

**OFFICE DE
TOURISME**
du Grand Guéret



Offices de
Tourisme
de France

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

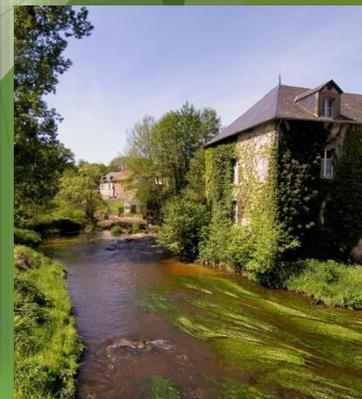
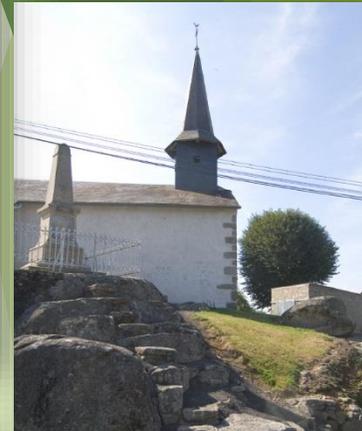
Vendredi 04 juillet 2014 à 18h

Salle des Fêtes

23000 LA CHAPELLE-TAILLEFERT

ORDRE DU JOUR

- I. RAPPORT MORAL DU PRESIDENT
- II. BILAN D'ACTIVITES 2013
- III. BILAN FINANCIER 2013
- IV. BUDGET PREVISIONNEL ET PLAN D' ACTIONS 2014
- V. ELECTIONS AU CONSEIL D'ADMINISTRATION
- VI. MANDAT DU COMMISSAIRE AUX COMPTES
- VII. 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

The background of the slide is an aerial photograph of a vast, rolling landscape covered in dense forests. The trees exhibit a mix of green and yellowish-brown hues, suggesting an autumn setting. In the distance, there are rolling hills and some open fields under a clear, light blue sky. On the right side of the image, there is a prominent graphic element consisting of several overlapping, semi-transparent green shapes in various shades, creating a modern, geometric design. The text is centered over the forested area.

I. RAPPORT MORAL DU PRÉSIDENT



II. BILAN D'ACTIVITÉS 2013

II. BILAN D'ACTIVITÉS 2013

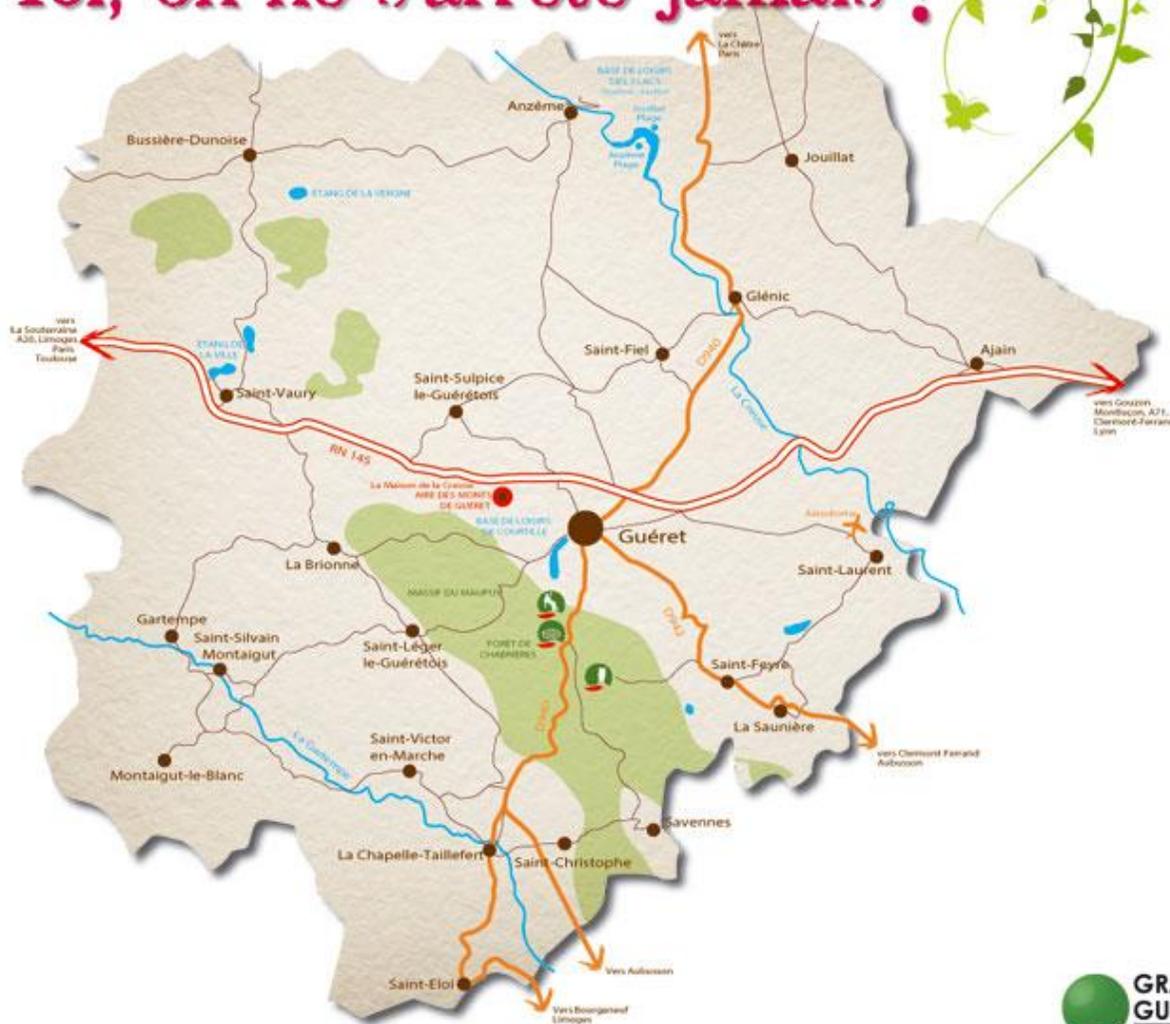
1. **L'activité touristique**
 - ▶ Le territoire en chiffres
 - ▶ La fréquentation à l'Office de Tourisme
 - ▶ Zoom sur l'accueil
2. **Information et promotion de la destination**
 - ▶ Les éditions
 - ▶ Le site internet
 - ▶ Les réseaux sociaux
3. **Activités commerciales de l'Office de Tourisme**
 - ▶ 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 2013

II. BILAN D'ACTIVITÉS 2013

1. Activité touristique
=> Le territoire en chiffres

Ici, on ne s'arrête jamais !



A 22 ON EST PLUS FORT...

- 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

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

L'offre en hébergements touristiques marchands dans les Monts de Guéret augmente de 227 lits avec l'extension territoriale.

