



**Livradois-
Forez**

PARC NATUREL
RÉGIONAL
EN AUVERGNE

MAISON DU TOURISME

COMPTE-RENDU

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE

MAISON DU TOURISME DU LIVRADOIS-FOREZ

26 mars 2024

SAINT-GERVAIS-SOUS-MEYMONT

Fait à Saint-Gervais-sous-Meymont,
le 26 mars 2024

La Présidente de la Maison du tourisme

Corinne MONDIN

PARTICIPANTS

Présents

Collège des présidents des collectivités membres

Tony BERNARD, président de la communauté de communes Thiers, Dore et Montagne et de la conférence de l'Entente "politique touristique du Livradois-Forez"
Stéphane RODIER, président du Parc naturel régional Livradois-Forez

Membres de droit

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

Membres actifs

François ANSEL, Alpha Camping France
François-Xavier AUBERT LA FAYETTE, Château de Vollore
Céline AUGER, Camping Le Colombier et Foire à l'ail
Bernard AUROY, Randonnée en Livradois-Forez
Tony BERNARD, les gîtes de Chateldon
Nicole BOUCHERAT, Les Marguerites Aux Lotz
Marie CALDERON, gîte chez Marie et Domn
Patricia CASTET, L'embellie
Samuel CASTLE, Atelier Castle
Gilles CHAMBREUIL, Atelier de bois chantourné
Georges CHAMPAIN, gîte les érables
Nicole CHEVARIN, Le mas de la Farge
Frédéric CHONIER, Plan d'eau des Prades-Mairie de St-Rémy-sur-Durolle
Elise CREGUT, Maison de la Fourme d'Ambert et des Fromages d'Auvergne
Marie-Paule DAUPHIN, Verre d'Auzelles et Route des métiers
Arnaud DE CADIER DE VEAUUCE, Château des Martinanches
Fabien DIAZ, La maison de l'améthyste
Pierre DUBOST, Le Central
Christophe DURAND, Coutellerie Arbalète G. David
Patricia FLODROPS, domaine du coq en pat
Damien GATIGNOL, SARL La villa dinette
Florence GE, Le Fournia
Fabien GEILER, A pas de lynx
Guy GORBINET, Mairie d'Ambert
Jean JALLAT, Les Champs d'ail de Billom
Hélène KONIRSCH, La Sylve
Christine LAMBERT, Villa Bruyères
Didier LAMBERT, EFMA
Agnès MOILIER, Mairie de Marsac en Livradois
Alain NERON, Domaine du Faux Martel
Philippe POUGHON, La Closerie de l'Ange
Geneviève SAVINEL, La maison de Mélie
Helen SLIK, La paresse en douce
Pascal WILAND, Chambres d'hôtes

Partenaires

Cédric CORRE, directeur mission tourisme, Conseil départemental du Puy-de-Dôme
Patrick MEYNADIER, Maison du tourisme de la Haute-Loire

Autres intervenants

Michel BARTHELEMY, Cabinet BTB
David PRULIERE, Cabinet Income

Equipe technique de la Maison du tourisme

François-Xavier AUBERT LA FAYETTE
Benoît BARRES
Maeva CASANOVA
Audrey CHASSAGNON
Christophe CHAVAROT
Marie-Elise CHOSSONNERY
Aubéri FOURNET FAYARD
Patrick GINET
Fabienne IGONIN
Frédérique LE ROY
Agnès MOILIER
Muriel PAPILLON
Clotilde PORTO
Mégane SOCIER-MATHEY
Sandrine ROCHAS
Céline ROCHE
Stéphanie VACHON

Excusés et/ou représentés

Membres de droits

Bernard BERAUD, Communauté de communes Ambert Livradois Forez, pouvoir à Guy GORBINET
Michelle CIERGE, Communauté de communes Entre Dore et Allier, pouvoir à Annick FORESTIER
Chantal FACY, Communauté de communes Ambert Livradois Forez

Membres actifs

Amaury ANDRIOT, INSERFAC, pouvoir à Tony BERNARD
Bernard ARTHAUD, Les Vieilles Lames, pouvoir à Didier LAMBERT
Marie-Josèphe BARRAS, Sci le Chastel, pouvoir à Francois-Xavier AUBERT LA FAYETTE
Elsa BARRERE, Le souffle sacré, pouvoir à Marie-Paule DAUPHIN
Janine et Léon BELLIARD CARETTE, Gîte du Château, pouvoir à Nicole CHAVARIN
Alain BENOIT A LA GUILLAUME, La cité de l'abeille, pouvoir à Francois-Xavier AUBERT LA FAYETTE
Stephanie BIANCHI, Apicultrice - les nectars d'Isalys, pouvoir à Nicole CHAVARIN
Claire BLACHE, Les Jardins de la Brugière, pouvoir à Patricia CASTET
Christine BLANCHARD, Hôtel Restaurant la Clairière, pouvoir à Elise CREGUT
Claudine et Roland BOREL, Gîtes les giliberts, pouvoir à Tony BERNARD
Dominique BOURICHON, L'escale, pouvoir à Geneviève SAVINEL
Alain CAMBROUZE, Saviloisirs SPL, pouvoir à Frédéric CHONIER
Michel CHARRIERE, Château de Ravel, pouvoir à Frédéric CHONIER
Nicole CHELLE, LES COPAINS, pouvoir à Elise CREGUT
Camille CROUZET, Au Riolet, pouvoir à Gilles CHAMBREUIL
Robert DAVID et Caroline BROSSARD, Coutellerie Robert David, pouvoir à Georges CHAMPAIN

Maëwen DESPRES, Le Clos de l'Âtre, pouvoir à Patricia CASTET
Roland DUCREUX, La ferme du Garnasson, pouvoir à Gilles CHAMBREUIL
Sylvie DUMOUSSET, Maison chez nous, pouvoir à Pierre DUBOST
Jean-François FAFOURNOUX, Les Chênes, pouvoir à Patricia FLODROPS
Daniel FAURE, Les lilas d'Auvergne, pouvoir à Jean JALLAT
Blandine FAURE, Gîte de Lapierre, pouvoir à Guy GORBINET
Catherine FOURCADE, Rencontres d'Arioso ou Festival des Nuits classiques, pouvoir à Didier LAMBERT
Loïc FRODEL, Bois de Luna, pouvoir à Helen SLIK
Valérie GOBILLARD, Le clos Goëlle, pouvoir à Marie-Paule DAUPHIN
Paulette GOUTARD, La Maison d'Annie, pouvoir à Hélène KONIRSCH
Marie GUY, Émaux de Marie, pouvoir à Christophe DURAND
Marie HAUTIER, Savonnerie Niapanjo, pouvoir à Damien GATIGNOL
Sandra HOBENICHE, FERME DOUCE LAINE, pouvoir à Florence GE
Philippe HUGOT, Château de Mons, pouvoir à Florence GE
Gerard LECOQ, Ana'Chronique, pouvoir à Samuel CASTLE
Johan LEHARDY, Bergeveaux, pouvoir à Philippe POUGHON
Fabrice MAITRE, Ferme de Papon, pouvoir à Alain NERON
Sylvie MESTADGH, Sur les Traces du Coq Noir, pouvoir à Guy GORBINET
Mickael MICLET, A la pêche à la mouche, pouvoir à Philippe POUGHON
Christine MILLER, Moulin de la Passerelle, pouvoir à Alain NERON
Florence NADAL, Savonnerie de la Goutte Noire, pouvoir à Pierre DUBOST
Catherine NOEL, Les Caves de l'Abbaye, pouvoir à Christophe DURAND
Line PAIN, Le Jardin des Pierres Brunes, pouvoir à Georges CHAMPAIN
Corinne PAQUET, atelier corinne pâquet, pouvoir à Patricia FLODROPS
Maryse et Gérard PERRIER, LES MATHIEUX, pouvoir à Arnaud DE CADIER DE VEAUCE
Jérôme PIREYRE, Nuits Neuvilleuses, pouvoir à Jean JALLAT
Jonathan et Magalie PLASSE, Les Mines d'Améthystes d'Auvergne, pouvoir à Damien GATIGNOL
André et Danielle PRADEL, Gîte de Sauviat, pouvoir à Nicole BOUCHERAT
Audrey RAGUET, Musée Départemental de la Céramique, pouvoir à Samuel CASTLE
Eliane ROMEUF, CHEZ TIANE, pouvoir à Helen SLIK
Pierre-Michel RUEL, LARDP, pouvoir à Arnaud DE CADIER DE VEAUCE
Françoise SAINTE LUCE BANCHELIN, au pied du géant d'Auvergne, pouvoir à Geneviève SAVINEL
Céline VINCENT, Château de MontSablé, pouvoir à Pascal WILAND
Marion WINTERDIJK, Camping La Cube, pouvoir à Pascal WILAND

Didier ARDEVOL, Camping-Mairie de Sauvessanges
Mathias BERNARD, Mas Terre
Laurent BETHOUART, Le Coin des Hasard
Nathalie CHAPUIS, Distillerie Saint-Hilaire - SAS HELPAC
Michel et Agnès D'AGOSTINO, Chez Marie
Vincent DURAND, Camping de l'Eau-Mère
Chantal FACY, Plan d'eau-Mairie de Cunlhat
Alain FAURE, Gîte communal-Mairie de la Chaulme
Pierre et Nathalie FOUGERE, Alliance des Sens
Aurélie GILBAUD, Syndicat Mixte du Projet Chaise-Dieu
Paulette GOUTARD, La Maison d'Annie
Frédéric JULIÉ, Brasserie Fornabera
Marine KLAA, Atelier Marine KLAA
André LAURENT, Moulin des Massons
Fiona SHELDON, Château de Coisse
Ronald TOORENBURGH, Camping la Vallée Verte

ACCUEIL

Corinne MONDIN, présidente de la Maison du tourisme, ouvre la séance et accueille les participants. Elle les remercie de leur participation et fait part de la liste des excusés.

Elle présente ensuite l'ordre du jour :

- 1- Rapport moral
- 2- Intervention de Tony BERNARD, président de la conférence de l'Entente "Politique touristique en Livradois-Forez"
- 3- Intervention de Cédric CORRE, directeur mission tourisme, conseil départemental du Puy-de-Dôme.
- 4- Rapport d'activités 2023 et orientations 2024.
- 5- Rapport financier 2023
 - Michel BARTHELEMY, expert-comptable
 - David PRULIERE, commissaire aux comptes
- 6- Budget prévisionnel 2024
- 7- Cotisations 2025
- 8- Election des nouveaux représentants des membres actifs au conseil d'administration
- 9- Questions diverses

Des documents préparatoires ont été transmis avec le rappel de la convocation (rapport d'activité, budget prévisionnel).

Elle rappelle que les membres du conseil d'administration se réuniront seuls, après l'assemblée générale, pour élire les membres du bureau et le/la président.e.

Elle informe que le quorum est atteint et que l'Assemblée générale peut donc délibérer.

I - RAPPORT MORAL 2023

Corinne MONDIN présente le rapport moral de l'association. Ce rapport est annexé au présent compte-rendu.

Résolution n°1 : l'assemblée approuve à l'unanimité le rapport moral 2023.

II – INTERVENTION DE TONY BERNARD

Tony BERNARD présente le principe de l'Entente, souligne l'intérêt de ce travail collectif pour porter l'activité touristique en Livradois-Forez. Il remercie le travail effectué par l'équipe technique de la Maison du tourisme.

III – INTERVENTION DE CEDRIC CORRE

Cédric CORRE, directeur de la mission tourisme au sein du Conseil départemental du Puy-de-Dôme présente la nouvelle dynamique engagée, qui s'attache à 4 points principaux :

- travailler dans une dynamique collective,
- rendre les actions davantage lisibles,
- réaliste : il y a du travail à faire,
- les actions à mettre en place devront être utiles aux partenaires et territoires.

Actuellement un travail est mené pour produire des indicateurs clés (des données qui seront utilisables par les différentes destinations), co-construire une stratégie touristique et établir un positionnement marketing.

D'ici la fin de l'année, il est prévu

- D'un point de vue structurel : une évolution de l'organisation interne du service tourisme. Un accompagnement ressource humaine sera mis en place.
- D'un point de vue opérationnel : un plan d'action 2025 sera formalisé. Le Département prendra part, de manière renforcée, à la dynamique d'Auvergne destination.

IV – RAPPORT D'ACTIVITÉ 2023 ET ORIENTATIONS 2024

Chaque « élu référent » de la Maison du tourisme présente le rapport d'activité de l'année 2023 et les orientations 2024 de son pôle accompagné par le(s) technicien(s) référent(s) :

- Pôle « Accueil, territoire et relations locales » : Bernard AUROY (pour la partie randonnée) ; Céline AUGER et Muriel PAPILLON.
- Pôle « Marketing » : Alain NÉRON et Benoît BARRÈS ;
- Pôle « Relations clients et relations commerciales » : Annick FORESTIER accompagnée de Céline ROCHE, Christophe CHAVAROT.

En complément, Stéphane RODIER, président de l'association des Parcs naturels du Massif central (IPAMAC), présente le projet porté par l'IPAMAC à destination des comités d'entreprise, dont la MDT est à l'initiative.

Le rapport d'activités 2023 a été diffusé au préalable en version numérique, il est également annexé au présent compte-rendu.

Résolution n°2 : l'assemblée approuve à l'unanimité le rapport d'activité et les orientations 2024.

V – RAPPORTS FINANCIERS 2023 ET AFFECTATION DU RÉSULTAT

1. Rapport financier 2023

Michel BARTHELEMY (cabinet BTB Conseils à Thiers), expert-comptable de la Maison du tourisme présente les principaux indicateurs financiers de la structure, le compte de résultat et le bilan de l'année 2023.

Compte de résultat :

- Produits d'exploitation : 1 722 K€
- Résultat de l'année : - 44 236 €
- Fonds propres : 310 K€
- Trésorerie : 260 K€

Bilan :

- Actif / passif : 929 440 € (2022 : 773 016 €)
- Fonds de roulement : 314 519 € (2022 : 292 887 €)

Une présentation synthétique du compte de résultat 2023 et du bilan 2023 est détaillée dans le document annexé au présent compte-rendu.

David PRULIERE (cabinet Income), commissaire aux comptes de la Maison du tourisme présente le rôle du commissaire aux comptes et informe qu'il certifie les comptes 2023.

Résolution n°3 : l'assemblée approuve à l'unanimité le compte de résultat 2023, le bilan 2023 et le rapport du commissaire aux comptes.

2. Affectation du résultat 2023

Corinne MONDIN propose que le résultat de l'année soit affecté au fond associatif.

Résolution n°4 : l'assemblée approuve à l'unanimité l'affectation au fonds associatif du résultat déficitaire de l'exercice pour un montant de 44 236 €.

VI – BUDGET PREVISIONNEL 2024

Le projet de budget prévisionnel 2024 a été diffusé préalablement à la séance et annexé au présent compte-rendu.

Benoît BARRÈS, directeur et Jean JALLAT, trésorier de l'association en font une présentation synthétique.

Résolution n°6 : l'assemblée approuve à l'unanimité le budget prévisionnel 2024 de la Maison du tourisme.

VII – COTISATIONS 2025

Jean JALLAT rappelle que le montant des cotisations est voté un an à l'avance (donc cette année pour 2025 et non pour 2024) car les packs partenaires (incluant le montant de la cotisation) ont déjà été pris en 2024.

Le conseil d'administration propose de maintenir le montant des cotisations des prestataires touristiques.

Résolution n°6 : l'assemblée approuve à l'unanimité le montant des cotisations pour 2025 :

- **30 euros pour les prestataires touristiques et les organisateurs d'évènements majeurs,**
- **50 euros pour les réseaux touristiques.**

VIII – ÉLECTION DES REPRESENTANTS DES SOCIOPROFESSIONNELS AU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Corinne MONDIN rappelle que les représentants des membres actifs sont élus pour 3 ans et renouvelables par tiers tous les ans. Les administrateurs sortants sont rééligibles.

Les 4 membres sortants sont :

- Georges CHAMPAIN
- Jean JALLAT
- Pierre DUBOST
- Helen SLIK

Il y a 4 administrateurs à élire.

Les membres actifs intéressés à candidater au conseil d'administration étaient invités à se présenter par courrier avant le mardi 19 mars minuit. 7 candidats ont déposé leur candidature dans les délais (dont 4 candidats qui se représentent) :

- Georges CHAMPAIN
- Christophe DURAND
- Damien GATIGNOL
- Jean JALLAT
- Pierre DUBOST
- Helen SLIK
- Pascal WILAND

Corinne MONDIN rappelle que seuls les membres actifs sont invités à participer au vote.

Président du bureau de vote : Corinne MONDIN

Scrutateurs : Bernard AUROY, Annick FORESTIER et Frédéric CHONIER

Les résultats sont les suivants :

- Nombre d'inscrits : **295**
- Nombre de votants : 81
- Nombre de bulletins blancs ou nuls : 3
- Nombre de votes exprimés : 78

Le nombre de voix et les candidats élus sont les suivants :

Nom - Prénom	Structure	Nb voix	Elu / non élu
Jean JALLAT	Les Champs d'Ail de Billom	57	Elu
Helen SLIK	La Paresse en Douce	71	Elue
Georges CHAMPAIN	Les Erables	17	Non élu
Pierre DUBOST	Le Central	38	Non élu
Christophe DURAND	Coutellerie Arbalète	56	Elu
Damien GATIGNOL	La Villa Dinette	39	Elu
Pascal WILAND	Domaine de Marchal	34	Non élu

Corinne MONDIN félicite les membres élus du conseil d'administration.

La nouvelle composition du conseil d'administration est la suivante (les nouveaux élus sont mentionnés en gras) :

Collège des membres actifs	Réseaux touristiques du Livradois-Forez	Bernard AUROY
		Marie-Paule DAUPHIN
	Secteur Thiers Dore et Montagne	François ANSEL
		Christophe DURAND
		Didier LAMBERT
	Secteur Billom communauté	Alain NERON
		Arnaud DE CADIER DE VEAUCE
	Secteur Entre Dore et Allier	Jean JALLAT
		Nicole BOUCHERAT
	Secteur Ambert Livradois-Forez	Valérie GOBILLARD
		Damien GATIGNOL (Secteur TDM)
		Cyril GUGLIELMO
		Christine MILLER
Collège des membres de droit	Ambert Livradois-Forez	Helen SLIK
		Bernard BERAUD
		Chantal FACY
		Guy GORBINET
	Billom Communauté	Alain MOLIMARD
		Jean DELAUGERE
	Entre Dore et Allier	Céline AUGER
		Annick FORESTIER
	Thiers Dore et Montagne	Michelle CIERGE
		Patrick SAUZEDDE
		Frédéric CHONIER
		Pierre ROZE
	Parc naturel régional Livradois-Forez	Pierre CONTIE
		Corinne MONDIN
		Bernard LORTON

VII – CONCLUSION

Corinne MONDIN invite les membres du conseil d'administration à rester pour la réunion du conseil d'administration qui doit suivre.

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE
26 mars 2024
RÉSOLUTIONS

CALCUL DU NOMBRE DE VOIX

A l'ouverture de la séance, l'assemblée générale ordinaire de la Maison du tourisme comprend (présents et représentés) :

- 5 membres du collège des présidents des collectivités (sans voix délibérative) ;
- 14 membres de droit ;
- 295 membres actifs.

Compte tenu des statuts :

- chaque membre actif présent ou représenté dispose d'1 voix ;
- chaque membre de droit présent ou représenté dispose de 21,07 voix (295 /14).

	Nb présents	Nb représentés	Nb total présents + représentés	Nb de voix/membre	Nb total de voix
Membres de droit	8	2	10	21.07	210.71
Membres actifs	36	50	86	1	86
TOTAL	44	52	96		296.71

QUORUM

Les statuts prévoient : « Pour délibérer valablement, au moins un quart des représentants doivent être présents ou représentés. ». **Le quorum est donc de 79 présents ou représentés. Avec un total de 96 votants, le quorum est atteint.** L'assemblée générale ordinaire peut donc délibérer.

Le nombre de voix tient compte des arrivées et départs en cours de séance.

1^{ère} RÉSOLUTION : Rapport moral 2023

Pour	296.71
Contre	0
Abstention	0

2^{ème} RÉSOLUTION : Rapport d'activité 2023 et orientations 2024

Pour	296.71
Contre	0
Abstention	0

3^{ème} RÉSOLUTION : Rapport financier 2023

Pour	296.71
Contre	0
Abstention	0

4^{ème} RÉOLUTION : Affectation du résultat 2023

Pour	296.71
Contre	0
Abstention	0

5^{ème} RÉOLUTION : Budget prévisionnel 2024

Pour	296.71
Contre	0
Abstention	0

6^{ème} RÉOLUTION : Cotisations 2025

Pour	296.71
Contre	0
Abstention	0

**Corinne
MONDIN** Signature
numérique de
Corinne MONDIN
Date : 2024.04.24
17:02:52 +02'00'

Maison du tourisme du Livradois-Forez

Rapport moral 2023

Assemblée générale du 26 mars 2024



**Livradois-
Forez** PARC NATUREL
RÉGIONAL
EN AUVERGNE

Maison du tourisme du Livradois-Forez

Assemblée générale
26 mars 2024

— Une vision d'avenir pour le tourisme sur le territoire :
une stratégie, un plan marketing, un schéma d'accueil et de diffusion de l'information

LA STRATÉGIE DE LA MAISON DU TOURISME (2022-2027)

Axe 1
**ACCUEIL
INFORMATION**

Axe 2
PROMOTION

Axe 3
COMMERCIALISATION

Axe 4
DÉVELOPPEMENT

Axe 5
**FAÇON
DE FAIRE**

Voté début 2022

UNE DÉCLINAISON TECHNIQUE PAR 2 DOCUMENTS CADRE

**SCHÉMA D'ACCUEIL ET DE DIFFUSION
DE L'INFORMATION TOURISTIQUE
(2024-2027)**

En cours d'élaboration – Présentation au CA de juin 2024

**PLAN MARKETING
(2023-2027)**

Voté en 2023

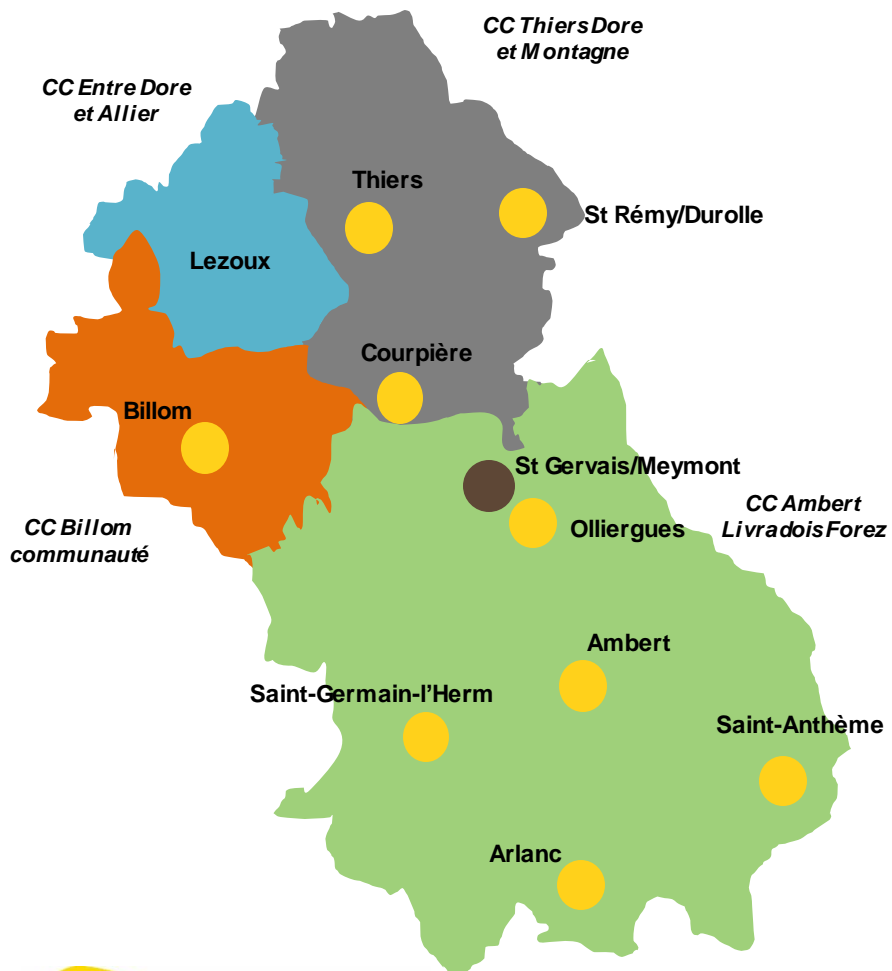
DÉMARCHE QUALITÉ

Audit qualité été 2024

CLASSEMENT DE L'OT EN CATÉGORIE I

Prévision : en 2025

Un réseau de bureaux BIT en évolution



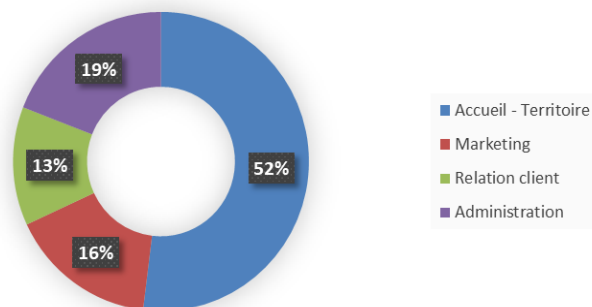
9 BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

- Siège de la Maison du tourisme
- Bureaux d'information touristique (BIT)
- **Aménagement en cours de 6 BIT** : Ambert, Saint-Anthème, Saint-Rémy-sur-Durolle (été 2023), Billom (printemps 2024), Courpière (2025), Thiers (non précisé)
- **Réflexion menée en 2023 avec Ambert Livradois Forez** :
 - Évolutions des horaires pour les BIT d'Arlanc, Olliergues et Saint-Anthème.
 - Partenariat avec les maisons de services de Cunlhat et Viverols
- **Projet d'un lieu d'accueil au musée de la Céramique de Lezoux** : accord de principe du conseil départemental du Puy-de-Dôme

Une adaptation permanente de l'organisation de l'équipe technique

25,1 ÉQUIVALENT TEMPS-PLEIN

Répartition de la masse salariale par pôle (en %)



MOUVEMENTS DE PERSONNEL

- Départ en retraite de la responsable du pôle administration et passage de la chargée de mission démarche qualité au poste de responsable du pôle administration.
- Recrutement de 8 saisonniers contre 9 en 2022.
- 1 contrat saisonnier (2,5 mois) technicien randonnée (idem 2022)
- Externalisation de service pour remplacement congés maternité et parental.
- CDD : 1 personnel « volant » accueil (6 mois)

28 AGENTS PERMANENTS

- 26 salariés (23,6 ETP contre 23,4 en 2022) et 2 agents mis à disposition (1,5 ETP, idem 2022).
- 599 h d'arrêt de travail contre 216,5h en 2022.
- 1 congés maternité suivi d'un congé parental sur une partie de l'année.

