



**Livradois-  
Forez** PARC NATUREL  
REGIONAL  
EN AUVERGNE  
MAISON DU TOURISME

**CONSEIL D'ADMINISTRATION**  
**MAISON DU TOURISME DU LIVRADOIS-FOREZ**  
**MARDI 13 JUIN 2023**  
**COMPTE-RENDU**

Fait à Saint-Gervais-sous-Meymont,  
le 13 juin 2023

La Présidente de la Maison du tourisme

Corinne MONDIN

## **PARTICIPANTS**

### Membres de droit

- Céline AUGER - Communauté de communes Billom communauté
- Tony BERNARD - Communauté de communes Thiers Dore et Montagne
- Frédéric CHONIER - Communauté de communes Thiers Dore et Montagne
- Chantal FACY - Communauté de communes Ambert Livradois Forez, pouvoir à Alain MOLIMARD, à partir du vote de l'affaire VI
- Alain MOLIMARD - Communauté de communes Ambert Livradois Forez
- Corinne MONDIN - Parc naturel régional Livradois-Forez
- Pierre ROZE - Communauté de communes Thiers Dore et Montagne
- Patrick SAUZEDDE - Communauté de communes Thiers Dore et Montagne

### Membres actifs

- François ANSEL - Village de vacances Les demeures du lac.
- Bernard AUROY - Randonnée en Livradois-Forez
- Georges CHAMPAIN - Gîte des Erables
- Marie-Paule DAUPHIN - Route des Métiers
- Pierre DUBOST - Café Le Central
- Cyril GUGLIELMO - Restaurant Le Gaspard des Montagnes
- Jean JALLAT - Les Champs d'Ail de Billom
- Didier LAMBERT - Centre historique du monde des Sapeurs-Pompiers
- Christine MILLER - Moulin de la Passerelle
- Alain NÉRON - Domaine du Faux Martel

### Autre participant

- Benoît BARRÈS - Maison du tourisme du Livradois-Forez

## **EXCUSÉS**

- Bernard BÉRAUD - Communauté de communes Ambert Livradois Forez
- Nicole BOUCHERAT - Les Marguerites du Lotz
- Michelle CIERGE - Communauté de communes Entre Dore et Allier
- Arnaud DE CADIER DE VEAUCE - Château des Martinanches
- Jean DELAUGERRE - Communauté de communes Billom communauté
- Annick FORESTIER - Communauté de communes Entre Dore et Allier
- Valérie GOBILLARD - Le Clos Goël
- Guy GORBINET - Communauté de communes Ambert Livradois Forez, pouvoir à Corinne MONDIN
- Gérard GUILLAUME - Communauté de communes Billom communauté
- Bernard LORTON - Communauté de communes Thiers Dore et Montagne, pouvoir à Corinne MONDIN

CM

# ORDRE DU JOUR

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

---

I – Plan d'évolution des services commerciaux de la Maison du tourisme

### Pôle accueil – information – relations locales

- II – Packs partenaires 2024
- III – Stratégie boutique
- IV - Convention avec Randonnée en Livradois-Forez

### Pôle marketing

- V – Site internet 2024
- VI – Prestation de gestion des contenus
- VII – Convention avec le relais départemental des Gîtes de France du Puy de Dôme
- VIII – Reconduction adhésion à la Marque Auvergne

### Pôle relations clients et relations commerciales

- IX - Catalogue groupes 2023-2025

## **B - INFORMATIONS**

---

### Pôle accueil – information – relations locales

- X - Programme des Balades Nature et Patrimoine
- XI - Aménagement des bureaux d'information touristique
- XII - Bilan de la fréquentation des BIT des vacances d'hiver et du printemps
- XIII - Pots d'accueil estivaux
- XIV - Présentoirs de diffusion des magazines

### Pôle marketing

- XV - Retour enquête client menée en concertation avec Clermont Auvergne Métropole
- XVI - Bilan des opérations salons du printemps 2023
- XVII - Bilan de l'opération de communication de l'Espace VTT destination grand air via la médiatisation avec Docteur Good
- XVIII - Bilan de l'opération de communication avec ID tourisme le média de l'info durable
- XIX - Tour de France : participation du Livradois-Forez dans la "fan zone" et organisation à poursuivre
- XX - Bilan des campagnes de communication mensuelle
- XXI - Relation presse : bilan intermédiaire
- XXII - Jeu-concours

### Pôle relations clients et relations commerciales

- XXIII - Partenariat CSE Michelin 2023 : bilan intermédiaire
- XXIV - Vente des produits groupes 2023 : bilan intermédiaire
- XXV - Création d'un séjour VTAE

### Pôle administration

- XXVI – Protection des données
- XXVII – Mouvement de personnel
- XXVIII – Frais de déplacement des administrateurs de la Maison du tourisme



## A – AFFAIRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

### I – PLAN D'ÉVOLUTION DES SERVICES "COMMERCIAUX" DE LA MAISON DU TOURISME DU LIVRADOIS-FOREZ

Élue référente : Corinne Mondin

La Maison du tourisme a vocation à engendrer des recettes sur le territoire. Compte-tenu de la situation financière de l'association (compte de résultat déficitaire en 2022, budget prévisionnel 2023 déficitaire), elle va devoir se reconcentrer aussi sur le développement de ses propres recettes. La situation de l'activité commerciale (2022) est présentée dans le tableau ci-dessous :

	CA HT	TVA sur marge	Charges	Marge	Taux de marge	Charge non prise en compte dans le calcul de la marge
Cotisation	5 540 €			5 540 €	100%	
Pack prestataire	18 511 €			18 511 €	100%	Formation presta: 2 435 €, catalogue formation presta: 175 €
Pack réseau	659 €			659 €	100%	
Pack évènements majeurs	1 800 €			1 800 €	100%	
Pack publicitaire	8 651 €			8 651 €	100%	
Pack shopping	206 €			206 €	100%	
<b>Sous total 1</b>	<b>35 367 €</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>	<b>35 367 €</b>	<b>100%</b>	
BNP	2 391 €		2 520 €	- 129 €	-5%	Catalogue BNP: 3 240 €
Billetterie	82 809 €		76 799 €	6 010 €	7%	
Boutique	8 049 €		6 604 €	1 445 €	18%	
CSE Michelin	51 165 €	2 632 €	34 916 €	13 617 €	27%	
Groupes et séminaires	73 995 €	3 810 €	50 479 €	19 706 €	27%	Catalogue groupe: 1 526 €, salon groupe: 720 €, brochure séjour: 200 €
Autres	450 €			450 €	100%	
<b>Sous total 2</b>	<b>218 859 €</b>	<b>6 442 €</b>	<b>171 319 €</b>	<b>41 098 €</b>	<b>19%</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>254 226 €</b>	<b>6 442 €</b>	<b>171 319 €</b>	<b>76 465 €</b>	<b>30%</b>	

L'objectif serait d'arriver à augmenter cette marge d'environ 25 000 € complémentaire d'ici 2024 pour attendre les 100 000 €.

Plusieurs pistes sont proposées, à savoir :

- Une évolution des pratiques tarifaires
  - cotisations ;
  - packs partenaires ;
  - balades nature et patrimoine ;
  - commissions sur la billetterie ;
  - commissions des produits (séjours, excursions).
- Un développement de la stratégie commerciale de la Maison du tourisme visant à développer :
  - le nombre d'adhérents et de partenaires ;

CM



- la vente des produits boutique ;
- la vente de séjours (groupes, individuels, séminaires).

## **I – ÉVOLUTION DES PRATIQUES TARIFAIRES**

### **1. Cotisation (pour rappel, déjà adopté)**

L'assemblée générale 2023 a adopté le passage de 20 euros à 30 €/adhérent à partir de 2024.