Type d'hébergement	Nombre de lits	Pourcentage
Hôtellerie	460	27%
Hôtellerie de plein air	531	31%
Meublés	470	28%
Chambres d'hôtes	99	6%
Hébergements collectifs	137	8%
Total	1697	

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



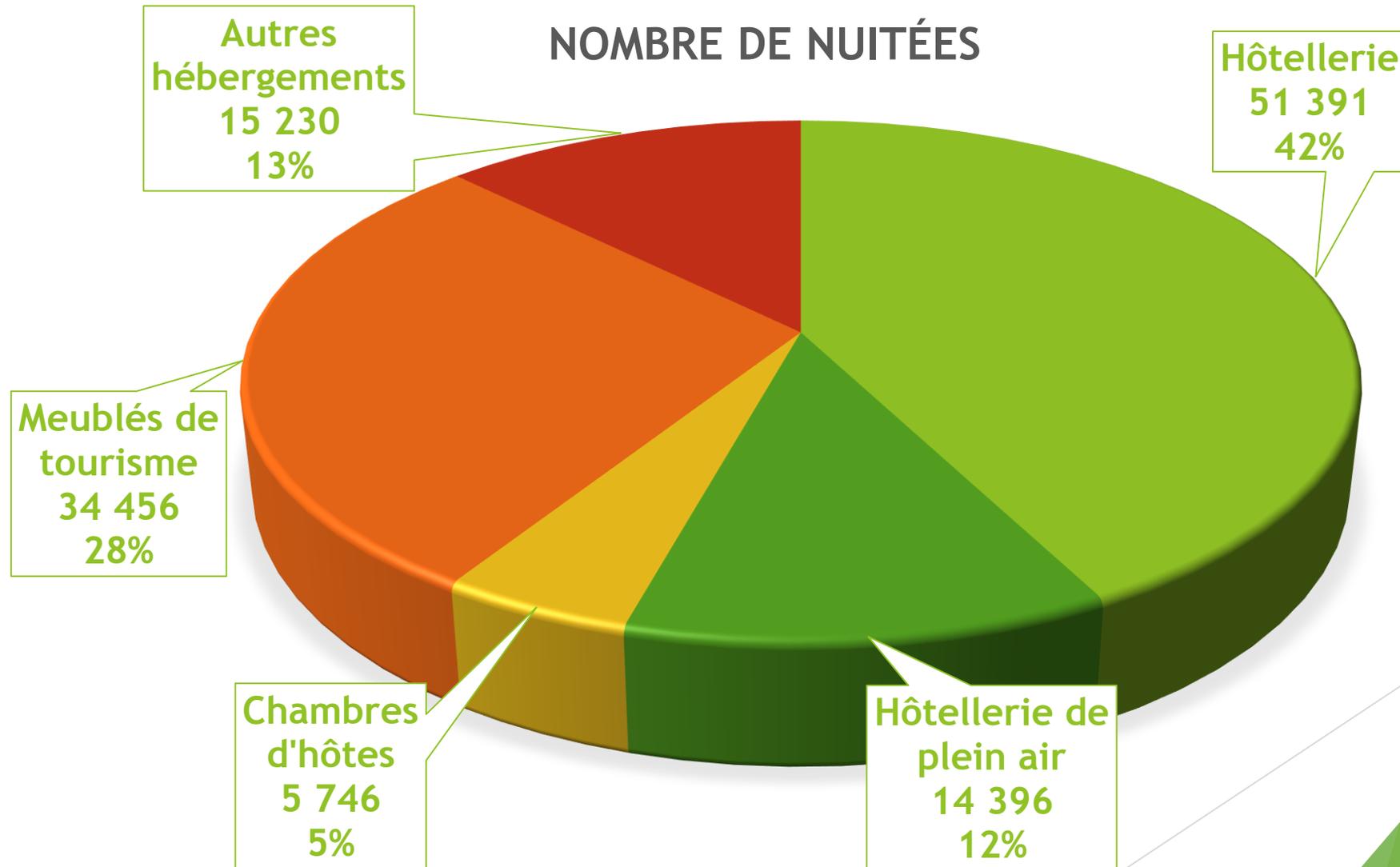
Avec 1 697 lits marchands, Les Monts de Guéret détiennent 12 % des lits marchands du département (14 134 lits).

- ▶ Le nombre de lits en résidences secondaires serait de 6 270 en 2013.
- ▶ L'estimation de la part des lits en « famille/amis » serait de 28 583 lits.
- ▶ Le total des lits non marchands serait donc de 34 853 lits.
- ▶ Le total des **lits touristiques** serait de **36 550 lits** (plus de 200 000 pour la Creuse).

▶ Estimation des retombées économiques sur le territoire :

✓ Hébergements marchands :	5 070 000 €	(121 000 nuitées)
✓ Hébergements non marchands :	6 441 000 €	(356 000 nuitées)
✓ Total	11 511 000 €	(477 000 nuitées)

La fréquentation touristique des hébergements marchands

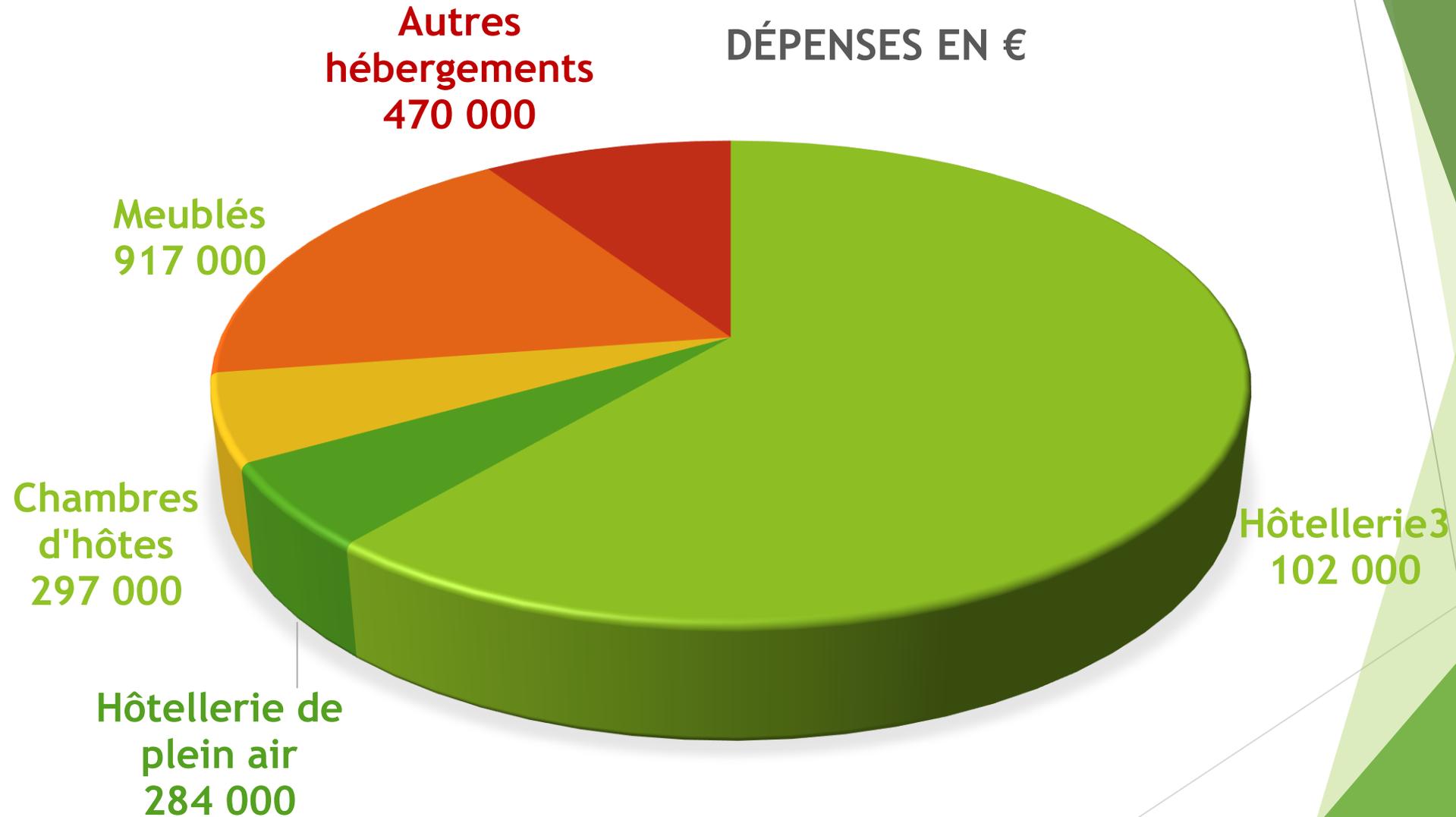


La consommation touristique en hébergements marchands

II. BILAN D'ACTIVITÉS 2013

1. Activité touristique

=> Le territoire en chiffres



La fréquentation à l'Office de Tourisme

94 000 contacts!