11 LIEUX DE TRAVAIL

- 9 bureaux d'information touristique
- Siège à Saint-Gervais-sous-Meymont
- 1 bureau dans l'espace de coworking de Viverols (ALF)

ÉLECTION CSE

- Élection de 4 nouveaux représentants du personnel

— Une volonté de développer les partenariats

UN RÉSEAU DE PARTENAIRES

INTERNE À LA DESTINATION ET EXTERNE À LA DESTINATION

PRESTATAIRES TOURISTIQUES

- Packs prestataires partenaires
- Packs réseau
- Packs évènements majeurs
- Plan de promotion mutualisé
- Actions de commercialisation à la carte

AGENCES DÉPARTEMENTALES ET RÉGIONALE DE TOURISME

- Actions de promotion mutualisées



COLLECTIVITÉS MEMBRES FONDATRICES DE LA MDT

- Un comité technique avec les agents tourisme
- Une cellule technique de communication
- Une commission marque PNR / MDT



OT DE PROXIMITÉ

- Réseau des directeurs/rices des OT 63
- Conventions de partenariat commercial

RÉSEAU DES PARCS NATURELS

- Fédération des Parcs / IPAMAC / Association des Parcs Auvergne Rhône Alpes

FILIÈRES ET MARQUES

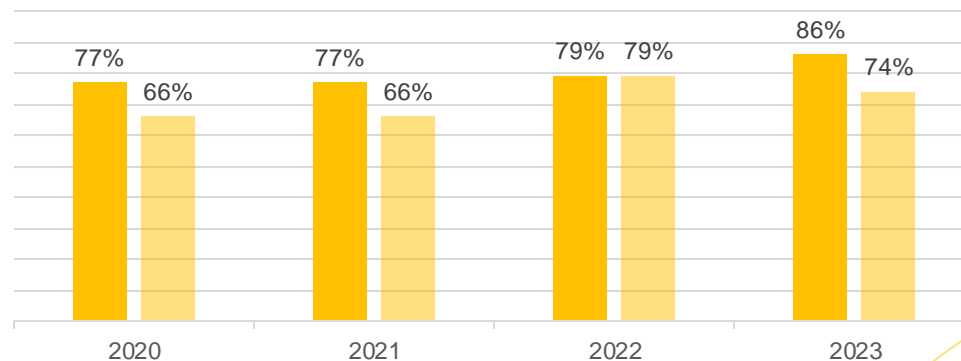
- Gîtes de France Puy de Dôme (convention) / Nattitude (projet de convention) / CSE Michelin / etc.

Satisfaction des prestataires touristiques de leur activité estivale

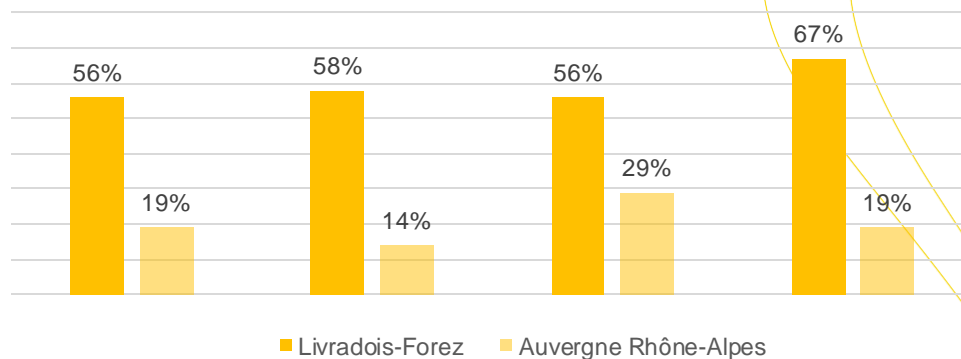
86 % DE PRESTATAIRES SATISFAITS DE LA SAISON ESTIVALE DONT 67 % DE TRÈS SATISFAITS EN 2023 (UN RECORD)

- Des prestataires plus satisfaits que la moyenne régionale
- Le premier critère d'explication de la bonne saison touristique est la hausse de la notoriété de la destination (**pour 40 % des prestataires touristiques interrogés**)

Taux de satisfaction des prestataires touristiques ayant noté au moins **5/10** la saison estivale (**satisfaits**)
(en %)



Taux de satisfaction des prestataires touristiques ayant noté au moins **8/10** la saison estivale (**très satisfaits**)
(en %)



Satisfaction des visiteurs concernant les services de la MDT

AVIS GÉNÉRAL SUR LES SERVICES DE LA MAISON DU TOURISME

191 répondants

De nombreux commentaires libres soulignent la qualité de l'accueil. Un personnel aimable, compétent et disponible.

4,7

Idem 2022



ESPACE BOUTIQUE

204 répondants

Un espace à valoriser, une demande croissante de produits locaux.

4,5

Idem 2022



QUALITÉ DES SENTIERS DE RANDONNÉE

163 répondants

Des suggestions en termes d'entretien et de qualité de balisage. Perte du signal GPS.

4,5

Idem 2022



BALADE NATURE ET PATRIMOINE

99 répondants

Visites appréciées.

4,6

4,7 en 2022



SERVICE BILLETTERIE DE LA MDT

84 répondants

Une offre variée et attrayante pour tout public.

4,6

4,3 en 2022

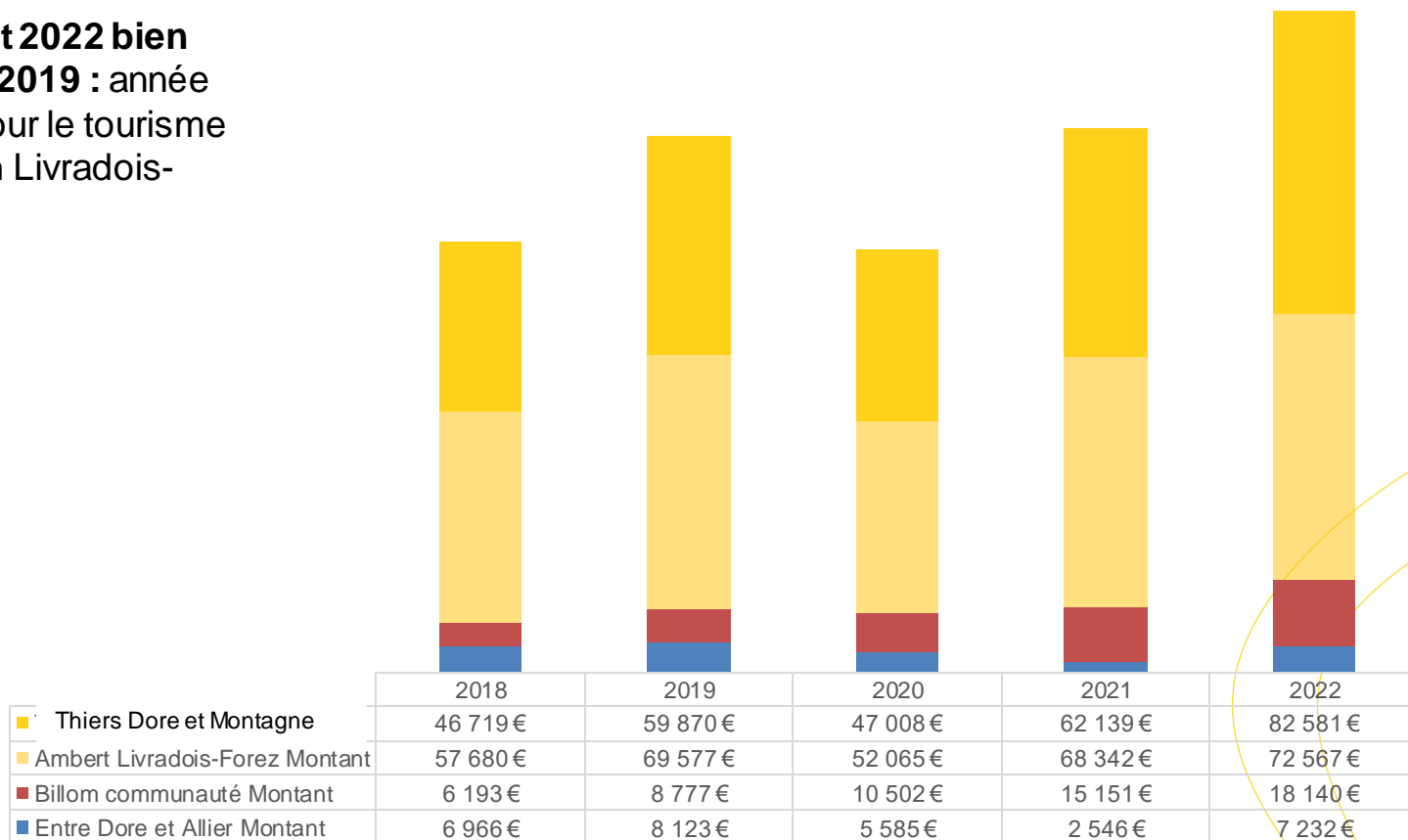


Taxe de séjour : évolution du produit collecté entre 2018 et 2022

+ 43 % entre 2018 et 2022

117 558 € 146 347 € 115 160 € 148 178 € 180 520 €

2021 et surtout 2022 bien meilleure que 2019 : année de référence pour le tourisme en France et en Livradois-Forez



Les données transmises par les collectivités ne permettent pas d'estimer le nombre de nuitées globales. Sauf pour Thiers Dore et Montagne. Passage de 116 000 nuitées (2019) à plus de 158 000 (2022) soit + 36 %. Soit une hausse dans les mêmes proportions que l'évolution du produit (37%)

Bilan du programme d'actions 2023

et orientations 2024



**Livradois-
Forez** PARC NATUREL
RÉGIONAL
EN AUVERGNE

Maison du tourisme du Livradois-Forez

Assemblée générale
26 mars 2024

Le **Sommaire**

- | | |
|---|--------------|
| 1. Accueil, territoire et relations locales | p. 1 |
| 2. Marketing | p. 25 |
| 3. Relations clients et relations commerciales | p. 40 |
| 4. Synthèse des indicateurs | p. 51 |

— **Accueil,
territoire
et relations
locales**

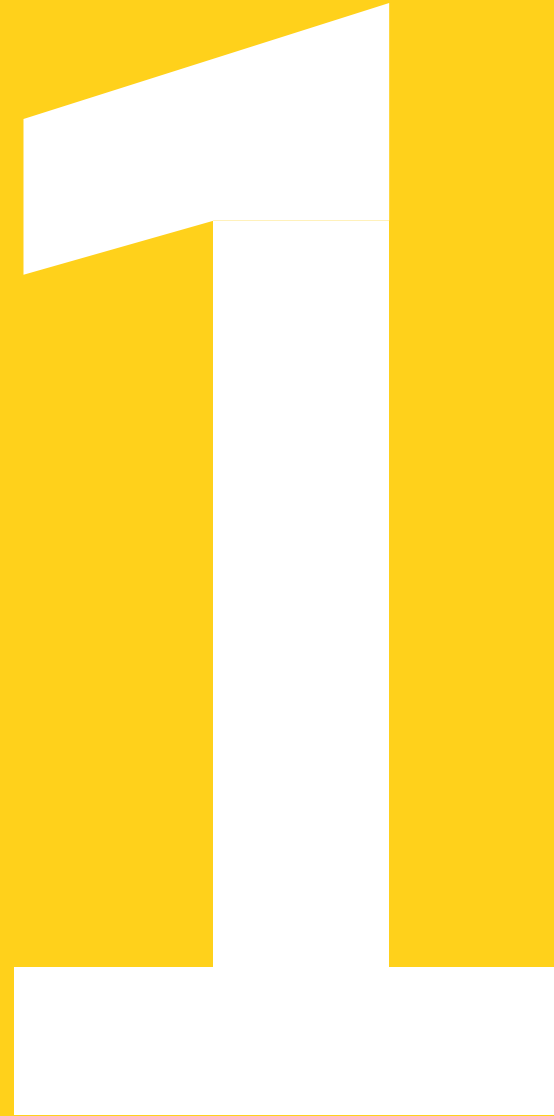


Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI)



5 DÉFIS

- **Structuration** : organiser les flux et le maillage de la diffusion de l'information.
- **Qualité de l'accueil** : cocooner les visiteurs en leur proposant un accueil de qualité et des outils d'information adaptés.
- **Connaissance** : amplifier la connaissance du territoire auprès des visiteurs.
- **Accueil à destination** : structurer une politique d'accueil à distance (numérique, téléphonique, etc.).
- **Développement durable** : engager la politique touristique vers des pratiques plus durables.

ACTIONS RÉALISÉES EN 2023

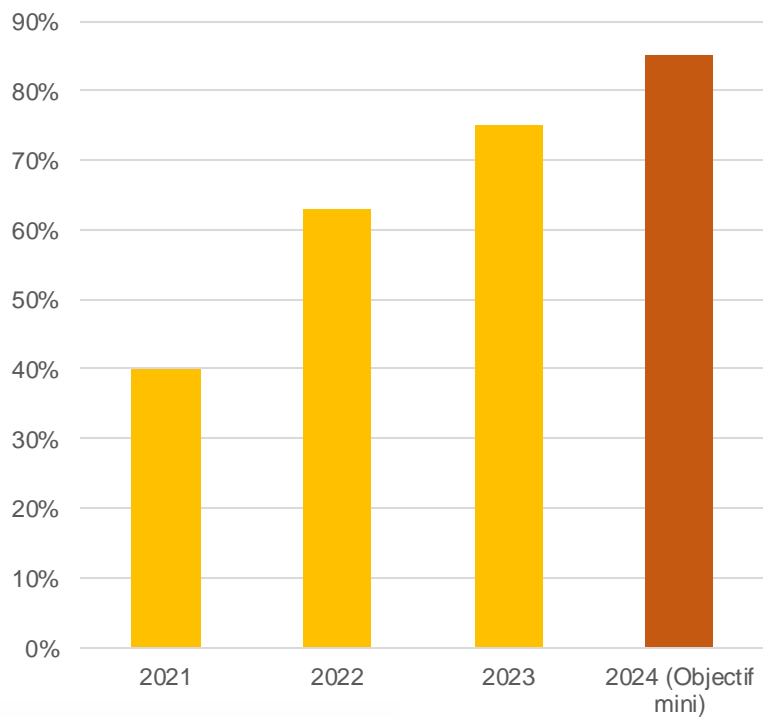
- **Horaires des BIT** : réajustés en fonction des périodes d'affluence et des publics cibles.
- **Des présentoirs** pour valoriser les magazines ont été diffusés dans des commerces et des mairies volontaires.
- **Déploiement des accueils « hors les murs »** : marché de Puy Guillaume et manifestations locales.

Marque Qualité Tourisme™



La démarche qualité nécessite de répondre à 155 critères qualité.

Taux de critères conformes à la démarche qualité



UNE DÉMARCHE QUALITÉ

La Maison du tourisme s'est engagée dans une démarche qualité visant l'obtention de la **marque Qualité Tourisme** et le **classement de l'OT catégorie 1**.

Objectif : garantir la qualité des services auprès de 3 publics : les visiteurs ; les prestataires touristiques ; les collectivités.

ACTIONS RÉALISÉES EN 2023

- Sensibilisation de l'équipe technique et des saisonniers.
- Mise en place du système de recueil de la satisfaction, des suggestions et du suivi des réclamations auprès des visiteurs.
- Formalisation de procédures.
- Formation des animateurs de destination à l'anglais.
- 3^e rencontre du Groupe Qualité de Destination.
- Préparation aux audits 2024 (audit blanc au printemps, audit final à l'été 2024).

Aménagement des bureaux d'information touristique



Inauguration du bureau d'Ambert, 3 juillet 2023



Inauguration du bureau de Saint-Rémy-sur-Durolle, 30 juin 2023

RÉAMÉNAGEMENTS INTÉRIEURS DE 3 BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

- Les bureaux concernés : **Ambert** (déménagement), **Saint-Anthème** et **Saint-Rémy-sur-Durolle**.
- Nouveaux espaces et nouveaux mobiliers.
- Déménagement du bureau d'Ambert.
- Des travaux préalables réalisés par les collectivités locales (mairie de Saint-Rémy, Ambert Livradois-Forez).
- Inauguration des 3 bureaux fin juin/début juillet.

PRÉPARATION DE L'AMÉNAGEMENT DE 2 BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE POUR 2024

- Bureaux concernés : **Billom** et **Courpière**.
- Études d'aménagement.

Packs partenaires et packs publicitaires



Commercialisation

Réservation en ligne
Open System : hébergement ou billetterie.

Mise à disposition d'un logiciel de vente en ligne de votre structure touristique sur votre site internet et celui de la Maison du tourisme. Accompagnement à l'installation d'un module de réservation ou d'une passerelle.

Mise en avant de tous les types de réservation en ligne (et non plus seulement avec le logiciel proposé par la MDT).

Service groupe

Vente d'excursions et de séjours pour les sites de visites, restaurants et hébergements pouvant accueillir des groupes et séminaires (respectant un charte de qualité), avec commissionnement complémentaire.

Appui technique à la création et vente d'expériences sous forme de séjour.

Club utilisateurs

Un rdv/mois pour échanger, partager entre prestataires proposant de la vente en ligne. Récompensé du « coup de chapeau 2022 » par AuRA Tourisme.

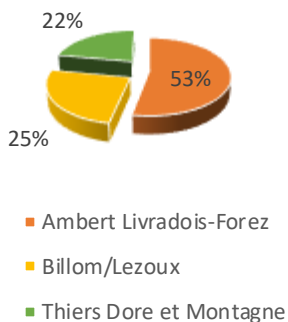
UNE OFFRE VARIÉE DE SERVICES PROPOSÉS AUX ACTEURS TOURISTIQUES

- **3 packs partenaires** qui regroupent un ensemble de prestations pour accompagner les prestataires dans la promotion, la commercialisation et le développement de leur activité :
 - **Pack prestataire**
 - **Pack réseau**
 - **Pack événement majeur**
- **2 packs publicitaires**
 - Des espaces publicitaires sur des supports papier et numérique de la MDT.
 - **1 pack shopping** avec la création d'une rubrique « acheter local » sur le site internet de la MDT pour les producteurs, artisans et commerçants ne proposant pas de visite.
- **Des services commerciaux** pour contribuer au développement de la vente des séjours/activités.
- **Des services ouverts à tous** les prestataires qu'ils soient ou non partenaires.

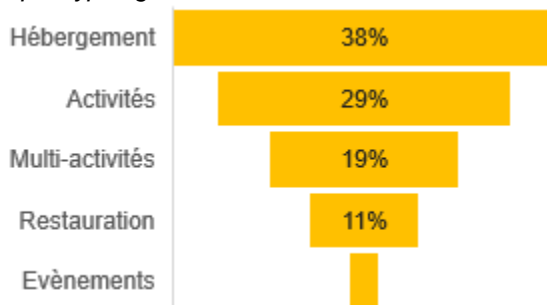
Packs partenaires

Répartition des « packs partenaires » par territoire

AMBERT LIVRADOIS- FOREZ	Ambert	45
	Arlanc et la Haute-Loire	18
	Olliergues Cunlhat	36
	Saint-Germain	26
	Saint-Anthème et la Loire	34
BILLOM LEZOUX	Billom et région Issoire	46
	Lezoux	30
THIERS DORE ET MONTAGNE	Courpière	22
	Thiers	46
TOTAL	303	



Répartition des « packs partenaires » par typologie



303 PRESTATAIRES PARTENAIRES (+ 1 %)
499 OFFRES TOURISTIQUES (- 17 %)

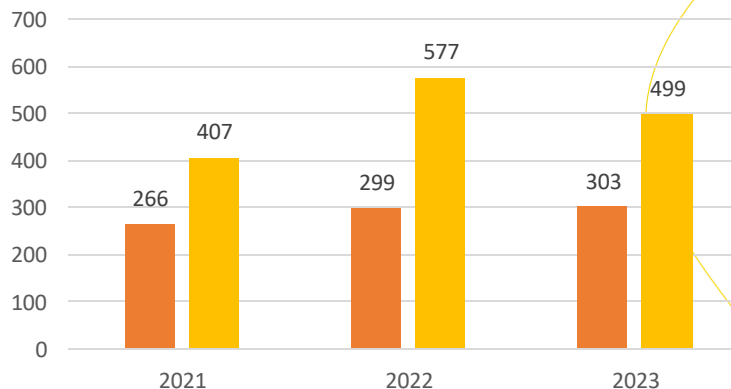
Dont 12 packs « Événements majeurs »

Coutellia, La Pamparina, Festival de La Chaise-Dieu, Festival d'Ambert, Les Concerts de Vollore, La Cyclo des Copains, Les Fourmofolies, Les Nuits classiques de Thiers, Festival du Montpeloux, Foire à l'ail de Billom, Marché des Potiers et le Village des producteurs des Sites remarquables du goût.

Et 3 packs « réseaux partenaires »

Route des Métiers,
Sur les Pas de Gaspard,
À pas de lynx.

Évolution du nombre de prestataires partenaires et du nombre d'offres touristiques



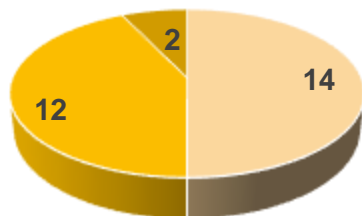
■ Nombre de prestataires partenaires ■ Nombre d'offres touristiques

Packs publicitaires

Répartition des packs publicitaires par support

SUPPORTS	NOMBRE DE PACKS
MAGAZINE DONT 6 ÉCHANGES PUBLICITAIRES ET 3 RÉSEAUX	27
PUBLIREPORTAGE	4
SITE INTERNET ACHETER LOCAL	4
TOTAL	35

Répartition des annonceurs par territoire



- Ambert Livradois-Forez et région Loire/Haute-Loire
- Thiers Dore et Montagne
- Billom/Lezoux

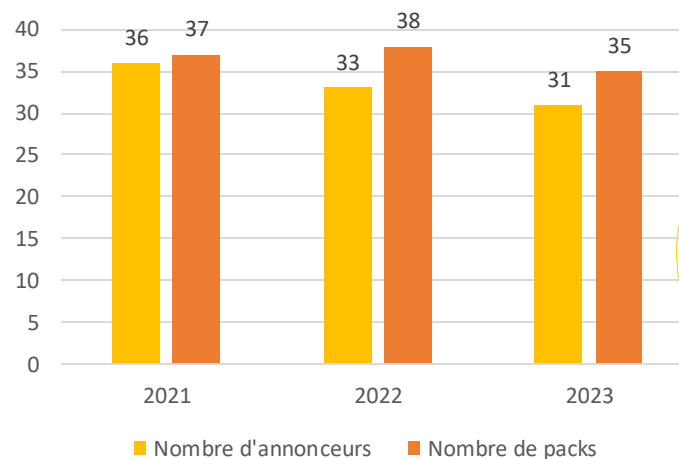
31 ANNONCEURS

35 PACKS PUBLICITAIRES

Dont

- 3 packs « Réseau »
- 6 échanges de publicité
- pack « Événements majeurs »
- et 4 packs « Acheter local »

Évolution du nombre d'annonceurs
et du nombre de packs publicitaires



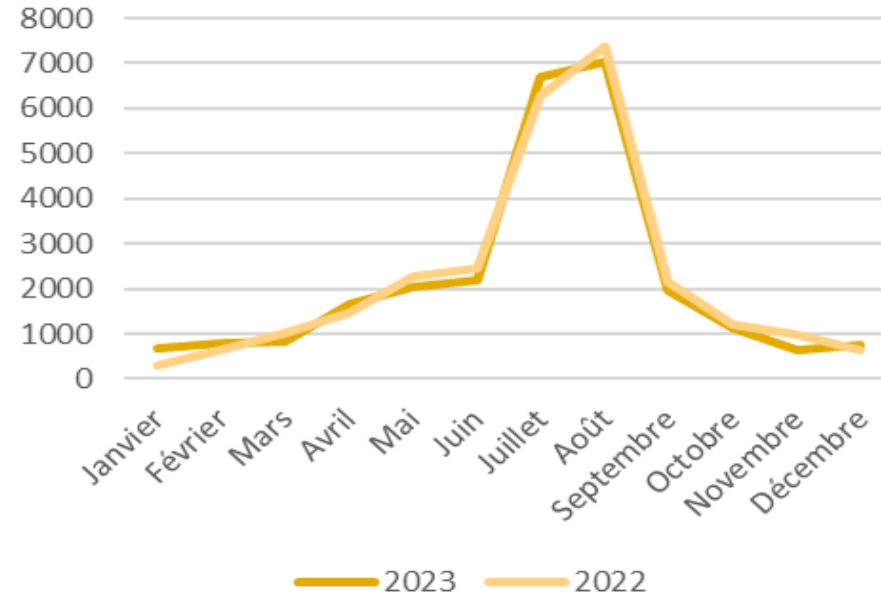
Accueil dans les bureaux d'information touristique

PLUS DE 40 000 VISITEURS RENSEIGNES DANS LES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

- **32 000** dans les bureaux d'informations.
- **Plus de 8 000** à distance (surtout par téléphone et un peu sur internet).

BIT	NB VISITEURS GUICHET	ÉVOLUTION NB VISITEURS GUICHET	NB CONTACTS TÉLÉPHONE
THIERS	11 566	- 8 %	2 077
AMBERT	8 747	+ 10 %	2 672
BILLOM	4 227	+ 7%	1 251
ST-ANTHÈME	2 716	- 3 %	1 572
COURPIÈRE	1 349	+ 10 %	161
ARLANC	1 109	- 32 %	91
OLLIERGUES	776	- 37 %	250
ST-RÉMY/D	644	- 7 %	46
ST-GERMAIN	436	- 35 %	24
TOTAL	31 986	- 3 %	8 144

Nombre de contacts (téléphone et guichet) mensuels dans les BIT



- 4 BIT réalisent 85 % de la fréquentation.
- 32 % des visiteurs sont accueillis en août, 25 % en juillet.
- 333 personnes/jour accueillies au mois d'août.
- Une baisse à pondérer avec la diminution des horaires d'ouverture des BIT.

Accueil « hors les murs »

POTS D'ACCUEIL dans les hébergements touristiques	NB de présentations	NB de VISITEURS aux pots d'accueil
Village vacances et campings de : Saint-Rémy-sur-Durolle, Fournols, Saint-Amant-Roche-Savine, Olliergues, Viverols, Ambert (nouveau)	42	2 410

STRUCTURES TOURISTIQUES	NB de RDV	NB de VISITEURS
Musée de la Céramique de Lezoux, camping de Pont-Astier, médiathèque Entre Dore et Allier	40	240

MARCHÉS	NB de RDV	NB de VISITEURS
Marché de Lezoux et de Puy-Guillaume	13	240

ÉVÈNEMENTS	NB de RDV	NB de VISITEURS
Coutellia, Cyclo des Copains, Fourmidaible Pique-nique, Marché des potiers, Village des Sites remarquables du goût	5	605
Autres événements : forums des associations, marche, fête des plantes, Bois noirs oxygène, Rallye	6	170

3 665 VISITEURS RENSEIGNÉS

« HORS LES MURS » : + 74 %

- **Présentations du territoire lors des pots d'accueil dans les structures d'hébergements touristiques** de + de 100 lits : 42 rendez-vous, **1 199 participants** (+ 101 %), soit une moyenne de **57 participants par pot d'accueil**.
- **Un accueil hors les murs réalisé sur le secteur de Lezoux.** Opération intensifiée depuis 2022 du fait de la fermeture du BIT de Lezoux : musée de la Céramique (1,5 jours par semaine en été, ½ journée le reste de l'année), médiathèque Entre Dore et Allier (8 rdv), camping de Pont-Astier (4 rdv), marché de Lezoux (8 rdv). 49 rendez-vous, **388 visiteurs** (+ 36 %).
- Un **stand** de la MDT lors des **événements majeurs** lorsqu'il n'y a pas de BIT à proximité et sollicitation de présence sur d'autres événements : 11 rdv, **775 visiteurs** (+ 50 %).
- **Borne interactive de Thiers en centre-ville** (pas de données pour 2023 en raison de problèmes techniques).

