



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

**CONSEIL D'ADMINISTRATION**

**MAISON DU TOURISME DU LIVRADOIS-FOREZ**

**MERCREDI 29 JUIN 2022**

**COMPTE-RENDU**

Fait à Saint-Gervais-sous-Meymont,  
le 1<sup>er</sup> juillet 2022

La Présidente de la Maison du tourisme

Corinne MONDIN

## **PARTICIPANTS**

---

### Membres de droit

- Céline AUGER - Communauté de communes Billom communauté
- Frédéric CHONIER - Communauté de communes Thiers Dore et Montagne
- Michelle CIERGE - Communauté de communes Entre Dore et Allier
- Pierre CONTIE - Communauté de communes Thiers Dore et Montagne
- Annick FORESTIER - Communauté de communes Entre Dore et Allier
- Alain MOLIMARD - Communauté de communes Ambert Livradois Forez
- Corinne MONDIN - Parc naturel régional Livradois-Forez

### Membres actifs

- François ANSEL - Village vacances les Demeures du Lac
- Arnaud DE CADIER DE VEAUCE - Château des Martinanches
- Pierre DUBOSTE – Café Le Central
- Jean JALLAT - Les Champs d'Ail de Billom
- Christine MILLER - Le moulin de la Passerelle
- Alain NÉRON - Domaine du Faux Martel

### Autre participant

- Benoît BARRÈS - Maison du tourisme du Livradois-Forez

## **EXCUSES AVEC POUVOIR**

---

- Bernard AUROY - Randonnée en Livradois-Forez, pouvoir à Jean Jallat
- Bernard BERAUD - Communauté de communes Ambert Livradois Forez, pouvoir à Corinne Mondin
- Patrick SAUZEDDE – Communauté de communes Thiers Dore et Montagne, pouvoir à Frédéric Chonier

# **ORDRE DU JOUR**

## **I - AFFAIRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION**

---

### Pôle accueil – information – relations locales

- I - Packs partenaire 2023

### Pôle marketing

- II - Accueil du blogueur Bruno Maltor
- III - Vidéos de promotion de la destination

### Pôle relations clients – relations commerciales

- IV - Participation au marché des voyageurs de groupes

### Pôle administration

- V - Acquisition de matériel informatique
- VI - Classement de l'office de tourisme, démarche qualité et schéma d'accueil et d'information touristique – modification de la délibération initiale
- VII - Classement de l'office de tourisme, démarche qualité et schéma d'accueil et d'information touristique – prolongation de la mission

VIII - Plan de formation des personnels / Fonds national pour l'Emploi.

## **II – INFORMATIONS**

---

### Pôle accueil – information – relations locales

- IX - Fréquentation des bureaux d'information touristique pendant les vacances de printemps
- X - Programme des Balades Nature et Patrimoine
- XI - Plan de formation des prestataires touristiques
- XII - Partir Ici
- XIII - Pots d'accueil estivaux
- XIV - Questionnaire de satisfaction / visiteurs

### Pôle marketing

- XV - Bilan du salon du randonneur
- XVI - Relations presse
- XVII – Bilan des campagnes de communication mensuelle

### Pôle relations clients – relations commerciales

- XVIII – Partenariat Maison du tourisme / Relais des Gîtes de France 63
- XIX - Partenariat CSE Michelin 2022
- XX - Trophée d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme pour la « création du club utilisateurs de la vente en ligne »
- XXI – Journées prestataires (filiales groupe)

### Pôle administration

- XXII – Projet d'évolution de la taxe de séjour à partir de 2023
- XXIII - Mouvement de personnel
- XXIV - Frais de déplacement des administrateurs de la Maison du tourisme

## **C – QUESTIONS DIVERSES**

---

Corinne MONDIN accueille les participants. Elle invite à un tour de table et accueille Pierre Dubost, nouveau représentant au conseil d'administration.

Les membres du bureau font part de leur participation lors d'évènements de partenaires :

- Exposition tisser la nature (La Chaise-Dieu)
- Inauguration du moulin de Nouara (Ambert)
- Présentation de la saison culturelle du moulin de Nouara (Ambert)
- Assemblée générale du SIFAM
- Inauguration de l'exposition « Thiers, ville haute en couleur » (Thiers)
- Assemblée générale de la Marque Auvergne (Clermont-Ferrand)
- Exposition Picasso (Brioude)
- Inauguration Coutellia (Thiers)
- Lancement de la saison culturelle de Vichy (Vichy)

En début de séance le film de promotion de la destination est projeté.

## A – AFFAIRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

### I - PACKS PARTENAIRE 2023

*Élue référente : Céline AUGER*

La Maison du tourisme a mis en place plusieurs packs partenaires (pack prestataire, pack publicitaire, pack réseau, pack événement majeur) formalisant le partenariat avec les acteurs touristiques du territoire. Il est proposé pour 2023 :

- I – une évolution du pack prestataire ;
- II – le maintien du pack publicitaire ;
- III – le maintien du pack réseau ;
- IV – une évolution du pack « événements majeurs » ;
- V – le maintien de certains services aux prestataires touristiques non-partenaires ;
- VI - une évolution des réductions sur les produits boutiques de la MDT.

Le guide des services de l'an dernier est consultable : <https://www.vacances-livradois-forez.com/wp-content/uploads/2021/11/guide-des-services-2022-mdt.pdf>

#### I - PACK PRESTATAIRE : ÉVOLUTIONS 2023

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

##### - Suppression de certains services

PRESTATION	ARGUMENTAIRE
Valorisation des animations	Ce service est dans les faits ouvert à tous les prestataires partenaires même ceux n'ayant pas pris le pack. Il est donc proposé de le supprimer du pack.

##### - Évolutions de certains services



PRESTATIONS	CONTENU
RÉSERVATION EN LIGNE	Valorisation du système de réservation en ligne si existant. Accompagnement si besoin à l'utilisation de l'Open Pro.
FICHES SUGGESTIONS	Mise à jour des fiches tous les 2 ans (au lieu de tous les ans).
GUIDE D'HÉBERGEMENTS IMPRIMÉ À LA DEMANDE	Compte-tenu que la plupart des demandes d'hébergements se font via internet, il est proposé de remplacer ce guide par un export en comptoir en fonction des demandes spécifiques de chaque visiteur ce qui évite un travail préparatoire et une impression en amont (gain de temps).
DIFFUSION DE LA DOCUMENTATION DANS LES BUREAUX	Compte-tenu de la nouvelle stratégie d'aménagement des bureaux d'informations touristiques il va être nécessaire de limiter et rationaliser la documentation des prestataires partenaires dans les bureaux d'information touristique. La MDT ne pourra plus s'engager à diffuser les documents des prestataires dans tous les BIT. Une proposition est en cours d'élaboration et devrait être proposé au bureau de l'automne.

- **Rajout d'un service**

PRESTATIONS	CONTENU
VENTE D'ECO-CUP	Vente d'éco-cup avec la marque Livradois-Forez

- **Tarifs**

Il est proposé le maintien des tarifs du pack partenaire (qui avait augmenté l'an dernier).

