

### Présents ou représentés :

- **Collège des élus** : M. BEAURE Nicolas, Mme BERKES Marie-Andrée, Mme BERTHELEMY Hélène, Mme CACERES Marie, M. CAZE Alain, M. DERSIGNY Éric, Mme GRENET Michèle M. JEAN Daniel, M. MAGNET Fabrice, M. MANILLERE Bernard, M. MOREL Matéo, M. REGNOUX Marc
- **Collège des socio-professionnels** : M. CHABERT Jean-Philippe, M. CHOPIN Jean-Michel, M. EYMARD Denis, M. LE VAN Lucien, M. MOUILLESEAUX Grégory, Mme PORTE Michèle, M. ROCHETTE Alain, M. SAUZADE Lionel, M. TARNOWKA Georges, Mme VANNUCHI Sandra,
- **Membres / partenaires** : M. CORRE Cédric (OT Terra Volcana), M. FOUCAULT Alexandre (Plaine Limagne)

### Absents excusés :

- **Collège des Elus** : M. BONNICHON Frédéric, Mme HOARAU Catherine, M. MELIS Christian, M. MESSEANT Jean-François, M. MAGNOUX André
- **Collège des socio-professionnels** : Mme GREFFIER, M. WERNER Didier

### Ordre du jour :

- **Approbation du compte-rendu de la séance précédente**
- **Approbation du compte de gestion et du compte administratif**
- **Présentation du plan d'action 2021**
- **Approbation du budget prévisionnel 2021**
- **Délibérations de fonctionnement 2021**

\*\*\*\*\*

Le quorum étant atteint, Eric DERSIGNY, Président de l'Office de Tourisme (OT), salue remercie les membres de leur présence et ouvre la séance.

## **1. APPROBATION DU COMPTE RENDU DE LA SEANCE PRECEDENTE**

Le compte-rendu ayant été adressé à tous les membres du comité de direction pour qu'ils en prennent connaissance en amont, et en l'absence de question sur ce point, le Président DERSIGNY fait procéder au vote :

- Contre : 0
- Abstention : 0

**Le compte rendu de la précédente séance est approuvé à l'unanimité**

Il passe la parole à Cédric CORRE, directeur de l'Office de Tourisme, pour la présentation des comptes 2020, puis du Budget Prévisionnel 2021.

## **2. APPROBATION DU COMPTE DE GESTION ET COMPTE ADMINISTRATIF 2020**

Le directeur précise que les éditions comptables étant conséquentes, les éléments présentés ici en sont une synthèse. Les éditions complètes sont ce jour à la disposition des membres du Comité de Direction, et leur seront adressées avec le compte rendu à l'issue de cette réunion.

## COMPTE DE GESTION

Le compte de gestion est le compte généré, vérifié et transmis par la Trésorerie Publique.

Pour rappel, les comptes se déclinent en section d'exploitation et section d'investissement.

### Recettes

- Les recettes d'investissement 2020 s'élèvent à 54 230,10€ réparties entre subvention d'investissement (30 550,39€) et amortissements 2020 (23 679,71€).
- Les recettes de fonctionnement sont de 750 146€. Elles comprennent la composante subvention d'exploitation pour 517 016,02€, des ventes pour 39 307,06€, des atténuations de charges pour 31 098,43€ et d'autres produits dont la taxe de séjour, pour 126 681,35 €. Enfin la quote-part de la subvention investissement réaffectée au résultat est de 13 679,71€.

### Dépenses

- Les dépenses d'investissement sont de 44 126,82€ : elles comprennent principalement les achats (29 447,11€), la participation à la SCIC APIDAE votée par le comité de Direction (1 000€), et de l'amortissement (13 679,71€)  
Les achats concernent du mobilier pour les espaces accueil et les bureaux ainsi qu'un renouvellement d'une partie du parc informatique devenu obsolète.
- Les dépenses de fonctionnement 2020 sont de 797 282,84€ dont 503 099,79 de charges de personnel et 23 679,71€ d'opération de dotations/provisions (13 679,71€ de dotation aux amortissements et 10 000€ de provisions pour pension et retraite). Le delta correspondant aux différentes charges courantes (énergie, assurances, entretien...)

### Résultat

- La section investissement présente un excédent de 10 103,28€.
- La section d'exploitation est déficitaire à hauteur de 47 136,84€.

