OFFICE DE TOURISME du Grand Guéret

Offices de Tourisme de France

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

Mardi 12 mai à 18h

Salle des Fêtes

23000 Saint-Sulpice-le-Guérétois

ORDRE DU JOUR

I. RAPPORT MORAL DU PRESIDENT

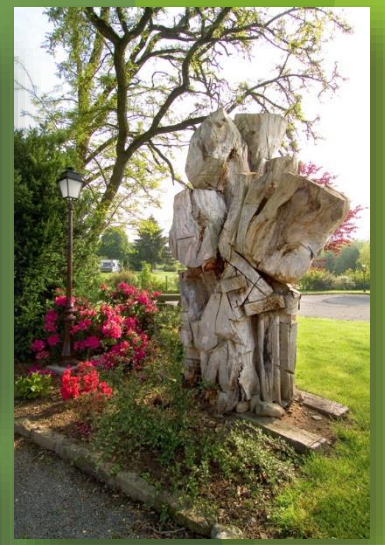
II. BILAN D'ACTIVITES 2014

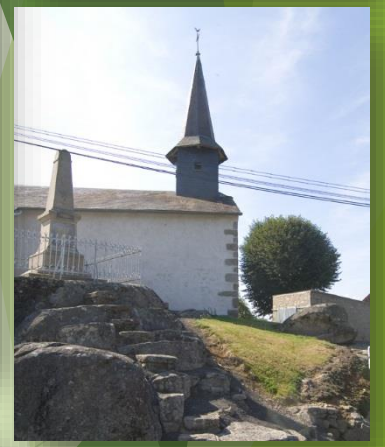
III. BILAN FINANCIER 2014

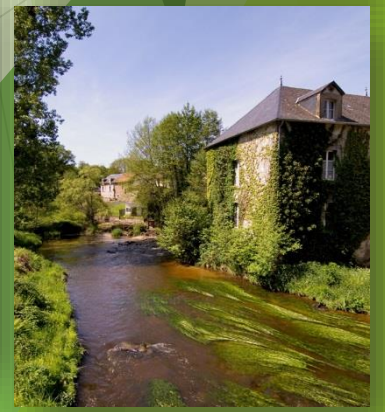
IV. BUDGET PREVISIONNEL ET PLAN D'ACTIONS 2015

V. ELECTIONS AU CONSEIL D'ADMINISTRATION

VI. QUESTIONS DIVERSES







L’équipe

Thierry PENICAUD
Directeur

Sabrina PHELUT
Agent d’accueil numérique

Dolores LARIGAUDERIE
Adjointe de direction

Céline PASQUET
Animatrice numérique de territoire

Nadine CHAMPAGNE
Secrétaire comptable

Sarah VEIBERT
Producteur de séjours – Chargée du web marketing

I. RAPPORT MORAL DU PRÉSIDENT

II. BILAN D'ACTIVITÉS 2014

II. BILAN D'ACTIVITÉS 2014

1. **L'activité touristique**
   - Le territoire en chiffres
   - La fréquentation à l'Office de Tourisme
   - Zoom sur l'accueil
2. **Information et promotion de la destination**
   - Les éditions
   - Le site internet
   - Les réseaux sociaux
3. **Activités commerciales de l'Office de Tourisme**
   - Espace boutique / espace exposition
   - Billetterie
   - Commercialisation des hébergements touristiques
   - Produits touristiques
   - Accueil d'événementiels
4. **Les animations**
5. **Coordination des Acteurs**
   - Animation Numérique de Territoire
   - Rencontres des hébergeurs
   - Partenariats avec les institutionnels

La Communauté d'Agglomération du Grand Guéret en 2014

Terre de caractère

Ajain
Anzême
Bussière-Dunoise
Gartempe
Glénic
Guéret
Jouillat
La Brionne
La Chapelle-Taillefert
La Saunière
Montaigut-le-Blanc
Saint-Christophe
Saint-Eloi
Saint-Fiel
Sainte-Feyre
Saint-Laurent
Saint-Léger-le-Guérétois
Saint-Silvain-Montaigut
Saint-Sulpice-le-Guérétois
Saint-Vaury
Saint-Victor-en-Marche
Savennes

30 000 habitants

GRAND GUÉRET
Communauté d'Agglomération

La Communauté d'Agglomération du Grand Guéret en 2014

Terre de caractère

L'Agglomération du Grand Guéret c'est
22 communes / 30 000 habitants
la ville préfecture/Guéret

Une marque touristique

MONTS DE GUÉRET
Terre de caractère

36 809 lits touristiques dont 1 771 lits marchands
La plus grosse capacité hôtelière du département
avec 454 lits

Le 1er site de visite du département
Les Loups de Chabrières / 42 000 visiteurs
Plus de 20 000 personnes accueillies / an sur des évènementiels sportifs et culturels

Des sites de 1er plan :
Vallée de la Creuse
Vallée de la Gartempe
Massif Forestier de Chabrières

900 km de sentiers balisés labélisés pédestres et VTT

GRAND GUÉRET
Communauté d'Agglomération

L'offre d'hébergement touristique dans Les Monts de Guéret

L'offre en hébergements touristiques marchands dans les Monts de Guéret reste stable et diversifiée.

Type d'hébergement	Nombre de lits	Pourcentage
Hôtellerie	454	26%
Hôtellerie de plein air	606	34%
Meublés	475	27%
Chambres d'hôtes	99	5,5%
Hébergements collectifs	137	7,5%
Total	**1771**	

L'offre d'hébergement touristique dans Les Monts de Guéret

Avec **1 771 lits marchands**, Les Monts de Guéret détiennent **13 % des lits marchands du département** (13 392 lits).

- Le nombre de lits en résidences secondaires serait de 6 455 en 2014.
- L'estimation de la part des lits en « famille/amis » serait de 28 583 lits.
- Le total des lits non marchands serait donc de 35 038 lits.
- Le total des **lits touristiques** serait de **36 809 lits** (plus de 200 000 pour la Creuse).

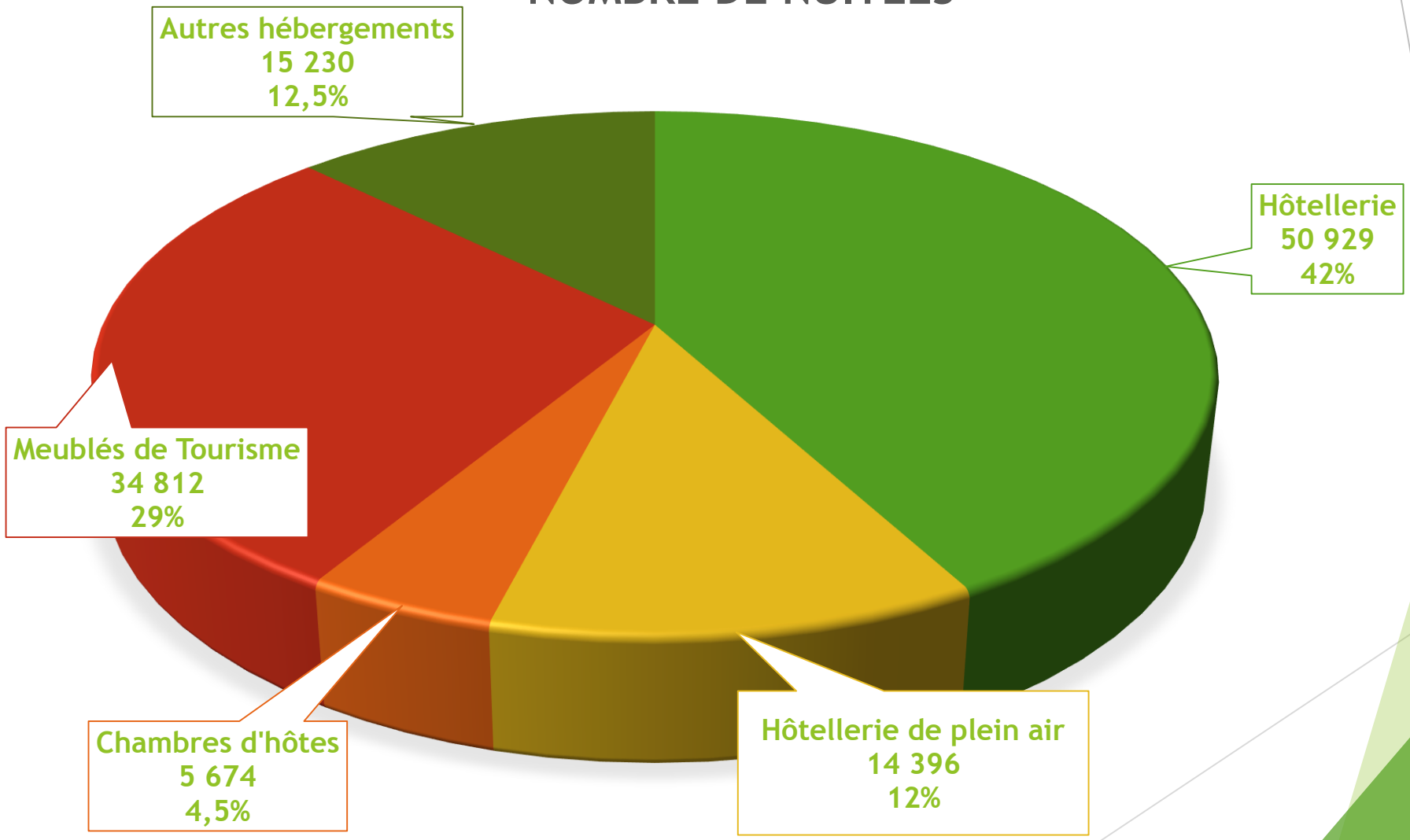
- **Estimation de la consommation touristique** sur le territoire :

✓ Hébergements marchands :	**5 084 000 €**	(121 000 nuitées)
✓ Hébergements non marchands :	6 431 000 €	(356 000 nuitées)
✓ Total	11 515 000 €	(477 000 nuitées)

