



COMITÉ DE DIRECTION DE L'OFFICE DE TOURISME
VALLÉE DE LA DORDOGNE

COMPTE RENDU DE SÉANCE

Nombre de membres en exercice :
47

Présents : 29 + 14 (en visio)

Votants : 29 (en présentiel)

Pouvoir : 1

Visio : 14 dont 12 votants

Excusés : 6

L'an deux mille vingt et un, le 23 février,

le Comité de Direction de l'Office de Tourisme Vallée de la Dordogne,
dûment convoqué, s'est réuni en session ordinaire,
à St Denis près Martel,
sous la présidence de M. Antoine Béco,

Date de convocation : 08 février 2021

Présents :

Elus (titulaires) : André ANDRZEJEWSKI, Nicole BARDI, Antoine BECO, Claire DALE, Mathieu GENTILHOMME, Nelly GERMANE, Jean-Pierre LASSERRE, Gérard LAVASTROU, Catherine LEJEUNE, Dominique LENFANT, Alain NOUZIERES, Alain SIMONET, Régis VILLEPONTIS

Elus (suppléants votants qui remplacent titulaires absents) : Sébastien DUCHAMP, Jean- Luc LABORIE, Jean-Claude LEYGNAC, Philippe LONGUEVILLE

Socioprofessionnels (titulaires) : Djamilia AICHOUBA, Raphaël ARNAUD, Lydia AUDUREAU, Janine BLANCHER, Jean-Marie BOUYER, François CEYRAC, Gwénaëlle LEPOUTRE, Philippe LEYMAT

Socioprofessionnels (suppléants) : Frédéric HOBBE, Aurélie LECANU, Robert PEYRILLOU, Maxence VAN NIEUWENHUYSE

Procuration : Jean-François ESCAPIL INCHAUSPE à François CEYRAC.

Visio (titulaires votants) : Francis CANARD, Christophe CARON, Nadège CASTANDET, Michel CHARLOT, France CHASTAINGT, Christophe CHIROL, Raphaël DAUBET, Jean-Claude FOUCHE, Philippe GOMBERT, Jean-Pierre GUYOT, Jean-Pierre JOUFFROY, Roselyne MONS

Visio (suppléants) : Aude-Line JALLET, Sylvain PIANTANIDA

Excusés (titulaires) : Dominique CAYRE, Mathieu GIETHLEN, Yoann HEURTEVENT, René PEYRICAL

Excusés (suppléants) : Jean-Philippe FRANCE, Christine GUITTONNEAU

Titulaires et suppléants absents : CARLAT Marie-Claude, Gilles LIEBUS, Philippe RODRIGUE, Pierre MOLES, Claire DELALANDE, Christophe PROENCA, Bernard LE MEHAUTE, Michel REVEILLER, Bernard REYNAL, Arnaud REYNIER, Jean-Louis ROCHE, Jean-Basile SALLARD, Jean-Michel TEULIERE, Bernard TRASSOUDAIN, Alexandre BARROUILHET, Jean-Christophe CID, Guy FLOIRAC, Pierre FOUCHE, Guy MISPOULET, Michèle FOURNIER BOURGEADE, Serge CAMBON, Marion CALMEL, Stéphanie ROUSSIES, Sophie BOIN, André ROUSSILHES, Dominique BIZAT, Maria DE FATIMA RUAUD, Thierry CHARTROUX, Perrine MARTY, Olivier BONNEVAL, Stéphane CHAMBON, Marie-Claude CASTAGNE, Julien VINCENT, Olivier SEGOL, Maurice PRADAL, Fabien LACARRIERE, Samuel FIOUX, Franck CHARRON, Pierre MARCHE, Emmeran ROLLIN

Le quorum est atteint.

Ouverture de la séance à 14h30.

Le président, Antoine BECO remercie les membres présents.

Comme annoncé lors du dernier comité de direction, après avoir échangé avec l'ensemble du personnel, les rencontres avec les élus et les acteurs du territoire sont en cours.

