

Présents ou représentés :

- **Collège des élus** : Mme BERKES Marie-Andrée, Mme BERTHELEMY Hélène, M. CAZE Alain, M. CHANSARD Gérard, M. DERSIGNY Éric, Mme HOARAU Catherine, M. JEAN Daniel, M. MANILLERE Bernard, M. GRENET Daniel, Virginie, Mme RIOTON Samya, Mme ROLLET Vanessa
- **Collège des socio-professionnels** : M. BILA Jean-Claude, M. BRAGARD-BREYER Christophe, M. EYMARD Denis, Mme LACROIX-DAMAS Frédérique, M. MOUILLESEAUX Grégory, M. SAUZADE Lionel, M. TARNOWKA Georges,
- **Membres / partenaires** : M. CORRE Cédric (OT Terra Volcana), Mme SARBONNE Céline (CC Plaine Limagne)

Absents excusés :

- **Collège des Elus** : M. BONNICHON Frédéric, Mme GRENET Michèle, M. MAGNOUX André, M. MELIS Christian, M. MESSEANT Jean-François, M. MOREL Matéo, M. BIGAY Bertrand, Mme CACERES Marie, M. DUBOIS Gérard, M. GAILLARD Philippe, M. RAYMOND Vincent, M. REGNOUX Marc
- **Collège des socio-professionnels** : Mrs. AUROUSSEAU Damien et LE VAN Lucien, M. GALLIEN Bernard, Mme HILAIRE Monique, M. MONTEL Philippe, Mme PORTE Michèle, Mme VANNUCHI Sandra
- **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 2022**
 - **Approbation du budget prévisionnel 2022**
 - **Questions diverses**

Le quorum étant atteint, Éric DERSIGNY, Président de l'Office de Tourisme (OT), ouvre la séance par un tour de table : les membres présents se présentent.

I. 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 2021.

II. APPROBATION DU COMPTE DE GESTION ET COMPTE ADMINISTRATIF 2021

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 pour ceux qui le souhaitent.

A. 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 2021 s'élèvent à **19 091,27€** réparties entre :

- Subvention d'investissement : 6 512,73 €
- Amortissements : 12 578,54€

Les recettes de fonctionnement sont de **743 751,73€**, elles comprennent :

- La subvention d'exploitation versée par les 2 EPCI pour 475 241,89 €
- Le reversement de la taxe de séjour des 2 EPCI pour 152 048,76 €
- Le chiffre d'affaires des actions commerciales de l'OT (boutique, ventes séjours, partenariats et adhésions) pour 98 891,99 €
- Des atténuations de charges pour 4 146,52 €
- D'autres produits exceptionnels pour 844,03 €
- Enfin la quote-part de la subvention investissement réaffectée au résultat, 12 578,54 €

Dépenses

Les dépenses d'investissement sont de **19 091,27€**, elles comprennent :

- Les achats : 6 512,73 €
- Les amortissements : 12 578,54 €

Les achats concernent des développements pour le site internet de l'OT, du mobilier pour les espaces accueil et bureaux, ainsi qu'un renouvellement d'une partie du parc informatique devenu obsolète.

Les dépenses de fonctionnement sont de **764 389,17€**, elles comprennent :

- 481 299,18 € de charges de personnel
- 107 235,57 € de charges courantes
- 158 275,88 € de charges liées aux actions déployées
- 12 578,54 € d'opération de dotations
- 5 000 € de provisions

Résultat

La section investissement est à l'équilibre. La section d'exploitation est déficitaire à hauteur de 20 637,44 €. Mais disposant d'un report du résultat excédentaire de l'exercice antérieur de 55 155,55 €, le **résultat 2021 reste excédentaire de 34 518,11 €**.

Le Budget 2021 affiche donc un **taux d'exécution de 96%**. **Ce-dernier est en perpétuel accroissement depuis la création de l'OT en 2019, et a pour corolaire, la baisse du report à nouveau d'une année sur l'autre.**

Le Président Eric DERSIGNY, en l'absence de question propose de procéder au vote du compte de gestion de l'exercice 2021 :

- Contre : 0
- Abstention : 0

Le compte de gestion 2021 est approuvé à l'unanimité

B. 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 786 898,84 €**, un **total des recettes de 821 416,95 €**, soit un net excédentaire **de 34 518,11 €**

M. le Président propose au doyen de séance M. Daniel JEAN de présider lors du vote du compte administratif 2021. M. CORRE en qualité d'ordonnateur se retire le temps du vote :

- Contre : 0
- Abstention : 0

Le compte Administratif 2021 est approuvé à l'unanimité

III. PRESENTATION DU PLAN D'ACTION 2022

Le Président demande ensuite au directeur de présenter le plan d'action élaboré avec son équipe pour 2022.