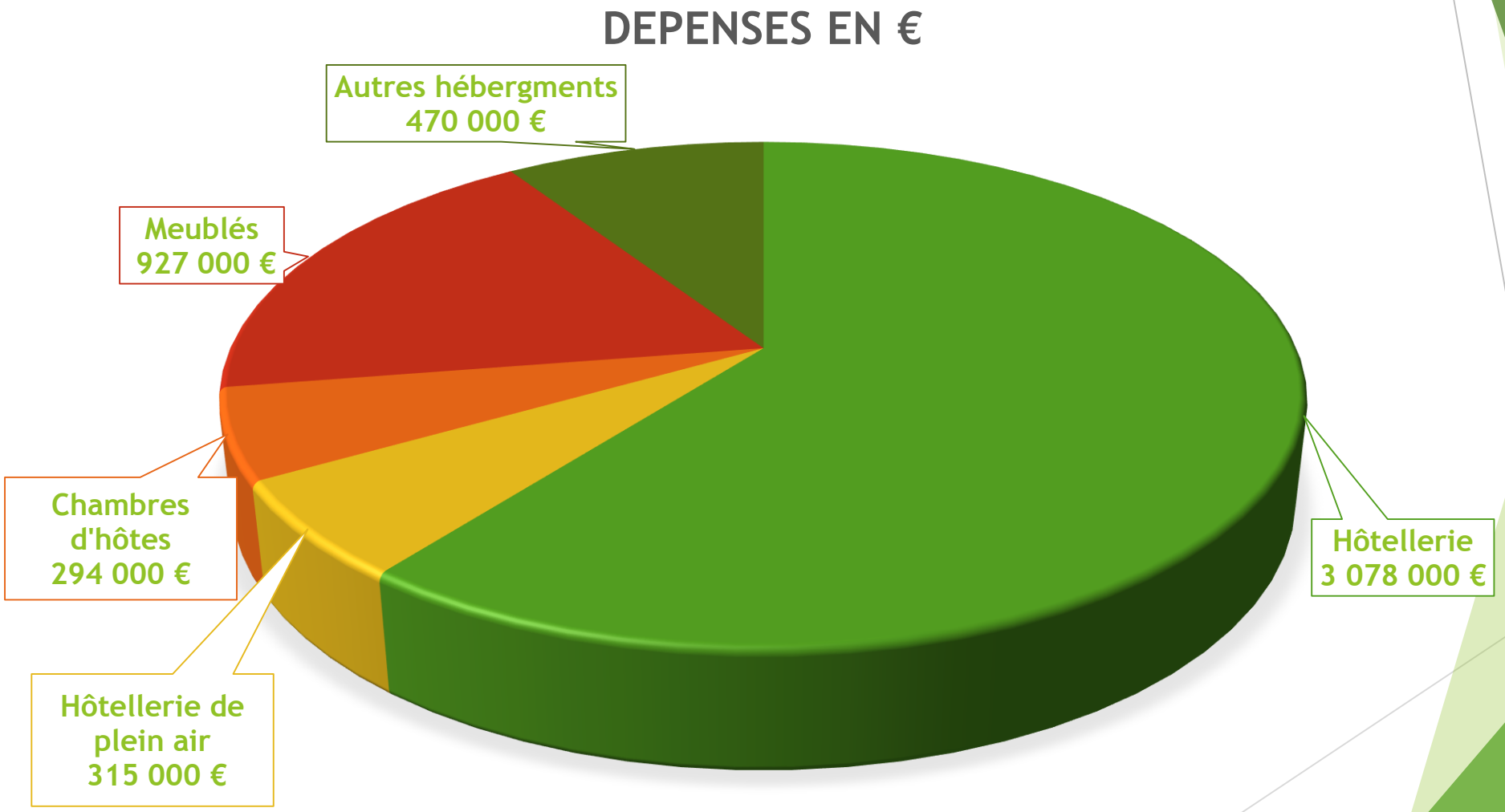
(note : estimation de la consommation touristique calculée à partir des ratios 2013, ceux de 2014 n'étant pas disponibles à l'élaboration de ce document)

