

Bilan du programme d'actions 2022

et orientations 2023



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

Maison du tourisme du Livradois-Forez

Assemblée générale
14 mars 2023

Le **Sommaire**

- | | |
|---|--------------|
| 1. Accueil, territoire et relations locales | p. 1 |
| 2. Marketing | p. 26 |
| 3. Relations clients et relations commerciales | p. 43 |
| 4. Synthèse des indicateurs | p. 55 |

— **Accueil,
territoire
et relations
locales**

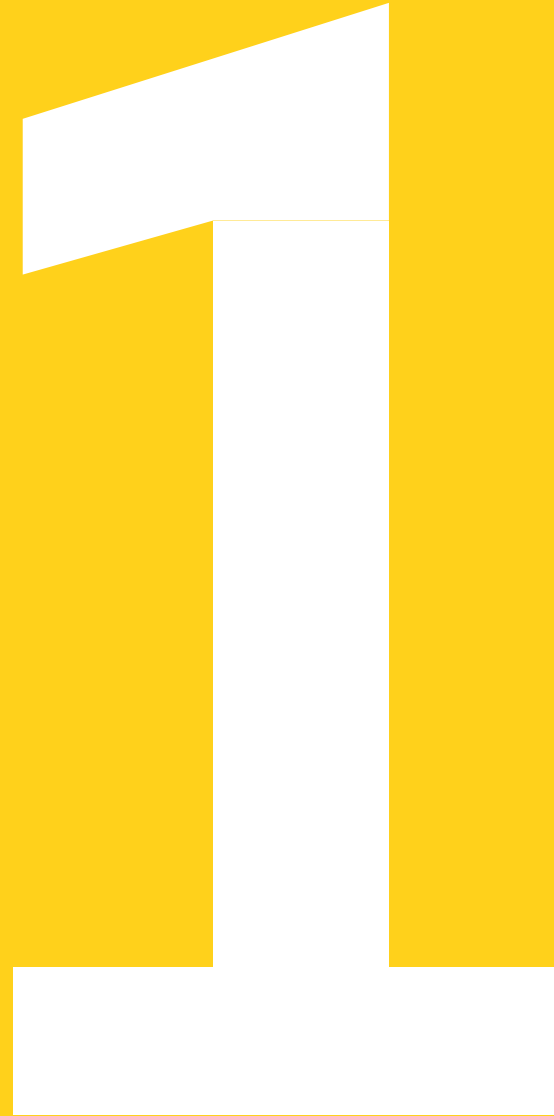


Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI)



ORGANISATION DE L'ACCUEIL ET DE LA DIFFUSION DE L'INFORMATION À L'ÉCHELLE DE LA DESTINATION

Objectif du schéma (SADI) :

- Augmenter la qualité d'information en lien avec le territoire.
- Augmenter le nombre de visiteurs informés.
- Augmenter la satisfaction client.
- Fidéliser les visiteurs.
- Accroître la notoriété du Livradois-Forez.

Points d'étape de la mission :

- Un diagnostic de l'accueil sur la destination.
- Des temps d'échanges avec les parties prenantes.
- 5 axes stratégiques de travail validés en COPIL.

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.



La démarche qualité nécessite de répondre à 155 critères qualité. Le point d'étape au 31 décembre 2022 est le suivant :

SÉQUENCES	Valeur actuelle	Valeur de l'objectif	% de l'objectif atteint
PROMOTION COMMUNICATION	5	6	83 %
ACCUEILLIR ET INFORMER	29	62	47 %
BOUTIQUE, COMMERCIALISATION, BILLETTERIE	14	23	61 %
ÉCOUTE-CLIENT	7	12	55 %
DÉVELOPPEMENT DURABLE	6	11	55 %
PROMOTION QUALITÉ	13	15	87 %
ENGAGEMENTS INTERNES ET ENVERS LA COLLECTIVITÉ	6	6	100 %
DISPOSITIONS DE MANAGEMENT	18	21	86 %

UNE DÉMARCHE QUALITÉ POUR UNE AMÉLIORATION CONTINUE DES SERVICES D'ACCUEIL AUX VISITEURS

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 en catégorie 1.

- Sensibilisation de l'équipe technique et des saisonniers.
- Promotion de la qualité auprès des prestataires touristiques.
- 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.
- 2^e rencontre du **Groupe Qualité de Destination**.

63 % DE CRITÈRES CONFORMES À LA DÉMARCHE QUALITÉ

(au 31 décembre 2022, contre 40 % l'an dernier).

Aménagement des bureaux d'information touristique



Devanture du BIT de Billom

Dans son souhait **d'améliorer la qualité des services d'accueil** proposés aux clientèles touristiques et aux habitants, la MDT a engagé un programme d'aménagement de ses bureaux d'information touristique (BIT) en 2 phases.

NOUVELLES DEVANTURES

- Finalisation des devantures de 6 BIT : Thiers, Courpière, Saint-Rémy-sur-Durolle, Saint-Anthème, Billom, Ambert.

AMÉNAGEMENTS INTÉRIEURS

- Les études et échanges avec les collectivités ont permis de conclure à l'aménagement de 6 bureaux, en 2 phases :
 - Ambert, Saint-Anthème et Saint-Rémy-sur-Durolle pour l'été 2023.
 - Billom, Courpière et Thiers pour 2024.
- Ces aménagements impliquent des efforts financiers des collectivités et un important travail de coordination entre les parties prenantes.
- Les espaces et le mobilier ont été pensés pour répondre aux besoins d'évolution de l'accueil en concertation avec l'équipe technique, les prestataires touristiques et les collectivités dans un esprit durable.



© Ménard/Mazuel

Exemple du mobilier prévu dans le programme d'aménagement intérieur des BIT

Aménagement des bureaux d'information touristique 2/2 : des projets d'aménagement intérieur



Projet aménagement du bureau d'Ambert



Projet aménagement du bureau d'Ambert



Projet aménagement du bureau de Billom



Projet aménagement du bureau de Courpière

Packs partenaires et packs publicitaires



Couverture du guide des services 2022

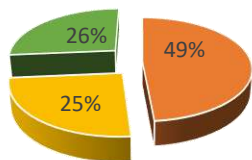
UNE OFFRE VARIÉE DE SERVICES PROPOSÉS AUX ACTEURS TOURISTIQUES

- **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

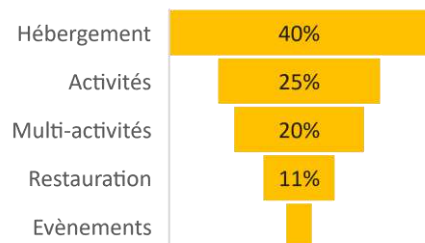
Répartition des « packs partenaires »
par territoire

AMBERT LIVRADOIS- FOREZ	Ambert	46
	Arlanc et la Haute-Loire	13
	Cunlhat	12
	Olliegues	18
	Saint-Germain	25
	Saint-Anthème et la Loire	31
BILLOM LEZOUX	Billom et région Issoire	46
	Lezoux	29
THIERS DORE ET MONTAGNE	Courpière	28
	Thiers	51
TOTAL	299	



- Ambert Livradois-Forez
- Billom/Lezoux
- Thiers Dore et Montagne

Répartition des « packs partenaires »
par typologie



299 PRESTATAIRES PARTENAIRES (+ 12 %)
577 OFFRES TOURISTIQUES (+ 36 %)

Dont 12 packs « Événements majeurs »

Coutellia, La Pamparina, Festival de La Chaise-Dieu, Festival d'Ambert, Les Concerts de Vollere, 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.

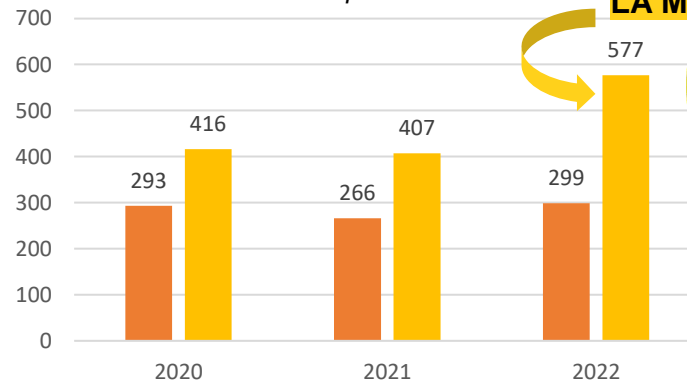
Et 3 packs « réseaux partenaires »

Route des Métiers

Sur les Pas de Gaspard

À pas de lynx.