A. ACCUEIL

L'OT poursuit son travail pour maintenir un niveau d'accueil de qualité, participer à l'amélioration de l'expérience clients, et être au plus près des flux de clientèle.

Budget prévisionnel 291,5 K€ (ETP inclus)

OUVERTURE AU PUBLIC :

Il est proposé pour 2022 de maintenir une amplitude d'ouverture correspondant aux exigences du classement en catégorie I et aux flux constatés. 3 saisons sont identifiées avec des périodes d'ouvertures adaptées (cf pwp joint). Ces horaires pourront être ajustés en cours d'année si cela s'avère nécessaire (notamment concernant le futur point d'accueil qui ouvrira ses portes fin juin et dont la fréquentation réelle pour l'instant n'a pas été éprouvée).

Question sur les horaires d'ouverture entre midi et 14h :

Le Directeur indique que sur ce créneau, les collectes de données de fréquentation montrent qu'il n'y a pas des flux qui justifient de mobiliser du personnel, et que lorsque la météo le permet, de la documentation est désormais laissée en libre accès à l'extérieur des points d'accueil.

DIFFUSION DE L'INFORMATION :

L'OT en plus de ces 3 points d'accueil permanents, compte **d'avantage sortir de ses murs** pour être au plus près des flux de clientèles. Pour cela :

- Il diffusera ses principales **éditions chez les hébergeurs et sites partenaires**
- Sera **présent sur les principaux événements** via un stand mobile créé début 2022 (cf pwp joint)
- Sera **présent** à chaque arrivée de cure au sein du **hall d'accueil de l'Aiga resort**

AMELIORER LA SATISFACTION CLIENT :

Après plusieurs mois de préparation, et un audit blanc réalisé en décembre 2021, **l'OT sera audité dans le cadre de sa démarche qualité dès le printemps 2022.**

Pour rappel, **plus de 400 critères** vont être testés par les auditeurs en 2 phases :

- **1 phase d'audits mystères** réalisée sur le printemps 2022 pendant laquelle sera audité la qualité d'accueil et de renseignements de l'OT en conditions réelles (mail, téléphone, accueil physique, et plusieurs langues)
- **1 phase d'audits en face à face** à l'automne pendant laquelle seront analysés l'ensemble des processus et méthodes internes mis en place par l'OT sur l'ensemble de ses champs d'actions (commercialisation, promotion, numérique, administratif...).

Pour être certifié Qualité Tourisme l'OT devra obtenir une note minimum de 85% d'adéquation sur chacun des 2 types d'audit.

Sur le dernier trimestre 2022, et si la certification est obtenue (préalable obligatoire), l'OT déposera également son dossier de demande de classement en catégorie I en Préfecture (équivalent au classement 5* pour un hôtel).

PERSONNALISATION DE L'ACCUEIL :

Toujours dans l'optique d'améliorer sa qualité d'accueil, l'OT va mettre en place plusieurs actions lui permettant de mieux connaître/profiler ses clientèles afin de leur adresser des messages personnalisés adaptés à leurs pratiques / envies :

- Déploiement de l'outil GRC Avizi
- Déploiement de campagnes de promotion personnalisées (sms de bienvenue, etc)
- Déploiement d'outils nous permettant de récupérer de la data clients sur nos interfaces numériques ou en front office.

NOUVEAU BUREAU D'ACCUEIL/MAISON DE SITE UNESCO

Le futur point d'accueil permanent de l'OT ouvrira ses portes au début de l'été 2022. Situé à l'entrée du parc de la source à Volvic, il bénéficiera d'un **emplacement privilégié** (entre 2 sites de visite majeurs du territoire, entre 2 hébergements, et à proximité de départs de nombreuses randonnées).

Il sera également la **1ère porte d'entrée du site UNESCO Chaîne des Puys- Faille de Limagne à ouvrir dans le département** (3 autres portes d'entrée sont en projet sur d'autres territoires).

