

Office de Tourisme Intercommunal
Lacs et Gorges du Verdon

Place Martin Bidouré, 83630 Aups
04.94.70.19.12
accueil@cclgv.fr
www.lacs-gorges-verdon.fr

**Lacs et Gorges
du Verdon**
TOURISME



**COMPTE-RENDU CONSEIL D'EXPLOITATION N°7
DE L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL**

**MARDI 15 OCTOBRE 2019 – 14H
SALLE DES FETES – LES SALLES-SUR-VERDON**

-Présents :

- Charles-Antoine MORDELET, Président OTI, Vice-Président Tourisme CCLGV et Maire d'Aiguines.
- Lydie CLIQUET, Vice-Présidente OTI et Camping Le Ruou, Villecroze.
- Jean-Marie GARRON, Maire d'Artignosc-sur-Verdon.
- Emile CALCHITI, Maire de Bauduen.
- Anne HOUY, Maire de Régusse.
- Alain BATTAGLINI, 1^{er} Adjoint au Maire des Salles.
- Gérard LACROIX, loueur de canoës, Aiguines.
- Anthony ARNDT, Château Thuerry, Villecroze, représentant Jean-Louis CROQUET.
- Laurent PERICAT, développeur Maison de la Truffe, Aups.

-Excusés :

- Rolland BALBIS, Président CCLGV.
- Denise GUIGUES, Maire des Salles-sur-Verdon.
- Jean BACCI, Maire de Moissac-Bellevue.
- Pierre JUGY, Maire de Tourtour.
- Raymonde CARLETTI, Maire de La Martre.
- Bernard PANTEL, 1^{er} Adjoint au Maire d'Aups.
- Joël BOULLERET, propriétaire de meublés, Bauduen.
- Ghislaine MARGOTTEAU, La Bastide des Pignes, Régusse.
- Sébastien GAILLARD, restaurant La Truffe, Aups.
- Gilles LIONS, Auberge des Salles, Les Salles-sur-Verdon.
- Magali LACHAL, Association Ciel Mon Tourtour.

-Salariés présents :

- Fabien PERROT, Directeur.
- Reina BOMAS, Responsable accueil et référente boutique.

-Compte-rendu :

Charles-Antoine MORDELET, Président de l'OTI LGV, ouvre la séance et cède la parole à Alain BATTAGLINI, 1^{er} Adjoint au Maire des Salles sur Verdon, qui nous accueille ce jour en sa commune et fait un mot d'introduction. Il remercie Reina pour la qualité de son travail, avant son départ en retraite à la fin de l'année.

Alain BATTAGLINI regrette la suppression de la ligne estivale de transport régional Aups – Moustiers. Il demande à ce qu'une action soit menée auprès de la Région Sud.

Fabien PERROT lui précise que, dans le cadre de la Smart Destination, le Président du PNR Verdon s'est félicité de l'augmentation du cadencement entre Marseille et Castellane.

Néanmoins, cela pose la question de la jonction avec la rive gauche du Verdon.

Fabien PERROT indique qu'il a proposé en COTECH Smart Destination de déployer l'expérimentation Covoit'ici de la CCLGV à l'échelle du Grand Verdon avec des arrêts à Moustiers et Castellane.

Charles-Antoine MORDELET et Emile CALCHITI estiment que le covoiturage n'est pas très adapté au milieu rural et qu'il faut plutôt faire pression auprès de la Région pour rétablir des lignes de bus, mais en prévoyant de moins grandes capacités (mini-bus de 20 à 30 personnes maxi).

Charles-Antoine MORDELET donne ensuite la parole à Fabien PERROT pour dérouler l'ordre du jour.

1/ Bilan de saison 2019.

Fabien PERROT présente le bilan de saison 2019, voté par le Conseil Communautaire le 26 septembre 2019.

Il cède la parole aux membres pour échanges et recueillir leurs impressions sur la saison 2019.

Les membres sont unanimes pour reconnaître que la saison 2019 n'a pas été bonne et qu'il faut développer les ailes de saison.

Charles-Antoine MORDELET explique que c'est sa 41^{ème} saison et l'une des plus mauvaises. Certes, le mois de septembre a été très bon mais il ne remplacera jamais le mois de juillet qui a été complètement atone. Il faut en tirer les conséquences selon lui.

Alain BATTAGLINI a noté moins de fréquentation néerlandaise en particulier. Il faisait beau chez eux également et ils ne sont pas descendus.