Ce début d'année est marqué par la reconnaissance de la meilleure destination de vacances en Europe suite au concours organisé par le site bruxellois European Best Destination, nous sommes en 12ème position du top 20. Un affichage supplémentaire de la destination à travers des actions de promotion en découleront..

Le projet de bureau d'information touristique installé à Collonges-la-Rouge redémarre, nous espérons le dépôt d'un permis de construire pour la fin d'année.

Le bureau de Martel est peu accessible, la fréquentation y est importante, il est indispensable de voir comment améliorer ce lieu. Un RDV est pris avec M. Daubet, maire de la commune.

Désignation d'un secrétaire de séance : Mme Germane se propose.

Vote à l'unanimité

Le président donne lecture de l'ordre du jour et propose de mettre au vote le compte-rendu du codir du 24 novembre 2020.

Madame Castandet nous a précisé qu'elle avait assisté à cette séance en visio, et demande donc de faire apparaître son nom sur la liste des personnes présentes.

Ce dernier est approuvé à l'unanimité.

Présentation du Débat d'Orientation Budgétaire 2021 comprenant notamment le rapport d'activité 2020 et le plan d'action 2021.

Camille Lachèze présente le DOB 2021, présentation jointe et comme suit :

Première partie les grandes tendances touristiques de 2020 /pages 06 à 10

Une clientèle de proximité en forte augmentation et la présence accrue des résidents secondaires. Le slow tourisme, le respect de l'environnement, les mobilités douces sont de véritables attentes des clientèles d'aujourd'hui et de demain. Aussi, l'OT s'engage en 2021 dans une démarche RSE (responsabilité sociétale des entreprises) visant à intégrer encore davantage les enjeux du développement durable dans notre stratégie interne mais aussi à l'échelle de la destination.

En 2021, les préoccupations liées à la sécurité pendant les déplacements continueront d'avoir une incidence sur tous les aspects de la planification des voyages, que l'on pense au type d'hébergement choisi, à la destination ou encore aux activités pratiquées (protocole sanitaire, enregistrement et paiement sans contact, réservation en ligne...).

La flexibilité est indispensable, la part des réservations en ligne progresse et les acteurs du tourisme doivent proposer des expériences digitales enrichies.

Les stratégies territoriales mises en œuvre /pages 11 à 14

L'Office de Tourisme construit des partenariats efficaces avec les acteurs institutionnels pour mener à bien des projets partagés, dans une logique de complémentarité et de cohérence avec nos propres axes stratégiques.

Le rapport d'activité 2020 /pages 15 à 32

L'année 2020 est évidemment marquée par la crise sanitaire, qui a très largement freiné l'activité touristique, quand elle ne l'a pas totalement arrêté. Les chiffres présentés sur l'accueil/boutique billetterie/vente en ligne/service groupes et visites guidées, sont donc mis en perspective au vu de ce contexte inédit. 656 partenaires ont bénéficié de services + pour optimiser leur visibilité en ligne ou sur les bureaux. La campagne de communication de sortie de crise mise en place autour des différents médias a bénéficié à l'ensemble des acteurs. Notre site web est le 1^{er} site web de destination touristique du sud-ouest de la France. Les relations presse et la stratégie digitale forment un cercle vertueux pour la promotion du territoire.

La situation sociale /pages 32 à 34

La crise sanitaire a bouleversé les modalités de travail : accueil du public interdit ou limité, recours au télétravail et à l'activité partielle, recrutement des collaborateurs saisonniers... L'équipe a fait preuve d'une remarquable solidarité et d'une grande réactivité dans la mise en œuvre et le suivi d'un protocole sanitaire. Par sécurité et par manque de visibilité, des choix stratégiques ont été faits pour limiter l'impact de la crise sur le budget de la structure (embauche de saisonniers revu à la baisse, recours à l'activité partielle).

Antoine Beco félicite l'équipe de cette rigueur et de l'effort fourni par le personnel.

La situation financière /pages 35 à 37

Les dépenses ont été maîtrisées de façon à garantir une situation financière saine en fin d'année, tout en menant à bien le plan de relance de l'activité touristique et de promotion de la destination, indispensable en cette période de crise. Les charges à caractère général baissent en raison du peu d'achat de prestations (activité commerciale en nette baisse), complétée par une baisse de la masse salariale.