### **2. Packs partenaires**

L'évolution des packs fait l'objet d'une affaire spécifique (voir affaire II – Packs partenaires). Concernant les évolutions tarifaires, les propositions sont résumées ci-dessous :

- Pack prestataire. Actuellement environ 300 prestataires sont partenaires de la MDT. Globalement les tarifs ne semblent pas chers au regard des prestations proposées et des tarifs pratiqués sur d'autres territoires. Il est proposé une augmentation de 10 euros par pack prestataire (et 20 € pour les packs multi-activités) à partir de 2024.
- Pack Shopping. Le pack shopping est aujourd'hui à 30 € HT. Environ 7 ou 8 acteurs locaux (considérés comme non prestataires touristiques et ne prenant donc pas le pack partenaire) ont souscrit au « pack shopping ». Pour les prestataires prenant le pack partenaire, ce pack est inclus. Il est proposé de passer ce pack de 30 € HT à 40 € HT.
- Pack événements majeurs. Le pack événement majeur est actuellement à 180 euros HT euros/an + adhésion de 20 € (si l'évènement n'a pas également souscrit un autre pack incluant l'adhésion). Il est proposé de l'augmenter de 20 € en 2024 (soit 200 €).
- Pack publicitaire. Il est proposé de faire évoluer la grille tarifaire (voir affaire pack partenaire)

### **3. Balades nature et patrimoine (pour rappel, déjà adopté)**

Pour rappel, le conseil d'administration a adopté les nouveaux tarifs des balades nature et patrimoine pour 2024 :

Type de visite	Tarifs 2022 et 2023	Propositions 2023 appliquées au 1 <sup>er</sup> janvier 2024
<b>Ville, site et villages d'une durée de 1 h 30</b>		
Tarif plein	5,50 €	7 €
Tarif réduit (12/17 ans, étudiants, demandeurs d'emploi)	4 €	5 €
<b>Balades nature d'une durée de 3h</b>		
Tarif plein	7 €	9 €
Tarif réduit (12/17 ans, étudiants, demandeurs d'emploi)	4 €	5 €

### **4. Billetterie**

La Maison du tourisme assure la vente de billets pour des festivals, concerts, animations, sites de visite. Il est proposé de les faire évoluer suivant le tableau ci-dessous :

	Taux de commission actuelle (2023)	Taux de commission à partir du 1 <sup>er</sup> janvier 2024
Prestataires du Livradois-Forez	5%	6 %
Villes	5% plafonné à 200 euros max	6 % sans plafond (1).
Prestataires hors Livradois-Forez	8 %	10 %
Communautés de communes partenaires	Gratuit	Gratuit

Autres partenaires (Carte de pêche, Lemptégy)	Tarifs des partenaires (pas de levier)	Tarifs des partenaires (pas de levier)
---	--	--

(1). En 2022, la commission pour les animations vendues par la ville d'Ambert aurait été de 802 euros (contre les 200 euros plafonné). Depuis le début de l'année 2023, rien qu'avec le CA pour les spectacles d'Espace (ville de Thiers) la commission serait déjà supérieure à 500 euros.

## 5. Topo-guides

Une évolution / harmonisation des tarifs des topo-guides pourrait être appliquée. Une proposition lors du prochain conseil d'administration de l'automne sera étudiée, après concertation du comité technique de la MDT (regroupant les représentants des 5 collectivités membres de la MDT).

## 6. Vente d'excursions et de séjours

Les commissions commerciales pour les groupes (hors comité d'entreprise) ont été adoptées lors du bureau du 10 février 2022 :

	GROUPES (Partenaire MDT)	GROUPES (Non-partenaire MDT)	INDIVIDUELS (Partenaire)	INDIVIDUELS (Non-partenaire MDT)
Hébergement	10%	15%	10%	15%
Restauration	6%	10%	6% (si la restauration n'est pas associée à un hébergement ou à une autre activité sinon pas de commission)	10% (si la restauration n'est pas associée à un hébergement ou à une autre activité sinon pas de commission)
Activités culturelles	10%	15%	6%	10%
Activités de loisirs	10%	15%	6%	10%

Ces commissions sont calculées à partir des prix publics officiels.

Il est proposé de ne pas augmenter ces commissions qui correspondent à la pratique courante. Cependant, dans le cas de produits forfaitisés associant plusieurs prestations, une marge commerciale complémentaire au prix public est rajoutée (15 %). Il est proposé d'augmenter cette marge commerciale de 2% et de la passer à 17 %.

## 6. Diffusion de documentation : nouvelle prestation

La Maison du tourisme a fait le choix d'éditer les documents dont un beau magazine. Malheureusement il est cher à envoyer (prix : 5,90 €).

Pour toute demande d'envoi que du magazine, il est proposé :

- de transmettre systématiquement le lien vers les fichiers numérique correspondant ;
- en complément de faire payer le coût des frais d'affranchissement quand le nouveau site internet sera mis en ligne (printemps 2024).

## II – DÉVELOPPEMENT DE LA STRATÉGIE COMMERCIALE

### 1. Packs partenaires prestataire

Le nombre de prestataires partenaires évolue peu. Des marges de progrès existent cependant, même si elles restent limitées (des opérateurs n'attendant pas de services particuliers de leur office de tourisme). Quelques actions spécifiques sont proposées :

- Renouvellement des impressions et diffusion du document de présentation des packs partenaires ;



- Mise en place d'un système de remise à jour (plus régulier) de la base de données des nouveaux prestataires en partenariat avec les communautés de communes qui gèrent la taxe de séjour ;
- Développer des liens plus réguliers avec les opérateurs touristiques : rencontres individuelles entre les agents de la MDT et les prestataires (exemple : le directeur a programmé 4 journées de visite *in situ* ce printemps); mise en place d'un système éventuel de parrainage entre prestataires, etc.
- Développement du démarchage des commerçants.

## 2. Packs publicitaires

Il est proposé d'ouvrir la possibilité de communiquer à des structures touristiques importantes hors Livradois-Forez à des tarifs majorés. Cette proposition est détaillée à l'affaire II – packs partenaires.

## 3. Boutique

La boutique peut-être une source de revenu complémentaire. Malheureusement en 2022, le chiffre d'affaires était en baisse. Avec notamment la création des nouveaux espaces dans les BIT, il est envisagé de développer une stratégie de vente des produits locaux. Cette stratégie est présentée en affaire III.

## 4. Billetterie

Il est proposé d'élargir la vente de billets pour quelques prestataires hors territoire.

## 5. Vente de séjours

La Maison du tourisme a réorganisé la stratégie et les forces de son service commercial.

Concernant les groupes, l'accent est mis sur le développement de la relation avec les revendeurs (B to C) ce qui permet de dégager davantage de chiffre d'affaires (voir bilan intermédiaire, en information).

Concernant les comités d'entreprise, l'objectif est de pérenniser le partenariat avec le CSE Michelin et de le développer auprès d'autres CSE en partenariat avec d'autres territoires.

## III - APPROCHE BUDGÉTAIRE

Compte-tenu des propositions ci-dessus et de l'évolution prévisionnelle de l'activité commerciale (voir les bilans intermédiaires, en fin de rapport), la marge commerciale pourrait évoluer de près de 25 000 € d'ici fin 2024 et avoisiner l'objectif des 100 000 €.

	Marge (2022)	Objectif 2024
Cotisation	5 540 €	8 600 €
Pack prestataire	18 511 €	21 000 €
Pack réseau	659 €	660 €
Pack évènements majeurs	1 800 €	2 000 €
Pack publicitaire	8 651 €	12 000 €
Pack shopping	206 €	800 €
<b>Sous total 1</b>	<b>35 367 €</b>	<b>45 060 €</b>
BNP	- 129 €	500 €
Billetterie	6 010 €	8 000€
Boutique	1 445 €	4 000 €



CSE Michelin	13 617 €	16 400 €
Groupes et séminaires	19 706 €	23 600 €
Autres (1)	450 €	1 500 €
<b>Sous total 2</b>	<b>41 098 €</b>	<b>54 000 €</b>
<b>TOTAL</b>	<b>76 465 €</b>	<b>99 060 €</b>

(1) Valorisation de la nouvelle prestation d'envoi de document

Le conseil d'administration décide à l'unanimité :

- d'adopter les principes de ce plan d'évolution des prestations commerciales, considérant que chaque évolution fera l'objet, en cas de nécessité, d'une délibération spécifique.
- d'adopter en complément :
  - o l'évolution des commissions de la billetterie suivant les principes ci-dessus ;
  - o l'évolution de 2% de la marge des prestations packagées du service commercial ;
  - o la mise en place d'un système de paiement des frais de port, pour l'envoi du magazine de destination au moment de la mise en place du nouveau site internet.
- d'autoriser la présidente à signer toute convention afférente ;

En complément, le conseil d'administration décide d'inscrire à l'ordre du jour du prochain conseil d'administration les modalités de diffusion du magazine pour voir dans quelles mesures des frais d'envoi pourraient être évités.

## II – PACKS PARTENAIRES 2024

*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.