Anthony ARNDT abonde en son sens et indique une baisse des ventes de 30% à Château Thuerry au mois de Mai. Il souligne également une baisse en juillet. Il évoque ensuite une diversification à venir du domaine, notamment vers les séminaires d'entreprises.

Fabien PERROT évoque ensuite des pistes de travail avec Var Tourisme pour la suite.

Il a été demandé à Var Tourisme par plusieurs territoires de réinvestir le marché français qui constitue + de 80% de la clientèle du Département. Var Tourisme proposerait 3 actions en 2020 :

- campagne d'affichage dans le métro parisien, mutualisée au niveau des coûts.
- opération événementielle de type micromarché sur Paris – Île-de-France.
- Micromarché en région Sud à l'attention de la clientèle de proximité.

Laurent PERICAT estime que cela va dans le bon sens et qu'il faut arrêter de viser des clientèles très lointaines qui ne représentent qu'un très faible pourcentage de notre clientèle globale.

Lydie CLIQUET pense qu'il vaut mieux mener ce genre d'opérations seuls avec les professionnels du territoire qui veulent cofinancer l'opération.

Fabien PERROT rappelle les marges de manœuvre budgétaires étroites de la structure. Il faudra faire des choix. Participer aux opérations mutualisées avec Var Tourisme ou décider de faire les opérations à l'échelle CCLGV. Il insiste sur la nécessité d'être

ambitieux. Le territoire est somme toute de taille modeste, il n'est pas sûr que notre message soit audible si nous faisons cavaliers seuls.

A l'issue de la discussion, il est décidé collectivement d'attendre le plan d'actions 2020 finalisé de Var Tourisme pour étudier si nos demandes ont bien été prises en compte et de quelle manière et de voir si nous réinvestissons les marchés de proximité seuls ou dans le cadre d'un partenariat.

2/ Sélection des prestataires mission photo et vidéo 2020 – 2021.

Après un bref rappel du cahier des charges et des attendus de la mission :

- photos et vidéos réalisées au moyen d'un drone, pour les réseaux sociaux.
- événementiel.
- itinérance (prise de compétence au 01^{er} janvier 2020),

Fabien PERROT a présenté les échantillons transmis par les prestataires et les grilles de notation.

A l'issue de cet exposé, les membres ont émis les remarques suivantes :

-Sur la mission photo, étant donné le budget limité sur l'opération, ils comprennent l'intérêt de retenir la proposition de Philippe MURTAS. Il rentre dans notre enveloppe, il est fiable et à l'écoute. Il saura répondre à notre demande sur l'événementiel. Sur les réseaux sociaux, Fabien PERROT missionnera Maud DUMONTANT afin qu'elle veille à ce que les clichés soient originaux et substantiellement différents de la mission précédente.

-Sur la mission vidéo : tous les membres s'accordent à dire que les échantillons de Wairdrone sont trop artisanaux. Le « tout drone » n'est pas suffisant. Une qualité supérieure de prestation est attendue.

La prestation de Var ULM ne correspond pas à l'esprit de la destination selon Charles-Antoine MORDELET. Nous sommes au cœur d'un Parc Naturel Régional. Il faut faire attention à cela selon lui.

Un débat s'engage alors sur le choix entre la proposition de David BURE et sur l'offre de Mise en Boîte Production.

La vidéo de David BURE est certes centrée sur un thème économique mais elle est très professionnelle. Il y a de l'humain, différents types de plans et elle correspond davantage aux attentes des différents membres.

Gérard LACROIX demande à revoir les vidéos réalisées par Mise en Boîte Production l'année dernière.

Il souligne la qualité incomparable de la prestation par rapport aux offres de cette année.

Laurent PERICAT pense que le devis correspond à une entreprise qui fonctionne bien et qui sélectionne davantage ses clients.

Gérard LACROIX pense que le budget a été réajusté par rapport au nombre de jours nécessaire sur la 1^{ère} mission.

Charles-Antoine MORDELET propose de retenir Mise en Boîte Production après négociation par Fabien PERROT. Il faut faire baisser le coût de la prestation au minimum de 1 000 € et, si possible, de 3 000 € pour que l'ensemble des prestations de contenu

(photos et vidéos) ne dépassent pas 20 000 € sur 2 exercices (5 000 € photo et 15 000 € maxi pour les vidéos).

Fabien PERROT précise qu'il va négocier avec le prestataire et tiendra les membres informés lors du prochain conseil d'exploitation.