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



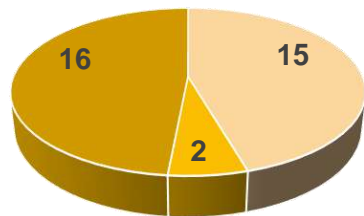
- Nombre de prestataires partenaires
- Nombre d'offres touristiques

Packs publicitaires

Répartition des packs publicitaires par support

SUPPORTS	NOMBRE DE PACKS
MAGAZINE DONT 5 ÉCHANGES PUBLICITAIRES ET 3 RÉSEAUX	27
PUBLIREPORTAGE	4
SITE INTERNET ACHETER LOCAL	7
TOTAL	38

Répartition des annonceurs par territoire

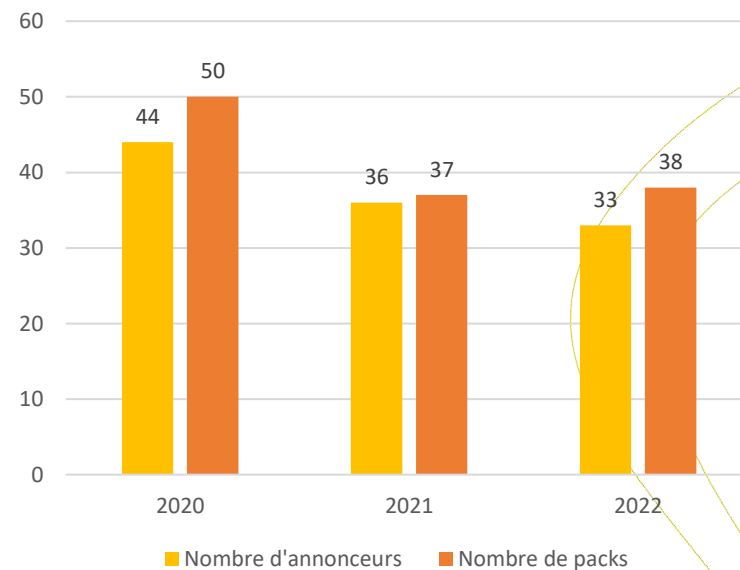


- Ambert Livradois-Forez et région Loire/Haute-Loire
- Thiers Dore et Montagne
- Billom/Lezoux

33 ANNONCEURS 38 PACKS PUBLICITAIRES

dont 3 packs « Réseau »
5 échanges de publicité
pack « Événements majeurs »
et 7 packs « Acheter local »

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



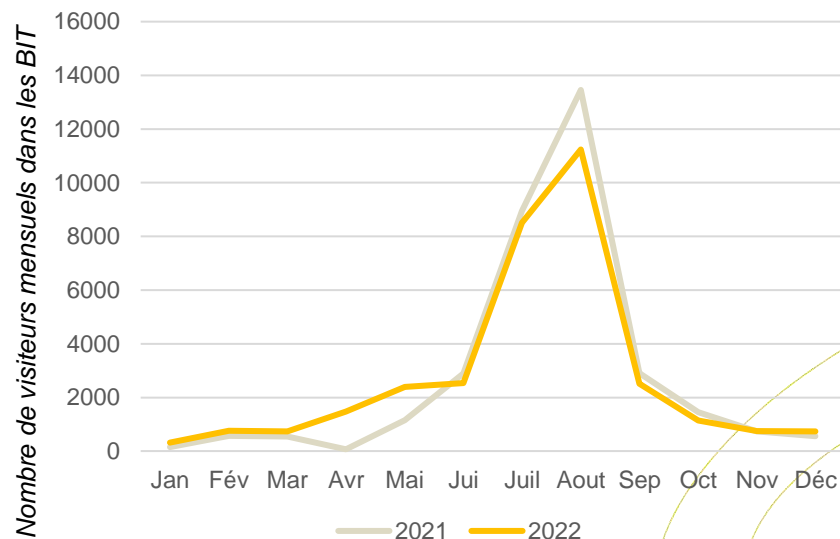
Accueil dans les bureaux d'information touristique

BIT	NB CONTACTS GUICHET	ÉVOLUTION NB CONTACTS GUICHET	NB CONTACTS TÉLÉPHONE
THIERS	5 509	-13 %	2 174
AMBERT	4 705	+ 20 %	2 197
BILLOM	2 948	+ 9 %	1 433
ST-ANTHÈME	2 121	+ 32 %	1 631
ARLANC	1 031	- 6 %	123
COURPIÈRE	939	+ 45 %	316
OLLIERGUES	682	+ 16 %	272
ST-GERMAIN-L'HERM	401	+ 5 %	38
ST-RÉMY/DUROLLE	202	- 30 %	NC
TOTAL	18 538	+ 6 %	8 184

33 135 VISITEURS

soit 18 538 contacts qualifiés (+ 6 %)

19 752 visiteurs accueillis en juillet/août
soit 9 760 contacts (- 15 %)



- 3 BIT font 78 % de la fréquentation.
- 34 % des visiteurs sont accueillis en août, 25 % en juillet.
- 362 personnes/jour accueillies au mois d'août.

PRÈS DE 8 300 ACCUEILS À DISTANCE

Dont 8 184 contacts téléphoniques dont 3 918 en juillet/août.
Contacts téléphoniques + réponses aux commentaires internet.

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, Arlanc, Viverols, Saint-Clément-de-Valorgue	33	1 199

STRUCTURES TOURISTIQUES	NB de RDV	NB de VISITEURS
Musée de la Céramique de Lezoux, camping de Pont-Astier, médiathèque Entre Dore et Allier	29	179

MARCHÉS	NB de RDV	NB de VISITEURS
Marché de Lezoux et de Puy-Guillaume	15	244

ÉVÈNEMENTS	NB de RDV	NB de VISITEURS
Coutellia, Cyclo des Copains, Marché des potiers, Village des Sites remarquables du goût.	4	517

2 100 VISITEURS RENSEIGNÉS

« HORS LES MURS »

- **Présentations du territoire lors des pots d'accueil** dans les structures d'hébergements touristiques de + de 100 lits : **33 rendez-vous, 1 199 participants (+ 33 %),** soit une moyenne de **36 participants par pot d'accueil.**
- **Un accueil hors les murs réalisé sur le secteur de Lezoux.** Opération intensifiée en 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 (5 rdv), camping de Pont-Astier (4 rdv), marché de Lezoux (8 rdv). **30 rendez-vous 285 visiteurs.**
- **Nouveauté 2022** : présence sur le marché de Puy-Guillaume : **5 rdv, 88 visiteurs.**
- Un **stand** de la MDT lors des **événements majeurs** lorsqu'il n'y a pas de BIT à proximité : **4 rdv, 517 visiteurs.**
- **Borne interactive de Thiers en centre-ville** (pas de données pour 2022 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.

LA MDT : SOCIÉTAIRE DE LA COOPÉRATIVE APIDAE

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

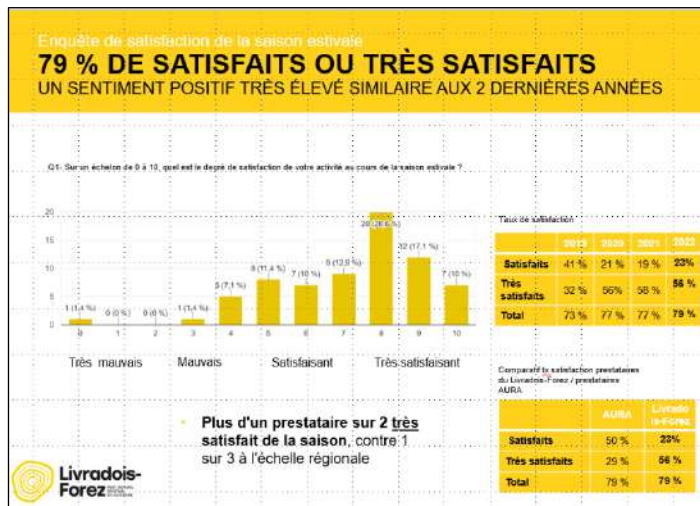
PRÈS DE DE 2 000 FICHES D'INFORMATION TOURISTIQUE MISES À JOUR

- Utilisation de la base de données de l'offre touristique (APIDAE) commune aux OT de la région.
- Coordination de la mise à jour de ces informations.
- Le site internet mis à jour à partir de cette base de données.
- Un 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).

DES OUTILS D'OBSERVATION TOURISTIQUE

- Mise en place d'un module de qualification et comptage des contacts clients (comptoir, tél, mail, etc).
- Élaboration d'un bilan estival et annuel de fréquentation touristique.
- Participation à l'observation nationale d'ADN tourisme (réseau des offices de tourisme).

Extrait du bilan estival enquête prestataire



1 ENQUÊTE ESTIVALE PRESTATAIRE

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

1 ENQUÊTE ESTIVALE CLIENTÈLE

- Réalisée en partenariat avec l'Observatoire du tourisme de Clermont Métropole, diffusion d'une enquête aux visiteurs résidant à plus de 30 minutes du territoire.

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	6 183	23 000	1 150	96	220
CARTE TOURISME ET PATRIMOINE	7 735	3 730	1 055	286	390
ROUTE DES MÉTIER S	4 575	2 870	1 465	181	70
PRESTATAIRES secteur AMBERT LIVRADOIS- FOREZ	-	18 845	5 550	95	825
PRESTATAIRES secteur BILLOM/LEZOUX	-	5 230	925	545	240
PRESTATAIRES secteur THIERS DORE ET MONTAGNE	-	5 590	670	240	180
BALADES NATURE ET PATRIMOINE	2 875	2 600			
S/TOTAL	21 368	61 865	10 815	1 443	1 925
TOTAL	97 415				

PRÈS DE 98 000 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 **14 000** documents diffusés.
Pas de bourse en 43, souhait de la MDT43.
- Livraison de **18 493** documents commandés par les acteurs touristiques du Livradois-Forez (partenaires et non-partenaires).
- Livraison de **1 430 magazines dans les commerces locaux et les mairies** du Livradois-Forez (contacts préalables par téléphone pour les quantités à diffuser).
- Plateforme d'envoi de documents commune aux BIT (près de **500 envois** contre 400 en 2021).

PRÉSENTATION DE LA DOCUMENTATION DANS LES BIT

- Mise en valeur des documents des partenaires de la MDT dans les bureaux d'information touristique.
Retour de la documentation en libre-service dans les bureaux.

Supports d'informations



Guide des hébergements
imprimé à la demande



Exemple de fiche suggestion

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

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.
- Diffusion : partenaires MDT.

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.