Les services proposés pour 2023 sont disponibles ici : <https://urliz.fr/m1eX>

Il est proposé pour 2024 :

- I – une évolution du pack prestataire ;
- II – une évolution du pack publicitaire ;
- III – le maintien du pack réseau ;
- IV – une évolution du pack « événements majeurs » ;
- V – le maintien de certains services aux prestataires touristiques non-partenaires ;

### I - PACK PRESTATAIRE : ÉVOLUTIONS 2024

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

#### 1. Suppression de certains services

PRESTATION	ARGUMENTAIRE
VALORISATION DE VOTRE STRUCTURE DANS LES NOUVEAUX GUIDES NUMERIQUES	Les visiteurs réservent leurs hébergements en amont de leur séjour surtout sur internet. Quelques clients demandent tout de même dans les bureaux d'information une liste d'hébergements, raison pour laquelle la MDT édite à la demande un guide spécifique. Compte-tenu de la faible demande et du temps nécessaire pour

	réaliser ce guide, il est proposé de l'abandonner. Les conseillers en séjour inciteront les visiteurs à consulter le site internet et pourront imprimer les fiches APIDAE en fonction des demandes. Objectif : concentrer l'énergie de la MDT sur d'autres priorités.
--	---

## 2. Évolutions de certains services

PRESTATIONS	CONTENU
<b>MODULES D’AFFICHAGE DES ANIMATIONS OU DES HÉBERGEMENTS DISPONIBLES A PROXIMITÉ DE VOTRE STRUCTURE SUR VOTRE SITE INTERNET</b>	La MDT pourra transmettre à tout prestataire qui le souhaite un module numérique listant les animations organisées à proximité de sa structure.
<b>DIFFUSION DE LA DOCUMENTATION DANS LES BUREAUX</b>	Compte-tenu de la nouvelle stratégie d'accueil et d'information, il est prévu de limiter la diffusion des documents individuels des prestataires touristiques. Dans tous les BIT il y aurait : les documents génériques de la destination ; le top 10 des sites de visite, les festivités majeures.  Dans chaque BIT sera présenté en complément des documents plus locaux : prestataires, évènements.

## 3. Proposition de nouveaux services

PRESTATIONS	CONTENU
<b>ACHAT DE PRODUITS BOUTIQUE À TARIF PRÉFÉRENTIEL (CADEAU DE BIENVENUE)</b>	Certains prestataires offrent à leurs visiteurs des cadeaux de bienvenue.  Dans le cadre de l'aménagement des bureaux, la Maison du tourisme négocie des tarifs pour l'achat de produits de bouche ou artisanaux. Outre les topoguides locaux et la vente d'un coffret de couteaux de Thiers, la Maison du tourisme étofferait ainsi la gamme de produits disponibles aux prestataires partenaires.

NB : sans que cela soit mentionné dans les services du pack, les BIT vont s'équiper petit à petit d'écrans numériques qui présenteront et valoriseront les animations. Pour 2024, 5 BIT seront équipés : Ambert, Billom, Saint-Anthème, Saint-Rémy et Courpière. Ils présenteront sous forme de menu déroulant les animations en fonction de leur localisation.

## 4. Tarifs

En complément de l'évolution de la cotisation, il vous est proposé d'augmenter les tarifs dès 2024 soit :

- 10 € pour le tarif des packs prestataires,
- 20 € pour le pack multi-activités.

Type de prestataires touristiques	Tarif H.T. 2023 (hors cotisation)	Proposition tarifaire pour 2024 (hors cotisation)
Hôtel-restaurant (plus de 20 lits) Village de vacances Camping (avec hébergements de loisirs)	95 €	105 €



HÉBERGEMENT TOURISTIQUE	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)	75 €	85 €
	Chambre d'hôte Meublé de tourisme (- de 20 lits) Camping (sans hébergements de loisirs) Restaurant (- de 20 couverts)	55 €	65 €
PRESTATAIRE D'ACTIVITÉ	Site touristique (+ 5 000 visiteurs) : musée, site de visite, artisan et producteur proposant une visite.	75 €	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.)	55 €	65 €
MULTI-ACTIVITÉS	-	100 €	120 €

Il est proposé aux membres d'un réseau touristique partenaire de la Maison du tourisme, une réduction à appliquer sur son propre pack partenaire prestataire (donc individuel) de 20 € H.T.

### 5. Informations générales

Le démarrage de la campagne d'inscription au pack partenaire débuterait le 1<sup>er</sup> octobre 2023 pour une clôture au 30 novembre 2023. Un courrier d'information, signé de la présidente, sera adressé aux acteurs touristiques pour préciser que passé le délai du 30 novembre les restaurants et les activités ne pourront pas bénéficier d'un encart dans le magazine de destination.

La campagne de mise à jour des fiches d'information de l'offre touristique (via APIDAE) s'étalerait du 1<sup>er</sup> octobre au 31 décembre 2023.

## II – L'ÉVOLUTION DU PACK PUBLICITAIRE

Il est proposé de faire évoluer le pack publicitaire.

### 1. Pack shopping

Contenu du pack shopping

PRESTATION	ARGUMENTAIRE
<b>PACK SHOPPING VISIBILITE SUR LE SITE INTERNET DE LA DESTINATION (PARTIE SEJOURNER – ACHETER LOCAL)</b>	Ce pack est réservé aux producteurs, commerçants et artisans ne proposant pas de visites (et ne pouvant donc prendre de pack partenaire) mais souhaitant une visibilité de leur offre.

### Tarif

Il est proposé de faire passer le tarif de ce pack à 40 € sans adhésion (au lieu de 30 €).

### 2. Encarts publicitaires dans le magazine de destination

Il est proposé deux évolutions.

Evolution des tarifs des espaces publicitaires

Format	Tarif H.T. 2023	Proposition Tarif H.T. 2024
1/8 de page	138 €	150 €

CM



¼ de page	230 €	250 €
½ page	430 €	450 €
Publireportage	385 €	400 €
1 page intérieure quadrichromie	825 €	900 €
2e ou 3e de couverture quadrichromie	1 000 €	1 000 €

Maintien des tarifs pour la création d'un espace publicitaire :

Format	Tarif H.T.
¼ de page / ¼ de page	40 €
½ page et page entière	70 €

### Ouvrir la possibilité d'achats d'espaces publicitaires à des sites majeurs (hors Livradois-Forez)

Il est proposé d'ouvrir la possibilité d'achats d'espaces à des prestataires touristiques hors Livradois-Forez, qui n'ont pas d'activité concurrente avec des prestataires du territoire pour :

- sensibiliser les visiteurs à l'existence de sites majeurs en dehors du Livradois-Forez ;
- développer l'autofinancement de la Maison du tourisme.

Il est proposé de limiter cette possibilité :

- à des sites majeurs de proximité (qui sont généralement identifiés dans une page spéciale du magazine) à savoir : le Pal, la chaîne des Puy (UNESCO) / panoramique des dômes, Vulcania, l'aventure Michelin, la Cité du Design à Saint-Etienne (UNESCO), Vichy et ses sources (UNESCO), Clermont-Ferrand, le musée archéologique de la bataille de Gergovie, le Sancy, le Parc animalier d'Auvergne, le Puy-en-Velay, etc.
- à certains espaces publicitaires (pas de possibilité d'acheter de 2<sup>ème</sup> et 4<sup>ème</sup> de couverture, ni d'acheter de publireportages) ;
- en faisant en sorte que le nombre de pages valorisant des publicités hors territoires Livradois-Forez reste, somme toute, limité.

Il est proposé d'appliquer une majoration des tarifs pour ces sites extérieurs au territoire à hauteur de 50 %. La grille tarifaire serait la suivante :

Format	Tarif H.T.
½ page	675 €
1 page intérieure quadrichromie	1 350 €

### **III – MAINTIEN DU PACK RÉSEAU 2024**

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**

##### 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

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.

**2. Maintien des tarifs**

Il est proposé de ne pas faire de modification par rapport à l'an dernier.

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
- tarif plafonné à 330 € H.T. pour le réseau

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

- une part fixe de 90 € H.T. + une part variable de 9 € H.T. / membre du réseau
- tarif plafonné à 330 € H.T. pour le réseau.

**IV – ÉVOLUTION DU PACK « ÉVÈNEMENT MAJEUR »**

---

**1. Structures concernées**

La Maison du tourisme du Livradois-Forez propose un partenariat aux événements 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 événements 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 événements majeurs partenaires ;
- 1 cadre de partenariat spécifique à chacun des événements 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.

Rappel nouveauté 2023 : proposition de prêt de matériel aux couleurs du code de marque pour les salons/opérations de promotion et service de distribution de la documentation lors des bourses aux documents et forum.