Type de prestataires touristiques		Tarif H.T.
HÉBERGEMENT TOURISTIQUE	Hôtel-restaurant (plus de 20 lits) Village de vacances Camping (avec hébergements de loisirs)	95 €
	Meublé de tourisme de plus de 20 lits Gîte de groupe ou d'étape de plus de 20 lits Auberge de pays et hôtel-restaurant (- 20 lits) Restaurant (sans chambre d'hôte)	75 €
	Chambre d'hôte Meublé de tourisme (- de 20 lits) Camping (sans hébergements de loisirs) Restaurant (- de 20 couverts)	55 €
PRESTATAIRE D'ACTIVITÉ	Site touristique (+ 5 000 visiteurs) : musée, site de visite, artisan et producteur proposant une visite.	75 €
	Site touristique (- 5 000 visiteurs) : musée, site de visite, artisan et producteur proposant une visite. Prestataire d'activité (pédestre, équestre, vélo, activités hivernales, pêche, loisirs de l'air, escalade, etc.)	55 €
MULTI-ACTIVITÉS	-	100 €

Proposition d'évolution : suite à une demande des membres de la Route des Métiers, il est proposé aux membres des réseaux qui souscrivent à un pack réseau une réduction de 20 € HT à appliquer sur le pack partenaire prestataire.

#### **4 – Informations générales**

Le démarrage de la campagne d'inscription débuterait le 1<sup>er</sup> octobre pour une clôture au 30 novembre.

La campagne de mise à jour des fiches d'information APIDAE s'étalerait du 1<sup>er</sup> octobre au 31 décembre 2022.

Il est proposé :

- une évolution du contenu du guide des services pour le rendre plus synthétique et adapté à une éventuelle impression ;
- d'ajouter à la charte d'engagement des partenaires la possibilité de diffuser entre eux les coordonnées de l'ensemble des partenaires ;
- d'ajouter une information sur le droit de l'utilisation de leurs photos.

## **II – LE MAINTIEN DU PACK PUBLICITAIRE**

---

Il est proposé de maintenir le pack publicitaire.

### **1 – Rappel du pack shopping créé l'an dernier**

<b>PRESTATION</b>	<b>ARGUMENTAIRE</b>
<b>PACK SHOPPING VISIBILITE SUR LE SITE INTERNET DE LA DESTINATION (PARTIE SEJOURNER – ACHETER LOCAL)</b>	Pour les producteurs, commerçants et artisans ne proposant pas de visites mais souhaitant une visibilité sur leur offre.  30 HT sans adhésion.

### **2. Tarif (HT)**

Comme pour le pack partenaire, le tarif des packs publicitaires sont maintenus.

#### Magazine de destination

<b>Format</b>	<b>Tarif H.T.</b>
1/8 de page	138 €
1/4 de page	230 €
1/2 page	430 €
Publireportage	385 €
1 page intérieure quadrichromie	825 €
2e ou 3e de couverture quadrichromie	1 000 €

## **III – MAINTIEN DU PACK RÉSEAU 2023**

---

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

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

- **Maintien des services existants**



- **Les services génériques**
  - La promotion du réseau dans les éditions qui concernent son / ses activité(s)
  - La documentation en libre-service dans les bureaux d'information touristique
  - La présentation générique du réseau sur le site internet de la Maison du tourisme
  - La valorisation de l'actualité du réseau sur la page Facebook de la Maison du tourisme
  - La diffusion de la documentation du réseau dans les bourses d'échanges touristiques départementales
  - La réservation et la vente des offres packagées du réseau avec l'Open System
  - La représentation du réseau aux journées de découverte et de rencontres locales
  
- **Le service réservé aux réseaux engagés dans une démarche soutenue par le Parc naturel régional Livradois-Forez**

- Une page de publicité dans le magazine de destination tiré à 37 000 exemplaires.

- **Maintien des tarifs**

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

- **Pour les réseaux engagés dans une démarche soutenue par le Parc naturel régional Livradois-Forez :**
  - une part variable de 9 € H.T. / membre du réseau ;
  - tarif plafonné à 330 € H.T. pour le réseau
  
- **Pour les réseaux présents sur le périmètre de la Maison du tourisme :**
  - une part fixe de 90 € H.T. + une part variable de 9 € H.T. / membre du réseau .
  - tarif plafonné à 330 € H.T. pour le réseau.

#### **IV – MAINTIEN DU PACK « ÉVÈNEMENT MAJEUR »**

---

Il vous est proposé de maintenir le pack événement majeurs. Cependant, des évolutions en termes de service pourront être apportées au cours de l'atelier de travail prévu lors du forum de lancement de saison du 9 juin 2022.

##### **1. Structures concernées**

La Maison du tourisme du Livradois-Forez propose un partenariat aux événements majeurs du Livradois-Forez pour mutualiser des moyens visant à mieux faire connaître conjointement d'un côté l'événement, et de l'autre le territoire. Le principe est donc de développer des complémentarités d'actions entre les partenaires.

Sont considérés comme événements majeurs concernés ceux ayant un impact au-delà de la « région Auvergne » et disposant de moyens de communication.

Le partenariat comprend 2 volets :

- 1 cadre commun, identique à chacune des conventions entre la Maison du tourisme et les événements majeurs partenaires ;
- 1 cadre de partenariat spécifique à chacun des événements identifiant les collaborations en termes de communication (complémentaires au cadre commun) via des services à la carte. Nouveauté : proposition de prêt de matériel aux couleurs du code de marque pour les salons/opérations de promotion.

##### **2. Tarifs**

Il est proposé de maintenir le tarif à 180 euros HT euros/an + adhésion de 20 € (si l'évènement n'a pas également souscrit un autre pack incluant l'adhésion).

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

---

La Maison du tourisme offre quelques services pour les prestataires touristiques même non-partenaires, à savoir :

- mise à disposition des documents de la MDT ;
- invitation aux journées de rencontres locales et journée de découverte et à la WebTV de la MDT (nouveau depuis 2021) ;
- diffusion des lettres et notes d'information de la Maison du tourisme ;
- intégration des animations dans les supports de communication de la Maison du tourisme (site internet, guide des animations locales...) ;
- mise à jour de la fiche d'information du prestataire dans la base de données Apidae.

**Le conseil d'administration :**

- **adopte, suivant les principes ci-dessus :**
  - o les évolutions du pack prestataire ;
  - o le maintien du pack publicitaire ;
  - o le maintien du pack réseau ;
  - o les évolutions possibles du pack « événements majeurs » ;
  - o les évolutions de certains services aux prestataires touristiques non-partenaires ;
- **autorise la Présidente à signer toute convention à intervenir.**

## II – ACCUEIL DU BLOGEUR BRUNO MALTOR du 19 au 23 juillet 2022

*Élu référent : Alain NERON*

Le blogueur Bruno Maltor, originaire d'Ambert, est un des plus grands influenceurs voyage de France. Il était venu en reportage en 2020, pendant une semaine, dans le Cantal et dans une partie du Puy-de-Dôme (Sancy-Volcans), à l'initiative d'AuRA-Tourisme.

Il a été contacté par le service communication d'Ambert Livradois-Forez et les organisateurs du Festival d'Ambert pour réaliser un reportage sur le secteur Ambert Livradois-Forez.

Le Conseil d'Administration du 25/02/2021 avait donné un accord de principe pour que la MDT participe à cet accueil pour un montant prévisionnel de 3 000 € HT (Cf : CR du CA du 25/02/21).

Suite aux mauvaises conditions météorologiques du mois de juillet 2021, l'accueil du blogueur - influenceur Bruno Maltor, avait été annulé. Il a donc été re-programmé pour cet été 2022.

