



CONSEIL D'ADMINISTRATION OTMLM du 8 septembre 2017 COMPTE-RENDU

Les Estables, le 11 septembre 2017

Présents :

Jean-François BOUSSIT, Eric CELLE, Philippe COUDRAY, Janet DARNE, Jean-Marc FARGIER, André FERRET, Thierry LECLERC, Jean-Pierre SABATIER, Stéphanie SOUVIGNET, Sandrine THOMAS.

Absents/Excusés :

Johanne BONNET, Françoise BOURLES, Philippe DELABRE, Alice MALARTRE, Sébastien MICHEL, André ROGUEZ.

Documents joints au présent compte rendu :

Présentations PowerPoint projetées au cours du CA

1. Présentation des résultats de l'enquête menée par Stéphanie SOUVIGNET

Cf. Powerpoint joint au présent compte-rendu.

Ces résultats ont vocation à dresser un constat à la fois synthétique, précis et objectif de la situation touristique du nouveau territoire Mézenc Loire Meygal. Ils constitueront un état des lieux sur lequel pourra s'appuyer la stratégie et le plan d'actions à venir de l'Office de Tourisme.

Il appartient désormais à chaque membre du Conseil d'Administration de s'approprier et de faire partager ces résultats. Pour se faire, ces données feront l'objet d'une note synthétique diffusée auprès des acteurs touristiques de la Communauté de communes (socio-professionnels, élus locaux, associations...).

2. Bilan saison

Cf. Powerpoint joint au présent compte-rendu.

Depuis le début de l'année, le nombre de jours d'ouverture des antennes d'accueil a été réduit d'environ 10%. Il conviendra très certainement de poursuivre cette diminution de façon encore plus significative pour les mois à venir. Pour rappel, un Office de Tourisme

classé en catégorie 3 (classement visé actuellement) doit voir son espace d'accueil ouvert à minima 120 jours par an.

3. Site Internet

Mise en ligne et problématique :

La mise en ligne du site internet n'a pas pu se faire avant l'été. Les choix graphiques ont été validés en Comité de Pilotage, les contenus (textes des thématiques et des articles) ont, pour la plupart été produits et communiqués à l'Agence Web, le reportage photos côté Meygal s'est achevé.

Reste désormais la question des marques blanches proposées par la MDDT qui présentent la double problématique suivante.

Tout d'abord, elles ne sont pas suffisamment optimisées pour le référencement. Notre agence de référencement doit rencontrer la société en charge de produire les marques blanches pour la MDDT la semaine prochaine pour s'entretenir à ce sujet.

De plus, elles ne permettent pas au site internet d'assurer deux niveaux de visibilité différents et donc, à terme, de proposer à nos partenaires un service de visibilité sur le web. Côté Mézenc, sur la version actuelle du site, il s'agit d'un service payant représentant une recette annuelle de 2500€ à 3500€. Aussi, pour pérenniser ce service, il s'agira de deviser une solution technique auprès de plusieurs agence web. Le Conseil d'Administration se prononcera sur l'achat ou non de la dite solution au plus tard fin d'année pour présentation en AG du maintien ou de l'abandon du service début 2018.

Traduction :

Les solutions gratuites proposées sur le web n'étant pas suffisamment performantes, la traduction en anglais du site (obligation légale en cas de classement de l'Office de Tourisme), sera assurée par Janet DARNE moyennant la rémunération suivante : 7 centimes d'€ le mot traduit.

Référencement payant :

Enfin, la Communauté de communes a bien voulu, dans le cadre de l'enveloppe LEADER, intégrer la proposition de référencement payant proposée par la société COJECOM (cf. intervention de Léa DEFAIX lors du dernier CA). L'Office de Tourisme tient à remercier la Communauté de communes pour ce financement qui va dans le sens du référencement du site internet et donc, de son efficacité.

4. Etude de marque

Depuis le 1^{er} janvier 2017, le tourisme se construit sur un nouveau territoire et donc, avec de nouveaux acteurs, auprès de nouvelles clientèles et à partir d'une identité nouvelle qu'il nous faut construire. Aussi, il apparaît opportun de s'appuyer sur un bureau d'études spécialisé. Il s'agirait pour lui d'animer une démarche visant à réunir élus, acteurs socio-

professionnels et bénévoles pour co-construire un projet de développement touristique sur le moyen terme. Plus concrètement, il lui serait demandé de :

- Définir un positionnement marketing cohérent pour le territoire.
- Animer une démarche participative associant acteurs privés et publics dans la construction et la réalisation de la stratégie permettant son appropriation et donc sa réussite.
- Décliner la stratégie en actions opérationnelles, phasées et cohérentes au regard des orientations départementale et régionale pour les 3 à 5 prochaines années.
- Une partie de ses actions sera réalisée par l'agence retenue. Il s'agira de la réalisation du logo, de la base line et de la charte graphique tourisme du nouveau territoire.

L'Office de Tourisme se renseignera sur un éventuel financement via le fond LEADER.

5. Budget de fonctionnement

Une rencontre s'est tenue le 6 septembre entre l'Office de Tourisme et la Communauté de communes. L'ordre du jour reposait principalement sur le besoin en financement de l'Office de Tourisme au titre de son fonctionnement.

Ces dernières années, plusieurs événements ont impacté le besoin en fonctionnement de l'Office de Tourisme. Il s'agit notamment de la fréquentation des antennes d'accueil multipliée par deux en moins de 10 ans, de la mutuelle employeur devenue obligatoire, du Système d'Information Touristique Régional (APIDAE) devenu payant et plus récemment, de l'arrêt des contrats aidés.

Au regard de ces éléments, il a été demandé à la Communauté de communes une subvention de 110 k€. Un montant certes en progression par rapport aux années précédentes mais qui pourrait être financé par l'augmentation de la recette de la taxe de séjour estimée à 60 k€ cette année et l'octroi de dotations au titre des communes touristiques (en lien avec le classement de l'Office de Tourisme).

La Communauté de communes statuera sur la demande de l'Office de Tourisme autour du 15 octobre.