**2. Tarifs**

Il est proposé d'augmenter le tarif de 20 € HT et donc de le passer à 200 euros HT euros/an + adhésion de 30 € (si l'évènement n'a pas également souscrit un autre pack incluant l'adhésion).

**V – LES SERVICES PROPOSES 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 journée de découverte et à la WebTV de la MDT ;
- diffusion des lettres et notes d'information de la Maison du tourisme ;
- intégration des animations dans les supports de communication de la Maison du tourisme (site internet, guide des animations locales...) ;
- 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 ».

**Le conseil d'administration décide à l'unanimité :**

- **d'adopter les principes suivants ci-dessous :**
  - o les évolutions du pack prestataire ;
  - o les évolutions du pack publicitaire ;
  - o le maintien du pack réseau ;
  - o les évolutions du pack « événements majeurs » ;
  - o le maintien des services aux prestataires touristiques non-partenaires ;
- **d'autoriser la Présidente à signer toute convention afférente.**

### III – STRATÉGIE BOUTIQUE

*Élu référent : Céline Auger*

Le programme d'aménagement des BIT prévoit un espace boutique dont la surface dépend de l'espace disponible spécifique à chacun d'entre eux.

#### **1. Les enjeux**

La boutique doit répondre à plusieurs enjeux :

- En termes d'image : mettre en valeur le territoire auprès des touristes et des habitants en valorisant des produits emblématiques du Livradois-Forez ;
- En termes social :
  - o répondre à l'attente de visiteurs qui souhaitent soit acquérir des biens et services pour organiser leur séjour soit garder un souvenir du territoire où ils ont passé leurs vacances.
  - o développer des complémentarités avec les acteurs et les réseaux locaux (ex : Route des métiers) et en priorité les partenaires de la Maison du tourisme sans être en concurrence avec certains commerces comme les maisons de la presse, les artisans et producteurs, etc.
- En termes économique :
  - o développer d'une part, les retombées économiques chez les prestataires touristiques locaux. Une boutique peut être un débouché supplémentaire pour un tissu d'artisans et de producteurs en devenant une vitrine des savoir-faire de la région.
  - o développer d'autre part, l'autofinancement (les ressources propres) de la Maison du tourisme.
- En termes environnemental
  - o tenir compte de l'impact environnemental de la démarche et valoriser au maximum des produits locaux, écologiques, raisonnés.

#### **2. Liste des produits**

Les produits se déclinent en 4 thèmes :

- Découverte locale et régionale / Pleine nature / Savoir-faire / Art de vivre. Ces thèmes ont été définis pour valoriser au mieux, et de manière proportionnée, les points forts de la destination.

La Maison du tourisme s'est rapprochée :



- de la Route des Métiers pour valoriser les produits de ses membres ;
- mais aussi d'autres artisans et producteurs partenaires pour proposer une gamme de produits complémentaires.

En complément des produits valorisant la marque Livradois-Forez seront privilégiés.

Une liste générique de produits communs à tous les BIT sera établie. Une déclinaison spécifique par BIT sera effectuée tenant compte : a) de l'espace disponible ; b) de la proximité des acteurs locaux.

### **3. Achat ferme et dépôt vente**

En fonction des revendeurs, les achats pourront se faire en dépôt ou en ferme.

### **4. Cadre réglementaire**

Les offices de tourisme peuvent proposer de l'alcool à emporter ou à consommer sur place. Ils s'inscrivent alors dans le champ des dispositions du Code de la santé publique (CSP) réglementant la consommation d'alcool. En effet, constitue un débit de boissons tout établissement dans lequel sont vendues ou offertes gratuitement des boissons alcooliques ou non, destinées à être consommées sur place ou emportées. L'exploitation d'un débit de boissons est une activité réglementée, subordonnée à l'accomplissement de formalités administratives consistant en l'obtention d'une licence. La Maison du tourisme doit déposer une déclaration dans la mairie de chaque BIT concerné afin d'obtenir une « licence à emporter » qui permet la vente pour emporter des boissons de tous les groupes.

De plus, l'office de tourisme qui propose des boissons alcoolisées à consommer sur place ou à emporter doit disposer d'un étalage de boissons non alcoolisées comprenant au moins 10 bouteilles et, dans la mesure du possible, présentant au moins un échantillon de chaque catégorie de boissons suivantes : jus de fruits, jus de légumes ; boissons au jus de fruits gazéifiées ; sodas ; limonades ; sirops ; eaux ordinaires gazéifiées artificiellement ou non ; eaux minérales gazeuses ou non.

**Le conseil d'administration du 21 février a adopté un montant d'achat global de la boutique (10 000 € HT).**

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

- **d'adopter les principes ci-dessus :**
  - o **les objectifs et enjeux de la stratégie boutique ;**
  - o **la liste générique des produits boutique ;**
  - o **l'obtention d'une licence à emporter pour la vente de boissons alcoolisées ;**
- **de mettre en place ces principes dès cet été dans les 3 nouveaux BIT aménagés avant de l'étendre aux autres bureaux d'information.**
- **d'autoriser la Présidente à signer toute convention afférente.**

## **IV – CONVENTION RANDONNÉE EN LIVRADOIS-FOREZ 2023-2025**

*Élu référent : Bernard Auroy*

Une convention triennale définit les modalités collaboratives en matière de randonnée pédestre entre l'association Randonnée en Livradois-Forez (RELF), la Maison du tourisme et le Parc naturel régional Livradois-Forez. Arrivant à échéance, cette convention doit être revue pour la période 2023-2025.

Outre la définition du rôle de chacun, elle précise :

- l'accompagnement technique et financier de RELF par la MDT, notamment pour le fonctionnement de l'association (recherche de bénévoles, envoi des fiches maintenance, etc) et pour l'attribution d'une aide financière liées aux missions de balisage assurées par RELF ;
- le rôle du PNRLF dans la logistique et le matériel nécessaire à l'entretien des sentiers par un budget prévisionnel alloué de 5 000 €, tout en offrant la possibilité à l'association RELF de bénéficier des locaux (salles de réunion), des frais postaux et d'impression gratuits.

**Le conseil d'administration décide à l'unanimité :**

- **de signer la convention randonnée tripartite entre MDT, PNR et RELF ;**
- **contribuer à l'accompagnement financier de RELF pour un montant de 3 000 € sur la période 2023-2025 ;**
- **d'autoriser la Présidente à signer toute convention afférente.**

## V – SITE INTERNET 2024 (CRÉATION ET RÉFÉRENCIEMENT)

*Élu référent : Alain NÉRON*

Le site internet de la Maison du tourisme du Livradois-Forez ne peut plus bénéficier des nouvelles évolutions fonctionnelles. Son modèle actuel est devenu obsolète. Il arrive d'ailleurs au terme de son amortissement financier. Son remplacement est devenu une priorité.

Une consultation pour son remplacement a été adressée à 6 agences. Elle repose sur 2 aspects : la refonte du site actuel et son référencement naturel (SEO).

L'examen des propositions reçues a donné lieu à un tableau comparatif permettant de désigner les 3 meilleures agences (rapport qualité/ prix et délais de réalisation).

Le jury s'est réuni en date du 7 juin pour rencontrer les 4 agences sélectionnées et orienter le choix définitif.

Au moment de la séance, le choix reste encore incertain. Un examen technique plus approfondi est nécessaire pour faire le bon choix entre les agences Iris Interactive et Raccourci.

La création d'un nouveau site et son référencement nécessite un engagement de 4 ans.

### **Coût prévisionnel HT**

#### Création du site internet et fonctionnement pendant 4 ans

Investissement	18 000 €
Fonctionnement	12 000 €
<b>TOTAL</b>	<b>30 000 €</b>

#### Référencement du site internet et fonctionnement pendant 4 ans

Investissement	12 050
Fonctionnement	20 400 €
<b>TOTAL</b>	<b>32 450 €</b>

#### Autres dépenses

Frais de fonctionnement divers (abonnement connecteur, plan de marquage)	<b>2 000 €</b>
--	----------------



Montant total (site internet + référencement)

Investissement	30 050 €
Fonctionnement	34 400 €
<b>TOTAL</b>	<b>64 450 €</b>

Coût annuel moyen du site internet et de son référencement : 16 112,5 euros

**Il vous est proposé :**

- d'engager les dépenses liées à la refonte du site internet et à son référencement naturel pour une période de 4 ans pour un montant total de 64 450 € (30 050 € en investissement, 34 400 € en fonctionnement), soit un coût annuel moyen inférieur de 16 112,5 €.
- Par conséquent, d'inscrire au budget prévisionnel 2024 les dépenses suivantes :
  - o 30 050 € en investissement
  - o 3 500 euros en fonctionnement pour le site internet (pas de frais de fonctionnement concernant le référencement)
- d'autoriser la Présidente à signer toute convention afférente.

