous les internautes qui consulteront la page ; les internautes qui s'intéressent à la destination Auvergne ; les internautes qui s'intéressent à la page « Lyon et ses environs » et tous les internautes localisée en Auvergne et à « Lyon et ses environs »	2000 € hors coût annexe de réalisation graphique (forfait à partir de 300 €)
Petitfute.com	Page Auvergne Rhône-Alpes : 7 025 603	. Message : Séjours et week-ends . Date de la campagne : 15/07 au	Un ciblage par 3 entrées complémentaires : tous les internautes qui consulteront la page ; les	2000 € (NB : le coût annexe de réalisation

	pages vues en 2018 ; 582058 pages vues en juin 2018	15/10 . Page concernée : Auvergne Rhône-Alpes	internauts qui s'intéressent à la destination Auvergne Rhône Alpes , et tous les internautes localisés dans les départements de la région AuRA	graphique 250 € HT est offert)
--	--	---	--	--------------------------------

## 2. Apport de contenu sur les sites Tripadvisor et Airbnb

Le conseil d'administration décide :

- de mettre en place ces actions de communication pour un montant prévisionnel de 4300 euros HT ;
- d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.

### AUTRES QUESTIONS DIVERSES

#### Représentations

Patrice Royet informe qu'il a répondu à 22 invitations de partenaires pour représenter la MDT (et ce, en complément des réunions statutaires de la Maison du tourisme et de la conférence de l'entente). Il fera une présentation détaillée de ces RV lors de la prochaine assemblée générale

#### Schéma de cohérence territoriale (SCOT)

Alain Néron fait part du projet de SCOT du Livradois-Forez et propose que des élus volontaires de la Maison du tourisme puissent le relire en s'assurant de sa cohérence avec la stratégie tourisme. Il est proposé de faire réaliser une note synthétique « SCOT et le tourisme » et de la diffuser aux membres du conseil d'administration

*[Remarque complémentaire à la réunion : la note concernant le schéma de cohérence territoriale est annexée au présent compte-rendu]*



## B – INFORMATIONS

### X – DÉVELOPPEMENT DE LA PLATEFORME DE VENTE EN LIGNE DES PACKS

Élue référente : Josiane COMBRIS

L'inscription au pack sera, comme l'an dernier possible depuis le module en ligne : <https://partenaires.vacances-livradois-forez.com>. Ce module permet :

- une sécurisation des inscriptions ;
- une automatisation des relances pour les prestataires qui n'auraient pas souscrit dans les délais ;
- la confirmation des services sélectionnés et des tarifs après chaque commande ;
- la perception immédiate des paiements (dès la souscription) et évitera les impayés.

Le bureau a décidé :

- d'apporter quelques évolutions à ce logiciel de vente en ligne, à savoir l'adaptation des différents services en fonction de nouveaux packs (voir affaire I), de faire évoluer l'organisation ergonomique et la charte graphique en fonction du code de marque de la destination « Livradois-Forez, parc naturel régional en Auvergne » ;
- de missionner, pour ce faire, l'agence SCOPIKA pour un montant prévisionnel de 2000 euros HT ;
- d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente.

### XI – BILAN DE LA FREQUENTATION DES BIT LORS DES VACANCES DE PÂQUES

Élue référente : Josiane COMBRIS

BIT	Nbre de visiteurs Avril 2019	Nbre de visiteurs Avril 2018	Évolution 2019/2018
Ambert	641	618	+ 4 %
Arlanc	71	179	- 60 %
Billom	675	565	+ 20 %
Courpière	79	154	-49 %
Lezoux	80	98	-18 %
Olliergues	60	44	+ 36 %
Saint-Anthème	115	173	-34 %
Saint-Germain l'Herm	14	55	-75 %
Thiers	1094	881	+ 24 %
<b>Total</b>	<b>2 829</b>	<b>2 767</b>	<b>+ 2%</b>

La fréquentation touristique des BIT lors du mois d'avril est en légère hausse par rapport à l'an dernier (+ 2%) avec :

- une très nette progression des 3 BIT les plus importantes : Ambert (+ 4%), Billom (+ 20%) et Thiers (+ 24%) soit une moyenne de + 17 % ;
- qui compense largement la baisse des BIT « secondaires ».