Mais disposant d'un report du résultat excédentaire de l'exercice antérieur de 92 189,11 €, le **résultat 2020 reste excédentaire de 55 155,55€**

Le Président Eric DERSIGNY, en l'absence de question propose de procéder au vote du compte de gestion de l'exercice 2020 :

- Contre : 0
- Abstention : 0

**Le compte de gestion 2020 est approuvé à l'unanimité**

## COMPTE ADMINISTRATIF

Il repasse ensuite la parole au directeur pour qu'il puisse présenter le compte administratif. M. CORRE rappelle que le CA est édité via le logiciel comptable de l'OTTI et a été reconnu conforme à son compte de gestion par la Trésorerie Publique.

Il présente **un total des dépenses de 841 409,66€, un total des recettes de 896 565,21€**, soit un net excédentaire **de 55 155,55€**

M. le Président propose au doyen de séance M. Daniel JEAN de présider lors du vote du compte administratif 2020. M. CORRE en qualité d'ordonnateur se retire le temps du vote :

- Contre : 0
- Abstention : 0

**Le Compte administratif 2020 est approuvé à l'unanimité**

### 3. PRESENTATION DU PLAN D'ACTION 2021

Le Président demande ensuite au directeur de présenter le plan d'action 2021 basé sur le travail de préparation de l'équipe.

#### a. ACCUEIL/GRC

**L'OT souhaite être très performant sur son cœur de métier, l'accueil, mais également, participer à l'amélioration de l'expérience clients sur l'ensemble de la destination.**

*Budget prévisionnel alloué: 251 K€ (ETP inclus)*

#### Horaires d'ouverture

Il est proposé pour 2021, les mêmes horaires que ceux qui auraient dû être appliqués en 2020, hors contexte sanitaire. 3 saisons sont identifiées (haute, moyenne et basse) avec des ouvertures en conséquence (cf. pwp joint).

Le classement en catégorie I visé oblige à justifier d'un quota d'heures d'ouverture. Les horaires présentés ici sont définis pour satisfaire à ce critère. Le directeur rappelle que l'ensemble du personnel assure les permanences d'accueil.

En 2021, suite à une concertation avec les différents sites concernés, il n'y aura pas de point d'accueil estival. L'OT embauchera donc 2 saisonniers cet été (vs 6 en 2020) qui viendront renforcer les équipes sur les 3 points d'accueil permanents. Une nouvelle organisation va donc être mise en place sur le territoire permettant à la fois un meilleur usage des ressources humaines (les flux de clients étaient peu importants sur les 3 points saisonniers) et une diffusion de l'information touristique plus efficiente (cf. actions décrites ci-après).

#### A l'Office de Tourisme

- Améliorer l'expérience client en poursuivant le travail sur nos espaces accueil/boutique : aménagement, ambiance, ligne de produits
- **Audit Qualité Tourisme** en 2 phases :
  - a. Un premier audit mystère (analogue à un audit pour le guide Michelin par ex.) sera réalisé par un auditeur inconnu et indépendant qui auditera tous les champs d'actions de l'OT: accueil physique, accueil téléphonique/numérique, site Internet...
  - b. Un second audit sur site se déroulera ensuite à partir de septembre, toujours par un auditeur indépendant mais qui fixera cette fois-ci un rdv : audit des modes opératoires et de leur mise en œuvre.

**La notation va de 0 à 100, et pour être certifié Qualité Tourisme, il faut obtenir minimum 85 points sur 100 à chaque audit.**

- **Audit classement** : l'objectif est d'obtenir le classement le plus élevé, soit la Catégorie 1 (équivalent du 5\* pour un hôtel), pour cela l'OT prépare un dossier d'une centaine de pages qu'il déposera en Préfecture pour analyse et résultat.

#### En projet pour 2022 : l'installation du Bureau d'information volvicais au Goulet.

Le Président confirme que les travaux vont commencer dès le 2ème trimestre 2021 pour l'aménagement de cet espace. Il sera le bureau d'information principal de Volvic, et sera complété par un point saisonnier de juin à septembre maintenu dans le centre de Volvic. Il aura pour vocation d'être à la fois la **maison de site et porte d'entrée Nord du secteur UNESCO Chaine des Puys-Faille de Limagne**, mais également le point de départ d'activités outdoor.