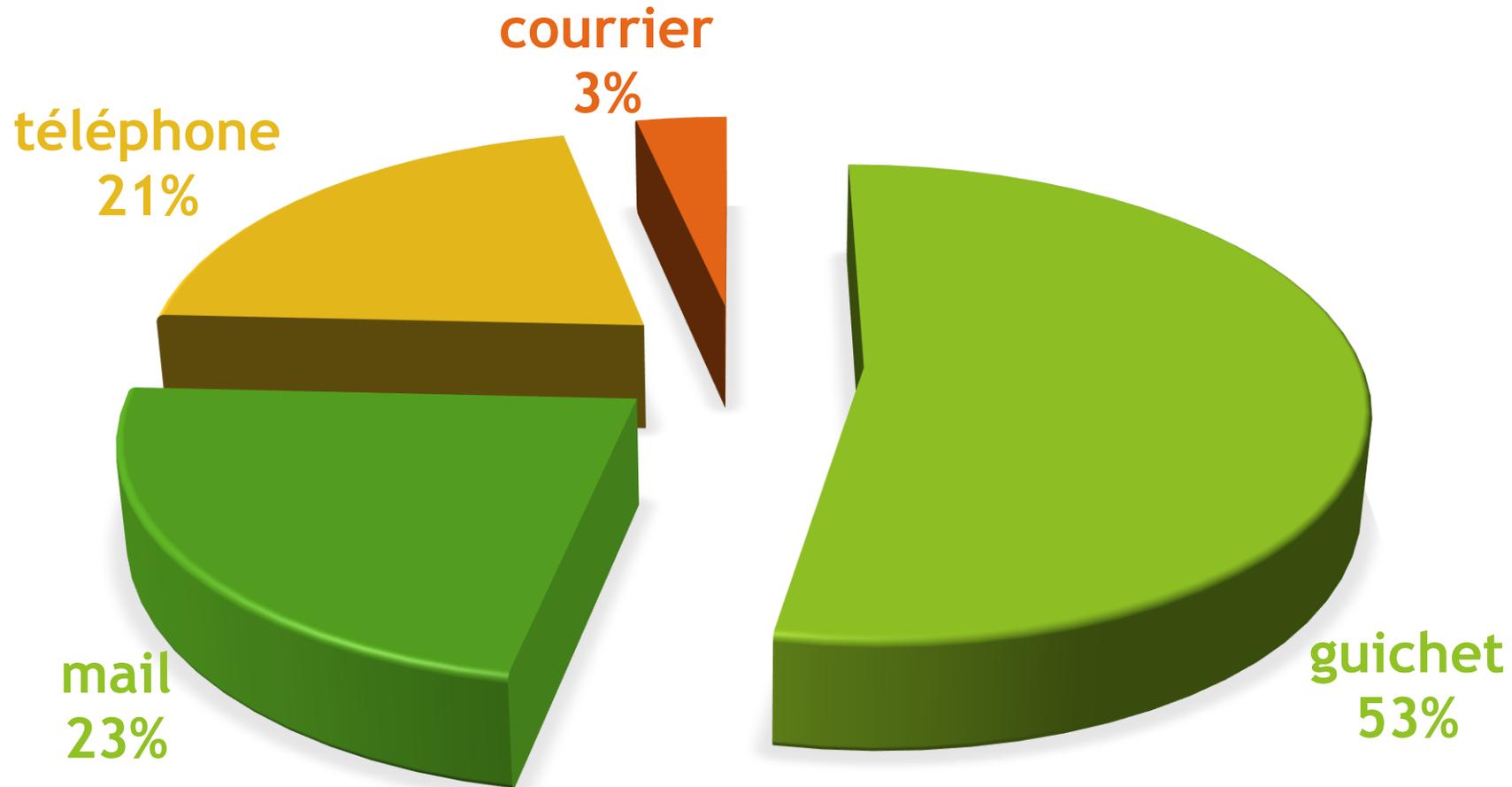
Internet
57 000
(60,6%)

Téléphone
7 500
(8%)

Guichet
28 000
(29,8%)

Courrier
1 500
(1,6%)