Exemple d'une page du diaporama
de présentation du territoire

Service billetterie



Billetterie en Livradois-Forez : MDT + prestataires

	NB DE PRESTATAIRES	CHIFFRE D'AFFAIRES
Billetterie vendue directement par la MDT	32	78 879 €
Billetterie vendue par les prestataires	14	124 356 €
TOTAL	46	203 235 €

Billetterie spécifique à la Maison du tourisme

	CHIFFRE D'AFFAIRES			
	2020	2021	2022	VAR.
ÉVÉNEMENTS	5 852 €	29 294 €	59 957 €	+ 105 %
ACTIVITÉS SITES DE VISITE	15 146 €	13 814 €	15 783 €	+ 14 %
BNP (1)	2 208 €	2 634 €	2 789 €	+ 6%
TOTAL	23 206 €	45 742 €	78 879 €	+ 72 %

(1) Hors visites et balades MDT

UN SERVICE DE RÉSERVATION D'ÉVÉNEMENTS 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'événements et prestataires d'activités.

203 235 € DE BILLETTERIE : + 10 %

- Réalisé grâce aux outils de vente (Addock + Open billet) fournis aux opérateurs locaux par la MDT contre 185 000 € en 2021.

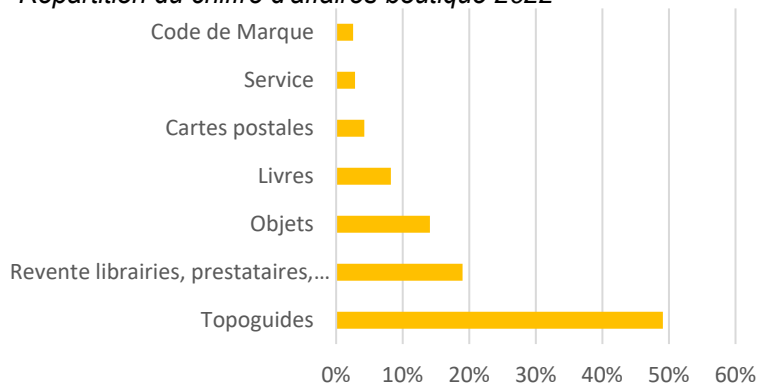
78 879 € DE VENTES ASSURÉES DIRECTEMENT PAR LA MDT : + 72 %

- **66 %** de la billetterie assurée par la MDT est réservée en ligne.

46 PARTENAIRES « BILLETTERIE »

Boutique

Répartition du chiffre d'affaires boutique 2022



VENTES BOUTIQUE : 8 945 € (- 4 %)

Définition d'une stratégie

- Élaboration et mise à jour d'une politique boutique en lien avec la démarche qualité et les nouveaux aménagements des BIT.



© Ménard/Mazuel

Tarifs privilégiés

- Des réductions pour les prestataires partenaires et les collectivités avec un bon de commande spécifique.

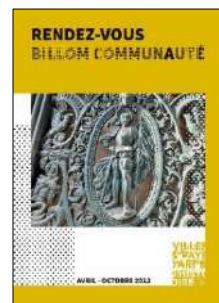
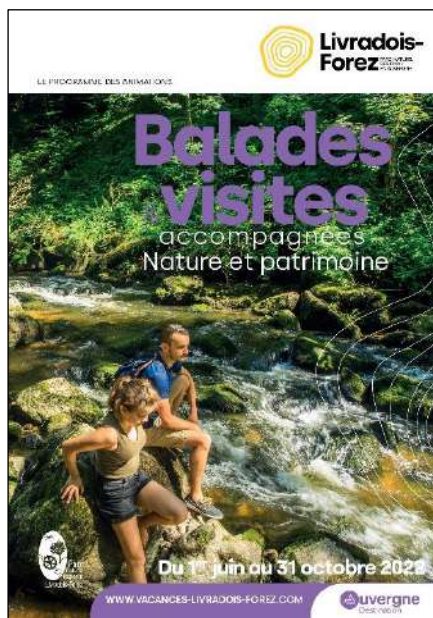
Nouveautés 2022

- Art de la table. Après la création d'un coffret de couteaux « Le Thiers - Livradois-Forez », 1 nouveau produit a intégré la boutique des BIT : les tire-bouchons de Saint-Rémy-sur-Durolle.

Suivi administratif

- Suivi de la gestion des caisses de chaque BIT.
- Achat et intégration des produits – Gestion des produits (transferts, stocks, fournisseurs).
- Gestion des inventaires (vérification des stocks de nos produits et inventaires des caisses).

Programme d'animations



528 PARTICIPANTS AUX BALADES NATURE ET PATRIMOINE : + 9 %

- Démarche soutenue par le PNR Livradois-Forez.
- Programmation spécifique à la MDT :
 - 36 visites de villes et de villages
 - 7 balades nature
 - 10 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 : 115 participants

- Journées européennes du patrimoine : visite du château du Pirou, **42 participants**.
- Semaine bleue : nouvelle visite à Puy-Guillaume, **28 participants**.
- Festival Voix romane : visite du bourg de Courpière, **15 participants**.
- Journée du commerce de proximité et Festi'14 : 3 visites guidées de Lezoux, **30 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).

	NB BALADES PRÉVUES	NB BALADES RÉALISÉES	NB PARTICIP.	CHIFFRE D'AFFAIRES
2022	63	53	528	2 722 €
2021	73	56	486	2 308 €
2020	71	49	489	2 430 €
Var.		- 5 %	+ 8,6 %	+ 18 %

Valorisation des animations



GUIDE DES ANIMATIONS



Festivités et animations

Du samedi 9 avril au dimanche 8 mai 2022

Expositions

Jusqu'au merc. 13 mai	Jusqu'au sam. 30 avril	Jusqu'au samedi 7 mai
Immersion au cœur des Espaces naturels sensibles Chauriot Moine 51h Les expositions permettent d'approfondir une thématique du territoire de Billom Communauté, reconnue d'actualité. Découvrez les sites labellisés « Espaces naturels sensibles » dans le Puy-de-Dôme, leur richesse et leur préservation. Gratuit. Tel: 04 73 68 89 85 ou 04 73 62 85 85 contact@livradois-forez.com www.billom.fr	Folies textiles Lezoux Médiathèque Entre Dore et Alier, 8 h 30. Un projet collectif qui a résisté à la crise sanitaire ! Des créations textiles originales en tissu et en pop-up inspirées des 4 éléments (air-terre-eau-feu). À découvrir sans modération ! Gratuit. Tel: 04 73 78 11 07 mediatheque@ccsdoirealier.fr www.livradois-forez.com/dore-et-alier	Les rouets, l'eau, le Duralle Celles-sur-Duralle La Maison du Pont, 18 h Les Vieilles Lames exposent à La Maison du Pont, des photos des anciens rouets de la vallée des Rouets, accompagnées par de nombreux documents d'époque, des machines... Gratuit. Tel: 02 14 37 32 77
		Jusqu'au dim. 8 mai En attendant Noël Livradois-Forez



DES GUIDES D'ANIMATIONS

- 4 guides « *Festivités et animations* » petites vacances scolaires (Hiver, Printemps, Toussaint et Noël).
- 1 édition thématique : marchés de Noël.
- Des agendas locaux mensuels et hebdomadaires (en juillet/août) pour le secteur Billom/Lezoux, Thiers Dore et Montagne et Ambert Livradois-Forez, impression à la demande, soit **54 guides**.

Guides diffusés par e-mailing, consultables et téléchargeables sur le site internet (450 téléchargements contre 52 en 2021).

AUTRES SUPPORTS DE COMMUNICATION

- Rubrique agenda du site internet : **78 427 vues** contre 15 558 en 2021.
- Réseaux sociaux : relais des animations et de l'actualité du territoire sur la page Facebook **Vacances Livradois-Forez**.
- Transmission des animations pour 3 médias : La Gazette Thiers-Ambert, La Montagne, Le Semeur-Hebdo.

UNE MÉTHODE DE RECENSEMENT

- 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).
- **800 événements recensés en 2022.**

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

7 SESSIONS DE FORMATION

- **66 participants**
- **Les sessions**
 - 29/03 : créer des publicités sur Facebook
 - 31/03 : rédiger ses conditions générales de vente
 - 5/04 : Instagram
 - 12/05 et 9/12 : anglais du tourisme
 - 17/05 : atelier photo
 - 25/10 : gérer sa e-réputation
 - Toute l'année : Open system (Open pro et/ou Addock) (débutant, confirmé, développement)
- **13 sessions**

8 WEB TV

- **8 rendez-vous « en visio-conférence »** disponibles en replay sur la chaîne YouTube de la Maison du tourisme **18 participants et 161 vues.**
- **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.



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



*Journées de rencontres locales secteurs
La Chaise-Dieu et le Vernet-Chaméane*

FORUMS DES ACTEURS TOURISTIQUES

- 9 juin : lancement de la saison touristique.
- 29 novembre : schéma d'accueil et de diffusion de l'information et plan marketing.
- Environ **80 participants**.

JOURNÉES DE RENCONTRES LOCALES

- **110 participants**
24 mai : secteur de La Chaise-Dieu.
20 octobre : secteur de Sauxillanges et le Vernet-Chaméane.
- **Objectif** : mieux connaître la destination Livradois-Forez (sites, structures, prestataires...).

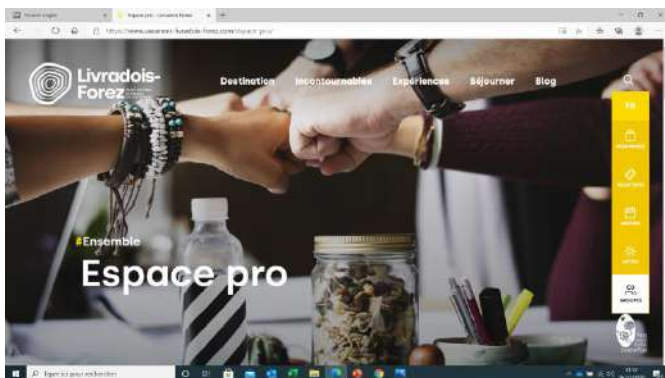
JOURNÉES DÉCOUVERTE « QUALITÉ »

- **2 ½ journées** visite de prestataires et témoignages sur les démarches qualité existantes (Clef verte, Nattitude, Valeurs Parc, etc.), **34 participants**,
- Accompagnées de **3 sessions** de présentation en visioconférence (replays disponibles), **19 participants (84 vues)**.

