

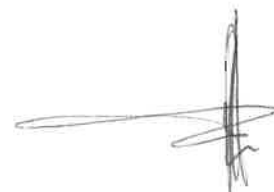
\*

**CONSEIL D'ADMINISTRATION**  
**MAISON DU TOURISME DU LIVRADOIS-FOREZ**  
**JEUDI 12 DECEMBRE 2024**  
**COMPTE-RENDU**

Fait à Saint-Gervais-sous-Meymont,  
le 17 décembre 2024

La Présidente de la Maison du tourisme

Corinne MONDIN



## **PRÉSENTS**

### Membres de droit

Frédéric CHONIER, Communauté de communes Thiers Dore et Montagne,  
Vice-président en charge des relations extérieures  
Annick FORESTIER, Communauté de communes Entre Dore et Allier  
Vice-présidente en charge du pôle relations clients, relations commerciales de la MDT du Livradois-Forez  
Bernard LORTON, Parc naturel régional Livradois-Forez  
Corinne MONDIN, Parc Naturel régional du Livradois-Forez  
Présidente de la MDT du Livradois-Forez

### Membres actifs

Nicole BOUCHERAT, Les Marguerites du Lotz  
Valérie GOBILLARD, Le Clos Goëlle  
Membre du bureau de la MDT du Livradois-Forez  
Didier LAMBERT, Centre historique du monde des sapeurs-pompiers  
Christine MILLER, Moulin de la Passerelle  
Secrétaire de la MDT du Livradois-Forez  
Alain NÉRON, Domaine du Faux Martel  
Vice-président en charge du pôle marketing de la MDT du Livradois-Forez

### Présidents des collectivités membres

Tony BERNARD, Communauté de communes Thiers Dore et Montagnes

### Autres participants

Benoît BARRÈS, directeur de la MDT du Livradois-Forez  
Sandrine ROCHAS, responsable pôle administratif de la MDT du Livradois-Forez

## **EXCUSÉS / ABSENTS**

François ANSEL, VV Demeures du Lac, pouvoir à Frédéric CHONIER  
Céline AUGER, Communauté de communes Billom communauté, pouvoir à Corinne MONDIN  
Vice-présidente en charge du pôle territoire, information touristique et relations locales de la MDT du Livradois-Forez  
Bernard AUROY, Randonnée en Livradois-Forez  
Vice-président en charge de la randonnée au sein de la MDT du Livradois-Forez  
Bernard BÉRAUD, Communauté de Communes Ambert Livradois Forez, pouvoir à Corinne MONDIN  
Amaud DE CADIER DE VEAUCE, Château des Martinanches  
Michelle CIERGE, Communautés de communes Entre Dore et Allier, pouvoir à Annick Forestier  
Pierre CONTIE, Communauté de communes Thiers Dore et Montagnes  
Marie-Paule DAUPHIN, Association Routes des Métiers  
Jean DELAUGERRE, Communauté de communes Billom communauté  
Christophe DURAND, Coutellerie Arbalète, pouvoir à Didier Lambert  
Chantal FACY, Communauté de Communes Ambert Livradois Forez  
Damien GATIGNOL, La Villa Dinette  
Guy GORBINET, Communauté de communes Ambert Livradois Forez  
Trésorier adjoint de la MDT du Livradois-Forez  
Cyril GUGLIEMO, Restaurant Le Gaspard des Montagnes  
Gérard GUILLAUME, Communauté de Communes Billom Communauté  
Jean JALLAT, Les champs d'Ail de Billom  
Trésorier de la MDT du Livradois-Forez  
Alain MOLIMARD, Communauté de communes Ambert Livradois Forez  
Pierre ROZE, Communauté de communes Thiers Dore et Montagne  
Patrick SAUZEDDE, Communauté de communes Thiers Dore et Montagne pouvoir à Frédéric CHONIER  
Helen SLICK, La Paresse en Douce

CM

# ORDRE DU JOUR

## A – AFFAIRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

---

### Pôle accueil

- I - Schéma d'accueil et de diffusion de l'information touristique : actualisation de la demande de financement Leader

### Pôle marketing

- II – Plan de promotion mutualisé pour les sites et événements majeurs et nouveau plan de promotion mutualisé des hébergements
- III – Mission de relations-médias
- IV – Salon du Randonneur
- V – Création de contenus "virtuels" immersifs et achat de casques de "réalité virtuelle et augmentée"

### Pôle relations clients et relations commerciales

- VI – Catalogue groupes 2025-2026

### Pôle administration

- VII – Convention triennale d'objectifs et de moyens avec les collectivités membres de la Maison du tourisme 2025-2027

### Intervention (30 minutes)

- VIII - Comment les vacanciers préparent leurs vacances sur internet ? Comment la Maison du tourisme tient compte de leurs attentes pour développer l'attractivité de son site internet ?** Intervention de Rebecca Fournel de l'agence de référencement Cybercité

## B – INFORMATIONS

---

### Pôle accueil – information – relations locales

- IX – Bilan de la fréquentation des bureaux d'information touristiques lors des vacances d'automne

### Pôle marketing

- X – Vidéo
- XI – Calendrier advent

### Pôle relations clients et relations commerciales

- XII – Partenariat avec le CSE Michelin : bilan des ventes 2024
- XIII – Chiffre d'affaires 2024 du pôle relations clients – relations commerciales
- XIV – Bilan des salons professionnels

### Pôle administration

- XV - Mouvements du personnel
- XVI – Remboursement des frais de déplacement des membres du conseil d'administration

<b>I – SCHÉMA D'ACCUEIL ET DE DIFFUSION DE L'INFORMATION TOURISTIQUE :</b>
<b>ACTUALISATION DE LA DEMANDE DE FINANCEMENT LEADER</b>

*Élue référente : Céline AUGER, excusée.  
Corinne MONDIN présente l'affaire.*

Lors du conseil d'administration du mois de juin 2024 la Maison du tourisme du Livradois-Forez a adopté un Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI). Cette nouvelle démarche devrait permettre d'améliorer l'accueil des visiteurs sur l'ensemble de la destination : 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 première phase a permis la définition des orientations du SADI.

Cette démarche est innovante à plusieurs titres :

- elle élabore une stratégie d'accueil des visiteurs à l'échelle d'une destination touristique en lien avec un positionnement marketing et un schéma de développement touristique (logique de cohérence des politiques touristiques) ;
- elle associe 4 communautés de communes (Thiers Dore et Montagne, Ambert Livradois-Forez, Entre Dore et Allier, Billom communauté) et le syndicat mixte du PNR Livradois-Forez ;
- elle a été élaborée en concertation avec les acteurs touristiques de la destination ;
- elle favorise des passerelles avec les territoires voisins ;
- elle tient compte des forts enjeux de développement durable pour inciter les visiteurs à respecter les milieux et pratiquer des activités douces ;
- elle tient compte de la diversité des spécificités, des attentes et des besoins des populations accueillantes et des populations accueillies ;
- elle va permettre de tester de nouvelles modalités d'accueil grâce à de nouveaux outils comme un roadbook numérique.

Le conseil d'administration a déjà adopté le SADI avec un plan d'action à 3 ans.

Il vous est aujourd'hui proposé de déposer au financement Leader pour les actions suivantes :

- **Création d'un guide d'accueil numérique.** La Maison souhaiterait créer, comme à l'île de Ré, un roadbook numérique permettant aux visiteurs de repartir des BIT ou de chez un prestataire avec des données touristiques personnalisées en fonction de leurs demandes. Une sorte de carnet de voyage numérique personnalisé, dont les données sont mises à jour automatiquement. Installation et 1ère année de maintenance.
- **Mise en place des Points d'information touristique et Relais d'information touristique.** En complément du réseau de bureaux d'information touristique, pour consolider l'accès à l'information, la Maison du tourisme pourrait créer un réseau de Points d'information touristique (PIT) et de Relais d'information touristique (RIT). Les PIT seraient équipés d'écrans numériques dynamiques valorisant la destination et de présentoirs en bois sur pied. Les RIT seraient équipés de façon plus légère. Ce maillage permettrait de mieux diffuser l'information.
- **Equipements pédagogiques innovants pour les hébergements touristiques.** Les hébergeurs sont les premiers prescripteurs d'activité. Les vacanciers aiment disposer d'outils de découverte sur leur lieu de vacances. L'objectif serait d'équiper les hébergements avec de nouveaux outils innovants de découverte du territoire (outils d'observation et de connaissance

de la nature, des objets fabriqués localement, des jeux pour les enfants en lien avec le territoire...).

- **Nouveau plan de formation des acteurs touristiques.** Au cours des 3 prochaines années il est prévu de consolider la formation des prestataires touristiques en matière de développement durable et de numérique. Cette dynamique s'appuiera sur un cycle de formation et sur l'organisation annuelle d'un colloque "tourisme de demain" pour inciter élus et acteurs locaux à mieux prendre en compte les logiques de développement durable.
- **Développement d'un pass découverte numérique.** A partir de 2025, il est proposé de créer un pass accessible grâce à une application numérique. Celui-ci permettra la vente en ligne, une meilleure analyse des flux, et le développement de la gestion de la relation client des sites partenaires de l'opération (au nombre de 7 pour la première année). Installation et 1ère année de maintenance.
- **Création d'une collection de visuels « Livradois-Forez ».** Afin de développer le sentiment d'appartenance au Livradois-Forez, il est proposé de créer une collection de 5 visuels valorisant la destination qui seront diffusés sur l'ensemble des sites touristiques du territoire (un support par communauté de communes, un support valorisant le manifeste de la destination).
- **De nouveaux circuits culturels.** La Maison du tourisme pourrait revaloriser les circuits culturels en modernisant grâce à une meilleure formalisation en termes de parcours et de contenu culturel des circuits tels que les visites de bourgs, les circuits d'art roman, les circuits Paysage d'écrivains, la route des métiers, la route des fromages, les circuits des PAH, les circuits livret-famille du secteur ALF, les circuits du Gallimard, les circuits du Guide vert, la route des châteaux d'Auvergne (7 en Livradois-Forez), etc.
- **Traduction des supports pour les clientèles étrangères.** La Maison du tourisme souhaite créer des outils d'information destinés aux clientèles étrangères. Il est prévu des prestations de traduction de l'ensemble des supports.

L'animation du programme nécessiterait la réaffectation d'un poste dédié à cette mission pour une période de 3 ans.

Le coût prévisionnel du programme pour la période 2025-2027 est détaillé dans le tableau ci-dessous :

ACTION	COÛT OPERATION
Création d'un guide d'accueil numérique (création et 1ère année de maintenance)	11 572,00 €
Mise en place de Points d'information touristique (PIT) et de Relais d'information touristique (RIT)	37 482,50 €
Equipements pédagogiques innovants pour les hébergements touristiques	20 200,00 €
Nouveau plan de formation des acteurs touristiques	21 815,55 €
Développement d'un pass découverte numérique (création et 1ère année maintenance)	10 700,00 €
Création d'une collection d'illustrations "Livradois-Forez" (5 en 1000 exemplaires chacune)	7 035,00 €
De nouveaux circuits culturels	2 975,00 €
Traduction des supports pour les clientèles étrangères	2 500,00 €
Animation du programme SADI	197 773,06 €
<b>TOTAL</b>	<b>312 053,11 €</b>

Le plan de financement prévisionnel HT pour la période 2025-2027 est le suivant :

- Programme Leader : 249 642,49 €
- Contribution des EPCI (Thiers Dore et Montagne, Ambert Livradois-Forez, Billom Communauté, Entre Dore et Allier) : 40 500 €
- Autofinancement : 21 910,62 €

- Total : 312 053,11 €

Il est décidé à l'unanimité :

- de solliciter les financements du programme européen Leader dédié au Schéma d'accueil et de diffusion de l'information pour un montant prévisionnel de 249 642,49 € ;
- de réorganiser les services de la Maison du tourisme pour dédier un poste à l'animation de ce schéma d'accueil et de diffusion de l'information ;
- d'autoriser la Présidente à signer toute convention afférente.
- d'autoriser la responsable du pôle administratif et financier à déposer la demande de subvention Leader sur la plateforme dédiée.

