

HAUTE-VIENNE TOURISME
CONSEIL D'ADMINISTRATION

Vendredi 16 Mai 2014

ETAIENT PRESENTS

M. Daniel FAUCHER – Conseiller Général – Président de Haute-Vienne Tourisme
M. Michel FAGES – Vice-Président du Conseil Général de la Haute-Vienne
M. Raymond ARCHER – Conseiller Général de la Haute-Vienne
M. Francis BARRET – Conseiller Général de la Haute-Vienne
M. Bernard BROUILLE – Vice-Président du Conseil Général de la Haute-Vienne
M. Jean-Pierre DRIEUX – Conseiller Général de la Haute-Vienne
M. Claude PAULIAT – Conseiller Général de la Haute-Vienne suppléant de M. Michel PONCHUT
Pouvoir de Messieurs ALLARD et VEYRIRAS – Conseillers Généraux de la Haute-Vienne

M. Antoine CODET-BOISSE – Président de Gîtes de France Haute-Vienne
MME Christiane GAILLARD – Trésorière de Comité Dpt Randonnée Pédestre – représentant M. Gérard MAZURIER – Président
M. Claude PLUSS – Représentant Pays de St-Yrieix – Sud Haute-Vienne
M. Adrien DENIZOU – Représentant Pays du Haut-Limousin
Pouvoir de M. DURET – SNAV
M. François ROULIERE – Représentant les Chambres consulaires
Mme Adeline FUMET – Président de l'O.T. Issaure
M. Pierre EDOUARD – Directeur du C.R.T. Limousin – représentant Mme Christelle COURSAT – Présidente

M. Thierry GENTES – Directeur Général adjoint des services – Conseil Général de Haute-Vienne
M. Philippe MONTASTIER – Commissaire aux comptes – FIDAUDIT
M. Gilles MALTHIEU – Expert comptable – P.W.C.
M. Michel BAYLE – Directeur de Haute-Vienne Tourisme

ETAIENT EXCUSES

M. ALLARD – Conseiller Général de la Haute-Vienne
M. DURET – Représentant le SNAV
Mme COURSAT – Présidente du C.R.T.
Mme DEBOURG – Présidente de l'Office de Tourisme de Limoges

Une chemise regroupant les éditions 2014 (carte touristique, brochure Hôtels, campings, les 2 brochures commerciales) ainsi que les objets de communication (cartes postales, stylo, auto-collant, et épreuve de l'affiche de la campagne d'affiche « destination Haute-Vienne ») est remise à chaque participant.

I – Point d’actualité

M. Daniel FAUCHER, Président ouvre la séance en précisant que l’année 2013 n’a pas été une bonne année pour l’économie nationale et le tourisme ne s’est pas singulariser dans ce contexte.

En ce qui nous concerne :

- Pour ce qui est de l’impact sur le service commercial, le nombre d’annulations, n’a pas permis de réaliser le CA prévisionnel fondé sur une vision très optimiste du marché. L’année 2014 semble partie sur de meilleures bases avec un montant de réservation de dont confirmés.
- Cet aspect économique, nous a amené à définir des lignes d’action d’évidence, tout d’abord, fédérer de façon plus accrue les offices de tourisme, afin de mettre en œuvre une vraie politique de destination départementale, en respectant, bien sûr, les singularités de chacun. C’est à ce titre que nous avons proposé une fusion avec l’UDOTSI, afin que chacun des offices du territoire puisse s’inscrire et participer à la dynamique nécessaire aux échelons départementaux et régionaux, en termes de ligne promotionnelle, de formation et de mutualisation des outils.
- D’autre part, nous avons pu constater que la visibilité de notre destination départementale n’était pas suffisante, du fait, entre autre d’une réduction drastique et finalement préjudiciable de notre présence dans des lieux de promotion essentiels dans des bassins de clientèles pérennes, tels que les salons des pays de Loire.
- Nous avons donc décidé de retourner sur ces évènements sur l’exercice 2014.

Les premiers salons auxquels nous avons participé en ce début d’année 2014 (Nantes, Rennes et le Mondial du tourisme, MAP Pro à venir en collaboration avec le CHAL), nous ont confirmé l’intérêt suscité par l’offre riche du département de la Haute Vienne lorsque celle-ci était bien exposée ou médiatisée.

En effet, cette offre a une grande diversité de points d’intérêt allant de son écrin nature, à une richesse culturelle dense et variée en passant par un patrimoine architectural et humain important. De plus comparativement aux deux autres départements de la région, la Haute Vienne est reconnu comme le plus dynamique économiquement. C’est d’ailleurs ce qui sera présenté lors d’une campagne d’affichage, prévue en 2013 et finalement réalisée en 2014, dans les principales villes des départements limitrophes

Concernant, la promotion à l’international, le principal vecteur a été la presse, par des accueils définis dans le cadre de la stratégie régionale et la distribution de documentation au Royaume Uni grâce à nos partenaires de « Welcome en Limousin »

Dans le cadre d’une démarche régionale partagée, nous avons entamé une dynamique de sélection d’offres qualifiées et d’accompagnement vers la qualification. D’une part, nous avons mené une étude permettant de sélectionner un prestataire pertinent sur la procédure de classement des meublés de tourisme, nous avons également interrogé les mairies du département sur le niveau de

déclaration en mairie de ces hébergements. Cette démarche est bien relayée au niveau des territoires infra par les offices de tourisme.