En recettes, on constate une baisse du chiffre d'affaires et des marges sur les activités commerciales, du produit de la taxe de séjour (atténué par la perception en décalé du produit de la taxe et du fait du versement tardif des plateformes). La maîtrise des dépenses entraîne un résultat excédentaire (compte administratif en cours de pointage).

Les membres présents évoquent le peu de visibilité pour 2021 et des pertes financières qui seront difficiles à surmonter pour certaines structures.

Objectifs 2021 /pages 38 à 46

Le plan d'action 2021 s'articule autour d'axes prioritaires que sont l'accompagnement des professionnels à travers un partenariat optimisé, la promotion de la destination sous la marque Vallée de la Dordogne partagée avec l'ensemble des acteurs locaux, le renouvellement de nos engagements qualité et la prise en compte de la RSE dans notre stratégie.

Reprise ci-après des thématiques :

☐ **UNE POLITIQUE QUALITÉ DURABLE**

- Construction d'une politique **RSE** interne et collective (avec les OT et l'ADT du Lot)
 - Renouvellement de la marque **Qualité Tourisme**
 - Renouvellement du classement en **Catégorie I**
 - Accompagnement des pros (**qualification de l'offre - professionnalisation**)
 - Obtention de l'agrément pour le **classement des meublés de tourisme**
- Sur cet axe, un budget de 17 000 € est fléché.

L'ADRT en Corrèze assure le classement des meublés de tourisme, contrairement au côté lotois où il n'y a pas d'interlocuteur institutionnel. M. Leygnac précise que cet engagement dans le classement n'empêche pas la collaboration avec l'ADRT, nous n'interviendrons qu'en complément de l'ADRT sur la partie corrézienne.

☐ **UN PARTENARIAT EFFICIENT AVEC LES PROS**

- Développement de la mise en marché des pros via la **conciergerie**
 - Accompagnement des pros dans la **mise en marché**
 - Mise en **réseau** et animation collective
 - Accompagnement des **porteurs de projets**
 - Redéfinition de l'**offre de services** de l'OT
- Sur cet axe, un budget de 18 500 € est fléché.

Ce partenariat avec les professionnels du tourisme concernant le déploiement de la conciergerie de destination (offres de visites, d'activités et d'hébergement commercialisées en circuit court) est proposé pour aider les professionnels et notamment les prestataires d'activités de loisirs et les sites de visites à développer leur chiffre d'affaires. L'Office de Tourisme prendra en charge l'abonnement à la place de marché Elloha et l'accompagnement à la mise en marché pour montrer le champ des possibles sur 7 mois. Cet avantage est uniquement sur la saison 2021. Deux webinaires dédiés à ce sujet sont organisés jeudi 04/03.

La mise en place d'une nouvelle offre de services aux professionnels est nécessaire. Il faut revoir le fonctionnement et le modèle économique actuel qui peuvent être un frein aux relations partenariales. Les professionnels membres du codir doivent également être animateurs de leurs filières aux côtés des référentes filières de l'OT et participer à cette redéfinition de notre gamme de services.

Antoine Beco précise qu'un accompagnement pour revoir notre fonctionnement nous permettra de tisser d'autres relations.

M. Leymat ajoute qu'il est important de quantifier tout le travail effectué par l'OT, les prestataires ne s'en rendent pas toujours compte.

M. Gentilhomme précise que l'on travaille dans le même sens et que le lien financier n'est pas le bon.

Cette redéfinition de services sera l'un de nos fils rouges en 2021.

☐ **UNE INGÉNIERIE AU SERVICE DE L'ATTRACTIVITÉ DU TERRITOIRE**

- Accompagnement des **projets de territoire**
 - **Observatoire** touristique - enquêtes de conjoncture
 - Suivi des politiques régionales (**GSO - NOTT**)
 - Valorisation et promotion de l'offre d'**itinérance**
 - Développement des **compétences internes**
- Sur cet axe, un budget de 21 000 € est fléché.