## II – PLAN DE PROMOTION MUTUALISÉ 2025

*Élu référent : Alain NÉRON*

La Maison du tourisme du Livradois-Forez a proposé un plan de promotion mutualisé au profit de certains opérateurs touristiques. L'objectif est simple : mutualiser les moyens de communication entre les différents partenaires pour améliorer collectivement les performances de leur plan de communication respectif.

L'an dernier ce plan était proposé à quelques sites touristiques incontournables et aux 12 événements signataires du pack événements.

Il est proposé de lui apporter des évolutions et de proposer un plan de promotion mutualisé pour les hébergements.

### I – Plan de promotion mutualisée des sites incontournables et événements majeurs

Ce plan est ouvert aux structures suivantes :

- Événements majeurs souscripteurs du pack événement majeur : Festival de la Chaise- Dieu, Cyclo les Copains, Pamparina, World Festival Ambert, Les Fournofolies, Coutellia, Rencontres Arioso, Concerts de Vodable, Festival de Montpeloux,, Foire à l'ail, Marché des potiers, Village des producteurs des sites remarquables du goût, etc.
- Sites incontournables de la destination : ville de Thiers, ville d'Ambert, ville de Billom, musée de la coutellerie de Thiers, musée de la céramique de Lezoux, Moulin Richard de Bas, Coq noir, Train touristique, Château d'Aulteribe, station nature de Prabouré, musée de la fourme, abbaye de la Chaise-Dieu, Station de Chalmazel
- Réseau touristiques partenaires de la Maison du tourisme (Route des métiers, A pas de lynx, Sur les Pas de Gaspard, etc.)

3 conditions complémentaires étaient nécessaires :

- être souscripteur d'un « pack partenaire » de la Maison du tourisme du Livradois-Forez
- être souscripteur de la marque Livradois-Forez et valoriser la marque en à minima sur dépliants et sur site internet ;
- faire un lien vers le site internet de la MDT.

5 actions étaient proposées :

- un pass inter-sites
- l'affichage urbain à Clermont-Ferrand et Lyon ;
- des campagnes sponsorisées sur les réseaux sociaux ;
- des posts "boostés" sur Facebook ;
- un publiportage dans le magazine Auvernha.

Parmi 2025, il est proposé de renouveler le partenariat en apportant les évolutions suivantes :

- Ouverture du programme à d'autres événements majeurs signataires du pack et à de nouvelles structures de visites comme le Centre d'Art Contemporain Le Creux de l'Enfer, le Jardin pour la Terre et la Jasserie Le Coq Noir.
- Numérisation du "pass visites et découvertes" ;
- Publireportage dans d'autres magazines ;
- Création d'une nouvelle prestation de service pour la réalisation de photos et vidéos.

## **II – Plan de promotion mutualisé des hébergements**

Le détail du projet est consultable [ici](#).

## **III – Principe de contribution des partenaires au programme**

Les principes de contributions des partenaires au programme seraient les suivants :

<b>Opérations</b>	<b>Principes de financement</b>	<b>Coût unitaire par prestataire</b>
Pass découverte	Prise en charge des frais de communication par les partenaires Prise en charge de l'application numérique par la MDT	150 €
Affichage urbain	Contribution : 50 % partenaire pour l'impression (4000/2 soit 2000 euros) + 100 % (conception soit 250 euros).	2250 €
Post boosté	Contribution 50/50 : MDT et partenaire	75 €
Campagne numérique	Contribution 50/50 : MDT et partenaires	150 €
Achat d'espace dans la presse	Contribution 50/50 : MDT et partenaires	Variable
Réalisation d'une prestation photo et vidéo		250 € (pour événements majeurs, sites touristiques de plus de 5000 visiteurs, hébergements de plus de 20 lits) 125 € (pour événement régionaux, sites touristiques de moins de 5000 visiteurs, hébergements de moins de 20 lits)

Coût total opération : 50 750 €

Contribution des partenaires : 31 500 €

Contribution de la Maison du tourisme : 19 250 €

- 5 750 € sur ce programme
- 13 500 € sur d'autres lignes budgétaires :
  - o 6 500 € euros à réserver sur la ligne réseaux sociaux
  - o 7 000 € déjà adopté pour la numérisation du pass découverte entre les sites

**Il est décidé :**

- **d'engager les dépenses pour la réalisation du plan de promotion mutualisé pour un montant prévisionnel de 37 250 € avec une contribution financière de la Maison du tourisme de 5 750 € sur ce programme et une contribution des partenaires estimé à 31 500 €.**
- **d'autoriser la Présidente à signer toute convention afférente**

### III – MISSION DE RELATIONS-MÉDIAS

*Élu référent : Alain NÉRON*

Depuis 2019, la Maison du tourisme a développé un partenariat avec l'Agence de relations-médias Qui Plus Est pour faire connaître le Livradois-Forez et accroître sa notoriété auprès des productions TV, des rédactions de magazines, etc. Le travail effectué permet, chaque année, des retombées médiatiques (TV ; reportages et articles dans les magazines thématiques) et des accueils de journalistes programmés sur le territoire.

La mission annuelle commandée par la Maison du tourisme avait été réduite en 2023 et engagée, depuis, pour un montant de 7 200 € HT. Ce qui avait pour conséquence, la suppression des deux communiqués de presse du printemps et de l'automne.

Pour 2025, il vous est proposé de renouveler le partenariat sur les mêmes bases qu'en 2021 et 2022.

Budget prévisionnel :

- Mission de l'agence de presse et réalisation d'un dossier de presse et de deux communiqués de presse : 10 000 € HT ;
- Frais annexes (impressions et envois des communiqués) et frais d'accueil des journalistes : 2200 € HT ;
- Total : 12 200 € HT.

**Il est décidé à l'unanimité :**

- **d'engager la mission de relation presse 2025 pour un montant prévisionnel de 12 200 € HT ;**
- **d'autoriser la Présidente à signer toute convention afférente.**

### IV – SALON DU RANDONNEUR

*Élu référent : Alain NÉRON*

Il vous est proposé que la Maison du tourisme renouvelle sa participation habituelle au salon du Randonneur, à Lyon, qui se déroulera du 21 au 23 mars 2025. Sur la base de l'organisation 2024 : un comptoir mis à disposition sur le stand du collectif des OT « Auvergne Destination ». Coût prévisionnel (hors frais annexes) : 500 € HT.

**Il est décidé à l'unanimité :**

- **de participer au salon du randonneur pour un montant prévisionnel de 500 € ;**
- **d'autoriser la Présidente à signer toute convention afférente.**

### V – CRÉATION DE CONTENUS "VIRTUELS" IMMERSIFS ET ACHAT DE CASQUES DE "RÉALITÉ VIRTUELLE ET AUGMENTÉE"

*Élu référent : Alain NÉRON*

A l'initiative de la communauté de communes d'Ambert Livradois-Forez, qui souhaite engager une communication d'attractivité innovante, il est proposé à la Maison du tourisme un achat mutualisé de casques de "réalité virtuelle et augmentée" et de réaliser un film "immersif" (thème à définir) par une agence multimédias. Ce dispositif novateur permettrait, à titre expérimental, de faire la promotion du Livradois-Forez sous une nouvelle forme "expérientielle", qui serait très appréciée lors des salons et autres opérations de communication (durée 3 à 4 minutes).



**Il est décidé à l'unanimité :**

- de réaliser un premier film, à titre expérimental, en réalité augmentée pour un montant prévisionnel de 3 000 € HT ;
- d'autoriser la Présidente à signer toute convention afférente.

## VI – CATALOGUE GROUPES 2025-2026

*Élue référente : Annick FORESTIER*

Le catalogue commercial groupes est destiné à vendre des excursions et des séjours sur le Livradois-Forez à des intermédiaires autocaristes et en direct à des présidents d'associations. Il est édité tous les 2 ans avec la possibilité de rajouter des nouveaux produits, sous forme de fiche, annuellement.

Il est conçu sous une forme promotionnelle puisqu'il présente l'ensemble des séjours sans les tarifs lesquels sont inscrits sur un feuillet à part et rajouter sur demande dans la brochure.

Tous les 2 ans environ, 30% des offres sont renouvelées. La parution du catalogue est prévue début mi-janvier 2025 pour le salon des voyages Fraizy à Pithiviers.

Il contiendrait des excursions et des séjours.

Les nouveautés seraient les suivantes :

### Excursions :

- Ile aux crayons, repas dansant à la Guinguette l'insolite à Vollore
- Visites guidées : ancienne banque de France ou quartier bas de Thiers, le Moutier, musée de la Coutellerie
- Musée de la céramique (nouvelle visite costumée ou gourmande), coutellerie le Fidèle
- Train Agrivap (accueil insolite à la gare d'Ambert), Gaec des Beaucerons ou savonnerie de la Goutte Noire
- Musée de la Fourme à Sauvain, moulin des Massons
- Découverte originale des Hautes-Chaumes avec guide accompagnateur ou visite de l'exposition "Estive, des vachères, un berger", à l'écomusée des Monts du Forez, visite commentée de la jasserie du Coq noir
- École 1900 ou Mus'énergie, ferme de Buisson à Auzelles
- Visite de la Chaise-Dieu, musée de la dentelle à Arlanc ou entreprise Pagès
- Une exposition de peinture "fixé sous verre" au château de Job serait intégrer à l'une des excursions

### Séjours

- Séjour intitulé "voyage au coeur de l'Auvergne", 5jours /4 nuits, réalisé en partenariat avec Clermont Auvergne Métropole et Haute-Loire attractivité.

Total : 19 produits touristiques packagés.

**Il est décidé à l'unanimité**

- de réaliser le catalogue groupe 2025-2026 pour un montant prévisionnel de 1850 € HT ;
- d'autoriser la Présidente à signer toute convention afférente.

## VII – CONVENTION TRIENNALE D'OBJECTIFS ET DE MOYENS AVEC LES COLLECTIVITES MEMBRES DE DROIT LA MAISON DU TOURISME 2025-2027

Les collectivités membres de droit de la la Maison du tourisme (le syndicat mixte du PNR et les 4 communautés Ambert Livradois-Forez, Thiers Dore et Montagne, Entre Dore et Allier, Billom

communauté) ont signé une convention d'objectifs et de moyen avec la Maison du tourisme sur une période de 3 ans qui prend fin au 31 décembre de l'année 2024.

En concertation avec les collectivités concernées, il est proposé de renouveler le principe des conventions pour les 3 prochaines années (2025-2027).

Les évolutions majeures proposées sont les suivantes :

Partie commune de la convention :

- Le nouveau mode de contribution financière des collectivités n'intégrerait plus le reversement de la taxe de séjour.
- Modalités de versement de la contribution des collectivités : 40 % (au lieu de 30 %) en janvier.

Partie spécifique de la convention :

- La stabilisation du nombre de BIT à 7
  - o Communauté de communes Ambert Livradois-Forez :
    - ☒ Bureau information touristique Ambert
    - ☒ Bureau d'information touristique Saint-Anthème
    - ☒ Bureau d'information touristique Olliergues
  - o Communauté de communes Thiers Dore et Montagne :
    - ☒ Bureau d'information touristique Thiers
    - ☒ Bureau d'information touristique Courpière
    - ☒ Bureau d'information touristique Saint-Rémy-sur-Durolle
  - o Communauté de communes de Billom
    - ☒ Bureau d'information touristique Billom
  - o Communauté de communes Entre Dore et Allier
    - ☒ Aucun bureau d'information touristique permanent
- Une présence d'agents dans des lieux d'accueil gérés par les collectivités (musée de la céramique de Lezoux, maisons des services de Cunlhat et Saint-Germain l'Herm, site d'Arlanc).
- Le principe général de nouveaux horaires d'ouverture.
- L'intégration des orientations du nouveau schéma d'accueil et de diffusion de l'information.
- L'intégration du projet Destination Grand air pour les communautés de communes d'Ambert Livradois-Forez et Thiers Dore et Montagne, en lien avec la politique "randonnée" conduite à l'échelle du territoire classé PNR (site internet et application mobile "Randonnée en Livradois-Forez, suivi et maintenance des équipements, balisage...)