## A l'échelle de la destination

- **Mieux diffuser l'information touristique sur le territoire** : le directeur rappelle que la statistique de référence est que 9 visiteurs sur 10 ne passent pas par les portes des offices de tourisme. Il s'agit donc de **multiplier les portes d'entrées possibles en collaboration avec les sites clés et les partenaires de l'OT** avec la création et mise à disposition de "corners Terra Volcana", dispositifs d'information/accueil bien identifiés pour capter les clientèles propres à ces prestataires.

En projet pour 2022 : le SADI (Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information) pour aller au-delà de ces dispositifs.

- **Améliorer la qualité de l'accueil : en surveillant notamment l'e-réputation** de nos partenaires et de la destination. L'OT va se doter d'un outil en 2021 lui permettant de compiler les avis de différentes plateformes pertinentes. Ce qui lui permettra de faire ressortir les points forts et les points faibles à l'échelle de la destination ou d'une typologie de partenaires (hébergements, restauration, sites de visites...). L'OT pourra également proposer un tableau de suivi individuel à ses partenaires, la plupart n'ayant pas le temps de suivre de façon régulière leur e-réputation.

En projet pour 2022 : l'OT souhaite se doter d'un véritable outil de GRC (gestion relation client) qui lui permettra d'établir une relation individualisée avec ses clients durant leur séjour : avant (ex : envoi des infos météo, actualités du territoire lors du séjour à venir...), pendant (envoi d'un sms de bienvenue, des bons plans...) et après (email pour les remercier et recueillir leur niveau de satisfaction...).

**Question** : M. Manillere interroge sur l'intérêt que représente un classement en Catégorie 1 et une certification Qualité Tourisme ?

Réponse : cela permet à la fois de structurer l'organisation interne de l'OT, mais aussi, aux communes classées stations touristiques de bénéficier des dotations de l'Etat. En effet, celles-ci pour être classées "stations touristiques" doivent avoir un OT classé en catégorie 1 et certifié Qualité Tourisme.

## b. ANIMATION DES RESEAUX - GESTION DE LA RELATION PARTENAIRES

**Maintenir le lien avec les acteurs touristiques locaux est un point essentiel pour l'OT, encore plus, dans cette période de distanciation forcée.**

*Budget prévisionnel alloué: 100 K€ (ETP inclus)*

### **Campagne d'adhésion 2021 :**

Comme chaque année l'OT a lancé fin 2020 sa campagne d'adhésion. Les socioprofessionnels peuvent ainsi adhérer à l'OT et bénéficier de ses services (promotion, commercialisation, accompagnement individualisé...). Pour cette année, la campagne se veut prudente et raisonnée au vu du contexte : pas d'augmentation de tarifs des packs partenaires, pas de démarchage abusif et des facilités de paiement proposées (paiement au 2<sup>nd</sup> trimestre seulement, voir même au 3<sup>ème</sup> si besoin)

**Actuellement, malgré un contexte contraint 212 acteurs touristiques ont confirmé leur souhait d'adhérer** à l'OT (l'OT comptait 294 adhérents en 2020), dont plusieurs sites emblématiques situés en dehors de notre territoire (MAB Gergovie, Aventure Michelin, Panoramique des Dômes, Parc animalier d'Auvergne)

En projet pour 2022/2023 : la mise en place de l'adhésion en ligne, afin de réduire le nombre d'étapes administratives et d'augmenter le nombre de partenaires.

**Question** : quel est le potentiel d'adhérents ?

Le directeur indique qu'on estime de 700 à 800 le nombre maximum d'adhérents. Il y a donc un potentiel de développement à exploiter.

### **Améliorer les outils de communication à destination de nos partenaires :**

- Renouvellement du site pro
- Mise en place d'une newsletter mensuelle
- Alimentation de notre page Facebook pro et compte Twitter pro

### **Améliorer notre récolte d'informations auprès de nos partenaires :**

Il est très important aujourd'hui de disposer d'informations précises et à jour sur les services et prestations proposés par nos partenaires pour les relayer de façon efficiente sur nos interfaces (site internet, éditions...).

Chaque année l'OT envoie plus de 700 questionnaires à tous les acteurs touristiques du territoire (restaurateurs, commerçants, hébergeurs, sites de visite...) pour que ces derniers lui retournent leurs informations à jour (tarifs, nombre de chambres, descriptif, photos...).