☐ **DES CONTENUS RENOUVELÉS EN LIGNE**

- Refonte des **contenus** et du **design** des pages web
 - **Production de contenus**
 - **SEO** optimisation du référencement
- Ces actions contribuent au bon référencement de notre site.
Sur cet axe, un budget de 23 500 € est fléché.

□ LA NOTORIÉTÉ DE LA MARQUE ET SES ACTEURS

- Campagnes de diffusion du **magazine**
- Campagne **digitale** - Instameets
- **Relations presse**
- Workshops - promotion **internationale**
- Développement d'une **médiathèque**
- Participation aux actions de promotion des **partenaires institutionnels**

Sur cet axe, un budget de 93 000 € est fléché.

Le magazine de destination comprenant cette année l'intégralité de l'offre touristique (hors hébergements - édition à part) est édité à hauteur de 175 000 exemplaires pour être diffusé sur les régions de Bordeaux, Toulouse et Clermont-Ferrand. Il sera également diffusé sur tout le territoire de la Vallée de la Dordogne pour porter la marque auprès des habitants et des résidents secondaires.

En 2021, nous renouvelons notre participation financière à la campagne de communication menée par Corrèze Tourisme. Côté lotois, Cauvaldor finance la campagne portée par Lot Tourisme.

□ L'EXPÉRIENCE VOYAGEURS TRANSFORMÉE

- "L'étonnant voyage" décliné dans toute la **politique d'accueil**
- Création d'une gamme de **produits identitaires**
- Nouvelles **offres commerciales identitaires**
- Offres commerciales pour des **cibles nouvelles**

Pour cette stratégie de marque allant au-delà du digital, le budget fléché est de 96 000 €, pour 105 000 € de recettes commerciales attendues.

□ UNE STRATÉGIE D'ACCUEIL REPENSÉE

- Suivi des projets de **nouveaux BIT** dont les portes d'entrée de la destination (Rocamadour, Collonges) et aménagement de Martel
- Évolution des **outils d'accueil** pour personnaliser le conseil (roadBOOK)
- Développement de la stratégie marketing de **GRC**

Sur cet axe, un budget de 12 400 € est fléché.

Le roadBOOK est un nouvel outil pour l'accueil des visiteurs en OT, des offres sont assemblées lors de l'échange avec le client, puis, via son contact mail, elles lui sont transmises sous la forme d'un carnet de voyage. Avec ce contact mail, nous pouvons accompagner le client pendant le séjour, c'est un travail d'automation.

Des échanges ont lieu sur la conciergerie de destination. Celle-ci fonctionne via la place de marché Eloha. Aurélie Lecanu précise qu'Eloha ne répond pas aux attentes de tous les professionnels. L'outil a évolué et Thomas Sauzet, chef de projet vente en ligne à l'OT, est à la disposition des professionnels pour les accompagner dans la prise en main et l'utilisation de toutes ses fonctionnalités.

M. Leymat demande comment s'organise le dépôt-vente sur les BIT pour les producteurs. Les espaces boutique sont réduits mais nous y valorisons les producteurs locaux, la commission est de 30%.

La parution du magazine est prévue le 15 mars. Il intègre tous les sites de visites, activités de loisirs, artisans, producteurs et restaurants ayant répondu à la collecte d'infos 2021.

Mme Aichouba demande si la proposition de reportage photos à tarif négocié par l'OT se fera toujours. L'offre de services va être envoyée courant mars et elle intègre effectivement cela.

M. Gentilhomme demande des informations quant au rôle de l'OT dans l'opération de pass départemental porté par Lot Tourisme. Il relève que celui-ci n'intègre pas les professionnels corréziens et l'implication de l'OT est donc contestable.

Camille Lachèze informe l'assemblée du dispositif « Pass » lancé par l'ADT du Lot qui s'inscrit dans la continuité de la campagne de communication travaillée avec l'agence Very Well. Ce pass est destiné aux habitants et résidents du Lot et ouvre droit à des tarifs négociés auprès des sites de visite (-30 à -50 % ou gratuité). L'OT est sollicité pour en faire le relais sur ses bureaux.