## XII – BILAN DES RENCONTRES LOCALES

Élue référente : Josiane COMBRIS

Jeudi 23 mai : Vallée de l'Ance

C'est la journée qui a rencontré le plus vif succès en termes de nombre de participants. Au total, 55 personnes ont sillonné les routes et chemins de la Vallée de l'Ance.

Mardi 11 juin : Région d'Arlanc

## XIII – POTS D'ACCUEIL

Élue référente : Josiane COMBRIS

La MDT a proposé ce nouveau service aux structures d'hébergement de plus de 100 lits touristiques qui organisent déjà des pots d'accueil pour mieux faire connaître le territoire et les possibilités d'activités aux visiteurs.

La MDT mettra à disposition un agent qui assurera cette présentation à l'aide d'un support informatique pour une durée d'1/2 heure environ et se rendra disponible pour répondre à toute question ou demande de réservation des clientèles.

La structure d'hébergement doit en échange mettre à disposition une salle équipée avec le matériel informatique. Le nombre de participation est limité à 4 prestations par structure et par an.

Le calendrier prévisionnel est le suivant :

Structure	Jour et horaire	Dates	Personnel
AZUREVA	Dimanche 18 h	21 et 28 juillet, 4 et 11 août (et éventuellement le 7 et 14 juillet, le 25 août)	Audrey
SAVILOISIRS	Lundi 11h	22 juillet, 29 juillet, 5 août, 12 août	Audrey
CAMPING ST-ANTHÈME	Lundi 18h	29 juillet, 5 août, 12 août, 19 août	Mégane ou Anna-Maria
CAMPING ST-CLÉMENT	Dimanche 11h	28 juillet, 4 août, 11 août, 18 août	Mégane ou Anna-Maria
CAMPING VIVEROLS	Samedi 11h	27 juillet, 3 août, 10 août, 17 août	Mégane ou Anna-Maria
CAMPING AMBERT	Dimanche 11H	14 juillet, 21 juillet, 28 juillet, 4 août, 11 août, 18 août	Corinne Mondin
VILLAGE ST-RÉMY	Lundi 11h	8 juillet, 15 juillet, 22 juillet, 29 juillet, 5 août, 12 août, 19 août	Saisonnier
CAMPING LES CHELLES (*)	Lundi 11 h	8 juillet, 29 juillet, 12 août Et le 26 août (sous réserve)	Marie-Elise

## XIV – GUIDE « BALADES ET VISITES ACCOMPAGNÉES »

Élue référente : Josiane COMBRIS

Les « Balades nature et patrimoine » est un programme soutenu par le PNR Livradois-Forez. Il propose plus de 300 rendez-vous du 1<sup>er</sup> juin au 30 septembre. La MDT contribue à ce projet en proposant des rendez-vous et en réalisant la conception du guide. Il est paru mi-mai. Il est tiré à 8000 exemplaires. Il a été diffusé lors des tournées aux BIT et aux prestataires qui l'ont commandé.

## XV – DIFFUSION DE LA DOCUMENTATION LORS DES BOURSES AUX DOCUMENTS

Élue référente : Josiane COMBRIS

La Maison du tourisme a participé à bourses aux documents

- Puy-de-Dôme : 4 avril (Montpeyroux)
- Haute-Loire : 9 avril
- Loire : 11 avril (Montrond les Bains)
- Allier : 18 avril (Yzeure)

Ce sont plus de 70 000 documents qui ont été diffusé lors de ces 4 bourses.

	Puy-de-Dôme	Loire	Haute-Loire	Allier
<b>Magazine</b>	5240	710	283	340
<b>Carte tourisme et patrimoine</b>	5430	1610	358	300
<b>Route des métiers</b>	5520	1350	380	270
<b>Casa d'Art</b>	945	20	140	
<b>Prestataires ALF</b>	29313	1535	4142	1090
<b>Prestataires Billom / Lezoux</b>	6340	170	375	740
<b>Prestataires TDM</b>	5390	290	70	540
<b>Total</b>	<b>58178</b>	<b>5685</b>	<b>5748</b>	<b>3280</b>

## XVI – ÉVOLUTION DE LA COLLECTION DES TOPOGUIDES LOCAUX DE RANDONNÉE « LIVRADOIS-FOREZ »

Élu référent : Bernard AUROY

Le dernier conseil d'administration de la Maison du tourisme du Livradois-forez a adopté le principe de faire évoluer la collection des topos-guides de randonnée en tenant compte du nouveau code de marque Livradois-Forez. La nouvelle ligne graphique de la collection a été adoptée en commission « randonnée » du 29 mai dernier.