A l'intérieur, **toute une partie de l'espace accueil sera dédiée** à des outils de médiation à partir desquels le visiteur pourra disposer d'informations sur les particularités de ce site inscrit **à l'UNESCO** (cf pwp joint) :

- 1 maquette 3D de la zone inscrite sur laquelle seront vidéoprojetés des éléments géologiques et informationnels (type de volcans, noms et altitudes, zones de randonnées, principaux lacs/rivières, etc.)
- 2 écrans tactiles à partir desquels les visiteurs pourront avoir accès aux principaux chemins de randonnées, activités, sites de visites...
- 1 panneau informationnel expliquant les grandes étapes géologiques, les principaux points identitaires de cette partie de zone UNESCO, et les principales règles à respecter.

Ces éléments ont été pensés pour que le visiteur puisse en moins de 10mn faire le tour de ce "parcours UNESCO" (calibré sur le temps moyen de visite d'une personne en OT).

Enfin 2 éléments identitaires de la zone UNESCO de Volvic seront particulièrement mis en avant au travers de ces outils : la pierre et l'eau.

Parallèlement, 2 bureaux et un espace tisanerie, permettront d'installer de 3 à 5 collaborateurs sur place.

Un parking paysager, situé juste devant l'OT, permettra à terme de desservir l'ensemble des sites. Il sera complété par un cheminement permettant de marcher d'un site à l'autre, et de rejoindre les chemins de randonnée alentours ainsi que le centre-ville. Enfin, un projet destiné à améliorer et harmoniser la signalétique sur place devrait également débiter.

Question sur les financements de ce projet :

Le président indique que ce projet a été co-financé par différents acteurs : RLV, Conseil Départemental, Région, Etat, et Europe, ainsi que la Ville de Volvic pour le parking.

Question sur la réalisation de ce projet et du contenu UNESCO :

Le Président indique que le Conseil Départemental a la maîtrise du contenu UNESCO et est le coordinateur du dossier des portes d'entrée. Le travail s'est réalisé sur plusieurs mois d'échanges avec les différents services du CD concernés. RLV et l'OT ont insufflé des idées tant sur la méthode que sur les contenus, tout en respectant le lead du CD sur le dossier.

B. MARKETING

L'OT souhaite au travers de son plan marketing :

- Proposer des actions adaptées aux différents types de clientèle
- Accroître le nombre de touristes sur le territoire
- Générer davantage de concrétisation commerciale

Budget prévisionnel : 352,5 K€ (ETP inclus)

DIGITAL : GENERER DAVANTAGE DE TRAFIC SUR NOS INTERFACES NUMERIQUES

Nos interfaces numériques sont aujourd'hui nos principaux points d'accueil. A titre de comparaison, 25 000 visiteurs ont franchi la porte de nos 3 points d'accueil en 2021, vs quasiment 200 000 visiteurs uniques sur notre site @.

Plusieurs actions vont ainsi être déployées pour à la fois garantir un niveau d'information satisfaisant aux visiteurs, leur faciliter l'accès à ces informations, et leur faciliter la réservation de leur prestation :

- Développement du site internet avec la mise en place de nouveaux modules
- Mise en place de campagnes sponsorisées sur les réseaux sociaux et moteurs de recherche
- Amélioration du référencement naturel
- Animation régulière de nos réseaux sociaux via des jeux concours, concours photos, vidéos in situ...
- Déploiement de campagnes commerciales, incitant à la réservation des offres réservables en ligne sur notre site

A ce stade, le site internet affiche une fréquentation en hausse de 40% sur ce début d'année.

ACTIONS DE PROMOTION/RELATIONS PRESSE : POURSUIVRE LE TRAVAIL DE NOTORIETE

Le travail auprès de la presse va se poursuivre en 2022 : **un travail direct auprès de la presse locale et nationale, et un travail collectif avec les OT de Clermont, du Sancy et le CRT auprès de la presse européenne.**

Plusieurs accueils presse sont d'ores et déjà en cours de préparation sur le 1er semestre, et un **événement presse sera par ailleurs organisé début avril** afin de profiter du début de saison et de l'ouverture des principaux sites pour faire venir plusieurs rédactions sur notre territoire et leur présenter les nouveautés.

Concernant les éditions, l'OT va **mettre à jour ses principales éditions** (brochure d'appel, guide estival, guide hébergements), et **nouveauté 2022, éditer une carte touristique du territoire**.

Les volumes d'impression seront liés à leur plan de diffusion respectif (objectif : limiter les pertes et avoir une diffusion efficiente) et elles seront traduites en plusieurs langues.