— Base de données d'information touristique (APIDAE)



La base de données recense toutes les offres touristiques des partenaires de la Maison du tourisme (hébergements, activités, animations, etc) et détaille pour chacune d'entre-elles leurs particularités (descriptif, photos, ouverture, tarifs, services, etc.). Elle est gérée par la coopérative APIDAE et mutualisée avec les autres offices de tourisme de la région.

LA MDT : SOCIÉTAIRE DE LA COOPÉRATIVE APIDAE

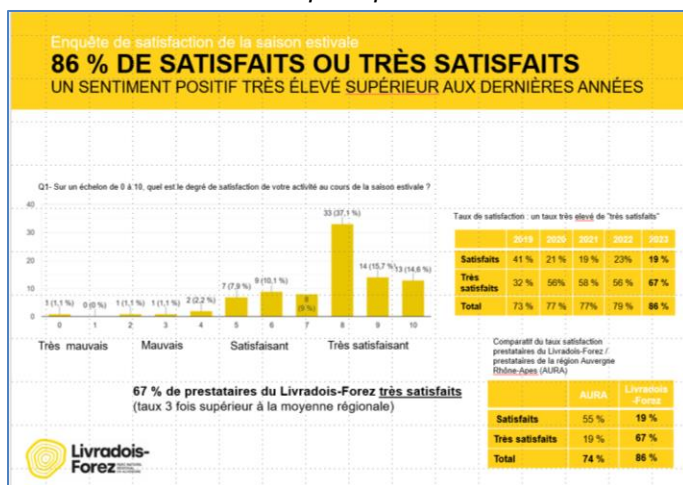
- Apport en capital.
- Participation technique à l'évolution de la base de données.

PRÈS DE DE 2 500 FICHES D'INFORMATION TOURISTIQUE MISES À JOUR

- Coordination de la mise à jour des informations.
- Site internet mis à jour à partir de cette base de données.
- Outil interne de suivi des mises à jour des offres.
- Possibilité par les prestataires touristiques de mettre directement leurs offres à jour (avant validation de la MDT).

Observation touristique

Extrait du bilan estival enquête prestataire



DES OUTILS D'OBSERVATION TOURISTIQUE

- Module de qualification et comptage des contacts clients (comptoir, tél, mail, etc).
- Bilan estival et annuel de fréquentation touristique sur la destination.

1 ENQUÊTE ESTIVALE PRESTATAIRE

- Diffusion d'une enquête aux prestataires du Livradois-Forez pour réaliser un bilan de la saison estivale.

1 ENQUÊTE SATISFACTION DES VISITEURS

- Diffusion d'une enquête de satisfaction aux visiteurs dans tous les BIT et sur le site internet de la MDT.

Diffusion de la documentation touristique

	Prestataires commerces Livradois- Forez	Bureaux MDT	Puy- de-Dôme	Allier	Loire
MAGAZINE	12 320	8500	1 150	118	220
CARTE TOURISME ET PATRIMOINE	Pas de distribution car plus de stock, sauf dans les bureaux : 1 000				
ROUTE DES MÉTIERS	5 921	3 030	1 200	158	125
PRESTATAIRES secteur AMBERT LIVRAOIS- FOREZ	-	18 715	3 848	396	320
PRESTATAIRES secteur BILLOM/LEZOUX	-	6 410	902	310	280
PRESTATAIRES secteur THIERS DORE ET MONTAGNE	-	6 005	910	510	70
BALADES NATURE ET PATRIMOINE	1 873	2 600			
S/TOTAL	20 114	46 260	9 502	1 492	1 015
TOTAL	79 383				

PLUS DE 80 000 DOCUMENTS DIFFUSÉS

de la MDT et des partenaires

- Diffusion des documents aux visiteurs dans les BIT et chez les prestataires touristiques.
- Participation à 3 bourses aux documents départementales (63, 03 et 42) : plus de **12 000** documents diffusés.
- Livraison de **18 000** documents commandés par les acteurs touristiques du Livradois-Forez (partenaires et non-partenaires).
- Livraison de **2 110 magazines dans les commerces locaux et les mairies** du Livradois-Forez et **diffusion d'un présentoir** en carton à poser sur table (contacts préalables par téléphone pour les quantités à diffuser).
- Envoi postal d'un magazine à toutes les mairies, communautés de communes et prestataires du Livradois-Forez : **1 920** exemplaires.
- Plateforme d'envoi de documents commune aux BIT (près de **800** envois contre 500 en 2022).

PRÉSENTATION DE LA DOCUMENTATION DANS LES BIT

- Mise en valeur des documents des partenaires de la MDT dans les bureaux d'information touristique.
- Nouvel aménagement dans 3 BIT : 3 présentoirs valorisant les incontournables de la destination, les sites de visites et activités de proximité, les festivités.

Supports d'informations



Guide des hébergements imprimé à la demande



Exemple de fiche suggestion



Exemple d'une page du diaporama de présentation du territoire

GUIDE DES HÉBERGEMENTS « IMPRIMÉ À LA DEMANDE »

- Les hébergements partenaires sont présentés par typologie d'hébergement et par territoire.
- Impressions réalisées à la demande du client.
- Présentation dans une pochette cartonnée.
- Téléchargeable sur le site internet.

11 FICHES SUGGESTIONS numériques 1, 2 et 3 JOURS

11 fiches suggestions adaptées à chaque secteur géographique pour personnaliser davantage les suggestions d'activités à faire à proximité.

- Liste de sites et d'activités incontournables à réaliser sur 3 jours.
- Rédaction plus « personnelle et expérientielle ».
- Traduction en anglais.
- Disponible sur l'espace pro du site internet.

DIAPORAMA DE PRÉSENTATION DU TERRITOIRE

- Contenu : patrimoines naturels et bâtis, savoir-faire et festivals ; suggestions de visites ; services proposés par la MDT aux visiteurs.
- Diffusion : partenaires MDT.
- Présenté par un agent de la MDT lors des pots d'accueil.

Service billetterie



Billetterie en Livradois-Forez : MDT + prestataires

	NB DE PRESTATAIRES	CHIFFRE D'AFFAIRES
Billetterie vendue directement par la MDT	29	79 980 €
Billetterie vendue par les prestataires	17	283 648 €
TOTAL	46	363 628 €

Billetterie spécifique à la Maison du tourisme

	CHIFFRE D'AFFAIRES			
	2021	2021	2023	VAR.
ÉVÉNEMENTS	29 294 €	59 957 €	62 503 €	+ 4 %
ACTIVITÉS SITES DE VISITE	13 814 €	15 783 €	14 153 €	- 10 %
BNP (1)	2 634 €	2 789 €	3 324 €	+ 19 %
TOTAL	45 742 €	78 879 €	79 980 €	+ 1 %

(1) Hors visites et balades MDT

UN SERVICE DE RÉSERVATION D'ÉVÈNEMENTS ET D'ACTIVITÉS POUR LES HABITANTS ET TOURISTES

- En comptoir des BIT.
- Accessible en ligne sur le site internet www.vacances-livradois-forez.com et sur les sites internet des prestataires.
- Un appui aux organisateurs d'évènements et prestataires d'activités.

46 PARTENAIRES « BILLETTERIE »

363 628 € DE BILLETTERIE : + 79 %

- Réalisé grâce aux outils de vente (Addock + Open billet) fournis aux opérateurs locaux par la MDT (contre 203 235 € en 2022).

79 980 € DE VENTES ASSURÉES DIRECTEMENT PAR LA MDT : + 1 %

- **69 %** de la billetterie assurée par la MDT est réservée en ligne.
- Ticket moyen : 24 €.

Boutique



Boutique BIT Ambert : aménagement et produits

VENTES DE PRODUITS BOUTIQUE :

8 587 € (+ 6 %)

Évolution de la stratégie

- Lien avec la démarche qualité et les nouveaux aménagements des BIT.
- Voyage d'étude pour échanger sur les pratiques des boutiques (OT Saint-Étienne et OT Roanne).

De nouveaux espaces boutique : vitrine du territoire

- Collaboration avec le réseau de la Route des métiers et les partenaires de la MDT pour mettre en avant les spécificités agricoles et artisanales.
- Des espaces thématiques dédiés : randonnée, produits d'éditions, produits artisanaux, produits du terroir, des souvenirs et goodies.
- Des réductions pour les prestataires partenaires et les collectivités sur les produits boutique.

Quelques chiffres :

- Chiffre d'affaires : 8 587 €
- Marges : 3 453 €
- Nombre d'actes : 1 257
- Panier moyen boutique : 6,8 €

Programme d'animations



537 PARTICIPANTS AUX 41 BALADES NATURE ET PATRIMOINE : + 2 %

- Démarche soutenue par le PNR Livradois-Forez.
- Programmation spécifique à la MDT :
 - 26 visites de villes et de villages,
 - 6 balades nature,
 - 9 visites animées et/ou nocturnes.
- Un guide des « Balades nature et patrimoine accompagnées » dans le Parc naturel régional Livradois-Forez de juin à octobre (6 000 exemplaires).

UNE PROGRAMMATION DE VISITES LORS D'ÉVÈNEMENTS : 214 participants

- Journées européennes du patrimoine :
4 visites de la vallée des usines, **40 participants.**
- Journée du commerce de proximité et Festi'14 :
3 visites guidées de Lezoux, **24 participants.**
- 3 visites théâtralisées « chant de fouilles » sur Lezoux avec Acteurs pupitres et C^{ie}, environ **130 participants.**

RENDEZ-VOUS DE BILLOM COMMUNAUTÉ

- Réalisation du livret de la programmation annuelle du Pays d'art et d'histoire de Billom communauté.
- Réalisation de livrets pour le jeune public, focus et supports de communication pour les journées du patrimoine du Pays d'art et d'histoire de Billom communauté (juin et septembre).

Valorisation des animations



GUIDE DES ANIMATIONS



Vacances de printemps en Livradois-Forez

Du 8 avril au 8 mai 2023

Chasses aux œufs

Samedi 8 et dimanche 9 avril

Y a Pâques des couteaux ! Thiers
Musée de la Coutellerie. 10 h à 12 h et 14 h à 18 h
Une idée de sortie en famille pour le week-end de Pâques ? Le musée de la Coutellerie vous propose un jeu de piste à faire tous ensemble. Retrouvez ces coquins de lapins qui ont investi les salles du musée et essayez de répondre à leurs énigmes.
Adulte : 5,90 €, enfant : 2,90 € (sur justificatif)
Tel. 04 73 80 58 81 ou 06 24 49 12 85
musee-coutellerie@ville-thiers.fr

Samedi 8 avril
Chasse aux œufs Saint-Rémy-sur-Durolle
Plan d'eau. 14 h
Participez à cette chasse aux œufs de Pâques en jeux d'énigmes !
Gratuit.
Tel. 06 87 29 48 85

Dimanche 9 et lundi 10 avril
Châteaux en chocolat Sermentizon
Château d'Aulteribe. 14 h à 17 h 30 (dimanche) 10 h à 12 h et 14 h à 17 h 30 (lundi)
Une fête habée dans le château d'Aulteribe. Chaque semaine des ateliers de cuisine.

Chasse aux œufs Aix-la-Fayette
Le bourg. 15 h
Goûter et animations enfants après la chasse.
Gratuit.
Tel. 06 13 84 92 22 ou 06 80 65 56 56



DES GUIDES D'ANIMATIONS

- **4 guides « Festivités et animations » petites vacances scolaires** (hiver, printemps, toussaint et Noël).
- **2 éditions thématiques** : marchés de Noël et Journées européennes du patrimoine.
- **Des agendas locaux mensuels et hebdomadaires** (en juillet/août) pour le secteur Billom/Lezoux et Ambert Livradois-Forez (impression à la demande), soit **33 guides**.
Guides diffusés par e-mailing, consultables et téléchargeables sur le site internet.

AUTRES SUPPORTS DE COMMUNICATION

- Rubrique agenda du site internet : **69 054 vues** (13 % des vues du site internet).
- Réseaux sociaux : relais des animations et de l'actualité du territoire sur la page Facebook.
- Mise en place d'une cellule de coordination de la planification éditoriale sur les réseaux sociaux.
- Transmission des animations pour 3 médias : La Gazette Thiers-Ambert, La Montagne, Le Semeur-Hebdo.

901 ÉVÈNEMENTS RECENSÉS (+ 101)

- Recensement de toutes les animations touristiques situées sur les communautés de communes membres ou organisées par une structure engagée dans un réseau soutenu par le PNR.
- Une **inscription en ligne** de l'animation sur www.vacances-livradois-forez.com (espace pro ou rubrique agenda).

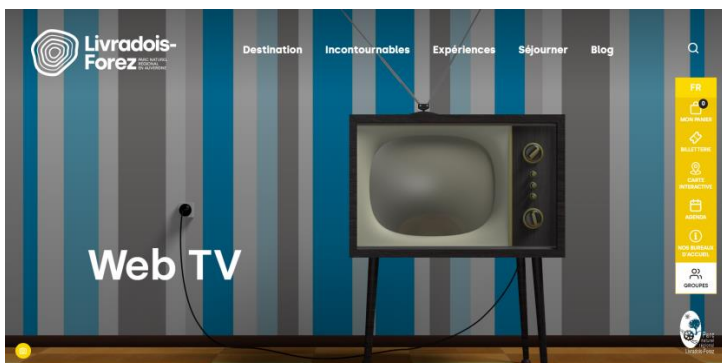
Programme de formation et de rencontres pour les prestataires touristiques 1/2

13 SESSIONS DE FORMATION

- **80 participants (259 vues pour 8 replays) + 21 %**
- **Les sessions**
 - 16/03 : livret d'accueil
 - 30/03 : storytelling
 - 06/04 : reportée
 - 20/04 : visibilité sur internet
 - 27/04 : ANCV
 - 12/05 : réseaux sociaux
 - 25/05 : code de marque
 - 15/06 : techniques pour de beaux clichés
 - 12/10 : newsletter
 - 19/10 : politique tarifaire n°1
 - 07/11 : code de marque
 - 21/11 : politique tarifaire N°2
 - 07/12 : analyse des actions

5 WEB TV

- **Objectifs** : présenter en 1 heure un service précis proposé par la Maison du tourisme, créer du lien entre les prestataires et les agents de la MDT et apporter des réponses et conseils techniques.
- **5 rendez-vous « en visio-conférence »** disponibles en replay sur la chaîne YouTube de la Maison du tourisme **17 participants** et **120 vues**.



Programme de formation et de rencontres pour les prestataires touristiques 2/2



Journées de rencontres locales secteurs Billom et Ambert

FORUMS DES ACTEURS TOURISTIQUES

- 13 juin : lancement de la saison touristique.
- 17 octobre : forum des acteurs touristiques.
- Environ **80 participants**.

JOURNÉES DE RENCONTRES LOCALES

- **Objectif** : mieux connaître la destination Livradois-Forez (sites, structures, prestataires...).
- **95 participants**.
- 2 dates : 10 mai (secteur de Billom) et 10 octobre (secteur d'Ambert).

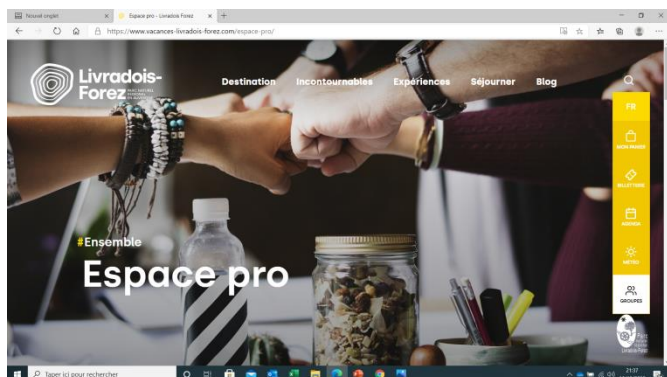
JOURNÉES DÉCOUVERTE

- **2 ½ journées** : visite de prestataires et témoignages sur le tourisme durable et la Route des métiers.
- **22 participants**.
- 1 session autour du tourisme et handicap : reportée à 2024.

PARTENARIAT GÎTES DE FRANCE

- **1 ½ journée** de découverte : **9 personnes**.
- **1 WebTV** : présentation et échanges de la marque, **5 personnes**.
- **1 marché des savoir-faire** (en partenariat avec la Route des métiers) : **environ 200 personnes**.

Outils de communication pour les prestataires



L'ESPACE PRO

www.vacances-livradois-forez.com

Cet espace du site internet présente un ensemble d'informations pour les prestataires touristiques. Il est remis à jour régulièrement.

- Un replay pour décrypter cet espace est disponible sur la chaîne YouTube.

LE FACEBOOK PRO

Maison du tourisme Livradois-Forez – Professionnels

- Nombre de membres : **275** (232 en 2022) + **18 %**
- **+ de 600 nouvelles publications** en 2023.
- Contenu : formations, rappels de rdv, articles, partage d'informations de la part des partenaires, etc.

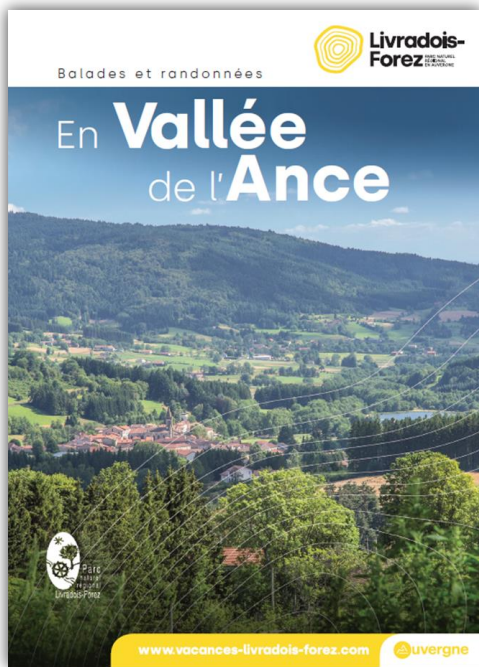
8 LETTRES D'INFORMATION

Tous les deux mois, une lettre d'information numérique est diffusée à l'ensemble des prestataires et partenaires touristiques. 2 lettres en saison.

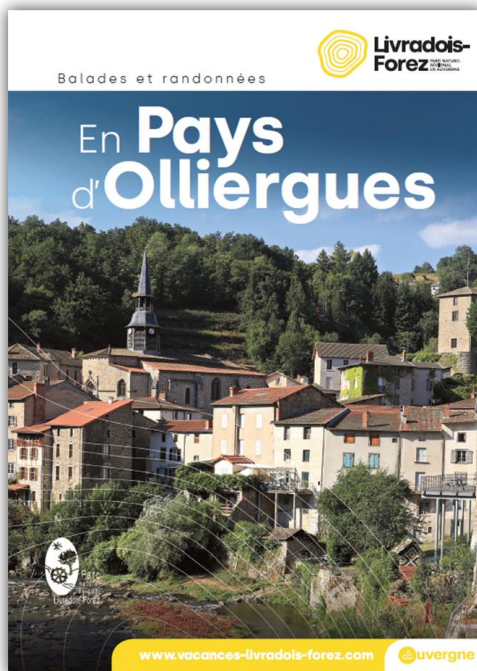
Randonnée : édition

SOUTIEN À LA CRÉATION DE TOPOGUIDES DE RANDONNÉE PÉDESTRE

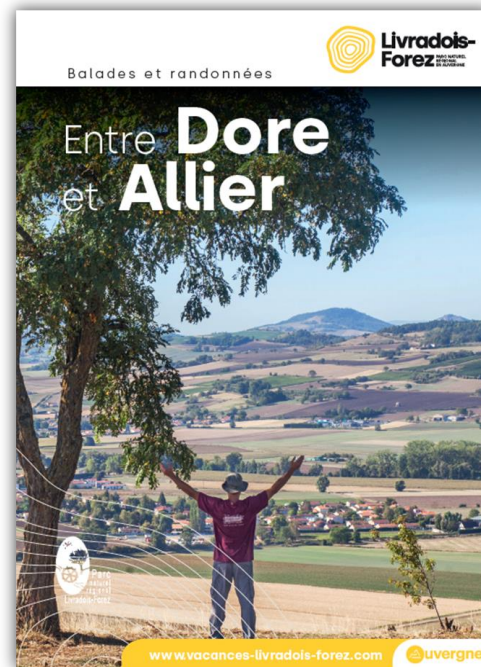
- Édition des topoguides locaux
« Balades et randonnées en Vallée de l'Ance », « En Pays d'Olliergues » et « Entre Dore et Allier ».



Imprimé à 1 000 exemplaires
18 randonnées - Prix : 5 €



Imprimé à 500 exemplaires
10 randonnées - Prix : 5 €



Imprimé à 1 000 exemplaires
17 randonnées - Prix : 6 €

Randonnée : développement

Fréquentation annuelle des sites équipés d'éco-compteurs

Nombre de passages sur 5 sentiers
de petites randonnées emblématiques

+ 6%

	2021	2022	2023	Variation 2023/2022
Col du Béal	8 812	3 898	3 402	- 12 %
Colporteur	6 721	5 037	6 622	+ 31 %
Vallée du Fossat	4 485	5 005	5 008	-
Sentier des Papetiers	4 109	6 334	5 246	-17%
Lac de Malaguet	8 054	8 046	9 851	+ 22 %
TOTAL	32 181	28 320	30 129	+ 6%

Baisse de la pratique itinérante
sur le Tour du Pays du Livradois-Forez

- 17 %

	2022	2023	Variation
Tour de Pays (Forez)	700	774	+ 10 %
Tour de Pays (Livradois)	562	308	- 45 %
TOTAL	1262	1082	- 17 %



MAINTENANCE ET COORDINATION DU BALISAGE AVEC L'ASSOCIATION RELF (RANDONNÉE EN LIVRADOIS-FOREZ)

- Balisage et suivi de plus de **2 500 km** de sentiers :
 - 200 PR** dont **98 inscrits au PDIPR**
 - 120 km de Tour de Pays** et circuit WE.
 - 230 km de Tour VTT en Livradois-Forez.**
 - 27 sentiers de découverte**
- Formations balisage + création d'un **nouveau « Livret du baliseur »** visant à améliorer la qualité du balisage.
- Réalisation et pose de nombreux panneaux, débroussaillage et tronçonnage.

LETTRE D'INFO RANDO

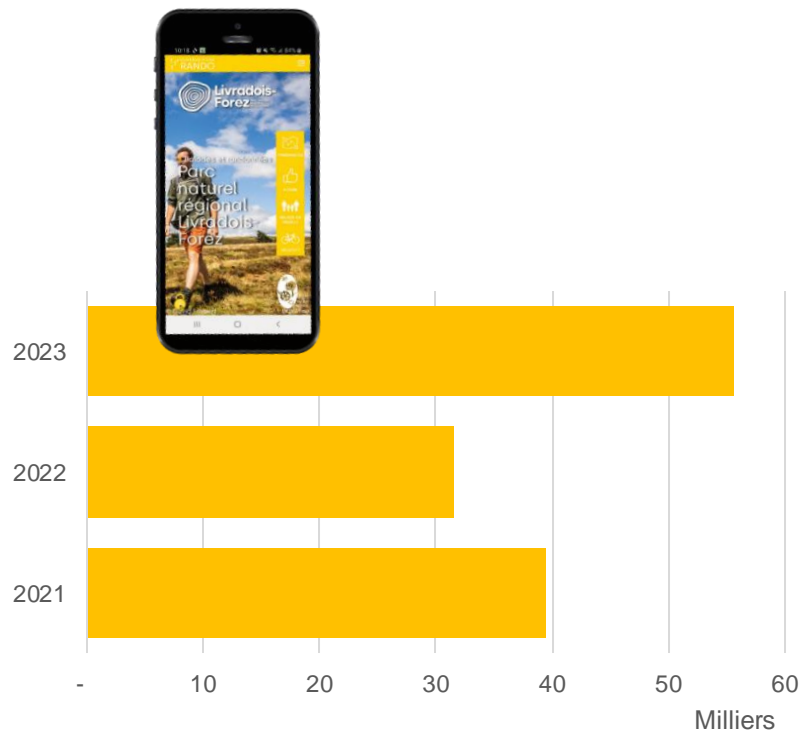
- Lettre diffusée spécifiquement aux élus du territoire pour les informer du travail commun réalisé par RELF, la MDT et le PNRLF.

ÉCO-COMPTEURS

- Pose d'un nouvel éco compteur dans la vallée du Madet en juin 2023 + suivi des éco-compteurs actuels.

SOUTIEN À L'ASSOCIATION RANDONNÉE EN LIVRADOIS-FOREZ

- Aide de **3 000 €** à l'association RELF pour le balisage des chemins de randonnées pédestres édités dans les topoguides locaux.



PLUS DE 55 000 VISITEURS UNIQUES (+ 76 %)

- Hausse moyenne de 54 %/an depuis 2019.
- La fréquentation a plus que doublé en été.
- 4455 téléchargements de fiches.

NOUVELLE VERSION

- Web application avec signalement mobile depuis janvier 2023.

359 FICHES RANDO/TTT/VÉLO DISPONIBLES

- **8** nouveaux circuits pédestre.
- **28** nouveaux circuits cyclo.
- **8** nouveaux circuits VTT secteur Haut-Livradois.
- Mise en ligne de la Via Allier (V70) entre Vichy et Langeac.
- Mise en ligne des GR89 Chemin de Montaigne et GR3 Les Monts du Forez.

LES NOUVEAUTÉS

Accueil

- Schéma d'accueil et de diffusion de l'information (SADI) :
 - validation du plan d'actions
 - optimisation des horaires d'ouverture des BIT
 - déploiement des points d'information touristiques
 - lancement d'un programme spécifique SADI restant à préciser dans le cadre du programme Leader ("roadbook numérique, affiches, présentoirs, équipement des PIT et RIT, etc.)
- Aménagements intérieurs de 2 bureaux d'information touristique (Billom hiver 2024, Courpière hiver 2024/2025).
- Démarche qualité : audit blanc en février et avril 2024, audit final fin août 2024 et octobre 2024. **OBTENTION**

DE LA MARQUE QUALITÉ À L'AUTOMNE

La randonnée

- Réédition des topoguides « Balades et Randonnées » des secteurs de Billom et Courpière.
- Participation au projet de développement de Destination Grand Air.

ACTIONS « COURANTES »

Accueil

- Restructuration de l'accueil téléphonique et création d'un numéro unique communiqué lors des actions de promotion (non réalisé en 2023).
- Élaboration d'un programme de « Balades nature et patrimoine ».
- Développement des outils de vente en ligne pour les activités.
- Déploiement des produits dans les boutiques.

La randonnée

- Préconisations et réaménagements des sentiers de découverte (réfection de signalétique...).
- Développement de la plateforme Livradois-Forez Randonnée (en partenariat avec le PNR Livradois-Forez) : intégration de circuits pédestres côté 42 et réflexion sur l'intégration des tronçons des circuits d'itinérance qui traversent notre périmètre.
- Relance du comité technique dédié à la randonnée.

Les relations locales

- Packs partenaires (prestataires, réseaux, événements majeurs).
- Évolution du programme de formation et de rencontres pour les prestataires **autour du développement durable**.
- Développement des outils de communication/information favorisant les échanges entre les prestataires et la MDT.