Contributions financières

Les 4 communautés de communes

		2024 (rappel)	2025	2026	2027
<b>CONTRIBUTION GÉNÉRALE</b>	Contribution 4 EPCI (dont hausse 3% à partir de 2025)	1 120 863 €	1 231 527 €	1 377 653 €	1 418 982 €
	Reversement taxe de séjour	74 794 €	<i>Intégré dans la contribution générale à partir de 2025</i>		
	Compensation coûts de fonctionnement		61 000 €	<i>Intégré dans la contribution générale à partir de 2026</i>	
	Ambition marketing		45 000 €		
	<b>S/total 1 : contribution générale</b>	<b>1 195 657 €</b>	<b>1 337 527 €</b>	<b>1 377 653 €</b>	<b>1 418 982 €</b>
<b>CONTRIBUTIONS SPÉCIFIQUES</b>	SADI (4 comcom)		13 500 €	13 500 €	13 500 €
	Destination Grand air	15 600 €	15 600 €	15 600 €	15 600 €

	(TDM + ALF)				
	<b>S/total 2 : actions spécifiques</b>	<b>15 600 €</b>	<b>29 100 €</b>	<b>29 100 €</b>	<b>29 100 €</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1 211 257 €</b>	<b>1 366 627 €</b>	<b>1 406 753 €</b>	<b>1 448 082 €</b>

En complément, et comme évoqué dans les conventions précédentes, chaque communauté cofinance les nouveaux aménagements des bureaux d'information touristique. Deux bureaux restant à aménager (Courpière et Thiers), seul Thiers Dore et montagne devra s'acquitter d'une contribution déjà engagée mais non payée de 12 219 € en 2026.

*Le syndicat mixte du PNR*

	<b>2024 (rappel)</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Contribution générale (dont hausse 3 % à partir de 2025)	38 934 €	40 102 €	41 305 €	42 544 €
Contribution spécifique	20 000 €	- €	- €	- €
<b>TOTAL</b>	<b>58 934 €</b>	<b>40 102 €</b>	<b>41 305 €</b>	<b>42 544 €</b>

Clé de répartition entre communautés de communes

	<b>2024 (rappel)</b>	<b>Contribution 2025</b>	
Ambert Livradois-Forez	493 516 €	542 868 €	39,7 %
Billom communauté	129 004 €	147 686 €	10,8 %
Entre Dore et Allier	79 512 €	92 321 €	6,8 %
Thiers Dore et Montagne	509 225 €	583 751 €	42,7 %
<b>TOTAL</b>	<b>1 211 258 €</b>	<b>1 366 627 €</b>	<b>100 %</b>

La convention cadre est disponible à l'adresse suivante : [Convention 2025-2027-Modèle commun.docx](#)

**Il est décidé à l'unanimité :**

- **d'adopter ce nouveau principe de partenariat avec les 5 collectivités membres de droit de la Maison du tourisme sous réserve d'adoption par chacune d'entre elle par le conseil syndical ou communautaire ;**
- **d'autoriser la Présidente à signer tous documents afférents.**

**VIII – COMMENT LES VACANCIERS PREPARENT LEURS VACANCES SUR INTERNET ?  
COMMENT LA MAISON DU TOURISME TIEN COMPTE DE LEURS ATTENTES POUR  
DÉVELOPPER L'ATTRACTIVITÉ DE SON SITE INTERNET ?**

*Intervention de l'agence Cybercité*

Corinne MONDIN souhaite que certains sujets de fonds soient présentés/discutés dorénavant lors des conseils d'administration.

Pour cette première il a été proposé à Rebecca FOURNEL, de l'agence de référencement Cybercité de présenter comment les vacanciers préparent leur séjour sur internet et comment la Maison du tourisme s'y adapte.

La présentation complète figure en annexe.

Quelques éléments de synthèse sont présentés ci-dessous :

85% des Français interrogés utilisent le digital pour s'informer en vue de la préparation d'un séjour touristique.

Un voyageur consulte 6 à 7 sites, en moyenne, pour organiser son voyage. Les sites d'offices de tourisme arrivent en 3<sup>e</sup> position des sites consultés. Ils sont perçus comme des sites officiels, gage de crédibilité.

Les requêtes sur le mot "Livradois" sont principalement portées sur la saison estivale, avec une forte part d'internautes de proximité. Le nombre de recherches a augmenté depuis 2021.

Nouveau site, nouvelle stratégie : l'enjeu de l'année était de conserver les performances de l'ancien site sur le nouveau site.

138 mots clés ont été définis, centrés sur le Livradois-Forez et l'Auvergne, dans le but d'élargir le public cible.

Le site de la MDT se situe juste derrière Auvergne destination sur les requêtes liées à ces mots. La destination a intérêt à développer la chaîne You tube pour développer la part de visibilité liée aux vidéos.

Le site de la MDT comptabilise 274 000 sessions dont 165 000 sessions liées au SEO. Ce qui veut dire que 62% du trafic du site provient de Google.

Les visiteurs restent 1 min 10 sur le site de la MDT en moyenne (1 min 28 sur le site Auvergne Rhône-Alpes tourisme).

Cet été, les requêtes liées à la baignade ont été celles qui ont générées le plus de trafic.

Les pages les plus regardées sur le site :

- 1/ l'agenda et ses fiches,
- 2/ les informations pratiques.

Le site est aussi utilisé par les habitants et les touristes lorsqu'ils sont sur place.

L'intelligence artificielle devient un nouvel outil de planification de voyage.

**Question de Christine Miller** : serait-il utile que les prestataires touristiques insèrent les mots clés déterminés dans le cadre de la stratégie de référencement développée par la MDT ?

**Réponse de Rebecca Fournel** : Ce ne serait pas suffisant. Il faudrait cibler des contenus à travailler et définir des mots clés plus fins.

L'arrivée de l'intelligence modifie les règles de référencement.

## B – INFORMATIONS

### IX – BILAN DE LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE DES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUES LORS DES VACANCES D'AUTOMNE

Élue référente : Céline Auger

La fréquentation des bureaux d'information touristique est en légère baisse par rapport à l'an passé. Les 3 bureaux principaux réalisent 82 % de l'accueil touristique en bureau. À noter une belle progression du BIT de Courpière. Le BIT de Thiers a accueilli plus de visiteurs mais a réalisé moins d'actes d'accueil.

Nombre de contacts dans les bureaux (guichet +téléphone)

BIT	2024	2023	Évolution 2024/2023
Ambert	117	133	-12%
Billom	106	113	- 6%
Courpière	39	16	144%
Saint-Anthème	32	31	3%
Thiers	108	124	-13%
<b>Total</b>	<b>402</b>	<b>417</b>	<b>-4%</b>

Nombre de visiteurs dans les bureaux

BIT	2024	2023	Évolution 2024/2023
Ambert	194	196	-1%
Billom	113	167	-32%
Courpière	42	21	100%
Saint-Anthème	33	50	-34%
Thiers	322	296	9%
<b>Total</b>	<b>704</b>	<b>730</b>	<b>-4%</b>

### X- VIDÉO

Élu référent : Alain NÉRON

La Maison du tourisme a recruté une nouvelle compétence en réalisation de photo et vidéo. Une première vidéo à destination des réseaux sociaux a été réalisée pour promouvoir le Livradois-Forez en automne, [à découvrir en cliquant ici](#).

### XI – CALENDRIER DE L'ÂVENT

Élu référent : Alain NÉRON

Dans le cadre de l'animation des réseaux sociaux, un jeu-concours sous forme de calendrier de l'Avent sera proposé sur Instagram et sur Facebook. Plusieurs "partenaires" ont été sollicités afin qu'ils puissent offrir un "lot".

Parmi les lots, seront proposés : un "séjour" (au Jardin des Pierres Brunes), un stage "coutelier", des produits de la distillerie Saint-Hilaire, une place pour le vélorail à Ambert, des entrées à l'Abbaye de La Chaise-Dieu et au château d'Aulteribe, un atelier de dégustation fromagère, un repas-spectacle au cabaret Le Moulin Bleu, un panier garni aux saveurs du terroir, un vol en montgolfière ...

Chaque jour, du 1er au 24 décembre, les abonnés auront la chance de gagner un lot unique. En contrepartie, chaque "partenaire" bénéficiera d'une visibilité directe auprès d'un large public : chaque lot sera valorisé avec une "story" dédiée, incluant une présentation de l'activité ou du produit à gagner, incitant à la visite ou à la dégustation.

La participation des "partenaires" renforcera l'image de la destination et permettra aux abonnés de la page de découvrir la richesse du patrimoine, des produits de fête et des activités locales.

PS : La MDT remercie chaleureusement tous les "partenaires" pour nous avoir permis de concrétiser ce projet.

## XII – PARTENARIAT AVEC LE CSE MICHELIN : BILAN DES VENTES 2024

Élue référente : Annick FORESTIER

DATES	CA printemps (2 mois)	CA Automne (2 mois)	CA GLOBAL
2021	18 030 €	31 104 €	49 434 €
2022	21 577 €	29 588 €	51 165 €
2023	26 575 €	46 448 €	73 023 €
2024	32 189 00€	44 549 00€	76 738 €

Augmentation des ventes de 5% en 2024.

Le top des ventes est identique à 2023 :

- 12 192 € (2024) contre 6 080 € (2023) pour le séjour "slow life" au "Bois de Luna"- cible couple - soit 100% d'augmentation.
- 7 740 € (2024) contre 5 192 € (2023) pour le séjour "Amusez-vous dans un parc d'aventures", Prabouré - cible famille soit 49 % d'augmentation
- 12 194 € (2024) contre 6 636 € (2023) pour le séjour "Montgolfière et hébergement en cabanes dans les arbres" - cible couple – soit 83% d'augmentation.

Ces 3 produits ont bien fonctionné pour les raisons suivantes

- Les produits insolites et originaux sont "tendance" et recherchés.
- La transformation du vol en montgolfière en bon cadeau a permis plus de souplesse (notamment en cas de mauvais temps)
- Le séjour avec le parc de Prabouré a été associé à un hébergement de plus grande capacité.

### XIII – CHIFFRE D'AFFAIRES 2024 DU POLE RELATIONS CLIENTS – RELATIONS COMMERCIALES

Élue référente : *Annick FORESTIER*

Les chiffres communiqués ci-dessous tiennent compte des ventes enregistrées pour les individuels et pour les groupes.

Comparaisons du chiffre d'affaires de 2022 à 2024 :

2022	121 995 €
2023	126 242 €
2024	<b>263 225 €</b>

A noter une très belle progression des ventes en 2024 par rapport aux années précédentes : plus de **115 %**. Elle s'explique par :

- Un positionnement groupes ciblé principalement vers les distributeurs/revendeurs,
- Une demande de séminaires et de séjours (sur plusieurs jours) en nette augmentation,
- Un maintien des ventes pour les individuels chez nos clients CSE.