## XVII – SITE INTERNET

Élu référent : Alain NÉRON

Le site internet est en cours de relecture et de compléments photographiques. Sa mise en ligne a été retardé. Elle est prévue pour la fin juin. Les prestataires touristiques seront invités à valider leur(s) fiche(s) de présentation pour éviter les éventuelles erreurs.

## **XVIII – BILAN D'OPÉRATIONS DE COMMUNICATION (SALON DE LA PÊCHE, SALON DE LA RANDONNEE, COUTELLIA)**

*Élu référent : Alain NÉRON*

### **1) CARREFOUR DE LA PÊCHE - AUBIERES - Du 18 AU 20 JANVIER**

Fréquentation totale du salon (2017) : 22 600 personnes  
(2018) : 26 300 personnes

Clientèles : pêcheurs aguerris, accompagnants.

La Maison du tourisme a été invité à participer à ce salon par la fédération départemental de la pêche. La location du stand était gratuite. Fréquentation sur le stand Maison du tourisme : 210 personnes (soit un peu moins de 1% du nombre total des visiteurs du salon).

### **2) SALON DU RANDONNEUR – LYON – DU 22 AU 24 MARS 2019**

Fréquentation totale du salon (2015) : 13 486 personnes  
(2016) : 12 762 personnes  
(2017) : 14 673 personnes  
(2018) : 14 727 personnes  
(2019) : 14 157 personnes

Fréquentation sur le stand Maison du tourisme : 478 personnes (soit un peu plus de 3% du nombre total des visiteurs du salon).

Un salon qui permet d'avoir de nombreux contacts qualifiés, même si cette année, il y a eu une petite baisse de la fréquentation sur le stand de la MdT

Jeu concours : 177 bulletins exploitable.

## **XIX – BILAN DU PARTENARIAT AVEC COUTELLIA**

*Élu référent : Alain NÉRON*

La Maison du tourisme a développé un partenariat avec Coutellia qui a connu une année record : 6600 visiteurs (3800 le samedi, 2800 le dimanche) contre 6 200 l'an dernier. Clientèle : public amateur de coutellerie le samedi et plus de visiteur « curieux » le dimanche. Malgré un temps maussade une fréquentation correct du salon et du stand.

- Un stand a été tenu par la Maison du tourisme.
  - o Plus de 200 contacts
  - o 241 bulletins exploitables au jeu concours (avec des coordonnées mail).
- Très forte fréquentation au bureau d'information touristique de Thiers (300 le samedi). Les touristes sont arrivés dès mercredi / jeudi.
- Le logiciel de vente en ligne proposé à Coutellia a permis de vendre plus de 500 billets.
- Lors de la nuit des musées, une visite nocturne a été coorganisée avec le musée. La visite était complète (20 places).

La MDT avait participé également à 3 conférences de presse pour présenter la destination touristique: Clermont Ferrand (une dizaine de journalistes), Lyon (4 journalistes), Paris (7 journalistes).

## XX – RELATIONS PRESSE

Élu référent : Alain NÉRON

### 1/ Mission de relation presse

Suite à la décision du dernier conseil d'administration, plusieurs agences de relation presse ont été consultées pour développer la présence du Livradois-Forez notamment dans les médias nationaux.

C'est finalement la proposition de l'agence Qui Plus Est (Clermont-Ferrand) qui a été retenue suivant les montants adoptés lors du dernier conseil d'administration.

### 2/ Reportages

- *Terre Sauvage*. Le PNRL-F a été sollicité pour accueillir un journaliste du *magazine Terre sauvage*. La MDT a apporté sa contribution pour ce voyage de presse qui se déroulera du 3 au 7 juin.
- *Lyon Capitale*. La MDT a été sollicitée pour mettre en place un reportage dans le magazine *Lyon Capitale* (apport de contenus : photos, textes et carnet d'adresse des personnes « ressources » des structures présentées). 6 pages seront dédiées à l'Auvergne. Reportage prévu en Livradois-Forez au musée de la coutellerie, au musée de la céramique, au château d'Aulteribe et au Moulin Richard de Bas.

### 3/ Partenariat avec le groupe Centre-France

En raison du lancement de sa nouvelle stratégie marketing et de la mise en œuvre de nouveaux outils de communication (nouveau magazine, site internet), la Maison du tourisme souhaite développer des partenariats avec la presse.