Marketing



Un plan de communication annuel et des déclinaisons mensuelles



12 CAMPAGNES MENSUELLES

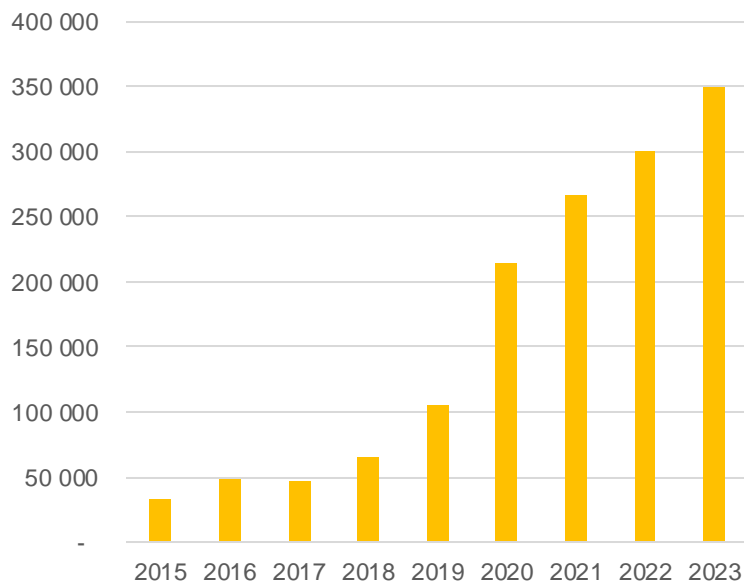
- **Objectif** : communiquer tous les mois auprès de clientèles spécifiques autour de thématiques emblématiques de la destination.
- Une déclinaison tous les mois de la campagne :
 - **Site internet** : création et adaptation de pages de contenus et d'articles de blog.
 - **Réseaux sociaux** : posts, stories, partages, posts boostés, campagnes publicitaires.
 - **Lettre d'information** thématique « grand public » diffusée par e-mail au fichier client/prospect.
- Un **bilan mensuel** de l'ensemble des campagnes (disponible sur l'espace pro).

Programmation 2023

Janvier	Neige, glisse et moment de partage
Février	À vivre en famille pendant l'hiver
Mars	Randonnée en pleine nature
Avril	Visiter le Livradois-Forez
Mai	Le Livradois-Forez, une destination durable
Juin	Escapades en Livradois-Forez
Juillet	Les festivités du Livradois-Forez
Août	Exploration du Livradois-Forez
Septembre	Nature
Octobre	Petits trajets, grandes découvertes
Novembre	Automne dans le Livradois-Forez
Décembre	Noël en Livradois-Forez

Site internet vacances-livradois-forez

Site internet de la Maison du tourisme
du Livradois-Forez :
nombre de visiteurs uniques



Le **taux d'engagement** permet de mesurer et d'analyser l'engagement utilisateur sur le site internet de la Maison du tourisme du Livradois-Forez.

2022
42 %

+ 22 %

2023
52 %

349 000 UTILISATEURS UNIQUES DU SITE INTERNET (+ 16 %)

- Activité multipliée par 10 en 8 ans.
- Hausse moyenne de 115 %/an depuis 2015.

DES CONTENUS EN ÉVOLUTION

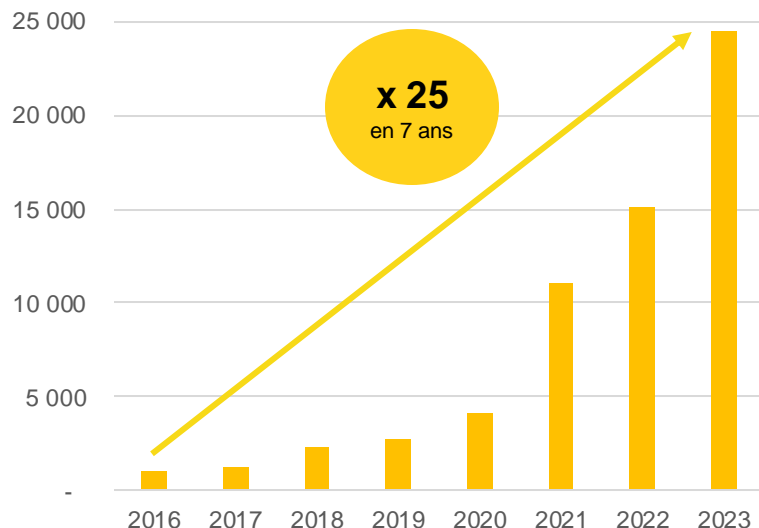
- **Rédaction** de nouveaux articles.
- **Création** de pages spécifiques aux campagnes thématiques (relayées via Facebook).
- **Intégration** de vidéos et photographies.
- **Réécriture** de certaines pages (avec des mots-clés).

UNE STRATÉGIE DE VISIBILITÉ

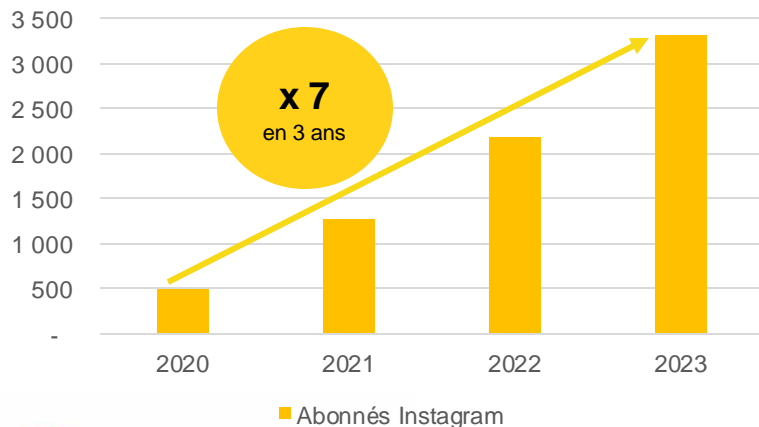
- **Un plan de référencement** (mots-clés) du site internet avec l'appui d'une agence spécialisée (Cybercité).
- Près de 2300 « **mots-clés** » sont suivis et optimisés sur Google :
 - 18 % des mots-clés en 1^{ère} position (vs 12/2022)
 - 39 % des mots en top 3 (vs 12/2022)
 - 30 % des mots-clés en top 10 (vs 12/2022)

Réseaux sociaux & campagnes publicitaires

Facebook, évolution du nombre d'abonnés



Instagram, évolution du nombre d'abonnés



PRÈS DE 28 000 ABONNÉS

AUX RÉSEAUX SOCIAUX (+ 61 %)

- Activité multipliée par 25 en 7 ans.
- Hausse moyenne de 200 %/an depuis 2016.

PRÈS DE 300 PUBLICATIONS

SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Facebook : **133 publications** dans l'année (hors publicités).
- Instagram : **71 publications** dans l'année.
- **86 stories** sur Facebook & Instagram dans l'année.

61 CAMPAGNES SPONSORISÉES

FACEBOOK

- **Près de 13 millions de personnes** ont vu au moins une de ces campagnes.
- Diminution de **35%** du budget communication sur les réseaux sociaux entre 2022 et 2023.



Marque Livradois-Forez : partage avec les acteurs locaux



145 PARTENAIRES TOURISTIQUES UTILISATEURS DE LA MARQUE

- **133 prestataires** touristiques + **12 organisateurs** d'évènements avec le « pack évènements ».

UNE BOÎTE À OUTILS ENRICHIE

Mise à disposition d'outils aux bénéficiaires de la marque pour contribuer à leur promotion :

- **Nouveaux visuels** pour le Web, pages de couverture pour Facebook.
- **Vidéos de territoires** (Ambert, Thiers, Billom, Lezoux)
- **Carte de vœux** numérique.
- **Cartes** de géolocalisation.
- **Prêt de matériel.**
- **Photographies** de la destination libres de droit.

DÉPLOIEMENT DE LA MARQUE

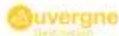
- **Co-gestion de la marque** avec le PNR (propriétaire de la marque) : comité de concertation.
- **Co-organisateur de deux apéro-ambassadeurs** avec le PNR en juillet (découverte des coulisses du WFA) et en octobre (visite de la savonnerie de Niapanjo et des jardins de Fayet-Le-Château)
- **Trois ateliers de formation** : « la fabrique des ambassadeurs » : **16 inscriptions, 10 présents.**

Soutien aux événements majeurs

Publicité de la destination sur les supports promotionnels des « grands événements »



www.vacances-livradois-forez.com



SOUTIEN À 12 ÉVÈNEMENTS

- **Évènements majeurs** : Coutellia ; Cyclo les copains ; Pamparina ; Festival Ambert ; Fourmofolies ; Festival de La Chaise-Dieu.
- **Et aussi** : marché des Potiers ; festival du volcan du Montpeloux ; les concerts de Vollore ; les rencontres Arioso ; foire à l'ail de Billom ; Le village des producteurs des Sites remarquables du goût.

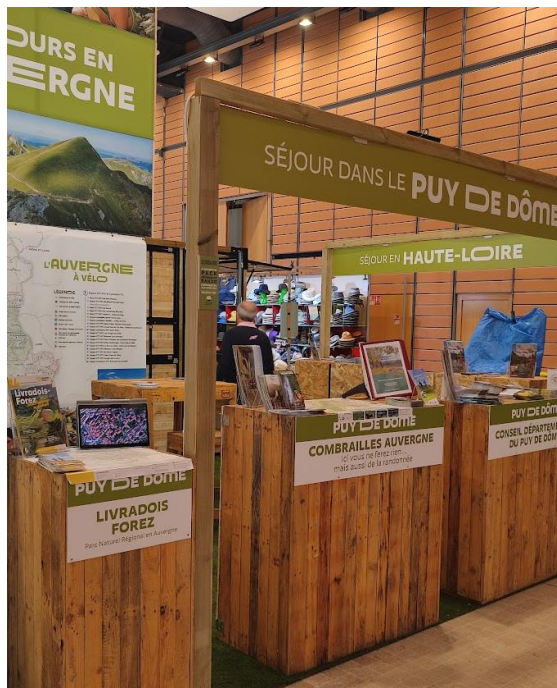
DES ENGAGEMENTS FORMALISÉS DANS DES CONVENTIONS DE PARTENARIAT

- La MDT contribue à la promotion de l'évènement.
- L'évènement valorise la destination et sa marque.

EX. DE SERVICES RENDUS PAR LA MDT

- 25 posts (33 237 comptes touchés et newsletters prestataires).
- Un communiqué de presse.
- Échange de publicité (1 page de promotion/événement dans le magazine ; 1 page de promotion du Livradois-Forez dans les supports d'information des événements).
- Une présence de la MDT lors des événements (stand dédié ou ouverture spécifique d'un bureau d'information touristique).
- Un service de billetterie.
- Mise à disposition d'un kit de communication.
- Distribution de brochures.

Salons et présence lors des « grands évènements »



Salon du randonneur (Lyon)

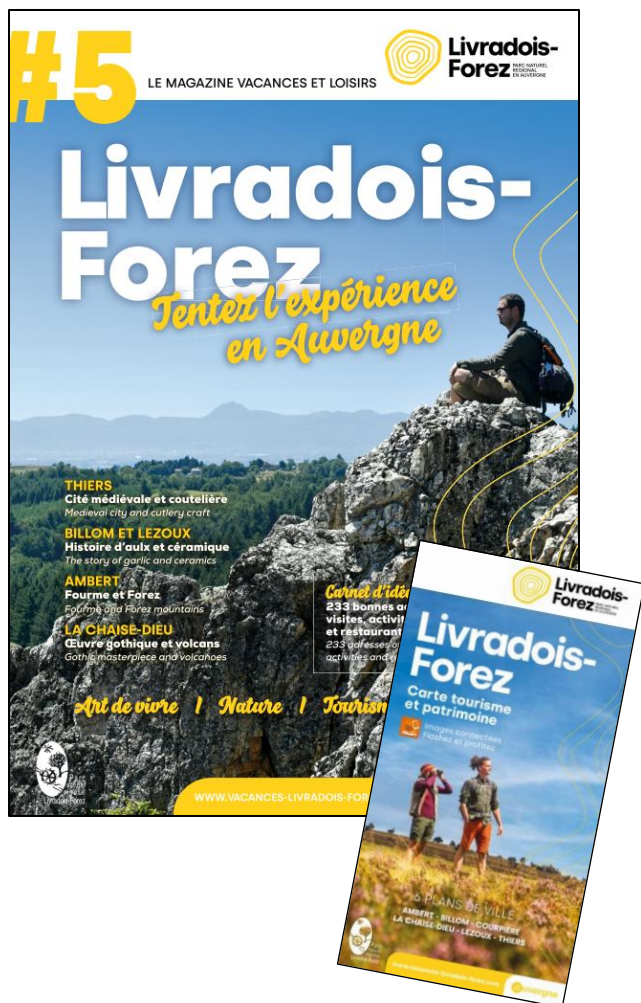
PLUS DE 2 000 VISITEURS RENSEIGNÉS LORS DE 10 OPÉRATIONS DE PROMOTION

PARTICIPATION À 3 SALONS

- **Salon du randonneur (Lyon)**
 - 373 personnes renseignées.
 - Partenaire : Auvergne destination.
- **Journées du tourisme 43 (St-Paulien)**
 - 292 personnes renseignées.
 - Partenaire : MDDT 43.
- **Salon Origine Auvergne (Cournon) :**
 - 700 personnes renseignées.
 - Partenaire : Conseil départemental du Puy-de-Dôme.

PARTICIPATION À 7 ÉVÈNEMENTS LOCAUX

	Dates	Nb visiteurs renseignés
COUTELLIA (THIERS)	20 et 21 mai	202
MARCHÉ DES POTIERS (BORT-L'ÉTANG)	27 et 28 mai	197
FESTIVAL DU MONTPELOUX (SAILLANT)	20 juin	20
LA CYCLO LES COPAINS (AMBERT)	1 et 2 juillet	50
FOURMIDABLE PIQUE NIQUE (col des Supeyres)	27 et 28 juillet	68
FÊTE DES PLANTES (Jardins de la Croze, Billom)	2 septembre	83
VILLAGE DES SITES REMARQUABLES DU GOÛT	Du 1 au 3 décembre	88
TOTAL		708



30 000 MAGAZINES DE DESTINATION

- Contenu
 - Une partie « **magazine** ».
 - Une partie « **carnet d'idées** » : présentation des partenaires de la MDT (prestataires d'activités, restaurateurs).
 - Reportage principal : la gastronomie.
 - Langue : français & anglais.

CARTE TOURISME ET PATRIMOINE

- Diffusion de la carte tourisme et patrimoine réalisée en 2021 (pas réimprimée en 2022 et 2023). En rupture de stock.
- En cours de mises à jour et réimpression (mars 2024).

Campagne photographique et photothèque



NOUVELLE CAMPAGNE PHOTOGRAPHIQUE

- Partenaire : Relais des Gîtes de France du Puy-de-Dôme (cofinancement 50/50 avec la MDT).
- Thème : Livradois-Forez en automne/hébergements « chics et cosy » à la campagne.
- Réalisation : automne 2023.
- 10 hébergements Gîtes de France avec des figurants.
- Photographe : Nicolas ANGLADE.

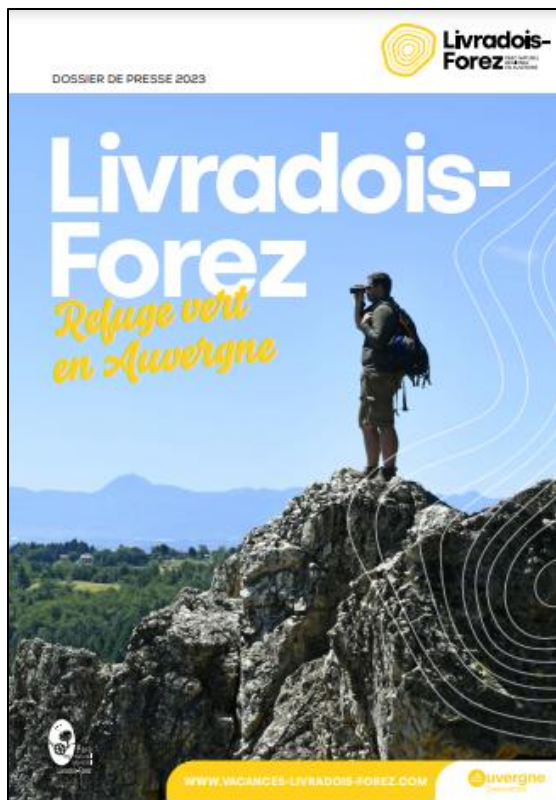
PHOTOTHÈQUE DE LA MAISON DU TOURISME

- **1431 photographies** intégrées.
- Photothèque accessible (sur simple demande) aux communautés de communes fondatrices de la MDT, au PNRLF, aux partenaires signataires du code de marque et à la presse.
- Accès : <https://phototheque.mdt-livradois-forez.fr/>



© Nicolas ANGLADE

Relations-médias : à la conquête de 3 nouveaux « univers »



- 10 médias-cibles prioritaires.
 - 16 contacts nationaux « privilégiés et priorités », 112 médias nationaux et 21 médias régionaux suivis.
 - Création et diffusion de supports à la presse : nouveautés, séjours, évènements
 - Un dossier de presse « Livradois-Forez, refuge vert en Auvergne » (printemps).
 - Un communiqué de presse « Livradois-Forez - Bien-être, durable et digital : 3 tendances pour 2023 » (printemps).
 - Un communiqué de presse « Livradois-Forez - L'Auvergne des nouvelles expériences » (automne).
 - Prestation de service auprès de l'agence Qui Plus Est (à Chamalières).
- Revue de presse consultable sur l'espace presse du site internet.**



Relations-médias : accueil d'équipes TV



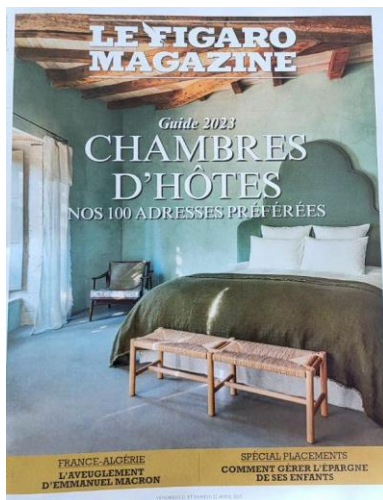
3 REPORTAGES TV NATIONALE

- **ARTE, émission « Invitation au voyage »** (documentaire autour du couteau Le Thiers® et sur l'histoire coutelière : « De Laguiole à Thiers »)
 - Diffusion : printemps 2024, 45 min
 - Audience moyenne : 850 000
 - Avec la journaliste Linda LORIN
- **France 2, émission « Télématin »** reportage sur les production BIO en Livradois-Forez (plantes médicinales, liqueurs, etc.)
 - Diffusion : 26/04/2023, 5 min
 - Audience : 780 000
- **M6, JT 12 h 45 « Patrick Torre en voit de toutes les couleurs »** (documentaire autour de l'artisanat insolite dans le Puy-de-Dôme)
 - Diffusion : 25/01/2023, 3 min
 - Audience : 1,2 million

1 REPORTAGE TV RÉGIONALE

- **France 3 Auvergne Rhône-Alpes, émission « Chronique d'en haut » : « Livradois-Forez, terre du milieu »**
 - Diffusion : 03/12/2023, 25 min
 - Audience : 158 000
 - Partenariat/cofinancement : Maison du tourisme de la Haute-Loire
 - Avec le journaliste Laurent GUILLAUME

Relations-médias : presse magazine et accueils de journalistes



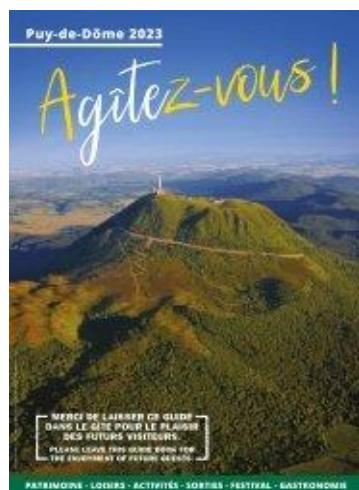
3 GRANDS REPORTAGES

- **Massif-Central magazine (n° 148, octobre/novembre/décembre 2023).** Parution : septembre 2023.
Reportage de 26 pages sur le Forez.
Équivalent pub : 51 194 €
- **Esprit d'ici (n° 70, septembre/octobre 2023).**
Accueil des journalistes Patricia MARINI et Marie JARRY (septembre 2022).
Reportage de 8 pages sur le Livradois-Forez.
Équivalent pub : 43 179 €
- **Rd Reizen & vakantie (Zaterdag 4 februari 2023)**
Accueil du journaliste Imco LANTING (juin 2022).
Reportage de 6 pages sur le Livradois-Forez.
Équivalent pub : 30 298 €

REPORTAGES DE PRESSE ÉCRITE

- **Le Figaro magazine, guide 2023 des 100 plus belles chambres d'hôtes en France.**
Accueil de la journaliste Brigitte BAUDRILLER.
Parution : avril 2023.
Sélection « Le Bois de Luna », article « Jolis dômes »

Relations-médias : presse magazine, apports de contenus et radio



ARTICLES DE PRESSE ÉCRITE

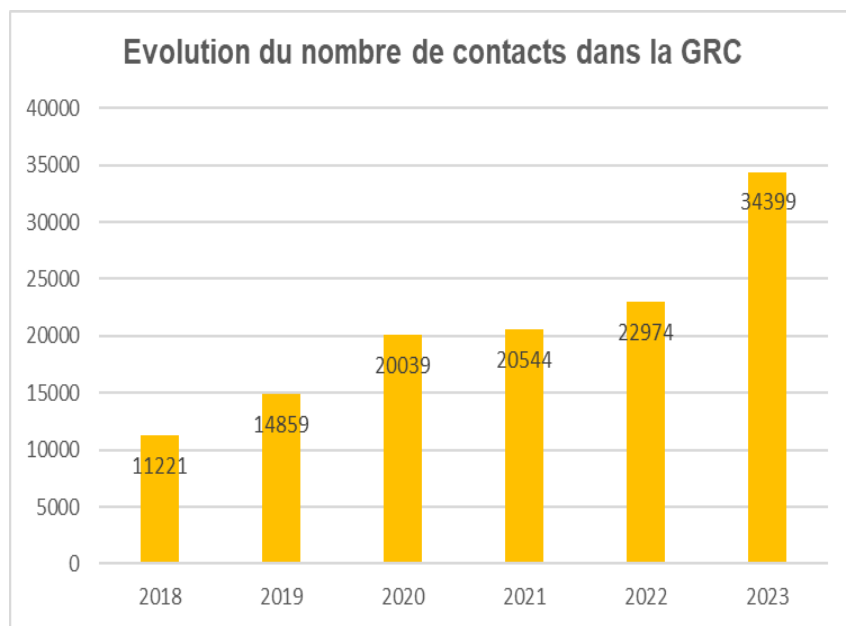
- **ELLE magazine** (carnet régional 03/08/2023). Reportage de 2 pages dédié au patrimoine naturel d'Auvergne + suggestions d'activités et bonnes adresses. Équivalent pub : 73 364 €
- **PRIMA** (n° 493 du 01/09/2023). Article régional sur les Journées européennes du patrimoine. Équivalent pub : 4750 €
- **Agitez-vous !** (2023, Puy-de-Dôme). Magazine gratuit disponible dans les gîtes de France du PDD. Présentation du Livradois-Forez et de ses 3 univers, idées de sorties. Parution printemps 2023

APPORTS DE CONTENUS AVEC « AUVERNHA »

RADIO FRANCE BLEU PAYS D'AUVERGNE

7 émissions thématiques : « L'été en En Livradois-Forez » avec interviews en direct des « partenaires touristiques » Du 03/07 au 01/09/2023, 20 mn d'antenne, 3 séquences proposées à chaque émission.

Gestion de la relation client



Nombre de contacts avec adresses e-mails dans la base de données « clients »

OBJECTIFS DE LA GESTION DE LA RELATION CLIENT

- Centralisation/collecte des données clients (mail, centre d'intérêt).
- Diffusion d'information en fonction des centres d'intérêt des visiteurs.
- Diffusion de lettres d'informations à nos contacts en fonction des univers et des cibles de clientèles identifiées.

BASE DE DONNÉES CLIENTS : 34 399 CONTACTS (+ 50 %)

- Évolution de la base de données via les contacts suivants : jeu-concours ; salons ; site internet (abonnement à la lettre d'information) ; etc.

LES NOUVEAUTÉS

- Un **nouveau site internet** pour mars 2024.
- Un **plan de promotion mutualisé** avec les opérateurs touristiques locaux utilisateurs de la marque Livradois-Forez (campagnes digitales, relations médias, co-branding, accueil de blogueurs, salons, etc.).
- Un **film sur l'ail** de Billom.
- La nouvelle édition de la **carte tourisme et patrimoine** (avec, au verso, une carte dédiée aux activités de pleine nature).

ACTIONS « COURANTES »

- **Plan éditorial mensuel.**
- **Campagnes de promotion mutualisées** avec Auvergne Rhône-Alpes tourisme et les Gîtes de France 63.
- **Campagnes de promotion Livradois-Forez** sur les réseaux sociaux.
- **Plan de référencement** du site internet.
- **Déploiement de la marque Livradois-Forez** auprès des acteurs touristiques (top 30).
- Parution du **magazine de destination #6**.
- Participation à des **salons touristiques**.
- Actions **relations-presse & médias** : partenariat avec une agence de presse, accueil de journalistes.
- Organisation d'un **jeu concours**.
- Meilleur traitement/exploitable de la base de données client.

Relations clients et relations commerciales

Clientèle groupes 1/3 : le catalogue



CATALOGUE GROUPES

- Un nouveau catalogue
 - Nombre d'exemplaires : 700.
 - Parution : Octobre 2023.
 - Augmentation du nombre de partenaires touristiques.

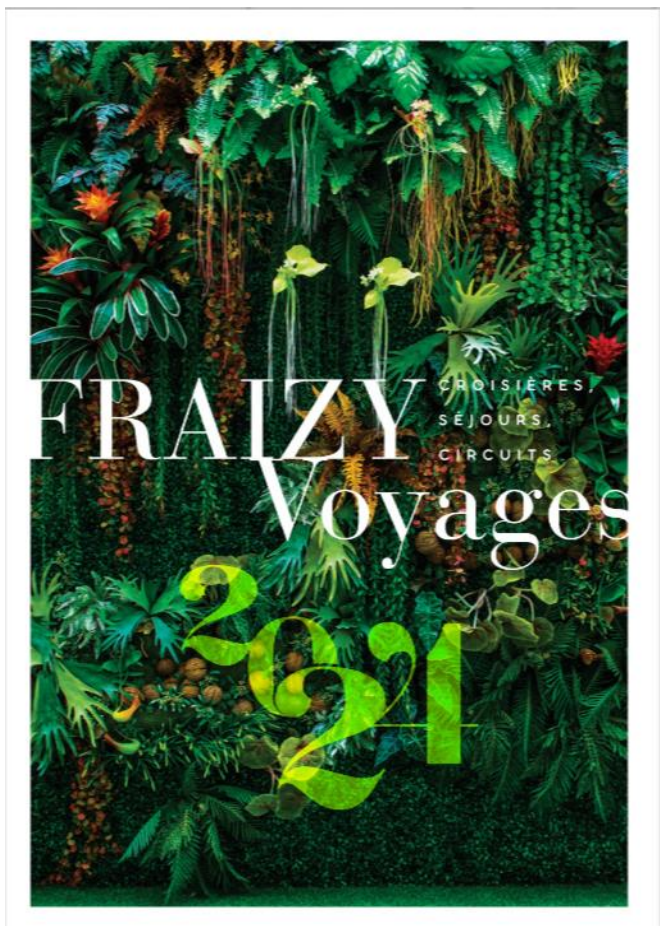
UNE OFFRE REPRÉSENTATIVE DE L'ENSEMBLE DU LIVRADOIS-FOREZ

- **Thiers, cité médiévale et coutelière**
4 circuits à la journée.
- **Billom/Lezoux, histoire d'aulx et céramique**
5 circuits à la journée.
- **Ambert, Fourme et Forez**
8 circuits à la journée (dont 1 en partenariat avec la Loire pour les communes du PNRLF).
- **La Chaise-Dieu, œuvre gothique et volcans**
2 circuits à la journée,
2 séjours, 3 jours/2 nuits.