### XIV – BILAN DES SALONS PROFESSIONNELS

Élue référente : *Annick FORESTIER*

#### SALON-WORSHOP DES VOYAGES – TRANSPORTS VIZET 2024

Les transports VIZET/OUVRIER ont organisé le 1er salon des voyages à Aurillac (15), début novembre 2024. Un stand commun et un séjour touristique ont été mis en place entre Clermont Auvergne Métropole, le département de la Haute-Loire et le Livradois-Forez. Un bel exemple de partenariat qui illustre les relations de confiance et de travail entretenues entre les territoires.

Retours : 50 contacts qualifiés.

Invitation des commerciaux des voyages Vizet à participer à un éductour organisé par la Haute-Loire et le Livradois-Forez en 2025.

#### BILAN SALON DES CSE A LYON AU GROUPAMA STADIUM

La Maison du tourisme du Livradois-Forez a participé, pour la 1<sup>ère</sup> fois, au salon des comités sociaux économiques (CSE) à Lyon organisé par Éluécéo, sous la bannière Rhône-Alpes Auvergne. Une brochure a été réalisée en partenariat avec les villes d'eau, le Pilat, les Grands Causses et le Pays de Saint-Flour afin de proposer des offres touristiques « alternatives » mises sur le marché pour le CSE Michelin.

- Des demandes de la part des CSE restent principalement classiques (entrées dans des parcs de loisirs, cinémas...) avec des réductions importantes pour les adhérents,
- Les offres touristiques « alternatives » (expérientielles et écoresponsables) ne sont pas encore très connues et n'attirent pas facilement les élus des CSE.
- Un très bon contact avec un CSE du CAC 40.

## XV – MOUVEMENTS DE PERSONNEL

*Élue référente : Corinne MONDIN*

### Pôle accueil

- Arrêt maladie de Pascale Saint-Joanis depuis le 11 décembre 2023 et jusqu'au 6 janvier 2025.
- Le contrat de Jeanne Crégut est prolongé jusqu'au 6 janvier 2025 en remplacement de Pascale Saint-Joanis

### Pôle marketing

- Arrêt maladie de Clotilde Porto du 25 septembre au 30 octobre 2024.
- Congé maternité de Clotilde Porto depuis le 1er novembre 2024 jusqu'au 20 février 2025.
- Ronan Blanchard a été recruté en CDD (26h) du 2 novembre au 20 février 2025 en remplacement de Clotilde Porto en qualité de webmarketeur, (à l'exception de la mission consacrée à l'animation des réseaux sociaux).
- Le contrat d'Emeline Artignan a été porté à 34,5h pour la prise en charge de la mission d'animation des réseaux sociaux en remplacement de Clotilde Porto jusqu'au 20 février 2025.

## XVI - REMBOURSEMENT DES FRAIS DE DÉPLACEMENTS

### DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

*Élue référente : Corinne MONDIN*

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



## CONSEIL D'ADMINISTRATION

12 décembre 2024

### RÉSOLUTIONS

Nombre de participants à la réunion : 12  
Nombre de votants présents : 9  
Nombre de voix (présents et représentés) : 14  
Le quorum d'1/2 de 28 (14) est atteint.

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

Pour	14
Contre	0
Abstention	0

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

Pour	12
Contre	0
Abstention	2

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

Pour	14
Contre	0
Abstention	0

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

Pour	14
Contre	0
Abstention	0

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

Pour	14
Contre	0
Abstention	0

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

Pour	14
Contre	0
Abstention	0

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

Pour	14
Contre	0
Abstention	0



Maison du tourisme du Livradois-Forez

# Bilan

# Plan de promotion mutualisé sites et événements majeurs

## 2024



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

Jeudi 12 décembre 2024

# PRINCIPES DU PLAN DE PROMOTION MUTUALISÉ DU LIVRADOIS-FOREZ 2024

## OBJECTIFS

La Maison du tourisme du Livradois-Forez a proposé un plan de promotion mutualisé au profit de certains opérateurs touristiques (événements et sites majeurs) dans l'objectif de pouvoir l'ouvrir en 2025 à d'autres partenaires (ex : hébergements)

L'objectif était simple :

**mutualiser les moyens de communication entre les différents partenaires pour améliorer collectivement les performances de leur plan de communication respectif.**

## CONDITIONS

### 3 conditions préalables obligatoires

- avoir signé la convention « pack partenaire 2024 » de la Maison du tourisme du Livradois-Forez ;
- être souscripteur de la marque Livradois-Forez et valoriser la marque en 2024 , à minima sur dépliants et site internet-faire un lien de son site internet vers le site internet de la MDT.

### ET répondre à au moins un des 3 critères ci-dessous

#### - être un événement majeur souscripteur

**du pack événement majeur :** Festival de la Chaise-Dieu, Cyclo les Copains, Pamparina, World Festival Ambert, Les Fourmofolies, Coutellia, Rencontres Arioso, Concerts de Vodable, Festival de Montpeloux, Foire à l'ail, Marché des potiers, Village des producteurs des sites remarquables du goût.

#### - être identifié comme sites

**incontournables par la MDT :** ville de Thiers, ville d'Ambert, ville de Billom, musée de la coutellerie de Thiers, musée de la céramique de Lezoux, Moulin Richard de Bas, Coq noir, Train touristique, Château d'Aulteribe, station nature de Prabouré, musée de la fourme, abbaye de la Chaise-Dieu + Station Chalmazel

- être un réseau touristique (Route des métiers, A pas de lynx, Sur les Pas de Gaspard, etc.)

## Pass "Incontournables du Livradois-Forez" : plus de 1000 entrées à tarif réduit (estimation)



[www.auvergne-livradois-forez.com](http://www.auvergne-livradois-forez.com)

### PRINCIPE

- Permettre aux "grands sites" de "se renvoyer" des visiteurs en les incitant à circuler sur le territoire grâce à des réductions : tarif réduit à partir du 2<sup>ème</sup> site visité.
- Créer une dynamique entre sites incontournables

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- 7 sites volontaires : le musée de la coutellerie, le musée de la céramique, le château d'Aulteribe, le Moulin Richard-de-Bas, la Maison de la Fourme, l'abbaye de La Chaise-Dieu, le parc d'activités de montagne de Prabouré
- Pass réalisé au format d'une carte de visite. Impression de 7 000 pass, de 100 affiches et de 1 000 flyers. Diffusion : sites de visite, bureaux d'information, etc.

### ENGAGEMENT DU PARTENAIRE

- Contribution financière : 150 € HT

### CONTRIBUTION MAISON DU TOURISME

- Coordination / mise en réseau / création et impression des différents supports d'information / communication

### BILAN

- En cours de réalisation (pour 31/12) : estimation de 1000 entrées soit environ 150 entrées / site.

### PERSPECTIVES 2025

- Une meilleure observation
- Un pass dématérialisé
- Nouveau partenaire : Le Creux de l'Enfer (Thiers)

## 268 affiches à Clermont-Ferrand et Lyon : plus de 1,2 millions de vues



### PRINCIPES

- Mutualisation de campagnes d'affichage
- Cofinancement : 50 % partenaires / 50 % de subvention (soit 2000 €/partenaire). Opération réalisée grâce à un financement spécifique du syndicat de la Fourme d'Ambert
- Affiches spécifiques à chaque partenaire avec présence de la marque Livradois-Forez.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- 2 campagnes d'affichage : à Clermont-Ferrand et à Lyon en juin
- 5 partenaires :
  - Clermont-Ferrand : La Maison de l'améthyste
  - Lyon : Parc d'activités de montagne de Prabouré, les trains de la Découverte AGRIVAP, la cyclo-sportive "Les Copains", les Fourmofolies

### CONTRIBUTION MAISON DU TOURISME

- Recherche de financement / coordination / organisation et des campagnes / aide à la rédaction des messages

### BILAN

Ville	Nb de faces	Audience
Clermont-Ferrand	42	197 160
Lyon	123	755 080
Lyon (métro)	103	306 356
<b>TOTAL</b>	<b>268</b>	<b>1 258 596</b>

### PERSPECTIVES 2025

- Davantage de partenaires / meilleure accompagnement sur la conception des affiches



## Campagnes sponsorisées sur Facebook : plus de 360 000 personnes atteintes



### PRINCIPE

- Création de campagnes thématiques collectives sur Facebook
- Montant de chaque campagne : 1 000 euros. Cofinancement : 50 % du collectif partenaires / 50 % MDT
- Pour chaque campagne : un visuel + 3 mots clés par partenaire valorisant une expérience (et envoi vers la page du partenaire présente sur le site internet de la MDT).

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- 5 partenaires : le musée de la Céramique, l'abbaye de La Chaise-Dieu, le parc d'activités de montagne de Prabouré, Les Fourmofolies, le Site remarquable du Goût.
- Deux campagnes : « Expériences » (mai) / « évènements majeurs » (juin)

### BILAN

Partenaires	Personnes atteintes	Clics vers site internet
La Chaise-Dieu	70 835	965
Prabouré	112 555	2 375
Musée de la céramique	54 428	1281
Site remarquable du goût / Ail rose de Billom	71 034	2 184
Fourmofolies	58 749	2 230
<b>TOTAL</b>	<b>367 601</b>	<b>9 035</b>

## Posts « boostés » sur Facebook : plus de 500 000 personnes atteintes



Vacances Livradois-Forez  
Publié par Lola Otto  
· 16 août ·

Découvrez « Les doigts pleins d'encre », 30 photographies de Robert Doisneau à l'abbaye de La Chaise-Dieu ! 📷

📅 Tout l'été, l'abbaye de La Chaise-Dieu vous invite à plonger dans l'univers des écoliers des années 50. Présentée à l'abbaye jusqu'au 29 septembre, l'exposition « Les doigts pleins d'encre » est une collection de 30 photographies du célèbre Robert Doisneau. Il y capture des moments authentiques et touchants de l'enfance et de la vie scolaire.

🏰 C'est aussi l'occa... En voir plus



Vacances Livradois-Forez [En savoir plus](#)

### PRINCIPE

- Création d'un post spécifique au partenaire valorisant sa structure.
- « Boost » du post Facebook par un accompagnement financier de 150 euros permettant une visibilité hors abonnés à la page Maison du tourisme.
- Cofinancement : 75 euros de la part du partenaire (50%) / 75 euros de la Maison du tourisme (50%).

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- 8 partenaires : le château d'Aulteribe, l'abbaye de La Chaise-Dieu, le musée de la Céramique, le Site remarquable du Goût; l'ail rose de Billom, le parc d'activités de montagne de Prabouré, La Route des Métiers, les Concerts de Vollore, Les rencontres Arioso

### BILAN

Partenaires	Personnes atteintes	Clics vers site internet
Route des Métiers	74 671	175
Abbaye de La Chaise-Dieu	64 063 144 992	541 1 121
Château d'Aulteribe	73 032 41 114	620 1 369
Musée de la céramique	59 400	1 065
Festival Arioso	26 958	501
Site remarquable du goût / Ail rose de Billom	26 602	514
<b>TOTAL</b>	<b>519 832</b>	<b>5 906</b>



## Publireportage dans le magazine Auvergha : environ 50 000 lecteurs



PUBLI-RÉDACTIONNEL

### Vivez des expériences en Livradois-Forez

Le long de la Dore, rivière sauvage aux richesses naturelles remarquables, il existe 5 lieux incontournables à découvrir. Libre à vous de vivre l'expérience...



**S'offrir une parenthèse romantique**  
Venez découvrir le Château d'Aulteribe, collection du centre des monuments nationaux. Les salles s'ouvrent sur du mobilier estampillé des meilleurs ateliers parisiens, un portrait du cardinal de Richelieu par Philippe de Champaigne, des tapisseries des Flandres, d'Aubusson et des porcelaines.