---

**Information complémentaire suite à la réunion**

En complément de la délibération et comme souhaité en réunion, est rappelé ci-dessous le coût de l'ancien site internet et de son référencement

Création du site internet et fonctionnement pendant 4 ans  
(Iris Interactive)

Investissement	20 676 €
Fonctionnement	10 845 €
<b>TOTAL</b>	<b>31 521 €</b>

Référencement du site internet et fonctionnement pendant 4 ans  
(Cybercité)

Investissement	12 225 €
Fonctionnement	25 600 €
<b>TOTAL</b>	<b>37 825 €</b>

Montant total (site internet + référencement)

Investissement	32 901 €
Fonctionnement	36 445 €
<b>TOTAL</b>	<b>69 346 €</b>

Le choix s'est finalement porté sur la proposition de l'agence Raccourci.

**VI – PRESTATION DE GESTION DES CONTENUS**

Élu référent : Alain NÉRON

Cécile de Malleray, chargée des contenus (textes, photos, vidéos) à la Maison du tourisme du Livradois-Forez est en congé maternité de mi-juin à fin septembre. En complément, elle a fait part de son souhait de poursuivre par un congé parental (durée 1 an, renouvelable).

am



Afin de la remplacer, la Maison du tourisme a étudié 2 possibilités :

- un agent contractuel. Malheureusement aucune candidature ne correspondait tout à fait au profil.
- une prestation de service par une agence spécialisée. C'est ce scénario qui est proposé.

L'objectif étant que le coût de la prestation de service soit globalement dans l'enveloppe du coût salariale de l'agent en congé parental, ce dernier étant réparti de la façon suivante :

Tranche ferme (de mi-juin à fin septembre)	13 500 €
Tranche optionnelle (d'octobre 2023 à octobre 2024)	27 000 €
<b>TOTAL</b>	<b>40 500 €</b>

La prestation se compose de 4 missions relevant du travail de rédaction et de création de contenus pour les supports imprimés et digitaux :

- rédaction du magazine de destination (du 01/10/2023 au 30/11/2023)
- création de contenus pour les réseaux sociaux (du 01/06/2023 au 30/09/2023)
- création de contenus pour la lettre d'information numérique (du 01/06/2023 au 07/12/2023)
- création de contenus pour le site internet

4 agences et 9 professionnels indépendants ont répondu à la consultation.

Le jury de sélection a retenu la proposition de l'agence Le connecteur de Clermont-Ferrand pour un montant prévisionnel de 40 300 €.

**Le conseil d'administration décide à l'unanimité :**

- **d'engager une prestation de gestion de contenus avec l'agence "Le Connecteur" (Clermont-Ferrand) pour un montant maximal de 40 300 € HT répartis de la façon :**
  - o **en tranche ferme (pendant la période de congé de maternité de Cécile de Malleray) : 17 100 € HT.**
  - o **en tranche optionnelle (dans le cas d'un congé parental complémentaire d'un an) : 23 200 € HT.**
- **d'autoriser la Présidente à signer toute convention afférente.**

## VII – CONVENTION AVEC LE RELAIS DES GÎTES DE FRANCE DU PUY-DE-DÔME

*Élue référente : Corinne MONDIN*

En 2022, la Maison du tourisme du Livradois-Forez et les relais départementaux des Gîtes de France du Puy de Dôme ont signé une convention de partenariat reconductible par tacite reconduction, visant à 3 aspects

- développer la connaissance et le réseau d'hébergements labellisés Gîtes de France en Livradois-Forez
- développer la communication des hébergements labellisés Gîtes de France en Livradois-Forez
- développer la commercialisation des hébergements labellisés Gîtes de France en Livradois-Forez

Il est proposé en 2023 d'apporter quelques évolutions à cette convention, à savoir :

Campagne photographique.

La Maison du tourisme du Livradois-Forez et le relais départemental des Gîtes de France du Puy-de-Dôme souhaitent coconstruire et cofinancer (50/50) un reportage photographique permettant de valoriser d'une part la spécificité Gîtes de France et mettant en évidence d'autre part les spécificités des paysages remarquables du Livradois-Forez. Il a été établi une sélection de 10 hébergements les plus représentatifs et les plus emblématiques des "valeurs" partagées : 5 sélectionnés par les Gîtes de France et 5 par la Maison du tourisme.

#### Campagne réseaux sociaux

La Maison du tourisme du Livradois-Forez et relais départemental des Gîtes de France du Puy-de-Dôme souhaitent coconstruire et cofinancer une campagne sponsorisée sur les réseaux sociaux de promotion des hébergements Gîtes de France en Livradois-Forez (nécessitant au préalable un cahier des charges commun) à hauteur de 1000 € HT pris en charge à 50% par chacune des structures.

Cette campagne sponsorisée s'effectuerait sur le compte Facebook de la Maison du tourisme du Livradois-Forez, et le relais départemental des Gîtes de France du Puy-de-Dôme en ferait le relais sur son compte.

#### Journée d'accueil des clients et adhérents Gîtes de France

Le relais des Gîtes de France du Puy-de-Dôme invite ses clients et ses adhérents à 2 journées découverte pendant la saison estivale : l'une dans le Sancy et l'autre dans le Parc naturel régional Livradois-Forez. Ces journées sont organisées conjointement entre les gîtes-de-France et les offices de tourisme concernés.

En Livradois-Forez, la journée s'organiserait de la façon suivante :

- Date : Jeudi 13 juillet (à partir de 13h jusqu'à 18h),
- Estimation du nombre de personnes présentes pour les GDF : 100 à 150 personnes,
- Lieu : domaine du château d'Aulteribe avec répartition des emplacements en fonction de la météo,
- Animations :
  - o présence des artisans de la Route des métiers (environ une quinzaine), et d'autres artisans en Livradois-Forez ;
  - o pot d'accueil avec buffet composé de produits du terroir ;
  - o animations et visite du château.

**Le conseil d'administration décide à l'unanimité :**

- **d'engager les dépenses liées au partenariat avec le Relais des Gîtes de France du Puy-de-Dôme, à hauteur de 2 000 € :**
  - o 1500 € HT pour la réalisation de la campagne "reportage photos" ;
  - o 500 € pour la campagne de promotion sur les réseaux sociaux.
- **d'autoriser la Présidente à signer toute convention afférente.**

### VIII – ADHÉSION À LA MARQUE AUVERGNE

*Élu référent : Alain NÉRON*

La Maison du tourisme du Livradois-Forez souhaite poursuivre son partenariat avec la marque Auvergne.

**Le conseil d'administration décide à l'unanimité :**

- **d'engager la dépense liée au renouvellement de son adhésion annuelle à la marque Auvergne pour un montant prévisionnel de 200 € HT**
- **d'autoriser la Présidente à signer toute convention afférente.**

CM



## IX – CATALOGUE COMMERCIAL « GROUPES 2024-2025 »

Élu référent : Annick FORESTIER

Le catalogue commercial groupes est destiné à informer et à vendre des excursions et des séjours au marché des BtoB (autocaristes et autres professionnels du tourisme) et au marché des BtoC (associations diverses). Il recense des offres touristiques proposées sous forme de packages aux clients, à un prix « tout compris » ou des visites "sèches" comme nos prestations de guidage. Il est proposé de faire évoluer le catalogue pour une période de 2 ans et de le tirer à 700 exemplaires en version papier, en sachant qu'il est abondamment diffusé également en version numérique.

**Le conseil d'administration décide à l'unanimité :**

- d'engager la dépense liée à l'impression du nouveau catalogue pour un montant prévisionnel de 1 400 € HT ;
- d'autoriser la Présidente à signer toute convention afférente.

---

### Information complémentaire suite à la réunion

Suite à l'intervention de Didier LAMBERT sur la question des commissions commerciales pour la vente de séjour et excursion pour les groupes, il y a pu avoir quelques incompréhensions.

Corinne MONDIN en profite pour rappeler que :

- le principe des commissions est le même pour tous les opérateurs touristiques du Livradois-Forez. Aucune dérogation spécifique n'est possible et n'a été appliquée
- Les taux des commissions ont été adoptés en Conseil d'administration du 10 février 2022. Ces taux sont connus. Ils sont rappelés à l'affaire I, page 6.
- Ces taux de commissions sont calculés sur des prix publics groupes officiels.