3/ Diagnostic étude stratégie marketing et numérique.

Fabien PERROT présente le diagnostic de l'étude marketing et numérique Grand Verdon menée par le cabinet SCET / Bastille.

Ce diagnostic a été présenté aux élus lors du comité de pilotage qui s'est tenu à Sainte-Croix du Verdon le 29 mai 2019.

Il indique aux membres que le cabinet de communication Bastille a souligné la qualité des supports de promotion (sites web, photos, vidéos...) de tous les territoires de la Smart Destination Verdon.

Le seul bémol concernant notre territoire est la fluctuation de l'application de notre charte graphique notamment au niveau des vidéos mais Fabien PERROT rappelle la jeunesse de notre Office de Tourisme et que la charte graphique a été créée après le lancement des 1ères vidéos. Ce sera un point d'amélioration pour la nouvelle mission vidéo.

4/ Stratégie étude marketing et numérique Grand Verdon.

Fabien PERROT présente la stratégie de l'étude marketing et numérique Grand Verdon menée par le cabinet SCET / Bastille.

Cette stratégie a été présentée aux élus et à un panel de professionnels lors du comité de pilotage qui s'est tenu au centre culturel d'Aups le jeudi 11 juillet 2019.

Fabien PERROT indique le positionnement retenu : « nature et bien-être », par rapport à l'omniprésence de l'eau sur la destination et à l'implantation de la 3^{ème} station thermale de France sur la destination (Gréoux-les-Bains). Il présentera le plan d'actions lors du prochain conseil d'exploitation.

5/ Plan actions itinérance.

Fabien PERROT présente le plan d'actions itinérance, validé par le conseil communautaire du 20 juin 2019 et partagé lors d'un comité de pilotage dédié le 4 juillet 2019.

Sur ce point, il précise que toutes les communes ont délibéré favorablement sauf Vérignon qui ne souhaite pas de promotion.

La commune des Salles-sur-Verdon délibèrera le 18 octobre, ce que confirme Alain BATTAGLINI.

Fabien PERROT indique que seuls Châteaueux et Brenon n'ont pas encore délibéré.

Charles-Antoine MORDELET souhaite qu'on leur adresse un dernier mail.

6/ Bilan des ventes boutique saison 2019.

Reina BOMAS-BUITER, Responsable Accueil et Boutique, présente le bilan des ventes de cette saison 2019 pour échanges avec les membres.

Elle indique près de 11 000 € de ventes, en sachant qu'il manque 3 semaines d'août à Aups.

Fabien PERROT souligne que le montant des ventes est quasi identique à celui de 2018 alors qu'il a annoncé en début de séance une baisse de fréquentation de 8% dans les BIT. Il précise donc que c'est un excellent travail réalisé par toute l'équipe de l'OTI.

Reina BOMAS-BUITER précise qu'elle a respecté son budget. Il lui reste même 80 €.

Elle indique qu'il faudra trouver des solutions par rapport à la fermeture du fournisseur AIO.

Elle présente les deux dernières cartes postales réalisées avec Passage Citron.

Lydie CLIQUET indique qu'elle les a vendues et que ces cartes ont rencontré beaucoup de succès. Elle aurait aimé se réapprovisionner en été mais elle n'a pas eu le temps de se déplacer à Aups. Elle demande s'il serait possible de lui descendre un stock à Villecroze.

Reina BOMAS-BUITER lui répond que oui si elle téléphone auparavant.

Reina BOMAS-BUITER évoque la question des ventes de cartes de pêche. C'est un véritable succès puisque 14 000 € de ventes ont été effectuées ! Néanmoins, elle insiste sur le fait que cela représente un mois de travail et sans aucun intéressement ni commission pour l'OTI.

Gérard LACROIX et l'ensemble des membres suggèrent de solliciter une commission qui serait grandement méritée étant donné le travail fourni en la matière par l'équipe de l'OTI.

7/ Questions diverses.

Il est proposé aux membres d'échanger sur tous les sujets qui n'auraient pas été inscrits à l'ordre du jour et de faire les suggestions qu'ils désirent.

Aucun des membres ne prend la parole.

L'ordre du jour étant épuisé, Charles-Antoine MORDELET clôture la séance à 17h30.

Aux Salles-sur-Verdon, le 15 octobre 2019,

Charles-Antoine MORDELET,
Président de l'Office de Tourisme
Intercommunal Lacs et Gorges du Verdon