L'objectif serait qu'il puisse :

- venir 5 jours sur la destination autour du thème des activités de pleine nature (secteur Hautes-chaumes), des produits locaux (fourme d'Ambert) et du festival d'Ambert.
- réaliser un film d'une quinzaine de minutes
- rédiger un article
- diffuser cet article et ce film via sa communauté estimée à près d'un million de personnes.  
[https://www.youtube.com/watch?v=dZc-S\\_my7nk](https://www.youtube.com/watch?v=dZc-S_my7nk)

Le coût d'une telle opération est de 17 400 euros TTC (hors frais d'hébergement, de restauration et d'accompagnement sur le terrain).



Plusieurs partenaires locaux contribuent financièrement à cet accueil: Ambert Livradois-Forez, mairie d'Ambert, Les Fourmofolies, festival d'Ambert, AuRA Tourisme.

La Maison du tourisme a été sollicitée pour participer au projet à hauteur de 3 000 €. Elle collabore avec Ambert Livradois-Forez pour organiser cet accueil dans de bonnes conditions.

**Le conseil d'administration :**

- **décide de contribuer à l'accueil de Bruno Maltor en 2022, pour 3 000 € HT comme initialement prévu, considérant que ce type de partenariat test (contribution à un projet d'un partenaire) pourrait être développé avec d'autres partenaires et territoires ;**
- **souhaite que la marque Livradois-Forez soit davantage valorisée dans les outils de communication d'Ambert Livradois-Forez, partenaire notamment de cette opération ;**
- **autorise la Présidente à signer toute convention afférente.**

### III – VIDEOS DE PROMOTION DE LA DESTINATION

*Élu référent : Alain NERON*

La Maison du tourisme a réalisé une première vidéo de promotion de la destination. Elle a été présentée lors du forum des acteurs touristiques du Livradois-Forez.

Comme initialement prévu, il est proposé de réaliser 5 vidéos complémentaires, en mettant l'accent sur la beauté et la diversité des paysages des territoires réalisées, vues d'avion (avec un drone) :

- Hautes-Chaumes
- Buttes volcaniques de la Toscane d'Auvergne
- Vallée de la Dore
- Pays thiernois
- Plateau de la Chaise-Dieu et volcans du Velay

Le principe est de filmer les 5 lieux les plus emblématiques et/ou remarquables de chacun des territoires. Une réunion de travail avec les collectivités a établi les 5 lieux de tournage.

Budget prévisionnel pour les 5 vidéos : 2 900 €.

Le programme prévoyait également une série complémentaire de vidéos expérientielles à réaliser plutôt l'an prochain.

**Pour cette année 2022, le conseil d'administration :**

- **décide de réaliser le programme des vidéos ci-dessus pour un montant prévisionnel de 2 900 euros HT ;**
- **autorise la Présidente à signer tout devis afférent.**

### IV – PARTICIPATION AU MARCHÉ DES VOYAGES DE GROUPES

*Élue référente : Annick FORESTIER*

Le marché des voyages de groupes est un événement annuel qui permet de mettre en relation directe les prescripteurs de voyages de groupes (comités d'entreprises, associations, clubs...) avec les prestataires touristiques : hôteliers, restaurateurs, sites touristiques, musées, parcs d'attractions, offices de tourisme français et étrangers, tour-opérateurs, croisiéristes...

Dans le cadre de son action commerciale de vente de forfaits touristiques, la Maison du tourisme souhaite accentuer son positionnement sur le marché des BtoB auprès des autocaristes régionaux.

L'entreprise « Be My events » organise 3 jours de rencontres pour le compte de différents autocaristes :

- 15 novembre : Migratour (43)
- 16 Novembre : Buchet Voyages & Voyages courriers des Dombes
- 17 Novembre : Voyages Chabannes et Publitour Voyages.

**Le conseil d'administration valide la participation de la Maison du tourisme à la journée consacrée à l'accueil des clients des autocaristes Buchet Voyages & Voyages courriers des Dombes pour un prix de 605 € HT.**

## V – AQUISITION DE MATERIEL INFORMATIQUE

*Élue référente : Corinne MONDIN*

En 2022, il est proposé de compléter les investissements en matériel informatique par :

- 11 nouvelles stations de travail sur les postes fixes. « Une station est un ensemble de matériels comprenant un écran, un clavier et une souris, une webcam ainsi qu'un boîtier de connexion qui permet de relier l'ensemble de tous ces matériels à un ordinateur grâce à **un seul fil**. Ce boîtier facilite l'installation de l'ordinateur portable sur le poste de travail lors de changements de lieu de travail fréquents (télétravail, poste multi utilisateur, ...). L'écran inclus est de taille comparable à celle des postes fixes. Il permet de travailler confortablement avec le portable. »
- 2 écrans ;
- 2 ordinateurs portables.

Le budget global serait de 5 543 € HT (amortissable sur 3 ans).

**Le conseil d'administration :**

- **décide d'acquérir l'ensemble des équipements cités pour un montant prévisionnel de 5 543€ ;**
- **autorise la présidente à signer toute convention afférente.**

## VI - CLASSEMENT DE L'OFFICE DE TOURISME, DEMARCHE QUALITE ET SCHEMA D'ACCUEIL ET D'INFORMATION TOURISTIQUE - MODIFICATION DE LA DELIBERATION INITIALE

*Élue référente : Corinne MONDIN*

Une délibération a été initialement votée par le conseil d'administration du 25 février 2021 pour le projet de classement de l'office de tourisme, la démarche qualité et le schéma d'accueil et d'information touristique. La procédure de demande de financement Leader nécessite une modification de présentation du plan de financement afin que les communautés de communes ne soient pas assimilées à des co-financeurs au sens strict du terme.

Afin d'améliorer la qualité de l'accueil et de l'information touristique sur le territoire, il est proposé d'engager un ensemble de démarches de façon logique et intégrée regroupant à la fois

- une démarche qualité permettant de solidifier la qualité des services proposés aux visiteurs (mais aussi aux prestataires touristiques, salariés et collectivités locales)



- la création d'un schéma d'accueil et d'information touristique pour apporter de la cohérence à l'ensemble de la démarche d'accueil concernant l'ensemble des acteurs de la destination (MDT, prestataires, collectivités locales)
- le classement de l'office de tourisme.

### **1– Démarche qualité**

Le lancement d'une démarche qualité permettrait à l'office de tourisme de garantir la qualité de l'ensemble de ces services que ce soit auprès :

- des visiteurs ;
- des prestataires touristiques ;
- des collectivités locales partenaires ;
- des salariés.

S'engager dans une telle démarche nécessite de formaliser l'ensemble des process de la structure mais aussi de

- mettre en place une écoute client (traitement des réclamations, questionnaire de satisfaction, analyse de l'e-réputation...);
- être audité de façon externe et indépendante sur la base du référentiel national par un cabinet agréé lors d'une visite en « client-mystère » et par auditeur agréé lors d'un audit « complet » à une fréquence régulière (5 ans) ;
- atteindre un réel niveau de performance lors des audits réalisés en client mystère et en audit complet (score minimal de 85%).