## QUESTIONS DIVERSES

### Carte tourisme et patrimoine

François Ansel fait part de son regret de manque de Carte tourisme et patrimoine. Benoît Barrès lui propose de faire un point sur le sujet et d'en informer le conseil d'administration.

Information complémentaire suite à la réunion.

Le stock de carte tourisme et patrimoine est effectivement limité. Il a été réservé, exceptionnellement cet été, pour une diffusion en bureau d'information touristique. Les prestataires touristiques sont donc invités à écouler leur stock. Pour toute demande complémentaire, il ne faut pas hésiter à contacter le bureau d'information de proximité. La carte, dans sa nouvelle version (avec un verso consacré aux activités de pleine nature) est en cours de refonte. Elle sera seulement disponible en fin d'année.

## B – INFORMATIONS

### X – PROGRAMME DES BALADES NATURE ET PATRIMOINE

*Élue référente : Céline Auger*

Le conseil d'administration de la Maison du tourisme du 21 février dernier a adopté le programme des Balades nature et patrimoine, soutenu par le PNR Livradois-Forez dont la coordination et la promotion sont assurées par La Maison du tourisme.

Finalement, 181 balades sont proposées du 1er juin au 31 octobre 2023 pour découvrir la nature et les patrimoines du Parc, déclinées autour de 5 thématiques : nature et paysages, patrimoines et histoire, en famille, au crépuscule, balade autrement. Les balades sont encadrées par des accompagnateurs qualifiés : accompagnateur moyenne montagne, guide-conférencier, animateur nature diplômé...

52 balades sont proposées par la Maison du tourisme, dont 38 visites sont conduites par les guides-conférenciers de la MDT et 14 balades sont commandées à des accompagnateurs extérieurs.

En termes de communication et de promotion, une bonne partie des balades sont réservables en ligne et dans les bureaux d'information touristique. La brochure (diffusée en séance) est tirée à 6 000 exemplaires et est largement diffusée sur le territoire.

Les partenaires de la Maison du tourisme peuvent bénéficier d'une visite gratuite de leur choix pour 2 personnes. Une réduction de 20 %, votée est appliquée à tous les clients des prestataires d'hébergement partenaire qui réserveront en ligne une visite produite par la Maison du tourisme.

Télécharger le guide des balades nature et patrimoine 2023 en cliquant sur le lien [Guide Bnp 2023 Bd \(calameo.com\)](https://calameo.com)

### XI – AMÉNAGEMENT DES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

*Élu référent : Céline Auger*

Dans son souhait d'améliorer la qualité des services d'accueil proposés aux clientèles touristiques et aux habitants, la MDT a engagé un programme d'aménagement de 6 de ses bureaux d'information touristique en 2 phases : la réfection des vitrines (réalisées en 2021 et 2022) et l'aménagement intérieur.

Les travaux sont en cours sur les sites d'Ambert, Saint-Anthème et Saint-Rémy-sur-Durolle. Le mobilier sera installé dans la première quinzaine de juin. Les inaugurations de ces nouveaux bureaux sont prévues :

- Le vendredi 30 juin à Saint-Rémy-sur-Durolle
- Le lundi 3 juillet à Ambert
- Le

Les travaux sur le BIT de Billom débuteront à l'automne 2023, ceux de Courpière sont prévus en 2024.

La Maison du tourisme a lancé une consultation pour la réalisation de cartes touristiques (carte de la destination, cartes des activités de pleine nature) qui seront installées à l'intérieur des BIT ainsi qu'une carte à apposer sur la vitrine des BIT. C'est l'agence Hula-Hoop qui a été retenue.



## XII – BILAN DE LA FRÉQUENTATION DES BIT PENDANT LES VACANCES SCOLAIRES

Élu référent : Céline Auger

### 1. Vacances d'hiver 2023

La fréquentation au comptoir des BIT est, globalement stable voir légèrement en baisse par rapport à 2022, alors que les appels téléphoniques ont plus que doublé.

Nb de contacts guichet	2023	2022	Évolution 2023/2022
Ambert	139	122	+ 14%
Arlanc	24	24	-
Billom	113	98	+ 15%
Courpière	44	39	+ 13%
Olliergues	17	5	+ 240%
Saint-Anthème	34	59	- 42%
Thiers	95	132	- 28%
<b>Total</b>	<b>466</b>	<b>479</b>	<b>- 3%</b>

Nb de visiteurs	2023	2022	Évolution 2023/2022
Ambert	214	231	-7%
Arlanc	35	35	-
Billom	163	140	+16%
Courpière	59	44	+34%
Olliergues	25	6	+317%
Saint-Anthème	48	80	-40%
Thiers	264	331	-20%
<b>Total</b>	<b>808</b>	<b>867</b>	<b>-7%</b>

Nb d'appels téléphoniques	2023	2022	Évolution 2023/2022
Ambert	131	40	+ 91
Arlanc	8	0	+ 8
Billom	32	72	-40
Courpière	7	7	-
Olliergues	20	12	+8
Saint-Anthème	49	1	+48
Saint-Germain l'Herm	0	0	-
Saint-Rémy sur Durolle	0	0	-
Thiers	82	16	+ 66
<b>Total général</b>	<b>329</b>	<b>148</b>	<b>+ 181</b>

CH

## 2. Vacances de printemps 2023

À l'inverse des vacances d'hiver, la fréquentation dans les BIT progresse de 40 % en nombre de contacts et les appels téléphoniques diminuent de 10 %.

Nb de contacts guichet	2023	2022	Évolution 2023/2022
Ambert	435	249	+75%
Aranc	47	26	+81%
Billom	258	187	+38%
Courpière	69	68	+1%
Ollergues	31	10	+210%
Saint-Anthème	100	66	+52%
Thiers	358	305	+17%
<b>Total</b>	<b>1298</b>	<b>921</b>	<b>+41%</b>

Nb de visiteurs	2023	2022	Évolution 2023/2022
Ambert	590	434	+36%
Aranc	66	45	+47%
Billom	282	302	-7%
Courpière	95	101	-6%
Ollergues	47	17	+176%
Saint-Anthème	66	92	-28%
Thiers	892	780	+14%
<b>Total</b>	<b>2038</b>	<b>1784</b>	<b>+14%</b>

Nb d'appels téléphoniques	2023	2022	Évolution 2023/2022
Ambert	149	175	-26
Aranc	7	0	+7
Billom	122	127	-5
Courpière	12	53	-41
Ollergues	9	10	-1
Saint-Anthème	59	24	+35
Saint-Germain l'Herm	0	0	-
Saint-Rémy sur Durolle	0	0	-
Thiers	135	159	-24
<b>Total général</b>	<b>493</b>	<b>548</b>	<b>-55</b>

### XIII – POTS D'ACCUEIL ESTIVAUX

Élue référente : Céline Auger

La Maison du tourisme participe à des pots d'accueils organisés par les structures d'hébergement de plus de 100 lits pendant la saison estivale.

Le programme estival des pots d'accueil pour la saison 2023 est le suivant :

CM



#### Toute la saison estivale

- Dimanche 11h : Les Demeures du lac (Saint-Rémy-sur-Durolle)
- Lundi 9h45 : Azuréva (Fourmols)
- Lundi 11h : Camping Paradis (Saint-Rémy-sur-Durolle)

#### De mi-juillet à mi-août a minima

- Lundi 11h : Saviloisirs (Saint-Amant-Roche-Savine)
- Lundi 18h : Camping Les Chelles (Olliergues)
- Lundi 18 h : Camping Les Trois Chênes (Ambert)

Un pot d'accueil sera organisé sur le camping de Viverols mais les dates ne sont pas encore fixées.

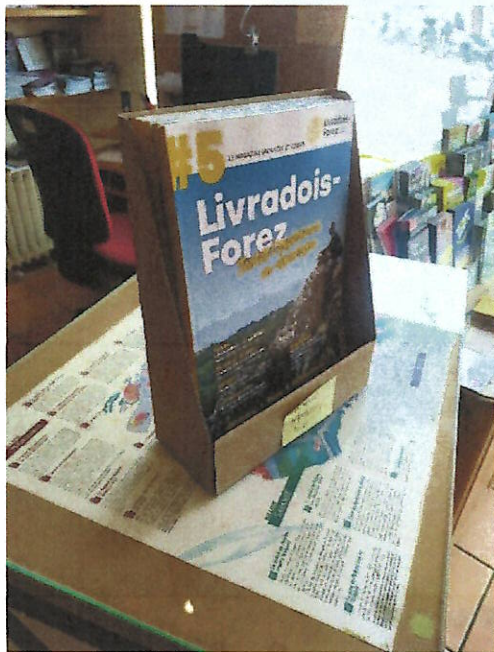
### XIV – PRÉSENTOIRS DE DOCUMENTATION

*Élue référente : Céline Auger*

Le conseil d'administration de la Maison du tourisme a adopté la réalisation de présentoirs pour diffuser le magazine chez les prestataires touristiques mais aussi dans certains commerces et mairies du territoire. Pour ce faire, elle a obtenu un financement européen Leader. 400 premiers exemplaires seront réalisés pour un prix unitaire d'environ 8 € HT.