La fréquentation touristique des hébergements marchands

NOMBRE DE NUITÉES

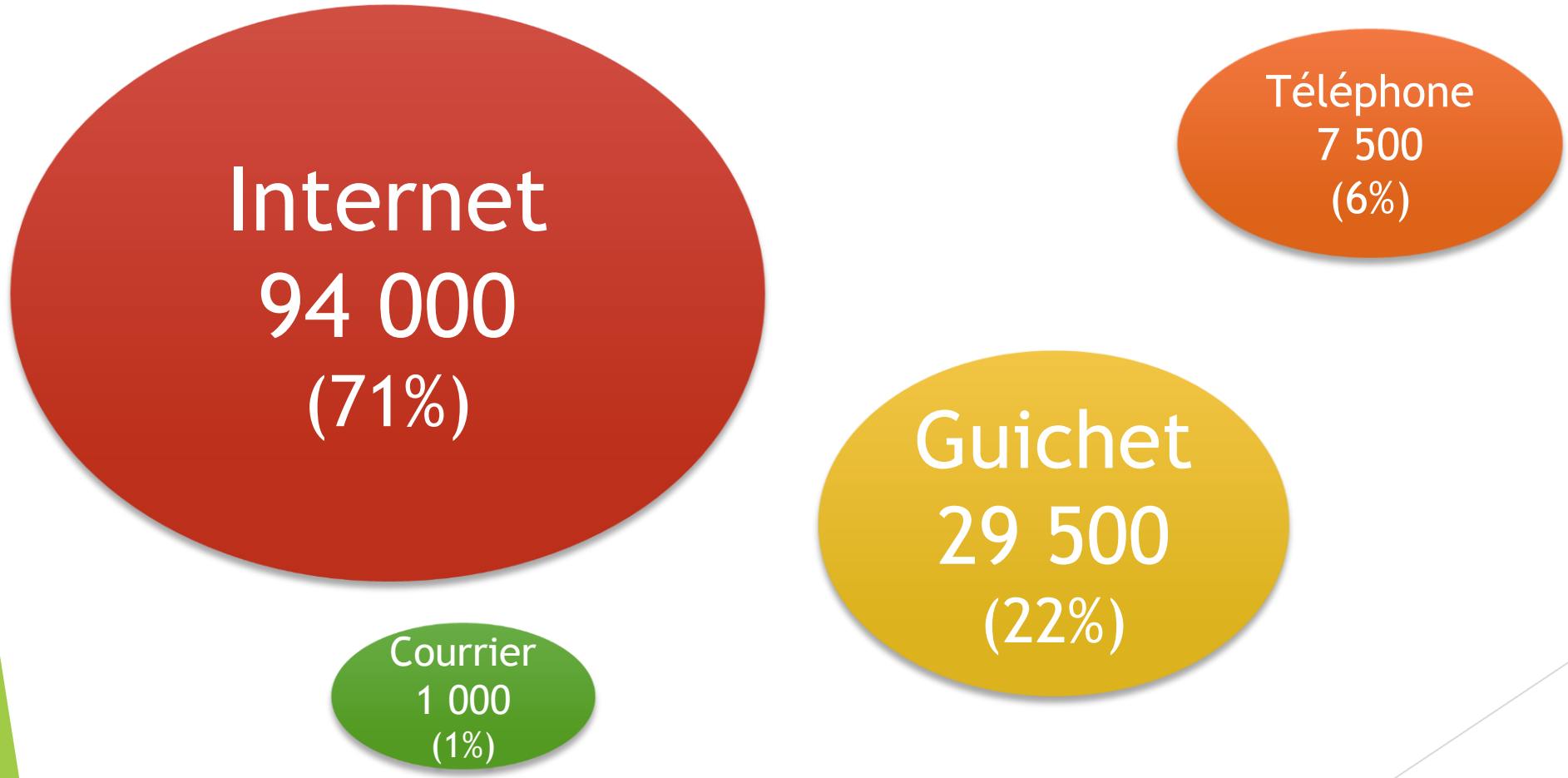


La consommation touristique en hébergements marchands

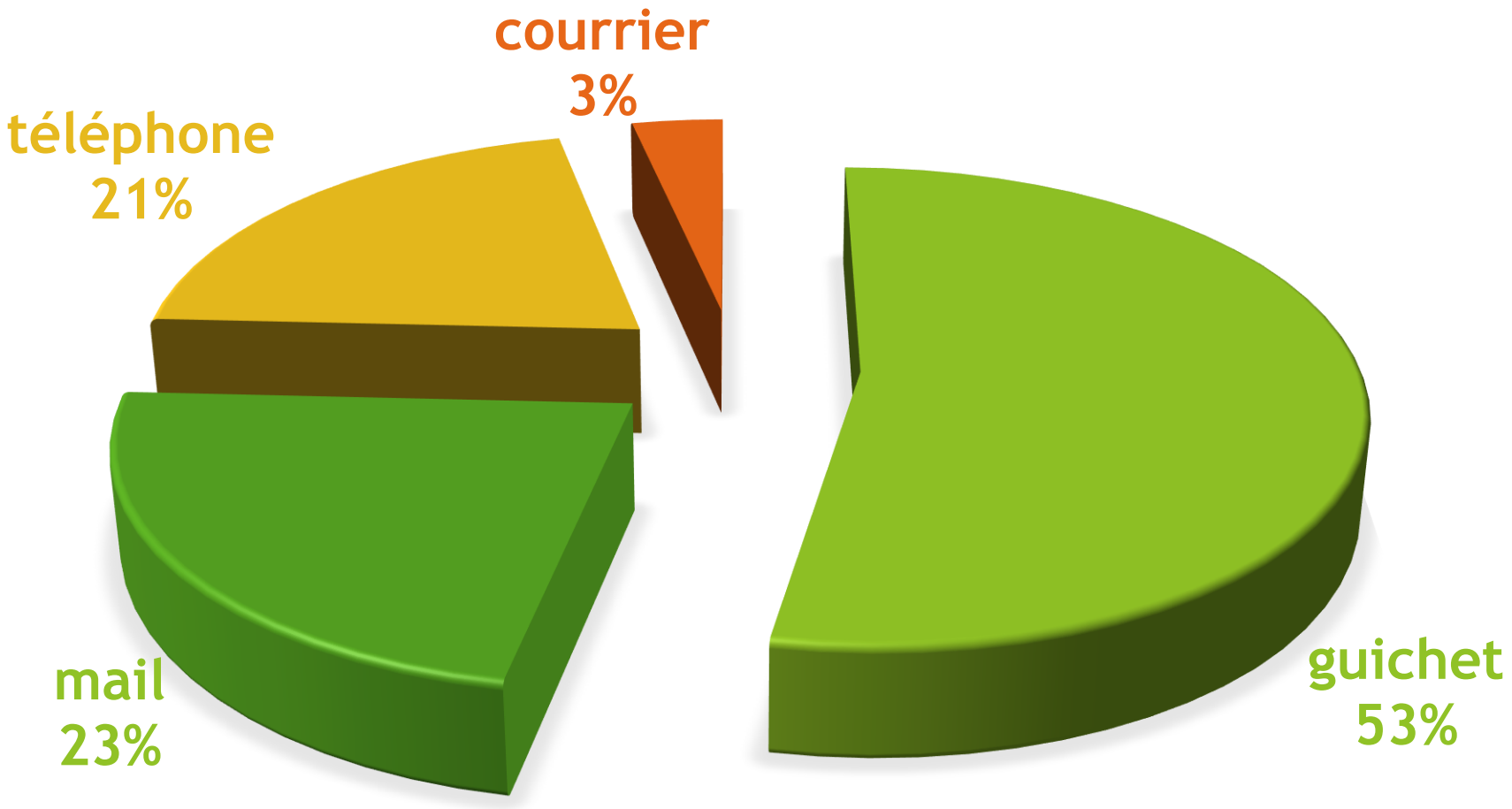


La fréquentation à l'Office de Tourisme

132 000 contacts!

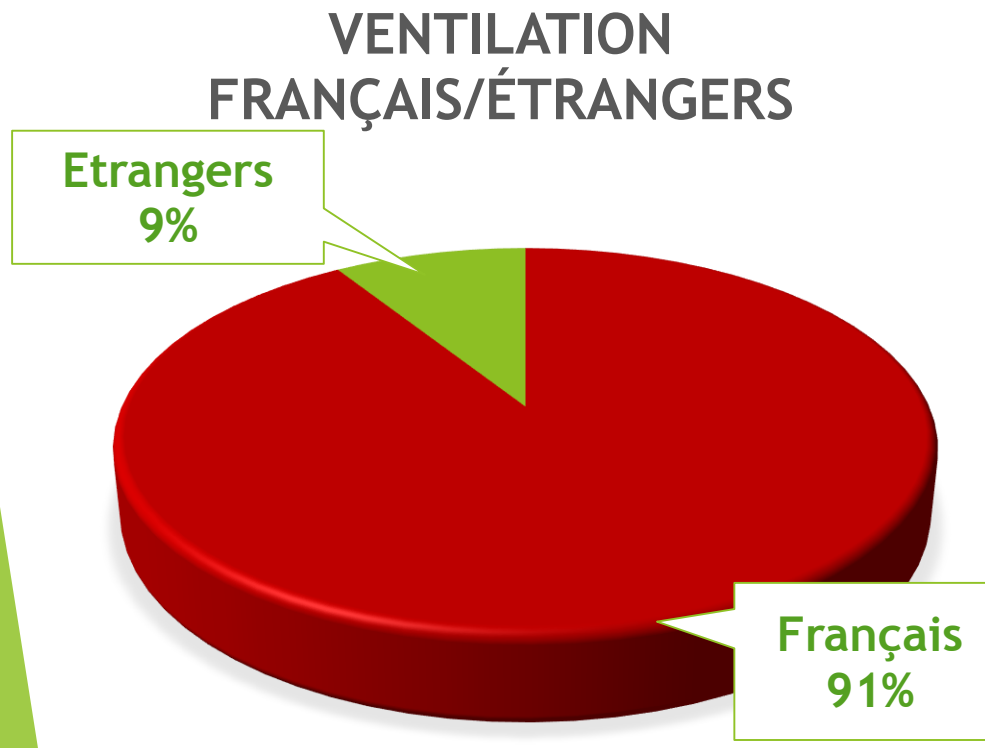


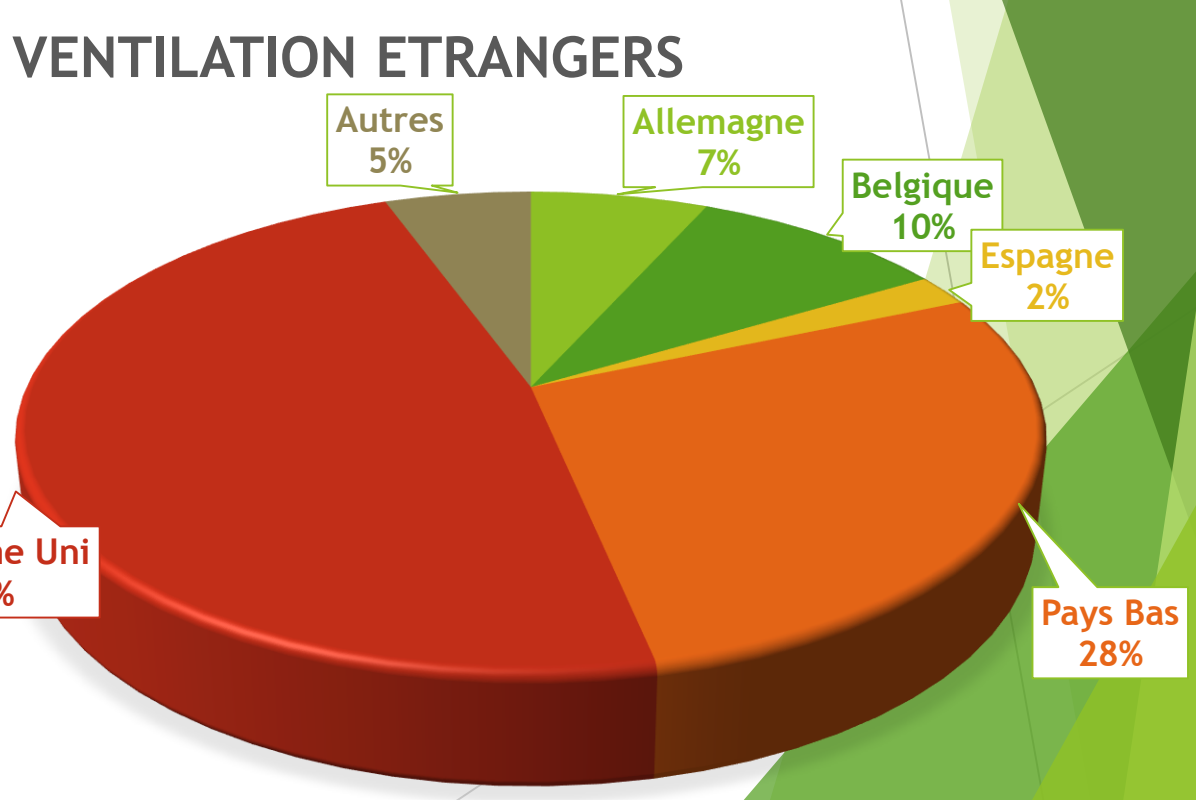
Les demandes d'information



Nombre de visiteurs

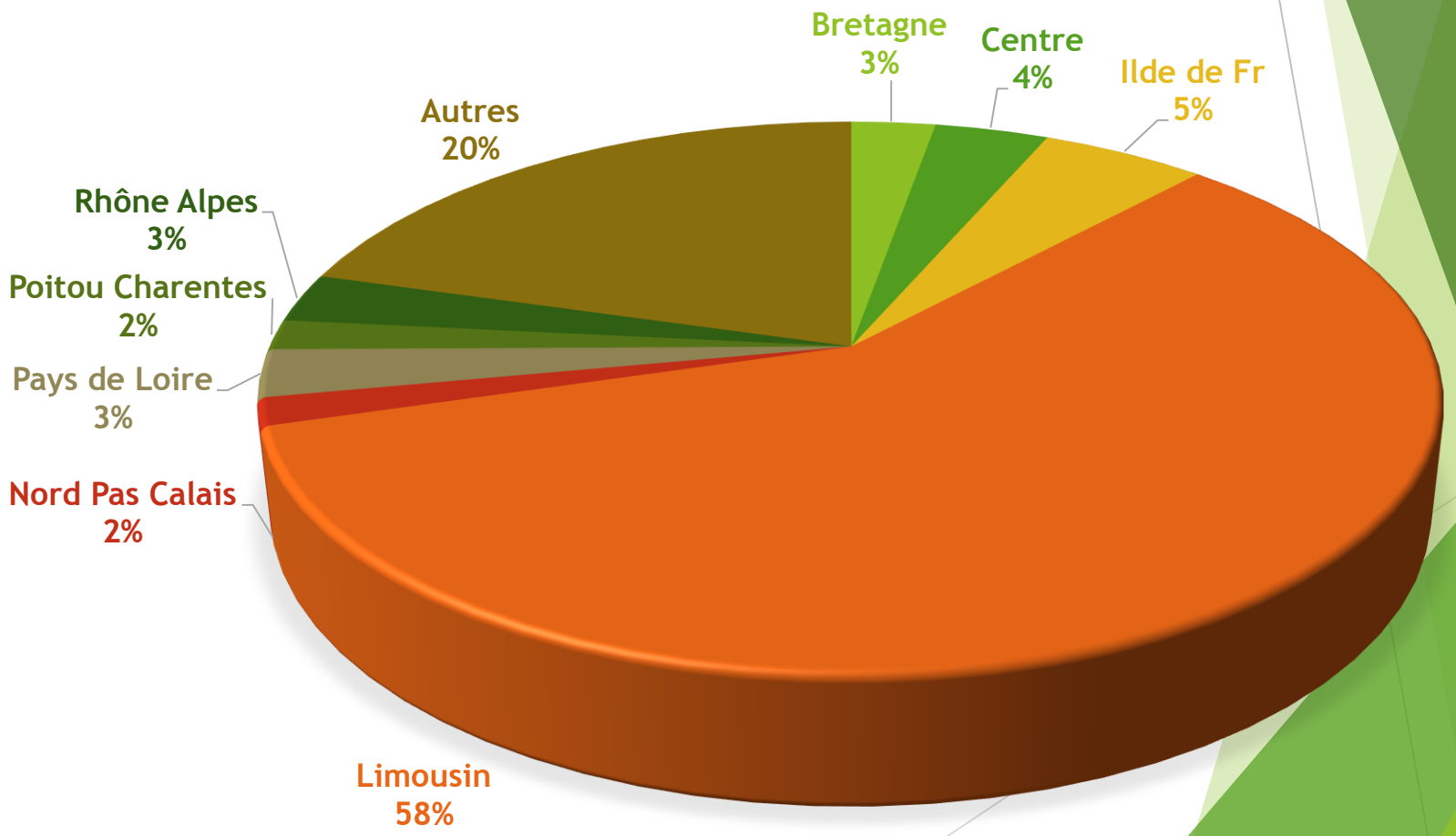
- **29 500 visiteurs en 2014**
- **11 500** en juillet et août (soit 39 % de la fréquentation totale annuelle)