Il est proposé que la Maison du tourisme s'engage dans la démarche Marque Qualité Tourisme™ pilotée par l'Etat. Il est à préciser que :

- la demande d'audit doit se faire après au minimum 6 mois de fonctionnement de la démarche qualité (application des dispositions d'organisation, mise en place de l'écoute client, enregistrements, compte rendu du Groupe Qualité de Destination...).
- le classement d'un office peut être obtenu dans les 6 mois suivant la décision d'attribution de la Marque Qualité Tourisme™ par la DGE.

### **2– Schéma d'accueil et d'information touristique (SADI)**

Le Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI) permet de mener une réflexion et un projet autour de l'accueil des visiteurs sur l'ensemble de la destination et pas uniquement par des actions de la Maison du tourisme. L'accueil comprend par exemple : l'accueil dans les stations de transport (gare, aire d'autoroute, etc.), dans les sites touristiques et les sites naturels, l'accueil numérique, l'accueil chez les prestataires touristiques, etc. La réalisation du SADI implique :

- la connaissance des comportements et des usages des clientèles qui fréquentent le territoire (identification des clientèles prioritaires et leurs besoins en termes d'accueil et d'information).
- un état des lieux des outils d'accueil et de diffusion de l'information à partir des parcours clients « dans les murs » (dans l'office de tourisme) et « hors les murs » (chez les prestataires, dans les lieux publics, etc.).
- la construction du schéma proposant des scénarios de progression et un plan d'action intégrant les actions menées par l'ensemble des partenaires.
- l'animation de ce SADI et de son déploiement.

### **3 – Classement de l'office de tourisme**

La Maison du tourisme est un office de tourisme intercommunautaire qui n'est actuellement pas classé.

Le classement permet une vérification de la qualité de certains services d'accueil, une garantie pour les visiteurs et une reconnaissance du travail de l'office de tourisme.

La réforme du classement des offices de tourisme opérée par l'arrêté du 16 avril 2019 s'appuie sur deux principes : la simplification administrative et une meilleure articulation avec la dénomination touristique des communes ou leur classement en station de tourisme.

Ainsi, il existe :

- une première strate d'offices de tourisme non classés dans les communes souhaitant mettre en valeur leur patrimoine touristique sans rentrer dans une démarche de reconnaissance de ces efforts par l'État.
- la deuxième strate d'offices de tourisme est constituée par la catégorie II, classement qui ouvre droit à la dénomination touristique de la commune ou de l'EPCI accueillant l'office de tourisme.
- enfin, la dernière strate sera constituée par les offices de tourisme de catégorie I, classement qui seul permet le classement de la commune en station de tourisme, qui correspond à l'excellence en termes d'accueil de la clientèle touristique. Cette correspondance entre le classement de l'office de tourisme et le statut de la commune rend plus intelligible la réglementation.

Les critères de classement et l'ensemble des aspects techniques sont présentés dans un document annexe « Guide méthodologique : procédure relative au classement des offices de tourisme ».

Globalement la Maison du tourisme répond aux critères de la démarche de classement de niveau 1 et 2. Il lui manque simplement :

- Pour un classement en catégorie II : après des échanges avec la préfecture et compte-tenu de la situation spécifique du Livradois-Forez qui accueille peu de clientèles internationales (7%), la MDT n'aurait pas besoin de traduire ces différents supports dans une troisième langue.
- Pour un classement en catégorie I, en complément des exigences pour la catégorie II il est nécessaire de mettre en place une marque Qualité. L'arrêté précise que pour être classé en catégorie 1, « L'office de tourisme est certifié ou labellisé ou détenteur d'une marque sur la base d'un référentiel national ou international relatif à la qualité de service se caractérisant par un dispositif de reconnaissance par une tierce partie. »

La conférence de l'Entente du 27 janvier a adopté le principe de faire délibérer les 4 communautés de communes et le syndicat mixte.

Les communautés de communes abonderaient au budget de la Maison du tourisme pour un montant global de 12 000 €.

Répartition par communauté de communes (suivant convention triennale)

ALF	40 %	4 800 €
Billom	15 %	1 800 €
Entre Dore et Allier	12,1%	1 440 €
TDM	32,9%	3 960 €

Pour réaliser l'ensemble de ces missions, il a été décidé de recruter un.e chargé.e de mission pour une période de 18 mois à compter du 1<sup>er</sup> juin 2021.

Les démarches engagées depuis juin 2021 dans le but d'obtenir le classement de l'office de tourisme montrent que les 18 mois initialement prévus pour la mission ne seront pas suffisants.

Il a été estimé qu'une nouvelle période de 12 mois permettrait d'obtenir un résultat positif à la demande de classement.

Pour bénéficier d'un financement LEADER, cette mission de 30 mois (18 mois + 12 mois) doit être découpée en trois années avec un financement LEADER dégressif de 80% la première année, 75% pour la deuxième année et 70% pour les 6 derniers mois.

Première année - Période du 01-06-2021 au 31-05-2022 (12 mois)



Salaire et charges et / ou prestation de service	30 358,64 €
Frais de structure	6 071,73 €
<b>TOTAL</b>	<b>36 430,37 €</b>

#### Plan de financement

Europe - Leader (80 %)	29 144,28 €
Autofinancement (20 %)	7 286,09 €

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

- **mettre en place une démarche de qualité pour obtenir la marque Qualité tourisme ;**
- **mettre en place un schéma d'accueil et d'information touristique ;**
- **recruter une chargée de mission pour élaborer la démarche de qualité et le schéma d'accueil et d'information touristique ;**
- **solliciter les communautés de communes membres pour contribuer au projet**
- **solliciter les fonds Leader pour financer ce programme d'actions ;**
- **autoriser la présidente à signer toute convention afférente.**

<b>VII - CLASSEMENT DE L'OFFICE DE TOURISME, DEMARCHE QUALITE ET SCHEMA D'ACCUEIL ET DE DIFFUSION DE L'INFORMATION- PROLONGATION DE LA MISSION</b>
--

*Élue référente : Corinne MONDIN*

Les démarches engagées depuis juin 2021 dans le but d'obtenir le classement de l'office de tourisme montrent que les 18 mois initialement prévus pour la mission ne seront pas suffisants. Un premier diagnostic « Qualité » a en effet identifié plusieurs points du référentiel Qualité à travailler de manière approfondie.

Il a été estimé qu'une nouvelle période de 12 mois permettrait d'obtenir un résultat positif à la demande de classement.

En complément de la délibération VI du 29 juin, il serait également nécessaire de réaliser un audit blanc Qualité sur cette nouvelle période (comprenant l'audit à 2 925 € et une journée de conseils à 800 € HT).

Pour réaliser cette 2<sup>ème</sup> phase de la mission, le contrat de la chargée de mission serait prolongé de 12 mois.

Du 1<sup>er</sup> juin 2022 au 31 mai 2023 (12 mois)

#### Coût estimatif

• Salaires et charges	30 358,64 €
• Frais de structure	6 071,73 €
• Frais d'audits et autres	3 725 €
<b>TOTAL</b>	<b>40 155, 37 €</b>

#### Projet de plan de financement

• Europe – Leader (75%)	30 116,53 €
• Autofinancement (25%)	10 038,84 €

Il est à noter que le financement se ferait à hauteur de 75% et non 80% comme la 1<sup>ère</sup> période car c'est la règle de subventionnement Leader pour les projets récurrents.