ACTIONS COMMERCIALES : GENERER DES RETOMBÉES DIRECTES

L'OT proposera en 2022 une programmation de visites guidées élargie, avec **59 dates couvrant une période allant d'avril à octobre**. Il proposera de nouveau les visites ayant fonctionné en 2021 (coucher de soleil, visites au départ des thermes), mais également, de nouvelles thématiques : découvertes gourmandes, virées zen, nouvelles visites théâtralisées...

L'OT renouvellera également son **pass destination** :

- Entièrement **dématérialisé** : utilisable depuis un téléphone portable sur simple présentation ou via une carte sous format de forfait de ski. Il permettra ainsi un meilleur tracing de la clientèle.
- D'une **durée de 3j ou d'un mois**
- **Tarifs adulte ou famille** (plusieurs tarifs familles seront proposés pour s'adapter aux différents formats de famille)
- **Permettra d'accéder à une vingtaine de sites de visite** sur le territoire et hors territoire, et de bénéficier de remises commerciales chez certains de nos partenaires.
- Il sera **en vente depuis le site internet de l'OT, au sein des points d'accueil, et chez certains de nos partenaires hébergeurs**.

Enfin l'OT poursuivra ses actions de ventes directes :

- En favorisant et développant la vente en ligne depuis son site internet
- Assurant la billetterie pour certains sites de visite ou événements partenaires
- Effectuant de la vente de séjours packagés à des groupes (CSE, scolaires, entreprises...).

A ce jour, les chiffres d'affaires de vente en ligne et vente de séjours sont en progression par rapport à 2021.

C. RELATIONS PARTENAIRES

Si le contexte le permet, l'OT souhaite pouvoir recréer du lien avec ses partenaires.
Budget prévisionnel 81,5 K€

ADHESIONS

Lancée mi-janvier, la **campagne d'adhésions 2022 enregistre un bon démarrage** avec 77% de l'objectif financier atteint en 1 mois et 177 partenaires ayant adhéré à l'OT.

Cette bonne dynamique est d'autant plus importante que la méthode d'adhésion a été entièrement revue. Afin de leur simplifier la tâche, l'OT propose désormais à ses partenaires un outil leur permettant de mettre à jour leurs informations directement en ligne, et de payer leur adhésion dans la foulée.

Pour cela, un travail d'accompagnement conséquent (rdv individuels téléphoniques ou en présentiel) est réalisé au quotidien, permettant ainsi aux partenaires de pouvoir mieux comprendre l'intérêt de cette nouvelle méthode.

ANIMATION DU RESEAU DE PARTENAIRES

Début avril devrait être marqué par notre lancement de saison. L'objectif, rassembler l'ensemble de nos partenaires pour leur présenter les nouveautés du territoire, leur permettre de se rencontrer, et leur permettre d'avoir un temps d'échange privilégié avec le personnel de l'OT. Une mini-bourse aux documents sera également proposée aux participants.

Parallèlement, de nouveaux eductours et journées d'échanges seront organisés tout au long de l'année.

UNE ANNEE D'ANNIVERSAIRES ET DE NOUVEAUTES

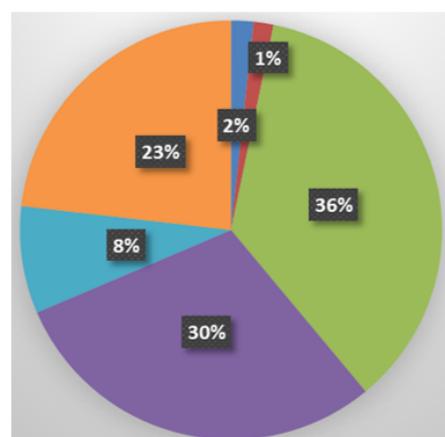
2022 sera également marquée par de multiples anniversaires : 20 ans de Vulcania, 30 ans de Lemptegy, 10 ans du Panoramique des Dômes, 45 ans du PNR. Chacun des sites a pour cette occasion prévu une programmation spécifique qui devrait permettre d'attirer de nombreux visiteurs.

IV. BUDGET PREVISIONNEL 2022

Le directeur présente ensuite le budget prévisionnel 2022 reprenant chacun de ces axes. Encore une fois le contexte étant assez incertain, ce budget se veut avant tout **prudent et réaliste**.