PARTENARIAT GÎTES DE FRANCE

- 2 rdv : présentation du label, témoignages et visite d'adhérents, échanges (**21 participants**).
- 1 café-news : présentation et échanges avec l'équipe technique de la MDT.

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

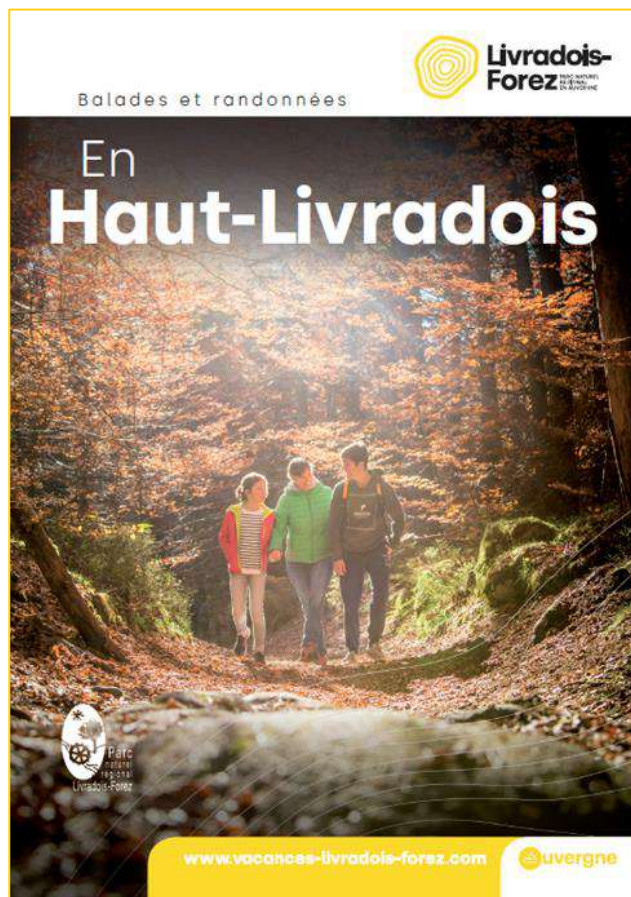
Maison du tourisme Livradois-Forez – Professionnels

- Nombre de membres : 232 (222 en 2022) + 4 %
- + de 650 nouvelles publications en 2022.
- Contenu : formations, rappels de rdv, articles, partage d'informations de la part des partenaires, etc.

9 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



Couverture du topoguide « Balades et randonnées en Haut-Livradois » sorti en octobre 2022

SOUTIEN À LA CRÉATION DE TOPOGUIDES DE RANDONNÉE PÉDESTRE

- Édition du topoguide local « Balades et randonnées en Haut-Livradois ».
- Diffusion-commercialisation des topoguides locaux (librairies, grandes surfaces...).

DÉVELOPPEMENT DE LA RANDONNÉE SUR LES HAUTES-CHAUMES DU FOREZ

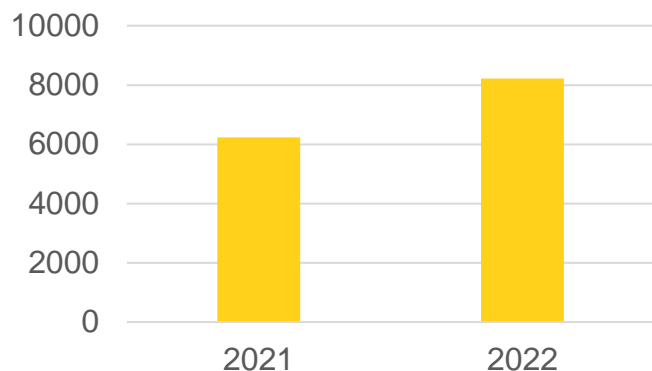
- Élaboration d'un plan « randonneurs » sur les Hautes-Chaumes du Forez en lien avec les acteurs locaux (communes, PNRLF, propriétaires agricoles...).
- Signature de conventions pour le passage des randonneurs.
- Travaux de déviation des PR et GR.



Pose d'un portillon au niveau de Peyre-Mayou, sur le GR3.

Randonnée : développement

Fréquentation des sites équipés d'éco-compteurs
(période du 1^{er} avril au 31 août).



ÉCO-COMPTEURS	2020	2021	2022
VALLÉE DU FOSSAT	4 793	3 334	4 235
SENTIER DES PAPETIERS	NC	2 695	3 721
TOUR DE PAYS (LIVRADOIS)	279	201	267

Compte-tenu du déplacement d'éco-compteurs sur les Hautes-Chaumes en juin, les données de fréquentation sur les sites du col du Béal et du Colporteur ne sont pas exploitables en 2022.



COORDINATION DU BALISAGE ET DE LA MAINTENANCE POUR LES CIRCUITS DE RANDONNÉES PÉDESTRES + LE TOUR VTT EN COLLABORATION AVEC L'ASSOCIATION RANDONNÉE EN LIVRADOIS-FOREZ

- Balisage et suivi de plus de 2 000 km de sentier :
 - 192 PR + 27 sentiers à thèmes.
 - Tour de Pays et circuits de WE.
 - Le Tour VTT en Livradois-Forez.
- Mise en place et formations de référents territoires concernant le balisage des randonnées pédestres.
- Établissement de préconisations sur le balisage des sentiers de découverte en Livradois-Forez à finir en 2023.

SUIVI DES ÉCO-COMPTEURS

Déplacement de 3 éco-compteurs suite à des modifications de tracés et autres travaux :

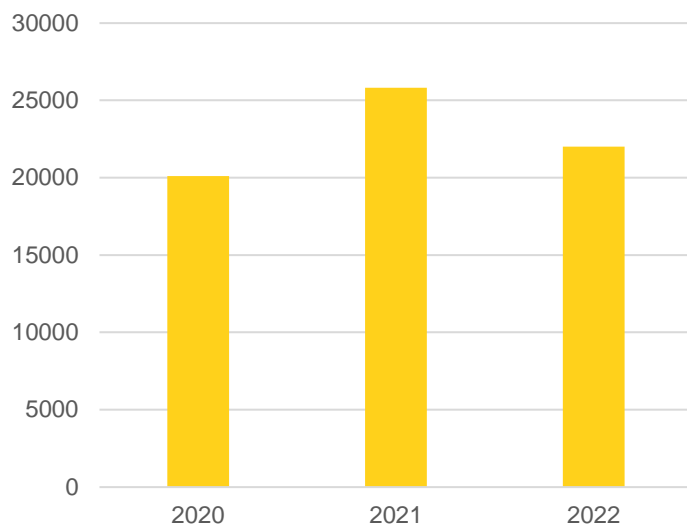
- « Le chemin des Papetiers »
- « Tour de Pays » sur les Hautes-Chaumes
- « Le colporteur des Jasseries »

SOUTIEN À L'ASSOCIATION RANDONNÉE EN LIVRADOIS-FOREZ

- Aide de 2 000 € à l'association RELF pour le balisage des chemins de randonnées pédestres édités dans les topoguides locaux.

Randonnée : plateforme numérique WWW.LIVRADOIS-FOREZ-RANDO.FR

Nombre d'utilisateurs de la plateforme
randonnée www.livradois-forez-rando.fr



2020	2021	2022
20 103	25 821	22 004

730 FICHES RANDO/TTT/VÉLO DISPONIBLES

- Intégration de circuits cyclotourisme.

22 004 UTILISATEURS UNIQUES DU SITE

5 200 UTILISATEURS DE L'APPLICATION

- **3 700 nouveaux téléchargements.**

PRÉPARATION D'UNE NOUVELLE VERSION

- Gestion de la plate-forme numérique et des contenus (préparation au passage de la version du site en 2023).
- Possibilité de randonnée en mode « hors-ligne » sans avoir besoin de réseau mobile, ni d'internet (à condition d'avoir téléchargé le parcours).
- Possibilité de géolocalisation permanente.
- Rapidité de l'application.



Nouvelle web-application disponible depuis janvier 2023.

Nouvelles actions 2023 en prévision

L'accueil

- Schéma d'accueil et de diffusion de l'information (SADI) : validation.
- Aménagements intérieurs de 3 bureaux d'information touristique (Ambert, Saint-Anthème et Saint-Rémy-sur-Durolle). Inauguration avant l'été.
- Restructuration de l'accueil téléphonique et création d'un numéro unique communiqué lors des actions de promotion.
- Écoute-client : mise en place du suivi de l'e-réputation.
- Développement des outils d'informations thématiques.
- Développement des outils de vente en ligne pour les activités (Addock).
- Diffusion du magazine de destination dans les commerces du Livradois-Forez et autres sites (avec présentoir).
- Étoffement des produits « boutique », installation de solutions de paiement par CB dans les BIT non-équipés de TPE.

La randonnée

- Réédition des topoguides « Balades et Randonnée » : Entre Dore et Allier, Olliergues, Billom, Courpière et Vallée de l'Ance.
- Préconisations et réaménagements des sentiers de découverte (balisage...).
- Participation au projet de développement de Destination Grand Air.
- Développement de la plateforme Livradois-Forez Randonnée (en partenariat avec le PNR Livradois-Forez) : mise à jour du site à la version 3 (web application).
- Pose d'un éco-compteur dans la vallée du Madet.