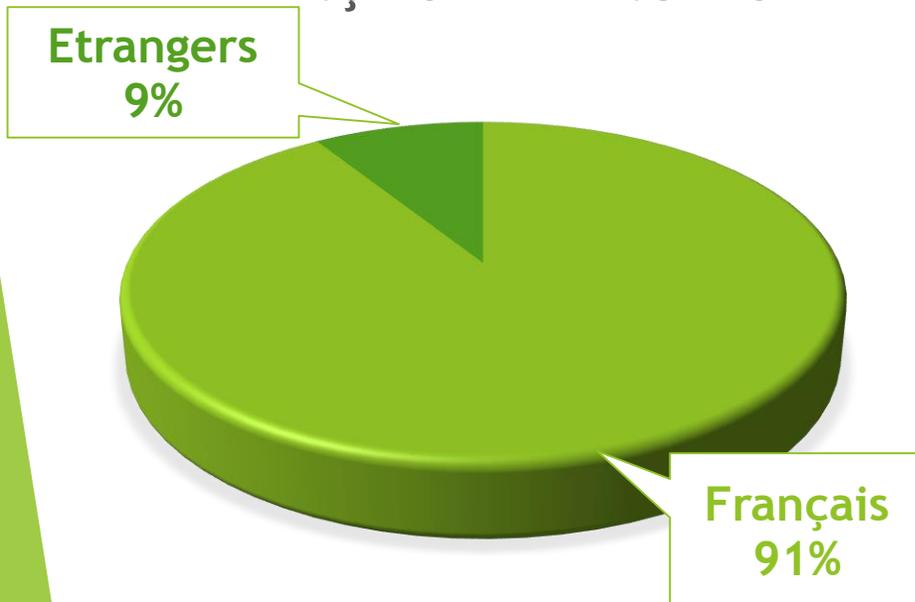
Les demandes d'information



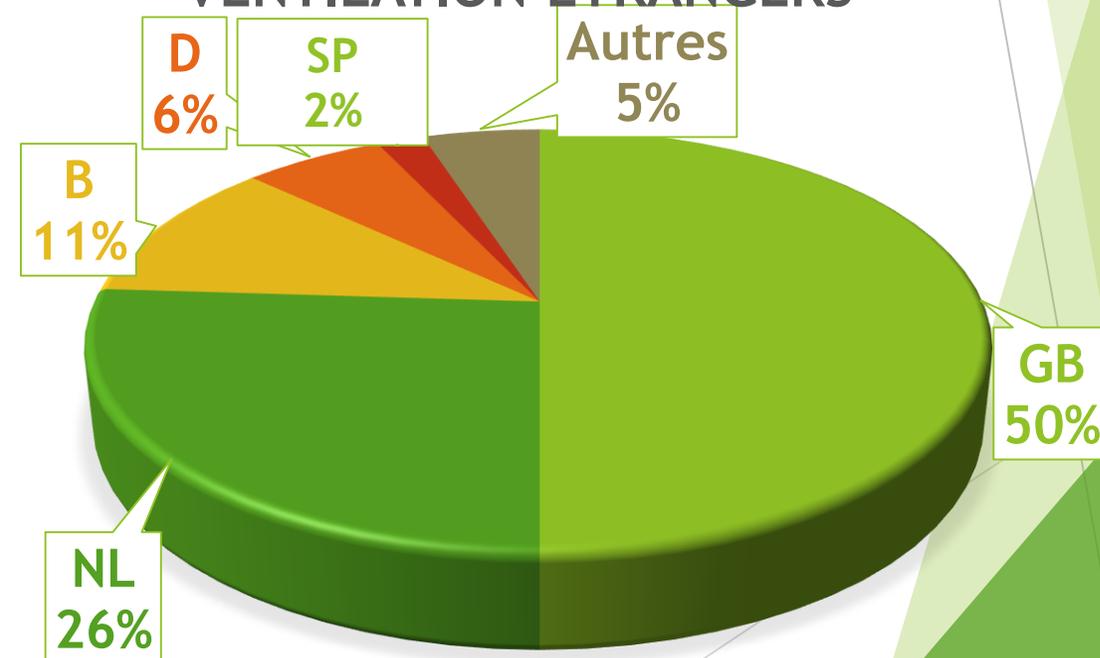
Nombre de visiteurs

- ▶ 28 000 visiteurs en 2013
- ▶ 11 000 en juillet et août (soit 39 % de la fréquentation totale annuelle)

VENTILATION FRANÇAIS/ÉTRANGERS



VENTILATION ÉTRANGERS

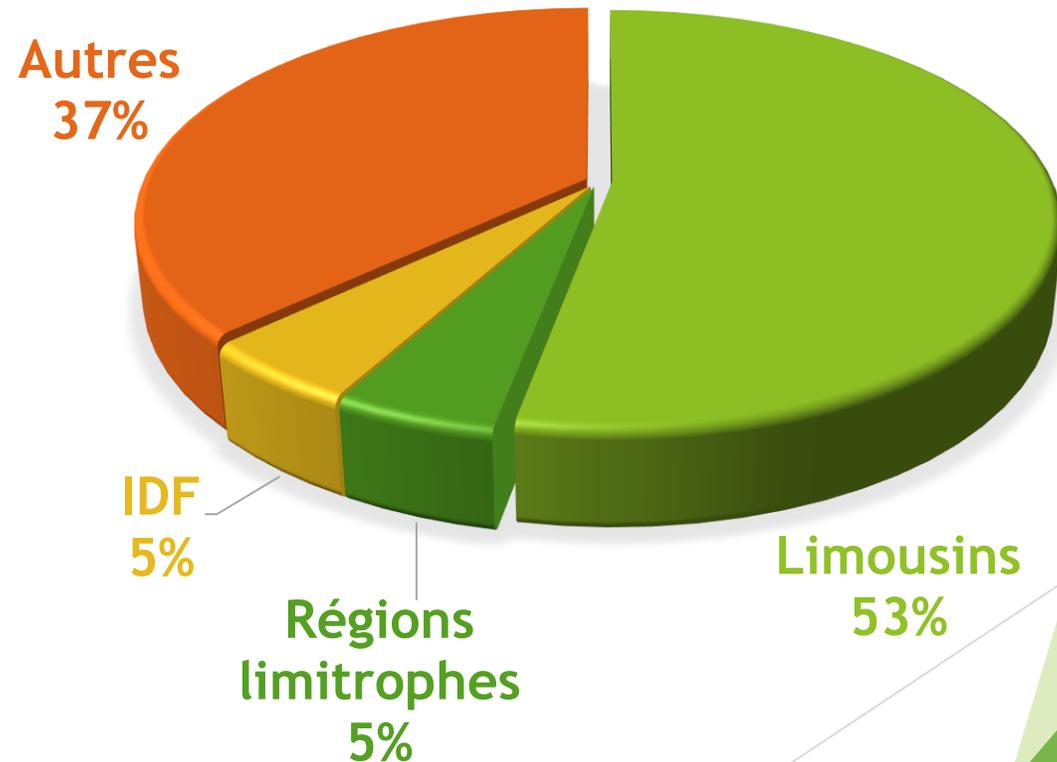


Les clientèles françaises

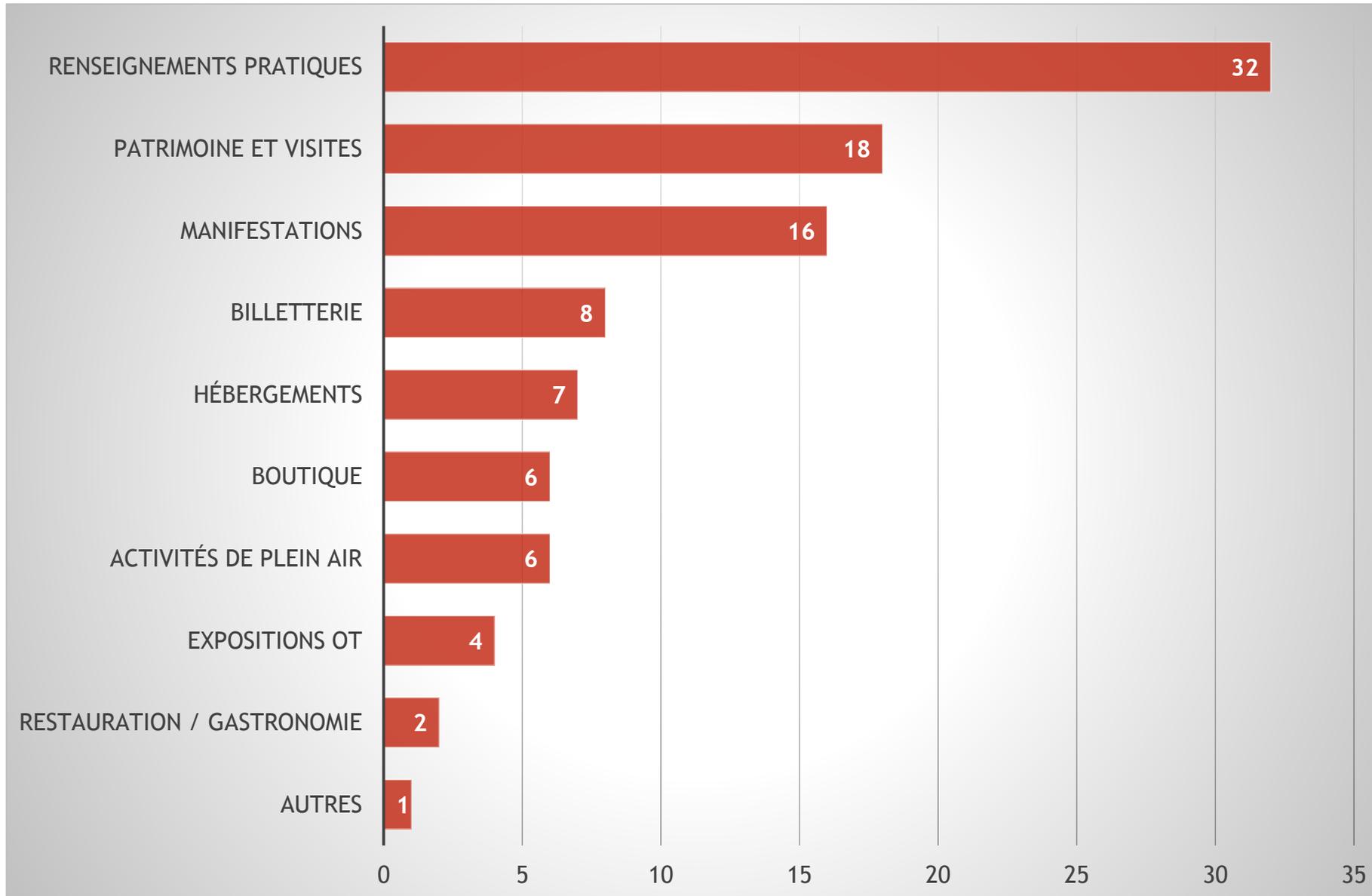
Qui vient au guichet ?