Or trop peu, saisissent l'intérêt de fournir des informations de qualité. L'OT souhaite donc accompagner ses partenaires dans la remontée de leurs informations. Pour cela, un travail de fond est mené pour simplifier les méthodes de remontée et de saisie des informations. **A ce jour près de 400 questionnaires ont été retournés et saisis par l'OT.**

Objectif 2022 : proposer cette opération en ligne permettant ainsi aux partenaires de mettre à jour à tout moment leurs informations.

### **Adapter notre programme d'accompagnement au contexte et maintenir le lien:**

- 3 journées techniques ainsi que 5 ateliers numériques prévus pour aider nos partenaires à performer dans leur stratégie ou leurs outils.
- Des visites découvertes du territoire, le but, permettre aux partenaires de découvrir les nouveautés et pépites de la destination in situ, afin qu'ils en soient les 1ers prescripteurs auprès de leur clientèle.
- 1 eductour hors territoire pour donner de nouvelles idées de services/prestations à nos partenaires.
- Dès le mois de septembre, un accompagnement individuel sera mis en place : rdv d'1h ou 2h avec la personne référente à l'office selon le thème choisi par les partenaires (numérique, commercialisation...).
- A défaut de pouvoir se réunir sur le printemps, une visio de lancement de saison est également prévue, ce sera l'occasion pour nos principaux sites de visite de présenter leurs nouveautés et programmation.

## **C. MARKETING**

**L'OT souhaite au travers de son plan marketing :**

- **Proposer des actions adaptées au mode de consommation des clientèles et au contexte**
- **Générer du trafic sur ses interfaces numériques (= nombre de visiteurs sur son site @...)**
- **Accroître son taux de concrétisation commerciale (= ventes).**

*Budget prévisionnel 2021 : 245 K€*

### **Digital : générer davantage de trafic sur nos interfaces numériques (objectif : + 200 000 visiteurs uniques sur terravolcana.com en 2021)**

- **Optimisation du site internet** : amélioration du parcours client, faciliter la recherche d'informations...
- **Renvoi de flux entre nos différentes interfaces** : site internet, réseaux sociaux, newsletter BtoC.. ;
- **Générer du trafic également sur les sites @ de nos partenaires** : commercialisation d'espaces publicitaires sur la page d'accueil de notre site @, sur nos réseaux sociaux renvoyant sur les sites @ des partenaires de l'OT le souhaitant

En projet pour 2022 : SEA et amplification des actions

## **Commercialisation : améliorer notre taux de concrétisation commerciale (= nombre de ventes générées sur le territoire)**

### ➤ **Générer du chiffre d'affaires depuis notre site @ :**

- Création de l'espace « je réserve » sur le site @ + vente en ligne (visites guidées...)
- Déploiement d'Open System (OS), outil de réservation en ligne dont l'acquisition et l'intégration sur leur site internet sont entièrement gratuits pour les partenaires de l'OT.
- Animation annuelle des ventes + opérations de com. dédiées

### ➤ **Renouvellement du pass Terra Volcana :**

Suite analyse des retours sur la version mise en place en 2020, l'OT proposera 2 formules distinctes pour 2021 : 1 pass 3 jours et 1 de 5 jours. Chacune de ses formules étant déclinée en 2 tarifs : adulte et enfant pour toucher les clientèles ciblées : individuels/duos et familles.

En 2021 le Pass sera distribué dans les points d'accueil de l'OT, mais également proposé à la vente à nos partenaires qui le souhaiteront.

En projet pour 2022/2023 : la dématérialisation du pass

### ➤ **Nouveau programme d'animations estivales**

- **Mise en place d'un jeu de piste à l'échelle de Terra Volcana** en partenariat avec les musées et le PAH de RLV. A destination principalement des familles, il proposera aux aventuriers d'un jour de remonter le temps en répondant à des énigmes sur 10 sites du territoire. Un système de lots encouragera les participants à répondre à un maximum d'énigmes et donc à découvrir un maximum de sites. Le jeu sera vendu 3€.
- **Mise en place de visites pour la clientèle « curistes » avec transport au départ des thermes (découverte de l'abbaye de Mozac, du Domaine royal de Randan, et du château d'Effiat)**
- **Reconduction des P'tites virées aux levers/couchers de soleil sur la Chaîne des Puys** avec accompagnateur et collation locale, en partenariat avec le PNR des Volcans.
- La **poursuite des visites « théâtralisées »** qui séduisent par le côté atypique, avec une nouvelle programmation (Maringues, Randan, Effiat, Artonne, Mozac)
- La **proposition de visites à vélo** avec un prestataire du territoire

En projet pour 2022 : un géocaching en Plaine de Limagne et d'autres animations...