De nouvelles propositions d'offre touristique mises en catalogue.

Quelques offres sont également présentées en partenariat avec d'autres territoires périphériques (Loire-Forez, le Puy-en-Velay et Clermont-Ferrand).

Clientèle groupes 2/3 : démarchage des revendeurs professionnels



PROMOTION DES VENTES

- **Un salon professionnel** : salon des Voyages organisé par les Voyages Fraizy à Pithiviers (1^{ère} participation).
Résultat : mise en brochure d'un séjour « voyage surprise » 3 jours/2 nuits pour 2024.
- **3 éductours en Livradois-Forez**
 - Accueil des voyages Vizet Mauriac (16 et 26/03/2023). 2 cars de 40 personnes au Moulin Bleu en mode VIP.
 - Accueil Venet Voyages de Duerne et Montbrison (09/10/2023).
 - Accueil de l'agence Migratour du Puy-en-Velay et Fontanon tourisme de Cournon et Voyages Robin Isoire (28 et 29/09/2023).
- **2 accueils d'OT de proximité**
 - Forez tourisme (30/03/2023).
 - OTVichy Destination (21/06/2023).
- Travail sur fichiers : papier, mailing, phoning.

DE NOUVEAUX PARTENARIATS AVEC LES AUTOCARISTES

- 14 journées référencées en brochure autocaristes.
- 1 séjour 3 jours/2 nuits référencés auprès de 9 autocaristes.

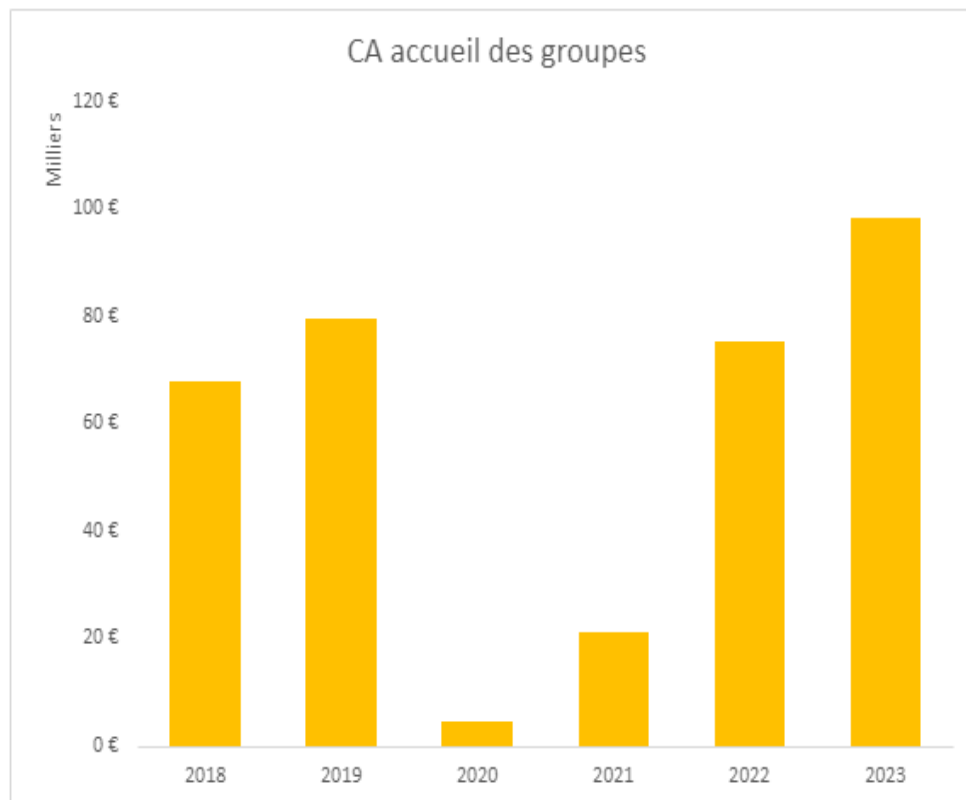
Autre opération de promotion : participation au salon « Origine Auvergne » à Clermont-Ferrand. 10 contacts supplémentaires d'associations avec un projet de visite du LF.

Clientèle groupes 3/3 : Le chiffre d'affaires

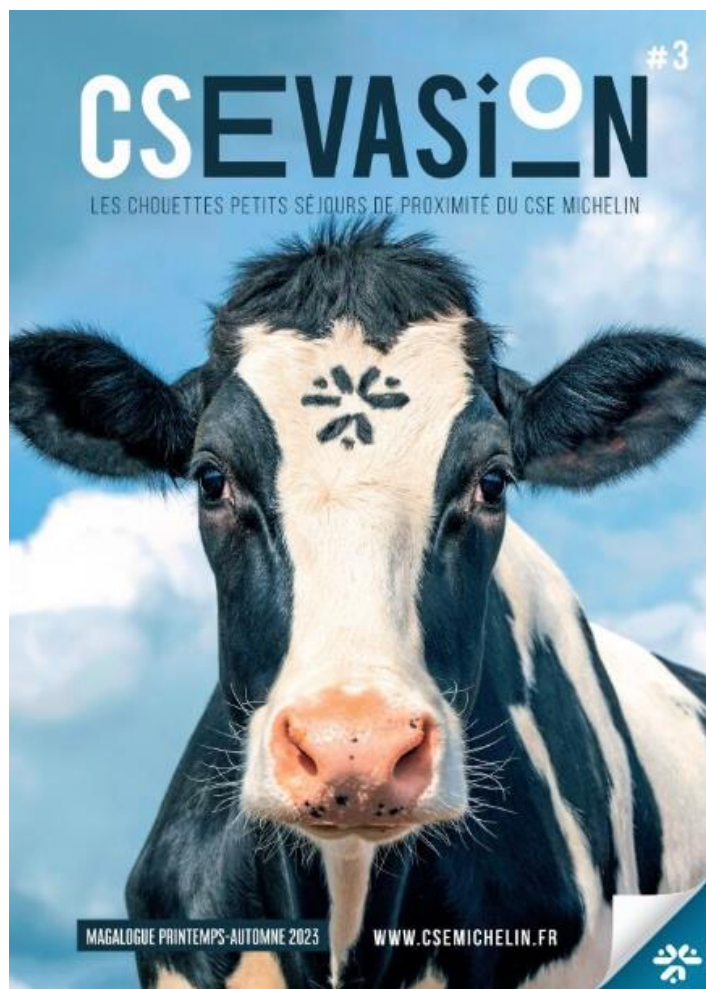


Chiffre d'affaires « groupes » : 98 638 €
(+ 31%)

- Nombre de dossiers traités : 127
- Nombre de dossiers acceptés : 93



Comités d'entreprise : partenariat CSE Michelin



CRÉATION ET VENTES DE SÉJOURS : 73 023 € (+ 43 %)

Projet du Comité social et économique Michelin

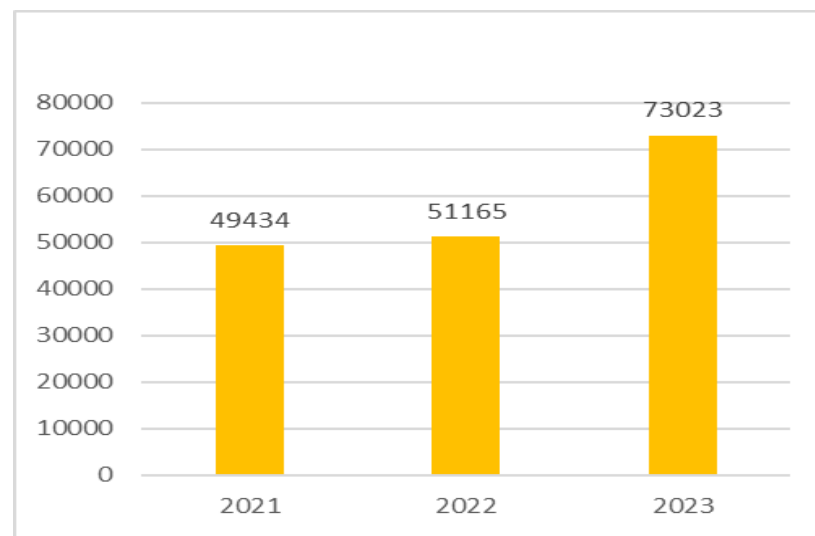
- Diversifier une gamme de courts séjours expérientielst valorisant un tourisme plus raisonné.

Séjours proposés en Livradois-Forez

- 10 séjours touristiques : hébergements qualifiés durables et activités. Durée : 2 jours/1 nuit (sauf exception)

Séjours les plus plébiscités en 2023

- Séjour montgolfière et séjour parachute (sensations fortes) et ateliers (couteaux, améthyste).



Évolution du CA de ventes de séjours pour le CSE Michelin

Séjours expérientiels



France - Massif central
De Thiers à Ambert en vélo électrique

5 jours à partir de 475 €

Liberté Nouveau Centre de vacances
VTT Niv. 3 Appli Mon Roadbook Circuit Semi-itinérant

Réf : M3EB

RÉFÉRENCIEMENT D'UN PRODUIT CHEZ ALLIBERT TREKKING

- Livradois-Forez : 1 des 10 territoires d'Auvergne retenu pour être accompagné pour améliorer sa production et mise en marché de l'offre randonnée à pied et/ou en vélo. Appui d'Auvergne Rhône-Alpes Tourisme et de l'agence KIPK associée à Allibert Trekking.
- 1 séjour (5j/4 nuits) a été réalisé en Livradois-Forez intitulé « **de Thiers à Ambert en vélo électrique** » et sera commercialisé en exclusivité 2024 par l'agence de voyage Allibert Trekking.

VALORISATION DE SÉJOURS EXPÉRIENTIELS

Mise en avant/commercialisation des expériences

- Page dédiée du site internet de la MDT.
- Site internet Auvergne destination volcans.
- Flyer « courts séjours pour les CSE ».
- CSE Michelin.
- Enedis Clermont – Le Puy.
- Campagnes Facebook.

Partenariats commerciaux

- Aluna voyages

Vente en ligne 1/4 : aide à l'installation de logiciels

120 PRESTATAIRES UTILISENT LE SYSTÈME DE RÉSERVATION EN LIGNE PROPOSÉ PAR LA MDT (+ 7)

- Aide à l'installation d'un système de réservation en ligne (Open Pro) sur les sites internet des prestataires partenaires.

UN SERVICE « APRÈS-VENTE »

- La MDT est sollicitée pour assurer « un service après-vente » (dépannages liés à des méconnaissances ou dysfonctionnements concernant l'Open Pro).
- **205 appels ou mails traités.**



	Réservables en ligne		Sensibilisés à la réservation	
	2023	2022	2023	2022
CENTRES D'ACCUEIL	3	3	0	0
LOCATIFS	105	99	25	27
HÔTELLERIE	5	5	1	1
HÔTELLERIE PLEIN AIR	7	7	1	1
TOTAL	120	113	27	29

État du parc d'hébergements équipés du logiciel de vente en ligne Open pro proposé par la Maison du tourisme

Vente en ligne 2/4 : sensibilisation et formation des opérateurs touristiques locaux



FORMATIONS À LA VENTE EN LIGNE

- Un programme annuel de formation.
- Contenu : stratégie et outils de vente en ligne (logiciel, paiement, etc.).
- Nombre de formations : 2.
- 22 participants.

LE CONSEIL AUX PRESTATAIRES

- Apporter de conseils et soutiens aux prestataires (choix d'une plateforme, refonte du site internet, amélioration de l'offre commerciale...).
- 25 prestataires ont fait appel pour une intervention.

LE CLUB DES UTILISATEURS

- Principe : favoriser l'échange d'expériences entre prestataires pour améliorer leurs ventes en ligne.
- 6 réunions du club.
- 62 participants.

UN OUTIL DE SENSIBILISATION : LE GUIDE DU E-COMMERCE EN LIGNE

- Parution : septembre 2023.

Vente en ligne 3/4 : les chiffres d'affaires via Open Pro



- **37 transactions**
- Panier moyen : 270 €
- Détail des transactions :

- **1 063 transactions** (vs 801 en 2022)
- Panier moyen : 196 €

LOGICIELS DE RÉSERVATION PRÉSENTS SUR LE SITE INTERNET DE LA MDT	Nombre transactions
OPEN PRO CAMPINGS	7
OPEN PRO MEUBLÉS	7
OPEN PRO REFUGES	2
OPEN PRO CHAMBRES D'HÔTES	14
PASSERELLE RESERVIT (HÔTELS)	6
PASSERELLE GÎTES DE FRANCE	1
TOTAL	37



Vente en ligne 4/4 : partenariats avec les plateformes de revente

3 PARTENARIATS RÉALISÉS AVEC DES PLATEFORMES DE REVENTE EN LIGNE



GreenGo

we go
GreenR
DES VOYAGES QUI ONT DU SENS

Objectif

- Développer la présence des opérateurs touristiques du Livradois-Forez sur les plateformes de vente en ligne.

Gîtes de France

- Harmonisation des fiches de présentation des hébergements entre les sites internet Gîtes de France et la Maison du tourisme.
- Création de liens entre les systèmes de réservation de la Maison du tourisme et de la centrale des Gîtes de France.
- 31 hébergements concernés.

GreenGO et WeGoGreenR

- Information lors d'une réunion en visio-conférence des possibilités de partenariat avec ces 2 plateformes de vente d'hébergements.
- 35 hébergements partenaires de la Maison du tourisme, participant à la session de présentation.

LES NOUVEAUTÉS

Production

- Création de 10 nouveaux produits/nouvelles expériences durables (tourisme d'affaire, comités d'entreprises, individuels).

Commercialisation

- Mission d'accompagnement individualisée des prestataires par un agent de la MDT pour les aider à améliorer leur vente en ligne (diagnostic personnalisé, design, storytelling, canaux de vente, outils de réservation, avis clients).
- Partenariat avec des plateformes dont Jaimejaimago (Gîtes de France 63), Cybevasion, etc.
- Appui à la structuration du projet de collaboration entre les PNR du Massif central et le CSE Michelin.

ACTIONS « COURANTES »

Digitalisation des offres touristiques

- Installation des outils de réservation en ligne sur les sites internet des prestataires.
- Accompagnement des partenaires touristiques dans la mise en marché des offres (clubs des utilisateurs, guide de sensibilisation...).

Développement de la vente intermédiée

- Organisation de 2 à 4 éductours en Livradois-Forez.
- Poursuite du démarchage des comités d'entreprise.
- Démarchage des revendeurs groupes (autocaristes, agences de voyage, fédérations de groupes et d'associations de camping-caristes) dans un rayon de 3 heures.
- Organisation de l'accueil des groupes sur la destination.
- Renouvellement des partenariats de réciprocité commerciale avec les offices de tourisme de proximité.

— Indicateurs



Indicateurs d'activité de la Maison du tourisme

	NATURE DES INDICATEURS	2015	2019	2020	2021	2022	2023	ÉVOLUTION 2023/2022
MARKETING	Nb de visiteurs uniques sur le site vacances	33 884	104 818	215 031	266 700	300 618	349 398	+ 14 %
	Nb de visiteurs uniques sur le site randonnée	-			39 444	31 529	55 623	+ 76 %
	Nb de clients/prospects dans la base de données	NC	14 859	20 039	20 544	22 972	34 399	+ 50 %
VENTES COMMERCIALES	Nb de prestataires vente en ligne (via Open)	NC	163	170	177	113	120	+ 6 %
	CA vente en ligne hébergements (via Open)	NC	NC	NC	183 513 €	186 520 €	224 477 €	+ 20 %
	CA du service commercial	19 670 €	125 796 €	5 384 €	121 995 €	126 242 €	171 661 €	+ 36 %
ACCUEIL TERRITOIRE RELATIONS LOCALES	Nb de contacts dans les BIT en été	-	11 866	12 173	11 471	9 760	8 972	- 8%
	Nb de visiteurs dans les BIT toute l'année	24 600	47 998	33 600	33 401	33 135	31 986	- 3 %
	Nb de participants aux visites de la MDT	389	646	489	486	528	537	+ 2 %
	CA MDT billetterie	21 243 €	71 049 €	23 206 €	45 742 €	78 879 €	79 980	+ 1 %
	CA boutique	2 531 €	10 149 €	9 526 €	9 283 €	8 085 €	8 587 €	+ 6 %
GOVERNANCE	Nb de prestataires partenaires de l'OTI	279	285	293	266	299	301	+ 1 %
	Nb de packs partenaires souscrits	315	391	416	423	577	479	- 17 %

Taxe de séjour : évolution du produit collecté entre 2018 et 2022

+ 43 % entre 2018 et 2022

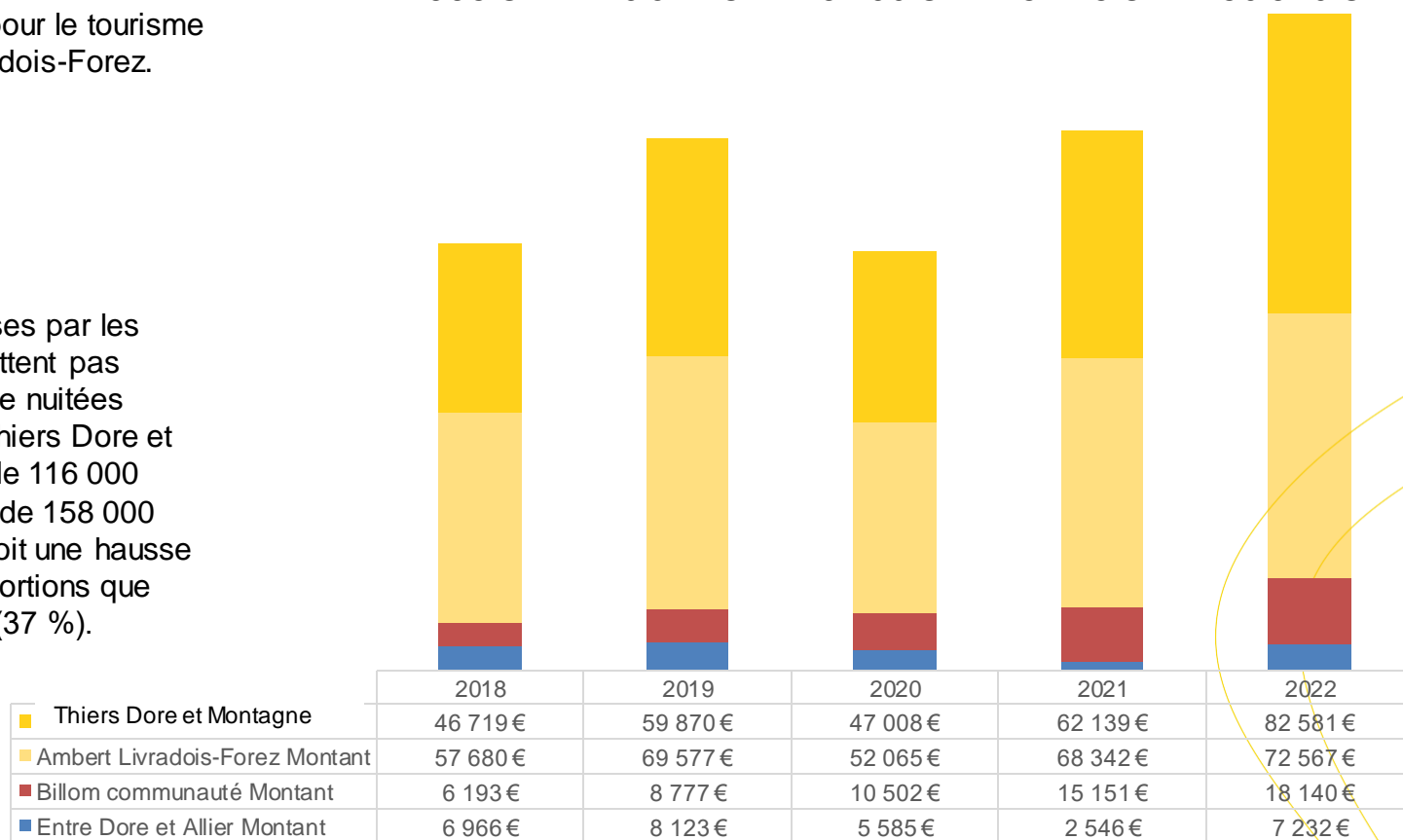
2021 et surtout 2022 bien

meilleure que 2019 :

année de référence pour le tourisme en France et en Livradois-Forez.

117 558 € 146 347 € 115 160 € 148 178 € 180 520 €

Les données transmises par les collectivités ne permettent pas d'estimer le nombre de nuitées globales. Sauf pour Thiers Dore et Montagne. Passage de 116 000 nuitées (2019) à plus de 158 000 (2022) soit + 36 %. Soit une hausse dans les mêmes proportions que l'évolution du produit (37 %).



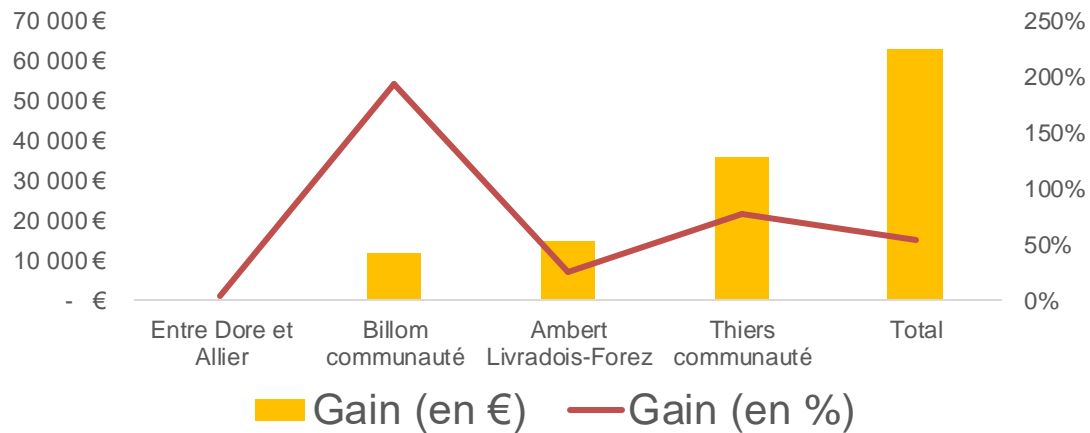
Taxe de séjour

- **Thiers Dore et Montagne**
+ 35 862 €
(le plus gros gagnant)
- **Ambert Livradois-Forez**
+ 15 000 € (+ 26 %)
- **Billom communauté**
+ 193 % (de très loin, la plus forte progression)
- **Entre Dore et Allier**
maintien de la TS malgré la fermeture d'un gros hébergement 4 *

La part du produit de la taxe de séjour en Livradois-Forez/à celle de la France augmente d'année en année.

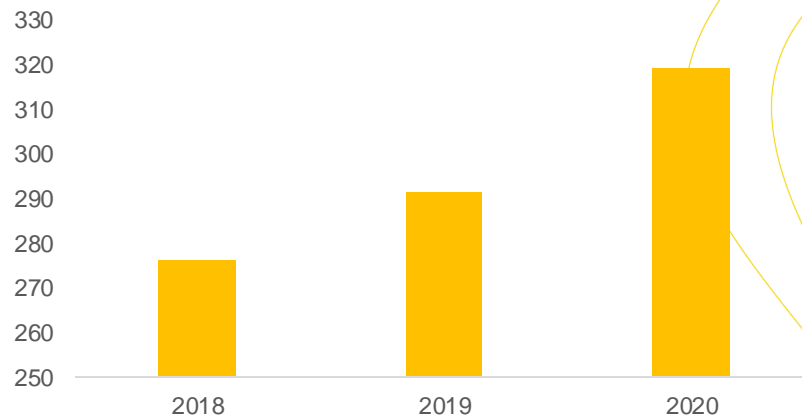
Pas encore de données nationales 2021 et 2022

Gain de produit lié à la taxe de séjour entre 2018 et 2022



Part du produit de la taxe de séjour Comparaison Livradois-Forez/France

(en pour million)

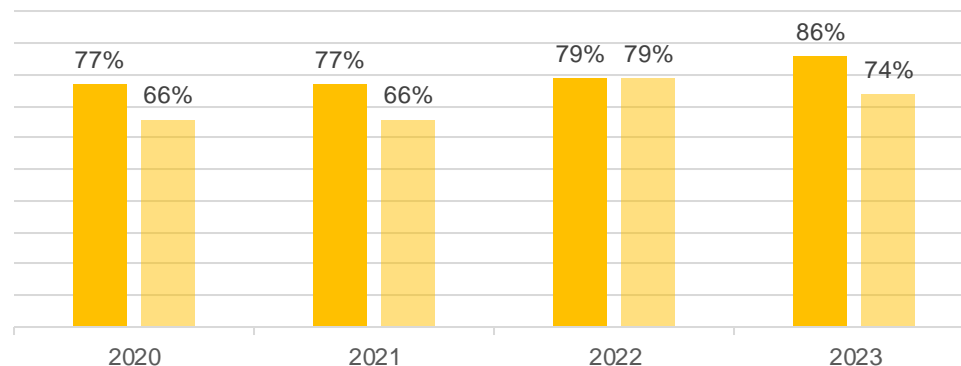


Satisfaction des prestataires touristiques de leur activité estivale

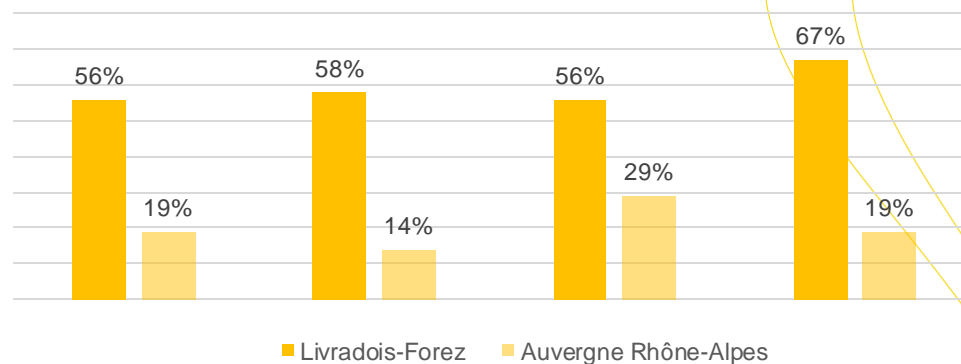
86 % DE PRESTATAIRES SATISFAITS DE LA SAISON ESTIVALE DONT 67 % DE TRÈS SATISFAITS EN 2023 (UN RECORD)

- Des prestataires plus satisfaits que la moyenne régionale
- Le premier critère d'explication de la bonne saison touristique est la hausse de la notoriété de la destination (**pour 40 % des prestataires touristiques interrogés**)

Taux de satisfaction des prestataires touristiques ayant noté au moins **5/10** la saison estivale (**satisfaits**)
(en %)



Taux de satisfaction des prestataires touristiques ayant noté **au moins 8/10** la saison estivale (**très satisfaits**)
(en %)



Satisfaction des visiteurs concernant les services de la MDT

AVIS GÉNÉRAL SUR LES SERVICES DE LA MAISON DU TOURISME

191 répondants

De nombreux commentaires libres soulignent la qualité de l'accueil. Un personnel aimable, compétent et disponible.