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

- **prolonger de 12 mois la mission « Classement de l'office de tourisme, démarche qualité et schéma d'accueil et de diffusion d'information »**

*CM*

- prolonger en fonction le contrat de la chargée de mission pour finaliser la démarche de qualité et le schéma d'accueil et d'information touristique ;
- solliciter les fonds Leader pour financer ce programme d'actions ;
- autoriser la présidente à signer toute convention afférente.

## VIII - PLAN DE FORMATION DU PERSONNEL / FONDS NATIONAL POUR L'EMPLOI

*Élue référente : Corinne Mondin*

Le projet de plan de formation des salariés de la Maison du tourisme du Livradois-Forez pour la période 2022/2023 vient d'obtenir officiellement le soutien du Fonds national pour l'emploi qui a donné son accord de prendre en charge 100 % des coûts de formation pour un montant de 43 000 €.

C'est la première fois qu'un tel plan, si ambitieux, peut voir le jour au bénéfice des salariés.

Compte-tenu de la jeunesse de la structure, de la crise traversée et des évolutions du secteur du tourisme, ce plan se veut répondre à 3 défis.

**Défi n°1 : adapter les compétences de l'équipe technique au nouveau projet stratégique adopté en février 2022 par l'ensemble des collectivités.**

3 axes de formation ont été ciblés :

- le marketing touristique ;
- la vente en ligne et les partenariats avec les agences de voyage en ligne ;
- les relations avec les acteurs touristiques locaux.

**Défi n°2 : professionnaliser l'organisation et le management interne.**

Regrouper 12 anciennes structures en une seule, sur 12 sites éclatés en milieu rural et regroupant depuis seulement 3 ans 29 salariés qui n'avaient pas l'habitude de travailler ensemble nécessite de poursuivre le travail d'amélioration de l'organisation et du management interne engagé. Le plan de formation prévoit :

- le management et le pilotage des équipes à distance ;
- la communication interne et l'accentuation de la collaboration entre services ;
- l'approfondissement des techniques de gestion de projet ;
- la gestion des ressources humaines : gestion du temps et du stress.

**Défi n°3 : obtenir la Marque qualité Tourisme et le classement de l'office de tourisme en catégorie 1.**

Deux axes de formation ont été identifiés :

- la pratique de l'anglais pour assurer l'accueil des clientèles étrangères dans les bureaux d'information touristique ;
- l'adaptation des offres de balades et visites guidées.

**Le conseil d'administration :**

- décide d'engager ce programme de formation pour un montant prévisionnel de 43 000 € financé à 100% par le Fonds National pour l'Emploi ;
- autorise la présidente à signer toute convention afférente.

**QUESTION DIVERSE  
IMPRESSION DE PLANS DE VILLE**

*Elue référente : Céline AUGER*

La Maison du tourisme diffuse des plans imprimés sous un format bloc aux visiteurs de passage sur le bureau de Thiers. Le coût HT de ces blocs (50 plans) est de 3,90 €. La Maison du tourisme en imprimerait 200, soit un total prévisionnel de 780 €.

**Le conseil d'administration décide d'imprimer les plans de ville de Thiers pour un montant de 780 € HT.**

**AUTRES QUESTIONS DIVERSES**

**Il est proposé d'élargir les périodes des pots d'accueil si possible sur la 3<sup>ème</sup> semaine voire 4<sup>ème</sup> semaine d'août.**



## B – INFORMATIONS

### IX - FRÉQUENTATION DES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE PENDANT LES VACANCES DE PRINTEMPS

Élue référente : Céline AUGER

Fréquentation des bureaux d'information touristique pendant les vacances de printemps

BIT	Nombre de contacts			Nombre de visiteurs
	Guichet	Téléphone	Total	Guichet
Ambert	249	52	301	434
Arlanc	26		26	45
Billom	187	74	261	302
Courpière	68	25	93	101
Lezoux	4		4	4
Olliergues	10	3	13	17
Saint-Anthème	66	23	89	92
Saint-Germain-L'Herm	6		6	9
Thiers	305	20	325	780
<b>Total</b>	<b>921</b>	<b>197</b>	<b>1118</b>	<b>1784</b>
Evolution 2022/2019	-37%	+ 24%	-31%	-39%

\*2019 est l'année de référence, suite à 2 années de confinement et donc de fermeture des bureaux.

Le nombre de contacts téléphoniques est supérieur à 2019. La fréquentation des bureaux quant à elle a diminué de 39 % par rapport à 2019.

Les 3 bureaux principaux réalisent 80 % du nombre total de contacts (guichet + téléphone).

### X - PROGRAMME DES BALADES NATURE ET PATRIMOINE

Élue référente : Céline AUGER

Le programme des Balades nature et patrimoine est un programme soutenu par le PNR Livradois-Forez dont la coordination et la promotion sont assurées par La Maison du tourisme.

194 balades sont proposées du 1er juin au 31 octobre 2022 pour découvrir la nature et les patrimoines du Parc, déclinées autour de 5 thématiques : nature et paysages, patrimoines et histoire, en famille, au crépuscule, balade autrement. Les balades sont encadrées par des accompagnateurs qualifiés : accompagnateur moyenne montagne, guide-conférencier, animateur nature diplômé...

La plupart de ces balades sont organisées par des partenaires. Cependant 69 d'entre elles sont organisées directement par la Maison du tourisme, dont 53 visites sont conduites par les guides-conférenciers de la MDT et 16 balades sont commandées à des accompagnateurs extérieurs.



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

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

Le guide est consultable ici : <https://fr.calameo.com/read/000582927b504c7f61ef5>

## XI – PLAN DE FORMATION DES PRESTATAIRES TOURISTIQUES

*Élue référente : Céline AUGER*

La Maison du tourisme a mis en place un plan de formation de prestataires touristiques pour l'année 2022.

À pratiquement mi-parcours du programme le bilan est le suivant :

- 08/03 : WebTV, Club utilisateur, 3 participants, 16 vues (en replay).
- 22/03 : Addock (réservation des activités en ligne), 3 participants.
- 29/03 : créer des publicités sur facebook (Ads), 4 participants.
- 31/03 : rédiger ses conditions générales de vente, 12 participants, 32 vues.
- 05/04 : WebTV, « Partir Ici » et Auvergne Destination Volcans, 6 participants, 17 vues.
- 05/04 : Instagram, 9 participants.
- 12/04 : Club utilisateurs, 7 participants, 20 vues (en replay).
- 10/05 : WebTV, Réseaux sociaux/planification éditoriale, aucun participant, 5 vues (en replay).
- 10/05 : journée de découverte, secteur La Chaise-Dieu : environ 60 participants.
- 12/05 : Sum'up (solution de paiement), 5 participants, 8 vues (en replay).
- 12/05 : Anglais (1ère session), 7 participants.
- 17/05 : Atelier photo, 8 participants.
- 17/05 : Club utilisateur, 6 participants, 2 vues (en replay).
- 24/05 : ½ journée de découverte, spéciale démarche qualité, 4 participants + 4 agents de la MDT

Il est à noter que les formations sont suivies par un peu plus de participants que l'année précédente, probablement en raison de la diffusion du programme complet (en version papier) lors de l'Assemblée Générale et durant les premières formations. À noter également que les partenaires ayant participé à une formation, reviennent très souvent aux suivantes.