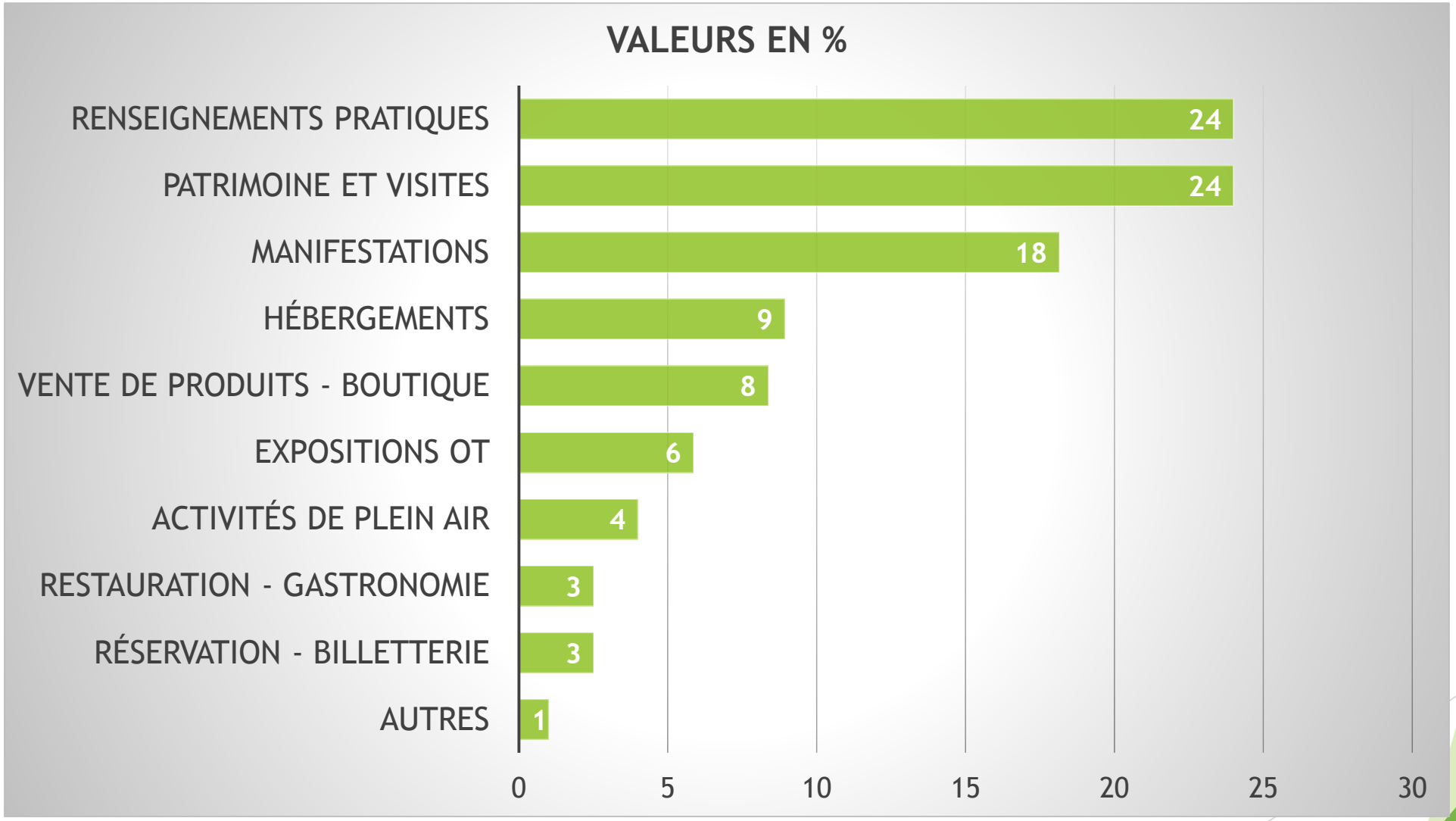


Les clientèles françaises
Qui vient au guichet ?

- *Des Limousins…*
- *Après l'Ile de France, les régions émettrices sont le Centre, Pays de Loire, Rhône Alpes, Nord Pas de Calais, Bretagne*



Les demandes d'information au guichet



L'accueil

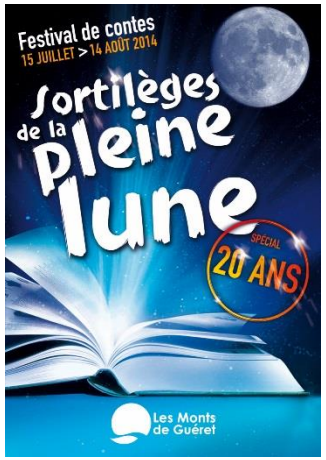
Au guichet, l'Office de Tourisme assure une mission de service public qu'il assume!

Rappel :

- 2 000 heures d'ouverture au public par an
- Ouvert 7 jours/7 en juillet et août
- 29 500 personnes accueillies environ
- 58 % de Limousins renseignés au guichet

Les éditions

Guide des Monts de Guéret
(Com d'Agglo) – 18 000 ex
=> Participation à l'élaboration de la documentation



Sortilèges de la pleine lune
– 15 000 ex

« les expositions de l'Office de Tourisme »

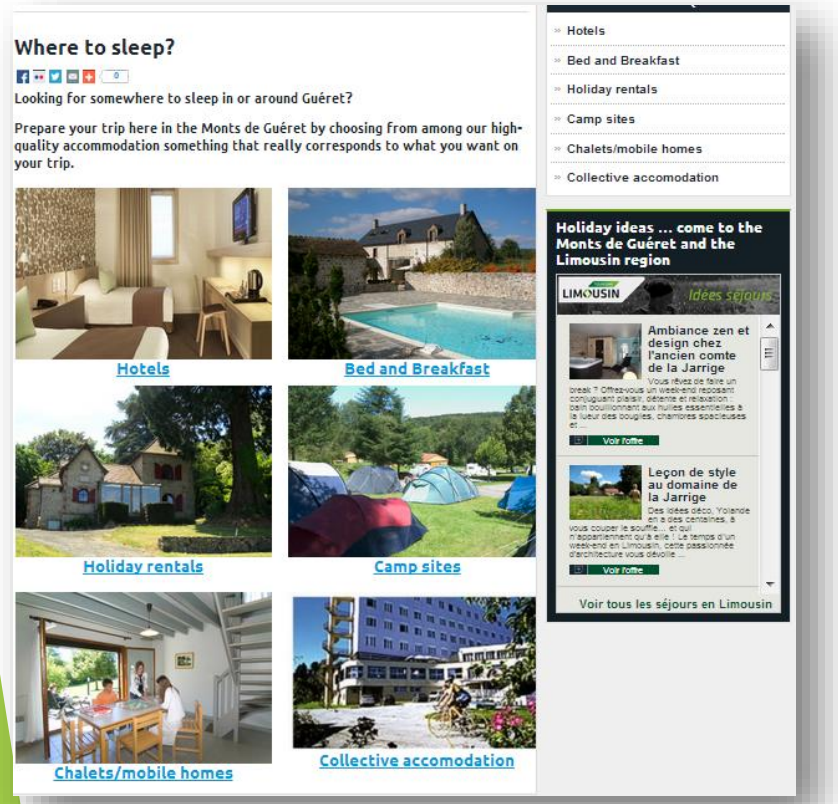
Dépliant annuel des manifestations conçu à partir du LEI (impression à la demande).

Dépliant des marchés de Noël sur le territoire imprimés à 3000 exemplaires.

Participation à la mise à jour de l'information dans différents guides du CRT et de l'ADRT (guide découverte, doc. Creuse en famille, etc.).

