

Présents :

- **Collège des Elus** : M. BOISSET Jean-Pierre, M. BONNICHON Frédéric, M. CHEVILLE François, M. COULON Philippe, M. FERRIERE Bernard, Mme GRENET Michèle, Mme HOARAU Catherine, Mme LAURENT Nicole, M. MATHILLON Jean-Jacques, M. MELIS Christian, M. MENARD Gilbert, M. OLLIER Christian, M. PAULET Alain, M. PECOUL Pierre, M. VIGNERON Jacques
- **Collège des Socio-Professionnels** : Mme BONNEFONT Hélène, M. DEMAY André, M. GALLIEN Bertrand, Mme GUILLOT-SOULIE Frédérique, M. MOUILLESEAUX Grégory, M. PERRIER Alain, M. PONS Sébastien, M. SAUVESTRE Didier, M. TARNOWKA Georges, M. THROMA
- **Membres / Partenaires**: Mme ASTIER Aurélie, Mme BERTRAND Elisabeth (OT Châtel-Guyon), Mme CHAPUT Cécile (Riom Limagne et Volcans), M. CORRE Cédric (OT Terra Volcana), M. De ABREU David (OT Riom), M. SIMON Alain (OT Volvic).

Absents excusés :

- **Collège des Elus** : Mme CACERES Marie, M. CERLES Pierre, Mme FLORI-DUTOUR Stéphanie, M. CHANSARD Gérard, Mme DUBREUIL José, Mme FAURE-IMBERT Danielle, M. GRENET Daniel
- **Collège des socio-professionnels** : M. BRAGART Christophe, M. de MOROGES Hubert, M. GUYARD Didier, M. JAL Pierre, M. MONTEL Philippe, M. ROCHETTE Alain
- **Membres/partenaires** : Mme PAYRAUDEAU Danielle

Ordre du jour :

- **Office de Tourisme : point d'avancement sur le processus de dissolution-crétion**
- **Retours sur les premières commissions thématiques**
- **Stratégie 2019 et débat d'orientation budgétaire**
- **Nomination du comptable public**

1) Office de Tourisme : point d'avancement sur le processus de dissolution- création

M. Bonnichon, Président de l'Office de Tourisme (OT) Terra Volcana, salue et remercie les membres présents du Comité de Direction (codir) ainsi que les Présidents des OT de Volvic et de Riom.

Il présente l'ordre du jour et fait un point sur l'état d'avancement du processus de dissolution-
création en reprenant les trois chantiers en cours :

- Dissolution des 4 associations :

La dissolution des 3 Offices de Tourisme associatifs loi 1901 a été engagée.

Elle suit le processus classique :

1. Convocation d'un Conseil d'Administration (CA) destiné à acter la convocation d'une Assemblée Générale Extraordinaire (AGE) de dissolution.
2. Assemblée Générale Ordinaire (AGO), lorsque nécessaire, et AGE actant la dissolution de l'association, la nomination du liquidateur, et la dévolution des biens.
3. Période de liquidation.
4. Dissolution effective de l'association.

Les dates des différentes réunions ont toutes été fixées :

- OT Châtel-Guyon: CA 23/11; AGO/AGE 10/12
- OT Riom-Limagne: CA 16/11; AGO-AGE 6/12
- OT Volvic: CA 7/11; AGE 3/12

Le rétro-planning a été basé sur une **dissolution à effet au 31/12/2018** permettant ainsi de terminer l'exercice comptable en cours sans en débiter un nouveau.

La période de liquidation débutera donc au 01/01/19 et se terminera avec le paiement des dernières factures fin février/début mars.

La **dissolution des associations sera donc effective aux alentours de mars** et le transfert des biens vers l'EPIC réalisé à ce moment-là.

La dissolution de de l'association des Pays de Volvic et le transfert de l'actif financier restant à l'OT Terra Volcana (36K€) ont quant à eux été actés en AGE le 14/11/2018. Le versement interviendra début janvier.