## XII – PARTIR ICI

*Élue référente : Céline AUGER*

Afin de déployer la plateforme régionale Partir Ici lancée en octobre dernier, l'agence régionale de tourisme AURA a lancé un Challenge des destinations – printemps afin d'inciter les offices de tourisme à impliquer les acteurs touristiques de leur territoire respectif. La Maison du tourisme fait partie du top 10 des destinations Auvergne Rhône-Alpes.

Extrait du site internet pro : [Gagnant du Challenge des destinations - printemps - Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme - Site pro \(auvergnerhonealpes-tourisme.com\)](http://www.auvergnerhonealpes-tourisme.com)

cm

Le top 10 des destinations les plus riches en offres est le suivant :

Nom de l'office de tourisme	Nombre d'offres par prestataire unique *	Département
Office de Tourisme de Belledonne-Chartreuse	52	Isère
Office de Tourisme du Haut-Lignon	43	Haute-Loire
Office de Tourisme des Combrailles	41	Puy-de-Dôme
Office de tourisme Val de Sioule	38	Allier
Office de Tourisme du Pilat	34	Loire
Maison du Tourisme du Livradois-Forez	33	Puy-de-Dôme
Saint-Etienne Tourisme et Congrès	33	Loire
Destination Beaujolais	32	Rhône
Gorges de l'Ardèche - Pont d'Arc	31	Ardèche
Clermont Auvergne Tourisme	29	Puy-de-Dôme

\* chaque prestataire est compté qu'une fois pour s'assurer de la diversité des offres

### XIII – POTS D'ACCUEIL ESTIVAUX

Élue référente : Céline AUGER

La Maison du tourisme participe à l'accueil de visiteurs pendant l'été hors les murs

- lors des pots d'accueil dans des hébergements touristiques de plus de 100 lits volontaires
- lors de certains marchés et au sein de sites touristiques.

Ambert Livradois-Forez	Lundi	Saviloisir (Saint-Amant-Roche-Savine)
	Lundi	Camping les Chelles (Olliergues)
	Mardi	Villages pour la terre (Arlanc)
	Samedi	Camping de Viverols
	Dimanche	Camping de Saint-Clément de Valorgue
	Dimanche	Accueil à Azuréva (Fournols)
Thiers Dore et Montagne	Mercredi	Marché de Puy-Guillaume
	Dimanche	Village de vacances Saint-Rémy-sur-Durolle
	Lundi	Camping de Saint-Rémy-sur-Durolle
Billom / Lezoux	Mercredi	Camping de Pont-Astier
	Jeudi journée et Vendredi matin	Musée départemental de la Céramique (Lezoux)
	Vendredi après-midi	Médiathèque Entre Dore et Allier
	Samedi matin	Marché de Lezoux



## XIV – QUESTIONNAIRE DE SATISFACTION / VISITEURS

Élue référente : Céline AUGER

Un questionnaire de satisfaction, à destination des visiteurs (touristes, résidents secondaires et habitants) sera mis en place dans l'ensemble des BIT de la MDT.

Il a été élaboré par les différents services concernés. Il se décline en deux versions :

- Un questionnaire en ligne pour recueillir le niveau de satisfaction des visiteurs sur les services de la MDT.
- Une version papier synthétique (A5 recto/verso) distribuée en bureau.

L'objectif est de le faire remplir à 5-10% des visiteurs en bureau. Le bilan de ce recueil de satisfaction sera communiqué dans le cadre du Groupe Qualité de Destination.

## XV – BILAN DU SALON DU RANDONNEUR

Élu référent : Alain Néron

La Maison du tourisme a participé au salon du Randonneur à Lyon sur le stand Auvergne.

Fréquentation sur le stand Maison du tourisme :

- 583 personnes (soit un peu plus de 4% du nombre total des visiteurs du salon).
- Le dimanche a été la journée la plus calme (comme chaque année) car le public vient sur le salon pour flâner / prendre des idées de séjours ou de week-ends. Les contacts intéressants ont surtout été le vendredi et le samedi.
- Nombre de contacts qualifiés : 10 contacts dont 3 pour le service réceptif (séjours en 2023).

Evolutions des demandes visiteurs :

- des circuits itinérants pédestre et VTT ;
- VTT AE (environ 25% des demandes) ;
- de la rando ou activité de pleine nature couplée avec des visites patrimoniales ou de découverte des savoir-faire ;
- souhait de séjour hors juillet / août - pour des "WE au vert" ;
- fréquentation importante dès l'ouverture (le vendredi 10h) ;
- grand intérêt pour les séjours proposés par la MDT (136 clients intéressés).

Typologie des visiteurs :

- Couples de 50-60 ans de la région lyonnaise ;
- Destination connue par une grande majorité des visiteurs du salon ;
- Primo visiteur avec intérêt pour la destination car proximité (moins de 2h), idéale pour des séjours courts ;
- Augmentation de la part des 30-40 ans pour des séjours sportifs (importance du plus grand espace VTT de France) ;
- Public "familles" toujours peu représenté sauf le dimanche mais moins curieux ;
- Les groupes rencontrés surtout tranche 50-70ans pour des max 2jours pour 2023.

Bilan général et évolution

- Edition 2022 très intéressante avec des visiteurs curieux et intéressés par la destination.
- La présence sur le stand Auvergne est un vrai plus en termes de visibilité sur le salon du randonneur.
- Travail en collaboration intéressant car gain de temps et d'énergie pour tous

## XVI – RELATIONS PRESSE

Élu référent : Alain Néron

Le dossier de presse 2022 ([https://www.vacances-livradois-forez.com/wp-content/uploads/2022/03/livradois-forez\\_vacances-en-liberte\\_dossier-de-presse-2022.pdf](https://www.vacances-livradois-forez.com/wp-content/uploads/2022/03/livradois-forez_vacances-en-liberte_dossier-de-presse-2022.pdf)) a été envoyé auprès d'un Top "20" médias nationaux TV (France2 émission Télématin et journal de France2 Lyon ; TF1 émission "Grands reportages" ; M6 émission "William à midi" ; et Ushuaia TV) ; et de presse écrite (Le Figaro, Le Point, Aujourd'hui en France, VSD, Détours en France, Femme Actuelle escapades, Happinez, Flow) et de radio (France Info).

Le dossier de presse a aussi été envoyé auprès des médias suivants :

- presse régionale : 90 contacts
- presse nationale (envois supplémentaires hors Top "20" : exemple : les Echos, Lyon Capitale) : 152 contacts

A ce jour, 12 contacts ont été approchés par l'agence.

Articles à venir :

- Le Figaro (accueil du journaliste en décembre 2021. Les axes : tourisme de savoir-faire/PNR la nature en hiver/ slow-tourisme)
- Camping-car Magazine (accueil du journaliste en avril 2022).