Le site internet

- **www.gueret-tourisme.fr**
  - Informatif : manifestations / informations touristiques (hébergements, sites…)
  - Promotionnel : widget de réservation, « séjours en limousin », manifestations du territoire



- **Nouveautés 2014 :**
  - Ajout de photos et vidéos
  - Création de l'espace pro (calendrier des manifestations, réunions ANT, formulaire en ligne des manifestations, statistiques touristiques)
  - Visite virtuelle de l'Office sur le site (et sur la page fb)
  - Rubrique « A ne pas manquer » : rédaction d'articles sur les manifestations locales
  - Widget de réservation hébergements et Station Sports Nature (période estivale)
  - Mise en ligne des deux versions étrangères(GB & NL)

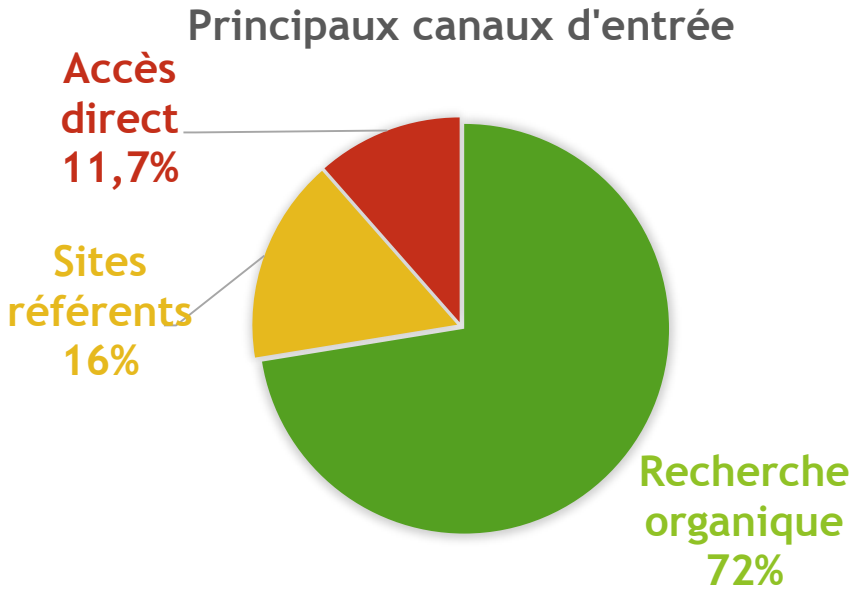
Le site internet

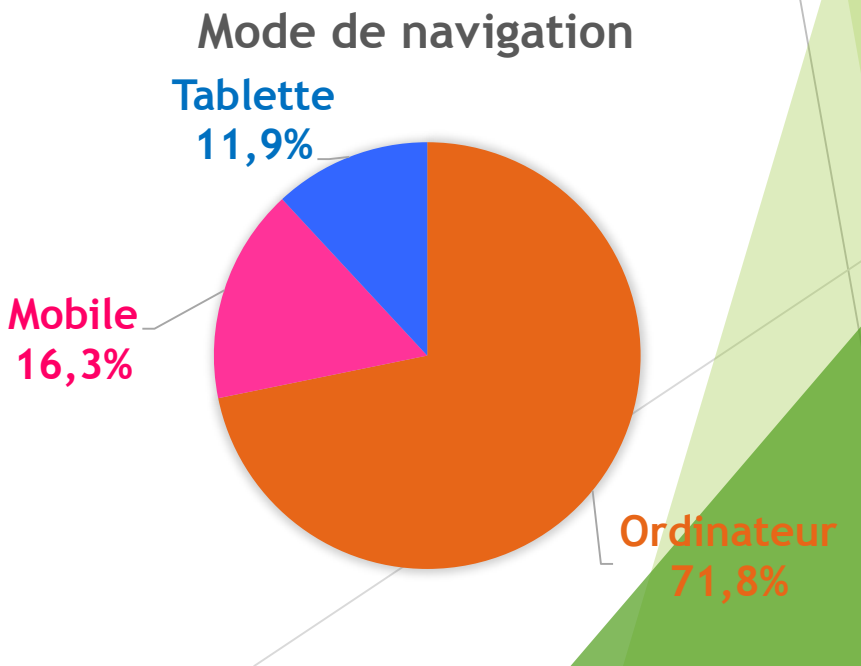
Quelques chiffres :

82 000 visites sur la version française (86 000 toutes versions confondues)

320 458 pages vues

- Période estivale : 12 460 visites en juillet et 11 834 en août





Le site internet

Pages les plus consultées

Page	Nombre de vues	% pages vues
Les chambres d'hôtes	11 076	3,46%
Parc animalier des Monts de Guéret	8 998	2,81%
Agenda	6 247	1,95%
Activités sportives et de pleine nature	5 275	1,65%
Hôtels	5 221	1,63%
Espace VTT FFC des Monts de Guéret	4 565	1,42%
Patrimoine	4 482	1,40%
Randonnée pédestre	4 372	1,36%

Le site internet

Articles les plus consultés

Page	Nombre de vues
Festival de contes Sortilèges	1 901
TFJV 2014	888
Les Bodin's à Guéret	750
Forêt Follies	641
Soirée Cabaret	484
Opération « Tous au resto »	484
Les marchés de Noël	468
La programmation Halloween	417
La fête de la Trinité	397
La fête de la citrouille	330
Les boutiques de Noël	322
Le trail du loup blanc	251
Les journées du patrimoine	246

Les réseaux sociaux

Facebook : +333 mentions j'aime (3 042 au total fin 2014) – 1 617 visites sur le site

Twitter : 480 abonnés en 2014 – environ une centaine de visites sur le site

Page Google + : 152 000 vues en 2014 – 68 abonnés

Instagram : 49 abonnés

Les actions de communication

- **Améliorer la communication auprès des locaux :**
  - Articles sur les manifestations et mise en avant dans la visionneuse du site
  - Création d'une newsletter mensuelle avec pour cible la population locale
- **Promouvoir la destination et les hébergements auprès des touristes :**
  - Rédaction d'articles pour l'E-mag de l'ADRT « un vent de liberté »
  - Annonces hébergements sur Amivac et Abritel pour apporter des réservations

La boutique / Espace Exposition

- **Boutique : présentation et vente de produits régionaux**

Cette boutique a généré un chiffre d'affaires d'environ 24 200 €

L'espace « idées cadeaux Noël » a une part importante dans ce résultat (23 %) et répond à une réelle attente des visiteurs.

- **Expositions**

11 expositions de photos, peintures, sculptures, broderies, artisanat, soit 790 € générés

Droit d'entrée : 50 €/15 jours et 80 €/mois

Billetterie

L'Office de Tourisme est dépositaire de billetteries…

3000 places vendues

Festival Voix d'été en Creuse

Autorail creusois

Spectacles à l'Espace André Lejeune

Soit **4 279€** générés par les frais de location perçus.

Commercialisation d'hébergements touristiques

- **41 hébergements** en portefeuille avec une offre forte de type « hameau de gîtes »
- **553** contrats réalisés
- Chiffre d'affaire généré : **135 230 €**
- Commissions perçues : 20 286 €
- Frais de dossier perçus : 3 500 €

Commercialisation d'hébergements touristiques

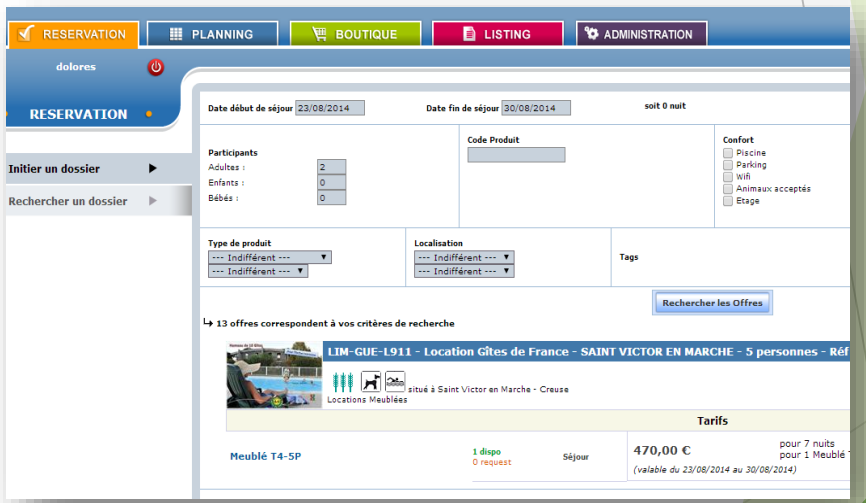
NOM DES SITES	NOMBRE DE LOCATIONS	MOIS	Taux d'occupation 2014	Taux d'occupation 2013	VARIATION %
ANZEME PUY CHAILLAUX	6 LOCATIONS	JUILLET	19 %	4 %	⇧ + 15 %
		AOUT	60 %	54 %	⇧ + 6 %
ANZEME : MOBILHOMES	5 LOCATIONS	JUILLET	60 %	45 %	⇧ + 15 %
		AOUT	80 %	70 %	⇧ + 10 %
JOUILLAT	12 LOCATIONS	JUILLET	60 %	52 %	⇧ + 8 %
		AOUT	82 %	85 %	⇩ - 3 %
LA CHAPELLE TAILLEFERT	6 LOCATIONS	JUILLET	63 %	50 %	⇧ + 13 %
		AOUT	75 %	79 %	⇩ - 4 %
ST VICTOR EN MARCHE	10 LOCATIONS	JUILLET	62 %	50 %	⇧ + 12 %
		AOUT	85 %	85 %	=

Ces chiffres montrent que la saison estivale Juillet/Aout a été une « bonne saison » par rapport à 2013. Lorsque l'on regarde le bilan sur l'année, on note une hausse du nombre de contrats alors que le chiffre d'affaire annuel reste identique, voir un peu en baisse. Les séjours sur l'arrière-saison se font surtout sur des petits week-ends. Nous étudions des actions à mettre en place pour mieux communiquer sur nos hameaux de gîtes avec salle communale afin d'accueillir des réunions de familles, accueils de groupes, etc. Un travail est également engagé avec la rencontre de divers organisateurs d'évènements sportifs, pour bien cibler leurs évènements et savoir comment se logent leurs participants afin de créer des partenariats et proposer des offres spécifiques.

Commercialisation d'hébergements touristiques

Mise en place du logiciel de réservation **Résadirect**

Seuls les sites de St-Victor-en-Marche et La Chapelle-Taillefert ont été gérés avec ce logiciel en 2014. Tous les hébergements en commercialisation par l'OT passeront sur ce système de réservation dès 2015.



R é s a d i r e c t , c ' e s t q u o i ?