Thiers



**Vivre de Fourm'posables instants**  
Cet été, la Fourme d'Ambert AOP, le plus doux des bleus arpenté l'Auvergne à votre rencontre. Et vous, quel Fourm'posable moment allez-vous choisir ? Festival musical ? Pique-nique clé en main les 25 et 26 juillet ? Fête de terroir : « les Fourmofolies » les 3 et 4 août ? Plus d'informations [fourme-ambert.com](http://fourme-ambert.com)



**Découvrir l'Ail rose de Billom**  
L'Ail Rose de Billom, c'est un territoire de production à découvrir et des visites chez les producteurs sur demande auprès de la Confrérie des Grands Goussiers d'Auvergne. RDV à la Foire à l'Ail (en août), à la fête de l'Ail'ambic (11/11), au village des Sites Remarquables du Goût (en décembre).

Billom



**S'émerviller à Prabouré**  
Le Parc de Prabouré s'est construit ces dernières années autour d'une volonté : faire découvrir la nature et la montagne via des activités ludiques et sensationnelles accessibles à tous. Ce Parc grand public permet aux plus petits comme aux plus âgés de vivre une expérience qui met tous les sens en éveil au cœur de l'une des plus belles vallées des Hautes-Chaumes du Forez.

Ambert



**Visiter costumés l'abbaye de La Chaise-Dieu**  
Visitez l'abbaye de La Chaise-Dieu et ses trésors (14 tapisseries flamandes du XVII<sup>e</sup> siècle, peinture murale de la danse macabre, tombeau du Pape Clément VI, salle de l'Echo, cloître ...) costumés en chevaliers, princesses, troubadours, moines ou ange ! une plongée dans 1000 ans d'histoire et une découverte originale pour toute la famille.



La Chaise-Dieu



### PRINCIPE

- Mutualiser l'achat d'une page de publi-rédactionnel dans l'esprit d'un carnet de voyage à la Jules Verne valorisant plusieurs sites touristiques dans le magazine Auvergha (numéro de avril/mai/juin ; tirage : 25 000 exemplaires ; imprimé en Auvergne). Valeur de 2000 € HT

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- 5 sites partenaires : le château d'Aulteribe, la Maison de la Fourme, le parc d'activités de montagne de Prabouré, l'abbaye de La Chaise-Dieu, Le Site Remarquable du Goût : l'Ail rose de Billom.

### CONTRIBUTION DU PARTENAIRE

- Contribution financière du partenaire : 400 € HT

### CONTRIBUTION MAISON DU TOURISME

- Coordination du projet (lien avec le magazine et les sites partenaires)

### BILAN

- Environ 50 000 lecteurs

### PERSPECTIVES 2025

- Développer cette mutualisation dans d'autres magazines avec une contribution financière complémentaire de la Maison du tourisme.

## Bilan du plan de promotion mutualisé 2024

### 14 partenaires

participant à au moins une action du plan de promotion (sur 25 possible)

### 30 000 € HT mutualisés

dont 12 526 € HT de contribution des partenaires et 10 000 € de subvention

### Impact \*2,4

1 € investi par le partenaire = 2,4 € de promotion pour sa structure

**1,2 millions de vues**  
des 2 campagnes d'affichage d'une semaine à Lyon et Clermont-Ferrand

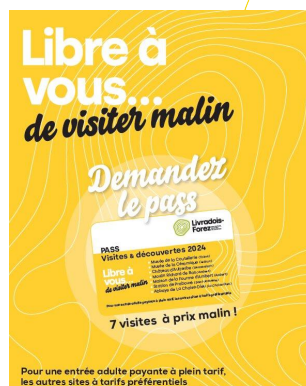


**860 000 personnes atteintes**

via les campagnes et posts sur les réseaux sociaux



**Environ 1000 utilisateurs du pass**



**15 000 clics**  
sur les pages des partenaires du site internet de la MDT



**50 000 lecteurs**



CyberCité  
isokèle

x



# DIGITAL : ATTIRER ET ENGAGER LES VOYAGEURS



# ● QUI SUIS-JE



## Rébecca FOURNEL

👉 Cheffe de projets SEO

## Mon métier

👉 Optimiser un site web pour améliorer sa visibilité sur les moteurs de recherche et attirer plus de trafic qualifié

# ● **SOMMAIRE**

**1. PRÉSENTATION ET DÉFINITION**

**2. LE TOURISME ET LE DIGITAL**

**3. OFFICES DE TOURISME ET INTERNET**

**4. LE SITE DE LA MDT DU LIVRADOIS FOREZ**

**5. LE SEO DOIT S'INSCRIRE DANS UNE STRATÉGIE GLOBALE**

# **Présentation & définition**

# ● QU'EST-CE QUE LE SEO ?

## LES FONDEMENTS DU SEO POUR UNE VISIBILITÉ MAXIMALE

- ⊕ **Définition :** Le SEO (Search Engine Optimization) est l'art de rendre un site web plus visible sur les moteurs de recherche.
- ⊕ **Objectif :** Augmenter le trafic qualifié et maximiser la présence en ligne.

1

### TECHNIQUE

- ⊕ Optimiser les aspects techniques du site pour assurer une navigation fluide et rapide.

2

### CONTENUS

- ⊕ Créer du contenu pertinent répondant aux recherches des utilisateurs.

3

### AUTORITÉ

- ⊕ Renforcer la crédibilité et le score de confiance du site avec des liens de qualité et une présence active (réseaux sociaux...)



# ● QUELS TYPES D’AFFICHAGE SONT POSSIBLES ?

## LES PAGES DE RÉSULTATS DE RECHERCHE SUR LE SECTEUR DU TOURISME

ADS  
Ou  
SEA

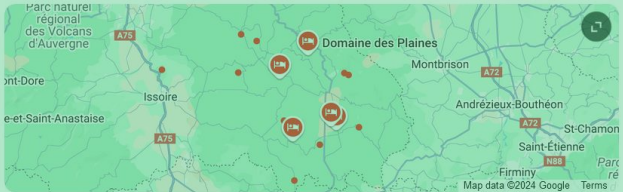
**Sponsorisé**  
Airbnb  
<https://www.airbnb.fr>  
Gîtes en Auvergne - Gîtes aux Meilleurs Prix - Top 20 à Auvergne  
Trouvez un logement partout dans le monde. Réservez un hébergement sans plus tarder.

**Sponsorisé**  
abritel.fr  
<https://www.abritel.fr>  
Puy-de-Dôme, FRA: Locations de Vacances | Abritel  
Préparez le séjour rêvé: partagez des idées avec vos proches grâce aux Carnets de voyage.

**Sponsorisé**  
HomeToGo  
<https://www.hometogo.fr>  
Gîtes en Auvergne-Rhône-Alpes | Auvergne-Rhône-Alpes  
Votre Gîte parfait à en Auvergne-Rhône-Alpes vous attend. Luxe et détente ! Comparez et...

### MAPS

Places :



Les Gîtes du Chastel / Château de Saint-Bonnet-le-Chaste...  
4.5 ★★★★★ (30) · Lodge  
Saint-Bonnet-le-Chastel · 06 50 71 49 34  
Website Directions

GITE DE LAPIERRE maison de vacances en Auvergne dans ...  
5.0 ★★★★★ (4) · Cottage  
Marsac-en-Livradois · 06 88 14 54 20  
Website Directions

Domaine des Plaines  
4.5 ★★★★★ (80) · Cottage  
Berronval · 06 07 28 07 82  
Website Directions

More places →

### PAA

People also ask :

- Quel est le plus bel endroit d'Auvergne ?
- Quelles villes visiter en Auvergne ?
- Où voir des cascades en Auvergne ?
- Où aller se promener en Auvergne ?

SEO ET  
IMAGES

Maison du Tourisme du Livradois Forez  
<https://www.auvergne-livradois-forez.com> · Translate this page  
**Parc naturel régional Livradois-Forez en Auvergne**  
Situé à l'est de l'Auvergne, le Parc naturel régional Livradois-Forez s'étend sur trois départements : le Puy-de-Dôme, la Haute-Loire et la Loire.

Wikipédia  
[https://fr.wikipedia.org/wiki/Parc\\_naturel\\_r%C3%A9gional\\_Livradois-Forez](https://fr.wikipedia.org/wiki/Parc_naturel_r%C3%A9gional_Livradois-Forez) · Translate this page · 10  
**Parc naturel régional Livradois-Forez**  
Le parc naturel régional Livradois-Forez est un parc naturel régional situé sur trois départements français : le Puy-de-Dôme, la Haute-Loire et la Loire.

Fédération des Parcs naturels régionaux  
<https://www.parc-naturels-regionaux.fr> · Translate this page  
**Parc naturel régional Livradois-Forez**  
Vaste région rurale de moyenne montagne, ce parc naturel régional est un des plus grands de France. De par ses caractéristiques géographiques et ...

### VIDÉOS

Videos :

- Usson-en-Forez**  
YouTube · Loire Forez agglomération  
Jul 18, 2022
- USSON EN FOREZ le coeur du village - Vidéo Dailymotion**  
Dailymotion · TL7 - Télévision Loire 7  
Oct 24, 2022
- 4 key moments in this video
- L'écomusée d'Usson en Forez entre quotidien et histoire ...**  
Dailymotion · TL7 - Télévision Loire 7  
May 17, 2023

View all →

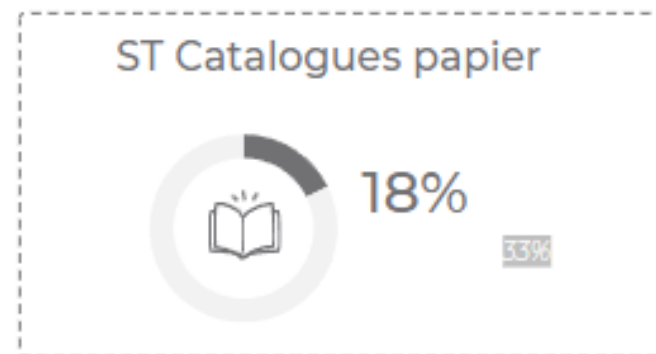
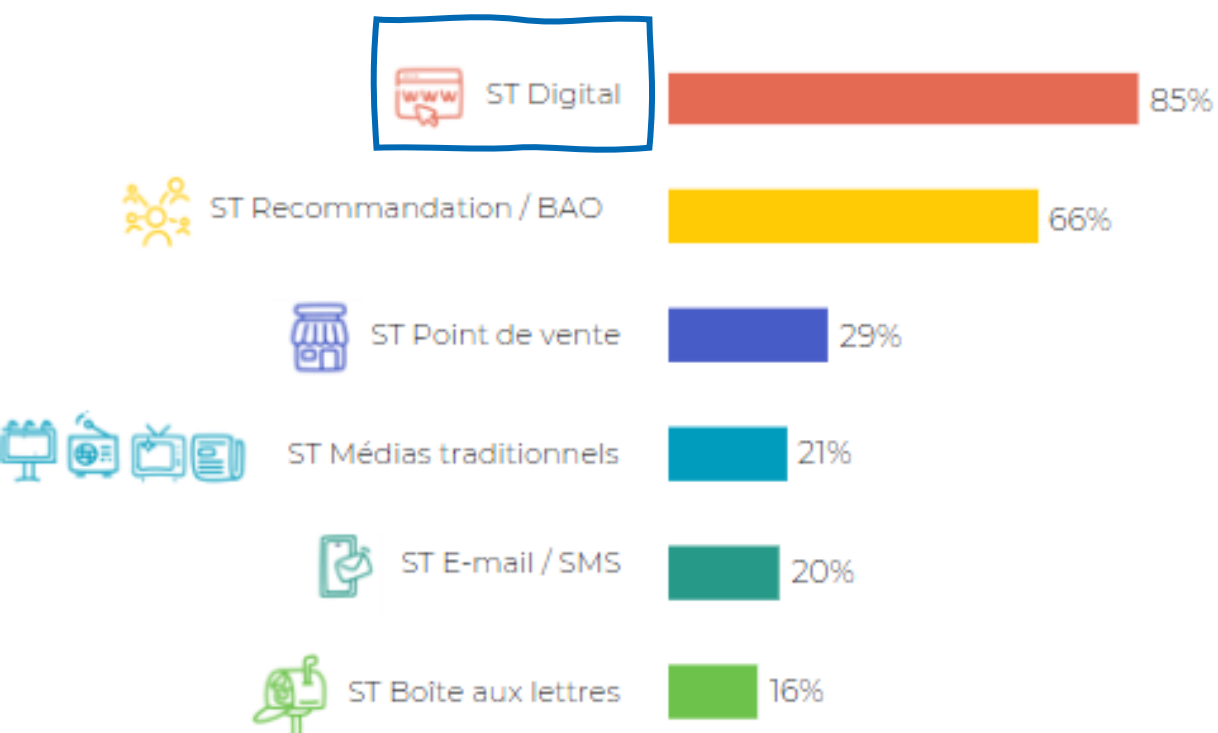


# **Le tourisme et le digital**

Le digital est le 1<sup>er</sup> PDC consulté dans le cadre d'un projet tourisme, devant la recommandation / bouche à oreille.