Les relations locales

- Évolution du programme de formation et de rencontres pour les prestataires.
- 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



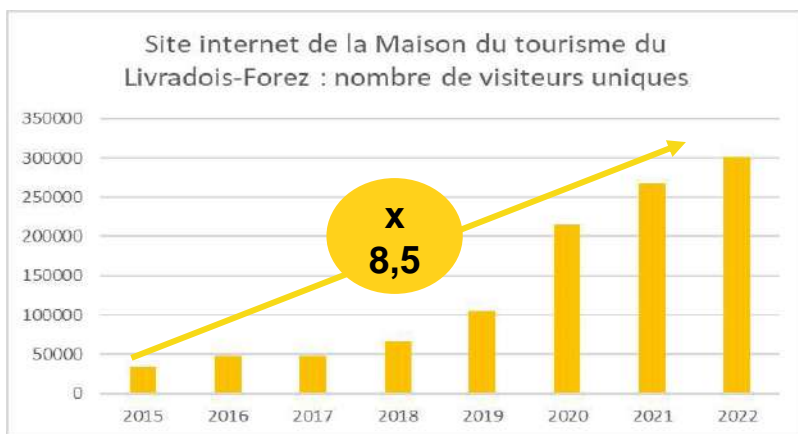
12 CAMPAGNES MENSUELLES

- Une thématique mensuelle (voir tableau)
- 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.
<https://urlz.fr/kHUy>

Programmation 2022 :

Janvier	Adrénaline et sensation
Février	Hiver
Mars	Un territoire, plusieurs destinations
Avril	Les trésors
Mai	Artisanat
Juin	Itinérance
Juillet	Festivité
Août	Exploration
Septembre	Nature
Octobre	Petits trajets, grandes découvertes
Novembre	Déconnexion
Décembre	À la conquête des monts

Site internet vacances-livradois-forez



300 479 UTILISATEURS UNIQUES DU SITE INTERNET (+ 15 %)

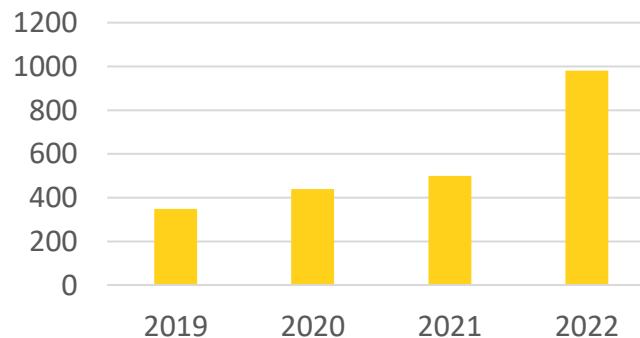
DES CONTENUS EN ÉVOLUTION

- 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 VISIBILITÉE

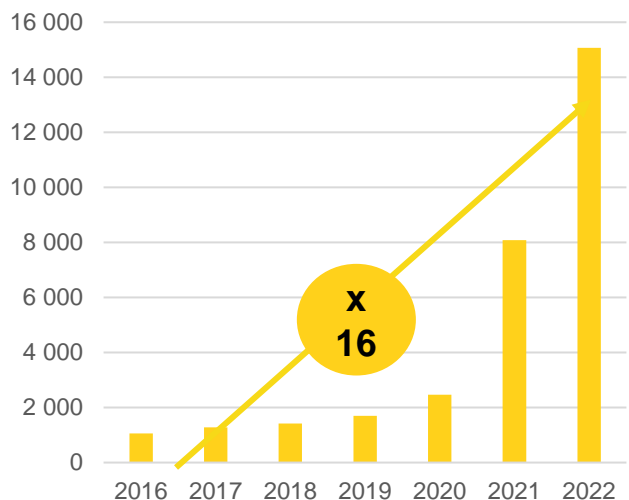
- Un plan de référencement (mots-clés) du site internet avec l'appui d'une agence spécialisée (Cybercité).
- Près de 1000 « mots-clés » positionnés dans le top 10 sur Google (+ 49 %).

Nombre de mots-clés positionnés en top 10 sur Google

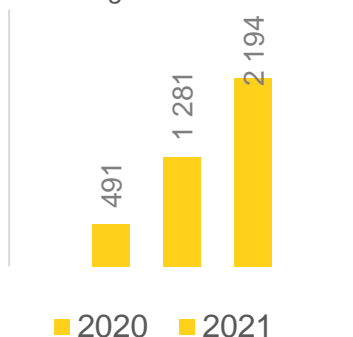


Réseaux sociaux & campagnes publicitaires

Évolution du nombre d'abonnés sur Facebook



Évolution du nombre d'abonnés sur Instagram



ANIMATIONS DE 3 RÉSEaux SOCIAUX : PRÈS DE 300 PUBLICATIONS

- Facebook : **206 publications** dans l'année (hors publicités).
- Instagram : **90 publications** dans l'année.

17 260 ABONNÉS AUX RÉSEaux SOCIAUX (+ 84 %)

RÉSEaux SOCIAUX	INDIC.	2022	2021	2020	ÉVOL. 2022/2021
FACEBOOK	Abonnés	15 066	8 084	2 465	+ 71 %
INSTAGRAM	Abonnés	2 194	1 281	491	+ 86 %
YOUTUBE	Vidéos vues	5 973	4 600	7 614	+ 31%

68 CAMPAGNES SPONSORISÉES FACEBOOK

- **15 millions de personnes** ont vu au moins une de ces campagnes.



92 PARTENAIRES TOURISTIQUES UTILISATEURS DE LA MARQUE

- **80 prestataires** touristiques.
- **12 organisateurs** d'événements avec le « pack événements ».

UNE BOÎTE À OUTILS QUI FAIT PEAU NEUVE

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

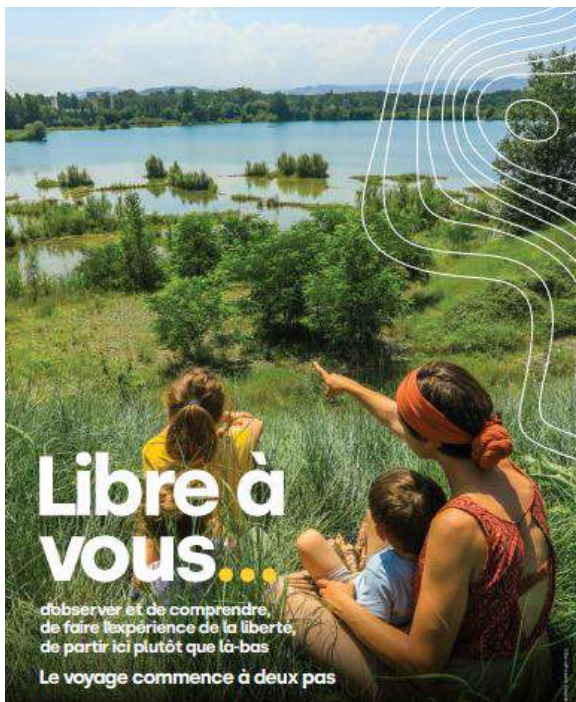
- Visuels pour le Web, pages de couverture pour Facebook,
- Vidéos,
- Carte de vœux numérique,
- Photographies de la destination libres de droit.



DÉPLOIEMENT DE LA MARQUE

- Co-gestion de la marque avec le syndicat mixte du PNR (propriétaire de la marque) : comité de concertation.
- Participation à un after-work de présentation de la marque (organisé par le PNR).

Soutien aux événements majeurs



**Livradois-
Forez**

PARC NATUREL
RÉGIONAL
EN ALVERGNE



www.vacances-livradois-forez.com

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



**Livradois-
Forez**

PARC NATUREL
RÉGIONAL
EN ALVERGNE

SOUTIEN À 12 ÉVÉNEMENTS

- **Événements 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 CONVENTIONS DE PARTENARIAT

- La MDT contribue à la promotion de l'événement.
- L'événement valorise la destination et la marque Livradois-Forez.

SERVICES RENDUS PAR LA MDT

- 21 services spécifiques et 7 services à la carte.
- 40 posts spécifiques aux événements majeurs, ainsi que des articles de blog et newsletters grand public.
- Un communiqué de presse « grands événements du Livradois-Forez ».
- 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 de 6 événements.
- Un service de billetterie.
- Mise à disposition d'un kit de communication spécifique (kakémonos, sacs chartés, magazines, cartes touristiques...).
- Service de distribution des brochures aux bourses aux documents et auprès des prestataires touristiques du Livradois-Forez.

Salons et présence lors des « grands événements »



Le Roc d'Azur (Fréjus)

PARTICIPATION À 2 SALONS NATIONAUX

- Salon du randonneur (Lyon) en partenariat avec Auvergne destination
- Roc d'Azur (Fréjus) en partenariat avec Auvergne destination et les OT d'Espace VTT grand air

PARTICIPATION À 6 ÉVÉNEMENTS LOCAUX

	Dates	Nb visiteurs renseignés
COUTELLIA (THIERS)	28 et 29 mai	207
MARCHÉ DES POTIERS (BORT-L'ÉTANG)	28 et 29 mai	94
FESTIVAL DU MONTEPELOUX (SAILLANT)	20 juin	20
LA CYCLO LES COPAINS (AMBERT)	2 et 3 juillet	96
FOURMOFOLIES (AMBERT)	6 et 7 août	427
VILLAGE DES SITES REMARQUABLES DU GOÛT (BILLOM)	Du 2 au 4 décembre	74
TOTAL		1 799



37 000 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.
- Diffusion
 - Plus de 20 000 ex. localement.
 - 11 000 ex. hors territoire dont 3 500 ex. diffusés en kiosque avec Le Mag2Lyon.
 - **Nouveau : 3000 exemplaires mis en vente en kiosque dans 15 départements proches de la région AURA et à Paris. Vendu finalement à 300 exemplaires.**

CARTE TOURISME ET PATRIMOINE

- Diffusion de la carte tourisme et patrimoine réalisée en 2021 (pas réimprimée en 2022).