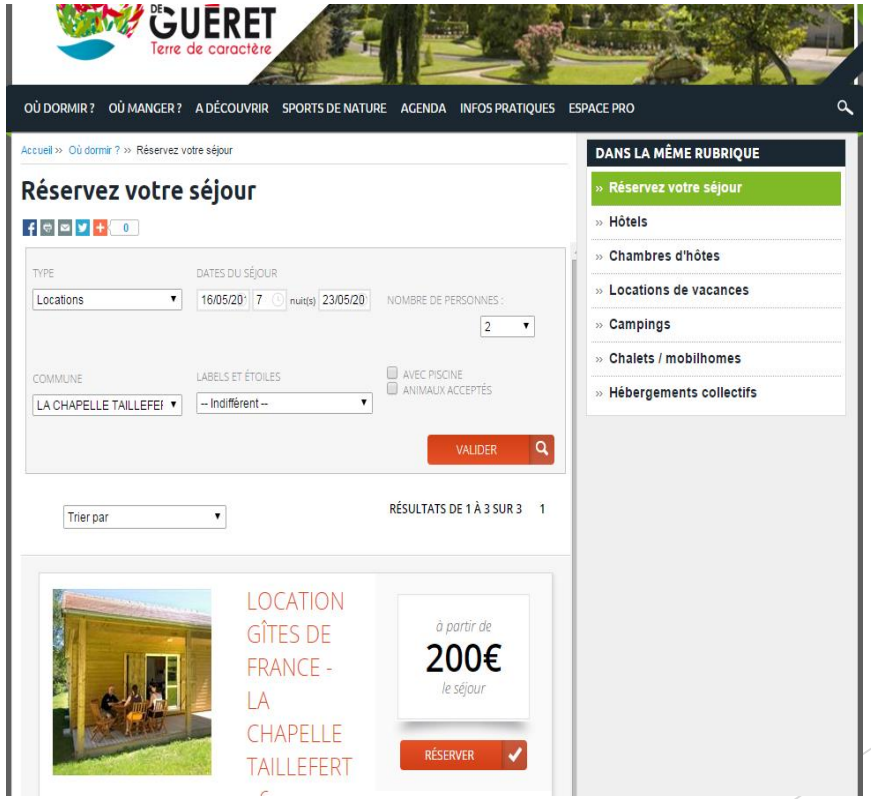
Un outil complet de gestion des réservations pour :

- *Editer les contrats de réservation*
- *Assurer le suivi de la vente en ligne*
- *Suivre les règlements*
- *Gérer les plannings*
- *Gérer le fichier client*

La formation est assurée par l'ADRT Tourisme Creuse en partenariat avec le Comité Régional du Tourisme du Limousin.

Commercialisation d'hébergements touristiques

- Aujourd'hui, 8 français sur 10 utilisent internet pour préparer leur séjour



Produits individuels

- **Objectifs :**
  - proposer des produits en adéquation avec le plan marketing opérationnel du Limousin et valoriser l'offre du territoire : hébergements, sites de visite, activités sports de nature, évènementiels du territoire
  - Miser sur des « produits Sports de nature » via l'offre de la Station Sports Nature
- **Offre séjours 2014 :**
  - **« Forêt Follies »**
  - **« un diner de porcelaine »**
  - **« intermède voluptueux dans un paysage jardiné »**
  - **« si le loup y était »** (géocaching)

- **Pas de création de produits individuels en 2014** car **:**
  - L'offre « sports de nature » n'était pas suffisamment structurée
  - Les prestataires sont difficiles à mobiliser
- **Réorientation de l'action pour 2015** en misant sur une nouvelle déclinaison des produits sports de nature pour les individuels et en s'appuyant les évènements du territoire d'intérêt touristique
- **Partenariats :** Station Sports Nature, ADRT Tourisme Creuse et CRT Limousin

Accueil d'événementiels

- **Des actions de promotion ont été réalisées concernant les événements**
  - Chaque événement ou manifestation locale a fait l'objet de la rédaction d'un article sur notre site web et d'un relais sur les réseaux sociaux
  - Rédaction d'un article dans l'E-mag de l'ADRT Tourisme Creuse
  - Valorisation des offres en hébergements du territoire
- **TFJV - première semaine d'août** (organisation Creuse Oxygène) **:**
  - gestion des hébergements pour les accompagnants
  - accueil des participants, promotion du territoire et présence sur un stand avec l'ADRT Tourisme Creuse
- **Réflexion sur une proposition de partenariat à développer avec les organisateurs d'événementiels - mise en œuvre au 1er trimestre 2015**

Animations

Visites guidées d'avril à septembre

- **Ville Guéret :** 27 personnes pour 4 visites effectuées (sur 9 proposées)
- **Maison Maillaud :** 53 personnes pour 2 visites proposées (hors festival de contes)
- **Puy de Gaudy :** 13 personnes pour 1 visite proposée

Playa Fun, plage d'Anzême et Jouillat été 2014

- Partenariat OT et UFOLEP 23
- 10 dates, 5 par site (Mardi à Anzême / Jeudi à Jouillat) 2 annulées en raison de la météo et du Playa Tour
- **187 personnes accueillies (353 en 2013)** entre le 15 juillet et le 14 août; la baisse est liée à l'interdiction de baignade et à la météo

Festival de contes « Sortilèges de la pleine lune »

20ème édition du 15 juillet au 14 août

4 balades contées en soirée, organisées au sein du Parc Animalier des Monts de Guéret sur la thématique du bestiaire

1 journée spéciale pour fêter l'anniversaire du festival :

« La journée des vingt ans » le 29 juillet avec une balade contée sur le Puy de Gaudy + « La soirée des vingt ans » avec 10 artistes Limousins

5 découvertes contées de la ville de Guéret et de la Maison Maillaud

5 animations « jeune public » à Guéret (Jardin Public Ferdinand Villard)

Un succès malgré une météo particulièrement défavorable…

- **668 personnes** ont participé à cette manifestation (558 entrées payantes)
- Succès des animations « jeune public » avec 133 participants
- Une notoriété affirmée depuis plus de 5 ans ; 56% des personnes ont déjà participé au festival = « une attente des habitués »
- Un public fortement familial à 86 %
- Un public Limousin à 42% = « clientèle de proximité »
- Des touristes originaires principalement d'Ile de France

Animations

Station Sports Nature des Monts de Guéret

. Point de réservation des activités à l'Office de Tourisme du 1er juillet au 31 août 2014

Divers

- Baignade fortement perturbée notamment sur les plages de Anzême et Jouillat :
  - pollution liée aux cyanobactéries avec interdiction de baignade
  - météorologie défavorable

Animation Numérique de Territoire (ANT)

- **ANT**: bilan des actions 2014

20 packs ont été souscrits en 2014, répartis de la façon suivante :

Animation numérique de territoire

- Internet
- Photos / vidéos
- Le WiFi
- Le Monde Google
- Sites d'avis / les Réseaux Sociaux
- Faire sa veille
- Fidéliser sa clientèle
- Disponibilités en ligne

Bilan des actions 2014

Les réunions d'informations sont ouvertes gratuitement à tous les prestataires du territoire. Elles ont pour but de transmettre aux prestataires des informations générales sur les thèmes présentés ci-contre.

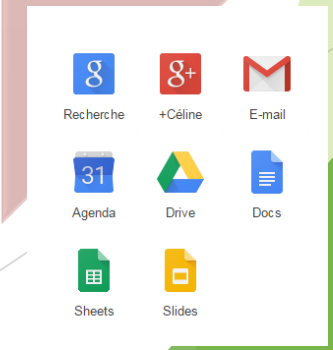
14 réunions proposées + **14 ateliers** programmés + **4 demi-journées** de rendez-vous individuel = Soit environ **100 heures** consacrées à l'ANT

Les ateliers sont ouverts uniquement aux prestataires ayant souscrit un pack partenaire de l'Office de Tourisme. C'est au cours des ateliers que l'on met en pratique les sujets abordés lors des réunions d'information.

Bilan des réunions d'informations

	A	B	C	D	E	F
1	Titre	Nom	Prénom	Liste d'adresse 1	Code Postal	Ville
2	Monsieur	DUPONT	Yves	32 Rue Desportes	91230	Montgeron
3	Madame	COOPER	Léa	94 Rue Zoo	91270	Vigneux-Sur-Seine
4	Monsieur	ZIMZE	Paul	270 Boulevard Ternes	93270	Sevran
5	Mademoisel	RUNEY	Elodie	9 Avenue de la République	91000	Evry

- 9 prestataires informés et formés
- Les règles du publipostage et de l'e-mailing maîtrisées
- Des photos et vidéos de qualité acquises
- Des pages Facebook créées
- Les outils de Google assimilés
- Des sites Internet réalisés
- Des plannings de disponibilités mis en ligne
- Les sites d'avis maîtrisés
- L'e-réputation contrôlée



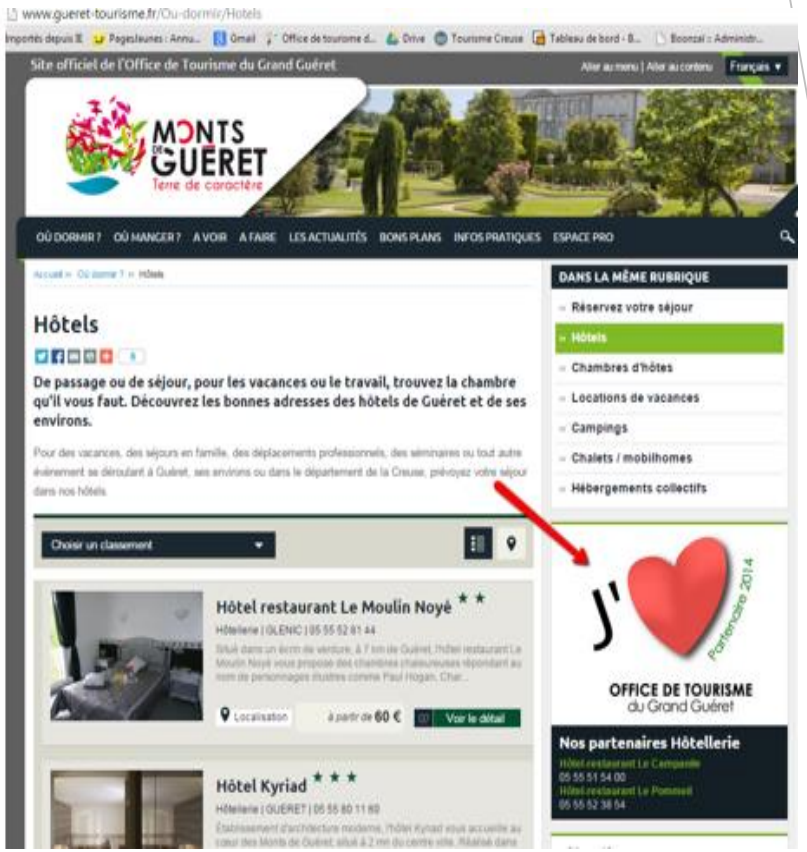
La promotion des partenaires

Des partenaires mis en avant :

- Sur notre site Internet

Via la rubrique Bons Plans

Via un bloc



Mise en avant de nos partenaires dans les pages du site Internet de l'Office de Tourisme.