Cette mise en avant de l'offre qualifiée se retrouve d'ailleurs dans la présentation des éditions 2014. C'est dans ce même état d'esprit, que nous déployons, dans le cadre de la stratégie partagée une offre spécifiquement dédiée à la famille : « Escapade en famille ». Nous allons repérer des prestataires susceptibles de proposer une offre d'hébergement et d'activités adaptée à des vacances familiales, en créant des passerelles entre les hébergeurs et les lieux d'activité (station de tourisme, aqua center, base de pleine nature, parc animaliers etc...)

Sur le plan des activités de pleine nature, il nous semble important de refaire le chemin en direction des filières, telles que le cheval, la pêche et la randonnée afin avec leur collaboration, de mettre en exergue le réseau d'itinéraires riches et variés qui permettent de visiter la Haute Vienne et prendre toute la mesure de sa richesse.

Sur le plan du maillage territorial, nous nous efforçons à impliquer tous nos partenaires locaux, OT et Communauté de communes afin de développer une connaissance, des savoir-faire et un projet de développement touristique départemental, tout en respectant les singularités de chacun. C'est à ce prix que nous offrirons à nos visiteurs une image à la fois dynamique et apaisante, propice à un séjour de qualité.

Nous nous félicitons également des relations enrichissantes que nous entretenons avec toutes les composantes du monde économiques, bien évidemment plus encore avec celles qui œuvrent dans le tourisme, relation qui se concrétisera très prochainement par une convention avec la CCI, afin de fédérer nos outils certes, mais également de porter un regard commun et convergent sur les actions à mener pour encore améliorer l'offre.

Organiser la venue de nouveaux visiteurs dans nos espaces, améliorer la qualité de notre accueil, solliciter des retombées économiques sur notre territoire, permettant de créer de l'emploi direct ou indirect, pérenne ou saisonnier, en un mot créer de la richesse sur nos territoires, voilà ce à quoi nous nous efforçons au travers de chacune de nos actions.

C'est à ce titre que nous sommes en train de redéfinir notre ligne éditoriale, notamment sur les réseaux sociaux ainsi que les contours du prochain site internet, plus moderne au niveau du design, permettant une réelle interaction avec le visiteur et donnant l'image de la réelle dynamique de notre destination. Ce site sera enrichi de vidéo filmée depuis un drone afin de donner une image moins restreinte de nos espaces, la mise en ligne en 2013 de photos panoramiques a permis de vérifier l'impact de ces nouvelles technologies de prise de vue.

Alors permettez-moi de conclure par le maître mot de nos actions futures, tant que nous pourrons les mener, et qui sera le slogan de notre future campagne d'affichage : « La Haute Vienne, POURQUOI PAS ! »

M. Michel BAYLE, Directeur donne les précisions concernant la communication :

1) Campagne d'affichage 4x3 – 119 faces pour

- faire connaître la destination Haute-Vienne (moins de 2 heures de route),
- augmenter la lisibilité de la destination et sa notoriété,
- augmenter la fréquentation sur le territoire départemental : sites, Hébergements, évènementiels,
- développer les court-séjours.

Implantation sur les axes principaux aux entrées de ville :

- | | | |
|----------------------------|----------|-----------------------------------|
| - Châteauroux (A20) | 21 faces | du 26 mai au 1 ^{er} juin |
| - Brive-la-Gaillarde (A20) | 30 faces | du 28 mai au 3 juin |
| - Angoulême (N141) | 25 faces | du 29 mai au 4 juin |
| - Périgueux (N 21) | 22 faces | du 29 mai au 4 juin |
| - Poitiers (N147) | 21 faces | du 16 au 22 juin |

2) Cartes postales 7 volets (gratuites) avec présentoir fourni

- 15.000 ex pour les Offices de Tourisme du département : quantité données en fonction de la fréquentation (diffusion effectuée lors de la Bourse aux documents qui a eu lieu le 10 avril dernier)

Le but :

- communiquer et faire la promotion de la destination Haute-Vienne vert l'extérieur,
- augmenter la lisibilité de la destination et sa notoriété
- faire la promotion sur les sites du département, savoir-faire et site internet mobile Haute-Vienne

Un seul exemplaire est mis en présentoir pour générer des contacts avec les conseillers en séjour car les clients doivent les demander ce qui évite le gaspillage.

Il annonce également le retour en 2014 de Haute-Vienne Tourisme sur les salons : Nantes, Rennes et Map Pro à Paris. Avons également participé au salon de la Randonnée de St-Junien pour la 2^{ème} année et allons être présents comme chaque année à la course des gendarmes et des voleurs de temps à Ambazac.