Dépenses

*ETP inclus	BP 2021	BP 2022
Marketing	245 K€	352,5 K€
Accueil - relations clients	251 K€	291,5 K€
Relations partenaires	100 K€	81,5 K€
Fonctionnement	165 K€	228,5 K€
Amortissements	21 K€	17 K€
Provision retraite		15 K€
Total	782 K€	986 K€



	Fonctionnement	Actions	Masse salariale	investissements	Provision	Amortissements	
BP 2022	108 K€	221 K€	610 K€	15 K€ (+ 10 K€)	5 K€	17 K€	986 K€
BP 2021	101 K€	118 K€	524 K€	18 K€		21 K€	782 K€
Réalisé 2021	107 K€	158 K€*	481,5 K€	6,5 K€	5 K€	25 K€	783 K€

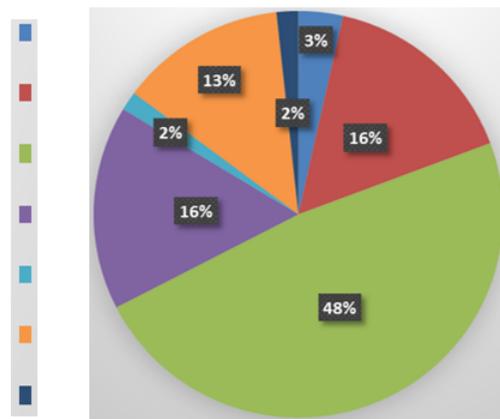
* Certaines actions du printemps et de l'arrière saison ont dû être annulées

La hausse des dépenses de 200 K€ vs 2021 est liée à :

- La hausse globale des coûts (assurances, gaz, électricité...)
- Aux nouvelles charges à assumer pour l'OT (alarme sur les 3 sites, charge de fonctionnement du futur point d'accueil UNESCO...)
- La hausse des charges liées aux RH principalement due à l'application de la taxe sur les salaires suite passage TVA, taxe sur la formation, fin des exonérations URSSAF liées au covid.
- La reprise de nos activités commerciales : la vente de séjours ou de billetterie génère aussi des factures à régler à nos prestataires.

Recettes

	BP 2021	Réalisé 2021	BP 2022
Report à nouveau	45 K€	55 K€	34 K€
Autofinancement	66 K€	104,5 K€	156 K€
Sub. de fonctionnement*	520 K€	475 K€	475 K€
Taxe de séjour*	112 K€	152 K€	160 K€
Sub. investissement	18 K€	6,5 K€	15 K€
Aide exceptionnelle Etat covid			129 K€
Amortissements	21 K€	25 K€	17 K€
Total	782 K€	818 K€	986 K€



Apports financiers EPCI en 2022

	Subvention de fonctionnement	Taxe de séjour	Investissement		
RLV	400 K€	150 K€	15 K€	565 K€	650 K€
PL	75 K€	10 K€		85 K€	

Concernant les recettes, la hausse est liée à trois principaux facteurs :

- Une aide exceptionnelle de l'Etat versée en début d'année
- Une hausse prévisionnelle de l'autofinancement généré par l'OT si le contexte global s'améliore
- Une hausse de la contribution de Plaine Limagne

Le Président précise que les conventions cadres d'objectifs et de moyens sont en cours de renouvellement. La convention liant l'OT à Plaine Limagne a été approuvée par Plaine Limagne fin 2021. Celle reliant l'OT à RLV passera en conseil communautaire courant mars.

Afin de donner davantage de perspective à ce budget, le directeur présente ensuite les budgets réalisés depuis la création de l'OT (cf pwp joint).

Il précise que pour passer une étape, l'OT devra s'appuyer à l'avenir sur un budget plus conséquent, condition pour qu'il puisse consolider son équipe et poursuivre le déploiement de nouvelles actions à forte valeur ajoutée. Il indique également espérer vivre enfin une année "normale" puisque depuis sa création, l'OT n'a pas encore eu l'occasion de réellement vivre une année de référence (2019 : création de l'OT ; 2020 et 2021 : covid).

Le Président, après avoir demandé si des questions subsistaient à propos du BP 2022, fait procéder au vote :

- Contre : 0
- Abstention : 0

Le BP 2022 est approuvé à l'unanimité.

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

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

Le Président remercie l'équipe de l'OT pour le travail réalisé, remercie l'ensemble de l'assemblée indiquant que le prochain codir se tiendra avant l'été, et lève la séance.