Accueils à venir :

- du 07/06 au 10/06 : Imco Lanting (journaliste). Reportage de 12 pages pour le magazine "Reformatorsch Dagblad (tirage à 41 000 ex.) <https://www.rd.nl/> "Le tour du PNR Livradois-Forez en 72 h" et "pige" pour le magazine "Reli" [www.reli.be](http://www.reli.be) Les axes de communication : les paysages, la rencontre humaine-le partage, les bons produits du terroir (cible : familles en séjours).
- les 25/06 et 26/06 : accueil de Véronique Feuerstein (attachée de presse d'Auvergne Destination).
- du 23/07 au 27/07 : Bruno Maltor (blogueur) <https://www.votretourdumonde.com/>

Apports de contenus :

- Magazine "Esprits d'Ici" l'art de vivre en région (12 pages autour des savoir-faire/de la nature et des séjours éco-responsables" <https://www.editions-burda.fr/esprit-dici/abonnement>



## XVII – BILAN DES CAMPAGNES DE COMMUNICATION MENSUELLE

Élu référent : Alain Néron

Tous les mois, la Maison du tourisme organise des campagnes de communication thématiques. Les plans et bilans mensuels sont disponibles sur l'espace pro :

<https://www.vacances-livradois-forez.com/espace-pro/office-de-tourisme-2/planification-editoriale/>

**Au 31 mai, le site internet était en augmentation de 81 % depuis le début de l'année par rapport à l'an dernier.**

## XVIII – PARTENARIAT MAISON DU TOURISME / RELAIS DES GÎTES DE FRANCE 63

Élue référente : Annick FORESTIER

La Maison du tourisme a signé 2 conventions de partenariat avec le relais des Gîtes de France du Puy-de-Dôme.

- Une convention de partenariat cadre visant à contribuer au développement de l'offre Gîtes de France sur le territoire et à sa meilleure promotion et commercialisation.
- Une convention identique à tous les offices de tourisme du département spécifique aux questions de vente en ligne. Celle concernant la vente en ligne, impulsée par Auvergne Rhône-Alpes Tourisme a permis à 17 hébergements en « planning partagé » d'être réservables en ligne sur le site de la destination et celui de la place de marché régionale. La synchronisation des plannings se fait dorénavant automatiquement grâce à la création d'une passerelle. Le prestataire n'a plus la double saisie à effectuer. Le nombre d'hébergements commercialisables sur le site de la destination Livradois-Forez est passé à 83.

## XIX - PARTENARIAT CSE MICHELIN 2022

Élue référente : Annick FORESTIER

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

Ci-dessous un premier bilan de l'état des réservations au 31/05/2022.

Intitulé du séjour	Nb de personnes Mai-Juin	CA
Amusez-vous en famille dans un parc d'aventures et dormez dans une yourte	24	2630.00€
Façonnez votre bijou avec une Améthyste d'Auvergne	21	2278.00€
Marchez sur les traces des couteliers Thiernois et fabriquez votre couteau	12	2605.00€
Profitez d'un séjour romantique au château de Vollore	20	3700.00€
Réalisez votre rêve, offrez-vous un vol découverte en avion	16	3134.00€
Sautez en parachute en tandem et dépassez vos limites !	8	2548.00€
Voyagez en montgolfière, un rêve accessible à tous	17	4437.00€
<b>Total</b>	<b>118</b>	<b>21 382.00€</b>

Les séjours de niche ou atypiques : atelier photographique, week-end trappeur, journée orpillage et canoë-kayak, n'ont pas trouvé leur public. Pour ce dernier, l'activité n'est pas en cause mais plutôt la proximité de Clermont-Ferrand qui n'incite pas à prendre un hébergement proche de son domicile.

Bilan des réservations : 81 familles inscrites : 49 en juin et 32 en septembre. A mi-parcours de ce partenariat, on observe nettement les mêmes tendances de consommation que l'année dernière qui restent relativement « classiques ». Fin octobre, un bilan global sera effectué qui permettra de calculer les offres touristiques restantes et susceptibles d'être placées auprès d'autres CSE, comme Limagrain mi-mai.

Ces offres « expériences » sont pour la plupart affichées sur le site de la destination, partie expériences. <https://www.vacances-livradois-forez.com/les-experiences/>

## **XX – TROPHÉE D'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme POUR LA « CREATION DU CLUB UTILISATEURS »**

*Élue référente : Annick FORESTIER*

Le club des utilisateurs de la vente en ligne a été créé en janvier dernier. C'est un moment de rencontre et d'échange avec les prestataires touristiques qui souhaitent développer la commercialisation en ligne de leur offre touristique.

Différents sujets ont déjà été proposés, en lien avec les besoins des utilisateurs : la place de marché régionale, le paiement en ligne, les offices de tourisme en ligne, les modalités de partenariats avec des plateformes affinitaires comme WeGoGreenR, GreenGo et Loganto.

La réunion mensuelle du club des utilisateurs a mobilisé une trentaine de participants depuis le début de l'année et a donné des idées aux autres territoires, comme l'office de tourisme d'Annecy, qui va proposer, à partir de septembre, le même outil de travail.

Un trophée a été remis à la Maison du tourisme du Livradois-Forez le 15 juin à Lyon pour son implication auprès des prestataires touristiques dans le développement de la vente en ligne par l'Agence régionale de développement touristique Auvergne Rhône Alpes.

## **XXI – JOURNÉES PRESTATAIRES « FILIÈRE GROUPES »**

*Élue référente : Annick FORESTIER*

Une quinzaine de prestataires ont participé, au château de Mons à Arlanc et au moulin bleu à Thiers, à un moment d'échange autour de l'offre groupes et de la nouvelle brochure réalisée par la Maison du tourisme du Livradois-Forez.

Ces rencontres entre prestataires touristiques ont été l'occasion de communiquer sur les tendances du marché des groupes, d'apporter de l'information et de faire en sorte d'orienter et de collecter l'offre future.

60 demandes groupes ont été enregistrées depuis le début de l'année. Toutes ont été traitées et plus des  $\frac{3}{4}$  se sont conclues par la signature d'un contrat de vente.

A noter l'apparition d'une nouvelle demande de location de salles pour l'organisation de séminaires. Certains lieux sont déjà référencés mais une réflexion collective avec les prestataires est nécessaire afin de poursuivre dans cette direction et de bien cerner les services apportés par rapport aux besoins des clients.



## XXII – PROJET D'ÉVOLUTION DE LA TAXE DE SÉJOUR À PARTIR DE 2023

Élue référente : Corinne Mondin

Les 4 communautés de communes membres de droit de la Maison du tourisme du Livradois-Forez (Ambert Livradois-Forez, Billom communauté, Entre Dore et Allier, Thiers Dore et Montagne) ont instauré et collectent la taxe de séjour sur leur territoire respectif. En 2019, sur l'ensemble des quatre communautés de communes, le montant de la taxe de séjour représentait près de 140 000 euros.

Après concertation au sein de la conférence de l'Entente « politique touristique du Livradois-Forez » réunie à trois reprises en 2021, il a été proposé de faire évoluer et harmoniser entre les 4 communautés de communes les tarifs de la taxe de séjour ainsi que les modalités d'affectation du produit de cette taxe. Les 4 communautés de communes doivent soumettre le projet à leur conseil communautaire avant le 1<sup>er</sup> juillet 2022.

### PROJET D'ÉVOLUTION TARIFAIRE

L'évolution et l'harmonisation de la tarification de la taxe de séjour sur le territoire des 4 communautés de communes s'inscrivent dans la logique suivante :

- réajuster les tarifs au regard des tarifs appliqués sur des territoires voisins similaires, considérant que les tarifs actuels leurs sont inférieurs ;
- harmoniser les tarifs de la taxe de séjour sur les 4 communautés qui avaient des pratiques différentes et contribuer ainsi à la cohésion du territoire en évitant les disparités ;
- renforcer la lisibilité de la destination Livradois-Forez pour le visiteur ;
- augmenter les recettes fiscales des collectivités sans que cela pèse sur la population locale ;
- renforcer l'observation des flux touristiques sur le territoire afin de mieux répondre aux attentes des touristes ;
- maintenir les moyens d'action de la Maison du tourisme du Livradois-Forez.