MARCHÉ TOURISTIQUE FRANÇAIS

- ▶ *Des Limousins...*
- ▶ *Après l'Île 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 :

- ▶ 2000 heures d'ouverture au public par an
- ▶ Ouvert 7 jours/7 en juillet et août
- ▶ 28 000 personnes accueillies environ
- ▶ 53% de Limousins/locaux renseignés



Les éditions



**Guide des Monts de Guéret
(Com d'Agglo) - 25 000 ex**
=> Participation à l'élaboration
de la documentation



Sortilèges de la pleine lune
- 15 000 ex



**Dépliant les expositions de
l'OT**

Participation à la réalisation du guide « Pays de Guéret » édité à 15 000 exemplaires.

Dépliant annuel des manifestations conçu à partir du LEI.

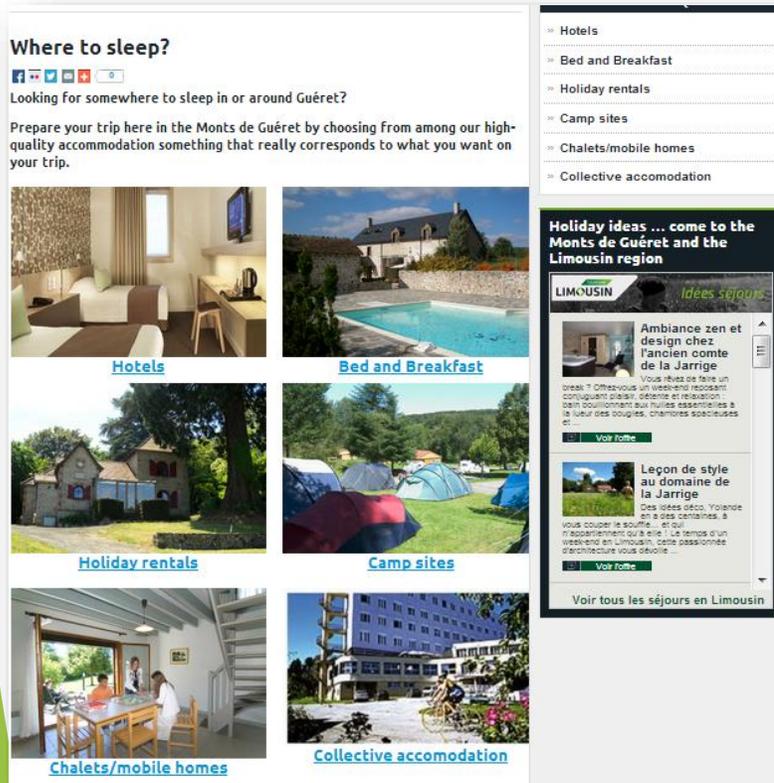
Dépliant des marchés de Noël sur le territoire.

Participation à la mise à jour de l'information dans différents guides du CRT et de l'ADRT (agenda de l'été, magazine, etc.).

Le site internet

► www.gueret-tourisme.fr

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



► Actions 2013 :

- ❖ Arrêt du site « boonzai »
- ❖ Lancement d'un nouveau site www.gueret-tourisme.fr (photos, vidéos, widget réservation de gîtes, meilleure mise en valeur des hébergements, utilisation du CMS partagé Limousin)
- ❖ Lancements 2 versions étrangères fin 2013 (GB & NL)

Site internet : Avant / Après

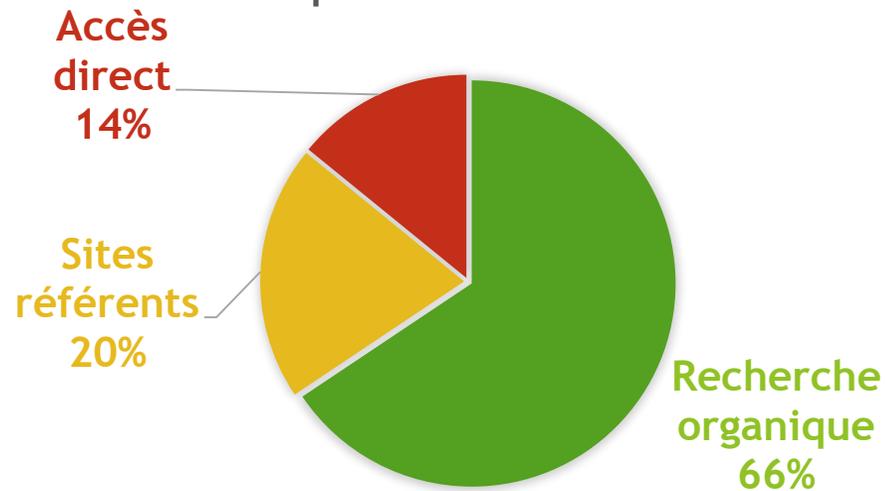


Le site internet

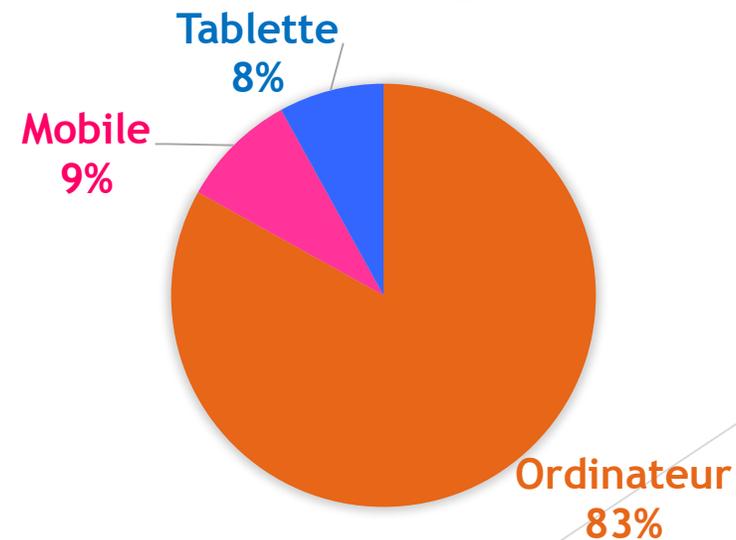
Quelques chiffres : (période mai 2013-décembre 2013)

- 25 057 utilisateurs*
- Durée moyenne de la visite : 3min19

Principaux canaux d'entrée



Mode de navigation



*Sur la période mai-décembre (chiffres Google Analytics)

Le site internet

► Statistiques

Pages les plus consultées en 2013*:

1. Agenda
2. Chambres d'hôtes
3. Hôtels
4. Activités sportives et de pleine nature
5. Le patrimoine
6. Locations de vacances

Mot clé	
1.	■ (not provided)
2.	■ gueret
3.	■ guéret
4.	■ office tourisme gueret
5.	■ office de tourisme gueret
6.	■ gueret tourisme
7.	■ office du tourisme gueret
8.	■ ot gueret
9.	■ tourisme gueret
10.	■ guéret creuse

*Sur la période mai-décembre (chiffres Google Analytics)

Les réseaux sociaux



Facebook : fusion profil et page : de 400 (sur la page et 2100 amis profil) à 2685 fans sur la page



Flickr : tri des photos et réorganisation des albums (+ intégration de la galerie à Facebook) => promotion du territoire à travers l'image (touristes et locaux)



Twitter : promotion des manifestations, coulisses de l'Office (visite des prestataires...)