### ➤ **Stratégie commerciale « groupes »**

Pour le moment la demande affaires/groupes ne redémarrant pas, l'équipe commerciale se concentre sur la définition et construction d'outils pour 2022 en collaboration avec nos partenaires positionnés sur la clientèle groupes.

En projet pour 2022 : mise en place d'actions BtoB pour maximiser le potentiel de ventes.

## **Actions de Promotion/Relations presse :**

- **Poursuivre le travail de relations presse auprès des rédactions en l'adaptant au contexte** : médias de proximité lorsque restrictions nationales / médias nationaux pour préparer la saison estivale / médias internationaux pour maintenir une présence sur des pays clés. Sur ce dernier axe, l'OT a **mutualisé ses moyens avec les OT du Sancy et de Clermont-Fd** permettant ainsi d'être présent sur des opérations à moindre frais, et d'avoir une entrée « Auvergne » beaucoup plus performante pour les bassins internationaux (dossier de presse co-réalisé et diffusé sur les rédactions presse GB, NL, De, Ch + participation commune à des workshop presse européens organisés par Atout France).

- **Gérer au mieux les éditions 2021** : meilleure diffusion, meilleure gestion des stocks (utilisation d'un outil numérique permettant des envois et impressions personnalisés sur demande), diminution des coûts d'impression et de création.

En projet pour 2022 : édition d'une carte touristique, street marketing, campagnes d'insertions, travail sur les influenceurs, logiciel montage vidéo...

En absence de questions sur le plan d'action 2021, le Président conclut la présentation du plan d'action en soulignant qu'il se veut **à la fois ambitieux et raisonné**, l'objectif étant à la fois de répondre à la baisse des recettes tout en maintenant un bon niveau d'actions.

#### 4. BUDGET PREVISIONNEL 2021

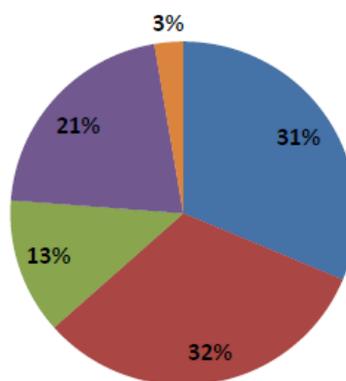
Le directeur présente ensuite le budget prévisionnel 2021 reprenant chacun de ces axes. Ce-dernier se veut à la fois **prudent et réaliste** : difficile d'estimer le niveau réel d'activités cette année encore + difficile d'estimer la capacité d'autofinancement de l'OT (ventes/adhésions).

Pour le résumer :

- **BP 2021 : 782 K€** (vs 909,2 K€ en 2020)
- **Dépenses de fonctionnement maîtrisées** (165 K€ vs 188 K€ en 2020)
- **650 K€ de subvention provenant des 2 EPCI** (exploitation + investissement)
- **Volant d'actions maintenu à 118 K€ en 2020** (vs 198 K€ en 2020)
- **Capacité d'autofinancement difficile à estimer vu le contexte** (adhésions, ventes séjours...)

### Dépenses

| *ETP inclus                 | BP 2020* | BP 2021 * |
|-----------------------------|----------|-----------|
| Marketing                   | 300 K€   | 245 K€    |
| Accueil - relations clients | 255 K€   | 251 K€    |
| Relations partenaires       | 135 K€   | 100 K€    |
| Fonctionnement              | 188,6 K€ | 165K€     |
| Amortissements              | 30,6 K€  | 21K€      |
| Total                       | 909,2 K€ | 782 K€    |



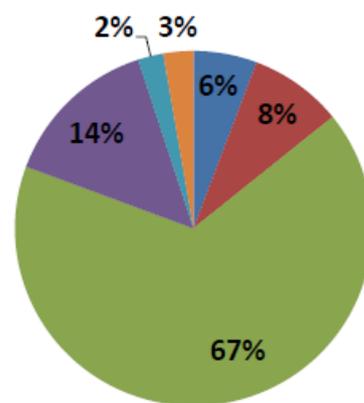
|                     | Fonctionnement | Actions | Masse salariale | Investissements | Amortissements |          |
|---------------------|----------------|---------|-----------------|-----------------|----------------|----------|
| BP 2020             | 122 K€         | 198 K€  | 525 K€          | 33,6 K€         | 30,6 K€        | 909,2 K€ |
| Budget réalisé 2020 | 106 K€         | 165K€*  | 503 K€**        | 30,5 K€         | 37 K€          | 841,5 K€ |
| BP 2021             | 101 K€         | 118 K€  | 524 K€          | 18 K€           | 21 K€          | 782 K€   |