Plusieurs professionnels ont fait part de leurs avis très contrastés sur ce dispositif (réductions peu valorisantes pour attirer du public, réduction de la marge bénéficiaire...). L'OT a relayé ces éléments à l'ADT, tout comme l'OT de Cahors Vallée du Lot. L'opération sera menée par Lot Tourisme en 2021 à titre expérimental.

Orientations budgétaires (BP 2021 provisoire) /pages 47 à 50

Le budget primitif 2021 comprend de nombreux avantages offerts aux professionnels du tourisme dans un contexte économique toujours incertain. Le plan de promotion est ambitieux et s'attache à conquérir la clientèle de proximité.

Orientations :

En dépenses, le budget « actions stratégiques 2021 » présente des opérations de promotion offensives, une refonte de la stratégie d'accueil, un plan de formation conséquent pour les équipes... A cela s'ajoutent les actions renouvelées chaque année, indispensables à la promotion de la destination et de ses acteurs (édition du magazine à 175 000 ex, des plans de ville, de la carte touristique, les frais liés au géocaching Terra Aventura, le développement d'outils digitaux – avis clients, vente en ligne...).

Les charges de personnel incluent le 4^{ème} trimestre 2020 des collaboratrices mises à disposition par Cauvaldor, les indemnités de fin de carrière d'un membre de l'équipe, ainsi que le recrutement de personnel saisonnier conformément aux ouvertures habituellement pratiquées (base 2019).

CHARGES D'EXPLOITATION	BP 2021
CHARGES À CARACTÈRE GÉNÉRAL	1 155 080,00 €
CHARGES DE PERSONNEL	1 450 000,00 €
AUTRES CHARGES	190 210,00 €
OPÉRATIONS D'ORDRE DE TRANSFERT ENTRE SECTIONS	61 210,00 €
	2 856 500,00 €

Nous devons rester prudents quant aux recettes commerciales liées à l'activité groupes, ainsi qu'à la collecte de la taxe de séjour. Ces recettes ont été revues à la baisse.

Les subventions accordées par la Région Nouvelle Aquitaine pour les emplois aidés sont arrivées à terme en 2020 (-67 000 €).

Les recettes issues des partenariats avec les professionnels du tourisme sont nettement inférieures (-100 000 €), de nombreux avantages ayant été accordés pour les soutenir en cette période difficile :

- Gratuité accordée à tous pour figurer dans la Magazine 2021 (sites de visite, activités de loisirs, producteurs, artisans, restaurants)
- Gratuité accordée à tous les hébergeurs pour figurer sur la e-brochure hébergements (éditions à la demande)
- Gratuité du dépôt de dépliants pour les pros ayant maintenu le service l'an dernier en mode "dégradé"
- Visibilité en ligne offerte aux meublés, chambres d'hôtes, producteurs, artisans et restaurants
- Réduction multi-activités maintenue et conditions d'accès étendues

RECETTES D'EXPLOITATION	BP 2021
ATTÉNUATION DE CHARGES	32 000,00 €
PRODUITS DES SERVICES	704 000,00 €
DOTATIONS	747 000,00 €
AUTRES PRODUITS Taxe de séjour	780 000,00 €
PRODUITS EXCEPTIONNELS	39 100,00 €
OPÉRATIONS D'ORDRE DE TRANSFERT ENTRE SECTIONS	1 400,00 €
RÉSULTAT REPORTÉ	553 000,00 €
	2 856 500,00 €

Investissements (BP 2021 provisoire) :

- Matériel informatique : renouvellement, équipement de nouveaux entrants, solution Logitech pour visioconférence / 22 000 €
 - Matériel de bureaux, équipement mobilier : suite à un audit interne, besoins identifiés sur chaque BIT / 10 000 €
 - Travaux d'aménagement : BIT d'Argentat (concept « étonnant voyage ») et Martel (relocalisation) / 10 000 €
 - Déploiement d'outils numériques : évolutions du site web, des outils de vente en ligne, roadbook / 5 000 €
 - Logiciels : photothèque-médiathèque Alphasia, SI RH (outil de gestion sociale du personnel) / 10 000 €
 - Achat d'art : photos, vidéos / 5 000 €
 - Véhicule : achat d'une voiture de service / 15 000 €
- Total : 77 000 €

Le débat d'orientation budgétaire ainsi présenté sur la base du rapport en annexe est proposé au vote.