=> trafic vers le site internet

La boutique / Espace Exposition

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

Cette boutique a généré un chiffre d'affaires d'environ **23 300 €** globalement stable par rapport à l'exercice 2012.

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



Expositions

12 expositions de photos, peintures, sculptures, broderies, dessins.

Droit d'entrée : 50 €/15j et 80 €/mois, soit **810 €** générés.

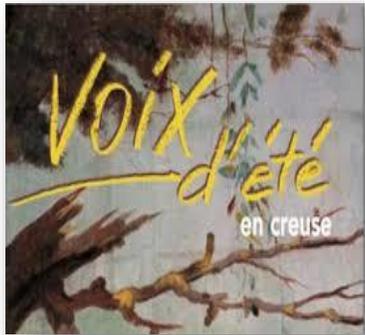
- **Une vitrine** est à disposition des sites touristiques et des associations pour mettre en avant leurs activités.



Billetterie

Plus de **2 000** places vendues...

L'Office de Tourisme est dépositaire de billetteries...



Festival Voix d'été
en Creuse



Autorail creusois



Spectacles à l'Espace
André Lejeune

Soit **2 647 €** générés par les frais de location perçus.

Commercialisation d'hébergements touristiques

- ▶ 42 hébergements en portefeuille avec une offre forte de type « hameau de gîtes »
- ▶ 460 contrats réalisés
- ▶ Chiffre d'affaires généré : 136 000 €
- ▶ Commissions perçues : 20 400 €
- ▶ Frais de dossier perçus : 3 479 €

- ▶ Une année moyenne qui peut s'expliquer par :
 - Une transition opérée au mauvais moment pour la commercialisation des locations situées sur Anzême et Jouillat en pleine période de réservation ... même si le site de Jouillat n'est pas affecté car il bénéficie d'une clientèle d'habitues et de la plage,
 - Un manque d'activités et notamment d'une baignade à La Chapelle-Taillefert,
 - Une baisse qui au niveau national affecte les « villages de gîtes »,
 - Une politique commerciale et tarifaire qui ne répond pas à la demande sur des promotions d'avant saison et de dernière minute.

Produits individuels

► Objectifs :

- ❑ proposer des produits en adéquation avec le plan marketing opérationnel du Limousin en collant aux clientèles cibles sur des thématiques et des événements en montant des offres de qualité avec les prestataires du territoire (hébergeurs, restaurateurs, sites touristiques, associations...)
- ❑ Valoriser l'offre du territoire : hébergements, sites de visite, activités sports de nature, évènementiels du territoire.

► Offre séjours 2013 : www.sejournelimousin.com

- ❑ « Forêt Follies »
- ❑ « un diner de porcelaine »
- ❑ « intermède voluptueux dans un paysage jardiné »
- ❑ « si le loup y était »



► Commissions perçues (année 1) : 442 € / 3 séjours vendus

► Partenariats : ADRT Tourisme Creuse et CRT Limousin

► Moyens : recrutement en septembre 2013 d'une salariée sur un poste « production de séjours-webmarketing ».

Accueil d'événementiels

- ▶ **CONGRES ANNUEL DE LA FNSEA 5-6-7 FEVRIER 2013 à Guéret**
- ▶ L'Office de Tourisme a participé à l'organisation de cette manifestation sur la partie hébergement des congressistes.
- ▶ Hébergement essentiellement en hôtels sur le territoire : Campanile, Kyriad, 1^{ère} Classe, Pommeil, Inter Hotel Auclair.

- ▶ 236 nuitées générées
- ▶ Commission Office de Tourisme : 1 270 €.



Animations



Visites guidées d'avril à septembre

- Ville Guéret : 27 personnes pour 3 visites effectuées (sur 4 proposées)
- Maison Maillaud : 53 personnes pour 2 visites proposées (hors festival de contes)
- Visites d'entreprises : découverte d'entreprises Sauthon/Colas/Marynap sur notre territoire en partenariat avec la CRCI .



Playa Fun, plage d'Anzême et Jouillat été 2013

- Partenariat OT et UFOLEP 23
- 10 dates, 5 par site (Mardi à Anzême / Jeudi à Jouillat)
- 353 personnes accueillis entre le 16 juillet et le 15 août



Animations pêche

- Pêche à l'écrevisse, 116 personnes encadrées sur Anzême / 8 journées d'animation
- Démonstration float tube 5 personnes sur Jouillat

Le Festival de Contes

« Sortilèges de la pleine lune »

19ème édition du 16 juillet au 16 août

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

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

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

- **734 personnes** ont participé à cette manifestation (613 entrées payantes).
- Succès des animations « jeune public » avec 143 participants.
- Une notoriété affirmée depuis 5 ans ; 51% des personnes ont déjà participé au festival = « une attente des habitués ».
- Un public fortement familial à 90 %.
- Un public Limousin à 48% = « clientèle de proximité ».
- Des touristes originaires principalement d'Ile de France.



Animation numérique de territoire (ANT)

► ANT: bilan des actions 2013

22 packs ont été souscrits en 2013, répartis de la façon suivante :



Animation numérique de territoire

Animation numérique de territoire

► Bilan des actions 2013

Les réunions d'informations ont été proposées à tous les prestataires de notre territoire. Elles ont pour but de transmettre des informations générales par différentes thématiques.



Les ateliers e-tourisme

► Les ateliers e-tourisme

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 en réunion d'information.

- Créer son site internet Jimdo (avec le pack service duo uniquement) :

1er atelier : adresse mail, nom de domaine, choix des opérateurs

2ème atelier : cahier des charges, nomenclature / zoning, préparation des photos, des textes

3ème atelier : les +, outils pratiques météo, flux RSS, dispo en ligne, le SEO, référencer son site, bilan des ateliers 1-2

- Fidéliser sa clientèle
- La Google Adresse ou Google+ Local
- Les Réseaux sociaux
- Les sites d'avis
- Mes disponibilités en ligne

Bilan des réunions d'informations



Réunion Internet

- 10 prestataires

Réunion Monde Google

- 14 prestataires



Réunion Fidéliser sa Clientèle

- 12 prestataires



Bilan des ateliers réalisés fin 2013

II. BILAN D'ACTIVITÉS 2013
5. Coordination des acteurs
> *L'animation numérique de
Territoire*

16 demi-journées de
formation

soit **56** heures

10 prestataires = **6**
structures en atelier

3 sites en ligne

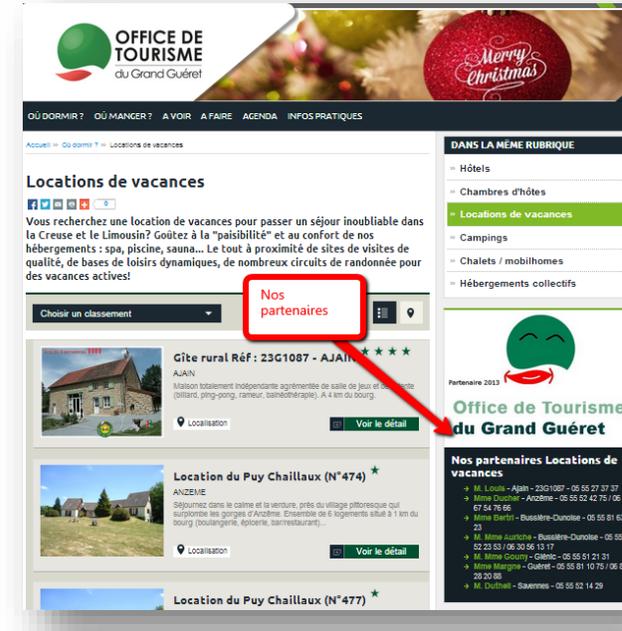
3 autres en cours de
réalisation

2 Google adresses
validées



La promotion des partenaires

II. BILAN D'ACTIVITÉS 2013 5. Coordination des acteurs > L'animation numérique de Territoire



- Mise en avant de nos partenaires dans nos supports de communication papier, notamment dans le guide des Monts de Guéret avec un **encart de couleur différente**.
- Mise en avant de nos partenaires dans les pages du site Internet de l'Office de Tourisme.