La promotion des partenaires

Mise en avant de nos partenaires dans nos supports de communication papier, notamment dans le guide des Monts de Guéret avec un encadré rouge et le logo Partenaire.

J' Partenaire 2014
OFFICE DE TOURISME
du Grand Guéret

La promotion des partenaires

Des partenaires mis en avant :

- Dans nos locaux

Via la tablette et le présentoir

Rencontres des hébergeurs

Objectifs : sensibiliser les hébergeurs aux actions touristiques menées et les fédérer autour de leur Office de Tourisme.

- **Lundi 23 juin 2014**
  - Visite du Musée de Guéret (aperçu des collections et de présentation de l'exposition « Rivages »)
  - présentation de la Station Sports Nature des Monts de Guéret : fonctionnement, point d'accueil et de réservation des activités à l'Office de Tourisme, etc.
  - Rappel sur la documentation touristique concernant Les Monts de Guéret
  - Information sur Tèrra aventura le geocaching en Limousin (saison 4)

- **Mercredi 10 décembre 2014**
  - L'activité touristique dans les Monts de Guéret en chiffres
  - Animation Numérique de Territoire : bilan des actions 2014
  - Présentation du guide du Partenaire 2015
  - La newsletter et l'espace pro : des outils à votre service
  - Wifi territorial et projet d'appli mobile

Partenariat avec la Communauté d'Agglomération du Grand Guéret

- **S'inscrit dans le cadre de la convention d'objectifs annuelle signée entre la collectivité et l'Office de Tourisme** qui porte sur :
  - la coordination des acteurs touristiques locaux
  - L'accueil et l'information du public
  - la promotion du territoire des Monts de Guéret
  - l'animation locale
  - la promotion des hébergements et des produits touristiques
  - la commercialisation des hébergements, séjours et forfaits touristiques
  - l'observation touristique
  - la démarche qualité
  - Les partenariats avec l'ADRT et le CRT
- **Prestataire pour la commercialisation des hébergements touristiques propriété de la Communauté d'Agglomération (marché de services)**
- **Participation à des groupes de travail portant sur des projets** (restructuration de l'espace « Maison de la Creuse », sentier d'interprétation dans la ville de Guéret et nouveau local OT, Station Sports Nature, développement du parc,…)
- **Participation à la commission tourisme et au comité de suivi du parc animalier**

GRAND GUÉRET
Communauté d'Agglomération

Partenariat avec l'ADRT Tourisme Creuse

L'Office de Tourisme participe :

- aux **réunions du Réseau des OT de la Creuse** animées par l'ADRT
- au **Comité des Directeurs**
- au **Club LEI** (pour envisager l'évolution de cette base de données régionale)
- à la sensibilisation à la démarche de classement auprès des hébergeurs de son territoire
- au développement de **Résadirect**
- à la **production de séjours**
- au travail sur **les éditions** (guide découverte, doc. Creuse en Famille, etc.)
- au développement de **l'internet de séjour** avec :
  - **l'application départementale** accessible sur un Ipad disponible à l'accueil de l'OT
  - une réflexion portant sur la mise en place d'une **application mobile Mobitour** départementale **avec une entrée « Les Monts de Guéret »**

Partenariat avec le CRT Limousin

L'Office de Tourisme participe à :

- **La stratégie régionale touristique partagée** par :
  - L'utilisation du **CMS partagé** pour le fonctionnement de son site web (« usine à site »)
  - L'utilisation de la solution de **réservation en ligne** « Résinsoft » devenue « **Résadirect** »
  - La participation de ses personnels à des **formations** dans le cadre du PRPAT

- **L'opération « Terra aventura »** ***plus de 100 caches en Limousin…***

La version limousine du Géocaching (chasse aux trésors à l'aide de GPS de randonnée) conduite par le CRT et Proximit s'est poursuivie en 2014 avec la **saison 4**.

TOURISME LIMOUSIN
Osez la différence

tèrra aventura
Geocaching made in Limousin 4

Terra aventura saison 4

- L'Office de Tourisme du Grand Guéret gère 3 caches proposant des parcours sur des sites remarquables des Monts de Guéret
- Des GPS sont à la disposition des touristes (4 € la demi journée de location) et une application pour smartphone est téléchargeable depuis 2013
- Les participants peuvent laisser des commentaires sur un carnet et/ou en ligne

- **Fréquentation 2014 :**
- Si le loup y était : **128** découvertes
- Chaminadour le cœur de Guéret : **110** découvertes
- Les Gorges de la Creuse : **112** découvertes

III. BILAN FINANCIER

Bilan financier réalisé par le cabinet comptable Cabinet DAGNIAU-VILLENEUVE (Boussac)

Rapport Général de M. GAUDON *ACEC Faucher et Associés* Commissaire aux Comptes (Guéret)

IV. BUDGET PREVISIONNEL ET PLAN D'ACTIONS 2015

Budget prévisionnel 2015
(validé en CA du 16 12 2014)

- Total des Dépenses : **312 500 €**

- Total des Produits : **312 500 €**

dont :

  - Subvention de la Communauté d'Agglomération du Grand Guéret de **202 000 €**.

- Part estimée de la subvention de la Communauté d'Agglomération dans le budget prévisionnel 2015 de l'Office de Tourisme : 65 %
- *Part de la subvention en 2012 : 70 %*
- *Part de la subvention en 2013 : 68 %*
- *Part de la subvention en 2014 : 67%*

IV. BUDGET PREVISIONNEL ET PLAN D'ACTIONS 2015

1. Budget prévisionnel

CHARGES	Montant en euros		PRODUITS	Montant en euros	
CHARGES DIRECTES			**RESSOURCES DIRECTES**		
60 - Achats			**70 - Vente de produits finis,**		
Prestations de services			**marchandises, prestations de serv**		
achats boutique	25 000,00		ventes boutique	30 000,00	
achats produits groupes et indiv	1 000,00		ventes groupes et produits	2 600,00	
achats matières et fournitures	5 000,00	*31 000,00*	autres	35 400,00	*68 000,00*
61 - Services extérieurs			**74 - Subventions d'exploitation**		
Locations	30 200,00		Région Limousin	6 800,00	
Entretien et réparation	3 500,00				
Assurance	1 700,00		Département de la Creuse	2 200,00	
Documentation	400,00	*35 800,00*			
62 - Autres services extérieurs			Communauté d'Agglomération		
Rémunérations intermédiaires			du Grand Guéret	**202 000,00**	
et honoraires	22 400,00				
Publicité, publication	5 400,00		Aides privées	1 500,00	
Déplacements, missions	3 300,00				
Services bancaires, autres	1 400,00	*32 500,00*		-	
63 - Impôts et taxes	3 000,00	*3 000,00*			
64 - Charges de personnel				-	
Rémunération des personnels	161 000,00				
Charges sociales	47 400,00				*212 500,00*
Autres charges de personnel	600,00	*209 000,00*			
65 - Autres charges de gestion			**75 - Autres produits de gestion cte**		
courante	200,00	*200,00*	Cotisations membres du CA	300,00	
66 - Charges financières	-	-	cotisations socio-professionnels	2 000,00	*2 300,00*
67 - Charges exceptionnelles		-			
68 - Dotation aux amortissements	1 000,00	*1 000,00*	**76 - Produits financiers**	1 800,00	*1 800,00*
			79 - Transferts de charges		
			Organisme de formation	600,00	
			ASP/Région Limousin emploi associatif	22 800,00	
			Contribution Département emplois associa	4 500,00	*27 900,00*
			Résultat	0,00	
					-
TOTAL DES CHARGES	**312 500,00**		**TOTAL DES PRODUITS**	**312 500,00**	

Plan d'actions 2015
Axes stratégiques

- Le plan d'actions 2015 a été préparé à partir du bilan des actions menées en 2014.
- Il s'inscrit dans le prolongement des plans précédents avec la volonté affichée de **répondre aux enjeux de la communication et de la commercialisation sur internet et des spécificités du territoire notamment en matière de sports de nature.**
- La stratégie touristique opérationnelle de l'Office de Tourisme en 2015 est reconduite autour des 6 axes stratégiques définis en 2013 et rappelés ci-dessous :

- **AXE 1 : AMELIORER LA LISIBILITE DE LA DESTINATION SUR INTERNET**
- **AXE 2 : QUALIFIER, PROMOUVOIR ET COMMERCIALISER L'OFFRE TOURISTIQUE LOCALE**
- **AXE 3 : COORDONNER LES ACTEURS TOURISTIQUES LOCAUX**
- **AXE 4 : DEVELOPPER LES PARTENARIATS**
- **AXE 5 : AMELIORER LA QUALITE DE L'ACCUEIL**
- **AXE 6 : EVALUER L'ACTIVITE TOURISTIQUE**

Grandes orientations

- **Les AXES 1 et 2 restent prioritaires dans la stratégie touristique de l'Office de Tourisme en 2015 dont ils constituent des enjeux importants notamment pour :**
  - **le montage de produits** en adéquation avec les spécificités touristiques du territoire
  - **la mise en œuvre d'une communication et d'une promotion centrées sur le web** s'appuyant sur les atouts touristiques du territoire et ses spécificités pour en dégager une image attractive déclencheuse de séjours
  - **la commercialisation et la réservation en ligne** des produits et hébergements touristiques du territoire
- Par ailleurs, les critères relatifs au classement en catégorie II de l'Office de Tourisme ont permis de flécher de **nouvelles actions concernant la qualité et le développement durable.**

Les actions prévues intègrent les orientations de la Communauté d'Agglomération du Grand Guéret en matière de développement touristique et les préconisations en matière de développement touristique régional et départemental.