Vidéos



CRÉATION ET DIFFUSION DE LA VIDÉO DE DESTINATION

- Objectif : séduire, éveiller la curiosité.
- Fil conducteur : manifeste de la destination.
- Réalisation : Analogue production.
- Durée : 2'50"
- Diffusion : site internet, réseaux sociaux, cinémas locaux, Auvergne destination.
- Revoir la vidéo : <https://urlz.fr/kHXe>

PRÉPARATION DE 4 VIDÉOS DE « TERRITOIRES VUS DU CIEL »

- Les vidéos : Thiers, cité médiévale et coutelière ; Billom et Lezoux, histoire d'aulx et céramique ; Ambert, fourme et Forez ; La Chaise-Dieu, œuvre gothique et volcans.
- Réalisation : Analogue production.
- Durée : 30" par film.
- Tournage : été 2022.
- Diffusion : 2023.

PRÉPARATION D'UNE VIDÉO SUR L'AIL DE BILLOM

- Partenaires : Champs d'ail de Billom, Site remarquable du goût, Fédération de l'ail d'Auvergne.
- Réalisation : Tournez la page.
- Tournage : année 2023.
- Diffusion : 2024.



Campagne photographique et photothèque



© Joël Damase

NOUVELLE CAMPAGNE PHOTOGRAPHIQUE

- Thème : randonnée et micro-aventure.
- Partenaires (cofinancement) : Aura tourisme (dans le cadre du plan d'action de promotion des PNR Auvergne-Rhône-Alpes).
- Réalisation : été 2022.
- Photographe : Joël Damase.

CRÉATION D'UNE PHOTOTHÈQUE

- Accès : <https://phototheque.mdt-livradois-forez.fr/>
- **1053 photographies** intégrées.
- Organisation sous forme d'albums thématiques.
- Chaque photo est « taguée » et présente des informations techniques (résolution, taille, crédit photo...) et les autorisations d'usage.
- Photothèque accessible (sur simple demande) aux communautés de communes fondatrices de la MDT et au PNRLF, partenaires signataires du code de marque et à la presse.

Relations-médias : actions de séduction



MISSION DE RELATION PRESSE & MÉDIAS avec l'agence Qui Plus Est

- **10 médias-cibles** prioritaires.
- **172 médias nationaux** et **90 médias régionaux** suivis.
- Création et diffusion de supports à la presse :
 - au printemps : un dossier de presse,
 - à l'automne : un communiqué de presse « Livradois-Forez, un territoire révélateur de passions » (artisanat d'art).
- Démarchage individuel des médias.

BOX « LES PETITS TRÉSORS DU LIVRADOIS-FOREZ »

- Création d'une box avec des produits emblématiques du Livradois-Forez.
- Diffusion aux 10 médias-cibles prioritaires.

Contenu de la box : un couteau fermant Le Thiers® ; une améthyste d'Auvergne ; une bière locale ; un sachet de guimauve à l'ail noir, un carnet de notes en papier Richard-de-Bas, un dé à jouer en terre cuite de Lezoux ; une éphéméride pour contempler le coucher du soleil sur les volcans d'Auvergne ; des fiches descriptives de chacun des produits (histoire, suggestions de visites en lien, etc).

Relations-médias : 3 reportages TV



2 REPORTAGES TV NATIONALES : PLUS DE 7 MILLIONS DE VUES

- **TF1 : JT 13 H. Améthyste, la perle de l'Auvergne.**
Diffusion le 16/01/2022. 4'.
Audience moyenne : 5,9 millions.
- **France 3 : émission « En vadrouille » à Ambert.**
Diffusion le 16/12/2022.
Audience moyenne : 1,2 million.
Avec le journaliste Loïc Ballet.



voir la vidéo : <https://urlz.fr/kHqH>

1 REPORTAGE TV RÉGIONALE

- **France 3 Auvergne-Rhône-Alpes :**
« Sentiers battus : la vallée des Rouets à Thiers »
Diffusion le 23/09/2022.
Avec la journaliste Delphine Cros.



Relations-médias : accueil de 2 influenceurs



MICHEL CYMES ALIAS « DR GOOD »

- Thème : VTT « santé »/promotion du plus grand espace VTT de France « Destination Grand Air ».
- Durée : 4 minutes.
- Partenaires : Auvergne-Rhône-Alpes-Tourisme, OT Loire-Forez, les centre VTT des Bois Noirs et Ambert Crêtes du Forez.
- Médiatisation prévue au printemps 2023 sur la chaîne du Docteur Good.



BRUNO MALTOR

- Le blogueur voyage le plus influent de France.
- Thème : la partie cachée de l'Auvergne, le Livradois-Forez.
- Durée : 15 minutes.
- Partenaires : communauté de communes Ambert-Livradois-Forez, ville d'Ambert, Festival Ambert, AOP Fourme d'Ambert,

BILAN

- Une communauté de **1 700 000 followers**.
- **3 400 000** vues des vidéos.
- **2 800 000** vues via l'affichage urbain « Phénix Digital ».
- **182 000** Likes/réactions.



Voir la vidéo :

Relations-médias : presse écrite



4 ARTICLES DE PRESSE ÉCRITE

- **The Guardian** Parution : avril 2022 suite à accueil en 2021. Reportage de 6 pages sur l'Auvergne. Équivalent pub : 17 640 €. Sujets : saucisse de choux à l'Auberge du Montoncel + coutellerie thiernoise.
- **Marmiton** Parution en juillet-août 2022. Article ¼ de page. Équivalent pub : 4 750 €. Sujet : les Fourmofolies.
- **Rustica** Parution : numéro du 2 au 18 août 2022. Reportage de 3 pages. Équivalent pub : 21 000 €. Sujets : ail rose et ail noir.
- **France cyclisme** Parution : automne 2022. Reportage de 2 pages. Équivalent pub : 12 870 €. Sujet : VTT avec la "Destination Grand Air"

APPORTS DE CONTENUS

- **Auvergnha** Parution Janv-Mars 2022. 6 pages. Équivalent pub : 17 400 €. Sujet : ail noir de Billom.
- **Auvergnha** Parution Juil-Sept 2022. 1 page. Équivalent pub : 2 900 €. Sujet : Festival Volcan du Montpeloux.
- **Geste/s N°2** Parution été 2022. Article de 8 pages. Équivalent pub : 16 300 €. Sujet : de Strasbourg à Épinal... d'Ambert à Annonay... le papier, par touches d'impression.
- **Massif central Magazine** Parution oct.-déc. 2022. Équivalent pub : 51 194 €. Reportage de 26 pages sur le Livradois-Forez.

Relations-médias : des accueils de journaliste



Marie Jarry, photographe (« Esprit d'ici »)
au château de Montmorin



3 ACCUEILS DE JOURNALISTES

- **Avril : Le monde du camping-car.** Parution octobre 2022. 6 pages. Thème : Puy-de-Dôme et Haute-Loire. Équivalent pub : 81 630 €. Sujet : escapade en Livradois-Forez.
- **Juin : Reformatorisch Dagblad (www.rd.nl).** Parution prévue : printemps 2023. 6 pages. Sujet : glaces fermières, apiculture et artisanat.
- **Octobre : Esprit d'ici.** Parution prévue à l'automne 2023. 14 pages 280 000 lecteurs. Équivalent pub : 204 400 € Sujet : de la Toscane auvergnate aux steppes mongoles.

FRANCE BLEU

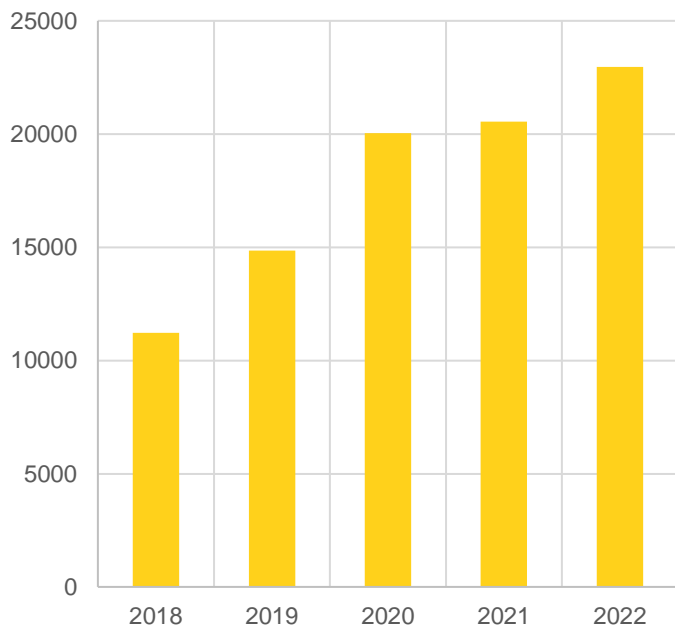
- **France Bleu national.** 28 mai «Happy Hour – Patrimoine » : 30 minutes sur Thiers et la coutellerie. Dans le cadre du festival Coutellia.
- **France Bleu Pays d'Auvergne** : 17 interventions « ambassadeurs du Livradois-Forez » ; 3 émissions enregistrées en Livradois-Forez.