Rencontres des hébergeurs

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

► Vendredi 21 juin 2013

- ❑ Visite du Jardin de Val Maubrunne
- ❑ Remise des informations actualisées pour le « classeur d'accueil » à disposer dans l'hébergement
- ❑ Présentation et remise de la documentation touristique concernant Les Monts de Guéret en partenariat avec la Communauté d'Agglomération du Grand Guéret
- ❑ Information sur Terra aventura le geocaching en Limousin (saison 3)

► Jeudi 5 décembre 2013

- ❑ Animation Numérique de Territoire : bilan des actions 2013
- ❑ Présentation du guide du Partenaire 2014
- ❑ Présentation de Résinsoft par l'ADRT Tourisme Creuse : « un outil de gestion et de réservation en ligne au service des propriétaires d'hébergement »

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 de nature, développement du parc,...)
- ▶ Participation à la commission tourisme et au comité de suivi du parc animalier

Partenariat avec l'ADRT Tourisme Creuse

L'Office de Tourisme participe :

- ▶ au Comité de Coordination des Actions Touristiques (CCAT) animé par l'ADRT. Le CCAT regroupe les directeurs d'OT, l'UDOTSI, les chargés de mission Pays, des représentants du Conseil Général (Tourisme, Vallée des Peintres)
- ▶ au Comité des Directeurs
- ▶ au Club LEI
- ▶ à la sensibilisation à la démarche de classement auprès des hébergeurs de son territoire
- ▶ à la production de séjours
- ▶ au travail sur les éditions
- ▶ à l'utilisation d'outils comme, par exemple, l'application départementale pour l'internet de séjour (sur un Ipad disponible à l'accueil)



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
- ❑ L'utilisation de la solution de réservation en ligne « Résinsoft »
- ❑ La participation de ses personnels à des formations longues : « définition touristique de son territoire » et « accueil par excellence » dans le cadre du PRPAT

► L'opération « Terra aventura »

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 2013 avec la saison 3.





Terra aventura saison 3



- ▶ L'Office de Tourisme du Grand Guéret a mis en place une cache supplémentaire « Les Gorges de la Creuse » sur la commune d'Anzême.
- ▶ Elle complète les 2 autres caches existantes : « Si le loup y était » (Sainte-Feyre) et « Chaminadour le cœur 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.

Fréquentation 2013 :

Si le loup y était : **152** découvertes

Chaminadour le cœur de Guéret : **155** découvertes

Les Gorges de la Creuse : **128** découvertes



The background image shows a rustic garden scene. In the center, there is a wooden picket fence with a dark wooden gate. The fence is set against a backdrop of large, grey, moss-covered stones. To the right, a stack of cut logs is visible. The foreground is filled with green grass and various plants. On the right side of the image, there is a large, semi-transparent green graphic consisting of several overlapping, curved shapes that create a modern, abstract design.

III. BILAN FINANCIER

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

**Rapport Général de
M. DUGRAINDELORGE
Commissaire aux Comptes
(Guéret)**

The background features a photograph of a large, multi-story stone building, likely a town hall or church, with a prominent clock tower on the right side. The building is set against a clear blue sky. In the foreground, there are several green trees and a street with a few cars. The entire image is overlaid with semi-transparent green geometric shapes, primarily on the right side, creating a modern, abstract design.

IV. BUDGET PREVISIONNEL ET PLAN D' ACTIONS 2014

Budget prévisionnel 2014

▶ Total des Dépenses : **295 000 €**

▶ Total des Produits : **295 000 €**

dont :

❖ Subvention de la Communauté d'Agglomération du Grand Guéret de **197 000 €**.

▶ Part estimée de la subvention de la Communauté d'Agglomération dans le budget prévisionnel 2014 de l'Office de Tourisme : **67 %**

▶ *Part de la subvention en 2012 : 70 %*

▶ *Part de la subvention en 2013 : 68 %*

**IV. BUDGET PREVISIONNEL
ET PLAN D'ACTIENS 2014**
1. Budget prévisionnel

CHARGES	Montant en euros	PRODUITS	Montant en euros
CHARGES DIRECTES		RESSOURCES DIRECTES	
60 - Achats Prestations de services achats boutique achats groupes achats matières et fournitures	 16 000,00 1 000,00 6 300,00	70 - Vente de produits finis, marchandises, prestations de serv ventes boutique ventes groupes et produits autres	 21 000,00 2 600,00 31 500,00
61 - Services extérieurs Locations Entretien et réparation Assurance Documentation	 32 100,00 5 200,00 1 700,00 350,00	74 - Subventions d'exploitation Région Limousin Département de la Creuse Communauté d'Agglomération du Grand Guéret	 2 000,00 197 000,00
62 - Autres services extérieurs Rémunérations intermédiaires et honoraires Publicité, publication Déplacements, missions Services bancaires, autres	 23 000,00 4 450,00 4 100,00 1 400,00	Aides privées Leader	 1 500,00 - 1 700,00
63 - Impôts et taxes	3 400,00		
64 - Charges de personnel Rémunération des personnels Charges sociales Autres charges de personnel	 155 000,00 40 000,00 600,00		
65 - Autres charges de gestion courante	200,00	75 - Autres produits de gestion courante Cotisations membres du CA cotisations socio-professionnels	 300,00 1 700,00
66 - Charges financières	200,00		
67 - Charges exceptionnelles			
68 - Dotation aux amortissements		76 - Produits financiers	500,00
		79 - Transferts de charges Organisme de formation ASP/Région Limousin emploi associatif Contribution Département emplois associatifs	 1 100,00 22 800,00 4 500,00
		Résultat	0,00
TOTAL DES CHARGES	295 000,00	TOTAL DES PRODUITS	295 000,00

Plan d'actions 2014

Axes stratégiques

- ▶ Le plan d'actions 2014 a été préparé à partir du bilan des actions menées en 2013.
 - ▶ Il s'inscrit naturellement dans le prolongement du plan précédent en accentuant toutefois la prise en compte des 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 2014 est plus que jamais organisée autour des 6 axes stratégiques définis en 2013 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 sont « priorités » dans la stratégie touristique de l'Office de Tourisme en 2014 dont ils constituent les principaux enjeux.
- ▶ Leurs orientations, déclinées dans le plan d'actions 2014 sont au cœur des préoccupations de la structure. Elles prennent fortement en compte les aspects suivants :
 - ▶ 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

Ces actions intègrent les orientations de la Communauté d'Agglomération du Grand Guéret en matière de développement touristique et les préconisations de la stratégie de développement touristique régionale partagée.