Actions phares – Axe 1

- **Mieux communiquer sur le web**
  - **Adapter les contenus du site de l'OT**
    - Réorganisation des rubriques du site : présentation des « portes d'entrée du territoire », valorisation des activités sports de nature et des événements sportifs
  - **Animer les réseaux sociaux de manière cohérente**
    - Selon un plan d'actions approprié
    - Dynamiser la fréquentation des réseaux sociaux utilisés par l'OT (par exemple, en valorisant les évènements sur Instagram par une communication en temps réel)
  - **Développer la newsletter en fonction des cibles**
    - Toucher les touristes en période de fréquentation touristique
    - Mobiliser les locaux par des informations les concernant
  - **Intégrer des sites spécialisés** (tripadvisor, sites fréquentés par nos cibles)
    - Sensibiliser les prestataires du territoire à renseigner les sites de notation
    - Renseigner des sites spécifiques à la promotion des sports de nature
    - Améliorer les contenus sur les sites déjà renseignés (pour mieux promouvoir la destination)

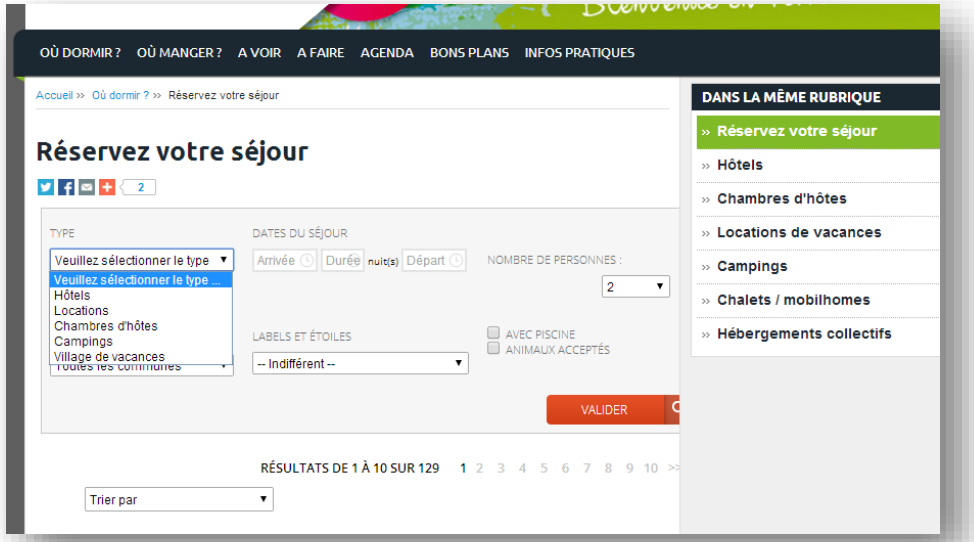
tripadvisor®

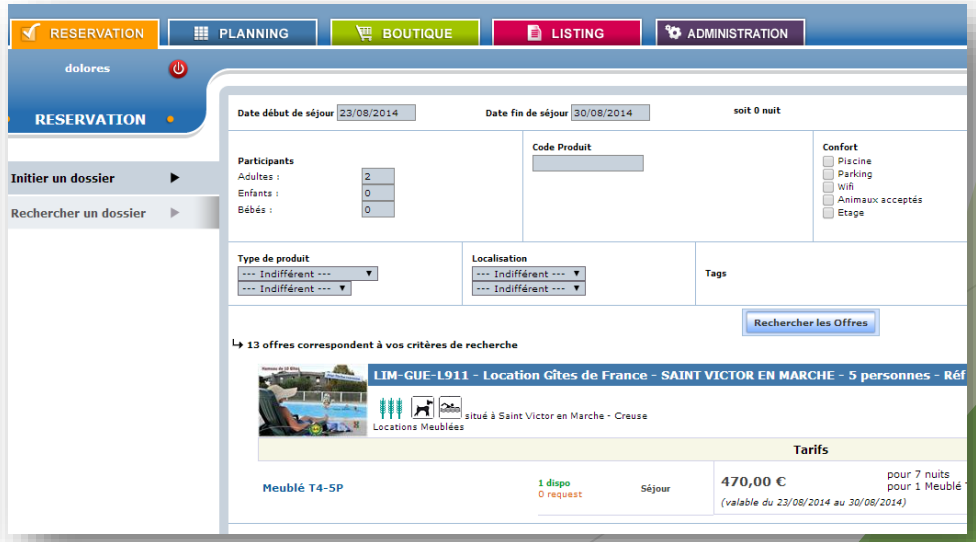
Actions phares – Axe 1

- **Développer la commercialisation et la réservation en ligne des produits et hébergements touristiques du territoire**

  - **Accroitre la visibilité des offres proposées par l'Office de Tourisme sur la place de marché Résinsoft / Résadirect**

  - **Valoriser la vente en ligne** (actions promotionnelles spéciales, produits en ligne)





Actions phares – Axe 1

Développer l'internet de séjour

Le touriste en séjour dans Les Monts de Guéret doit disposer d'une information propice au bon déroulement de son séjour. Cela passe par de l'information appropriée et des outils adaptés en tout premier lieu à l'Office de Tourisme.

- **Accroître l'utilisation de la borne tactile**
  - mieux informer les clientèles pour les inciter à la consultation
  - développer les contenus notamment en intégrant les partenaires de l'OT
- **Créer une application mobile (solution Mobitour)** en partenariat avec l'ADRT Tourisme Creuse - livraison 1er juillet 2015
- **Informer en permanence par une vitrine active à l'OT accessible de l'extérieur**

(Option déclinable à partir de la solution Mobitour - action reportée à 2016)

Actions phares – Axe 2

Qualifier l'offre

- **Monter des produits** en adéquation avec :
  - **la Station Sports Nature des Monts de Guéret** pour les activités vtt, canoë, orientation et trail
  - **les organisateurs d'événements d'intérêt touristique du territoire**
- **Programmer des rencontres « personnalisées » avec les organisateurs d'évènements**
- **Sensibiliser les hébergeurs** aux nécessités du classement, aux cahiers *d'engagements* régionaux, etc., en appui de l'action de l'ADRT Tourisme Creuse
- **Sensibiliser l'ensemble des prestataires à proposer des prestations de qualité**

Créer une gamme pertinente de produits individuels

- Conception de **produits en lien avec les activités sport nature**
- **Valorisation des événements du territoire** d'intérêt touristique (offres promo)
- Promotion de ces produits via le site web de l'OT, de l'ADRT Tourisme Creuse et du site « séjours en Limousin »

Actions phares – Axe 2

- **Mener des actions de promotion en priorité sur le web**

  En phase avec les cibles visées et valorisant une offre cohérente avec celle du territoire, la demande régionale et départementale

  - **E-mailings en partenariat avec l'ADRT** autour d'événements et produits montés par l'OT
  - **Campagnes Adwords ou Facebook** pour ces mêmes événements
  - Rédaction d'articles dans **l'E-mag** de l'ADRT
  - Communication dans la **newsletter** de l'OT
  - Création d'un **fichier client** pour communiquer nos offres en hébergement
  - **Promotion des événements sportifs :** articles E-mag/site OT, sponsoring facebook, offre de réductions hébergements… (en annexe : plan de communication web 2015)

- **Commercialiser l'offre « qualifiée » en ligne**

  - **Via la centrale de réservation de l'Office de Tourisme** (Gestion des disponibilités, réservation et paiement en ligne, possibilité de souscrire une assurance annulation)
  - **Via le site web de l'ADRT Tourisme Creuse et le site « séjours en Limousin »**
  - **Via des sites web spécialisés :** communication en matière de « cousinades » pour les sites d'hébergements adaptés (hébergements + salle sur place), annonces ciblées (offres promotionnelles, dernière minute,…)

Autres actions

En matière de qualité de l'accueil

- Classement de l'Office de Tourisme en **catégorie II** : demande déposée en décembre 2014, étude en cours par les services de l'Etat
- Réflexion avec la Communauté d'Agglomération sur le **développement de l'Office de Tourisme** : localisation, positionnement et extension du local…

…quels services pour les clientèles?

- **Développement durable**
  - **Promouvoir l'utilisation des supports numériques et l'internet de séjour pour l'information**
  - **Sensibiliser les clientèles à l'accueil** sur les informations disponibles en ligne pour limiter l'impression de documentations papiers (ex : agenda)
  - **Limiter les documentations en libre-service** et privilégier la demande « qualifiée » pour un client mieux renseigné et moins « papivore »
  - **Développer l'offre « circuit court » en boutique** (valoriser des producteurs s'inscrivant dans cette démarche)

Autres actions - nouveautés

- **Actions de la commission « prospective et développement »**
  - **Lancement des travaux à l'automne 2014**
  - Thème de travail « **Comment mieux travailler avec les associations et développer un partenariat avec les commerces et la restauration » / objectif : mieux relayer les informations données sur les supports de l'OT**
    - **Recensement des associations du territoire en lien avec l'activité touristique**
    - **Demande d'un référent par commune**
    - **Rencontre des partenaires**

- **Animations estivales**
  - **Création d'une visite de la ville pour les familles adaptée pour les enfants**

    « **Raconte-moi Guéret** » , les vendredis après-midis durant l'été
  - **Partenariat avec l'UFOLEP 23 pour le Playa Tour** (Anzême, 4 jours consécutifs entre le 22 juillet et le 8 août)

V. ELECTIONS AU CONSEIL D'ADMINISTRATION

6 postes sont à pourvoir

- 6 membres rééligibles en 2015

- Nadine BATARD
- Michel BIGOT
- Marcel DENIS
- Marc DUBREUIL
- Dominique FARIGOUX
- Patrick ROUGEOT

Candidatures

- Dominique FARIGOUX ne se représente pas.
- Nadine BATARD, Michel BIGOT, Marc DUBREUIL, Marcel DENIS, et Patrick ROUGEOT ont fait part de leur intention de se représenter.
- Monique BALBON, propriétaire d'un gîte a fait part de sa candidature.
- Y-a-t-il d'autre(s) candidature(s) dans la salle ?

(Rappel : selon les statuts, peuvent être candidats et participer au vote, les membres à jour de leur cotisation 2014 et ayant au moins un an d'appartenance à l'Office de Tourisme.)

Candidatures

- Monique BALBON
- Nadine BATARD
- Michel BIGOT
- Marcel DENIS
- Marc DUBREUIL
- Patrick ROUGEOT

VII. QUESTIONS DIVERSES

Merci de votre présence !