1 abstention, 28 voix pour.

DÉLIBÉRATIONS

- **Délégation de signature à la directrice**

pour l'exécution des dépenses dans les limites budgétaires fixées par engagement et l'exécution de l'ensemble des recettes pour prendre toute décision concernant la préparation, la passation, l'exécution et le règlement des marchés, des accords-cadres et de leurs avenants, lorsque les crédits sont inscrits au budget.

pour prendre toute décision concernant la gestion sociale dans le cadre du tableau des emplois votés annuellement par le Comité de direction, et les prestations liées aux activités sociales et culturelles (chèques cadeaux, bons cadeaux...) sur proposition du CSE et accord avec le Président.

Vote à l'unanimité

- **Demande de renouvellement de la marque Qualité Tourisme**

Le dernier renouvellement de la marque date du 31 janvier 2018.

Aussi, il convient de confirmer notre engagement dans la démarche qualité en sollicitant une nouvelle fois le renouvellement de la marque, ceci dans le but de faire du territoire Vallée de la Dordogne une destination touristique d'excellence mais également pour bénéficier d'un dispositif performant pour l'animation des équipes et la coordination des partenaires.

Ce renouvellement s'accompagne de la prise en compte de la RSE (responsabilité sociétale de l'entreprise) dans la construction de la stratégie de l'Office de Tourisme et des actions qui en découlent.

Vote à l'unanimité

Un groupe Qualité de destination, également appelé Club Qualité, est composé de plusieurs membres qui sont amenés à définir et mettre en œuvre les actions d'amélioration, identifiées à partir des indicateurs qualité mis en place et qui ne relèvent pas de la compétence de l'OT (équipements, services publics, prestations diverses...).

Nous vous proposons d'intégrer au Club Qualité les membres du Bureau de l'OT ainsi que des Techniciens extérieurs issus du PETR VDC, de Cauvaldor, et du Syndicat Mixte du Grand Site de Rocamadour, qui étaient déjà acteurs de ce club par le passé. Les réunions (2 par an) de ce club se tiendraient en amont des réunions du Bureau de l'OT.

Gloria Lafarge, référente qualité à l'OT, a un rôle de coordinateur et d'animateur de cette démarche qualité. Elle réalise les bilans qualité et anime les réunions du Club Qualité avec la direction.

- **Demande de renouvellement du classement en Catégorie I**

Vote à l'unanimité

- **Demande d'accréditation au classement des meublés de tourisme**

Vote à l'unanimité

- **Renouvellement des documents cadres attachés aux services commerciaux**

Vote à l'unanimité

Détermination des prix des produits boutique et produits touristiques

Vote à l'unanimité

- **Autorisation d'engager, de liquider ou mandater des dépenses d'investissements jusqu'à l'adoption du budget primitif**

Vote à l'unanimité

- **Autorisation d'effectuer des remboursements de frais engagés**

Vote à l'unanimité

Questions diverses :

M. Lasserre informe les membres du projet du bureau d'information touristique de la Vallée de la Dordogne installé à Collonges la Rouge. Il doit être dimensionné au nombre de visiteurs à Collonges. Le ministère a émis un avis défavorable sur le précédent projet, nous repartons donc sur une nouvelle proposition. Plusieurs esquisses sont demandées à l'architecte avec un recalibrage léger des surfaces. A la fin de l'année, nous déposerons un nouveau permis de construire. Prochain RDV sur ce dossier le 12 mars.

Le prochain codir se tiendra le 31 mars en Corrèze.

Pour les personnes en visio, nous utiliserons le google form pour le vote comme lors de la séance du 24 novembre 2020.

La séance est levée à 17h.

Le Président,
Antoine Béco