La société retenue pour fabriquer ces supports est SIC Impression à Pont-du-Château. Elle réalise les présentoirs avec du carton recyclé manufacturé à Courpière.

Photo du prototype contenant 5 magazines : impression en noir du logo de la destination au recto et logos inhérents au programme Leader au verso.



## XV – RETOUR ENQUÊTE CLIENT MENÉE EN CONCERTATION AVEC CLERMONT AUVERGNE METROPOLE

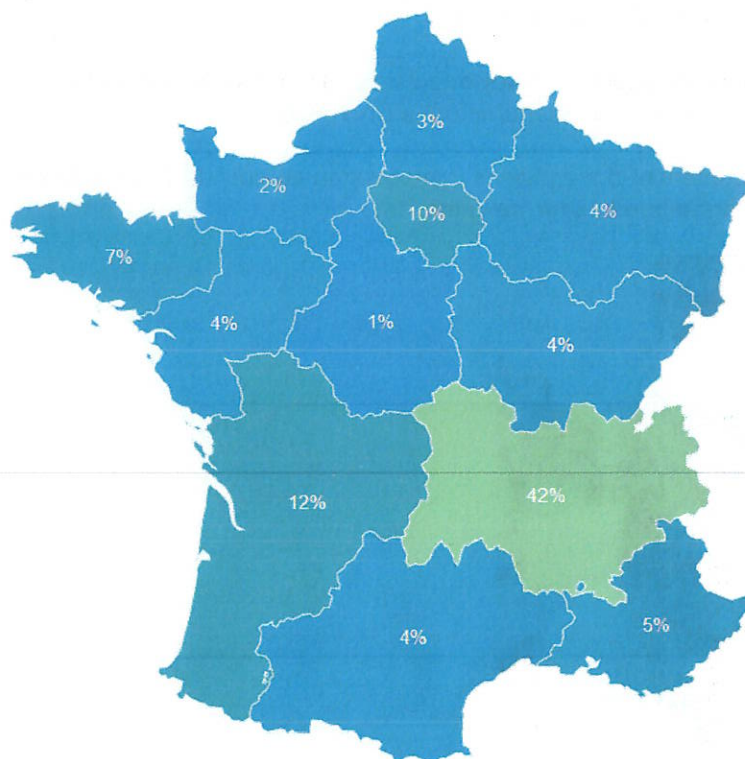
Élu référent : Alain NÉRON

Une enquête d'observation touristique a été diffusée "en ligne" par les offices de tourisme et leurs partenaires, du 4 avril au 30 novembre 2022 pour le compte des collectivités et traitée par l'Agence d'Urbanisme et de Développement Clermont Métropole.

Bilan complet à retrouver : <https://urlz.fr/m0kR>

A retenir pour le Livradois-Forez :

- 28 % sont des primo-visiteurs
- 72 % sont des touristes déjà venus (dans le PDD)
- 97 % sont des touristes originaires de France (2 % du Canada et 1% de l'île de Sumatra) -les modalités de l'enquête, sous-représentant la clientèle étrangère (généralement de 8%)
- 42 % sont des touristes dont la résidence principale est située en région Auvergne-Rhône-Alpes
- **52 % des touristes pour lesquels le label PNR a été déclencheur de leur séjour**
- **99 % ont l'intention de revenir**
- 39 % des séjours déclenchés par l'envie de profiter d'un espace naturel préservé



- 40 % des séjours ont une durée de 5 à 7 jours
- 29 % des séjours ont une durée de 2 à 4 jours
- 48 % sont des touristes venus en famille et 34 % venus en couple



- 56 % sont accompagnés d'enfants (de moins de 16 ans)
- 18 % résident dans leur famille ou chez des amis

## XVI – BILAN DES OPÉRATIONS SALONS DU PRINTEMPS 2023

Élu référent : Alain NÉRON

La Maison du tourisme participe à différents salons. Le bilan des dernières opérations est le suivant.

### Le salon du Randonneur à Lyon (du 24 au 26 mars)

- Fréquentation du salon : 14 092 visiteurs
- Fréquentation du stand MDT : 373 visiteurs
- Nombre de contacts qualifiés (avec adresse email) : 32

### Les Journées du tourisme" à Saint-Paulien (les 31/03 et 01/04)

- Fréquentation du salon : 3 020 visiteurs
- Fréquentation du stand MDT : 292 visiteurs
- Nombre de contacts qualifiés (avec adresse email) : 12

### Coutellia (20 et 21 mai)

- Fréquentation du festival : 7 200 visiteurs
- Fréquentation du stand MDT : 202 visiteurs
- Nombre de contacts qualifiés (avec adresse email) : 2
- 1042 billets vendus par le dispositif de billetterie de la Maison du tourisme du Livradois-Forez

## XVII – BILAN DE L'OPÉRATION DE COMMUNICATION DE L'ESPACE VTT DESTINATION GRAND AIR VIA LA MEDIATISATION AVEC DOCTEUR GOOD

Élu référent : Alain NÉRON

La Maison du tourisme a participé à la réalisation d'une vidéo de promotion de l'espace VTT Grand air en partenariat avec le Média Docteur Good et Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme. Les résultats d'audience sont les suivants (en nombre de vues). Dans le cadre de l'ensemble des campagnes organisées entre Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et le Média Docteur Good, c'est l'épisode Destination Grand Air avec Michel Cymes qui a connu, pour l'instant, la meilleure audience de l'année.

	Auvergne Rhône Alpes tourisme	Maison du tourisme du Livradois-Forez	Total
Facebook	410 400	5 968	416 368
Instagram	389 000	5 532	394 532
TOTAL	799 400	11 500	<b>810 900</b>

## XVIII – BILAN DE L'OPÉRATION DE COMMUNICATION AVEC ID TOURISME, LE MÉDIA DE L'INFO DURABLE

Élu référent : Alain NÉRON

Suite à la délibération prise au CA du 24/10/2022, un article de promotion du Livradois-Forez a été co-écrit avec la rédaction du média "ID Tourisme, l'info durable". L'article est consacré au "Slow tourisme. Rappel de l'engagement de la dépense : 1 250 € HT

Voici l'article en ligne qui est présenté sur le média (sans limite de durée) : <https://urlz.fr/m0n3>

L'article en ligne a été lu 14 126 fois très bon résultat (moyenne de lecture d'un article = 5 000 fois, le site du média a un potentiel de + de 600 000 visiteurs uniques par mois. Et une audience de 183 767 utilisateurs sur le site du média en avril).

## **XIX – TOUR DE FRANCE : PARTICIPATION DU LIVRADOIS-FOREZ DANS LA FAN ZONE**

*Élu référent : Alain NÉRON*

A l'occasion du passage du prochain Tour de France, la Maison du tourisme du Livradois-Forez et le Parc naturel Régional Livradois-Forez sont invités gracieusement par le Conseil départemental du Puy-de-Dôme pour y assurer une promotion touristique, le dimanche 9 juillet. Un stand promotionnel sera installé dans l'espace "fan zone", au pied du Puy de Dôme.

## **XX – BILAN DES CAMPAGNES DE COMMUNICATION MENSUELLE**

*Élu référent : Alain NÉRON*

Tous les mois, la Maison du tourisme élabore une lettre d'information sur sa stratégie de communication : présentation des opérations prévues pour le mois à venir, bilan des opérations du mois passées.

Ces lettres sont consultables ici : <https://urlz.fr/m0mz>

## **XXI – RELATION PRESSE : BILAN INTERMÉDIAIRE**

*Élu référent : Alain NÉRON*

Le dossier de presse, et le communiqué de presse "printemps-été" ont été adressés par l'agence Qui plus Est à :

- 112 contacts de la presse nationale (art de vivre, voyage, loisirs, culture...)
- 21 contacts correspondants régionaux pour la presse nationale (TF1, France 2, M6 ...)