4 REPORTAGES WEBZINES

- **Femme actuelle.** Parution le 11 janvier 2022. Sujet : train Agrivap. Voir l'article: <https://urlz.fr/kHsF>
- **LCI.FR.** Parution le 16 janvier 2022. Sujet : améthyste sujet TF1. Voir l'article: <https://urlz.fr/kHsQ>
- **Lecourrierdesentreprises.fr.** Parution le 17 janvier 2022. Sujet : améthyste, la perle d'Auvergne. Voir l'article: <https://urlz.fr/kHsY>
- **Mafamillezen.com.** Parution le 18 mai 2022. Sujet : le couteau de Thiers. Voir l'article: <https://urlz.fr/kHt5>

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 : 22 972 CONTACTS (+ 12 %)

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

Nouvelles actions 2023 en prévision

Stratégie

- Validation du plan marketing 2023-2027.
- Déploiement de la marque Livradois-Forez auprès des acteurs touristiques (sensibilisation, accompagnement) et enrichissement du kit de communication (bâche, animations vidéo, service de distribution des documents).
- Stratégie de fidélisation des voyageurs (travail autour de la gestion-relation-client dans les 3 étapes du voyage : avant/pendant et après le séjour ou l'activité).
- Nouvelle organisation du plan d'action de communication suivant les trois « univers » de communication.

Communication numérique et papier

- Vidéos : série « paysages » ; préparation du film sur l'ail de Billom.
- Parution du magazine de destination #5.
- Préparation d'un nouveau site internet pour 2024.
- Organisation de campagnes de promotion sur les réseaux sociaux.
- Participation au Salon du Randonneur (Lyon).
- Actions relations-presse & médias.
- Préparation d'opérations de promotion 2024 pouvant être organisées et co-financées avec des opérateurs touristiques (campagnes digitales, micro-aventures, relations médias, co-branding, accueil de blogueurs, salons, etc.).

Relations clients et relations commerciales

Clientèle groupes 1/3 : la catalogue



LE CATALOGUE GROUPES S'EST REFAIT UNE BEAUTÉ

- Un nouveau titre : « Créateur de souvenirs ».
- Une présentation de la destination « décalée ».
- Sortie : début 2022.

UNE NOUVELLE OFFRE POUR LES GROUPES

- Thiers, cité médiévale et coutelière :
5 excursions & 2 séjours.
- Billom/Lezoux, histoire d'aulx et céramique :
4 excursions.
- Ambert, Fourme et Forez : 7 excursions & 1 séjour.
- La Chaise-Dieu, œuvre gothique et volcans :
2 excursions.
- Des produits associant d'autres territoires (OT Loire Forez, OT le Puy en Velay, OT Clermont-Ferrand)

UNE COLLABORATION AVEC DES PRESTATAIRES « GROUPES »

- 2 réunions avec les prestataires proposant des prestations pour les groupes : au Moulin bleu à Thiers et au château de Mons à Arlanc (mai 2022).
- Des conventions de partenariat/revente.

Clientèle groupes 2/3 : démarchage des revendeurs professionnels



OPÉRATIONS DE SÉDUCTION

- Cibles : région Auvergne-Rhône-Alpes, sur les ailes de saison.
- Diffusion du catalogue (en version papier et mailing) et phoning.
- Résultat : **50 contacts autocaristes ; 10 demandes pour une mise en brochure.**

OPÉRATIONS DE FIDÉLISATION

- Relance des clients des 5 années précédentes.
- Résultat : **145 clients contactés ; 45 retours positifs** pour envoi catalogue.

ÉDUCTEUR EN LIVRADOIS-FOREZ

- Organisation d'une journée de présentation du Livradois-Forez aux autocaristes locaux (le 10 novembre 2022).
- Résultat : **4 autocaristes participants.**
- 6 journées référencées.

FORMATION DES AGENTS DE LA MDT

- Journée découverte d'une excursion mise en catalogue.
- 20 participants.

Clientèle groupes 3/3 : chiffre d'affaires



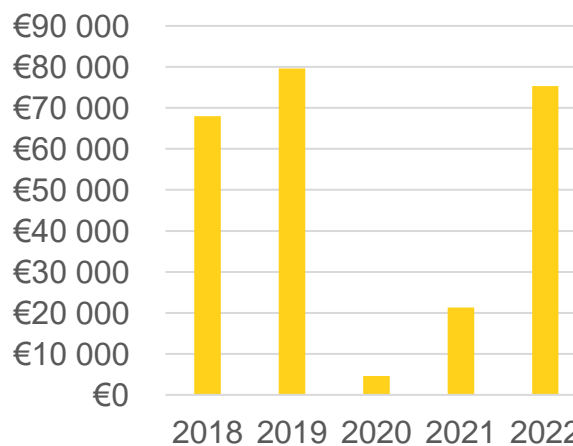
UNE REPRISE DES DEMANDES DE GROUPES

- Le chiffre d'affaires des voyages de groupes repart à la hausse : **75 333 €**
- Nombre de dossiers traités : **111**
- Nombre de dossiers acceptés : **86**

UNE NOUVELLE DEMANDE : LES SÉMINAIRES

- 20 % du chiffre d'affaires provient des séminaires.

Évolution du chiffre d'affaires d'accueil de groupes



Séjours individuels : création d'expériences



CRÉATION DE 20 SÉJOURS **« L'Auvergne DES NOUVELLES** **EXPÉRIENCE »**

Objectif

Identifier (ou créer) et « designer » des offres touristiques permettant de faire vivre des expériences originales autour de 3 idées clés :

- (Ré)apprendre par des « nouveaux apprentissages ».
- (Re)prendre son temps.
- (Re)donner du sens à ses vacances.

Nombre d'expériences réalisées : 20

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.
- Campagnes Facebook.

Partenariats commerciaux

- Agence La Pélerine.
- Aluna voyages.

Comités d'entreprise 1/2 : dépliant « courts séjours expérimentiels »



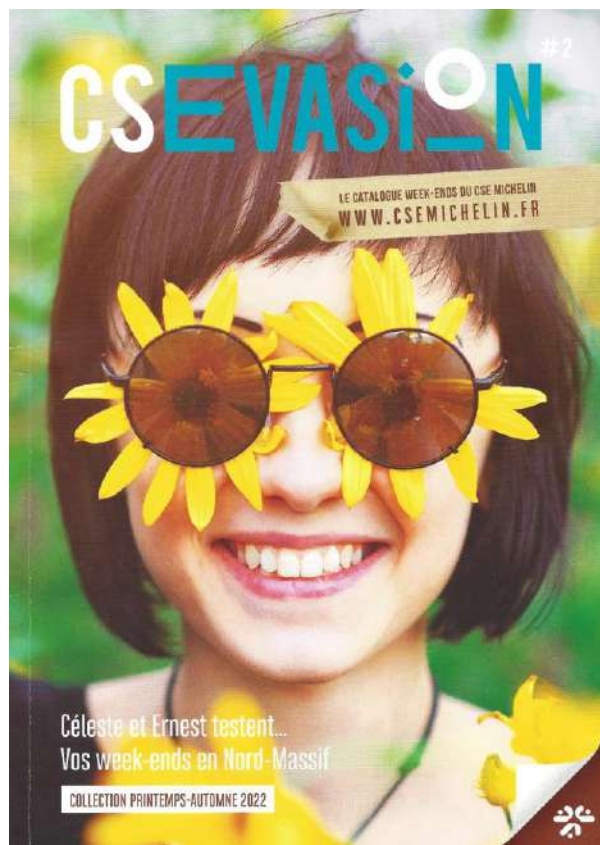
UN NOUVEAU DÉPLIANT

- Des séjours sur-mesure.
- Des séjours « expériences » permettant de vivre des moments authentiques et de partager des valeurs humaines loin des séjours « classiques » vendus habituellement.
- Une organisation gérée par la Maison du tourisme.
- Des tarifs préférentiels avec une réduction de 5 %.

DÉMARCHAGE DE COMITÉS D'ENTREPRISE

- Première diffusion du dépliant (et relance par mail) à un panel de comités d'entreprise de proximité.
- Des premiers RDV (dont Limagrain).

Comités d'entreprise 2/2 : partenariat avec le CSE Michelin



Magalogue réalisé par le CSE Michelin



CRÉATION ET VENTES DE SÉJOURS :

50 909 € (+ 3%)

Projet du Comité social et économique Michelin

- Diversifier sa gamme de séjours touristiques en proposant des courts séjours thématiques de proximité déclinés sous forme d'expériences et valorisant un tourisme plus raisonné.

Séjours proposés en Livradois-Forez

- 11 séjours touristiques (contre 18 en 2021) dont 3 nouveautés.
- Contenu : hébergements qualifiés durables (surtout marque Accueil du Parc) et activités.
- Durée : 2 jours/1 nuit (sauf exception).
- Dates de validité : tous les week-ends de mai, juin, septembre, octobre.
- Un partenariat établi avec environ 40 prestataires touristiques.

Séjours les plus plébiscités en 2022 :

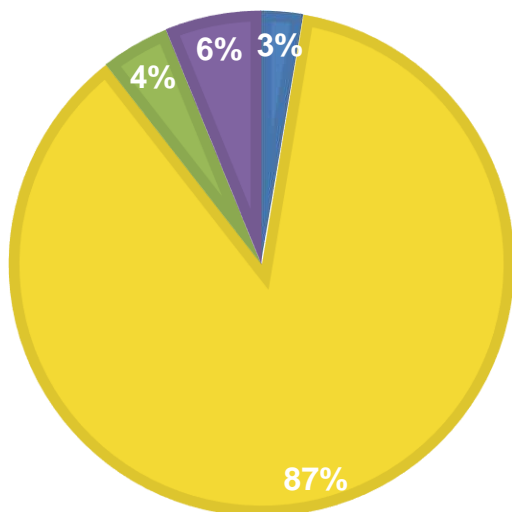
- Thème « savoir-faire et loisirs » (couteau, améthyste, Prabouré) pour les clientèles familiales.
- Thème « activités » (avion, montgolfière et parachute) pour les clientèles couples et individuels.