Après la publication d'un article dans *La Gazette, Thiers/Ambert* et *La Montagne* concernant le code de marque, il est prévu ;

- Pages éco de *La Montagne*, toutes éditions (fin juin) : présentation de la démarche de marketing territorial (code de marque)
- *La Montagne Thiers /Ambert* : présentation d'une balade par semaine pendant l'été (présenté sur l'application Livradois-Forez Randonnée)
- *La Gazette, Thiers/Ambert* : un reportage une fois par semaine pendant les 8 semaines de l'été sur des expériences touristiques.

### 4/ Plateau vidéo Entre Dore et Allier

La communauté de communes Entre Dore et Allier organise des émissions vidéos diffusées en direct sur Facebook. Le premier rendez-vous a eu lieu le samedi 08/06 dans le hall de la médiathèque de Lezoux, en direct de 11h30 à 12h. A cette occasion, et sur proposition de la communauté de communes, Fabienne IGONIN (MDT) a présenté en 3 minutes la destination Livradois-Forez.

## XXI – REPORTAGE PHOTOGRAPHIQUE

Élu référent : Alain NÉRON

Après l'analyse du travail d'une trentaine de photographes par l'équipe de la Maison du tourisme, il a été convenu de consulter seulement 3 photographes qui semblaient le mieux correspondre aux nouvelles attentes visuelles de la MDT et à son code de marque. Ces 3 photographes sont : Arnaud FRICH (spécialiste du patrimoine), David FROBERT (spécialiste des paysages lumineux avec des

figurants) et Denis POURCHER (réalisateur de la première campagne pour le magazine). La sélection définitive est en cours.

## XXII – CRÉATION DE SÉJOURS AVEC LES CONCERTS DE VOLLORE

Élu référent : Gilles VAYSSIERE

La Maison du tourisme du Livradois-Forez a accompagné pour la première année les concerts de Vollore pour développer des produits touristiques associant des concerts à des hébergements.

3 formules ont été créés :

- 2 jours/1 nuit - 2 concerts. Date : 13/14 juillet 2019
- 2 jours/1 nuit - formule 3 concerts. Date : 13/14 juillet 2019
- 2 jours/1 nuit - 2 concerts. Date : 27/28 juillet 2019

Liste des hébergements :

- Offre Confort:
  - o Hôtel la vie en rose, le Brugeron
  - o Auberge du Palais, Celles-sur-Durolle
  - o Chambres d'hôtes "Maison Conchette", Thiers
  - o Chambres d'hôtes "Le Moulin des Vernières", Aubusson d'Auvergne
  - o Hôtel Campanile\*\*\*, Thiers
- Offre Confort+
  - o Auberge du Palais, Celles-sur-Durolle
  - o Le Clos St Eloy, Thiers
- Offre Prestige
  - o Château de Vollore, Vollore-Ville

## XXIII – INFORMATION SUR LE PERSONNEL

Élue référente : Corinne MONDIN

### 1. Les saisonniers

La Maison du tourisme s'est engagée par convention avec les communautés de communes à assurer le bon fonctionnement des bureaux d'information touristique, notamment en haute saison. Pour ce faire, il a été décidé de renforcer l'effectif sur certains sites.

Missions	Caractéristiques	Nom
Animateurs de destination « Thiers Dore et Montagne »	trois personnes du 1er juillet au 31 août 2019 pour un volume hebdomadaire de 105 heures	Pauline GIRARDIN Corinne VIALON Estelle MELIODON
Animateurs de destination « Ambert Livradois-Forez »	cinq personnes du 1er juillet au 31 août 2019 pour un volume hebdomadaire de 142 heures.	Recrutement en cours
Animateurs de destination « Billom – Lezoux »	une personne pendant deux semaines en août 2019, à 30 heures par semaine, pour l'accueil à Lezoux.	Recrutement en cours
Un chargé de la randonnée	Période de 3 mois pour venir compléter de façon temporaire l'équipe afin d'assurer la mission d'entretien et balisage des circuits de randonnée	Mickaël SCHMISSER

## 2. Remplacements

Alexandra Chastenet était en congé maternité jusqu'au mois de juillet. Elle sollicite la prise d'un congé parental jusqu'à fin décembre 2010. Le contrat de Nicolas PINAUD, qui la remplace actuellement, sera poursuivi jusqu'à cette date.