II– Arrêté des comptes 2013

Documents financiers 2013 de PWC remis aux membres du Conseil d'Administration

M. Gilles MALTHIEU, expert comptable – PWC donne les grandes lignes de l'exécutif budgétaire 2013. (document remis aux membres du Conseil d'Administration)

M. Raymond ARCHER qui fait la remarque concernant une différence de 102,54 € sur la ligne « frais de personnel » entre le document comptable et le document analytique. (cette différence est justifiée du fait que les comptes sont répartis en analytique par ligne budgétaire). Le résultat de l'exercice est le même.

Le budget 2013 est approuvé par les membres du C.A. à l'unanimité.

M. MONTASTIER, Commissaire aux comptes n'a aucune remarque à faire et valide des comptes sans réserve ni objection

III – Budget prévisionnel 2014

M. Daniel FAUCHER donne des précisions concernant le prévisionnel 2014 :

I) Concernant les dépenses

Charges de personnels : les charges de personnel sont en augmentation de 7,8%, du fait d'une majoration de salaire pour deux agents de 50pts (70€ brut par mois) et le recrutement d'un emploi d'avenir sur la thématique « pleine nature » (21 000€) La dépense ne devrait pas être de ce niveau car le recrutement du contrat d'avenir n'est pas finalisé.

Frais de structure : l'inscription 2014 prévoit une baisse de 0,9%, comparé au prévisionnel 2013

Le poste promotion : une augmentation de 17,3% comparé au prévisionnel 2013 et en baisse de 3,7 % comparé au réalisé 2013. C'est dans la droite ligne des ajustements de nos actions tel que décrit dans le point d'activité.

La ligne de promotion commerciale est diminuée de 9,5%, nos outils allant être revus et devraient voir leur cout diminuer. Nous éditerons certainement un seul document promotionnel au lieu de deux.

Le poste Développement et organisation des territoires est maintenu au même niveau et sera augmenté du transfert de trésorerie de l'UDOTSI, lorsque la fusion sera effective (5000€), pour le moment, les fonds ont été remis suite à la dissolution mais non intégrés à l'exercice 2014.

Le service commercial : le poste achat de prestations a été réduit de 18%, comme la prévision de recettes, si l'exercice 2014 s'avérait meilleur que prévu, les deux postes augmenteraient dans la même proportion.

II) Concernant les recettes

Fond dédiés : 12300€ pour la réalisation de la plaquette « Route de la Porcelaine »

Service commercial : la prévision de recettes a été diminuée de 18% comme indiqué précédemment

Subvention Conseil général : La subvention a été maintenue à son niveau de 2013, ce qui est appréciable au vu des resserrements budgétaires qui s'imposent aux collectivités territoriales. Cela nous engage à être performants dans la promotion de la destination départementale.

M. ROULIERE fait remarquer l'augmentation anormale des honoraires comptables (+8,5 %), voir pour négocier ces derniers.

Le Budget prévisionnel 2014 est approuvé par les membres du C.A. à l'unanimité.

M. Michel FAGES, Vice-Président du Conseil Général, et Président du Comité de Pilotage « Route de la Porcelaine » espère que la brochure va bientôt être éditée. Il annonce que le site fonctionne bien. Il y a 22 adhérents actuellement. Il précise que ce projet a été lancé il y a 2 ans.

M. Daniel FAUCHER précise que cette réalisation était un souhait de la Présidente du Conseil Général, qui en général donne une feuille de route lors de notre assemblée générale.

M. BAYLE évoque les points suivants :

- « les routes de la Porcelaine », le Conseil Général en assure la gestion et Haute-Vienne Tourisme la communication.
- Le site de Saint-Pardoux est en ligne depuis le 17 avril
- le site Internet « Hte-Vienne Tourisme », nécessité de refonte du site pour donner plus de dynamisme, il faut de l'image qui bouge et nous avons des sites qui le méritent.

M. BARRET demande si l'on ne pourrait pas faire de flash sur chaîne télé comme le fait la Lozère et la Savoie.

M. Pierre EDOUARD informe que la campagne d'affichage effectuée par la région Limousin dans le métro représente un budget de 250.000 € et pour une campagne télé il faut compter un million d'euros.

M. BAYLE pense qu'il faut attirer l'image par des jeux concours via les réseaux sociaux.

IV - Modification des statuts pour intégration de l'Union Départementale des Offices de Tourisme

M. FAUCHER remercie Mme Adeline FUMET d'avoir assuré bénévolement la Présidence de l'UD OT/SI

Mme FUMET informe qu'il faudrait que Haute-Vienne effectue l'appel à cotisation auprès des Offices de Tourisme pour 2014 sachant que l'appel de cotisation 2013 n'a pas été fait.

Haute-Vienne Tourisme ne peut pas faire appel à cotisation avant l'approbation des nouveaux statuts qui seront soumis à l'assemblée générale extraordinaire le 19 Juin prochain.

Les statuts ayant été transmis aux membres du C.A. avec la convocation, M. FAUCHER demande s'il y a des observations.

Après lecture, une erreur concernant le nombre de membres au Conseil d'Administration n'est pas de 33 mais de 23 membres.

La séance est levée 18 H 30