PARTENAIRES	Nb de dossiers	% des réservations
VILLES D'EAUX	275	58 %
LIVRADOIS-FOREZ	112	23 %
PILAT	91	19 %

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

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

- Centres d'accueil
- Hébergements locatifs
- Hôtels
- Hôtellerie de plein air



113 PRESTATAIRES UTILISENT LE SYSTÈME DE RÉSERVATION EN LIGNE PROPOSÉ PAR LA MDT

- 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).
- **253 appels ou mails traités.** Thèmes traités : logiciel Open pro (115), site de destination (35), site du prestataire (18), passerelles (103).

	Réservables en ligne		Sensibilisés à la réservation	
	2022	2021	2022	2021
CENTRES D'ACCUEIL	3	0	0	0
LOCATIFS	99	159	27	12
HÔTELLERIE	5	11	1	0
HÔTELLERIE PLEIN AIR	7	7	1	0
TOTAL	113	177	29	12

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 : 11.
- 53 participants.

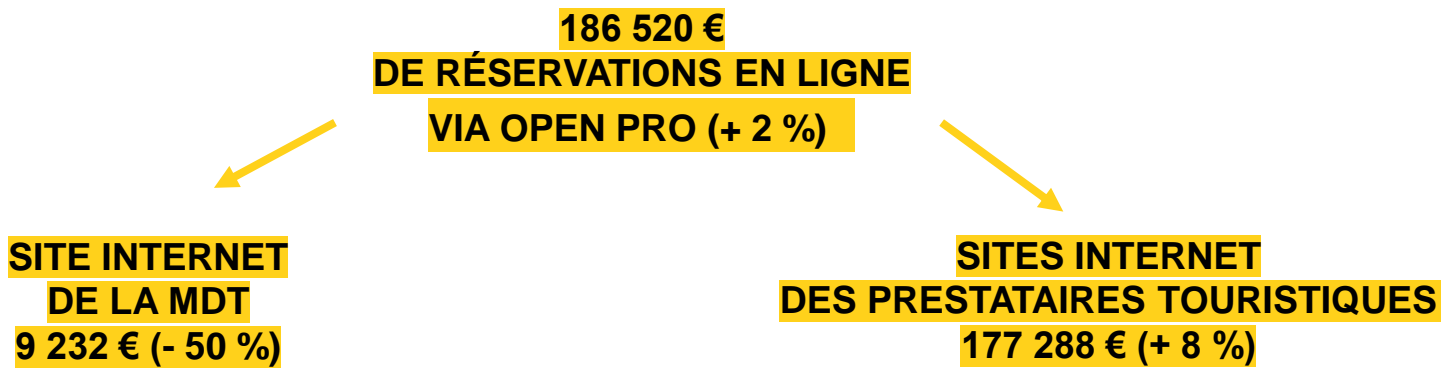
LE CLUB DES UTILISATEURS

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

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

- En préparation en 2022.
- Parution : début d'année 2023.

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



- 40 transactions
- Panier moyen : 230 €
- Détail des transactions :

LOGICIELS DE RÉSERVATION PRÉSENTS SUR LE SITE INTERNET DE LA MDT	Nombre transactions
OPEN PRO CAMPINGS	19
OPEN PRO MEUBLÉS	5
OPEN PRO REFUGES	4
OPEN PRO CHAMBRES D'HÔTES	6
PASSERELLE RESERVIT (HÔTELS)	3
PASSERELLE GÎTES DE FRANCE	3
TOTAL	40

- 801 transactions
- Panier moyen : 221 €
- Détail des transactions non disponible



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



122 PRESTATAIRES ONT BÉNÉFICIÉ D'UN PARTENARIAT AVEC 5 PLATEFORMES DE REVENTE

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 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

- Proposition de souscription à la plateforme à tarif préférentiel.
- 35 hébergements concernés.

WeGoGreenR

- Adhésion à tarif préférentiel.
- Accompagnement des hôtes dans leur transition écologique.
- Créer des liens entre solutions de réservation en ligne.
- 45 hébergements concernés.

Loganto

- Communication touristique régionale.
- Distribution des offres.
- 11 hébergements concernés.

Nouvelles actions 2023 en prévision

Accompagnement à la vente directe entre visiteurs et prestataires

- Nouvelle mission d'accompagnement individualisé 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).

Production et vente intermédiée via la MDT (clientèles d'individuels)

- Création de 10 nouvelles offres touristiques (en priorité couples et familles) autour des 3 univers du plan marketing (Pleine nature/Art de vivre/Détox).
- Accompagnement à la création de produits rando/vélo + mise en marché avec l'appui d'une agence (partenariat Autre tourisme).
- Placement d'offres d'hébergements et séjours packagés sur des plateformes de réservation en ligne et en priorité vers des plateformes éco-responsables.
- Production/ventes de séjours pour le comité d'entreprise Michelin et prospection d'autres comités d'entreprise (dans un rayon de 3 h).
- Partenariats avec des « revendeurs locaux » (Gîtes de France, Auvergne destination).

Production et vente intermédiée via la MDT (clientèles groupes) auprès de professionnels

- Développer des actions commerciales : Workshop, éductour, rendez-vous en visio avec des autocaristes, gestion des fichiers.
- Démarcher des revendeurs groupes (autocaristes, agences de voyage, fédérations de groupes et d'associations de camping-caristes) dans un rayon de 3 h.
- Renouveler des partenariats de réciprocité commerciale avec les offices de tourisme de proximité.
- Développer le marché des affaires avec l'organisation de séminaires.

Synthèse des indicateurs



Satisfaction des visiteurs concernant les services de la MDT

Avis général

4,7



Espace boutique

4,5



Qualité des sentiers de randonnée

4,5



Balade Nature et Patrimoine

4,7



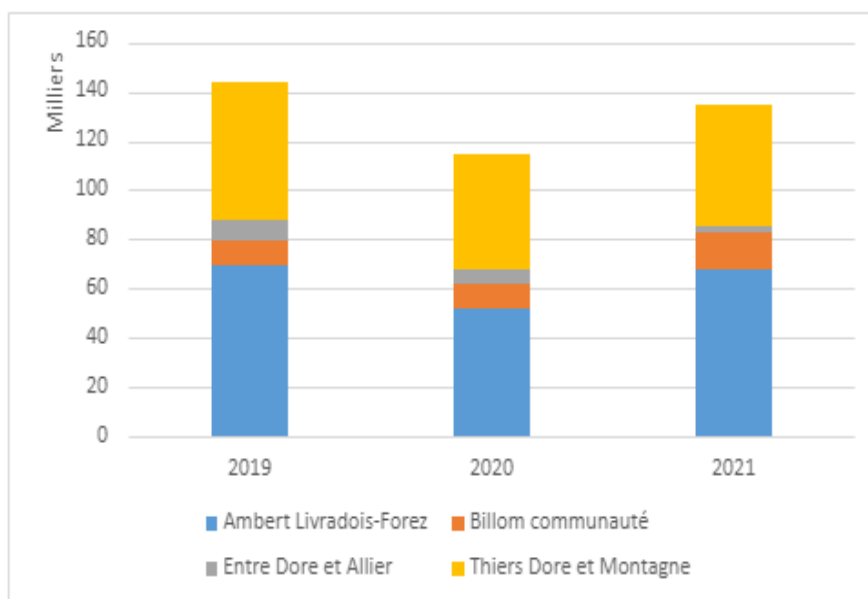
Service billetterie de la MDT

4,3



Taxe de séjour

Montant collecté (en €) de la taxe de séjour sur le 4 communautés de communes membres de droit de la Maison du tourisme du Livradois-Forez (données 2021 encore incomplètes)



	NATURE DES INDICATEURS	2015	2019	2020	2021	2022	ÉVOLUTION 2021/2022
MARKETING	Nb de visiteurs uniques sur le site vacances	33 884	104 818	215 031	266 700	300 618	+ 14 %
	Nb de visiteurs uniques sur le site randonnée	-	11 089	20 400	25 861	22 004	- 15 %
	Nb de clients/prospects dans la base de données	NC	14 859	20 039	20 544	22 972	+ 10 %
VENTES COMMERCIALES	Nb de prestataires vente en ligne (via Open)	NC	163	170	177	113	- 36 %
	CA vente en ligne hébergements (via Open)	NC	NC	NC	183 513 €	186 520 €	+ 1 %
	CA du service commercial	19 670 €	125 796 €	5 384 €	121 995 €	126 242 €	+ 3 %
ACCUEIL TERRITOIRE RELATIONS LOCALES	Nb de contacts dans les BIT en été	-	11 866	12 173	11 471	9 760	- 15 %
	Nb de visiteurs dans les BIT toute l'année	24 600	47 998	33 600	33 401	33 135	- 1 %
	Nb de participants aux visites de la MDT	389	646	489	486	643	+ 32 %
	CA MDT billetterie	21 243 €	71 049 €	23 206 €	45 742 €	78 879 €	+ 72 %
	CA boutique	2 531 €	10 149 €	9 526 €	9 283 €	8 945 €	- 4 %
	Km de sentiers de randonnée entretenus en partenariat avec RELF	2 514	2514	2 514	2 514	2 514	-
GOVERNANCE	Nb de prestataires partenaires de l'OTI	279	285	293	266	299	+ 12 %
	Nb de packs partenaires souscrits	315	391	416	423	577	+ 36 %



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