En complément, Aubéri Fournet Fayard sera en congé maternité à partir de début septembre. Salariée du syndicat mixte du Parc naturel régional et mise à disposition à 50 % par la Maison du tourisme, elle sera remplacée. Le recrutement sera organisé conjointement par le syndicat mixte du Parc et la Maison du tourisme.

## 3. Changements de poste

Frédérique LEROY assurait notamment une mission d'animatrice de destination du secteur d'Arlanc. Audrey CHASSAGNON assurait pour sa part une partie de sa mission d'animatrice de destination sur secteur de Saint-Germain-l'Herm. Pour répondre aux souhaits des agents il a été convenu d'intervertir leur mission.

### XXIV – MISE EN RÉSEAU INFORMATIQUE DES SITES DE LA MAISON DU TOURISME

Élue référente : Corinne MONDIN

L'organisation de la Maison du tourisme en sites éclatés a totalement modifié les modalités de collaboration entre les équipes techniques et nécessite la mise en place de nouveaux outils numériques pour de nouvelles pratiques :

- favoriser le travail en mobilité ;
- mieux partager l'information entre les 13 lieux de travail grâce à un service Cloud.
- utiliser des outils de bureautique plus harmonisés et performants : version de bureau des logiciels Office (Word, Excel, PowerPoint, Outlook, Publisher, Access) ; calendrier, contacts et messagerie, boîte de réception 20 Go minimum, synchronisation smartphone ; partage de calendrier des utilisateurs, partage de calendrier des ressources.
- harmoniser les adresses mails des agents (de type [prenom.nom@vacances-livradois-forez.com](mailto:prenom.nom@vacances-livradois-forez.com))
- sauvegarder et sécuriser les données partagées ;
- assurer la maintenance de l'ensemble des équipements informatiques.

Une consultation a été lancée. 5 sociétés informatique ont répondu à l'appel d'offre. Compte-tenu de l'urgence, le bureau du 6 juin dernier, a décidé de retenir la proposition de la société CFIL (Clermont-Ferrand), qui a été jugée comme la plus intéressante pour une mise en fonctionnement d'ici la fin du mois de juin pour un montant

Prestation	BP année N (2019) sur 6 mois	BP année N+1 (1 an)
<b>Solution de travail collaboratif</b> (logiciels bureautique, calendriers partagés, messagerie, antivirus, sauvegarde)	5 440,33 €	4 930,67 €
<b>Maintenance informatique</b> (assistance téléphonique, télémaintenance et intervention sur site illimitée)	1 871,45 €	3 742,90 €
<b>Total annuel</b>	<b>7 311,88 €</b>	<b>8 672,57 €</b>

Ce travail se fait grâce à l'appui technique du syndicat mixte du par cet de son responsable informatique qui a aidé la maison du tourisme à la rédaction du cahier des charges, à l'analyse des offres, au suivi de la mise en œuvre de la solution et à son appui technique.

## CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA MAISON DU TOURISME

Lundi 24 juin 2019

### RÉSOLUTIONS

Nombre de participants à la réunion : 21

Nombre de votants présents : 19

Nombre de voix (présents et représentés) : 20

Le quorum d'1/3 est atteint : 20 présents ou représentés (sur les 30 membres du conseil d'administration).

- **AFFAIRE I – Pack partenaire 2020**

Pour	19
Contre	0
Abstention	1

- **AFFAIRE II – Service de réservation pour les structures n'ayant pas d'accès téléphonique ou numérique**

Pour	20
Contre	0
Abstention	0

- **AFFAIRE III – Observation touristique**

Pour	20
Contre	0
Abstention	0

- **AFFAIRE IV – Développement de la plateforme en ligne Livradois-Forez Randonnée**

Pour	20
Contre	0
Abstention	0

- **AFFAIRE V – Partenariat avec l'aire d'autoroute de Limagne sud**

Pour	20
Contre	0
Abstention	0

- **AFFAIRE VI – Magazine de destination 2020**

Pour	19
Contre	0
Abstention	1

- **AFFAIRE VII – Présence de la MDT lors des manifestations locales 2019**

Pour	20
Contre	0
Abstention	0



- **AFFAIRE VIII – Annexe à la convention MDT / TDM**

Pour	18
Contre	0
Abstention	2

- **AFFAIRE QUESTION DIVERSE 2 – Campagne sur les plateformes numériques**

Pour	20
Contre	0
Abstention	0