Les autres points de contact sont peu consultés dans le cadre des projets voyage, tourisme, notamment les publicités en boîte aux lettres (16%).

Points de contact utilisés (ST)



CONTACTI. Concernant votre «PROJET». Quels sont tous les moyens qui vous ont informé ou inspiré pendant la réalisation de ce projet d'achat ?

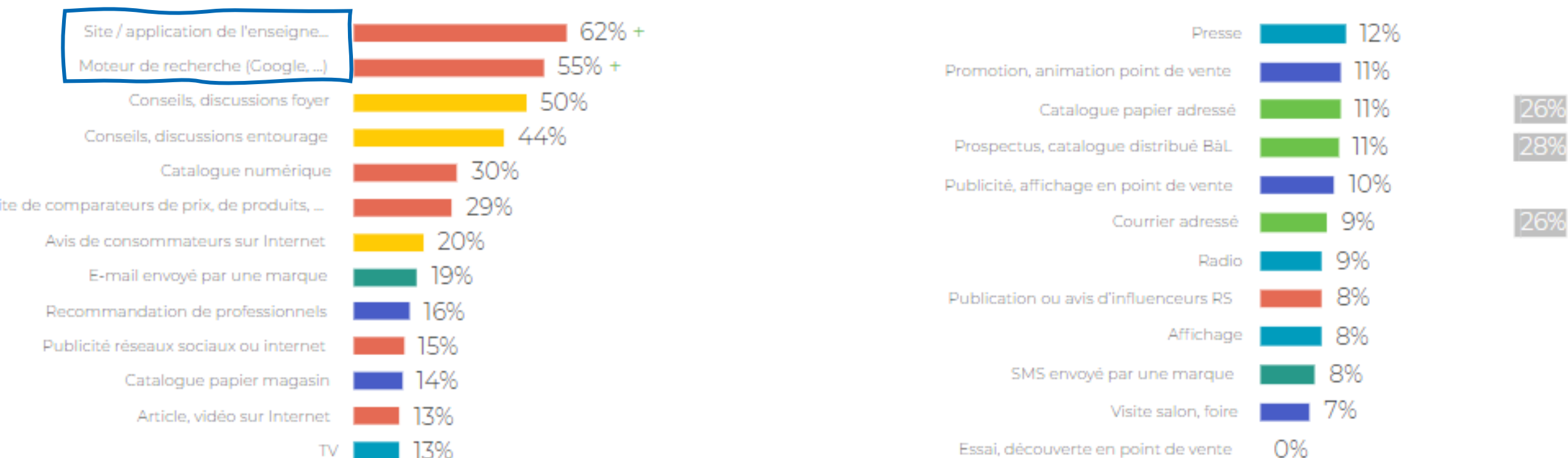
Source : L'observatoire des parcours d'achat à domicile 2023-2024 – Base : Français 18+ - 25 062 répondants

Septembre 2024

# Des points de contact au sein des projets de voyage, tourisme très largement autour du digital (site de la marque, moteur de recherche) et de la recommandation.

## Points de contact utilisés (détail)

4,8 <sup>78</sup> points de contact en moyenne



CONTACTI. Concernant votre <PROJET>. Quels sont tous les moyens qui vous ont informé ou inspiré pendant la réalisation de ce projet d'achat ?

Source : L'observatoire des parcours d'achat à domicile 2023-2024 – Base : Français 18+ - 25 062 répondants

Septembre 2024

# **Les offices de tourisme et internet**

# ● LES OFFICES DE TOURISME EN LIGNE

1

## SOURCES D'INSPIRATION ET DE DÉCISION

- ⌚ Les sites d'offices de tourisme figurent en 3<sup>ème</sup> position parmi les plateformes digitales utilisées pour des inspirations.

2

## FACILITATION DE LA RÉSERVATION ET DE LA PLANIFICATION

- ⌚ Contrairement aux sites d'avis ou aux plateformes de réservation, les sites d'offices de tourisme sont perçus comme des sources officielles, gage d'exactitude et de fiabilité.

3

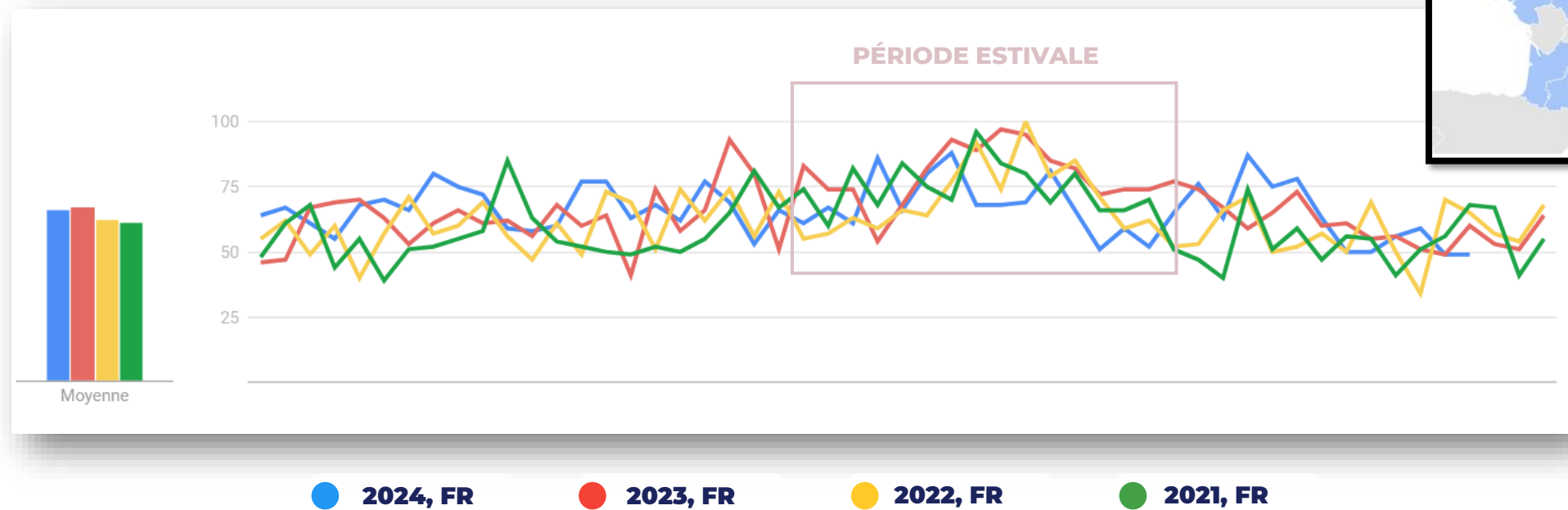
## VALORISATION DU TERRITOIRE ET DES ACTEURS LOCAUX

- ⌚ Une présence en ligne optimisée améliore la visibilité des destinations touristiques et contribue à l'augmentation du nombre de visiteurs sur le territoire.

# **Aperçu sur les tendances de recherche**

# ● EVOLUTION DE L'INTÉRÊT DE RECHERCHE

## ÉVOLUTION DE L'INTÉRÊT DE RECHERCHE SUR « LIVRADOIS » CES 4 DERNIÈRES ANNÉES



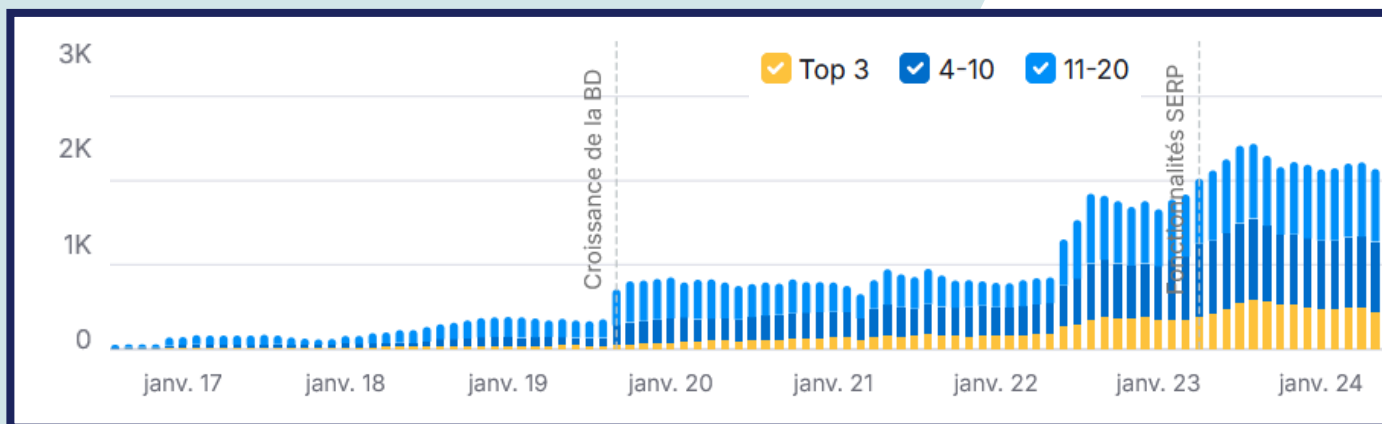
A large, curved teal shape on the left side of the page, partially overlapping the text.