- Création de l'EPIC :

Parallèlement, les démarches de création de l'OT Terra Volcana se poursuivent :

- Les équipes du Trésor Public (TP) ont été rencontrées. Le compte sera ouvert dès le 02/01/2019 et opérationnel à partir de la 2^{ème} quinzaine de janvier. Plusieurs rencontres sont prévues entre l'OT et le TP d'ici la fin d'année pour avancer sur la formalisation du budget 2019. D'autres sont également prévues sur le mois de janvier afin de sensibiliser les équipes accueil aux missions et responsabilités des régisseurs.

- Le dossier de demande d'immatriculation auprès du Greffe du Tribunal de Commerce de Clermont-Ferrand a pu être constitué et a été déposé. Sa validation par les services du Greffe devrait intervenir d'ici la fin novembre permettant ainsi de **créer administrativement l'EPIC au 01/01/2019 et de transférer dès le début d'année le personnel vers la nouvelle structure.**

- L'inventaire des contrats fournisseurs a été effectué (plus de 70 contrats cumulés) et de nouveaux appels d'offre ont été lancés. Objectifs : assurer le fonctionnement de l'EPIC tout en maîtrisant les dépenses et réalisant des économies d'échelle.

- Ressources Humaines : harmonisation sociale

Le nouvel organigramme* a été constitué, il sera présenté aux membres du Comité de Direction durant le débat d'orientation budgétaire qui suivra et aux équipes à l'issue de ce Codir.

** présenté au sein du pwp joint*

L'ensemble des contrats de travail et fiches de poste qui en découleront seront rédigés courant décembre. Un nouveau règlement intérieur sera également établi sur cette même période précisant les règles de fonctionnement de l'OT.

Un appel d'offre concernant les contrats santé a également été lancé. Il permettra, dès janvier 2019, d'unifier les contrats mutuelle et prévoyance pour l'ensemble des salariés, et de répondre ainsi aux obligations conventionnelles.

L'ensemble de ce travail s'appuie sur la contribution d'avocats spécialisés en droit social et droit santé permettant ainsi de border juridiquement les démarches.

2) Retour sur les premières commissions thématiques

M. Bonnichon propose ensuite de faire un retour sur chacune des commissions thématiques s'étant tenues sur l'automne, et pour cela, donne la parole à chaque référent au sein du codir*.

**cf. synthèses des commissions au sein du pwp joint*

Il rappelle en amont que ces commissions suivent deux objectifs : partager le travail en cours et échanger sur les orientations envisagées par l'OT.

Il précise lors du retour sur la commission thermalisme que les rencontres nationales du thermalisme pourraient se tenir en 2020 ou 2021 à Châtel-Guyon.

Il remercie enfin l'ensemble des participants (plus d'une vingtaine au total) pour leur implication et précise que les prochaines commissions seront élargies à des personnes extérieures, identifiées comme « ressources », et se tiendront sur le premier trimestre 2019.

3) Stratégie 2019 et débat d'orientation budgétaire (DOB)

Le Directeur prend ensuite la parole pour introduire le débat d'orientation budgétaire*.

**Détails au sein du pwp joint*

Il rappelle les chiffres clés et le poids conséquent que représente le tourisme au sein de l'économie locale : près de 400 établissements marchands, 54 millions d'euros de retombées économiques, des sites majeurs, des projets d'avenir...

Il précise les objectifs quantitatifs et qualitatifs qui guident le travail engagé depuis son arrivée :

- Pour la destination : être compétitive et générer de la valeur ; augmenter la durée des séjours ; être une destination qui compte et de qualité
- Pour l'OT : être innovant et performant ; générer de la qualité ; contribuer à l'attractivité du territoire.