Les documents sont consultables ici :

- dossier de presse de la destination : <https://urlz.fr/m150>
- communiqué de presse du printemps : <https://urlz.fr/m153>

Des premières relances ont été réalisées début mai.

Voici les médias qui sont en cours de relance :

- France Inter : Philippe Lefebvre intéressé par les sujets ail de Billom, VTT et papier pour la rentrée de septembre.
- Claire Auberge > TF1
- Galvin's Clemente Ruiz > Europe 1 « Balade en France » avec William Leymergie (en partenariat avec l'équipe de la MDDT de la Haute-Loire)



- Carla Melendez > BO Travail, agence de production pour « Echappées Belles »
- Marie-Amélie Carpio-Bernardeau > Femme actuelle escapades
- Caroline Omond > Des Racines et des ailes
- Bureau France 2 Lyon
- Frédéric Badard > M6 Lyon
- Guillaume Frixon > TF1 Clermont-Ferrand
- Ingrid Pohu > France Info intéressée par un sujet Thiers / couteau.
- Clément Imbert > GEO

#### **Bilan des accueils réalisés :**

- France 2. « Télématin » et « La matinale » : diffusion prévue début juin (balade à Ambert avec visite au château de Mons / axe de communication : visite insolite au château)
- France 3. « En Vadrouille » : diffusion le 26 mai sur France 3 Auvergne Rhône Alpes à 9h30. Secteur « Ambert/Arlanc » : reportage au château de Mons et interview Philippe Hugot (nouvelle animation 2023 autour de l'univers des « mangas ») et au Jardin pour la Terre (programme de l'été) avec l'interview de Catherine Miallet.
- BFM TV (en partenariat avec Auvergne destination) : diffusion prévue début juillet. Reportage « Des châteaux en Auvergne Rhône-Alpes : découverte en Livradois-Forez » : visite du château d'Aulteribe et interview avec Lionel Amault ; et visite au château de Vodable et interview de François-Xavier Aubert Lafayette.

### **XXII - JEU-CONCOURS**

*Élu référent : Alain NÉRON*

La Maison du tourisme du Livradois-Forez remercie Bel Air Village « Les Demeures du lac », représenté par son Directeur, M. François ANSEL, qui a fait un don à la Maison du tourisme du Livradois-Forez d'un lot pour son jeu-concours 2023.

Le lot à gagner est un séjour d'une semaine, dans un chalet "Prestige" à réserver en juillet ou en août 2024. Valeur : 950 € (sur la base du tarif « haute saison » 2023, hors promotion).

Le jeu-concours est promu dans les bureaux d'information touristiques, lors des opérations promotionnelles auxquelles la Maison du tourisme du Livradois-Forez participe, et auprès des festivals emblématiques du Livradois-Forez.

Il est présenté dans les éditions touristiques 2023 de la Maison du tourisme du Livradois-Forez, et sur le site internet.

Le jeu se déroule du 01/06/2023 au 31/12/2023.

Le règlement est déposé auprès de Maître Gemon-Khattir, Huissier de Justice à Ambert.

### **XXIII - PARTENARIAT AVEC LE CSE MICHELIN**

*Élue référente : Annick FORESTIER*

Le CSE Michelin a renouvelé son partenariat avec la Maison du tourisme concernant les week-ends « expériences » proposés à leurs adhérents au printemps et à l'automne.

Le pré-bilan des réservations au 23 Mai 2023 est en très nette hausse par rapport à l'an dernier.

- **350 réservations tous séjours confondus après 1 mois d'ouverture de la billetterie au CSE Michelin.**
- **Un chiffre d'affaires prévisionnel de près de 70 000 €, soit une hausse d'environ 20 000 € par rapport à l'an dernier. (soit environ + 25 à 30 %)**

#### XXIV - VENTES D'EXCURSIONS ET DE SÉJOURS GROUPES : BILAN INTERMEDIAIRE

Élue référente : Annick FORESTIER

Bilan intermédiaire 2023 de l'accueil de groupes :

Dates	Nombre de dossiers	CA
Accueils réalisés du 01 janvier à mi-mai	26 dossiers	26 596.00€
Accueil estimés d'ici la fin de l'année	50 dossiers	74 351.00€

La plupart des demandes de devis émanent du marché des BtoB (professionnels, 50 dossiers) vers lequel la MDT concentre ses efforts commerciaux et a restructuré sa force de vente.

#### XXV - CRÉATION D'UN SÉJOUR VTTAE EN LIVRADOIS-FOREZ

Élue référente : Annick FORESTIER

Dans le cadre de son travail de structuration de l'offre et de promotion sur les thématiques « Rando et Vélo », AURA Tourisme a lancé en octobre dernier un travail pour mieux connaître l'état de la mise en production de l'offre en région.

10 territoires ont été sélectionnés, dont le Livradois-Forez, pour bénéficier d'un accompagnement par l'agence « TIPIK » à la méthodologie de création d'un produit, à la mise en marché et à sa commercialisation (offre vélo).

Un accompagnement des prestataires touristiques est en cours concernant la création d'un séjour VTTAE répondant aux critères « imposés » par la gamme.

Les différents échanges sur le territoire ont permis de faire avancer le projet comme suit :

- Durée du séjour : 6 jours/5 nuits,
- Activité dominante : VTTAE (60% du séjour et 40% autres activités),
- Age : à partir de 13 ans,
- Période de validité : mai à octobre,
- Articulation du séjour :
  - o 3 jours/2 nuits sur le territoire nord du LF, thème : les savoir-faire ;
  - o 3 jours/ 3 nuits sur le territoire sud du LF, thème : la nature, les grands espaces.

CM



## XXVI – PROTECTION DES DONNÉES

Élue référente : Corinne MONDIN

Patrick GINET a été officiellement déclaré à la CNIL (Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés) en tant que délégué à la protection des données de la Maison du tourisme.

## XXVII – PERSONNEL

Élue référente : Corinne MONDIN

Accueil : Embauche du 4 avril au 30 septembre 2023 de Catherine VITRY au poste d'animatrice de destination pour les secteurs de Billom-Lezoux et Thiers Dore et Montagne

Marketing : Congés maternité de Cécile de Malleray prévus du 7 juin au 26 septembre 2023. Son remplacement au poste de Chargé de la stratégie de communication éditoriale et des productions de contenus serait effectué par une agence extérieure (voir affaire correspondante) dans le cadre d'un achat de prestations de services.

Saisonniers 2023 : embauche du 26 juin au 2 septembre qui débutera par une semaine de formation en salle et visites de terrain.

BIT	Saisonnier	Nb d'heures hebdo
Ambert	Pauline Girardin	30
Arlanc /Ambert	Emily Pommeyrol	24
Billom/Lezoux	Anne Cregut	26
Olliergues	Edith Monteillet	26,5
Saint-Anthème	Flavie Bachelerie	24
Saint-Germain / Ambert	<i>Recrutement en cours</i>	24
Saint-Rémy-sur-Durolle	Céleste Chervin	24
Thiers	Camille Courtadon	25

## XXVIII – REMBOURSEMENT DES FRAIS DE DEPLACEMENT DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Élue référente : Corinne MONDIN

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

## CONSEIL D'ADMINISTRATION

13 juin 2023

### RÉSOLUTIONS

Nombre de participants à la réunion : 19

Nombre de votants présents : 18

Nombre de voix (présents et représentés) : 20

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

#### 1<sup>ère</sup> RÉSOLUTION / Affaire I :

Pour	20
Contre	0
Abstention	0

#### 2<sup>ème</sup> RÉSOLUTION / Affaire II :

Pour	20
Contre	0
Abstention	0

#### 3<sup>ème</sup> RÉSOLUTION / Affaire III :

Pour	18
Contre	0
Abstention	2

#### 4<sup>ème</sup> RÉSOLUTION / Affaire IV :

Pour	20
Contre	0
Abstention	0

#### 5<sup>ème</sup> RÉSOLUTION / Affaire V :

Pour	20
Contre	0
Abstention	0

#### 6<sup>ème</sup> RÉSOLUTION / Affaire VI :

Pour	20
Contre	0
Abstention	0

#### 7<sup>ème</sup> RÉSOLUTION / Affaire VII –

Pour	20
Contre	0
Abstention	0

#### 8<sup>ème</sup> RÉSOLUTION / Affaire VIII –

Pour	20
Contre	0
Abstention	0



9<sup>ème</sup> RÉSOLUTION / Affaire IX :

Pour	20
Contre	0
Abstention	0