4,7

Idem 2022



ESPACE BOUTIQUE

204 répondants

Un espace à valoriser, une demande croissante de produits locaux.

4,5

Idem 2022



QUALITÉ DES SENTIERS DE RANDONNÉE

163 répondants

Des suggestions en termes d'entretien et de qualité de balisage. Perte du signal GPS.

4,5

Idem 2022



BALADE NATURE ET PATRIMOINE

99 répondants

Visites appréciées.

4,6

4,7 en 2022



SERVICE BILLETTERIE DE LA MDT

84 répondants

Une offre variée et attrayante pour tout public.

4,6

4,3 en 2022



E-reputation : avis visiteurs à propos de quelques sites touristiques

La satisfaction des visiteurs est évaluée ici à partir des notes d'avis des sites Google (qui note à 0,1) et Tripadvisor (qui note à 0,5). Les évaluations ont été relevées au 1er septembre 2023 s'il existe au moins 10 avis. Elles intègrent toutes les notes depuis l'affichage du site concerné sur ces 2 plateformes. Comme toute évaluation sur internet, elles sont à prendre évidemment avec précaution. Elles peuvent tout de même donner quelques indications. **Selon les études, la note optimale serait de 4,6 sur 5.**

	Google	Trip.
Lac d'Aubusson d'Auvergne	4,7	5
Plan d'eau Saint-Rémy-sur-Durolle	4,7	4,5
Parc d'activité Prabouré	4,7	4,5
Moulin Richard de Bas	4,6	4,5
Château d'Aulteribe	4,6	4,5
Musée de l'école 1900	4,6	4,5

	Google	Trip.
Abbaye de la Chaise-Dieu	4,5	4,5
Jasserie du Coq noir	4,5	4,5
Maison de l'améthyste	4,5	4,5
Mus'énergie	4,5	4,5
Château de Vollore	4,5	-
Musée de la céramique	4,4	4,5
Musée de la coutellerie	4,4	4,5
Jardin pour la Terre	4,4	4,5
Vélo rail (Agrivap)	4,4	4,5
Château de Chavaniac Lafayette	4,4	-
Creux de l'enfer	4,4	4,0
Château de Mons	4,4	-
Plan d'eau de Cunlhat	4,4	-

	Google	Trip.
Centre aquatique Billom communauté	4,3	-
Train de la découverte	4,3	3,5
Piscine Saint-Rémy-sur-Durolle	4,2	-
Plan eau Saint-Anthème	4,1	-
Centre aquatique communautaire de Thiers	4,1	-
Maison de la fourme d'Ambert	4,0	4,0
Plan eau Iloa (Thiers)	4,0	3,5
Piscine Ambert Livradois-Forez	4,0	-

Remarques des visiteurs sur la destination

QUELQUES POINTS POSITIFS RELEVÉS SUR LA DESTINATION

- **Beauté des paysages.**
- **Tranquillité de la destination.**
- **Qualité des sites culturels et naturels.**
- **Diversité de l'offre de randonnée.**
- **Étonnement devant autant de propositions. d'activités, de sites à découvrir...**
- **Gratuité des parkings à Thiers.**

QUELQUES POINTS NÉGATIFS RELEVÉS SUR LA DESTINATION

- **Baignade.** Fermeture cet été d'une partie des plans d'eau et piscines (cyanobactéries, pénurie de maîtres nageur). Difficulté à trouver l'information juste.
- **Fermeture de certains commerces et restaurants** (lundi notamment mais d'autres jours aussi en raison de la difficulté des restaurateurs à trouver du personnel saisonnier). Notamment dans les centres ville d'Ambert et Thiers.
- **Situation de la ville de Thiers (aménagement et état de la ville, fermetures de commerce...).** C'est le site qui recueille le plus d'avis négatifs des visiteurs. Même si certains visiteurs décèlent les beautés et potentialités de la ville de Thiers.
- **Difficulté cette année à trouver le bureau d'information touristique d'Ambert** (qui a déménagé en cours d'été). La signalétique directionnelle n'avait pas été refaite.
- **Manque d'animations et d'ouverture de commerces en soirée.**
- **Quelques prestataires semblent ne pas assurer le service promu** (pas de réponse aux demandes, fermetures non communiquées...).

Ils ont dit

"J'apprécie beaucoup les activités proposées par le livret Balades Nature et Patrimoine. Et je félicite vivement les guides de ces balades qui sont toujours très compétents pour nous faire découvrir le passé et le présent de notre territoire."

"Très bon accueil, une découverte du quartier médiéval avec une guide passionnée et passionnante !"

"Super accueil, plein de conseils avisés, les animatrices prennent le temps de nous expliquer la région, de nous donner des infos utiles à notre séjour."

"Accueil chaleureux et pleins de bonnes idées pour les visites proposées"



Livradois- Forez

PARC NATUREL
RÉGIONAL
EN AUVERGNE

MAISON DU TOURISME

Maison du Parc
63880 SAINT-GERVAIS-SOUS-MEYMONT
Tél. 04 73 80 64 48 - contact@vacances-livradois-forez.com

WWW.VACANCES-LIVRADOIS-FOREZ.COM

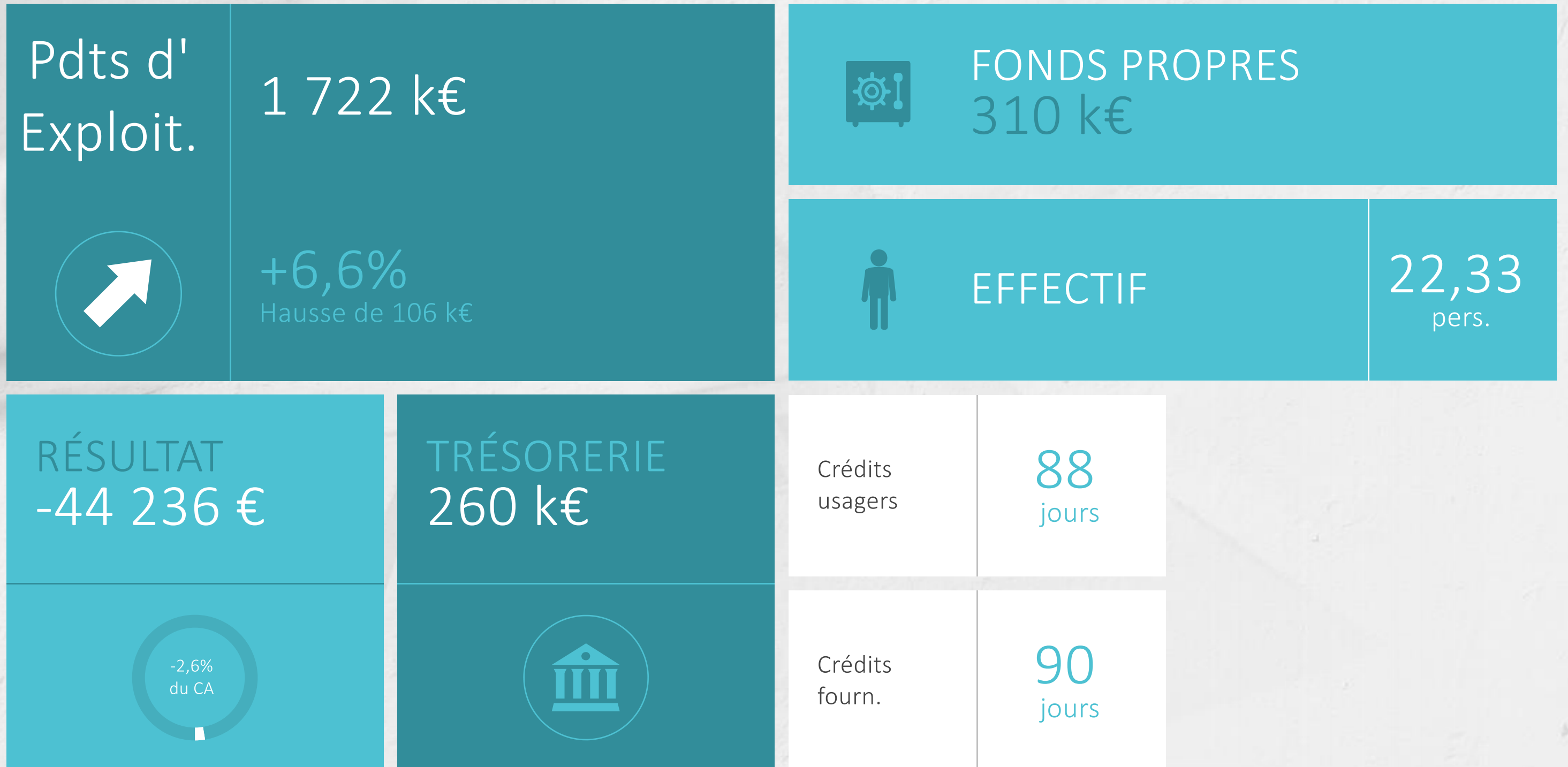
Association MAISON DU TOURISME DU LIVRADOIS-FOREZ

Présentation de vos principaux indicateurs financiers

Association MAISON DU TOURISME DU LIVRADOIS-FOREZ
GESTION ET ANIMATION TOURISTIQUE
Madame Corine MONDIN

MAISON DU PARC
LE BOURG
63880 SAINT-GERVAIS-SOUS-MEYMONT

VOTRE ASSOCIATION EN QUELQUES CHIFFRES



LES ACTIONS À ENTREPRENDRE

L'effectif est globalement stable

avec un écart de + 0,2 ETP par rapport à l'année précédente qui s'explique par le passage à temps plein d'une employée (+0,1 ETP), le retour à la normale d'un temps-thérapeutique (+0,15 ETP), et une optimisation de la gestion des contrats saisonniers (- 0.05 ETP)

Le délai de recouvrement des créances client connaît une nette amélioration (-71 jours) mais est toujours grevé par les packs non payés.

Le délai de paiement des fournisseurs s'améliore légèrement (-8 jours).

A noter : 30 K€ de factures reçues en 2023 correspondent à des prestations qui auront lieu en 2024 et seront payées en 2024 allongeant le ratio des crédits fournisseurs

Une perte de trésorerie de 21 832 € par rapport à l'année dernière.

RESSOURCES ASSOCIATIVES

	2023	2022	Évolution
Concours publics et subv. d'exploitation	160 419 €	185 182 €	-13,4%
Cotisations des adhérents	1 207 281 €	1 120 340 €	+7,8%
Dons, Mécénats, Legs	14 217 €	18 908 €	-24,8%
Total des ressources	1 381 917 €	1 324 430 €	+4,3%

L'augmentation des cotisations des adhérents est liée à l'évolution annuelle de 2% de la contribution des collectivités et la prise en compte du reversement des produits issus de la taxe de séjour depuis 2023.

Un unique financement Leader a été contracté en 2023 en soutien à l'édition du magazine. La fin du programme et sa réorganisation font qu'il n'y aura pas de projets inscrits au budget prévisionnel 2024.

La ligne « Dons, mécénats et legs » correspond en réalité aux autres produits constitués des reprise de charge des année précédentes, il s'agit soit de factures, soit d'actualisation de taxes sur l'exercice précédent.

ACTIVITÉ DE NÉGOCE

	2023	2022	Évolution
Ventes de marchandises	8 496 €	7 861 €	+8,1%
Achats consommés	5 344 €	3 849 €	+38,8%
Marge sur négoce	3 152 €	4 012 €	-21,4%
Taux de marge sur négoce	37,1%	51,04%	-13,9

Il s'agit ici exclusivement de l'activité

Le choix a été fait de valoriser plus de produits locaux sur lesquels la marge est inférieure, une réflexion est en cours pour appliquer une marge avant sur certains produits.

ACTIVITÉ DE PRODUCTION / PRESTATIONS

	2023	2022	Évolution
Prestations vendues	309 452 €	251 786 €	+22,9%
Production de l'exercice	309 452 €	251 786 €	+22,9%
Achats consommés	212 510 €	167 458 €	+26,9%
Marge sur prestations	96 942 €	84 328 €	+15%
Taux de marge sur prestations	31,33%	33,49%	-2,2

Nous regroupons sous cet intitulé les activités commercialisées à destination des groupes, du CSE Michelin, de la billetterie, des visites guidées, du Plan départemental des itinéraires de promenade et de randonnée, des packs (hors adhésion). Ces derniers enregistrent une hausse de marge de 8000 €.

Cette marge inclue 2.5 K€ de factures 2022 n'ayant pas été provisionnées en 2022 et par conséquent impactant 2023. La marge corrigée des 2 exercices serait de

2022 : 81 786 €, soit un taux de marge corrigé de 32.48 %

2023 : 99 452 €, soit un taux de marge corrigé de 32.14 %

Le taux de marge corrigé restant stable.

ACTIVITÉ GLOBALE

	2023	2022	Évolution
Ressources associatives	1 381 917 €	1 324 430 €	+4,3%
Ventes de marchandises	8 496 €	7 861 €	+8,1%
Prestations vendues	309 452 €	251 786 €	+22,9%
Activité globale	1 699 865 €	1 584 077 €	+7,3%

L'augmentation globale de l'activité est de 115 K€. Elle est due pour 57 K€ aux contributions des communautés de communes (via le reversement d'une partie de la taxe de séjour depuis 2023) et pour 58 K€ aux belles performances de la vente des prestations (dont + 51 K€ de vente de produits à destination des groupes).
Soit une augmentation quasiment à parts égales des produits provenant des collectivités et de commercialisation de la MDT.

SUBVENTIONS + ADHESIONS + CA

	2023	2022	Évolution
MISE A DISPOSITION PNRLF	34 367 €	28 962 €	+18,7%
MISE A DISPOSITION EPCI	78 817 €	78 817 €	0%
CONTRIBUTIONS EPCI + PNR	1 202 421 €	1 114 780 €	+7,9%
COTISATIONS MEMBRES ACTIFS	4 860 €	5 560 €	-12,6%
SUBVENTION UE	47 235 €	77 403 €	-39%

Les mises à disposition sont réévaluées chaque année, en 2023 celle du PNR affichait + 18,7% tandis que celle des EPCI étaient stables. En revanche les contributions des EPCI associées à celle du PNR sont en augmentation (2% annuels, (total de 28 K€) auxquels s'ajoutent pour les EPCI la part liée à la taxe de séjour (pour un total de 74 K€), malgré la baisse de la subvention du PNR (- 21 K€), et la baisse globale des subventions d'investissement (- 6 K€). La ligne correspondant à la baisse des cotisations des membres actifs prend en compte des avoirs pour cotisations non récupérables de 2015 à 2018 : -1,4 K€.

Or correction, les cotisations 2023 atteignent un total de 6 260 € soit une augmentation de 12,6 %

Pour finir, la part des subventions de l'UE (Programme Leader) est en baisse. Aucune n'est inscrite au budget prévisionnel 2024.

CHARGES DE FONCTIONNEMENT



 -6,1%

Produits d'exploitation : +7,3%

Elles accusent une baisse de 30 K dont les explications se retrouvent sur la diapositive suivante. Une baisse des budgets liées à la promotion sur les réseaux sociaux, à l'impression de publication, à la prestation de relation presse- Informations et communications, - 22 K€: Facebook – 9 K€, Publication – 5 K€, relation presse – 7 K€.

A savoir également en termes de réduction de budget :

La fin de la mission de coaching en 2022, non reproduite en 2023 (- 7,5 K)

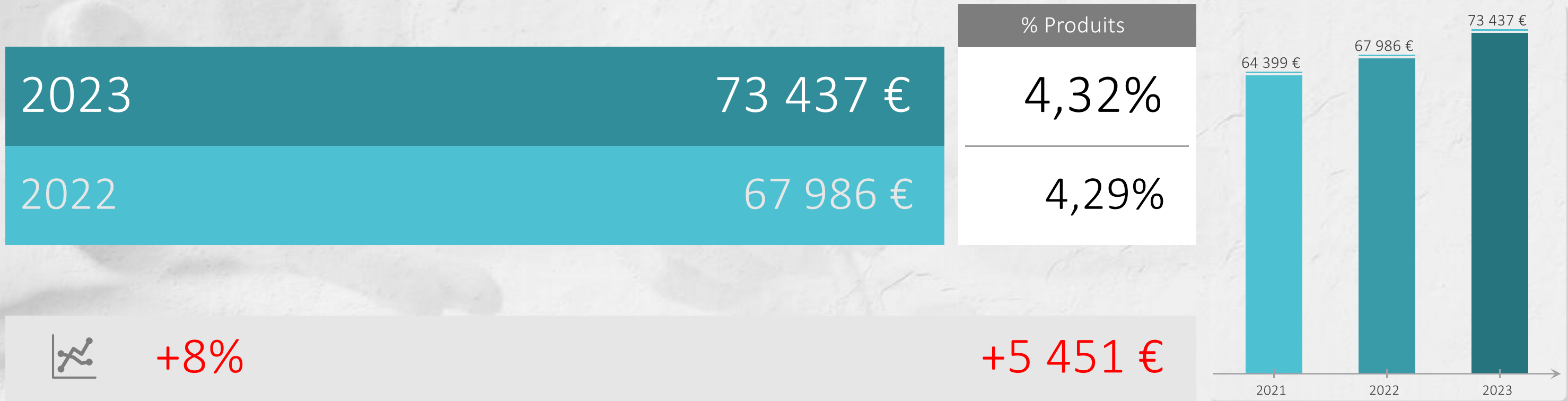
Une baisse des budgets liées à la promotion sur les réseaux sociaux, à l'impression de publication, à la prestation de relation presse- Informations et communications, - 22 K€: Facebook – 9 K€, Publication – 5 K€, relation presse – 7 K€

1 Déplacements, réception, correspondant aux frais de déplacement des employés de la MDT, - 3 K€: grâce à un effort des employés

CHARGES EXTERNES (DÉTAIL)

	2023	2022	Évolution	
Fournitures consommables	10 410 €	15 182 €	-4 772 €	-31,4%
Locations, Charges locatives	105 414 €	101 337 €	+4 077 €	+4%
Entretien, Réparations	29 054 €	24 053 €	+5 001 €	+20,8%
Primes d'assurance	6 226 €	6 173 €	+53 €	+0,9%
Personnel extérieur	99 877 €	98 055 €	+1 822 €	+1,9%
Intermédiaires et honoraires	25 184 €	32 677 €	-7 493 €	-22,9%
Informations et communications	113 494 €	135 590 €	-22 096 €	-16,3%
Transports	506 €	678 €	-172 €	-25,4%
Déplacements, Réception	47 951 €	51 149 €	-3 198 €	-6,3%
Frais postaux, Télécom.	31 308 €	35 844 €	-4 536 €	-12,7%
Frais bancaires	2 313 €	2 295 €	+18 €	+0,8%
Autres services extérieurs	3 191 €	2 726 €	+465 €	+17,1%
TOTAL	474 929 €	505 761 €	-30 832 €	-6,1%

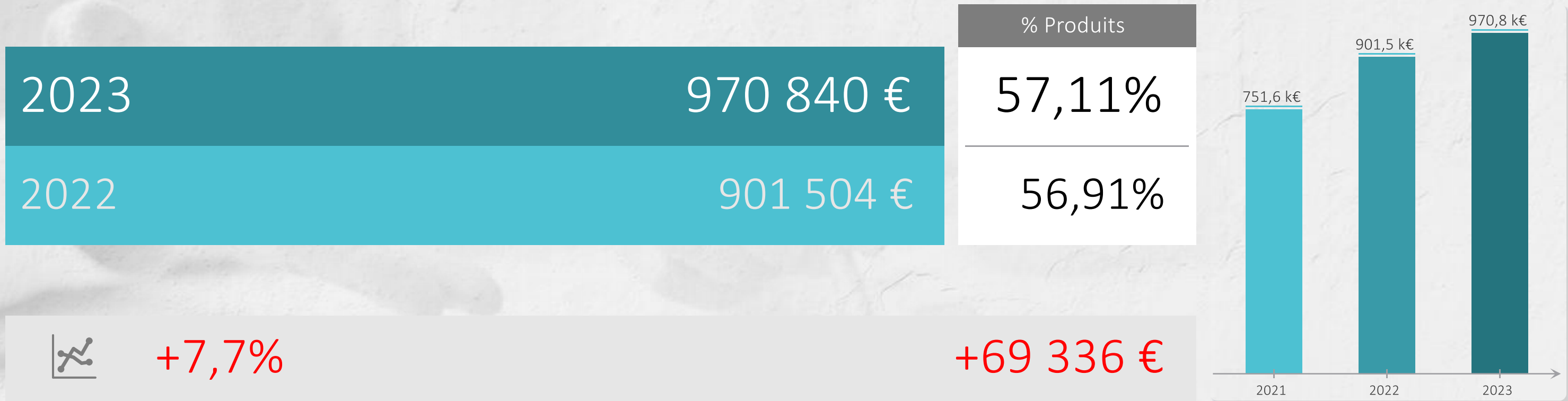
IMPÔTS ET TAXES



Produits d'exploitation : +7,3%

Une hausse de la part de TVA non récupérable liée au développement de l'activité commerciale.

CHARGES DE PERSONNEL



Produits d'exploitation : +7,3%

Dans la présentation budgétaire prévisionnelle, la ligne charge de personnel comprend en plus des charges de personnel ci-dessus les refacturations des personnels mise à disposition (PNRLF et mairie de Thiers) (104 K€), et les frais de déplacement des employés de la MDT (48 K€) présentés ici dans les charges de fonctionnement soit un total de 1 122 K€

L'évolution des charges de personnel s'explique par l'augmentation réglementaire des salaires effectués fin 2022 (+ 4%) et d'un départ en retraite en 2023.

SYNTHÈSE DES CHARGES DE PERSONNEL

	2023	2022	Évolution	
Salaires bruts	756 126 €	710 725 €	+45 401 €	+6,4%
Charges sociales	209 042 €	186 583 €	+22 459 €	+12%
Taux de charges sociales	27,65%	26,25%	+1,4	
Autres charges du personnel	5 672 €	4 197 €	+1 475 €	+35,1%
Intérimaires	99 877 €	98 055 €	+1 822 €	+1,9%

Les cotisations sociales augmentent en valeur absolue sous le double effet :

- de la hausse (dont IFC) de la masse salariale;
- de l'effet GVT, haussier sur les salaires horaires, qui nous éloigne, de proche en proche, des effets atténuateurs des mécanismes de baisse des cotisations patronales (plus le taux horaire est élevé, moins l'association bénéficie de baisse de cotisations patronales).

RÉSULTAT COURANT NON FINANCIER

2023 -73 024 €

2022 -52 723 €

% Produits

-4,3%

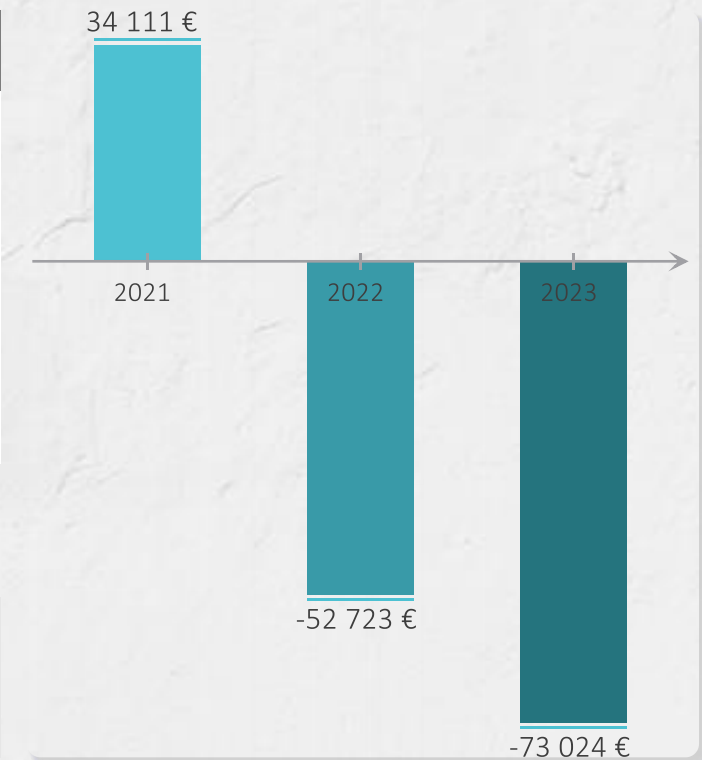
-3,33%



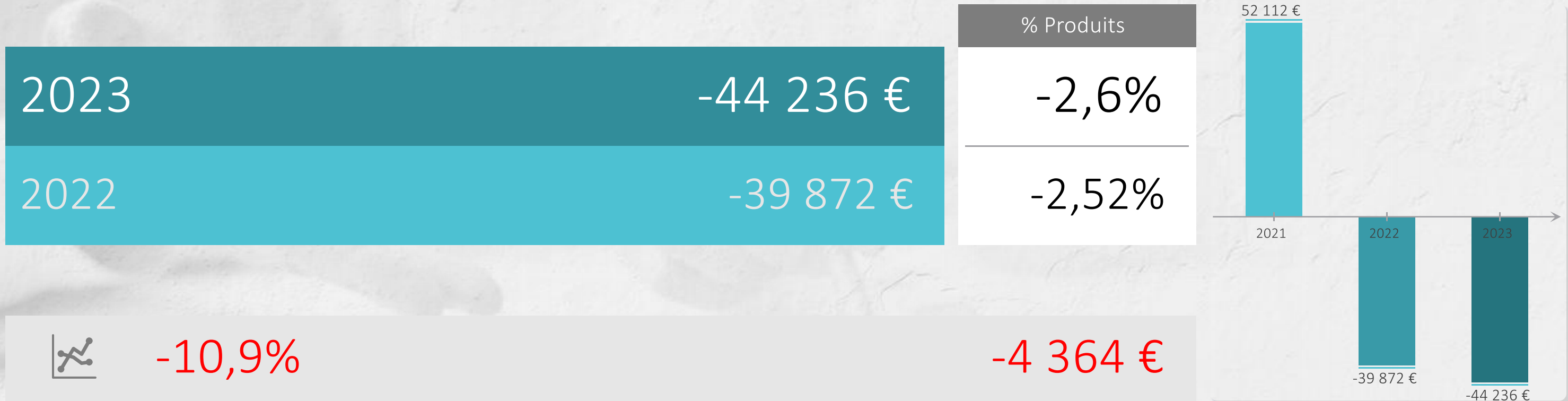
-38,5%

-20 301 €

Produits d'exploitation : +7,3%



RÉSULTAT DE L'EXERCICE



Le budget 2023 prévoyait un déficit de – 29 K€

La variation de la provision des IFC (Indemnité de fin de carrière) (dotation complémentaire de 21 K€) vient plomber le résultat 2023. Hors impact de cette provision, le résultat ressortirait à – 23 K€ soit en légère amélioration par rapport à notre prévision budgétaire, démontrant une bonne tenue de notre feuille de route.