Pour les atteindre, l'OT Terra Volcana a construit sa stratégie autour de **3 piliers** :

- **Nouvelle stratégie marketing**
- Gestion de la relation clients (**GRC**)
- Gestion de la relation partenaires(**GRP**)

Concernant la stratégie marketing, elle répondra aux enjeux suivants :

- Renforcer la notoriété de la destination en dynamisant l'image (**séduire**) et en valorisant ses multiples aspects (**se différencier**)
- Développer la stratégie digitale pour mieux atteindre nos clientèles et gagner en efficacité (**cibler et inspirer**) (« *les gens ne savent pas ce qu'ils veulent jusqu'à ce qu'on leur propose* »)
- Contribuer à l'attractivité du territoire en gagnant des parts de marché (**mieux vendre**)

Afin d'être davantage efficace, elle ciblera les clientèles en fonction de leur typologie (millennials, familles....) et de leur(s) affinité(s) (outdoor, wellness, patrimoine, affaires...).

Le Directeur précise qu'une consultation a été lancée courant octobre auprès d'une dizaine d'agences de communication afin de décliner ces orientations au sein d'un *brandbook* qui servira de fil rouge aux prochaines actions de promotion de l'OT. La sélection de l'agence interviendra à la mi-décembre pour un rendu du travail à la mi-février.

Il présente ensuite les nouveautés 2019 (nouveaux supports de communication (print et web) ; campagnes digitales ; mise en place et achat d'un logiciel boutique pour les 3 sites ; participation à des salons BtoB...) et précise le volume budgétaire qui sera consacré au déploiement de cette stratégie marketing.

Coût* fonctionnement	Coût* investissement	Total
264 K€	9 K€	273 K€

**coût TTC estimatif et incluant les ETP*

M. Mouilleseaux prend ensuite la parole pour présenter les orientations en matière de GRC :

- Etre **au plus près des flux** de clientèles (9 touristes sur 10 ne franchissent pas la porte d'un OT en France) et les accueillir/informer dans les meilleures conditions
- **Mieux connaître nos clients** (attentes, comportements...) et leurs parcours (avant, pendant et après le séjour) = disposer des bons indicateurs pour nous et nos partenaires
- **Etre plus efficaces** dans nos campagnes marketing

Il présente également les nouveautés 2019 en rappelant que désormais tout doit être fait pour comprendre et faciliter le parcours clients :

- Elargissement et harmonisation des horaires d'ouverture.
- Développement de l'accueil numérique (1^{er} niveau d'information / lien « transactionnel ») en complément de l'accueil physique (conseil personnalisé / « lien relationnel »).
- Mise en place d'espaces d'accueil éphémères sur des événements ou lieux à forts flux.
- Achat d'un logiciel GRC à double vocation : observation + actions commerciales (« push »).
- Suivi du taux de satisfaction client « immédiat » (mis en place d'outils dédiés au sein des espaces accueil) et de l'e-réputation du territoire.

Il présente enfin le volume budgétaire représenté par la GRC et précise qu'il est normal, au vu de la mission accueil assumée par l'OT, qu'il représente le 1^{er} poste de dépenses.

Coût* fonctionnement	Coût* investissement	Total
284 K€	12 K€	296 K€

**coût TTC estimatif et incluant les ETP*

M. Mouilleseaux aborde ensuite le 3^{ème} volet de la stratégie de l'OT, la GRP et en présente les principaux enjeux :

- **Mieux connaître notre offre** et disposer des bons indicateurs (lien avec APIDAE)
- Accompagner les prestataires dans leurs choix pour **les aider à optimiser leur performance économique** (attentes clients, tendances...)
- **Créer du liant** entre les différents acteurs de l'économie touristique

Il précise qu'il s'agit désormais pour l'OT de maintenir et d'approfondir le lien avec l'ensemble des socioprofessionnels du territoire et d'éviter « la culture de l'entre soi ».

