



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

**COMMISSION COMMERCIALE (EN VISIO)
Pole relations clients, relations commerciales
MAISON DU TOURISME DU LIVRADOIS-FOREZ**

LUNDI 14 DÉCEMBRE 2020

COMPTE-RENDU

PARTICIPANTS

Présents

Annick FORESTIER, communauté de communes entre Dore et Allier, en charge du pôle relations clients, relations commerciales,

Alain Néron, vice-président de la maison du Tourisme du Livradois-Forez en charge du pôle marketing,

Alain MOLIMARD, communauté de communes Ambert-Livradois-Forez (ALF),

Céline AUGER, communauté de communes Billom communauté,

Patricia CASTET, propriétaire de chambres d'hôtes « l'Embellie » à Bertignat,

Pierre LAVINA, représentant de l'association « la maison de l'Améthyste » au Vernet-Chaméane,

Fabienne ALCALAY, village de vacances de Saviloisirs, Saint-Amant-Roche-Savine,

Joëlle QUINTON, village de vacances de Saviloisirs, Saint-Amant-Roche-Savine.

Autres participants

Sylviane ECHALIER, responsable du pôle relations clients, relations commerciales de la maison du tourisme.

Christophe CHAVAROT, chargé de la gestion de la relation client et de la place de marché.

Marine PEREIRA, chargée de commercialisation à la maison du Tourisme du Livradois-Forez.

Pas de reconnexion à la suite du problème rencontré avec l'utilisation de Zoom mais inscrits et souhaitent recevoir un CR

Sophie MARMEAU, propriétaire de l'auberge « la belette », le Monestier,

François-Xavier AUBERT-LAFAYETTE, gérant hébergement et site touristique château de Vollore,

LES GROUPES : Production et commercialisation

I – CATALOGUES « DESTINATION GROUPES » 2020 & JEUNE PUBLIC

Catalogue « destination groupes » :

En raison d'un stock important de catalogue dû à la pandémie de la Covid-19, il a été proposé :

- de ne pas rééditer de catalogue 2021, conserver l'ancien et le compléter avec un flyer,
- d'adapter des offres spécialement pour des petits groupes (mini 10 personnes),
- de proposer des visites de sites en petits groupes et favoriser les balades dans les grands espaces (Haute-Chaumes...).

Catalogue « destination jeune public » :

- ne pas rééditer, le conserver et s'en servir comme base de travail à chaque demande.

L'abandon de cette cible de clientèle n'a pas été approuvée. A rediscuter.

II –ACTIONS COMMERCIALES POUR LES GROUPES (SOUS RÉSERVE DE L'EVOLUTION DE LA PANDÉMIE)

Journée départementale de génération mouvement (1 par département)

- En présentiel si la journée est maintenue sinon contact par téléphone avec envoi du catalogue.
Contacter les présidents des départements du 63, 42, 69 avec qui nous avons l'habitude de travailler. Envoyer également le catalogue aux présidents du 15 et du 43. Ces 2 dernières personnes n'ont jamais travaillé en direct avec la maison du Tourisme.

Workshop autocariste

- Il est programmé tous les ans au mois de janvier. Il sera certainement annulé.

Démarchage professionnel

- Si possible en mai ou en septembre suivant la conjoncture.

Augmenter nos partenariats

- Reprendre les dossiers concernant nos partenaires commerciaux : Forez-Tourisme, l'OT du Puy.
- Téléphoner au président de génération mouvement du 69 pour passer un partenariat commercial concernant les excursions achetées par les clubs de son département. On peut négocier une remise commerciale comme celle concédée aux autocaristes.
- Inscrire certaines de nos offres sur des sites internet avec un label connu : les plus beaux détours de France, sites remarquables du goût...

LES INDIVIDUELS : Production et commercialisation

III- LA PRODUCTION D'OFFRE/EXPÉRIENCE

Les offres touristiques et le passage vers des offres expérientielles

Certaines de nos offres touristiques évoluent progressivement en « expérience touristique » sur le site internet de la maison du Tourisme. Elles sont réservables directement en ligne.

Le partenariat avec le CSE Michelin

Présentation du partenariat :

Concevoir des offres touristiques nouvelles à thème et déclinées sous forme d'expérience à vivre lors de courts séjours de proximité.

Ce projet a soulevé les questions suivantes :

- Durée des séjours (2 jours/1 nuit), pourquoi ne pas proposer des séjours plus longs (3 jours/2 nuits), permettant d'inclure plus facilement les propriétaires de gîtes qui ne proposent pas de prestation hôtelière,
- La méthode de réservation : intermédiaire unique par le biais de la maison du Tourisme, Le système des allotements : convention de partenariat avec délai de rétrocession sans dédommagement à 15 jours,
- Les thèmes des séjours, quelles expériences envisagées ?
La liste des séjours établie au jour de la commission a été mentionnée,
- Les cibles de clientèle : familles, couples sans enfant, jeunes.
- La date butoir pour fournir les offres à l'entreprise Michelin : avant le 8 janvier 2021.

Pierre LAVINA, la maison de l'Améthyste et le village vacances Saviloiris sont en mesure de proposer une offre comprenant un atelier de création d'un bijou avec une améthyste et un hébergement en chalets à Saviloiris. La cible est un public familial.

Ces éléments de contenu seront transmis à la maison du Tourisme avant le 6 janvier date butoir de réception des offres à la maison du Tourisme.

Patricia CASTET, propriétaire de chambres d'hôtes l'Embellie souhaite s'inscrire au projet. Lui faire passer la lettre explicative envoyée à tous les prestataires identifiés.

Projet « destination parc » avec les parcs nationaux de France.

Présentation mais pas de question.

IV- COMMERCIALISATION D'OFFRE/EXPÉRIENCE

Vers une stratégie de type « agile » ? (vente online à 100%) combinée avec un peu de stratégie multicanale ? *Vendre en Interne et faire vendre*

Les actions proposées

En interne

Proposer des offres avec réservation en ligne sur le site de MDT,
Développer des partenariats avec des CE de proximité,
Insérer les produits touristiques sur les sites des prestataires,
Proposer des formations aux prestataires touristiques.

En externe

Informier / Former / accompagner les prestataires touristiques dans leur stratégie de vente en ligne
combinaison de la vente en ligne et l'autonomisation des prestataires,
Pousser nos produits touristiques vers les distributeurs type OTAs,
Accompagnement pour la revente des offres sur d'autres sites.

Ces actions devront être rediscutées lors d'une prochaine réunion de la commission commerciale.
Le projet Michelin a mobilisé pas mal de temps ne permettant pas d'aborder en détail les actions ci-dessus.

Merci de votre participation,

Annick FORESTIER,
Vice-président de la Maison du tourisme, en charge du pôle relations clients, relations commerciales