**Taux d'exécution budgétaire 2020**  
**93,8 %**

\* Certaines actions du printemps et de l'arrière saison ont dû être annulées  
\*\* exonération 39K€ Urssaf obtenue suite covid

# Recettes

|                        | BP 2020         | Budget réalisé 2020 | BP 2021       |
|------------------------|-----------------|---------------------|---------------|
| Report à nouveau       | 78 K€           | 92 K€               | 45K€          |
| Autofinancement        | 100 K€          | 93 K€               | 66 K€         |
| Sub. de fonctionnement | 467 K€          | 517 K€              | 520 K€        |
| Taxe de séjour         | 200 K€          | 126,5 K€            | 112 K€        |
| Sub. Investissement    | 33,6 K€         | 30,5 K€             | 18 K€         |
| Amortissements         | 30,6 K€         | 37,5 K€             | 21 K€         |
| <b>Total</b>           | <b>909,2 K€</b> | <b>896,5 K€</b>     | <b>782 K€</b> |



| *Répartition subventions EPCI |  |                                  |        |
|-------------------------------|--|----------------------------------|--------|
|                               | Fonctionnement incluant taxe de séjour     | Investissement                   |        |
| RLV                           | 550 K€ (2021) + 15 K€ (report 2020)        | 15 K€ (2021) + 3K€ (report 2020) | 583 K€ |
| PL                            | 55K€ part fixe + 12K€ part variable (2021) |                                  | 67 K€  |
|                               |  |                                  | 650 K€ |

Le Président, après avoir demandé si des questions subsistaient à propos du BP 2021, fait procéder au vote :

- Contre : 0
- Abstention : 0

**Le BP 2021 est approuvé à l'unanimité.**

Le Président remercie les membres du comité de direction présents pour leur confiance.

## 5. DELIBERATIONS DE FONCTIONNEMENT N°4 A 10

Éléments annuels demandés par la TP pour le traitement quotidien

- **Effectif prévisionnel 2021** : 12 permanents, 2 saisonniers et 1 stagiaire sur 6 mois
- **Indemnité de responsabilité du régisseur titulaire et suppléant** : les régisseurs doivent souscrire une assurance spéciale pour les couvrir en cas de défaut des régies. Il est prévu une indemnité légale pour couvrir ces frais d'un montant de 160€/ an.
- **Remboursement des frais professionnels** : il s'agit ici de se conformer à ce que prévoit la convention collective en la matière
- **Gratification de fin d'année** : une gratification correspondant à 17,5% du brut mensuel de chaque salarié est appliquée en fin d'année conformément à ce que prévoit la convention collective (il n'y a pas d'autres avantages pour les salariés de l'OTTI). Les salariés de l'OT ne bénéficiant que du minimum conventionnel prévu sur les aspects sociaux, et ayant assuré le service durant 2020 malgré les contraintes/risques et sans contrepartie, le Président propose qu'une prime de fin d'année de 200€ bruts supplémentaire soit attribuée pour chaque salarié (hors direction).  
Le Directeur de Vulcania, M. MOUILLESEAU, propose que la direction bénéficie également de cette prime.

- **Modalités d'organisation du temps de travail** : application de ce que prévoit la convention collective.
- **Durée des amortissements** : 2 ans pour les logiciels, 5 ans pour le matériel informatique et électriques, 10 ans pour le mobilier, 15 ans pour les agencements de bâtiments

M. Le Président procède aux votes :

- Contre : 0
- Abstention : 0

**Les délibérations de fonctionnement sont toutes approuvées à l'unanimité.**

L'Ordre du jour étant épuisé, le Président demande s'il reste des questions dans l'assemblée : pas de question.

\*\*\*\*\*

Le Président remercie le directeur pour sa présentation et exprime son entière confiance dans le travail mené par l'équipe de l'OTTI. En conclusion, il exprime son espoir d'une meilleure année pour 2021, ainsi que son soutien à tous les acteurs touchés par cette crise inédite, et remercie l'ensemble de l'assemblée. Indiquant que le prochain codir se tiendrait avant la saison estivale, il lève la séance.