Pour y parvenir, l'OT mettra en place dès l'année prochaine un programme d'animations collectives :

- « **Les rencontres d'avant et d'après saison** » seront l'occasion pour l'OT de rassembler l'ensemble de ses partenaires afin de leur présenter les nouveautés du territoire, de préparer l'année à venir, de créer des liens commerciaux, ...
- « **Les rendez-vous de l'OT** » : journées thématiques destinées à sensibiliser les socioprofessionnels aux tendances et problématiques actuelles (commercialisation, marketing expérientiel, attentes clients...).
- « **Le Club business** » : regroupera l'ensemble des acteurs (hébergeurs, sites de visite, prestataires d'activités) souhaitant travailler la clientèle affaires.
- « **Les ateliers numériques** » seront étendus à l'ensemble du territoire
- 2 **eductours** seront également organisés

Le Directeur annonce qu'un **compte Twitter et Facebook pros seront créés** dès le mois de novembre. Ils permettront d'établir un lien direct entre l'OT et les acteurs et de faciliter ainsi le partage et la prise d'information. Chaque partenaire possédant un compte Twitter et/ou Facebook recevra ainsi prochainement une invitation pour rejoindre ces deux groupes.

Il précise également qu'un **nouveau système de partenariat viendra se substituer au système de cotisation actuelle** (non autorisé au sein d'un EPIC). Une information sera faite à l'ensemble des socioprofessionnels d'ici la fin d'année, ainsi qu'un rapide sondage permettant de mieux cerner leurs attentes

Il rappelle enfin que comme chaque année un questionnaire a été adressé à l'ensemble des socioprofessionnels du territoire tout secteur confondu (plus de 1 200). Les informations transmises sont en cours de saisie par le personnel de l'OT dans la base de données régionale (APIDAE) qui alimente les sites internet de l'OT, du Département et du Comité Régional de Tourisme.

Il précise qu'un travail de fond a été engagé pour harmoniser et simplifier ces questionnaires dès 2019. Objectifs : faciliter la tâche pour les prestataires et permettre à l'OT de disposer des données clés en matière d'observation.

Coût* fonctionnement	Coût* investissement	Total
131 K €		131 K€

**coût TTC estimatif et incluant les ETP*

M. Bonnichon présente ensuite les orientations budgétaires liées au fonctionnement de l'OT en en précisant les enjeux :

- Assurer le fonctionnement de la structure sur 3 sites : standard téléphonique commun, logiciel comptabilité publique
- Disposer des bons outils pour travailler en synergie : réseau informatique partagé
- Maîtriser les dépenses : économies d'échelles lorsque possible et renégociation systématique des contrats

Coût* fonctionnement	Coût* investissement	Total
173,5 K€	21,5 K€	195 K€

**coût TTC estimatif et incluant les ETP*

Concernant les ressources humaines, il précise que :

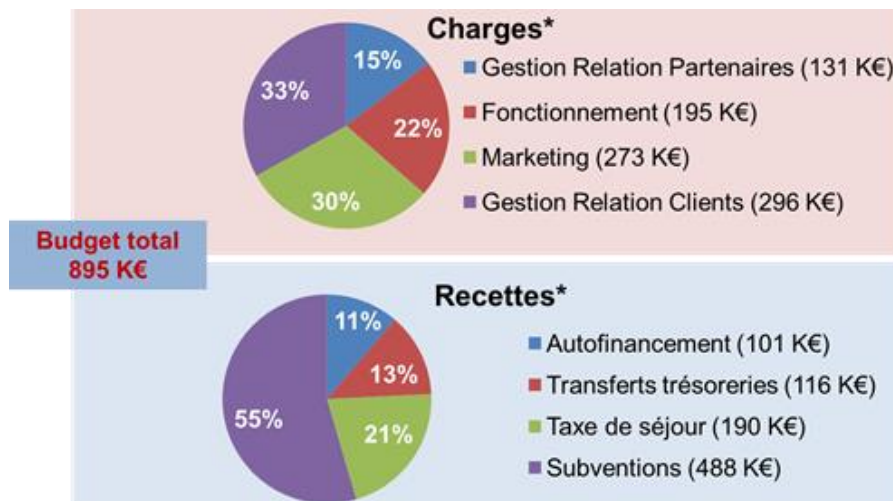
- L'équipe se constitue actuellement de 11 salariés permanents
- Une embauche est envisagée sur 2019 dans le domaine du marketing
- Le recrutement de 7 saisonniers a été budgété pour assurer une présence physique sur l'ensemble des points d'accueil estivaux et un renfort sur les 3 sites fixes.