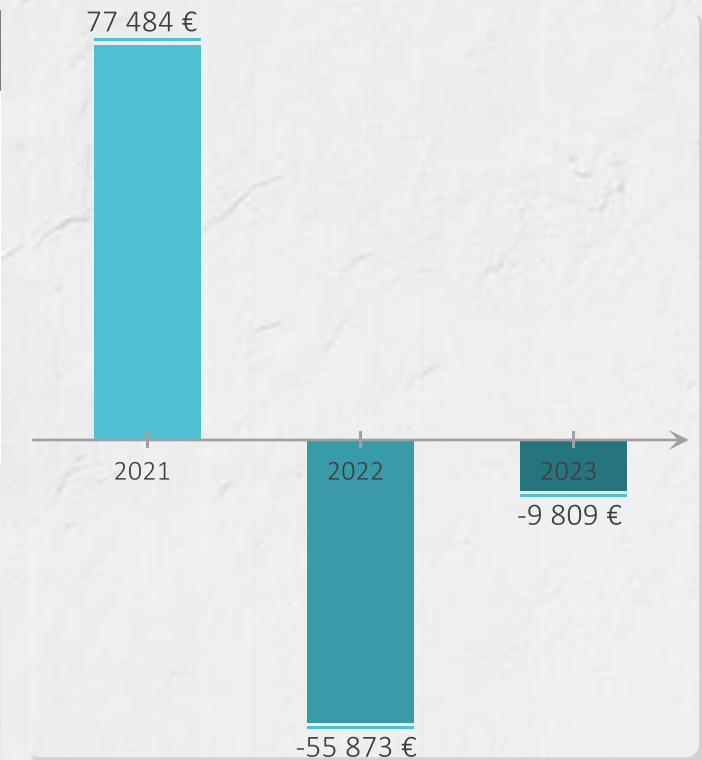
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT

2023	-9 809 €
2022	-55 873 €

% Produits

-0,58%

-3,53%



+82,4%

+46 064 €

Produits d'exploitation : +7,3%

CAF = capacité de l'association à générer de la trésorerie positive.

CAF = résultat + charges sans décaissements (dotations aux amortissements et provisions) - produits sans encaissements (reprises de provisions, quote part des subventions d'investissements reprises au résultat)

SYNTHÈSE DE L'ACTIVITÉ

	2019	2020	2021	2022	2023
Produits d'exploitation	1 466 394 €	1 404 905 €	1 537 800 €	1 584 077 €	1 699 865 €
Marge globale	83 075 €	67 804 €	68 781 €	88 340 €	100 094 €
Charges de fonctionnement	435 099 €	554 651 €	510 493 €	505 761 €	474 929 €
Impôts et taxes	43 261 €	55 700 €	64 399 €	67 986 €	73 437 €
Charges de personnel	786 203 €	728 104 €	751 576 €	901 504 €	970 840 €
Dotations aux amortissements	14 656 €	23 751 €	27 825 €	21 392 €	23 438 €
Dotations aux provisions	0 €	0 €	19 827 €	0 €	31 029 €
Résultat d'exploitation	18 668 €	27 750 €	34 111 €	-52 723 €	-73 024 €
Résultat financier	664 €	449 €	396 €	66 €	1 828 €
Résultat courant	19 331 €	28 199 €	34 507 €	-52 626 €	-71 196 €
Résultat exceptionnel	13 843 €	16 507 €	17 606 €	12 784 €	26 960 €
Résultat de l'exercice	33 174 €	44 706 €	52 112 €	-39 872 €	-44 236 €

LES ACTIONS À ENTREPRENDRE

L'évolution des charges de personnel sur 5 ans entre 2019 et 2023 est en valeur absolu de + 185 K€ due à :

- Départ en retraite en 2023 + 50 K€
- Evolution des ETP sur 5 ans de + 2,5 ETP, représentant + 100 K€, dont 1 ETP qui est le remplacement d'une MAD de personnel, et 1 ETP en CDD (qualité) non renouvelé.
- le reliquat de 35 K€ représentant l'évolution des salaires, dont 4 % suivant la convention du tourisme fin 2022

S'agissant des IFC, il peut être apporté les commentaires suivants :

Depuis 2021, est inscrit dans les comptes une provision au titre des Indemnités de fin de carrière (IFC), correspondant à l'anticipation de la charge du paiement du départ à la retraite des employés de la Maison du Tourisme

La réévaluation annuelle de cette provision nous oblige à inscrire, cette année, une charge de 21 K€ pour amener la provision à 157 K€ (vs 136 K€ en 2022)

Cette augmentation s'explique par:

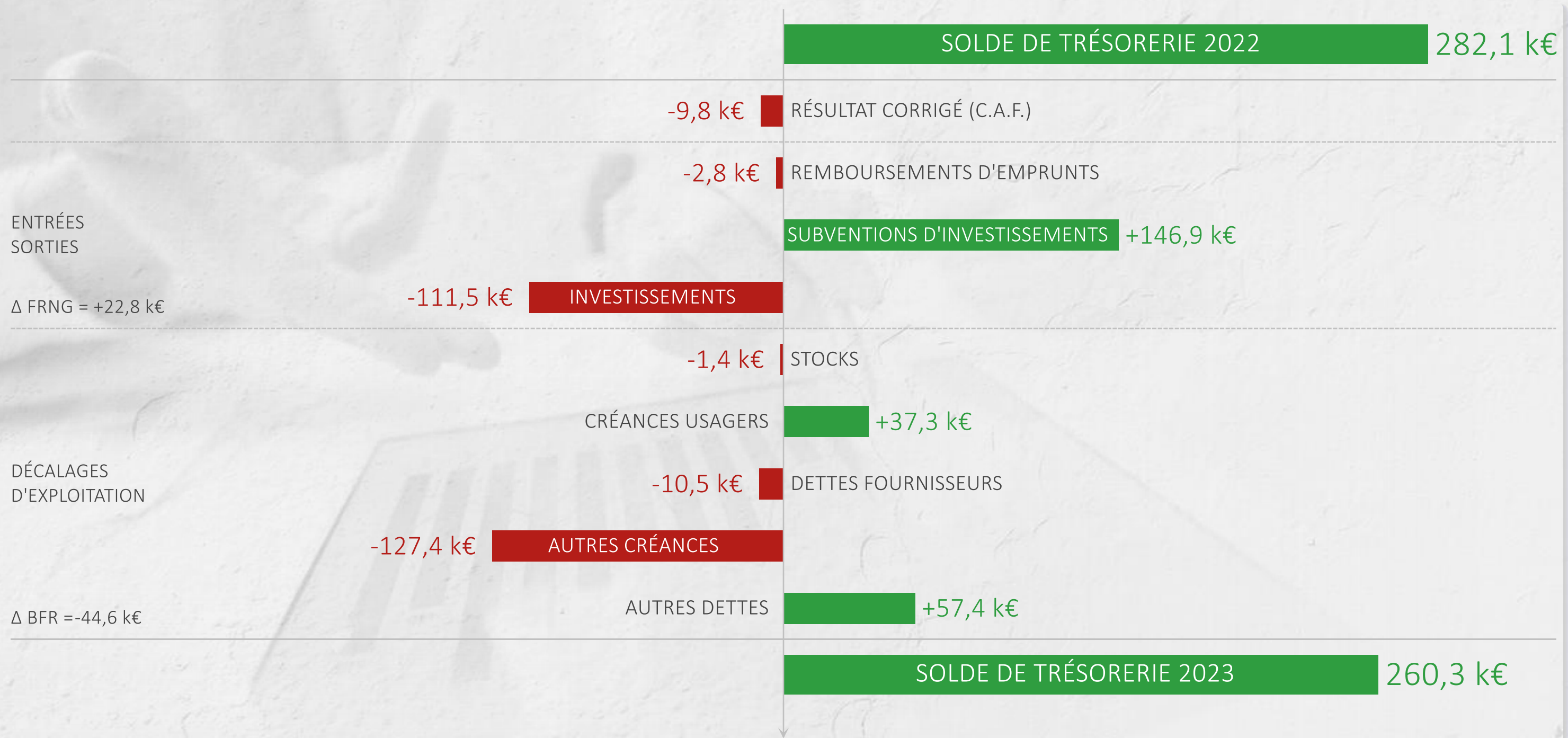
- la prise en compte du temps restant d'ici la retraite des employés et l'évolution de l'effectif : - 12 K€ (diminution notamment due à un départ à la retraite)
- l'évolution moyenne salariale anticipé sur les prochaines années, + 2%: + 20 K€
- L'évolution du taux d'actualisation, c'est-à-dire du taux de rémunération de l'argent (passé de 3,72% à 3,17%): + 13K€

Dans le calcul de la provision des IFC est pris en compte le taux de rémunération de l'argent pour déterminé combien la MDT doit mettre de côté à date pour pouvoir payer les IFC dans X années, considérant que la provision effectuée se valorise de + 3,17 % tous les ans (taux à fin 2023).

Ainsi, si une personne devait partir avec une IFC de 10 000 € fin 2024, nous devrions provisionner fin 2023: 9 692,74 €, car 9 692,74 € le 31/12/2023 au taux de 3,17 % font 10 000 € au 31/12/2024.

Par conséquent, une diminution de ce taux entraîne une augmentation de la provision.

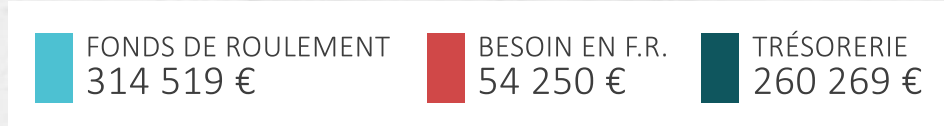
LES FLUX DE VOTRE TRÉSORERIE



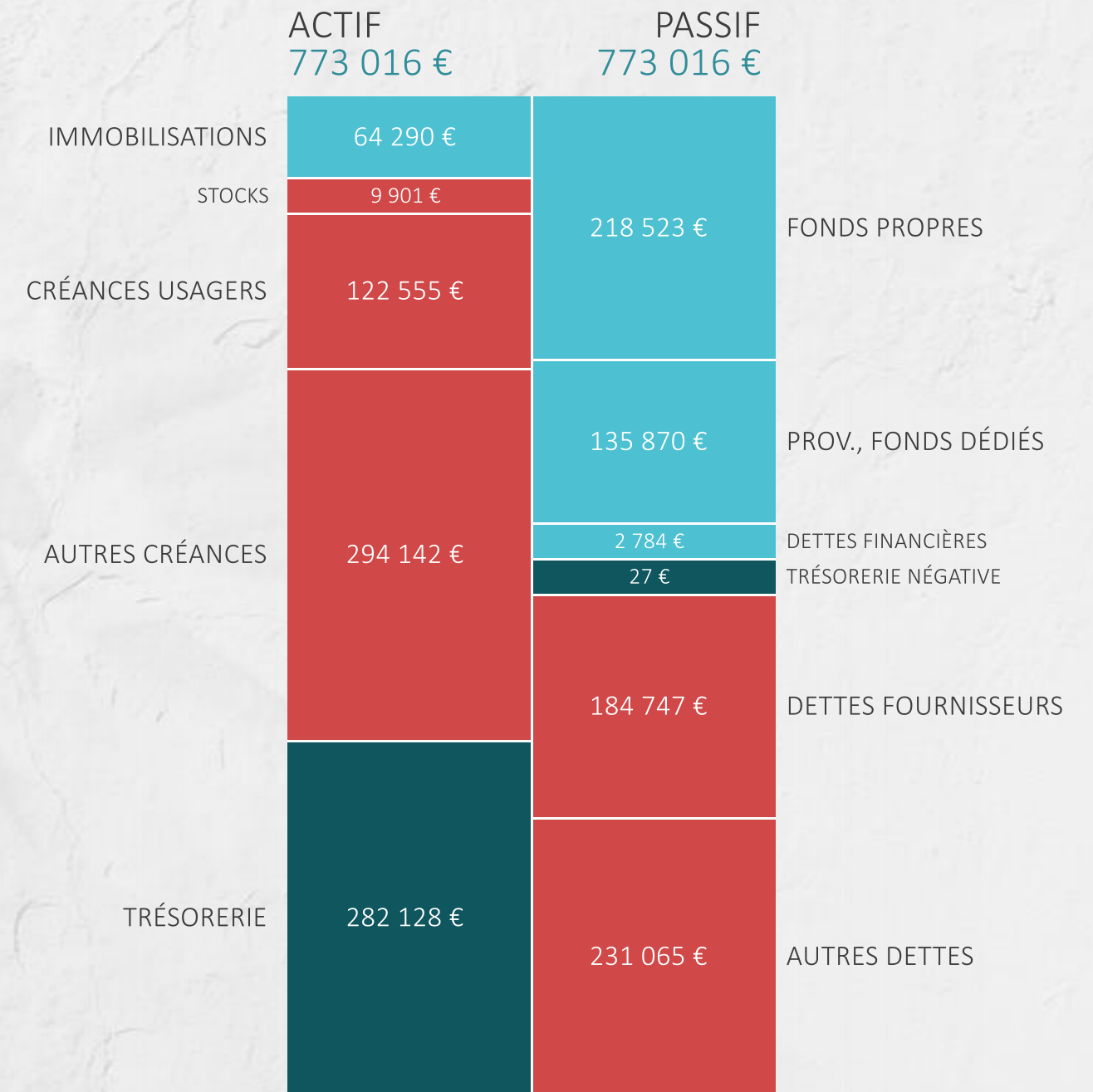
SOLDE DE TRÉSORERIE

Solde de trésorerie au 31/12/2022	282 101 €
+ Mouvements de trésorerie 2023	-21 832 €
Solde de Trésorerie au 31/12/2023	260 269 €

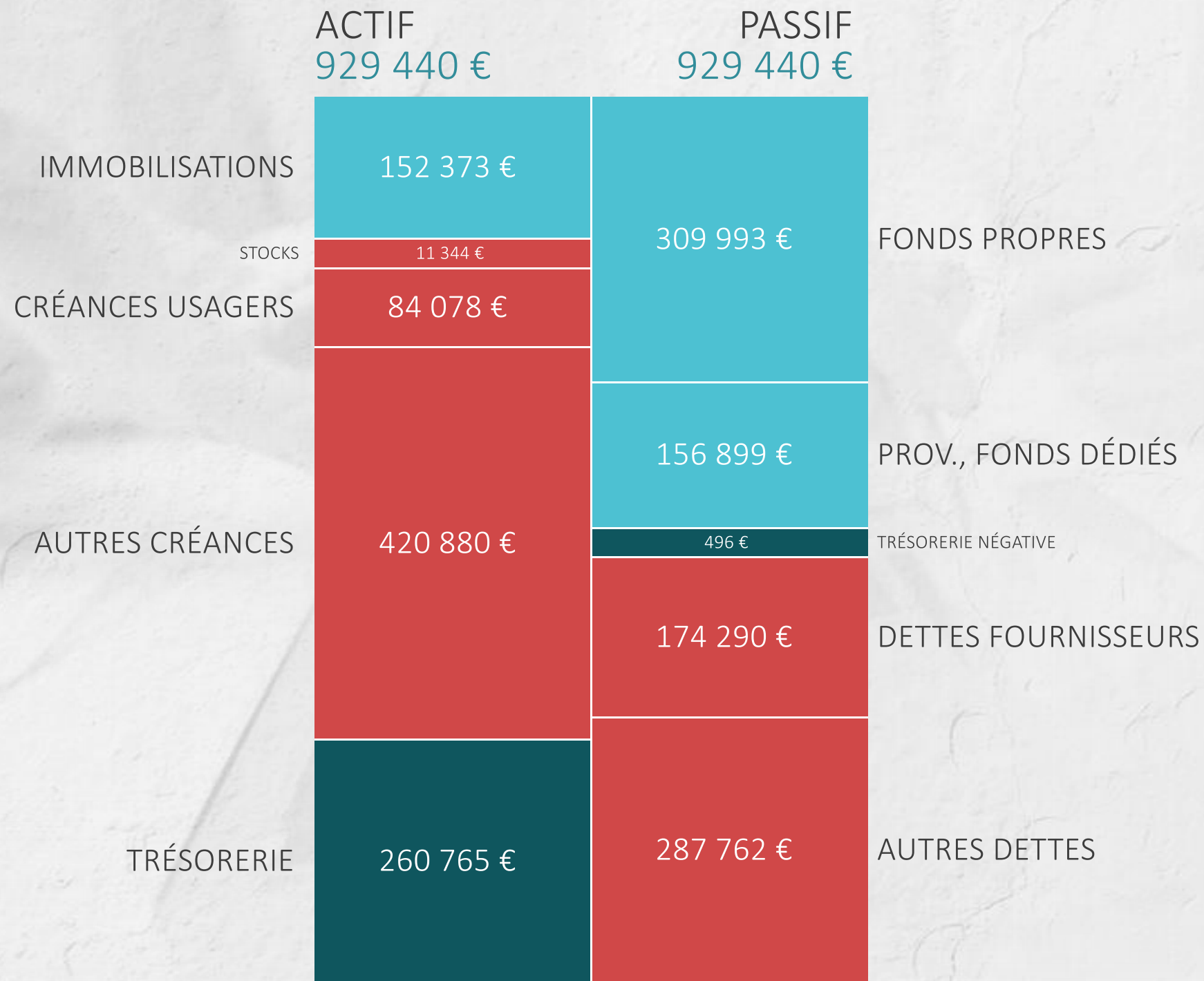
BILAN AU 31/12/2023



BILAN AU 31/12/2022



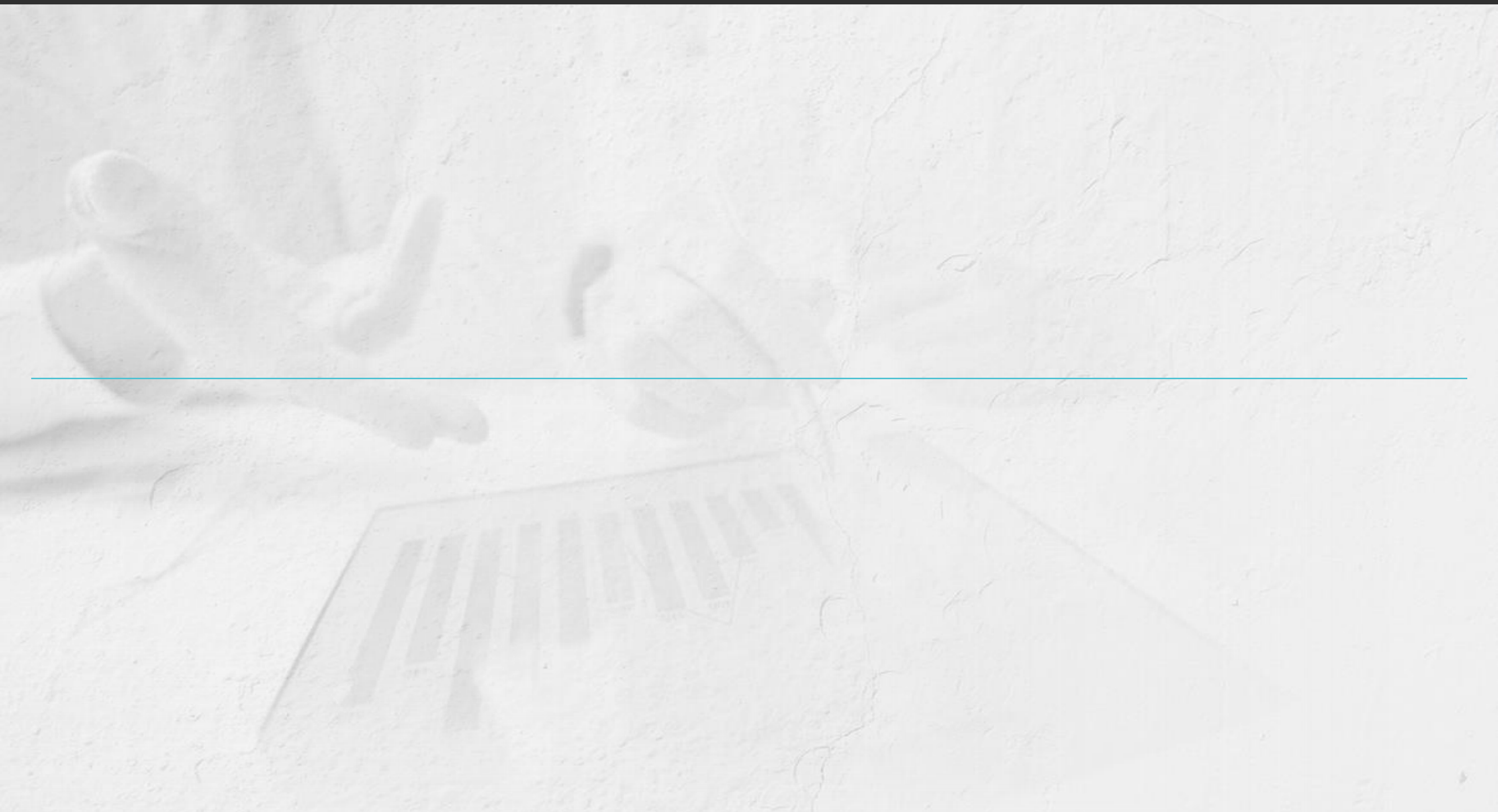
BILAN AU 31/12/2023



BILAN AU 31/12/2022

	ACTIF 773 016 €	PASSIF 773 016 €
IMMOBILISATIONS	64 290 €	
STOCKS	9 901 €	
CRÉANCES USAGERS	122 555 €	218 523 € FONDS PROPRES
AUTRES CRÉANCES	294 142 €	135 870 € PROV., FONDS DÉDIÉS
		2 784 € DETTES FINANCIÈRES
		27 € TRÉSORERIE NÉGATIVE
		184 747 € DETTES FOURNISSEURS
TRÉSORERIE	282 128 €	231 065 € AUTRES DETTES

FONDS DE ROULEMENT	292 887 €
BESOIN EN F.R.	10 786 €
TRÉSORERIE	282 101 €



**MAISON DU TOURISME
DU LIVRADOIS-FOREZ**

BUDGET PRÉVISIONNEL 2024

SOMMAIRE

- I – PRÉAMBULE
- II – RAPPEL DU CADRE STRATEGIQUE
- III – CHARGES PRÉVISIONNELLES 2024
- IV – PRODUITS PRÉVISIONNELS 2024
- V - SYNTHÈSE

I - PRÉAMBULE

Le présent document présente le budget prévisionnel de la Maison du tourisme du Livradois-Forez pour l'année 2024.

Les comparaisons avec l'année N-1 ont été réalisées à partir du compte de résultat 2023 validé par le comptable et le commissaire au compte. C'est la première année, où le commissaire aux comptes valide le bilan et le compte de résultat de l'exercice précédent avant le conseil d'administration précédent l'assemblée générale.

Ces orientations tiennent compte de l'imposition d'une partie de l'activité de la Maison du tourisme aux impôts commerciaux (TVA, contribution foncière des entreprises, impôt sur les sociétés) avec un système de sectorisation entre la partie commerciale et la partie non commerciale de l'activité.

L'assujettissement à la TVA se fait comme d'habitude :

- Sur la marge dégagée pour les ventes des séjours et la billetterie ;
- En totalité sur le reste des actions liées à l'activité commerciale et aux actions de promotion ;

Compte tenu de l'activité particulière de la Maison du tourisme, il y a une partie de la TVA que la MDT ne peut pas récupérer. C'est ce que l'on appelle l'assujettissement mixte. Cette partie de TVA non récupérable est calculée sur le reste de l'activité non commerciale de la structure sur la base d'un taux de secteur mixte (lié au ratio chiffre d'affaires/recettes globales de la structure).

II – RAPPEL DU CADRE STRATEGIQUE

Le plan d'action et le budget prévisionnel 2024 tiennent compte des orientations stratégiques de la Maison du tourisme 2022-2027 adoptées par les collectivités membres de droit et de sa déclinaison plus opérationnelle.

STRATÉGIE DE LA MAISON DU TOURISME DU LIVRADOIS-FOREZ 2022-2027

<https://urlz.fr/pDjW>

PLAN MARKETING 2023-2027

<https://urlz.fr/ohma>

**SCHÉMA DE DIFFUSION DE
L'INFORMATION TOURISTIQUE 2024-
2027 (en cours)**

PLAN D'ACTION TRIENNAL 2022-2024

PLAN D'ACTION ANNUEL 2024

III – CHARGES PRÉVISIONNELLES 2024

CHARGES		Budget 2024	CR 2023	Variation 2024/2023
ACTIVITÉ NON SOUMISE AUX IMPÔTS COMMERCIAUX				
FONCTIONNEMENT		1 372 309 €	1 409 081 €	-36 772 €
	Frais de structure	37 320 €	34 586 €	2 734 €
	Charges de personnel	1 052 383 €	1 122 819 €	- 70 490 €
	Valorisation de mise à disposition locaux, matériel	124 356 €	113 184 €	11 172 €
	Affranchissement, tél, internet	15 653 €	11 548 €	4 105 €
	Honoraires (Comptabilité-Avocat)	23 700 €	21 594 €	2 106 €
	Fournitures, matériels divers	5 450 €	6 725 €	- 1 275 €
	Frais de mission et déplacement	40 000 €	46 370 €	- 6 370 €
	Frais de formation	3 500 €	1 205 €	2 295 €
	Impôts et taxes	30 300 €	27 612 €	2 688 €
	Dotations amortissements	39 648 €	23 438 €	16 263 €
ACCUEIL - TERRITOIRE - RELATIONS LOCALES		17 039 €	8 197 €	8 842 €
	Randonnée	3 000 €	3 000 €	- €
	Outils numériques d'accueil-information	7 244 €	5 195 €	2 049 €
	Démarche qualité	6 795 €	- €	6 795 €
ORGANISATION ET COMMUNICATION INTERNE		0 €	0 €	0 €
	Outils de communication interne	0 €	0 €	0 €
ACTIVITÉ SOUMISE AUX IMPÔTS COMMERCIAUX				
ACHAT DE PRESTATIONS POUR REVENTE		242 400 €	209 348 €	33 052 €
	Prestations groupes et individuels	155 400 €	135 245 €	20 155 €
	Billetterie	87 000 €	74 103 €	12 897 €
MARKETING		135 660 €	107 103 €	28 557 €
	Partenariats (ART / Destination Volcans / etc.)	8 250 €	6 530 €	1 720 €
	Marque Livradois-Forez	- €	105 €	- 105 €
	Site internet et référencement	11 640 €	10 285 €	1 355 €
	Editions	35 190 €	42 560 €	- 7 370 €
	Webmarketing	13 000 €	12 953 €	47 €
	Jeu concours	500 €	506 €	- 6 €
	Production de contenus	43 525 €	23 315 €	20 210 €
	Relation presse	7 200 €	6 782 €	418 €
	Gestion de la relation client	1 580 €	1 580 €	- €
	Opérations de communication spécifiques	12 275 €	1 250 €	11 025 €
	Programme de formation des prestataires	2 500 €	1 238 €	1 262 €
RELATIONS CLIENTS – RELATIONS COMMERCIALES		9 010 €	5 541 €	3 469 €
	Opérations commerciales (workshop, salons, etc.)	3 800 €	2 423 €	1 377 €
	Outils commerciaux (catalogues)	500 €	1 467 €	- 967 €
	Développement de la vente en ligne	3 000 €	- €	3 000 €
	Logiciel gestion des groupes	1 710 €	1 652 €	58 €
ACCUEIL - TERRITOIRE - RELATIONS LOCALES		17 716 €	15 166 €	2 550 €
	Achat boutique	7 000 €	6 787 €	213 €
	Variation de stock	- €	1 443 €	1 443 €
	Editions Accueil	5 000 €	4 518 €	482 €
	Balades nature et visites guidées	2 500 €	2 052 €	448 €
	Outils numériques d'accueil-information	3 216 €	3 251 €	- 35 €
	Journées de découverte et rencontres locales	7 000 €	6 787 €	213 €
TOTAL CHARGES		1 794 134 €	1 754 437 €	39 697 €
RESULTAT		- 10 000 €	- 44 236 €	34 236 €

1. Les charges de structure non liées aux impôts commerciaux

1.1. Fonctionnement

Les charges de fonctionnement s'élèvent à plus 1,3 millions d'euros. Elles représentent plus de 75 % du budget.

a) Frais de structure

Les frais de structure comprennent les assurances (responsabilité civile et garantie financière pour la commercialisation), les cotisations à divers organismes, la maintenance des outils informatiques administratifs, les services bancaires, les frais d'entretien des bureaux d'information touristique, etc. Il y a pas mal d'abonnements qui augmentent.

b) Charges de personnel

La Maison du tourisme regroupe 27 agents permanents : 25 salariés et 2 agents mis à disposition par le syndicat mixte du Parc. Il est prévu l'embauche de personnels saisonniers pour assurer :

- d'une part, une mission d'entretien des sentiers de randonnée (3 mois au printemps) ;
- d'autre part, l'accueil touristique dans les bureaux d'information touristique en saison estivale et ce à partir de la dernière semaine de juin.