Actions phares - Axe 1

► Mieux communiquer sur le web

- ❑ Adapter les contenus des sites web de l'OT (FR, GB, NL) et développer leur visibilité
- ❑ Animer les réseaux sociaux de manière cohérente
 - Définir une méthode de communication touristique pour les Monts de Guéret pour ces supports (tutoriel / règles d'utilisation) et un plan d'actions approprié
 - Opter pour des réseaux adaptés à nos cibles
- ❑ Intégrer des sites spécialisés (tripadvisor, sites fréquentés par nos cibles)



Actions phares - Axe 1

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

□ Utiliser la place de marché Résinsoft

- comme outil de centrale de réservation pour l'OT (gestion, réservation et paiement en ligne)
- pour la commercialisation et la réservation des produits du territoire

□ Intégrer l'agrégateur régional pour permettre une meilleure visibilité de l'offre du territoire

Ces outils sont ou seront insérés sur le site internet de l'OT via un widget.

The screenshot shows the 'Résinsoft' reservation interface. At the top, there are navigation links: 'OÙ DORMIR?', 'OÙ MANGER?', 'A VOIR', 'A FAIRE', 'AGENDA', 'BONS PLANS', and 'INFOS PRATIQUES'. Below this is a search bar with the text 'Où dormir? >> Réservez votre séjour'. The main section is titled 'Réservez votre séjour' and contains several filters: 'TYPE' (with a dropdown menu showing options like 'Hôtels', 'Locations', 'Chambres d'hôtes', 'Campings', 'Village de vacances', 'Toutes les conditions'), 'DATES DU SÉJOUR' (with fields for 'Arrivée', 'Durée (nuit(s))', and 'Départ'), and 'NOMBRE DE PERSONNES' (set to 2). There are also checkboxes for 'AVEC PISCINE' and 'ANIMAUX ACCEPTÉS', and a 'LABELS ET ÉTOILES' dropdown set to 'Indifférent'. A 'VALIDER' button is at the bottom right. Below the filters, it says 'RÉSULTATS DE 1 À 10 SUR 129' and 'Trier par'.

The screenshot shows the 'Résinsoft' reservation interface displaying search results. At the top, there are navigation links: 'RESERVATION', 'PLANNING', 'BOUTIQUE', 'LISTING', and 'ADMINISTRATION'. Below this is a search bar with the text 'dolores'. The main section is titled 'RESERVATION' and contains several filters: 'Date début de séjour' (23/08/2014), 'Date fin de séjour' (30/08/2014), and 'soit 0 nuit'. There are also fields for 'Participants' (Adultes: 2, Enfants: 0, Bébé: 0), 'Code Produit', and 'Confort' (with checkboxes for 'Piscine', 'Parking', 'wifi', 'Animaux acceptés', 'Etagé'). Below these are dropdown menus for 'Type de produit' and 'Localisation', and a 'Tags' field. A 'Rechercher les Offres' button is at the bottom right. Below the filters, it says '13 offres correspondent à vos critères de recherche'. The first result is 'LIM-GUE-1911 - Location Gîtes de France - SAINT VICTOR EN MARCHE - 5 personnes - Réf'. Below this is a table of 'Tarifs' with columns for 'Meublé T4-5P', '1 dispo', '0 request', 'Séjour', '470,00 C', and 'pour 7 nuits pour 1 Meublé (valable du 23/08/2014 au 30/08/2014)'. The table also includes a 'situé à Saint Victor en Marche - Creuse' and 'Locations Meublées' icon.

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.

- ❑ information des clientèles via un système de tablettes et une application mobile de Territoire (en partenariat avec l'ADRT Tourisme Creuse)
- ❑ information permanente par une vitrine active à l'OT (action reportée à 2015)



Actions phares - Axe 2

Idées séjours...Osez Les Monts de Guéret et le Limousin!

LIMOUSIN Idées séjours



Leçon de style au domaine de la Jarrige

Des idées déco, Yolande en a des centaines, à vous couper le souffle... et qui n'appartiennent qu'à elle ! Le temps d'un week-end en Limousin, cette passionnée d'architecture vous dévoile ...

Voir l'offre



Le « Plaisir du Loisir » : le Raku

Initiez-vous au Raku, technique de cuisson japonaise ancestrale de la poterie et concevez vous-même l'objet dans lequel vous boirez le traditionnel thé.

Voir l'offre



Les jardins secrets de la Creuse

La Creuse... L'espace, la nature sont si bien préservés que l'homme a renoncé à les dominer. Pourtant, certains artistes du jardinage les ont simplement domptés aux bénéfices de « petits ...

Voir l'offre



Entre sport et farniente, le cœur de Courtille balance...

► Qualifier l'offre

- Monter des produits en adéquation avec :
 - les spécificités du territoire et notamment les sports de nature
 - le plan marketing opérationnel du Limousin en collant aux clientèles cibles
- 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 entrant dans la gamme régionale définie
- 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
 - ❑ Valorisant une offre cohérente avec celle du territoire, la demande régionale et départementale
 - ❑ Utilisant des outils numériques /supports de diffusion appropriés

- ▶ **Commercialiser l'offre « qualifiée » en ligne**
 - ❑ Via l'Office de Tourisme
 - ❑ Via le site web de l'ADRT Tourisme Creuse et le site « séjours en Limousin »
 - ❑ Via des sites web spécialisés

- ▶ **Moyens pour mener ces actions...**
 - ▶ **Humains** : création d'un poste « Production de séjours en charge du Webmarketing » depuis septembre 2013
 - ▶ **Financiers** :
 - poste associatif soutenu par la Région et le Département
 - Financements européens /Leader Pays de Guéret pour l'acquisition de certains matériels

Autres actions

► En matière de qualité de l'accueil :

- ❑ Classement de l'Office de Tourisme en **catégorie II**
- ❑ 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?





V. ELECTIONS AU CONSEIL D'ADMINISTRATION

6 postes sont à pourvoir

- ▶ 6 membres rééligibles en 2014
- ▶ Georges CHATA
- ▶ Guy DURIEUX
- ▶ Georges GOUNY
- ▶ Jean-Claude GUYONNET
- ▶ Yann SENCE
- ▶ Poste vacant (Pierre AUGER étant devenu membre de droit)

Candidatures

- ▶ Georges CHATA et Yann SENCE ne se représentent pas.
- ▶ Guy DURIEUX, Georges GOUNY et Jean-Claude GUYONNET ont fait part de leur intention de se représenter.
- ▶ Françoise MARCON et Alain MONTMARTIN ont présenté leurs candidatures.
- ▶ Y-a-t-il d'autres candidatures dans la salle ?

(Rappel : selon les statuts, peuvent être candidats et participer au vote, les membres à jour de leur cotisation 2013 et ayant au moins un an d'appartenance à l'Office de Tourisme.)

Candidatures

- ▶ Guy DURIEUX
- ▶ Georges GOUNY
- ▶ Jean-Claude GUYONNET
- ▶ Françoise MARCON
- ▶ Alain MONTMARTIN



VI. MANDAT DU COMMISSAIRE AUX COMPTES

Changement de commissaire aux comptes

- ▶ M. DUGRAINDELORGE notre commissaire aux comptes titulaire depuis 2008 a décidé d'arrêter sa mission à la fin de l'exercice clos 2013.
- ▶ Une consultation a été lancée en mars 2013 pour rechercher un nouveau commissaire aux comptes.
- ▶ La proposition du cabinet **S.A.S ACEC FAUCHER et associés** (Guéret) a été retenue pour intervenir à partir de l'exercice clos 2014.

Commissaire aux comptes titulaire : M. Hervé GAUDON

Commissaire aux comptes suppléant : Mme Véronique FLOIRAT

Mission légale pour les exercices 2014 à 2019



VII. QUESTIONS DIVERSES



**Merci de votre
présence !**