Le tout représente un montant total de 539 K€, charges patronales, frais de santé et formations incluses.

Le Directeur présente alors le nouvel organigramme. Construit autour des 3 piliers stratégiques (GRP/GRC/marketing), il reprend le travail de préfiguration initié lors de la mise en place des groupes de travail début septembre.

Il ne préfigure pas de spécialisation par site mais suit la logique d'une organisation en mode projet, grâce à laquelle, les compétences des unes et des autres viendront nourrir le travail collectif.

M. Bonnichon conclut enfin la présentation du DOB en présentant la synthèse des orientations budgétaires et en rappelant que le budget sera voté lors du prochain comité de direction.



La parole circule ensuite au sein de l'assemblée :

- D'où viennent les recettes propres ?

Réponse : elles proviennent de la vente des packs services, du chiffre d'affaires généré par l'OT (boutique, billetterie, service commercial), et de conventions de partenariat.

- Quelles sont les bases des packs services et comment vont être fixés les tarifs ?

Réponse : chaque partenaire pourra choisir entre deux packs, « access » ou « premium », lui permettant d'accéder à une gamme plus ou moins importante de services proposés par l'OT (actions de promotion, journées de professionnalisation...). Il aura également la possibilité de choisir à la carte les actions auxquelles il souhaitera participer. Le travail sur la tarification est en cours. L'objectif est de trouver une solution médiane la moins éloignée possible des tarifs actuels.

- Comment travailler l'image d'un territoire plus vaste et diverse ?

Réponse : la diversité est un réel atout. Le travail avec l'agence permettra de conforter les lignes stratégiques proposées en matière de communication. Il ne s'agira pas de promouvoir la destination de façon uniforme, mais bien de valoriser l'ensemble de ses atouts, en suivant les tendances actuelles en matière de marketing et en évitant l'écueil du copier-coller de ce que font nos voisins.

- Quand sortira le futur site internet ? S'agit d'un site institutionnel ou a-t-il une vocation commerciale ?

Réponse : le futur site se base sur un double objectif : séduction et immersion, au travers notamment de l'image + transformation commerciale, en donnant au client la possibilité de réserver directement en ligne ses prestations.

4) Délibérations

- **Débat d’Orientation Budgétaire (DOB)**

M. Bonnichon explique qu’il convient désormais de prendre acte de la tenue du débat d’orientation budgétaire par une délibération spécifique du Comité de Direction, comme en disposent les articles L. 2312-1 et L. 3312-1 du CGCT.

Il propose donc au Comité de Direction de prendre acte de la tenue du débat, mais également de l’existence du rapport d’orientation budgétaire (ROB)* distribué ce jour sur la base duquel s’est tenu le DOB.

** joint au compte-rendu*

L’Assemblée procède au vote, à main levée, et les résultats suivants sont annoncés :

- Vote « Pour » : 25
- Vote « contre » : 0
- Abstention : 0

Le Comité de Direction acte la tenue du DOB et l’existence du ROB en votant à l’unanimité.

- **Nomination du comptable public**

M. Bonnichon rappelle qu’il convient également au vu des articles R. 2221-52 ainsi que R. 2221-30 et R. 2221-31 du CGCT et article 4.2 des statuts de l’OT de confier les fonctions de comptable de l’établissement au comptable public désigné par le Préfet et territorialement compétent. Il propose donc de confier ces fonctions au Trésorier Public de Riom.

L’Assemblée procède au vote, à main levée, et les résultats suivants sont annoncés :

- Vote « Pour » : 25
- Vote « contre » : 0
- Abstention : 0

La nomination du Trésorier de Riom en qualité d’agent comptable de l’EPIC est votée à l’unanimité.

Après avoir évoqué les événements à venir sur 2019 et rappelé l’importance de ces-derniers pour drainer et fixer la clientèle sur le territoire, le Président précise que **le prochain Comité de Direction se tiendra le 13/12/2018** et lève la séance.