Le nouveau barème de tarification proposé est le suivant :

	REGLE (LOI)		NOUVEAU TARIF
	Tarif mini	Tarif plafond	
Palaces	0,70 €	4,30 €	3,00 €
Hôtels de tourisme 5 étoiles, résidences de tourisme 5 étoiles, meublés de tourisme 5 étoiles	0,70 €	3,10 €	2,00 €
Hôtels de tourisme 4 étoiles, résidences de tourisme 4 étoiles, meublés de tourisme 4 étoiles	0,70 €	2,40 €	1,70 €
Hôtels de tourisme 3 étoiles, résidences de tourisme 3 étoiles, meublés de tourisme 3 étoiles	0,50 €	1,50 €	1,30 €
Hôtels de tourisme 2 étoiles, résidences de tourisme 2 étoiles, meublés de tourisme 2 étoiles, villages de vacances 4 et 5 étoiles	0,30 €	0,90 €	0,75 €
Hôtels de tourisme 1 étoile, résidences de tourisme 1 étoile, meublés de tourisme 1 étoile, villages de vacances 1,2 et 3 étoiles, chambres d'hôtes, auberges collectives	0,20 €	0,80 €	0,70 €



Terrains de camping et terrains de caravanage classés en 3,4,5 étoiles, et tout autre terrain d'hébergement de plein air de caractéristiques équivalentes, emplacements dans des aires de camping-cars et des parcs de stationnement touristiques par tranche de 24 heures	0,20 €	0,60 €	0,50 €
Terrains de camping et terrains de caravanage classés en 1 et 2 étoiles, et tout autre terrain d'hébergement de plein air de caractéristiques équivalentes, ports de plaisance	0,20 €	0,20 €	0,20 €

Pour tous les hébergements en attente de classement ou sans classement à l'exception des catégories d'hébergements mentionnées dans le tableau de l'article 5, le tarif applicable par personne et par nuitée est de 3 % du coût par personne de la nuitée dans la limite du tarif le plus élevé adopté par la collectivité.

### AFFECTATION DU PRODUIT DE LA TAXE DE SÉJOUR

Sur la base de la fréquentation touristique 2019, le surplus du produit de la taxe de séjour est estimé en 2023 à 74 794 € réparti de la façon suivante :

Ambert Livradois-Forez	32 679 €
Billom communauté	3 229 €
Entre Dore et Allier	5 304 €
Thiers Dore et Montagne	33 582 €
<b>TOTAL</b>	<b>74 794 €</b>

Aussi, il a été proposé de faire évoluer l'affectation du produit de la taxe de séjour. Le principe serait que chaque communauté de communes reverse à la Maison du tourisme du Livradois-Forez tous les ans un montant forfaitaire (correspondant au surplus de ce produit). Voir tableau ci-dessus.

### XXIII – MOUVEMENT DE PERSONNEL

Élue référente : Corinne Mondin

#### Chargé de la politique de la randonnée

- Sébastien Giraud, recruté en septembre 2012 par l'association Randonnée en Livradois-Forez et transféré à la Maison du tourisme en janvier 2013, quitte le MDT le 31 juillet pour le territoire des Combrailles où il réside.
- Un recrutement est en cours.

#### Chargé des outils numériques et informatiques – Référent RGPD

- Nicolas Pinaud qui occupe le poste depuis décembre 2018 quitte la MDT fin août.
- Là aussi, un recrutement est en cours.

#### Community manager

- Cécile de Malleray a repris son poste le 1<sup>er</sup> juin à la suite de son congé parental d'un an.
- Sébastien Juillard qui assurait son remplacement a été en arrêt-maladie depuis le 6 avril et n'a donc pas pu faire la passation des travaux en cours.
- Marie Allirol a été embauchée le 30 mai pour 2 mois renouvelables en appui au pôle Marketing pour rattraper les 2 mois de vacation du poste et participer aux actions de relations presse.

#### Accueil BIT Billom

- Carole Prat est en arrêt-maladie depuis le 16 avril jusqu'à mi-juillet. Elle a demandé et obtenu une reconnaissance d'invalidité niveau 1 et est en attente de décision pour le niveau 2.
- Enzo Caporale a un contrat de remplacement de 11 heures par semaine.

#### Responsable du pôle administration

- Brigitte Arcis est en temps partiel thérapeutique à 80% depuis le 11 avril pour 3 mois, après un temps partiel thérapeutique à 50%.
- François-Xavier Aubert La Fayette : son temps de travail est régulièrement adapté en fonction de la présence de Brigitte Arcis.

#### Saisonniers

- Randonnée : Mickaël Schmisser a rejoint à nouveau l'équipe pour 2 mois à partir du 2 mai.
- Accueil : au moment de la rédaction de ce rapport, le recrutement est en cours de finalisation. Certains saisonniers reviennent d'une année à l'autre.

#### Cinq stagiaires sont présents au sein de la Maison du tourisme :

- du 2 mai à fin juin, 1 en accueil à Ambert (Valentine Spalla), et 1 pour le service administratif (Amel Toumi)
- du 16 mai au 2 juillet, 1 sur Thiers (Zacchary Brun), 1 sur Billom (Erwann Guyo), 1 sur Ambert (Emily Pommeyrol).
- Ces stages sont non rémunérés.

### **XXIV – REMBOURSEMENT DES FRAIS DE DÉPLACEMENT DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION**

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

**CONSEIL D'ADMINISTRATION**  
**29 juin 2022**  
**RÉSOLUTIONS**

Nombre de participants à la réunion : 14  
Nombre de votants présents : 13  
Nombre de voix (présents et représentés) : 16  
Le quorum d'1/2 (14) est atteint

**1<sup>ère</sup> RÉSOLUTION : Packs partenaires 2023**

Pour	<b>16</b>
Contre	0
Abstention	0

**2<sup>ème</sup> RÉSOLUTION : Accueil du blogueur Bruno Maltor**

Pour	<b>16</b>
Contre	0
Abstention	0

**3<sup>ème</sup> RÉSOLUTION : Vidéos de promotion de la destination**

Pour	<b>16</b>
Contre	0
Abstention	0

**4<sup>ème</sup> RÉSOLUTION : Participation au marché des voyageurs de groupes**

Pour	<b>16</b>
Contre	0
Abstention	0

**5<sup>ème</sup> RÉSOLUTION : Acquisition de matériel informatique**

Pour	<b>16</b>
Contre	0
Abstention	0

**6<sup>ème</sup> RÉSOLUTION : Classement de l'office de tourisme – modification de la délibération initiale**

Pour	<b>16</b>
Contre	0
Abstention	0

**7<sup>ème</sup> RÉSOLUTION : Classement de l'office de tourisme – prolongation de la mission**

Pour	<b>16</b>
Contre	0
Abstention	0



**8<sup>ème</sup> RÉSOLUTION : Plan de formation du personnel**

---

Pour	<b>16</b>
Contre	0
Abstention	0

**9<sup>ème</sup> RÉSOLUTION : Question diverse : impression de plans de ville**

---

Pour	<b>16</b>
Contre	0
Abstention	0