# **Le site de la MDT du Livradois Forez**

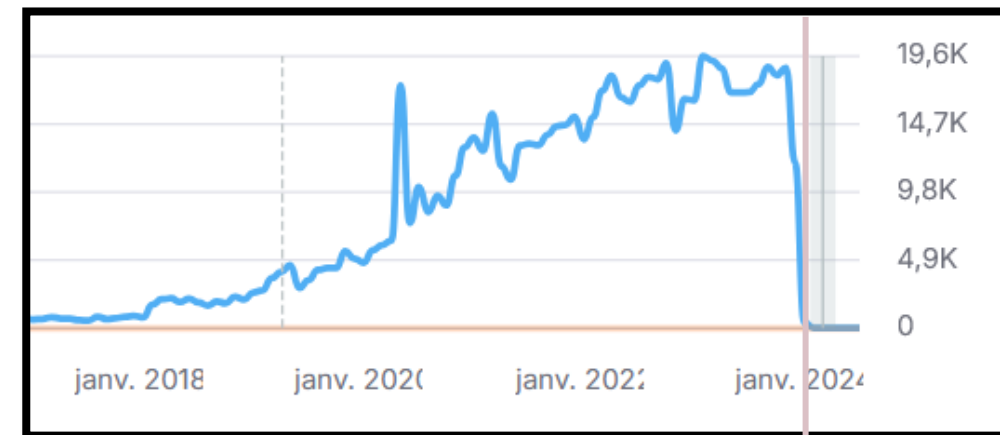


# ACCOMPAGNEMENT SEO DE LA MAISON DU TOURISME DEPUIS 2019

## NOMBRE DE MOTS-CLÉS POSITIONNÉS



## TRAFIC ORGANIQUE



**+200%**

Mots-clés en TOP 20

**+300%**

Trafic organique

# ● NOUVEAU SITE ET NOUVELLE STRATÉGIE

## PROFITER DE LA REFONTE POUR ÉTENDRE LA VISIBILITÉ DU SITE A L'Auvergne

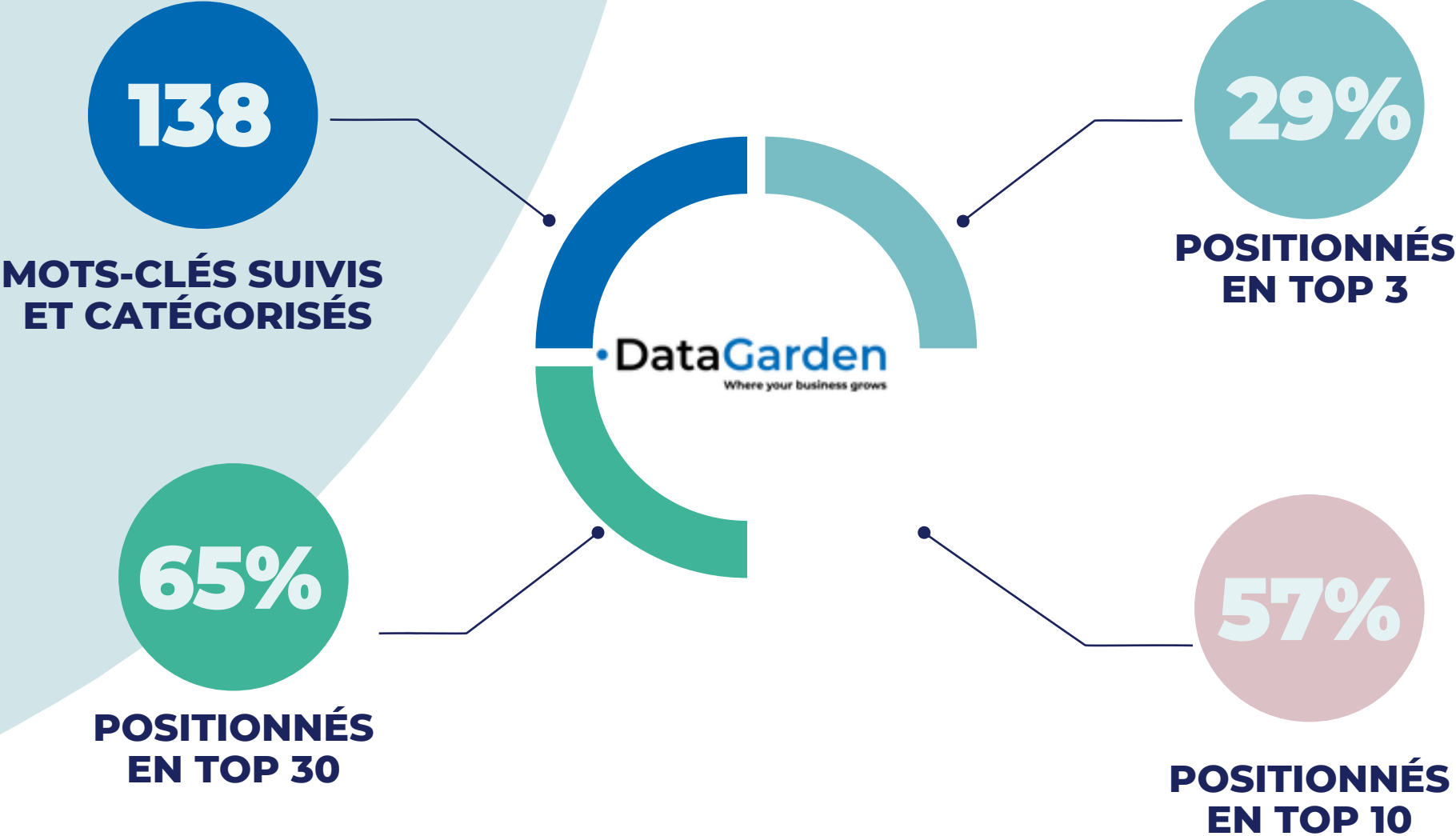
- ➔ Alignement de la stratégie avec le nouveau plan marketing 2023-2027
- ➔ 138 mots-clés ciblés autour du Livradois et de l'Auvergne

Mots-clés Livradois & villes	Volume de recherches mensuel	Mots-clés Auvergne	Volume de recherches mensuel
livradois forez	1900	sport auvergne	2900
parc naturel regional du livradois forez	1900	auvergne tourisme	2900
ambert livradois forez	720	fêtes et manifestations en auvergne ce week-end	1900
livradois	590	randonnée auvergne	1600
monts du forez	880	camping en auvergne	1300
livradois forez tourisme	140	que faire en auvergne	1300
festival ambert	1900	vacances en auvergne	1000
ambert tourisme	320	nuit insolite auvergne	880
hautes chaumes	1300	chateau auvergne	880
montpeloux	170	lac aubusson auvergne	590
prabouré	4400	ville auvergne	590
usson en forez	2400	visite auvergne	590
abbaye de la chaise dieu	480	lac en auvergne	590
		gite en auvergne	480

➔ **+ 67% d'impressions et + 185% de clics sur les requêtes liés à l'Auvergne (les 6 derniers mois VS N-1)**

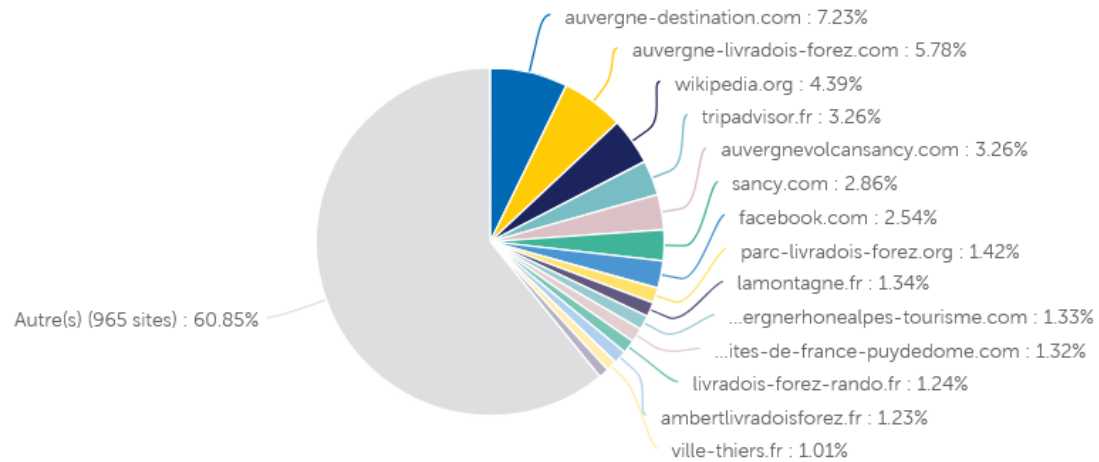
# ● PERFORMANCES WEB

## SUIVI DU POSITIONNEMENT

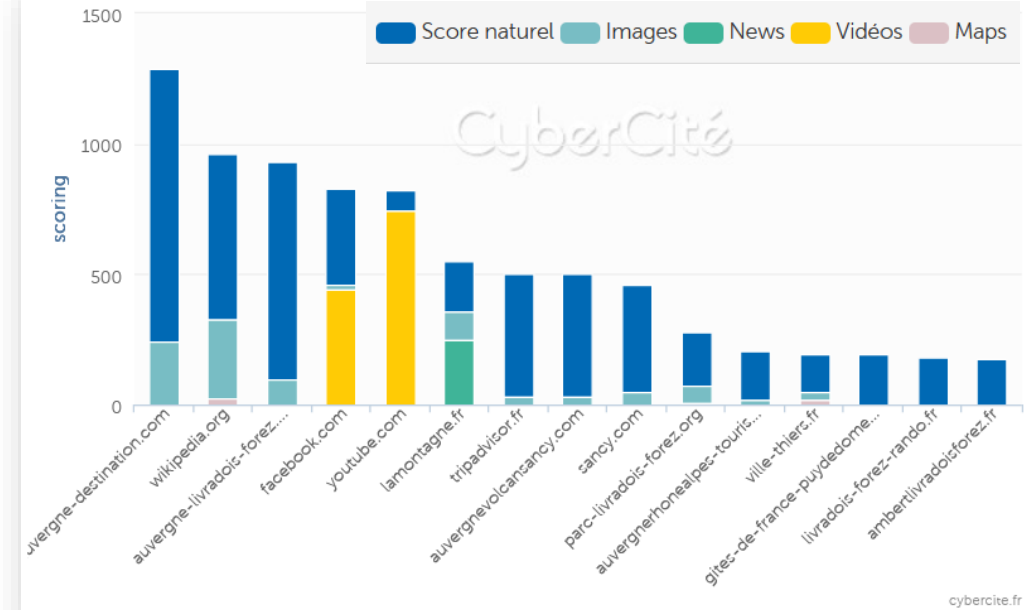


# ● PAYSAGE CONCURRENTIEL

## PART DE VISIBILITÉ RÉFÉRENCEMENT WEB



## VISIBILITÉ GLOBALE (RÉFÉRENCEMENT WEB + RECHERCHE UNIVERSELLE)



⦿ Vous détenez **5,78% de part de visibilité** sur les résultats naturels. Vous positionnant derrière auvergne-destination (7,23%)