La baisse des charges de personnel s'explique surtout par la baisse du nombre d'agents (non-renouvellement du poste de chargé de la démarche qualité / SADI) malgré la hausse régulière des points d'indice. Des efforts sont poursuivis pour limiter l'évolution des charges de personnel. Les embauches de saisonniers ont été étudiées pour optimiser les coûts. Comme l'an dernier, les horaires d'ouverture des BIT en saison (notamment entre 12h30-14H00 et certains dimanches et/ou jours fériés).

Un des points qui impacte les charges de personnel est la variation de la provision pour les Indemnités de Fin de Carrière (IFC). En 2021, la MDT a fait le choix de provisionner 160 000 € pour anticiper le paiement des indemnités de fin de carrière et limiter ainsi l'impact financier les années où des agents partent en retraite. Ce mode de calcul a cependant des impacts annuels liés à la variation de cette provision (en fonction de l'évolution du taux d'actualisation). Généralement aucune provision n'était prévue au budget. Pour la première année, il est proposé une provision d'environ 10 000 €.

Détail des charges prévisionnelles de personnel

	Budget 2024	Réel 2023
Salaires bruts	674 778 €	737 946 €
Charges sociales patronales	239 077 €	253 457 €
Provision IFC	10 148 €	21 029 €
Autres (MAD, médecine du travail, comité entreprise, chèques déjeuner...)	128 380 €	110 387 €
TOTAL	1 052 383 €	1 122 819 €

c) Valorisation de la mise à disposition des locaux et matériel

Les collectivités membres de droit mettent à disposition gracieusement à la Maison du tourisme des locaux (1 siège, 9 bureaux d'information touristique) et du matériel. En complément, elles engagent elles-mêmes directement des charges (assurance, électricité, chauffage, etc.) qui sont valorisées en charge (et du coup également en produits). Le syndicat mixte du PNR a réévalué les avantages fournis à la Maison du tourisme.

d) Affranchissement, téléphonie et internet

Ces frais baissent régulièrement d'année en année compte-tenu des méthodes de gestion des coûts mis en place. En 2023 leur montant était dans les faits de plus de 18000 € (même si la MDT a reçu un remboursement de la part du PNR pour des frais surfacturés les années précédentes).

e) Honoraires

En complément des prestations habituelles du cabinet d'expert-comptable, du commissaire au compte, et d'un avocat spécialiste du droit du travail, il est proposé de faire appel à l'avocat de la fédération des offices de tourisme (ADN) pour refonder les conditions générales de vente dans un unique documents aux regards des différentes activités commerciales (billetterie en comptoir et en ligne, vente d'excursions et de séjours).

f) Fournitures et matériels divers

Ces frais devraient être quasiment similaires à l'an dernier voire en légère diminution.

g) Frais de mission et déplacement

Pas de changements majeurs pour l'année à venir même si un tableau de bord de suivi a été mis en place.

h) Frais de formation

La MDT a eu la chance de bénéficier d'un plan de formation ambitieux de 18 mois pour ses agents (salariés mais pas pour les agents mis à disposition), pris en charge et donc financé directement par le Fonds National pour l'Emploi - FNE (d'une valeur de plus de 40 000 €). Ces montants ne passaient pas par la comptabilité de la MDT. Sont seulement inscrits au budget quelques dépenses complémentaires notamment pour les agents mis à disposition (dont les journées de formation ne sont donc pas financées par le FNE) et cette année, un temps spécifique de l'équipe chargé du nouveau site internet.

i) Impôts et taxes

La Maison du tourisme paie les impôts et taxes dont la Cotisation Foncière des Entreprises et la TVA non récupérable. Comme l'activité commerciale se développe d'année en année, la part de TVA récupérable baisse d'année en année.

j) Dotations aux amortissements

La Maison du tourisme n'est propriétaire que de matériels informatiques, de logiciels et d'un site Internet. Depuis 2018 la MDT a investi pour améliorer son organisation et sa performance. Il est prévu pour 2024 :

- refonte site Internet ;
- aménagement mobilier des BIT (Billom, Courpière) ;

Ces investissements sont financés en grande partie grâce aux communautés de communes, au conseil régional et à l'Europe (voir produits).

Nouveaux investissements 2024

Objet	Montant HT	Date de mise en service	Durée amortis.	Amortis. 2024
Site internet	64 250 €	Entre 01/04/2024 Et 01/06/2024	4 ans	10 165 €
Aménagement mobilier des BIT (Billom, Courpière)	42 293 €	Entre 01/02/2024 Et 01/11/2024	10 ans	2 439 €
TOTAL	96 543 €			12 657 €

En tenant compte des investissements réalisés les années précédentes (174 148 €), le montant total des amortissements 2024 est estimé à 39 648 €.

1.2. Programme d'action « non soumis aux impôts commerciaux »

Une partie du programme d'actions liée aux missions de qualification de l'offre et d'accueil, d'information et d'animation n'est pas soumise aux impôts commerciaux.

a) Randonnée

Comme convenu au moment du transfert de certaines activités de Randonnée en Livradois-Forez (RELF) à la Maison du tourisme (en 2015), la MDT s'est engagée à soutenir l'association Randonnée en Livradois-Forez, qui a vu, compte-tenu de cette nouvelle organisation, ses recettes baisser. Cette contribution permet à RELF d'assurer une partie de la maintenance des sentiers de randonnée et l'animation de son réseau de bénévoles.

b) Outils numériques d'accueil et d'information

Le développement des outils numériques d'accueil et d'information (base de données de l'offre touristique, borne numérique de Thiers, logiciel boutique et billetterie, etc.) représente des dépenses régulières (abonnements et maintenance).

c) Démarche qualité

La Maison du tourisme s'est lancée dans la démarche qualité tourisme. Le coût 2024 comprend la réalisation d'un audit blanc au printemps et de l'audit final en fin d'année.

d) Outils de communication interne

Pour faire des économies, aucun support de communication ne sera imprimé cette année. Ils seront réalisés uniquement en version numérique.

2. Les charges d'activités liées aux impôts commerciaux

1.1. Achat de prestations pour revente

Ces charges sont en lien avec la stratégie de développement de l'activité commerciale. Elles correspondent au reversement aux prestataires touristiques du montant des produits touristiques que la MDT a vendu pour eux (déduction faite de la commission commerciale) :

- des prestations groupes et individuels.
- de l'ensemble de l'activité de billetterie.

Les explications de variations sont données au compte des « produits ».

1.2. Marketing

Le budget marketing est de plus de 135 000 €. Les grandes variations par rapport à l'an dernier sont les suivantes :

- **réalisation d'un film sur l'ail de Billom (mais financement à 100% par les acteurs de la filière et les fonds européens Leader) ;**
- **la contribution prévisionnelle des acteurs touristiques au plan de promotion mutualisé (nouveau 2024, voir par ailleurs).**

Les actions 2024 proposées sont directement déclinées du plan marketing 2023-2027.

a) Partenariats

La Maison du tourisme développe régulièrement des partenariats avec des structures supra-territoriales pouvant faire la promotion de la destination. Il est prévu de mutualiser des actions de promotion digitale ou la création de supports photos et vidéo avec l'agence régionale de développement touristique Auvergne Rhône-Alpes, les Gîtes de France du Puy-de-Dôme, la Maison du tourisme de la Haute-Loire, etc.

b) Marque Livradois-Forez

La Maison du tourisme poursuivra le déploiement de la marque auprès des acteurs touristiques volontaires, en partenariat avec le syndicat mixte du Parc naturel régional Livradois-Forez qui développe cette marque pour d'autres activités que le tourisme. L'objectif en 2024 est de :

- développer la visibilité de la marque auprès des prestataires touristiques volontaires et en priorité les « acteurs ayant le plus de notoriété » ;
- poursuivre les partenariats avec les événements majeurs qui « exportent » l'image de la destination ;
- mettre à disposition des prestataires touristiques des nouveaux outils pour mieux les sensibiliser et mieux valoriser cette marque.

c) Site internet

Le site internet, média de la destination, est en cours de refonte. Une nouvelle version est prévue pour le printemps. Le coût et le plan de financement prévisionnel ont été adoptés lors du conseil d'administration du 13 juin 2023 pour une période de 4 ans suivant le tableau ci-dessous :

	Site internet (pour 4 ans)	Référencement (pour 4 ans)	Coût total annuel
Investissement	42 200 €	12 050 €	10 165 €
Fonctionnement	12 000 €	20 400 €	10 100 €
TOTAL	54 200 €	32 450 €	20 265 €

A ce coût annuel s'ajoute tous les ans quelques frais complémentaires de fonctionnement (estimés à 1 340 € en 2024). Le coût de fonctionnement total du site pour 2024 est donc de 11 440 €.

Le montant total de l'investissement comprend une partie de la prestation de rédaction de contenu et un travail de traduction (pour un total de 24 200 €).

Le nombre de visiteurs uniques augmentent régulièrement d'année en année. Compte-tenu de la refonte, l'objectif est de maintenir *a minima* le nombre de visiteurs uniques soit 350 000 (et pourquoi pas atteindre la barre des 400 000 ?).

d) Editions

Deux supports papier sont devenus les incontournables pour faire connaître la destination et guider les visiteurs une fois sur place :

- le magazine de destination ;
- la carte tourisme et patrimoine qui va connaître une légère évolution. Au recto : les activités patrimoniales et de découverte, au verso les activités de pleine nature.

Pour faire des économies, la pagination (-16 pages) et le tirage (28 000 exemplaires, soit 2000 exemplaires de moins) du magazine ont été diminués ; la carte sera imprimée pour deux années.

e) Webmarketing

Les réseaux sociaux sont l'un des médias qui a le plus d'impact sur le comportement des vacanciers. La stratégie de communication de la MDT nécessite donc l'organisation de campagnes de communications digitales via ces réseaux. L'objectif est de poursuivre la dynamique en cours. 13 000 € sont réservés pour mettre en place des campagnes sur Méta (Facebook, Instagram). Avec ce budget, 61 campagnes sponsorisées ont été organisées l'an dernier. 12 millions de personnes ont vu les publications. Il s'agira de faire aussi bien.

f) Production de contenus (textes, photos, vidéos)

Pour faire la promotion de la destination il est nécessaire de renouveler sans cesse textes, photographies et vidéos. En 2024, il est prévu :

- une prestation de service (en remplacement de l'agent chargé des contenus, en congés parental) pour réaliser l'écriture du magazine, des lettres d'information, des pages du site internet, des billets sur les réseaux sociaux ;
- la traduction du nouveau site internet et du magazine ;
- la finalisation d'une vidéo sur l'ail de Billom ;
- l'achat de quelques photographies.

g) Relation presse

Le programme de relation presse avec l'accompagnement d'une agence de presse spécialisée, sera poursuivi, mais, comme depuis deux ans, avec un budget moindre. L'objectif est de contribuer à présenter la destination dans des médias nationaux d'envergure. L'année 2024 a d'ailleurs bien démarré avec un reportage dans le journal TV de TF1 et le tournage d'Echappées Belles (France 5).

h) Gestion de la relation client

Le logiciel de la « gestion de la relation client » permet de diffuser plusieurs lettres d'information par an aux visiteurs potentiels et clients du territoire en fonction de leurs différents centres d'intérêts. Les coûts sont liés au contrat d'abonnement du logiciel.

i) Opérations spécifiques de communication

Pour la première année, la Maison du tourisme du Livradois-Forez propose un plan de promotion mutualisé au profit de certains opérateurs touristiques. L'objectif est simple : mutualiser les moyens de communication entre les différents partenaires pour améliorer collectivement les performances de leur plan de communication respectif. Dans l'idée de pouvoir l'ouvrir à d'autres les années suivantes. 4 actions ont été proposées : un pass inter-sites ; l'affichage urbain à Clermont-Ferrand et/ou à Lyon ; des campagnes sponsorisées et des posts boostés sur Facebook ; une action de publiereportage dans un magazine régional.

j) Programme de formation des prestataires touristiques

Un programme de formation des prestataires touristiques sera élaboré pour les aider à mieux valoriser et commercialiser leurs offres touristiques.

1.3. Relations clients / relations commerciales

Comme le précise la stratégie et le plan marketing, la Maison du tourisme va mettre l'accent sur :

- l'accompagnement des prestataires pour développer leur propre vente en ligne (via notamment la place de marché Open System) ;
- le développement de partenariats avec des plateformes de vente en ligne ;
- la production et la vente de prestations directement par la Maison du tourisme (groupes et individuels).

Pour 2024, 4 types de dépenses sont prévues :

a) Opérations de communication

La Maison du tourisme renforcera sa présence sur les salons professionnels et participera à au moins un salon « professionnels » pour vendre notamment des excursions et séjours pour les groupes.

b) Outils commerciaux

En vue de faire des économies, le catalogue groupes sera publié dorénavant une année sur deux. Il n'y aura donc pas de coût de réédition cette année, si ce n'est l'impression d'une fiche de remise à jour.

c) Développement de la vente en ligne

Il s'agit de la poursuite du déploiement d'un logiciel de vente en ligne qui permet aux acteurs touristiques de faire de la vente sur leur propre site internet (via la place de marché Open System). En complément des formations et d'un accompagnement spécifique à quelques opérateurs, des campagnes de promotion sur des sites commerciaux seront testées.

d) Logiciel gestion des groupes

La MDT est abonnée à un logiciel pour développer la commercialisation et la gestion de l'accueil des groupes.

1.4. Accueil, territoire et relations locales

En complément du projet de réaménagement de 2 nouveaux bureaux d'information touristique (Courpière et Billom), les priorités en termes d'accueil pour l'année 2024 sont les suivantes :

- la finalisation du schéma d'accueil et d'information touristique (SADI) qui devrait permettre d'identifier les leviers pour améliorer la qualité de l'accueil et de l'information sur le territoire : signalisation, accueil numérique, installation de bornes, lien avec la population locale, accueil chez les prestataires touristiques, etc. Ce travail est en cours de finalisation avec l'ensemble des parties prenantes (collectivités, prestataires, etc.) ;
- la poursuite de la démarche qualité en vue du classement de l'office de tourisme en catégorie 1 ;
- le renouvellement des packs partenaires (prestataires, réseaux, évènements majeurs, etc.) ;
- le développement de « l'accueil hors les murs » avec notamment la présentation du territoire par des agents de la MDT lors des pots d'accueil des structures touristiques partenaires, de plus de 100 lits.

Les projets ci-dessus n'ont pas d'impact financier spécifique (en dehors des frais de fonctionnement généraux). Ont, par contre, comme tous les ans, un impact budgétaire, les actions suivantes :

a) Achat boutique

La Maison du tourisme réapprovisionne tous les ans le stock de produits boutique (topo-guides, cartes postales, etc.) pour une vente dans les bureaux d'information touristique.

b) Editions d'accueil

La Maison du tourisme édite plusieurs supports pour l'information des vacanciers : le guide balade nature et patrimoine, les guides des festivités, des sacs en papier, etc.

c) Balades nature et visites guidées

La Maison du tourisme coordonne tous les ans un programme de balades nature et patrimoine en lien avec les spécificités du territoire qui comprend, en complément des visites organisées par les guides conférenciers de la MDT, des prestations d'accompagnement assurées par des guides « extérieurs » non-salariés de la MDT.

d) Outils numériques d'accueil

Ce sont des frais liés à l'hébergement et la maintenance de logiciels (billetterie/boutique notamment).

IV - PRODUITS PRÉVISIONNELS 2024

PRODUITS	Budget 2024	CR 2023	Variation 2024/2023
ACTIVITÉ NON SOUMISE AUX IMPOTS COMMERCIAUX			
CONTRIBUTION DES MEMBRES	1 179 797 €	1 105 610 €	74 187 €
CC Ambert Livradois Forez	453 037 €	421 860 €	31 177 €
CC Billom communauté	125 775 €	117 024 €	8 751 €
CC Entre Dore et Allier	74 208 €	69 046 €	5 162 €
CC Thiers Dore Montagne	467 843 €	436 053 €	31 790 €
PNR Livradois-Forez	58 934 €	61 628 €	- 2 694 €
Autres contributions des collectivités	199 150 €	187 978 €	11 172 €
Mise à disposition locaux, matériel	124 356 €	113 184 €	11 172 €
Contributions complémentaires des collectivités	74 794 €	74 794 €	- €
CONTRIBUTION DES PRESTATAIRES	9 450 €	5 290 €	4 160 €
Adhésion et participation aux rencontres	9 450 €	5 290 €	4 160 €
SUBVENTION D'EXPLOITATION	52 432 €	97 436 €	- 45 003 €
Subventions hors investissement	23 471 €	69 101 €	-45 631 €
Subventions d'investissement	10 045 €	11 169 €	-1 124 €
Reprise subventions d'investissements	1 756 €	- €	1 756 €
Conseil départemental du Puy-de-Dôme	17 161 €	17 166 €	-5 €
TRANSFERT DE CHARGES	1 000 €	14 478 €	- 13 478 €
Remboursement Arrêts maladie	- €	12 821 €	- 12 821 €
Remboursement Formation professionnelle	- €	42 €	42 €
Produits divers de gestion	1 000 €	1 699 €	- 699 €
ACTIVITÉ SOUMISE AUX IMPOTS COMMERCIAUX (HT)			
VENTE DE PRESTATIONS	277 000 €	256 720 €	20 280 €
Vente excursions/séjours	185 000 €	167 493 €	17 507 €
Billetterie	92 000 €	89 227 €	2 773 €
MARKETING - RELATIONS COMMERCIALES	16 575 €	- €	16 575 €
Participation des socio-professionnels aux actions de promotion	11 375 €	- €	11 375 €
3 Coproducteurs film Billom	5 200 €	- €	5 200 €
ACCUEIL - TERRITOIRE - RELATIONS LOCALES	48 730 €	42 689 €	6 041 €
Pack partenaire / pack publicitaire	37 000 €	31 955 €	5 045 €
Vente boutique	9 000 €	8 523 €	477 €
Balades nature et visite guidée	2 280 €	1 761 €	519 €
Service d'accueil et d'information	450 €	450 €	- €
REPRISE DE FONDS PROPRES		- €	- €
TOTAL PRODUITS	1 784 134 €	1 710 201 €	73 933 €

1) Les produits (non liés à l'activité commerciale)

1.1. Les contributions des collectivités membres

Les collectivités qui ont délégué la compétence "promotion du tourisme dont création d'office de tourisme" à la Maison du tourisme financent la Maison du tourisme suivant une répartition élaborée dans une convention de partenariat 2022-2024 (prévoyant 2% d'augmentation annuelle). En 2024, suite à la conférence de l'Entente du 21 décembre, elles devraient soumettre à leurs conseils communautaires respectifs une hausse globale de 56 000 € suivant les clés de répartitions habituelles

De son côté le PNR avait annoncé une baisse de contribution 75 000 € à partir de 2021. Cette baisse n'a été "que" de 55 000 € l'an dernier. En 2024, et pour la dernière année, le PNR contribuerait à titre exceptionnel au financement de programmes d'actions spécifiques pour 20 000 € (ex. : animation de l'élaboration du schéma de développement touristique durable de la destination). Sa contribution sera en légère hausse (+2%) (nb : le compte de résultat 2023 intègre une correction de contribution des années antérieures).

1.2. Autres contributions des collectivités

a) Mise à disposition de locaux et matériels

Le montant des mises à dispositions de locaux et matériels par les collectivités correspond à celui indiqué dans le tableau des charges.

b) Contributions complémentaires des collectivités

Depuis 2023 et l'harmonisation de la taxe de séjour, les 4 communautés de communes membres de la Maison du tourisme reversent une partie de cette taxe suivant les modalités suivantes :

CC Ambert Livradois Forez	32 679 €
CC Billom communauté	3 229 €
CC Entre Dore et Allier	5 304 €
CC Thiers Dore et Montagne	33 582 €
TOTAL	74 794 €

1.3. Contribution des prestataires touristiques

Tout prestataire adhérent à la Maison du tourisme s'acquitte d'une cotisation de 30 euros. Les réseaux touristiques peuvent également le faire (50 euros). Ces cotisations sont dans la plupart des cas intégrées au pack partenaire. Mais elles peuvent être également payées isolément (sans souscrire à un pack).

1.4. Subventions d'exploitation et autres produits

a) Subvention hors investissement

Objet	Montant opération (2024)	Montant prévisionnel subvention	Financeurs
Mission Qualité (phase 2)	3 725 €	2 794 €	Leader
		521 €	Communautés de commune
Mission Qualité (phase 3)	3 371,50 €	2 360 €	Leader
Total	7 096,50 €	5 675 €	

b) Reprise de subvention d'investissement

La reprise des subventions d'investissements correspond aux financements publics liés aux investissements de la Maison du tourisme grâce à des financements extérieurs.

Objet	Montant opération (2024)	Montant prévisionnel Subvention HT	Amortissement de la subvention sur exercice 2023	Financeurs
Aménagement mobilier BIT Billom	23 069 €	16 610 €	1 524 €	Leader, CRAURA, Communautés de commune
Aménagement mobilier BIT Courpière	19 224 €	13 841 €	231 €	Leader, CRAURA, Communautés de commune
Total	42 293 €	30 451 €	1 756 €	

c) Conseil départemental du Puy-de-Dôme

Le Conseil départemental du Puy-de-Dôme est un partenaire important. En 2021, il a attribué pour 3 ans, à la Maison du tourisme, un marché pour l'entretien, la maintenance et la valorisation des sentiers de randonnée inscrits au Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et Randonnée.

2. Les produits liés l'activité commerciale

2.1. Vente de prestations

Après deux années de crise sanitaire, l'activité commerciale de la Maison du tourisme est en plein développement.

2.2. Accueil, territoire et relations locales

a) Packs partenaires

Les contributions 2024 des prestataires touristiques au pack partenaire a été adopté lors du conseil d'administration du 13 juin 2023.

b) Vente boutique

Voir le chapitre correspondant en charges.

c) Balades nature et visites guidées

Voir le chapitre correspondant en charges.

d) Services d'accueil et d'information

La Maison du tourisme assure une prestation de réservation téléphonique pour la jasserie du Coq noir.

V- SYNTHÈSE

Le budget prévisionnel est presque équilibré. Il est légèrement déficitaire (-10 000 €) car il intègre pour la première année, des provisions pour les indemnités de départ à la retraite (pour environ 10 000 €).

De façon générale, on peut en tirer l'analyse suivante.

1/ Une situation financière générale "tendue" qui s'explique par :

- L'impact financier de la fusion** (réorganisation nécessaire, création de cadres d'emplois intermédiaires, évolution des postes et de prise de responsabilité pour une bonne partie des agents, etc.).
- Une contribution des collectivités** à la Maison du tourisme qui a certes augmenté, mais dans une moindre proportion que l'inflation les années précédentes. La contribution complémentaire proposée lors de la conférence de l'Entente du 21 décembre 2023 de 56 000 € de la part des 4 communautés de communes permettrait d'atténuer le déficit récurrent.
- La fin d'opportunités :**
 - Subventions ou exonérations de charges liées au COVID (120 000 € en 2020, 160 000 € en 2021, soit 280 000 € en deux ans)
 - Fin du programme Leader qui a permis de financer des investissements dans les outils numériques et des actions courantes (dernier exemple : 35 000 € d'aide en 2023 pour la réalisation du magazine). Le prochain programme Leader, beaucoup moins généreux, devrait financer exclusivement des actions mutualisées avec d'autres partenaires notamment d'autres offices du tourisme.
- Le contexte économique général** (inflation, etc.).

2/ La mise en place d'une gestion rigoureuse

- a) **L'optimisation de l'accueil** dans les bureaux d'information touristique depuis 2 ans : adaptation des jours et horaires d'ouverture des BIT, fermeture des BIT lors de la pause méridienne (depuis 2023), limitation du recrutement des saisonniers.
- b) **Pas de recrutement et un non-remplacement** du contrat de la chargée du SADI, démarche qualité.
- c) Mise en œuvre du **programme d'accompagnement du coach d'entreprise** : amélioration de la performance.

- d) **Une renégociation des contrats** (ex : le nouveau système de téléphonie mis en place il y a 2 ans, permet une économie annuelle entre 1 500 € et 2000 €) et la “chasse” aux petites économies.
- e) Une organisation plus rigoureuse pour la gestion des créances clients.

3/ Le recalibrage et/ou l'arrêt de certaines opérations

- a) **Arrêt de la plupart des supports en version imprimée** (fiches suggestions, guides d'hébergements, lettre d'information, carte de vœux, plan de formation des prestataires, bilan annuel d'activités de la Maison du tourisme).
- b) **Maintien à la baisse (comme l'an dernier) de certaines actions** : agence de relation presse (5 000 € contre 10 000 € en 2021 et 2022), campagne sur les réseaux sociaux (13 000 € contre 20 000 € en 2021 et 2022).
- c) **Limitation des supports de communication** en termes de pagination, de tirage (magazine, balade nature et patrimoine) tout en augmentant leur durée de vie (catalogue groupe et carte pour deux ans)

4/ Le développement de l'activité commerciale

Le conseil d'administration du 13 juin dernier a adopté un plan de développement de l'activité commerciale comprenant notamment :

- a) une hausse des tarifs des “prestations” : adhésion (+10 €), pack prestataire (+20 €), Billetterie (+ 1% à + 2% de commission), commercialisation excursions et séjours (+ 2% de marge commerciale), BNP (+ 1 à 2 euros en fonction des balades) ;
- b) le développement de l'activité commerciale : de nouveaux services (pack publicitaire pour les sites touristiques extérieurs au territoire) et une hausse du chiffre d'affaires commercial (développement des partenariats avec les CSE et revendeurs groupes).

5 - Le développement d'une stratégie de mutualisation des coûts

Ce principe est surtout développé dans le cadre d'actions de promotion de la destination :

- avec les partenaires : Auvergne Rhône-Alpes tourisme, Gîtes de France, Maison du tourisme de la Haute-Loire, etc.
- avec les opérateurs touristiques locaux dans le cadre du plan de promotion mutualisé.