# ● CHIFFRES-CLÉS TRAFIC 2024

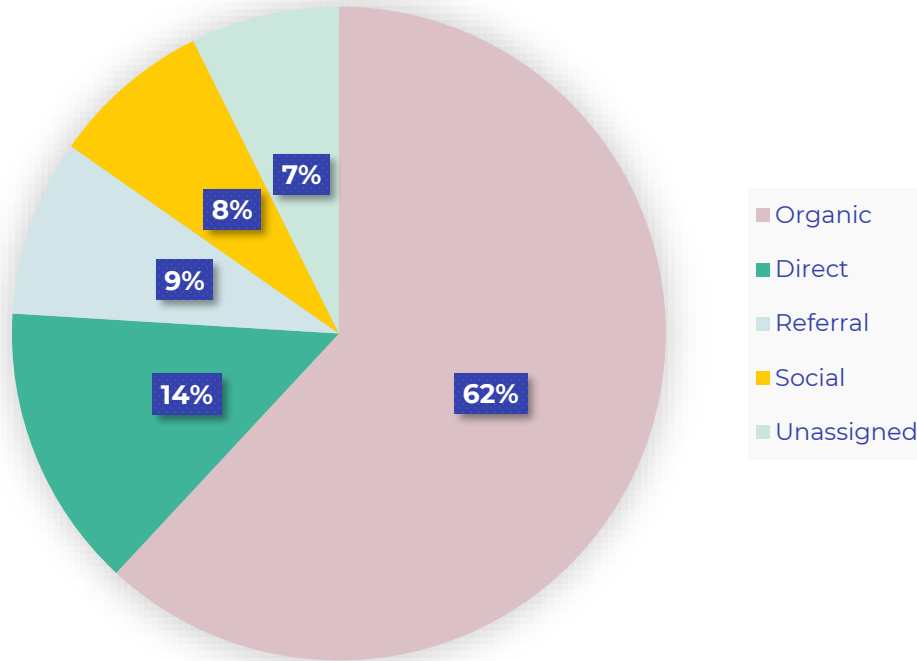
## DONNÉES GA4



**SEO**

**62%**

1<sup>er</sup> canal d'acquisition



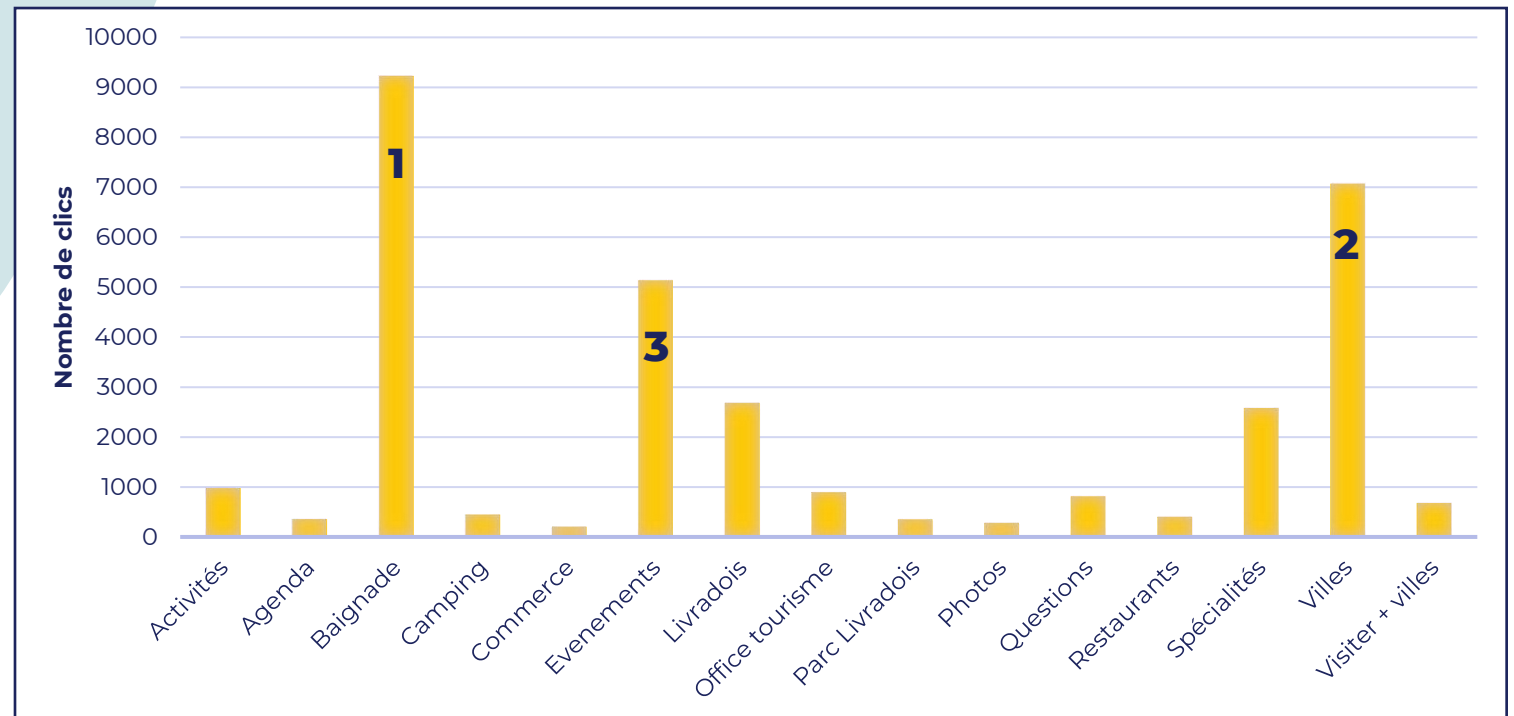
- ⊕ Le SEO est le **1<sup>er</sup> canal d'acquisition**.
- ⊕ C'est le canal avec les sessions les plus engagées.

# COMMENT LES INTERNAUTES VOUS TROUVENT SUR GOOGLE ?

## TOP 10 REQUÊTES QUI GÉNÈRENT DU TRAFIC

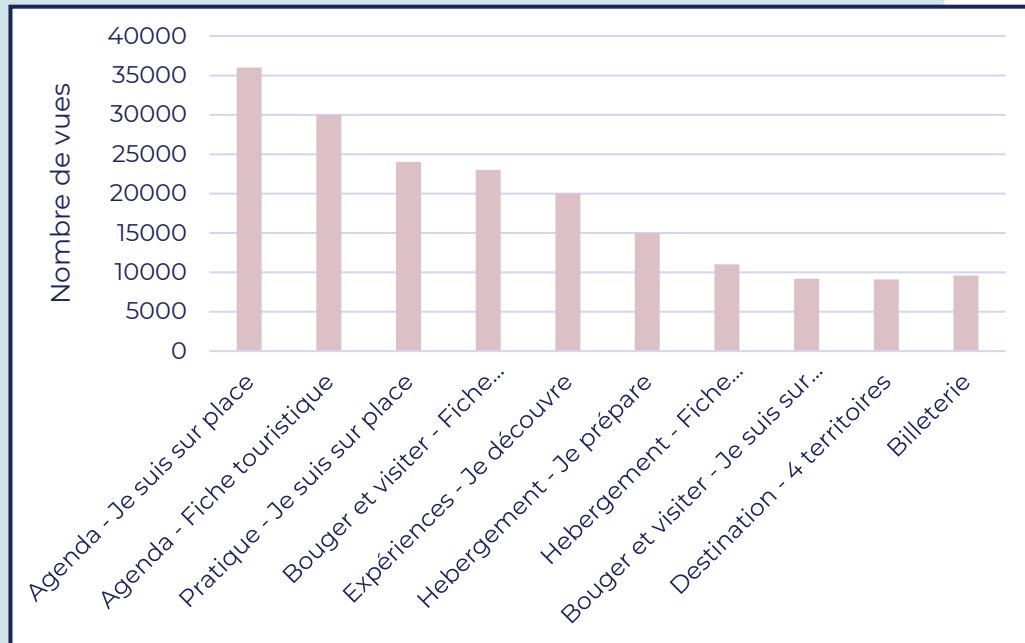
Requêtes les plus fréquentes	Clics
Thiers	2355
lac d'aubusson	2892
plan d'eau saint antheme	1120
Billom	901
livradois forez	817
piscine saint remy sur durolle	579
foire à l'ail billom	1015
Ambert	458
Patia	454
Patia recette	412

## CATÉGORIES DE MOTS-CLÉS QUI ONT GÉNÉRÉ LE PLUS DE TRAFIC EN 2024

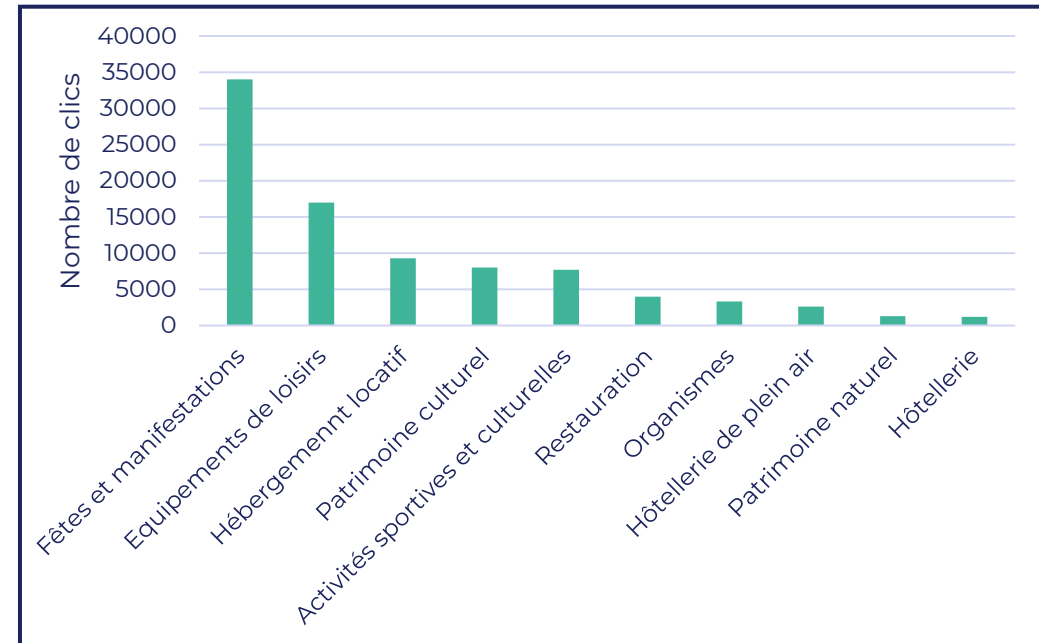


# QUELLES PAGES SONT LES PLUS REGARDÉES SUR LE SITE ?

## GROUPE DE CONTENUS LES PLUS VUS



## CATÉGORIES DE FICHES TOURISTIQUES LES PLUS VUES

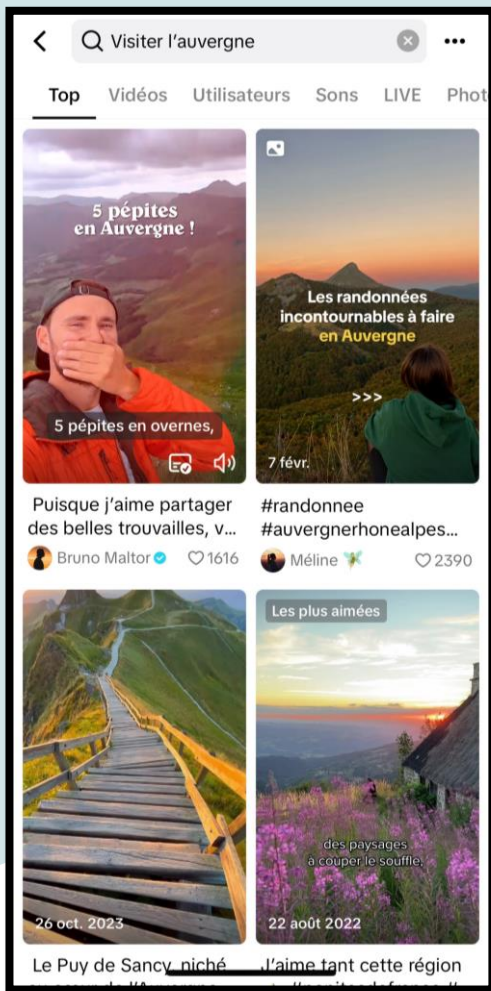


**LE SEO DOIT S'INSCRIRE DANS UNE  
STRATÉGIE GLOBALE**



# ● LA RECHERCHE LIÉE AU TOURISME EVOLUE

## LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR L'INSPIRATION ET L'IA COMME OUTIL DE PLANIFICATION DE VOYAGE



TIKTOK

Je vais partir jours dans le Livradois Forez. Fais moi un programme.  
Nous sommes un couple de 30 ans et aimons la randonnée.

CHATGPT

### 1. Randonnées dans les Gorges de la Dore

- **Description** : Randonnée de 8,1 km à Tours-sur-Meymont, traversant les gorges de la Dore, offrant des vues panoramiques et des paysages variés.
- **Source** : [Randonnée Tours-sur-Meymont - Gorges de la Dore](#) RANDOGPS .

### 2. Les Hautes-Chaumes et le patrimoine naturel

- **Description** : Sentier emblématique des Hautes-Chaumes, parfait pour une immersion dans la nature, entre landes, tourbières et vues sur la chaîne des Puys.
- **Source** : [Randonnées itinérantes dans le Livradois-Forez](#) AUVERGNE TOURISM .

Auvergne Tourism  
Randonnée en Livradois-Forez : itinérance  
Auvergne | Vacances en Auvergne – Maison du ...  
\* Bouger et visiter  
...

“

**Désormais, les professionnels du tourisme en France sont confrontés à la nécessité de s'adapter à une clientèle plus connectée, recherchant des expériences personnalisées, fluides et intégrées.**

MERCI